



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

TRABAJO DE GRADO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN
DE UNA EMPRESA COMUNITARIA DE PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE NARANJILLA EN LA CIUDAD DE
LA BONITA, CANTÓN SUCUMBÍOS.**

**Previo a la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y
Auditoría C.P.A.**

AUTORA: Alexandra Jeaneth Getial Cabrera

DIRECTOR: Ing. Víctor Zea Zamora Mcs.

Ibarra, Julio, 2013

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio desea comprobar la factibilidad para la creación de una empresa que se dedicará a la producción y comercialización de naranjilla en la ciudad de la Bonita, Cantón Sucumbíos de manera sostenible y sustentable. De acuerdo a los datos obtenidos se determinó que la mayoría de la población se dedica a la agricultura y ganadería, en el cual se comprobó la oportunidad de crear una empresa que genere fuentes de trabajo a través de la producción de naranjilla; siendo necesario realizar un diagnóstico situacional de la producción de esta fruta, elaborar un marco teórico con información científica y técnica sobre el tema; un estudio de mercado mediante una investigación de campo a los productores y distribuidores del producto comprobándose la existencia de una demanda insatisfecha en el mercado mayorista; como resultado de este estudio se busca la implementación de una empresa de producción de naranjilla, considerando las áreas de cultivo, cuidados para la producción, precio del producto y sobre todo respetando las normas de calidad; además es importante aprovechar los recursos y talento humano del sector, lo cual permitirá disponer de un equipo de trabajo sólido que el proyecto con efectividad y eficacia. Cabe señalar que la evaluación financiera determina un nivel de rentabilidad aceptable y una recuperación de la inversión a corto plazo misma que se hará a través de una institución financiera, Otro aspecto importante de la investigación es la bases filosófica de la empresa y la formación del organigrama estructural y funcional que ayudará a organizar a la empresa y a buscar el éxito de la misma. Dentro de la investigación también se toma en cuenta el impacto que la empresa tiene en el sector dentro del campo social, económico y productivo. Por otro lado la investigación cuenta con las conclusiones y recomendaciones del caso.

SUMMARY

This study hopes to confirm the feasibility for creating a dedicated to the production and marketing of naranjilla in the parish of La Bonita Canton Sucumbíos sustained and sustainable manner as well: it life and lack of creation of a enterprise for the production of naranjilla. A study by market research field in which they investigates the wholesale market in the city of La Bonita, in order to determine the supply and demand exists for new small business to be implemented. After the technical process yielded the following results: the wholesale market does not have enough vendors naranjilla indicating that there is an innumerable amount of demand for this product so they can not meet the needs of consumers and can not expand the marketing naranjilla. For these and other reasons discussed in this project, accepted the creation of agricultural enterprises.

Was discovered as found for the existence of this skilled workforce, essential to undertake the production of naranjilla. Research and investment rating show that is mean and short-term recovery, which will make it through a local financial institution, therefore the project will ensure a good return for the studies made it expect the continued purchase of the product by local and provincial customers. For the above consideration it can be said that the project is economically and socially viable to run with the mutual cooperation of both the area and from the managers of small businesses and society in general.

AUTORÍA

Yo, **ALEXANDRA JEANETH GETIAL CABRERA**, portadora de la cédula de ciudadanía N° 040157241-7 declaro, bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA COMUNITARIA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE NARANJILLA EN LA CIUDAD DE LA BONITA, CANTÓN SUCUMBÍOS, 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.

Firma



Alexandra Jeaneth Getial Cabrera

CI: 040157241-7

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada, Alexandra Jeaneth Getial Cabrera para optar por el Título de **Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A.**, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA COMUNITARIA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE NARANJILLA EN LA CIUDAD DE LA BONITA, CANTÓN SUCUMBÍOS”, Considero el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

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



Ing. Com. Víctor Zea Zamora Mcs.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

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

Yo, Alexandra Jeaneth Getial Cabrera, portadora de la cédula de identidad N° 040157241-7, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA COMUNITARIA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE NARANJILLA EN LA CIUDAD DE LA BONITA, CANTÓN, SUCUMBÍOS”, ha sido desarrollado previo a la obtención del título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En nuestra condición de autores nos reservamos 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.

Firma



Alexandra Jeaneth Getial Cabrera

CI: 040157241-7

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



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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
Cédula de Identidad:	040157241-7		
Apellidos y Nombres:	Alexandra Jeaneth Getial Cabrera		
Dirección:	La Bonita, Cantón Sucumbíos		
Email:	Alys1291@ hotmail.com		
Teléfono Fijo:	2630039	Teléfono Móvil:	0982822464
DATOS DE LA OBRA			
Título:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA COMUNITARIA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE NARANJILLA EN LA CIUDAD DE LA BONITA, CANTÓN SUCUMBÍOS"		
Autora:	Alexandra Jeaneth Getial Cabrera		
Fecha:	25 días del mes de julio de 2013		
Sólo para trabajos de grado			
Programa:	<input checked="" type="checkbox"/> Pregrado <input type="checkbox"/> Postgrado		
Título por el que Opta:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría		
Asesor/Director:	Ing. Víctor Zea Zamora Mcs.		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Alexandra Jeaneth Getial Cabrera, portadora de la cédula de identidad N°. 040157241-7, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIA

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

Ibarra, a los 25 días del mes de julio de 2013.

La Autora:	Aceptación:
	
(Firma).....	(Firma).....
Alexandra Jeaneth Getial Ci: 040157241-7	Ing. Betty Chávez C.C.: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo es el fruto de un gran esfuerzo y dedicación, en el que plasmo todo el amor y gratitud.

Dedico este gran esfuerzo con todo el amor que en mi corazón cabe, A DIOS por su bondad amorosa, y a mis padres Sebastián Getial y Flor Cabrera que con su apoyo moral, espiritual, económico y en si incondicional hicieron que una esfuerzos.

Para que mi incansable lucha y mi trabajo constante alcance la superación y logre mis metas en la culminación de esta etapa en mi vida profesional.

Alexandra Getial.

AGRADECIMIENTO

Son muchas las personas especiales a las que me gustaría agradecer su amistad, apoyo, ánimo y compañía en las diferentes etapas de mi vida. Algunas están conmigo y otras en mis recuerdos y en el corazón. Sin importar en donde estén o si alguna vez llegan a leer estas dedicatorias, quiero darles las gracias por formar parte de mi, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Mami, no me equivoco si digo que eres la mejor mamá del mundo, gracias por todo tu esfuerzo, tu apoyo. Gracias porque siempre has estado conmigo. Te quiero mucho.

Papi, éste es un logro que quiero compartir contigo, gracias por ser mi papá y por creer en mí. Te quiero mucho.

A mi hermana Lidia y a Danny por estar conmigo en los buenos y malos momentos.

A mi Asesor de Tesis, el Ingeniero Víctor Zea Zamora, quien me colaboró acertadamente en el desarrollo de este trabajo de grado.

Al más especial de todos, a ti Dios porque hiciste realidad este sueño, por todo el amor con el que me rodeas y porque me tienes en tus manos.

Alexandra Getial

PRESENTACIÓN

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA COMUNITARIA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE NARANJILLA EN LA CIUDAD DE LA BONITA, CANTÓN SUCUMBÍOS”

INTRODUCCIÓN

Esta investigación consiste en un estudio de factibilidad para la implementación de una empresa comunitaria para la producción y comercialización de naranjilla en la ciudad la bonita, cantón Sucumbíos, con un aproximado de 3.000 habitantes tanto en la zona urbana como rural.

El proyecto tendrá siete capítulos que a continuación se describe: Se realizó un diagnóstico situacional que ayudó a identificar a los aliados o consumidores, oponentes o intermediarios, oportunidades propias de esta actividad y los riesgos de la misma, mediante la construcción de una matriz y análisis de estos factores, además para ello se utilizó diferentes técnicas de investigación que requiera el proyecto.

Se investigó conocimientos teóricos y científicos que permitieron obtener un estudio real y sirvió como herramienta primordial para conocer los conceptos básicos de la empresa comunitaria, servicios, comercialización a través de la investigación bibliográfica.

A continuación se ejecutó un estudio técnico mediante el cual se buscó establecer las necesidades de costos de inversión que requiere el proyecto, de igual forma los parámetros de ubicación a fin de aprovechar los recursos que se posee y los que ofrece el medio donde se busca

implementar la unidad productiva, para de este modo poder llegar al mercado objetivo en el menor tiempo posible.

Se desarrolló un estudio económico en términos monetarios de la inversión con referencia al tiempo, aplicando la herramienta del cálculo de los índices financieros como el TIR, el VAN, y Beneficio-Costo que demostraron la factibilidad del PROYECTO.

Se determinaron los posibles impactos generados por la implementación del proyecto entre ellos se tiene impacto social, económico, cultural y ambiental, los mismos que son positivos, ya que mediante la ejecución se ayudará a la comunidad a emprender en la producción de un producto de alto consumo en el sector.

Al culminar el estudio de factibilidad se establecieron conclusiones y recomendaciones, que se determinaron durante la investigación.

JUSTIFICACIÓN

En la ciudad de La Bonita no existe una empresa de producción y comercialización de naranjilla, razón por la cual, el presente proyecto de inversión propone realizar un diagnóstico situacional y estudio de mercado que justifique contar con todos los recursos necesarios para emprender esta actividad. Con la implementación, puesta en marcha y desarrollo de la propuesta, estaríamos sin lugar a dudas fomentando en los agricultores el crecimiento económico local.

El proyecto será de interés local, habrá varios beneficiarios directos e indirectos, entre los directos podemos mencionar a los propios accionistas, las personas que viven en la zona ya que se requiere de mano de obra y los beneficiarios indirectos será el mercado al que distribuya el producto.

La ciudad de La Bonita, por su ubicación geográfica posee un clima adecuado para la producción de naranjilla, que garantiza obtener un buen fruto en tamaño y peso, con una apariencia fresca, de color intenso y consistencia firme, cumpliendo con las expectativas prolongadas de cultivo que permite entregar el producto al mercado en excelentes condiciones.

Dentro de la presente propuesta se busca generar una nueva fuente de ingresos para el sector, aplicando herramientas, recursos científicos, técnicos y tecnológicos para de esta manera mejorar la producción de naranjilla dentro de la localidad, lo cual conlleva a crear más fuentes de empleo, e incide directamente en el desarrollo económico, social, educativo, etc., de la zona.

OBJETIVOS

General:

Realizar el estudio de factibilidad para la implementación de una empresa comunitaria para la producción y comercialización de naranjilla en la ciudad La Bonita, cantón Sucumbíos.

Específicos:

- ✓ Realizar un Diagnóstico Situacional con la finalidad de conocer las características de la zona donde se procura desarrollar el proyecto.
- ✓ Determinar las bases teóricas y científicas para fundamentar el marco teórico en conocimientos y teorías sólidas.
- ✓ Elaborar un estudio de mercado para analizar la factibilidad del proyecto.

- ✓ Plantear un marco organizacional estratégico que permita el desarrollo del proyecto.
- ✓ Desarrollar un estudio técnico para determinar los requerimientos y necesidades técnicas del proyecto.
- ✓ Analizar los aspectos económicos y financieros para determinar su rentabilidad del producto.
- ✓ Establecer los principales impactos que se deriven del proyecto.

INDICE GENERAL

ÍNDICE	Pág.
Portada	I
Resumen ejecutivo	ii
Summary	iii
Autoría	iv
Certificación del asesor	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	ix
Agradecimiento	x
Presentación	xi
Introducción	xi
Justificación	xii
Objetivos	xiii
Índice general	xv
Índice cuadros	xxii
Índice gráficos	xxv
CAPITULO I.	27
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	27
Antecedentes	27
Objetivos diagnósticos	28
General	28
Específicos	28
Variables diagnósticas	28
Indicadores que definen a las variables	29
Matriz de elación diagnóstica	30
Análisis de variables diagnósticas	31

Ubicación geográfica	31
Caracterización de la población	31
Aspectos socio económicos	34
Producción	36
Diversificación de las actividades económicas de producción.	36
Principales cultivos	37
Tipos de producción	37
Comercialización	39
Tipo de mercado	39
Comportamiento del precio	39
Plan de comercialización	39
Diseño de instrumentos de investigación	40
Información primaria	40
Información secundaria	40
Diagnóstico externo	40
Aliados estratégicos	40
Oportunidades	41
Riesgos	41
Oponentes	41
Matriz de aliados, oportunidades, oponentes y riesgos	42
Relación de aliados-oportunidades; oponentes y riesgos	43
Identificación de la oportunidad de inversión	44
CAPITULO II.	45
MARCO TEÓRICO	45
La naranjilla	45
Características de la naranjilla	45
Composición nutricional de la naranjilla	46
Origen	48
Descripción botánica de la naranjilla	48
Empresa	52
Tipos de empresas	52

Según el sector de actividad sector primario:	53
Según la propiedad del capital de organismos públicos	53
Según el ámbito de actividad	53
Según el tamaño	54
Estudio técnico	55
Tamaño del proyecto	55
Localización del proyecto	56
Macrolocalización:	56
Microlocalización:	57
Estudio de mercado	57
Segmento de mercado	57
Oferta.	58
Demanda	58
Demanda insatisfecha	59
Mercadotecnia	59
Producto	59
Precio	60
Plaza	60
Promoción	60
Estructura organizacional	61
Proceso administrativo	61
Planeación:	62
Dirección:	62
Control:	62
Organigrama	64
Manual de funciones	65
Flujogramas	65
Símbolos utilizados para elaborar los esquemas del Flujograma	66
Estudio económico financiero	67
Estados financieros	67
Estado de situación inicial	67

Estado de pérdida y ganancia	68
Flujo de caja	69
Tasa interna de retorno	69
Valor actual neto	70
Costo beneficio	71
Tiempo de la recuperación de la inversión.	72
CAPÍTULO III.	73
ESTUDIO DE MERCADO	73
Presentación	73
Objetivos del estudio de mercado	74
Variables	74
Indicadores que definen las variables	74
Área de mercado	75
Identificación de la población	76
Análisis e interpretación de datos	78
Resultados de encuesta aplicada a productores	78
Resultados de encuesta aplicada a los intermediarios	87
Informe de la entrevista al presidente de la Asociación “Emprendedores por el Futuro”	96
Identificación de la oferta	97
Análisis de la oferta	97
Datos para determinar la oferta	97
Proyección de la oferta	98
Identificación de la demanda	99
Análisis de la demanda	99
Proyección de la demanda	99
Proyección de la demanda potencial	100
Determinación de demanda insatisfecha	101
Capacidad instalada del proyecto	102
Análisis y proyección del precio	103
Comportamiento del precio	104

Estrategias de comercialización	105
Canales	105
Conclusiones del estudio de mercado	106
CAPITULO IV.	107
ESTUDIO TÉCNICO	107
Presentación	107
Localización del proyecto	107
Macrolocalización	108
Microlocalización	108
Ingeniería del proyecto	110
Infraestructura del proyecto	110
Proceso de producción	111
Proceso de comercialización	113
Presupuesto técnico	114
Inversión fija	114
Muebles y enseres	114
Equipos de computación	115
Equipo de oficina	115
Suministros de oficina	116
Herramientas y materiales auxiliar	116
Inversiones diferidas	117
Capital de trabajo	118
Inversiones total del proyecto	118
Recurso humano	119
CAPITULO V.	121
ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO	121
Determinación de ingresos	121
Determinación de egresos	122
Costo de producción	122
Materia prima	122

Mano de obra directa	123
Gastos generales de fabricación	125
Materiales indirectos	125
Costos indirectos de fabricación	127
Presupuesto de costos de producción de naranjilla	127
Costos de distribución	128
Gastos administrativos	128
Gasto de ventas	130
Depreciaciones	131
Estado de situación inicial	132
Estado de resultados proyectado	133
Flujo de caja proyectado	134
Evaluación financiera	135
Costo de capital	135
Valor presente neto (van)	135
Tasa interna de retorno (tir)	136
Costo beneficio	138
Período de recuperación de la inversión	139
CAPITULO VI.	141
ESTRUCTURA ORGÁNICA Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA	141
Tipo de empresa	141
Nombre y logotipo	141
Elementos estratégicos	142
Misión	142
Visión	142
Políticas de la empresa	142
Valores corporativos	143
Estructura orgánica	143
Estructura funcional	144
Niveles estructurales	144

Nivel legislativo o superior.	145
Nivel ejecutivo.	145
Nivel operativo.	145
Manual de funciones	145
Requisitos legales para la creación de la empresa	152
Aspecto legal	152
Permisos de funcionamiento	154
Requisitos para obtener el registro único de contribuyentes.	155
Requisitos para obtener la patente municipal por primera vez.	155
Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento	155
Formación de la empresa	155
CAPÍTULO VII.	159
ANÁLISIS DE IMPACTOS DEL PROYECTO	159
Matriz de impactos	159
Análisis de impactos	160
Impacto social	160
Impacto ambiental	161
Impacto económico	162
Impacto educativo cultural	163
Conclusiones y recomendaciones	165
Bibliografía	168
Anexos	170

ÍNDICE DE CUADROS	Pág.
Cuadro N° 1 Matriz de relación diagnóstica	30
Cuadro N° 2 Población de Sucumbíos por cantones	32
Cuadro N° 3 Población del cantón Sucumbíos	32
Cuadro N° 4 Distribución de la población del cantón Sucumbíos en parroquias	33
Cuadro N° 5 Distribución de la PEA	34
Cuadro N° 6 Distribución de la PEA según actividad	35
Cuadro N° 7 Superficie cosechada y producción de los principales cultivos	37
Cuadro N° 8 Matriz de aliados, oportunidades, oponentes y riesgos	42
Cuadro N° 9 Composición nutricional de la naranjilla	46
Cuadro N° 10 Símbolos utilizados para elaborar los esquemas del Flujograma	66
Cuadro N° 11 ¿Qué cantidad de terreno tiene sembrado con naranjilla la Asociación?	78
Cuadro N° 12 ¿Qué cantidad de hectáreas estaría usted dispuesto a incrementar en la siembra de naranjilla?	79
Cuadro N° 13 ¿La producción de naranjilla es una actividad rentable?	80
Cuadro N° 14 ¿Con qué frecuencia cosecha usted?	81
Cuadro N° 15 ¿Qué tipo de insumos utiliza para la fertilización?	82
Cuadro N° 16 ¿Qué clase de tecnología utiliza para el cultivo de naranjilla?	83
Cuadro N° 17 Cuál es la presentación del producto al momento de la entrega de la naranjilla?	84
Cuadro N° 18 ¿Su producto es comercializado por intermedio de?	85
Cuadro N° 19 ¿Qué precio de venta por caja tiene su producto?	86
Cuadro N° 20 ¿Comercializa usted naranjilla?	87

Cuadro N° 21 ¿En qué lugares compra usted naranjilla?	88
Cuadro N° 22 ¿Con qué frecuencia adquiere esta fruta?	89
Cuadro N° 23 ¿Es suficiente la cantidad de Naranjilla que adquiere actualmente?	90
Cuadro N° 24 ¿En qué porcentaje aumentaría la compra de naranjilla a los productores?	91
Cuadro N° 25 ¿Usted tiene conocimiento sobre el valor nutritivo de la naranjilla?	92
Cuadro N° 26 ¿A través de qué medio de comunicación Ud. tiene conocimiento sobre el valor nutritivo de la naranjilla?	93
Cuadro N° 27 ¿En qué forma prefiere adquirir esta fruta?	94
Cuadro N° 28 ¿Qué factores considera usted. al adquirir el producto?	95
Cuadro N° 29 Datos de la oferta	98
Cuadro N° 30 Proyección de la oferta	98
Cuadro N° 31 Datos de la demanda	100
Cuadro N° 32 Proyección de la demanda potencial	101
Cuadro N° 33 Determinación de la demanda insatisfecha	102
Cuadro N° 34 Capacidad instalada	103
Cuadro N° 35 Proyección del precio	104
Cuadro N° 36 Tamaño y utilización de la capacidad instalada	110
Cuadro N° 37 Muebles y enseres	114
Cuadro N° 38 Equipo de computación	115
Cuadro N° 39 Equipo de oficina	115
Cuadro N° 40 Suministros de oficina	116
Cuadro N° 41 Herramientas y Material Auxiliar	116
Cuadro N° 42 Inversión activos fijos	117
Cuadro N° 43 Inversión diferida	117
Cuadro N° 44 Capital de trabajo	118
Cuadro N° 45 Inversión total	118
Cuadro N° 46 Personal para operación del proyecto	119
Cuadro N° 47 Presupuesto por ingresos por venta de naranjilla	121

Cuadro N° 48 Costo producción materia prima	122
Cuadro N° 49 Proyección de sueldos unificados	123
Cuadro N° 50 Proyección trabajador permanente	123
Cuadro N° 51 Remuneración trabajador permanente	124
Cuadro N° 52 Proyección diario trabajadores temporales	124
Cuadro N° 53 Proyección de la mano de obra directa	125
Cuadro N° 54 Materia prima indirecta	126
Cuadro N° 55 Costos indirectos de fabricación	127
Cuadro N° 56 Resumen de costos de producción	128
Cuadro N° 57 Sueldo básico unificado administrativo	128
Cuadro N° 58 Remuneración personal administrativo	129
Cuadro N° 59 Arriendo	129
Cuadro N° 60 Resumen de gastos administrativos	130
Cuadro N° 61 Publicidad	130
Cuadro N° 62 Proyección gasto de ventas	130
Cuadro N° 63 Depreciaciones	131
Cuadro N° 64 Depreciación proyectada	131
Cuadro N° 65 Balance inicial	132
Cuadro N° 66 Estado De Resultados	133
Cuadro N° 67 Flujo De Caja	134
Cuadro N° 68 Cálculo de la tasa de redescuento	135
Cuadro N° 69 Cálculo del valor actual neto	136
Cuadro N° 70 Tasa interna de retorno	137
Cuadro N° 71 Costo beneficio	138
Cuadro N° 72 Periodo de Recuperación de la Inversión	139
Cuadro N° 73 Conformación de la empresa	156
Cuadro N° 74 Niveles de impacto	159
Cuadro N° 75 Matriz impacto social	160
Cuadro N° 76 Matriz impacto ambiental	161
Cuadro N° 77 Matriz impacto económico	162
Cuadro N° 78 Matriz impacto educativo cultural	163

ÍNDICE DE GRÁFICOS	Pág.
Gráfico N° 1 Mapa d la provincia de Sucumbíos	31
Gráfico N° 2 Naranjilla	47
Gráfico N° 3 ¿Qué cantidad de terreno tiene sembrado con naranjilla la Asociación?	78
Gráfico N° 4 ¿Qué cantidad de hectáreas estaría usted dispuesto a incrementar en la siembra de naranjilla?	79
Gráfico N° 5 ¿La producción de naranjilla es una actividad rentable?	80
Gráfico N° 6 ¿Con qué frecuencia cosecha usted?	81
Gráfico N° 7 ¿Qué tipo de insumos utiliza para la fertilización?	82
Gráfico N° 8 ¿Qué clase de tecnología utiliza para el cultivo de naranjilla?	83
Gráfico N° 9 ¿Cuál es la presentación del producto al momento de la entrega de la naranjilla?	84
Gráfico N° 10 ¿Su producto es comercializado por intermedio de?	85
Gráfico N° 11 ¿Qué precio de venta por caja tiene su producto?	86
Gráfico N° 12 ¿Comercializa usted naranjilla?	87
Gráfico N° 13 ¿En qué lugares compra usted naranjilla?	88
Gráfico N° 14 ¿Con qué frecuencia adquiere esta fruta?	89
Gráfico N° 15 ¿Es suficiente la cantidad de Naranjilla que adquiere actualmente?	90
Gráfico N° 16 ¿En qué porcentaje aumentaría la compra de naranjilla a los productores?	91
Gráfico N° 17 ¿Usted tiene conocimiento sobre el valor nutritivo de la naranjilla?	92
Gráfico N° 18 ¿A través de qué medio de comunicación Ud. tiene conocimiento sobre el valor nutritivo de la naranjilla?	93
Gráfico N° 19 ¿En qué forma prefiere adquirir esta fruta?	94
Gráfico N° 20 ¿Qué factores considera usted. al adquirir el	95

producto?

Gráfico N° 21 Canales de comercialización	105
Gráfico N° 22 Macrolocalización	108
Gráfico N° 23 Microlocalización	109
Gráfico N° 24 Croquis del la infraestructura	111
Gráfico N° 25 Flujograma de Producción	112
Gráfico N° 26 Flujograma de Comercialización	113
Gráfico N° 27 Logotipo	141
Gráfico N° 28 Organigrama	144

CAPITULO I

1. DIGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

La ciudad de la Bonita está ubicada en la línea de frontera (limita con Colombia) tiene un clima tropical muy húmedo con una temperatura de 18 a 20⁰ C zona, su altitud es de 1.800 metros sobre el nivel del mar, con dos estaciones bien marcadas el invierno y verano; Los suelos son profundos, de textura arenosa, arcillosa, con diferente composición química. Cabe señalar que el 80% de la superficie del sector está cubierta de bosques naturales. Lo que es ahora la Ciudad de La Bonita ha sido colonizada por personas oriundas de la provincia del Carchi y de la vecina República de Colombia, Una de las características de las estribaciones orientales en donde su principal fuente de recursos económicos es la agricultura, la venta productos de la zona como la naranjilla, tomate de árbol, naranjilla, como también venta de madera y la ganadería, por tal motivo los ingresos de los pobladores es fluctuante cada mes, el mismo que les permita cubrir sus necesidades más elementales como alimentación, educación, salud.

Actualmente el 75% de la población se dedica a tareas agrícolas y pecuarias, dependen exclusivamente de este tipo de actividades para cubrir sus necesidades básicas, y el restante 25% brindan sus servicios como: empleados públicos, tanto del Ministerio del Interior, del Gobierno Municipal Descentralizado del Cantón Sucumbíos y del Ministerio de Educación en calidad de docentes.

El 75% de la población dedicada al agro, el 45% se dedica al cultivo de una serie de frutas tropicales propias de la zona como son tomate de

árbol, naranjilla, naranjilla, etc., y el restante 30% se encarga de la crianza de algunos tipos de semovientes como ganado vacuno, bovino, aves, porcino, etc., cabe señalar que dentro de la zona la producción de naranjilla es muy buena, dado que la planta es nativa de la zona, sin embargo esto podría mejorar con el asesoramiento técnico adecuado de los cultivos.

1.2. OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

1.2.1. General

Realizar un diagnóstico que permita determinar la situación agro-económica de la ciudad La Bonita, cantón Sucumbíos; para la producción y comercialización de naranjilla.

1.2.2. Específicos

- ✓ Investigar datos socio-demográficos de la ciudad La Bonita.
- ✓ Determinar los aspectos socio-económicos del área de influencia del proyecto a implantarse.
- ✓ Analizar la producción de naranjilla en la ciudad de La Bonita.
- ✓ Analizar la comercialización de la naranjilla en la ciudad de La Bonita.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

De acuerdo a los objetivos específicos del diagnóstico se determina las siguientes variables a hacer analizadas.

- ✓ Datos socio demográficos.
- ✓ Aspectos socio económicos.
- ✓ Producción

- ✓ Comercialización

1.4. INDICADORES QUE DEFINEN A LAS VARIABLES

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

1.4.1. Datos socio-demográficos.

- ✓ Ubicación Geográfica la Ciudad La Bonita
- ✓ Caracterización de la Población
- ✓ Distribución de la población por parroquias

1.4.2. Aspectos socio-económicos.

- ✓ Distribución de la PEA (Población Económicamente Activa) según grupos ocupacionales
- ✓ Distribución de la PEA según rama de actividad económica
- ✓ La PEA según categoría de ocupación

1.4.3. Producción

- ✓ Diversificación de las actividades económicas.
- ✓ Principales Cultivos
- ✓ Tipos de Producción

1.4.4. Comercialización

- ✓ Tipo de mercado
- ✓ Comportamiento del precio
- ✓ Plan de comercialización

1.5. MATRIZ DE ELACI3N DIAGN3STICA

Cuadro N3 1

Matriz de relaci3n diagn3stica

OBJETIVO	VARIABLES	INDICADORES	T3CNICA	P3BLICO META
Investigar datos socio-demogr3ficos de la ciudad La Bonita.	Datos Socio demogr3ficos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ubicaci3n Geogr3fica la Ciudad La Bonita ✓ Caracterizaci3n de la Poblaci3n ✓ Distribuci3n de la poblaci3n por parroquias 	Recopilaci3n bibliogr3fica	Poblaci3n del Cant3n Sucumbi3s, ciudad La Bonita
Determinar los aspectos socio-econ3micos del 3rea de influencia del proyecto a implantarse.	Aspectos Socio econ3micos.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Distribuci3n de la PEA seg3n grupos ocupacionales ✓ Distribuci3n de la PEA seg3n rama de actividad econ3mica ✓ La PEA seg3n categor3a de ocupaci3n 	Recopilaci3n bibliogr3fica	Poblaci3n del Cant3n Sucumbi3s, ciudad La Bonita
Analizar la producci3n de naranjilla en la ciudad de La Bonita	Producci3n	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diversificaci3n Tipo de mercado ✓ Comportamiento del precio ✓ Plan de comercializaci3n de las actividades econ3micas. ✓ Principales Cultivos ✓ Tipos de Producci3n 	Recopilaci3n bibliogr3fica	Agricultores
Analizar la comercializaci3n de la naranjilla en la ciudad de La Bonita.	Comercializaci3n	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tipo de mercado ✓ Comportamiento del precio ✓ Plan de comercializaci3n 	Recopilaci3n bibliogr3fica	Agricultores

Fuente: Formulaci3n de Objetivos, Variables e Indicadores

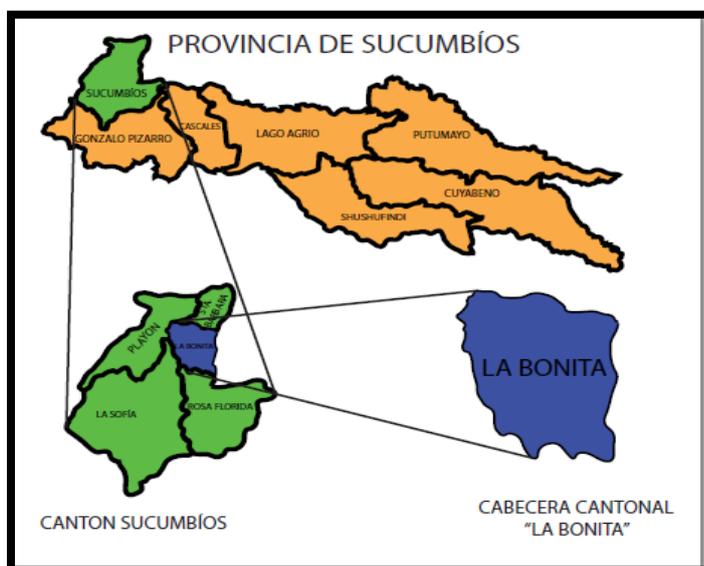
Elaborado por: La Autora

1.6 ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS

1.6.1 Ubicación geográfica

El Cantón de Sucumbíos se encuentra ubicado al occidente de la provincia de Sucumbíos. Limita al norte con Colombia, al sur y oriente con el Cantón Gonzalo Pizarro y al occidente con la provincia del Carchi. El proyecto se ejecutará en las Cabecera cantonal “La Bonita”

Gráfico N° 1
Mapa d la provincia de Sucumbíos



Fuente: GAD de Sucumbíos
Elaborado por: La Autora

1.6.2 Caracterización de la población

Es importante conocer detalladamente sobre la población del cantón, de acuerdo a los datos proporcionados por el INEC del último censo realizado en el año 2010, como también sus características.

Cuadro N° 2
Población de Sucumbíos por cantones

La provincia está dividida en 7 cantones:

	Cantón	Pob. (2010)	Área (km²)	Cabecera Cantonal
	Cascales	11.104	1.248	El Dorado de Cascales
	Cuyabeno	7.133	3.875	Tarapoa
	Gonzalo Pizarro	8.599	2.223	Lumbaquí
	Lago Agrio	91.744	3.139	Nueva Loja
	Putumayo	10.174	3.559	Puerto El Carmen de Putumayo
	Shushufindi	44.328	2.463	Shushufindi
	Sucumbíos	3.390	1.502	La Bonita

Fuente: GAD de Sucumbíos

La población del Cantón Sucumbíos, según el Censo del 2010, representa el 2,2 % del total de la Provincia de Sucumbíos; ha crecido en el último período a un ritmo del 1,4 % promedio anual. El 80,5% de su población reside en el Área Rural; se caracteriza por ser una población joven ya que el 50,7 % son menores de 20 Años.

Cuadro N° 3
Población del cantón Sucumbíos

Población del Cantón Sucumbíos por: Grandes grupos de edad	Hombre	Mujer	Total
Población del Cantón Sucumbíos por: De 0 a 14 años	591	573	1164
Población del Cantón Sucumbíos por: De 15 a 64 años	1060	945	2005
Población del Cantón Sucumbíos por: De 65 años y más	119	102	221
Población del Cantón Sucumbíos por: Total	1770	1620	3390

Fuente: GAD de Sucumbíos
Elaborado por: La Autora

Uno de los procesos que ha tomado cuerpo en este sector es el de que las organizaciones tienen la característica de ser mixtas en la cual se expresa un proceso naciente de integración con equidad de género, proceso que deberá ser fortalecido creando condiciones a través de capacitación a fin de que estos grupos participen de igual forma en actividades productivas que permitan ir configurando una integración en base de objetivos comunes para así ir afianzando los derechos de la mujer en los procesos de desarrollo del cantón.

A continuación se presenta un cuadro en el que se muestra la distribución de la población por cada parroquia y sexo:

Cuadro Nº 4
Distribución de la población del cantón Sucumbíos en parroquias

CANTON	PARROQUIA	URBANO	RURAL	Total
SUCUMBIOS	EL PLAYON DE SAN FRANCIS	-	1,414	1,414
SUCUMBIOS	LA BONITA	549	262	811
SUCUMBIOS	LA SOFIA	-	104	104
SUCUMBIOS	ROSA FLORIDA	-	382	382
SUCUMBIOS	SANTA BARBARA	-	679	679
SUCUMBIOS	Total	549	2,841	3,390

Fuente: GAD de Sucumbíos
Elaborado por: La Autora

Es necesario enmarcarse dentro de la Estrategia Nacional de Aseguramiento de la Soberanía Alimentaria (art. 281 Constitución Política del Ecuador 2008), así como dentro del Plan Ecuador y Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal (PDEC) garantizando el principio fundamental del Buen Vivir.

Uno de los parámetros mediante los cuales se puede incidir a futuro sobre el desarrollo es educar y capacitar a los segmentos poblacionales de jóvenes y niños; sin embargo, esto demanda de una aplicación correcta

de el código de la niñez y la adolescencia, mismo que se encuentra en plena vigencia desde el mes de septiembre del año 2003 y solamente reconociendo sus derechos será posible aplicar conforme la ley los procesos de mejoramiento de la calidad de vida con adecuada educación y respeto cultural, a fin de que las autoridades promuevan su desarrollo con equidad, proceso que debe ser afianzado desde las escuelas y colegios de la localidad.

1.6.3 Aspectos socio económicos

El siguiente cuadro nos muestra la distribución de la población activa (PEA) Siendo el objetivo central de la aplicación de la planificación el elevar los niveles de bienestar del conjunto de la población con la consolidación de economías dinámicas y competitivas, capaces de enfrentar los retos de un mundo globalizado.

Cuadro Nº 5
Distribución de la PEA

SEGÚN GRUPOS OCUPACIONALES			
GRUPOS DE OCUPACIÓN	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	1.119	862	257
MIEMBROS, PROFESIONALES			
TÉCNICOS	72	36	36
EMPLEADOS DE OFICINA	58	35	23
TRAB. DE LOS SERVICIOS	35	12	23
AGRICULTORES	182	155	27
OPERARIOS Y OPERADORES			
DE MAQUINARIAS	163	155	8
TRAB. NO CALIFICADOS	525	445	80
OTROS	84	24	60

Fuente: GAD de Sucumbíos
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 6
Distribución de la PEA según actividad

SEGÚN RAMAS DE ACTIVIDAD

RAMAS DE ACTIVIDAD	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	1.119	862	257
AGRICULTURA, GANADERÍA CAZA, PESCA, SILVICULTURA	609	553	56
MANUFACTURA	32	29	3
CONSTRUCCIÓN	127	122	5
COMERCIO	22	9	13
ENSEÑANZA	73	27	46
OTRAS ACTIVIDADES	256	122	134

||

Fuente: GAD de Sucumbíos
Elaborado por: La Autora

Podemos observar que la principal actividad económica, es la agricultura, ganadería con un total de 609 habitantes de la población económicamente activa del cantón.

La PEA según categoría de ocupación en el cantón está conformada por parroquias rurales y urbanas, en el siguiente cuadro podemos observar la población económicamente activa según la categoría de ocupación en los diferentes sectores económicos del cantón.

1.7 PRODUCCIÓN

1.7.1 Diversificación de las actividades económicas

El proceso de desarrollo económico local pone énfasis en las potencialidades productivas del territorio, que deben transformarse en un eje transversal de cualquier gestión. A continuación se habla de las actividades más relevantes:

Agricultura: La economía del cantón se basa prácticamente en la agricultura, la mayoría de la población se dedica a esta actividad, que practican la agricultura con cultivos tradicionales; los productos que se cultivan son variados. Prácticamente el cantón es eminentemente agrícola y su principal fortaleza es el cultivo de productos diversificados que la distinguen marcadamente de otros cantones que basan su fuente económica en esta actividad.

Ganadería: En cuanto a la ganadería es otra fuente de la economía del cantón, existe la crianza de ganado vacuno, porcino, caballar y lanar.

Siendo esta actividad complementaria con la agricultura como: ganado bovino para yuntas que se necesitan para el cultivo de la tierra, las vacas en la producción de la leche existiendo microempresas que producen lácteos y todos los derivados de la leche que posee gran valoración nutritiva; y animales menores como: chanchos, gallinas y cuyes que cubren las necesidades de las familias

La diversificación de las actividades económicas vienen encaminadas a la generación de empleo e ingreso; la superación de heterogeneidades productivas heredadas y de reciente creación mediante políticas que permitan potenciar la contribución de las pequeñas empresas al desarrollo, y la posibilidad de canalizar una mayor proporción de recursos para el mejoramiento del capital humano.

1.7.2 Principales cultivos

Los cultivos más importantes por la superficie ocupada son: café, plátano, maíz, palma africana, cacao, yuca, naranjilla, arroz, banano y papa china. La mayoría de estos fueron introducidos

Según el análisis realizado por el MAGAP en los últimos años se ha evidenciado un lento crecimiento del área agrícola, debido principalmente a la presencia de plagas y enfermedades, inestabilidad en los precios, baja fertilidad de los suelos, lo que ha provocado un cambio en el uso de la tierra, desde la producción de cultivos hacia la consolidación de sistemas pastoriles, o simplemente a la presencia de pastos pero sin un uso pecuario.

Cuadro N° 7

Superficie cosechada y producción de los principales cultivos

No.	Principales cultivos	Superficies cosechadas (ha)	Producción (TM)	Rendimiento (Kg/ha)
1	Palma Aceitera	9.434	95.875	10.163
2	Cacao	8.090	1.314	162
3	Yuca	5.594	15.920	2.846
4	Naranjilla	4.470	12.535	2.804
5	Arroz	3.692	6.299	1.706
6	Banano	3.186	15.274	4.794
7	Papa china	244	412	1.689

Fuente: SICA, 2002. III Censo Agropecuario Nacional. 2001.

1.7.3 Tipos de producción

En términos generales se puede indicar que se puede percibir cuatro grandes tipos de producción:

1. Una agricultura y ganadería tradicional de auto subsistencia sin mayor vínculo con el mercado o la tecnología, que busca la soberanía

alimentaria del productor, cuyos excedentes se pueden colocar en el mercado a fin de generar transacciones para suplir necesidades de la familia. Sus rendimientos son bajos.

2. Una agricultura tipo plantación ligada al mercado y con superiores niveles de tecnología y capital de inversión.
3. Una muy pequeña producción agrícola ligada al mercado de exportación. Con superiores niveles tecnológicos, producción muy exigente en conocimientos.
4. Gracias a que el sector de Sucumbíos es un medio donde los cultivos orgánicos son muy apetecidos y frecuentes se aprovechará los medios para realizar una producción orgánica.
5. Una ganadería basada en fincas, de medianas a grandes, para la producción de leche y carne dirigida al consumo de las grandes ciudades. Disponen de superiores niveles tecnológicos y de capital, sin embargo el uso de pastos de calidad es limitado.

De ésta tipología de productores, urgen requerimientos tecnológicos diferenciados, para fines de este proyecto, nos interesan las pequeñas unidades de producción que actualmente no son viables debido a su bajo e inadecuado nivel tecnológico de producción, lo que impide sean atractivos en aspectos económicos o financieros. Se caracterizan además por tener pocas posibilidades de acceder a los servicios de capacitación y asistencia técnica.

1.8 COMERCIALIZACION

1.8.1 Tipo de mercado

Partiendo de la base del estudio será dirigido a productores, consumidores e intermediarios. Se estableció que el mercado está regido por la oferta, demanda y sus precios fluctúan constantemente, dependiendo del comportamiento de las leyes del mercado.

A demás se concluyó que comercializadores minoristas, intermediarios y consumidores finales realizan compras semanales o diarias, la producción se realiza en todas las parroquias del cantón. Los consumidores son niños, jóvenes y adultos a partir de los 5 años de edad hombres y mujeres.

1.8.2 Comportamiento del precio

Debido a la falta de planificación integrada de todos los centros de producción agrícola se tienen picos de ascenso y descenso en los índices de precios de estos productos por lo cual los agricultores dependen en gran parte de la oferta que se da en los mercados “mayoristas” manejados por intermediarios que manipulan los precios a su conveniencia.

1.8.3 Plan de comercialización

Se establecerá un plan de comercialización que va desde una profunda campaña de comunicación, que es la que posiciona a al producto en el mercado. Se destacaran las características del producto sano en los cuales se sustenta al proyecto, también se podrá establecer alianzas

estratégicas con las instituciones públicas y privadas para difundir la campaña de promoción y llegar a más clientes.

1.9 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

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

1.9.1 Información primaria

Con el objeto de recopilar la mayor información se consideró conveniente la aplicación de la técnica de la observación directa mediante la visita a los lugares de producción de naranjilla como también a los sitios donde se comercializa.

1.9.2 Información secundaria

Para ampliar la información obtenida y que sirvió de sustento teórico sobre la producción y comercialización de naranjilla se recurrió a internet, folletos, bibliografía, Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) y Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP).

1.10 DIAGNÓSTICO EXTERNO

1.10.1 Aliados estratégicos

- ✓ Zona idónea para el cultivo de naranjilla

- ✓ Disponibilidad de Mano de obra con experiencia en la producción de naranjilla
- ✓ Condiciones ambientales óptimas para el cultivo
- ✓ Disponibilidad de materia prima e insumos agrícolas de tipo mixto.
- ✓ Inversionistas que quieren invertir en el proyecto.

Oportunidades

- ✓ La tendencia al consumo de la naranjilla por sus vitaminas y su valor nutritivo.
- ✓ Existe una demanda potencial a satisfacer.
- ✓ Empresas gubernamentales que dictan capacitación a los agricultores.

Riesgos

- ✓ Variaciones climáticas que afectan las plantaciones causándoles daños.
- ✓ Altos niveles de contaminación del agua para regadío
- ✓ Las plagas existentes en el tipo de cultivo.

Oponentes

- ✓ Productores de naranjilla que se convierten en competencia
- ✓ Productos sustitutos.
- ✓ Las plagas existentes en el tipo de cultivo.

1.10.2 Matriz de aliados, oportunidades, oponentes y riesgos

Cuadro N° 8

Matriz de aliados, oportunidades, oponentes y riesgos

ALIADOS		OPORTUNIDADES	
1	Financieras	1	La tendencia al consumo de la naranjilla por sus vitaminas y su valor nutritivo
2	Zona idónea para el cultivo de naranjilla	2	Existe una demanda potencial a satisfacer.
3	Entidades estatales de apoyo a la agricultura	3	Alto nivel de consumo
4	Disponibilidad de Mano de obra con experiencia en la producción de naranjilla	4	Empresas gubernamentales que dictan capacitación a los agricultores.
5	Condiciones ambientales óptimas para el cultivo	5	Mercado creciente
6	Disponibilidad de materia prima e insumos agrícolas de tipo mixto.		
7	Inversionistas que quieren invertir en el proyecto.		
OPONENTES		RIESGOS	
1	Productores de naranjilla de la Asociación Emprendedores por el futuro podrían convertirse en competencia	1	Variaciones climáticas que afectan las plantaciones
2	Productos sustitutos.	2	Altos niveles de contaminación del agua para regadío
		3	Las plagas existentes en el tipo de cultivo.

Elaboración: La autora

1.10.3 Relación de aliados-oportunidades; oponentes y riesgos

Aliados-Oportunidades

- El que Sucumbíos tenga un clima cálido húmedo y sea muy propicio para la agricultura ayuda a que la producción de naranjilla sea favorable,; esto es oportuno ya que el consumo de naranjilla es alto, gracias a su valor nutritivo
- Existe mano de obra con experiencia, existe la materia prima en el sector,; esto concuerda con la demanda existente del producto lo que ayuda para el presente proyecto de factibilidad.
- En el sector existen instituciones como el MAAGAP que ayudan a los agricultores; Estas empresas gubernamentales dictan cursos para ayudar a los microempresarios ya que es un mercado creciente
- Hay disponibilidad de inversionistas que desean invertir en el sector agrícola, e inclusive financieras que desean financiar proyectos

Oponentes-Riesgos

- Productores de naranjilla de la Asociación Emprendedores por el futuro podrían convertirse en competencia, lo que podría afectar si las variaciones climáticas existen constantemente; estos problemas se verían mitigados gracias a los conocimientos técnicos que las capacitaciones que reciban de las instituciones que ayudan a los agricultores en el sector.
- Existen en el lugar productos sustitutos de la naranjilla, que pueden ser un problema para la producción y más aún si existe contaminación o plagas; para ello la experiencia de los

trabajadores, las capacitaciones y la ayuda de los inversionistas permite desarrollar los proyectos de las microempresas.

1.11 IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

En base a al análisis de la información del presente diagnóstico se llego a determinar que el principal problema en la población motivo de estudio es el no satisfacer la demanda de naranjilla y no contar con una microempresa definida técnicamente y administrativamente, que provea en forma permanente y oportuna la naranjilla.

El problema se origina por una serie de factores como son: falta de conocimiento del mercado, comercialización del producto, lo que hace que la producción no esté destinada a un mercado definido en tiempo y cantidad.

Por lo anteriormente dicho se considera necesario solucionar esta problemática a través del proyecto mencionado “Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa comunitaria de producción y comercialización de naranjilla en la ciudad de La Bonita, Cantón Sucumbíos”

CAPÍTULO II.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 LA NARANJILLA

La Naranjilla es una fruta tradicional del Ecuador cultivada principalmente en la zona oriental, su nombre científico es (*Solanum quitoense* Lam) se la utiliza para la elaboración de jugos, helados y pulpas. Es rica en minerales y vitaminas A y C. La producción de naranjilla en el Ecuador se da en el clima cálido a sub cálido húmedo con una temperatura de 16 - 24°C.

(URBINA, 2008, pág. 1) “La naranjilla es originaria de la región Interandina específicamente del Sur de Colombia, Ecuador y Perú, prospera mejor en los valles andinos húmedos comprendidos, entre los 1200 y 2100 m. s. n. m”.

2.1.1 Características de la naranjilla

La naranjilla es una fruta tropical que posee excelentes características nutritivas para consumo humano; especialmente en estado natural; la fruta es de forma globular y mide de 4 a 6,5 cm de diámetro, es de color naranja brillante y está cubierto de vellos cortos quebradizos que caen fácilmente al frotarlos. La cascara es gruesa y coriácea. La pulpa es de color verde claro, pegajosa, acida y jugosa, contiene muchas semillas, ligeramente mayores a las del tomate generalmente maduran de uno a seis frutos por racimo.

(URBINA, 2008, pág. 1) En el Ecuador las principales zonas de producción de esta especie se encuentran distribuidas desde la frontera de Colombia hasta el Sur de la provincia

de Loja. Las principales zonas de producción, están en las provincias de Morona Santiago, Pastaza, Tungurahua, Pichincha, Imbabura, y en menor escala en la provincia Bolívar. Los híbridos mayormente cultivados son Híbrido Puyo e Híbrido Mera. En variedades las más importantes son: Baeza, Septentrional, Bola, Común, y Baeza Roja.

La pulpa se destaca por su bajo contenido en grasas y su contribución en fibra, minerales y vitamina A, C y K. También contiene fósforo, hierro y calcio; por lo que al procesarlo se parte en dos y se exprime de modo que solo queda la cascara. Para un mejor conocimiento de los componentes nutritivos, se ilustra en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 9

2.1.2 Composición nutricional de la naranjilla

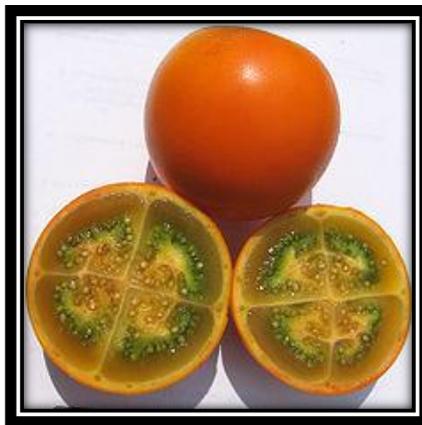
COMPONENTES	CONTENIDO DE 100g DE PARTE COMESTIBLE	VALORES DIARIOS RECOMENDADOS (En dieta de 2000 calorías)
Calorías	23	
Carbohidratos	5,70 g	300 g
Fibra	0,30 - 4,60 g	25 g
Grasa Total	0,10 - 0,24 g	66 g
Proteínas	0,10 - 0,60 g	
Acido ascórbico	31,20 - 83,70 mg	60 mg
Calcio	5,90 - 12,4 mg	162 mg
Caroteno	600 IU	5000 IU
Fosforo	12,00 - 43,70 mg	125 mg
Hierro	0,34 - 0,64 mg	18 mg
Niacina	1,19 - 1,76 mg	20 mg
Riboflavina	0,03 - 0,04 mg	1,7 mg

Elaborado por: La Autora

La naranjilla producida con buenas prácticas agrícolas, tiene ciertas características, aroma y apariencia sumamente agradables sin manchas en la corteza; su contenido en los jugos tiene azúcares que no alteran la composición natural de la fruta; la trazabilidad de la fruta desde el momento mismo de la siembra de la semilla, pasando por la aplicación de insumos al cultivo hasta el consumo final de la fruta, afirman que es un alimento de alta calidad que no causa daños a la salud humana ni al ambiente.

Gráfico N°2

Naranjilla



Elaborado por: La Autora

El procesamiento de esta fruta en la Industria alimenticia permite consumirla en diferentes formas de preparación como: mermeladas, concentrado, pulpa, jugo congelado; dentro de la Industria láctea se la usa para elaborar yogurt; en la elaboración de helados se usa el jugo de naranjilla; en la medicina se la toma en cuenta por poseer propiedades digestivas y diuréticas, es recomendada a pacientes afectados por úlceras gastrointestinales, se reconoce al jugo de naranjilla como una excelente opción para iniciar a los bebés en el consumo de frutas.

(SALAS, 2009, pág. 58) El jugo, es muy apreciado por su sabor y aroma, generalmente para elaborar la pulpa refinada, se extrae el contenido para luego refrigerar la fruta, y para su preparación sólo se agrega leche o agua y azúcar al gusto. Es Muy utilizada en los pequeños negocios y en el hogares es parte de la dieta diaria.

La naranjilla no tiene subproductos ya que por ser una fruta no se obtiene otros productos procesados que puedan servir para el consumo humano, se podría hablar de subproductos las diferentes clases de naranjilla que en la cosecha se da, y que por pasar por un estricto control se clasifiquen los frutos de primera, segunda y tercera selección; de acuerdo a su presencia externa, tamaño, peso, color, entre otros.

2.1.3 Origen

(TORRES, 2010, pág. 23) “En un principio, el origen de esta fruta fue conocido en el valle de Pastaza, aunque se encontró evidencias posteriores de su existencia en otras latitudes, de ahí que se la describe como una planta de origen de la región subtropical húmeda, generalmente en las faldas del sector del Oriente y aun al Occidente de la cordillera de los Andes en los países de Ecuador, Colombia y Perú”.

2.1.4 Descripción botánica de la naranjilla

La planta herbácea, robusta, de 1,8 a 3,0 m de altura, corteza color gris y hojas grandes. Toda la planta, excepto el haz de las hojas, tiene pubescencia lanosa y todas sus partes son espinosas; excepto las flores y el fruto. En Ecuador, las variedades más cultivadas son: naranjilla común (*Solanum Quitoense* Lam) y los híbridos puyo e INIAP Palora.

Raíz: La raíz principal de la naranjilla es pivotante, es extensiva hasta 50cm; tiene copiosos raíces secundarias y muy leñosas. Los híbridos de

la naranjilla no tienen raíz principal por ser propagadas vegetativamente pero si cuentan con raíces laterales superficiales en gran cantidad.

Tallo: Es muy erguido y rígido, pocas veces ramificado desde el suelo. Este tallo es generalmente robusto, leñoso, cilíndrico, muy vellosos y generalmente verde. Contiene seis ramificaciones laterales dispuestas alternadamente, que sirven de sostén, la naranjilla común y los híbridos no presentan espinas en el tallo, variedad septentrional si presenta y también la espinuda.

Hojas: sus hojas generalmente son grandes llegando a medir de 30 a 40 cm. de largo, es de forma oblonga-ovalada con bordes ondulados, y alternas, su color es verde oscuro blanquecino en su madurez, con nervaduras principales y secundarias de color violáceo. Se adhieren a los tallos con un peciolo pubescente y succulento de 15 cm de largo.

Flores: Las flores se encuentran como corimbos o racimos donde hay de tres a doce unidades que están adheridos a las axilas de las ramas por pedúnculos cortos. Sus flores son hermafroditas, su cáliz es de color blanco afelpado en la parte superior y blanco purpura en la parte inferior. La corola es de cinco pétalos aterciopelados y de color cremoso, envuelven a cinco estambres y su pistilo es verdoso. El tipo de polinización de la naranjilla es predominante alogama o cruzada y se efectúa por insectos.

Fruto: Son esféricos o ligeramente achatados, su corteza es de color amarillo intenso, amarillo rojizo o naranja en la madurez. Les cubre una suave y tupida pilosidad, los frutos se unen al raquis de la inflorescencia

por pedicelos cortos. La pulpa es muy verdosa de sabor agridulce, se divide en cuatro secciones casi simétricas y con numerosas semillas.

Semilla: Son dicotiledóneas, lisa y redondeadas de 2 a 3 mm de diámetro y de color blanquecino cremoso. En cada fruto de la variedad común hay de 800 a 1200 semillas, con un peso aproximadamente de 3 g en estado seco. Los híbridos presentan semillas rudimentarias no viables, estos se reproducen por métodos vegetativos tradicionales mediante estacas maduras o chupones.

Siembra y etapas de cultivo: La época de siembra es todo el año, se puede tener de 1000 a 2500 plantas /ha., con un sistema en cuadro, la planta se desarrolla en 6 a 12 meses. La cosecha se la realiza de 7 a 13 meses. Su vida económica es de 2 años y existen variedades con duración de hasta 5 años.

Técnicas de cultivo: Selección de terreno: Mejorar las características físicas del terreno de la plantación en caso que sea necesario. Preparación del terreno: Incorporar materia orgánica, niveles de 4 y 5% son ideales.

Trazado de plantación: En caso necesario con curvas de nivel, evitar encharcamiento de agua, que inciden el apareamiento de enfermedades radiculares. Hoyado: 50 x 50 – 70 x 70 cm.

Fertilización de fondo: Fraccionada especialmente de N/2. La fertilización de materia orgánica de fondo se lo hace con 20 kilos de estiércol por sitio.

Trasplante: De plantas seleccionadas, se esta probando excelentes plantas desarrolladas en pilones. Podas de formación: Para lograr una buena arquitectura de la planta, robusta, resistente al viento.

Podas de fitosanidad: Eliminar periódicamente las ramas o ramillas dañadas, afectadas mecánicamente.

Manejo fitosanitario: Se recomienda establecer a tiempo sistemas de monitoreo de plagas y enfermedades, carencias nutricionales, cuidando el medio ambiente.

Cosecha y rendimiento: A la madurez fisiológica se identifica cuando el fruto empieza a tornarse de color amarillo anaranjado por lo menos en un 40%. Se debe considerar la rapidez de maduración varietal.

Tipo: Manual, depositado el fruto en recipientes que contengan en su interior acolchonados de papel, viruta, etc.

Debido a la continua producción, los frutos deben recogerse cada 7 a 10 días.

Una planta sana produce 100 150 frutos al año. Un buen rendimiento anual es de 135 frutos.

La planta puede alcanzar de dos a cuatro años de vida productiva, rindiendo hasta 135 frutos por año. Con rendimiento de 10 a 15 t/ha/año.

Una planta bien manejada puede superar las 20 t/ha/año de producción.

Variedades: Las principales características de las variedades de naranjilla que disponen los productores en el Ecuador, se puede identificar en las variedades comunes: Agria, Baeza Roja, Bolona, Dulce, Peluda y Septentrional (con espinas) y los híbridos “puyo” e “INIAP Palora”. La variedad que mas demanda tiene es la variedad “Agria” (*Solanum Quitoense*). Tiene una diferencia por su fruto esférico, algo achatado, color amarillo rojizo, diámetro de 5 a 7 cm, epidermis fina, pulpa *verde y sabor agridulce*.

2.2 EMPRESA

(ZAMBRANO, 2010) “La empresa es la organización de capital y trabajo con finalidad económica”. Sin embargo, puede anotarse que cuando se busca un concepto en la teoría es porque tenemos un límite al conocimiento por nuestros sentidos (cuando no podemos ver los hechos sino conocerlos a través del conocimiento) y por tanto el concepto teórico puede olvidar algunos otros elementos que la teoría no puede o no describe”

La empresa es una organización donde se desarrollan un sinnúmero de actividades encaminadas a la producción, transformación, distribución de bienes y/o servicios, encaminada a la consecución de objetivos económicos y sociales actuando siempre con responsabilidad social.

2.2.1 Tipos de empresas

Las empresas que existen y que se pueden formar son las siguientes:

- Sociedad anónima.
- Sociedad de responsabilidad limitada.
- Sociedades en nombre colectivo.
- Sociedad comandita simple y dividida por acciones.
- Sociedades de cuentas en participación.
- Sociedades de economía mixta.

Por sectores económicos

- **Extractivas:** Dedicadas a explotar recursos naturales.
- **Servicios:** Entregarle sus servicios o la prestación de estos a la comunidad.
- **Comercial:** Desarrolla la venta de los productos terminados en la fábrica.

- **Agropecuaria:** Explotación del campo y sus recursos.
- **Industrial:** Transforma la materia prima en un producto terminado.

2.2.1.1 Según el sector de actividad sector primario:

(DE LA HOZ & LEÓN, 2012) “También denominado extractivo, ya que el elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza: agricultura, ganadería, caza, pesca, extracción de áridos, agua, minerales, petróleo, energía eólica, etc. Sector secundario o industrial: Se refiere a aquellas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima. Abarca actividad están diversas como la construcción, la óptica, la maderera, la textil, etc. Sector terciario o de servicios: Incluye a las empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales. Comprende también una gran variedad de empresas, como las de transporte, bancos, comercio, seguros, hotelería, asesorías, educación, restaurantes, etc.

2.2.1.2 Según la propiedad del capital de organismos públicos

(DE LA HOZ & LEÓN, 2012) “Se refiere a si el capital está en poder de los particulares, o de ambos. En sentido se clasifican en: Empresa privada: La propiedad del capital está en manos privadas. Empresa pública: Es el tipo de empresa en la que el capital le pertenece al Estado, que puede ser Nacional, Provincial o Municipal. Empresa mixta: Es el tipo de empresa en la que la propiedad del capital es compartida entre el Estado y los particulares”

2.2.1.3 Según el ámbito de actividad

(DE LA HOZ & LEÓN, 2012) “Esta clasificación resulta importante cuando se quiere analizar las posibles relaciones e interacciones entre la empresa y su entorno político, económico o social. En este sentido las empresas

se clasifican en: Empresas locales: Aquellas que operan en un pueblo, ciudad o municipio. Empresas provinciales: Aquellas que operan en el ámbito geográfico de una provincia o estado de un país. Empresas regionales: Son aquellas cuyas ventas involucran a varias provincias o regiones. Empresas nacionales: Cuando sus ventas se realizan en prácticamente todo el territorio de un país o nación. Empresas multinacionales: Cuando sus actividades se extienden a varios países y el destino de sus recursos puede ser cualquier país”

2.2.1.4 Según el tamaño

(DE LA HOZ & LEÓN, 2012) “Existen diferentes criterios que se utilizan para determinar el tamaño de las empresas, como el número de empleados, el tipo de industria, el sector de actividad, el valor anual de ventas, etc. Sin embargo, e indistintamente el criterio que se utilice, las empresas se clasifican según su tamaño en: Grandes empresas: Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias. Medianas empresas: En este tipo de empresas intervienen varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles, generalmente tienen sindicato, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones. Pequeñas empresas: En términos generales, las pequeñas empresas son entidades independientes, creadas para ser rentables, que no predominan en la industria a la que pertenecen, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que las conforman no excede un determinado límite. Microempresas: Por lo general, la empresa y la propiedad son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son práctica mente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas son elementales y reducidos y el director o propietario puede atenderlos personalmente”

2.3 ESTUDIO TÉCNICO

MIRANDA, Miranda Juan José (2005) Pág.118 expresa; “Es la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y, obviamente, la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden financiero. Además se encamina a la definición de una función adecuada de producción que garantice la utilización óptima de los recursos disponibles.”

El estudio técnico permite realizar los estudios necesarios para profundizar en las diferentes áreas y procesos identificando aspectos de importancia como económicos, tecnológicos y legales, analizando los fenómenos y tendencias del entorno para derivar riesgos, amenazas y oportunidades, por último, ver qué posibilidades económicas de participar e identificar el perfil de fuerzas que compiten en el mercado.

2.3.1 Tamaño del proyecto

BACA, Urbina Gabriel (2006) pág. 92 define; “El tamaño óptimo es su capacidad instalada, se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.”

El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción del tiempo de la operación en conjunto es decir se expresa por la diferencia al total de obreros ocupados, al valor total de la inversión o de los activos totales por lo que se considera como variables del proyecto productivo, disponibilidad de insumos y materia prima, localización del

proyecto, costos de inversión y de operación y por ende el financiamiento del proyecto.

2.3.2 Localización del proyecto

MIRANDA, Miranda Juan José (2005) pág. 122 refiere: “el estudio de localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicara el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos. Estudio de localización comprende niveles progresivos de aproximación, que van desde una integración al medio nacional o regional (macro localización), desde identificar la zona urbana o rural (micro localización), para finalmente determinar un sitio preciso.”

La localización del proyecto consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas ocasionales que son factores que influyen en la decisión de la localización de un proyecto como la suma de los costos de transporte de insumos y productos, la disponibilidad y costos relativos de la mano de obra y de los insumos, los factores ambientales todo esto con el fin de que estas fuerzas produzcan la máxima ganancia o el mínimo costo unitario.

Macrolocalización: Se debe establecer con toda precisión el lugar geográfico donde va a llevarse a cabo el proyecto tomando en cuenta la región, provincia y cantón con estas consideraciones permite determinar las coordenadas geográficas, con lo cual se tiene una localización muy confiable.

Microlocalización: Se establece condiciones específicas o particulares que permite fácilmente establecer el lugar donde va a tener efecto el desarrollo del proyecto, es decir dirección exacta, croquis de ubicación y otros factores estratégicos y colaterales.

2.4. Estudio De Mercado

BACA URBINA, Gabriel; (2010), Pág. 7. Afirma: “El estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la demanda y de la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”.

Con el estudio de mercado se busca el volumen total de las transacciones de bienes o servicios a un precio definido, esto se especifica para un periodo determinado de tiempo, definiendo los canales apropiados de distribución, estos nos permite definir el volumen de bienes o servicios procedentes de una nueva unidad productora que podría absorber el mercado, el cual normalmente es menor que el volumen total obtenido a través de estudio de mercado.

2.4.1 Segmento de mercado

KOTLER, Philip; (2008), Pág. 231. Dice: “La segmentación del mercado implica la división de un mercado en grupos más pequeños de compradores con necesidades, características o conductas distintivas que podrían requerir productos o combinaciones de marketing mix distintos”.

Según la cita anterior se puede determinar que segmentar el mercado no es más que separar o fraccionar al mercado por grupos, por gustos, por edades, por sexo, por tamaño, por ingresos, etc.

2.4.2 Oferta

BACA URBINA, Gabriel; 2010; Pág. 41. Expresa: "Oferta es la cantidad de bienes o servicios que cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado".

Se entiende por oferta la cantidad de un bien o servicio que las empresas producirán y ofrecerán en ciertas condiciones durante un periodo determinado es decir a mayores precios abra mayor oferta en cantidad que a bajos precios siempre y cuando se mantengan constantes los demás factores.

2.4.3 Demanda

BACA URBINA, Gabriel; 2010; Pág. 15. Manifiesta " Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado".

Es la cantidad de un bien o servicio por el cual las personas compran a un precio determinado siempre y cuando mantengan constantes los demás factores, además con la demanda una comunidad puede utilizar sus recursos con el objetivo de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción y por ende el precio en el mercado depende entre otras cosas de la demanda del mercado para un producto en particular

2.4.4 Demanda insatisfecha

Se le determina demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, ningún producto podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

2.4.5 Mercadotecnia

Esta es una actividad humana que está relacionada con los mercados, significa trabajar con ellos para actualizar los intercambios potenciales con el objeto de satisfacer necesidades y deseos humanos, para lograr procesos de beneficio para la empresa u organización que la practique.

2.4.5.1 Producto

KOTLER, Philip; (2008), Pág. 274. Afirma: “Un producto es como cualquier cosa que se pueda ofrecer en el mercado para recibir atención, ser adquirido, utilizado o consumido y que pueda satisfacer una necesidad o deseo”.

Representa el ofrecimiento de toda empresa u organización ya sea lucrativa o no lucrativa a su propio objetivo. La gente satisface sus necesidades y deseos con productos y servicios. Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o necesidad.

2.4.5.2 Precio

BACA URBINA, Gabriel; (2010), Pág. 44. Dice: “El precio es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”.

El precio es el valor expresado en dinero de un bien o servicio ofrecido en el mercado. Pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos que se reflejan por el precio que el consumidor está dispuesto a pagar por una unidad adicional de consumo. En cuanto a la fijación del precio se toma como punto de partida a los costos y gastos de operación, financiación, complementados con estimaciones y análisis de la demanda.

2.4.5.3 Plaza

En este caso se define dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece. Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

2.4.5.4 Promoción

La promoción en los servicios puede ser realizada a través de cuatro formas tradicionales, de tal manera de poder influir en las ventas de los servicios como productos. Estas formas son:

- ✓ **Publicidad:** definida como cualquier forma pagada de presentación no personal y promoción de servicios a través de un individuo u organización determinados.
- ✓ **Venta personal.-** Definida como la presentación personal de los servicios en una conversación con uno o más futuros compradores con el propósito de hacer ventas.

- ✓ **Relaciones Públicas.-** Definida como la estimulación no personal de demanda para un servicio obteniendo noticias comercialmente importantes acerca de éste, en cualquier medio u obteniendo su presentación favorable en algún medio que no esté pagado por el patrocinador del servicio.
- ✓ **Promoción de ventas.-** Actividades de marketing distintas a la publicidad, venta personal y relaciones públicas que estimulan las compras de los clientes y el uso y mejora de efectividad del distribuidor.

2.5. Estructura Organizacional

(PALACIOS, 2011) Manifiesta; “Se entiende la estructura organizacional como el medio del que se sirve una organización cualquiera para conseguir sus objetivos. En su sentido más amplio, la estructura organizacional da orden a la empresa. Responsabiliza el talento humano de la organización en cada una de las áreas que se han definido previamente. Su finalidad es la de establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una organización para trabajar juntos de forma óptima, a fin de que sean alcanzados los objetivos corporativos”.

La administración se encuentra presente en cualquier actividad por pequeña que sea. Sin el proceso administrativo, que es un ordenamiento lógico y racional, sería imposible producir bienes y servicios para el consumo y satisfacción de necesidades de la sociedad.

2.5.1 Proceso administrativo

El proceso administrativo – organizacional comprende los siguientes pasos:

Planeación: “Es la determinación de escenarios futuros, del rumbo hacia donde se dirige la empresa o institución y de los resultados que se

pretenden obtener para minimizar riesgos y definir las estrategias a fin de lograr el propósito de la organización con una mayor probabilidad de éxito”. (Much, Galicia, Jiménez, Patiño, & Pedronni, 2011, pág. 50)

Organización: “Es el establecimiento de la estructura y procesos necesarios para la sistematización racional de recursos, mediante la determinación de jerarquías, funciones y actividades, con el fin de simplificar el trabajo”. (Much, Galicia, Jiménez, Patiño, & Pedronni, 2011, pág. 100)

La estructura organizacional generalmente se presenta en organigramas. Todas las empresas necesitan unidades o departamentos tanto en línea como en asesoría. Los gerentes de línea contribuyen directamente al logro de los objetivos y metas principales de la organización. Por lo tanto se encuentra en una cadena de mando.

“Organizar es la estructuración de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados. (Reyes Ponce, (s/f))

Dirección: La dirección esta considera como una función administrativa que tiene que ver con las relaciones interpersonales de los que dirigen o administran la institución en todos los niveles y el personal existente, a continuación se plantea conceptos de dirección de varios autores.

Munch L., Galicia E., Jiménez S., Patiño F. Pedrinni F., 2011, p.130).
“Tiene que ver con la ejecución de los planes mediante la guía de los esfuerzos del personal a través de la toma de decisiones, la motivación, la comunicación y el liderazgo”.

“Es la función administrativa que se refiere a las relaciones interpersonales de los administradores en todos los niveles de organización y sus respectivos subordinados” (Chiavenato, 2007, pág. 258)

Es coordinar las actividades para alcanzar los objetivos de la organización, tiene como principios La Motivación, El Liderazgo, La comunicación, Equipos y trabajo en equipo. Cada uno de estos principios contribuye a alcanzar las metas de la organización, a organizar los recursos humanos en la forma más efectiva y eficiente.

Control: (Much, Galicia, Jiménez, Patiño, & Pedronni, 2011, pág. 164)

“Es la fase del proceso administrativo a través de la cual se establecen estándares para evaluar los resultados obtenidos, con el objeto de corregir desviaciones, prevenirlas y mejorar continuamente las operaciones.

De acuerdo a las palabras de los autores, el control permite visualizar el cumplimiento de las actividades, estrategias, objetivos y fines institucionales, todos los componentes pueden ser evaluados tanto a nivel del recurso humano aspectos administrativos, académicos, financieros, recursos materiales, y otros; es importante que para mantener un adecuado control debe existir un sistema completo de evaluación, a través de instrumentos debidamente elaborados.

Para cumplir con los principios de la estructura organizacional es necesario profundizar acerca del manual de funciones.

2.5.2 Organigrama

(DICCIONARIO VIRTUAL, 2013) “Un organigrama es un esquema de la organigrama de una EMPRESA, entidad o de una actividad. El término también se utiliza para nombrar a la representación gráfica de las operaciones que se realizan en el marco de un proceso industrial o informático. Un organigrama permite analizar la estructura de la organización representada y cumple con un rol informativo, al ofrecer datos sobre las características generales de la organización”.

Es importante conocer qué clase de estructura organizacional utiliza la empresa, saber por qué y cómo funciona, adaptar la estructura organizacional que más se acomode a sus principios, que interés persiguen cada una de ella. La ciencia administrativa, nos permite una distribución formal de la estructura empresarial, con la utilización de los organigramas en los cuales se precisan niveles de responsabilidad, de cada uno de los empleados y directivos.

En estos gráficos de las empresas se pueden identificar.

- ✓ La división de funciones
- ✓ Los niveles jerárquicos
- ✓ Las líneas de autoridad y responsabilidad
- ✓ Los canales formales de comunicación
- ✓ La naturaleza lineal del departamento
- ✓ Los jefes de cada grupo de empleados y trabajadores
- ✓ Las relaciones que existen entre diversos puestos de la empresa.

La tipología es común identificar en los organigramas, son verticales, horizontales, circulares y escalares. El de uso más frecuente y al cual están acostumbrada la mayoría de las personas es el organigrama vertical.

2.5.3 Manual de funciones

Los manuales de funciones constituyen una guía para quienes están en los mandos altos y que deben evaluar el desempeño del personal a su cargo, comparando su eficiencia en el trabajo a ellos encomendados. Es una herramienta de información, en la que todos los cargos de la empresa encontraran la descripción clara de actividades que deben desarrollar.

El contenido de los manuales dependerá directamente del tamaño de la empresa y asunto a tratar. Los manuales no deberán ser simplemente una colección de leyes, decretos o reglamentos, son más bien el resultado de un trabajo en equipo que mantenga la misión que persigue la empresa.

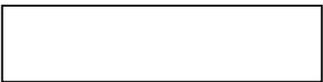
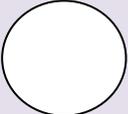
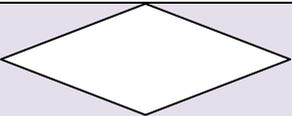
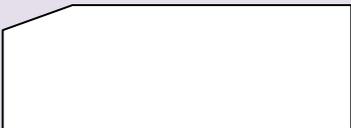
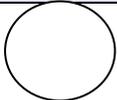
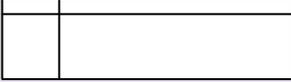
2.5.4 Flujogramas

(SOFÍA, 2008) “Es una representación gráfica de la secuencia de actividades de un proceso. Además de las secuencia de actividades, el flujograma muestra lo que se realiza en cada etapa, los materiales o servicios que entran y salen del proceso, las decisiones que deben ser tomadas y las personas involucradas (en la cadena cliente/proveedor). El Flujograma hace más fácil el análisis de un proceso para la identificación de: Las entradas de proveedores; las salidas de sus clientes y de los puntos críticos del proceso”.

Es la representación gráfica de los procesos que permiten detectar las actividades que agregan valor, proveen una descripción de los pasos y detalles de las operaciones utilizando determinados símbolos o figuras que representan una acción dentro del procedimiento esta representación es mucho más amigables que los procedimientos e instructivos basados en textos.

Cuadro N° 10

Símbolos utilizados para elaborar los esquemas del Flujograma

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Inicio o fin del proceso
	Etapa del proceso (actividad a desarrollar)
	Entrada procedente de otro proceso
	Salida del proceso (evidencia documental)
	Decisión
	Proceso preestablecido
	Elementos del entorno (normativas) a considerar para el desarrollo de una actividad.
	Conector con otra etapa del Proceso
	Almacenamiento interno
	Multidocumentos

Fuente: www.slideshare.net/anieto61/flujogramas

2.6 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

El estudio económico financiero es lo referente al manejo o movimiento de fondos ingresos o egresos, para lograr que los recursos económicos con que cuenta le sean rentables. Teniendo siempre en consideración el presupuesto financiero, si anticipa posibles déficit elabora estrategias en caso de que sucedan, y si existe excedente o superávit planea futuras inversiones que está a cargo del administrador financiero que prevé, planea, organiza, integra, dirige y controla. Esto depende del tamaño de la empresa para que tome la decisión de inversión, financiamiento y políticas.

2.6.1 Estados financieros

BRAVO Mercedes, (2009) Pág. 191 manifiesta que: “Los estados financieros se elaboran al finalizar un período contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial futuro de la compañía.”

Los estados financieros o reportes contables tienen la finalidad de dar a conocer los resultados económicos que la empresa ha tenido en un determinado ejercicio u operación para la toma de decisiones.

2.6.2. Estado de situación inicial

ROMERO, Javier. (2006), en su Obra Principios de Contabilidad ha determinado. “Es un estado financiero que muestra los recursos de que dispone la entidad para la realización de sus fines (activo) y las fuentes externas e

internas de dichos recursos (pasivo mas capital contable), a una fecha determinada” Pág. 257.

El balance es un documento contable que refleja la situación de la empresa en un momento determinado. Se considera como la representación integral del patrimonio de la empresa, es decir la representación por separado del conjunto de bienes y derechos poseídos por la empresa que es el activo, y del conjunto de obligaciones que tiene contraídos frente a terceros, así como los recursos totales que posee una empresa.

2.6.3. Estado de pérdida y ganancia

SCOTT Besley y BRIGHAM, Eugene F. (2009). Pág. 41. Manifiestan: “que también se le conoce como estado de Pérdidas y Ganancias, presenta los resultados de las operaciones de negocios durante un período específico, como un trimestre o un año y resume los ingresos generados y los gastos en que la empresa incurrió durante un período contable”.

Es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio. La primera parte consiste en analizar todos los elementos que entra en compra- venta de mercancía hasta determinar la utilidad o pérdida del ejercicio en venta. Esto quiere decir la diferencia entre el precio de costo y de venta de las mercancías vendidas.

2.6.4. Flujo de caja

BRAVO, Mercedes; (2009) pág. Indica: “este estado financiero se elabora al término de un ejercicio económico o periodo contable para evaluar con mayor objetividad la liquidez o solvencia de la empresa.”

Sintetiza las entradas y salidas de efectivo que ocurren al final del periodo. El flujo de caja es un estado de resultados que identifica las formas de entradas y salidas de dinero según su uso. Constata los ingresos por ventas, menos los costos de producción, los gastos de administración y de venta los gastos de financiamiento, los impuestos. Dentro de las salidas se toma en cuenta las depreciaciones como un incremento por no ser salida de dinero.

2.6.5. Tasa interna de retorno

FONTAINE R. Ernesto, (2008), manifiesta: “Es aquella tasa de intereses que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero”. Pag.100

Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o en momento en el que el VAN=0. La tasa Interna de Rendimiento, es medida más adecuada de la rentabilidad de un proyecto. Define el proyecto en función de la única tasa de rendimiento por periodo con el cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual. También se puede definir como la tasa de descuento inter-temporal a la cual los ingresos netos del proyecto apenas cubren los costos de inversión, de operación y de rentabilidades sacrificadas. La TIR es un valor crítico de la tasa de interés de oportunidad, señala la tasa de

rentabilidad generada por los fondos invertidos, asumiendo que los frutos de la inversión se reinvierten en el proyecto.

$$TIR = ti + (ts - ti) \left[\frac{VAN_{ti}}{VAN_{ts} - VAN_{ti}} \right]$$

Ti	Tasa inferior de redescuento
Ts	Tasa superior de redescuento
VAN	Positivo
VAN	Negativo

2.6.6. Valor Actual Neto

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

Representa la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma. Con este método se descuentan todos los flujos de efectivo a valor presente de la inversión inicial, utilizando como tasa de rendimiento requerida por los accionistas y los acreedores de recursos con costos, como el banco, que cobra intereses a la empresa por los recursos que le otorga en préstamo.

Matemáticamente se determina por la siguiente forma:

$$VAN = \text{Inversión} + \sum \text{Flujos Netos Actualizados}$$

2.6.7. Costo Beneficio

CORDOBA, Marcial, (2006), Pág. 369, expresa: “Es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad”.

Este parámetro sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos para lo cual sirve de insumos los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja. Su índice es el valor de los flujos de efectivo establecidos divididos para la inversión inicial y permite decidir si se aceptan los proyectos con el índice mayor a uno, lo que significa que el Valor Actual es mayor que la inversión y por lo tanto positivo. Sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos, los flujos que se proyectan de caja, son determinados para su cálculo. Su fórmula es:

$$B/C = \sum \frac{INGRESOS(1+i)}{EGRESOS(1+i)}$$

Si B/C es mayor que 1, tenemos un adecuado retorno

Si B/C es menor que 1, no hay un adecuado retorno, por lo tanto no atractiva inversión.

Si B/C es igual a 1, significa indiferencia tampoco es aceptable porque equivale a no haber hecho nada.

2.6.8. Tiempo De La Recuperación De La Inversión.

FLORES U. Juan A. (2007) expresa: “Que la recuperación se da cuando dentro de un año el resultado obtenido del flujo de fondos totalmente netos se recupera la inversión”. Pág. 119.

El período de recuperación está en caminado a determinar en qué tiempo se recuperará la inversión del proyecto, lo importante contribuir para que el proyecto recupere lo invertido en el menor tiempo posible para considerarlo factible y seguir trabajando sin ningún riesgo.

Este indicador de periodo de recuperaciones un elemento de evaluación económica financiera que permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el desarrollo de los flujos de caja proyectados.

CAPITULO III.

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PRESENTACIÓN

El cultivo de la naranjilla se encuentra dentro de las actividades del sector primario agrícola, ya que se lo comercializa como fruta natural, es decir, no será sometida a ningún proceso de transformación. En el Ecuador el cultivo de productos no tradicionales, cumple un papel importante dentro del campo agrícola y económico ya que ha traído nuevas tecnologías e inversiones al país y de una u otra manera está convirtiéndose en una alternativa para la exportación.

El Ecuador es un país que tradicionalmente se ha caracterizado por generar un gran porcentaje de su Producto Interno Bruto en el sector Agropecuario y de acuerdo a los resultados del Censo Agropecuario realizado por el Instituto Nacional de estadísticas y Censos, se puede afirmar que el sector agrícola es de gran importancia para la economía ecuatoriana.

El presente estudio de mercado está encaminado a determinar la demanda y oferta existente de naranjilla, que se cultive sin el uso excesivo de químicos y con la optimización de recursos de la tierra como son los abonos orgánicos. Bajo esta premisa la naranjilla tendrá una aceptación en el mercado en los clientes que tienen cultura de consumo. La meta de este proyecto productivo es implementar en la ciudad de La Bonita el cultivo de naranjilla; por reunir las condiciones más adecuadas.

En base a consultas e investigación directa se llega a la conclusión que es importante realizar un estudio de mercado técnicamente diseñado para establecer la demanda potencial de este producto en la provincia de

Sucumbíos que avale la factibilidad del proyecto para lo cual realice las encuestas a los productores, consumidores y comerciantes de naranjilla.

3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.1 General

Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda de los productores y consumidores de naranjilla en la ciudad de La Bonita, Cantón Sucumbíos.

3.2.2 Específicos

- ✓ Analizar sobre el posible consumo de la naranjilla.
- ✓ Determinar la producción de la naranjilla.
- ✓ Conocer la oferta de la naranjilla en el mercado.
- ✓ Identificar la demanda de la naranjilla en el mercado.
- ✓ Establecer los canales de comercialización que se aplica para esta fruta.
- ✓ Identificar las fuentes de financiamiento que tienen los productores de naranjilla.

3.3 VARIABLES

Entre las principales variables que se utilizó encontramos las siguientes:

- ✓ Consumo
- ✓ Producción
- ✓ Oferta
- ✓ Demanda
- ✓ Comercialización

3.3.1 Indicadores que definen las variables

Los componentes que permiten conocer y determinar cada una de las variables, están dadas por una serie de indicadores que determinan a cada una de las variables propuestas.

Consumo

- ✓ Sabor
- ✓ Conocimiento de propiedades
- ✓ Nivel de satisfacción

Producción

- ✓ Cantidades producidas
- ✓ Variedades
- ✓ Procedimiento del cultivo
- ✓ Tecnología
- ✓ Capacitación

Oferta

- ✓ Número de ofertantes
- ✓ Oferta histórica
- ✓ Crecimiento de la producción

Demanda

- ✓ Cantidad de demanda
- ✓ Demanda Histórica
- ✓ Hectáreas

Comercialización

- ✓ Comercialización
- ✓ Precio

3.3.2 Área de mercado

De acuerdo al estudio realizado, se determinó que el mercado de este tipo de fruta llega a través del intermediario a las familias consumidoras; estos

imponen los precios al consumidor por lo cual se incrementa el costo de este tipo de fruta.

Los compradores directos de la naranjilla son los intermediarios, los que llevan el producto a supermercados, mercados, también se incluyen dentro del grupo quienes trabajan en restaurantes, heladerías ya que el turismo proviene de las regiones sur, centro y litoral del país, es lo que incrementa la población consumidora del producto.

3.3.3 Identificación de la población

La población o el universo del estudio está considerado con los agricultores de la asociación “Emprendedores del Futuro”, dedicados a la producción de naranjilla con número de 155 agricultores que al ser un número considerable de personas necesariamente hay que realizar un muestreo. Además como población a investigarse están los dos intermediarios que caparan la producción de naranjilla en el sector de la Bonita y al ser un número reducido de personas se aplicará la encuesta a todos. Cabe resaltar que se aplicó una entrevista al presidente de la Asociación con la finalidad de ampliar la información sobre la producción de naranjilla.

A continuación la fórmula que se utilizará para determinar la muestra, es decir cuántas personas serán encuestadas:

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

Donde:

n = el tamaño de la muestra.

N= tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual).

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

Cálculo de la Muestra

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2} \quad \text{Datos:}$$

$$Z = 1.96$$

$$\sigma = 0.5$$

$$e = 0.05$$

$$N = 155$$

$$n = \frac{(155)(0,5)^2(1,96)^2}{(155-1)(0,05)^2 + (0,5)^2(1,96)^2}$$

$$n = \frac{(155)(0,25)(3,8416)}{(154)(0,0025) + (0,25)(3,8416)}$$

$$n = \frac{148,862}{1,3454}$$

$$n = 111$$

3.4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

3.4.1 Resultados de encuesta aplicada a los productores (anexo 1)

Pregunta N° 1

¿Qué cantidad de terreno tiene sembrado con naranjilla la Asociación?

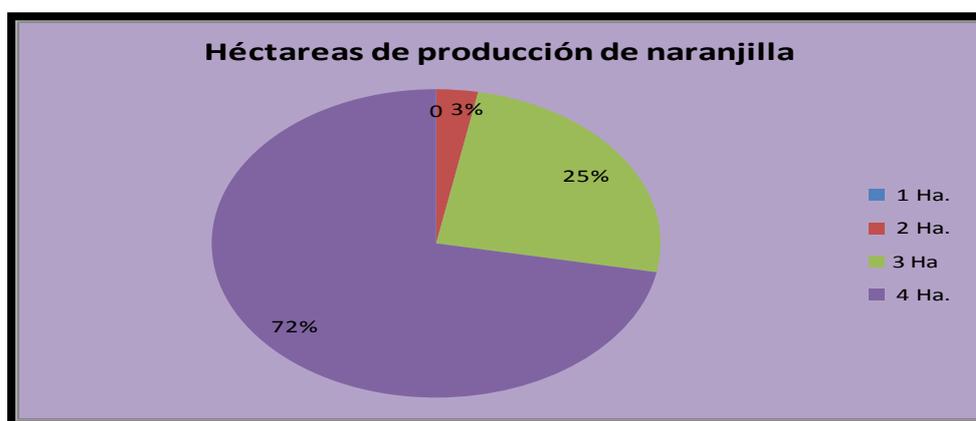
Cuadro N° 11

N°	INDICADORES	f	PORCENTAJE
1	1 Ha.	0	0
2	2 Ha.	3	3%
3	3 Ha	28	25%
4	4 Ha.	80	72%
TOTAL		111	100%

FUENTE: Encuesta a Productores de Naranjilla. Mayo, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

Gráfico N° 3



Análisis

El gráfico indica que cerca de las tres cuartas partes, de los miembros de la asociación producen naranjilla en 4 hectáreas, determinándose a su vez que todos son un grupo de personas que aportan con sus conocimientos tiempo y dinero para el desarrollo de su asociación.

Pregunta N° 2

¿Qué cantidad de hectáreas estaría usted dispuesto a incrementar en la siembra de naranjilla?

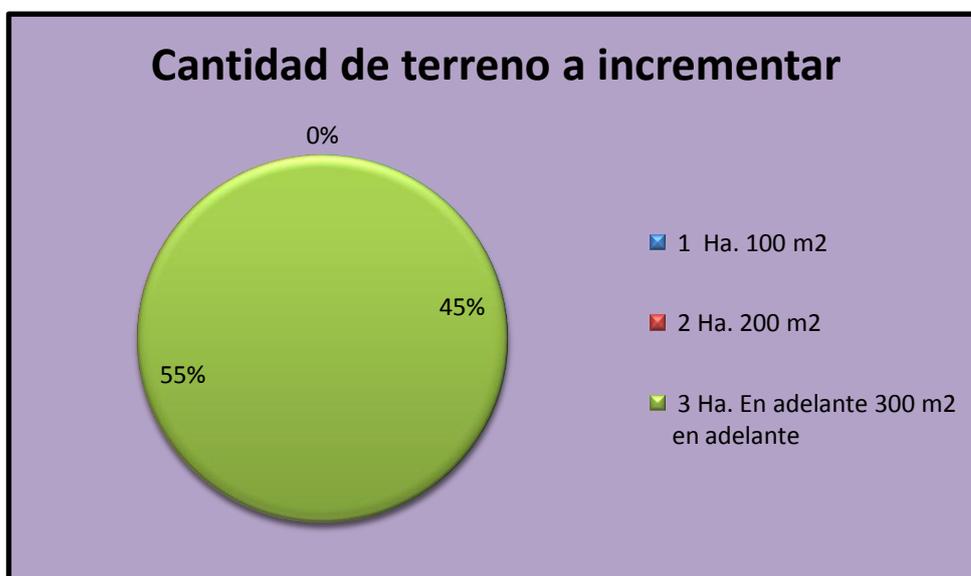
Cuadro N° 12

N°	INDICADORES	F	PORCENTAJE
1	1 Ha.	50	45%
2	2 Ha.	61	55%
3	3 Ha. En adelante	0	0%
TOTAL		111	100%

FUENTE: Encuesta a Productores de Naranjilla. Mayo, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

Gráfico N° 4



Análisis

De la investigación se desprende que en su gran mayoría de los agricultores quieren aumentar la producción de naranjilla en cantidades diferentes. Esto se debe que hay una gran demanda de naranjilla.

Pregunta N° 3

¿La producción de naranjilla es una actividad rentable?

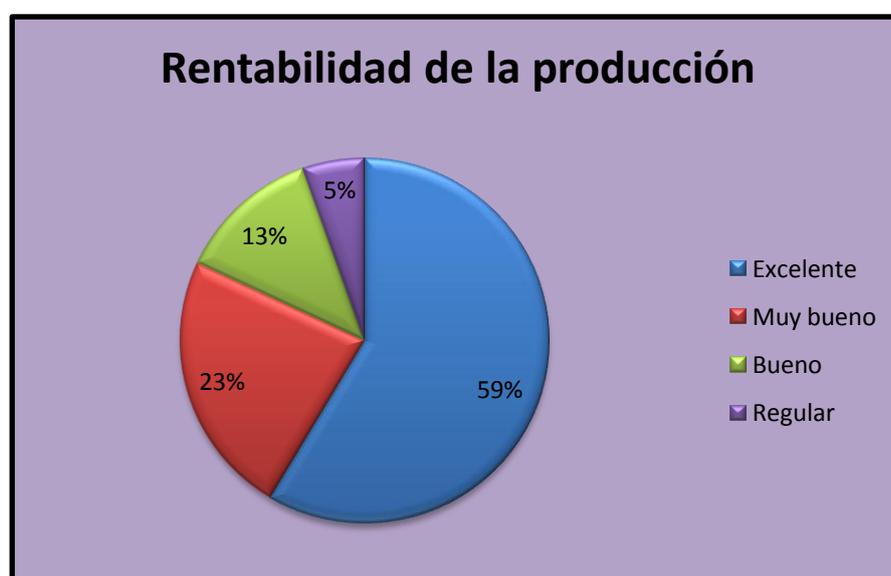
Cuadro N° 13

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Excelente	65	59%
Muy bueno	26	23%
Bueno	14	13%
Regular	6	5%
TOTAL	111	100%

FUENTE: Encuesta a Productores de Naranjilla. Mayo, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

Gráfico N° 5



Análisis

Del cuadro y Gráfico más de la mitad de los encuestados expresan que la rentabilidad de la producción y venta de la naranjilla es excelente, una cuarta parte dice que es muy buena, pocos expresan que es buen y poquísimos determinan que no es buena la rentabilidad.

Pregunta N° 4

¿Con qué frecuencia cosecha usted?

Cuadro N° 14

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Semanalmente	60	54%
Quincenalmente	46	41%
Mensualmente	4	4%
Trimestralmente	1	1%
TOTAL	111	100%

FUENTE: Encuesta a Productores de Naranjilla. Mayo, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

Gráfico N° 6



Análisis

Del cuadro y Gráfico se determina en las encuestas que más de la mitad enfocan su respuesta a que cada semana se realiza la cosecha, menos de la mitad dice hacerlo cada 15 días y poco mensualmente. Esto es consecuencia de que los agricultores programan las cosechas de esa manera.

Pregunta N° 5

¿Qué tipo de insumos utiliza para la fertilización?

Cuadro N° 15

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Orgánico	50	45%
Químico	5	5%
Mixto	56	50%
TOTAL	111	100%

FUENTE: Encuesta a Productores de Naranjilla. Mayo, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

Gráfico N° 7



Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos se establece que la mitad de los encuestado dice que los insumos son mixtos, casi la otra mitad dice que es orgánico y muy pocos utilizan insumos químicos. Por ende se determina la mayor parte de agricultores utilizan de forma mixta los fertilizantes entre orgánicos y químicos.

Pregunta N° 6

¿Qué clase de tecnología utiliza para el cultivo de naranjilla?

Cuadro N° 16

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Tradicional	61	55%
Mejorado maquina.	30	27%
Otros	20	18%
TOTAL	111	100%

FUENTE: Encuesta a Productores de Naranjilla. Mayo, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

Gráfico N° 8



Análisis

Este análisis determina que los productores de naranjilla en más de la mitad de ellos su producción es tradicional dentro del campo artesanal, la cuarta parte determina que se debe mejorar la maquinaria y menos de la quinta parte contestan que otros son sus intereses.

Pregunta N° 7

¿Cuál es la presentación del producto al momento de la entrega de la naranjilla?

Cuadro N° 17

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Cajas	71	55%
Gavetas	10	27%
Sacos	30	18%
TOTAL	111	100%

FUENTE: Encuesta a Productores de Naranjilla. Mayo, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

Gráfico N° 9



Análisis

Más de la mitad de los encuestados expresan que la presentación con la que se distribuye el producto es en cajas, más de la mitad dicen que la mejor manera es en sacos y muy poco, determinan la necesidad de vender en gavetas. Los datos demuestran que las personas realizan su distribución en cajas.

Pregunta N° 8

¿Su producto es comercializado por intermedio de?

Cuadro N° 18

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Supermercados	6	5%
Mercados	5	5%
Intermediarios	100	90%
Directo al consumidor	0	0%
TOTAL	111	100%

FUENTE: Encuesta a Productores de Naranjilla. Mayo, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

Gráfico N° 10



Análisis

De acuerdo a la encuestas se determina que casi la totalidad de las personas expresan que la distribución es por medio de intermediarios; poquísimos dicen que es por medio de un distribuidor directos, mercados y supermercados.

Pregunta N° 9

¿Qué precio de venta por caja tiene su producto?

Cuadro N° 19

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
\$ 5 - 6 \$	0	0%
\$ 6 - 7 \$	55	50%
\$ 7 - 8 \$	41	37%
\$ 8 - 9 \$	15	13%
TOTAL	111	100%

FUENTE: Encuesta a Productores de Naranjilla. Mayo, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

Gráfico N° 11



Análisis

Del cuadro y Gráfico se identificó que la mitad de agricultores coinciden en el valor de venta de su producto a intermediarios siendo su precio de 7 dólares; un poco más de la tercera parte venden de 7 a 8 dólares y pocos expresan vender de 8 a 9 dólares.

3.4.2 Resultados de encuesta aplicada a los intermediarios

Pregunta N° 1

¿Comercializa usted naranjilla?

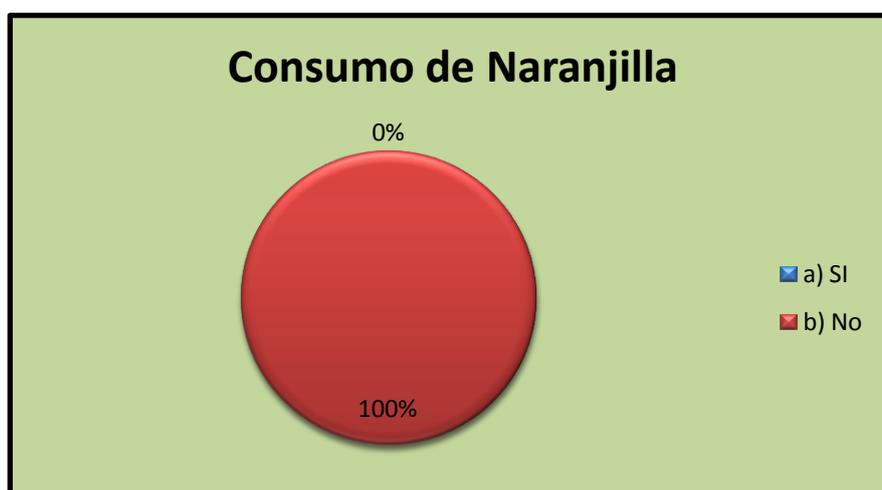
Cuadro N° 20

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	2	100%
No	0	0%
TOTAL	2	100%

FUENTE: Encuesta a Productores de Naranjilla. Mayo, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

Gráfico N° 12



Análisis

La totalidad de los encuestados expresa que compran como intermediarios el producto y los distribuye a los consumidores en los mercados, supermercados y otros; además de que están conscientes de que la fruta es muy agradable, rica en vitaminas y proteínas, y es apetecible por su sabor dulce.

Pregunta N° 2

¿En qué lugares compra usted naranjilla?

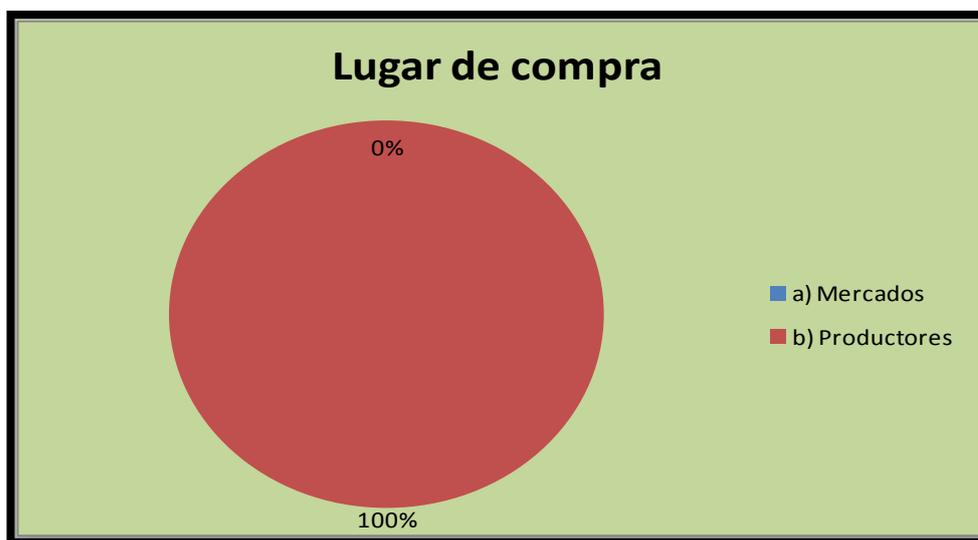
Cuadro N° 21

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
a) Mercados	0	0%
b) Productores	2	100%
TOTAL	2	100%

FUENTE: Encuesta a Productores de Naranjilla. Mayo, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

Gráfico N° 13



Análisis

Los intermediarios prefieren comprar a los productores ya que hay encuentran el producto en estado natural y fresco.

Pregunta N° 3

¿Con qué frecuencia adquiere esta fruta?

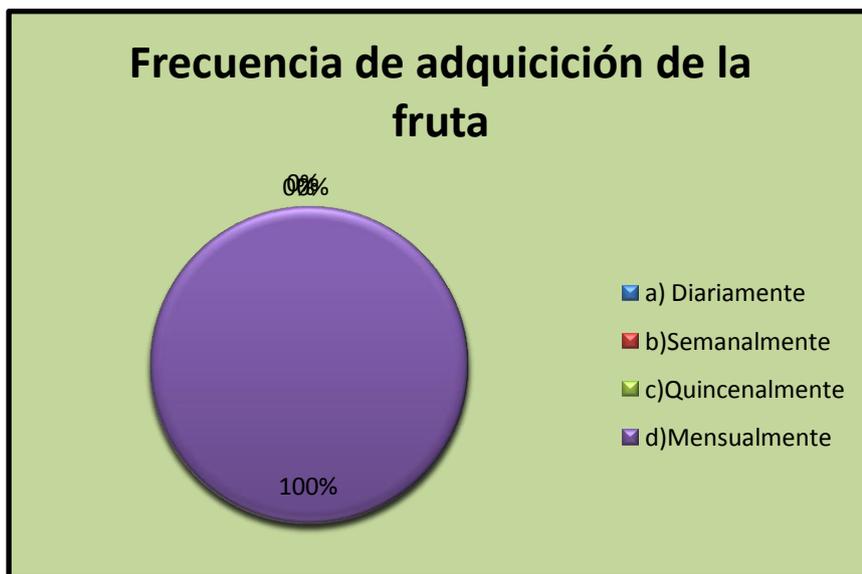
Cuadro N° 22

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
a) Diariamente	0	0%
b) Semanalmente	2	100%
c) Quincenalmente	0	0%
d) Mensualmente	0	0%
TOTAL	2	100%

FUENTE: Encuesta a Productores de Naranja. Mayo, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

Gráfico N° 14



Análisis

De acuerdo al cuadro y Gráfico se puede determinar que todos intermediarios compran naranja cada semana, comprando toda la producción de la Asociación..

Pregunta N° 4

¿Es suficiente la cantidad de Naranja que adquiere actualmente?

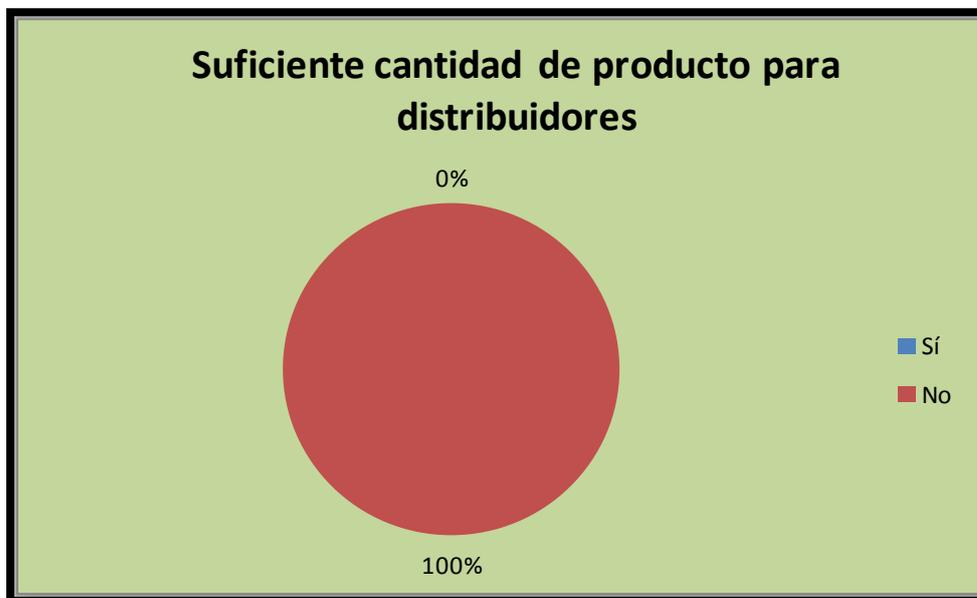
Cuadro N° 23

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Sí	0	0%
No	2	100%
TOTAL	2	100%

FUENTE: Encuesta a Productores de Naranja. Mayo, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

Gráfico N° 15



ANÁLISIS

De acuerdo al cuadro y Gráfico se puede determinar que los todos los intermediarios expresan que no es suficiente la cantidad de producto que producen la Asociación “Emprendedores del Futuro” compran naranja cada semana.

Pregunta N° 5

¿En qué porcentaje aumentaría la compra de naranjilla a los productores?

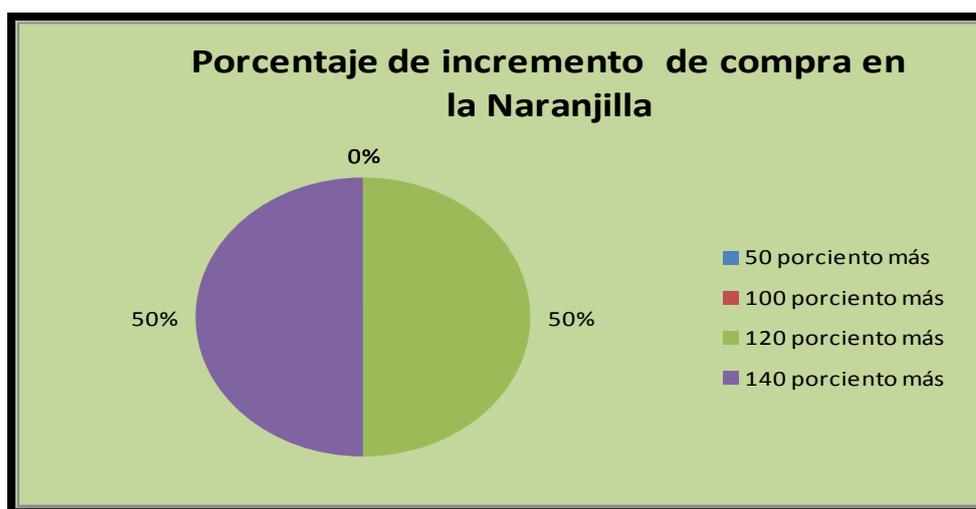
Cuadro N° 24

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
50 porciento más	0	0%
100 porciento más	0	0%
120 porciento más	1	50%
140 porciento más	1	50%
TOTAL	2	100%

FUENTE: Encuesta a Productores de Naranjilla. Mayo, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

Gráfico N° 16



Análisis

De acuerdo al cuadro y Gráfico se puede determinar que la mitad de los intermediarios desean incrementar su compra a los agricultores en un 120% y el otro 50% desean incrementar el 140%; aspecto muy importante para el presente proyecto.

Pregunta N° 6

¿Usted tiene conocimiento sobre el valor nutritivo de la naranjilla?

Cuadro N° 25

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
a) Bastante	0	0%
b) Poco	2	100%
c) Nada	0	0%
TOTAL	2	100%

FUENTE: Encuesta a Productores de Naranjilla. Mayo, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

Gráfico N° 17



Análisis

De la investigación se desprende que existe poco conocimiento sobre el valor nutritivo que tiene la naranjilla por el total de los intermediarios.

Pregunta N° 7

¿A través de qué medio de comunicación Ud. tiene conocimiento sobre el valor nutritivo de la naranjilla?

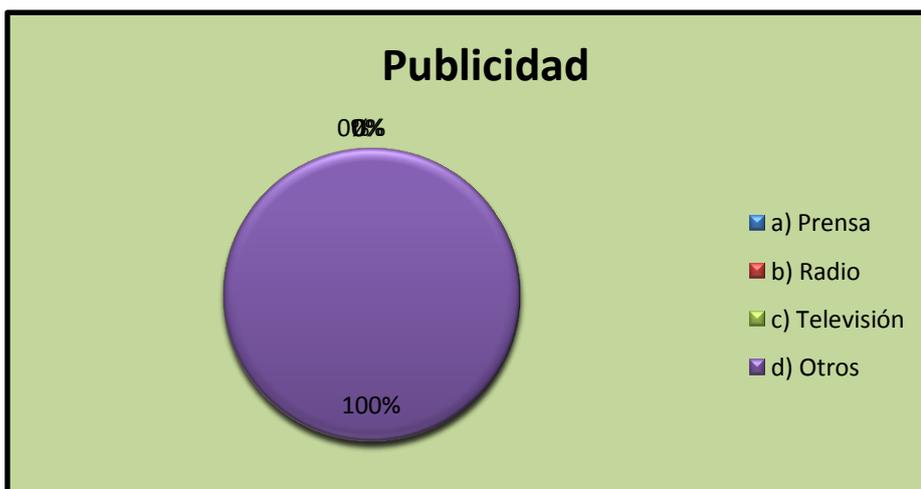
Cuadro N° 26

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Prensa	0	0%
Radio	0	0%
Televisión	2	100%
Otros	0	0%
TOTAL	2	100%

FUENTE: Encuesta a Productores de Naranjilla.
Mayo, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

Gráfico N° 18



Análisis

De acuerdo con la investigación realizada se puede determinar que los conocimientos sobre las propiedades nutritivas de la naranjilla se ha obtenido gracias a ciertos programas que transmiten por tv.

Pregunta N° 8

¿En qué forma prefiere adquirir esta fruta?

Cuadro N° 27

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
a) Natural	2	100%
b) Procesada	0	0%
c) Otros	0	0%
TOTAL	2	100%

FUENTE: Encuesta a Productores de Naranja. Mayo, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

Gráfico N° 19



Análisis

De acuerdo al cuadro y Gráfico se desprende que el total de intermediarios prefieren adquirir la naranja en forma natural, ya que de la misma manera llega a los consumidores.

Pregunta N° 9

¿Qué factores considera usted. al adquirir el producto?

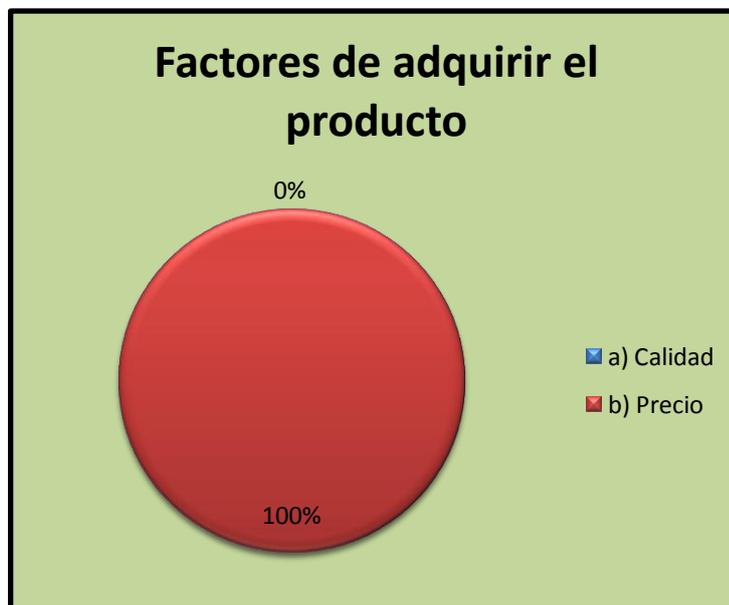
Cuadro N° 28

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
a) Calidad	0	0%
b) Precio	2	100%
TOTAL	2	100%

FUENTE: Encuesta a Productores de Naranjilla.
Mayo, 2013

ELABORACIÓN: La Autora.

Gráfico N° 20



ANÁLISIS

De la investigación realizada se puede decir que para comprar naranjilla toman en cuenta principalmente precio.

3.4.3 Informe de la entrevista al presidente de la Asociación Emprendedores Por El Futuro

Encuestado: Galo Torres

Encuestador: Srta. Alexandra G.

CUESTIONARIO

1.- ¿Cuántas cajas de naranjilla cosechan cada semana.

De acuerdo a los datos de la institución y de la experiencia diaria de estar trabajando con este producto más 15 años, cosechamos un promedio de 83 cajas de naranjilla semanales.

2.- ¿A quiénes venden su producto?

Para comercializar en los mercados la asociación no tiene vendedores, que estén todo el día vendiendo, por ello es que el producto se vende a los intermediarios, que son quienes obtienen el producto, la asociación tienen 2 intermediarios fuertes que el uno coge el producto una semana y el otro la siguiente y de esta forma van turnándose para obtener la naranjilla, estas personas venden a los comerciantes de los mercados y a los comisariatos más grandes del sector.

3.- ¿Qué tipo de producción tienen ustedes?

La producción es básicamente artesanal, como el espacio de producción es pequeño, no se requiere mayor equipo o maquinaria, más bien las herramientas básicas de la agricultura.

4.- ¿Cuántos empleados se requiere para mantener la producción durante todo el año?

Las cuatro hectáreas pertenecientes a la asociación se mantienen con 1 trabajador o jornalero permanente, unos dos o tres trabajadores ocasionales para el día de la cosecha, y por lo general para este día también ayudan los miembros de la asociación considerando que todos son agricultores y son parte de esta institución.

3.5 IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA

3.5.1 Análisis de la oferta

Los datos del cuadro N° 13 muestran que la oferta de naranjilla tiene la tendencia de crecimiento en el transcurso del tiempo, es decir irá progresando, ya que se considera a la producción de naranjilla como una actividad que da buenos rendimientos económicos.

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y requiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio.

La oferta al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios del producto en el mercado, los apoyos y gubernamentales a la producción.

3.5.2 Datos para determinar la oferta

Para establecer la oferta se toma en cuenta el cuadro N° 11 de las encuestas a los productores donde se determinan que la Asociación Emprendedores del Futuro producen naranjilla en 4 hectáreas; en la pregunta N° 4 se establece que la cosecha la realizan semanalmente, este dato define que la producción es semanal, de acuerdo a la encuesta

de intermediarios se establece que ellos compran la cosecha semanalmente; en la pregunta N° 1 de la entrevista al presidente de la Asociación se detalla que la Asociación cosecha un promedio de 83 cajas de naranjilla cada semana, dato que nos ayudará a determinar una proyección al mes y el año.

3.5.2 Proyección de la oferta

Para proyectar la oferta del consumo de la naranjilla, se utilizó como base la tasa de crecimiento población de Sucumbíos que de acuerdo al INEC del 2010 es de 1,4%.

Cuadro N° 29

Datos de la oferta

N° DE HECTÁREAS	PRODUCCIÓN SEMANAL EN CAJAS	TOTAL MENSUAL EN CAJAS	TOTAL ANUAL EN CAJAS
4	83	332	3.984

Cuadro N° 30

Proyección de la oferta

AÑOS	TCPA (1.4%)	PROYECCIÓN
2013		3.984
2014	$M=3.984(1+0,014)^1$	4.040
2015	$M=3.984(1+0,014)^2$	4.097
2016	$M=3.984(1+0,014)^3$	4.154
2017	$M=3.984(1+0,014)^4$	4.212
2018	$M=3.984(1+0,014)^5$	4.271

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORACION: La Autora.

3.6 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

3.6.1 Análisis de la demanda

De acuerdo a los datos obtenidos de las encuestas aplicadas a intermediarios de la ciudad de La Bonita se identificó que compran naranjilla en estado natural.

La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio y el nivel de ingreso de la población.

3.6.2 Proyección de la demanda

Para obtener la demanda del producto se toma en cuenta los siguientes datos:

De acuerdo a los datos de la entrevista al presidente de la Asociación Emprendedores del Futuro Sr. Galo Torres, expresa en la pregunta N° 1 que en las cuatro hectáreas de terreno se cosechan 83 cajas de naranjilla semanalmente.

En el cuadro N° 24 de la encuesta a los intermediarios, se establece que el promedio de incremento en el porcentaje de compra de naranjilla por parte de los intermediarios es del 130% semanal.

El consumo se determina en base a la tasa de crecimiento poblacional.

Cuadro N° 31
Datos de la demanda

COMPRA ACTUAL DEL PRODUCTO POR INTERMEDIARIOS EN CAJAS	INCREMENTO DE LA COMPRA EN PORCENTAJE	DEMANDA SEMANAL EN CAJAS	DEMANDA MENSUAL EN CAJAS	DEMANDA ANUAL EN CAJAS
83	130%	190	760	9.120

FUENTE: Investigación Propia. Mayo, 2013

ELABORACION: La Autora

3.6.3 Proyección de la demanda potencial

Para establecer la demanda proyectada se utilizó información de las encuestas aplicadas tanto a propietarios como a consumidores tomando en cuenta que el año base del proyecto en este caso es el 2013. La proyección se realizará para cinco años de acuerdo a la vida útil del proyecto.

Para la realización del proceso se calcula la tasa de crecimiento anual de año en año que es del 1,4%. En el presente proyecto se utiliza la información referente a las proyecciones de la población en los 5 años anteriores.

Cuadro N° 32

Proyección de la demanda potencial

AÑOS	TCPA (1.4%)	PROYECCIÓN
2013		9.120
2014	$M=9.120 (1+0,014)^1$	9.248
2015	$M=9.120 (1+0,014)^2$	9.377
2016	$M=9.120 (1+0,014)^3$	9.508
2017	$M=9.120 (1+0,014)^4$	9.641
2018	$M=9.120 (1+0,014)^5$	9.776

FUENTE: Investigación Propia. mayo, 2013

ELABORACION: La Autora.

En los datos de la proyección de la demanda se establece que la tasa de crecimiento promedio anual no tiene mucha variación, más bien se mantiene en cantidades aproximadas; debido a la TCPA que es del 1,4%, esto define las expectativas de crecimiento, al ser estables garantizan una factibilidad real del proyecto.

3.7 DETERMINACION DE DEMANDA INSATISFECHA

La estimación de la demanda insatisfecha es importante ya que identifica si existe un mercado al que no se haya llegado, o no está satisfecho con el servicio o producto que se oferta, y se lo calcula con la siguiente fórmula.

$$DI = D - O$$

$$\text{DEMANDA INSATISFECHA} = \text{DEMANDA} - \text{OFERTA}$$

Cuadro N° 33

Determinación de la demanda insatisfecha

AÑOS	OFERTA DE NARANJILLA CAJA	DEMANDA DE NARANJILLA CAJA	DEMANDA INSATISFECHA EN CAJAS
2013 Año 0	3.984	9.120	5.136
2014	4.040	9.248	5208
2015	4.097	9.377	5.281
2016	4.154	9.508	5.355
2017	4.212	9.641	5430
2018	4.271	9.776	5.506

ELABORADO POR : La Autora

En el presente cuadro se demuestra que sí existe una demanda insatisfecha, si se compara los datos con la oferta proyectada de la naranjilla se puede observar que hay una gran oportunidad en el mercado, por lo que el presente estudio genera resultados positivos.

3.8 CAPACIDAD INSTALADA DEL PROYECTO

El tamaño o capacidad del proyecto se determina por la capacidad de producción que el proyecto pueda cubrir de la demanda potencial insatisfecha que se estableció en el estudio de mercado.

De acuerdo a la capacidad de producción de las 4 hectáreas de terreno el proyecto cubre el 77,6% de la demanda insatisfecha.

La demanda insatisfecha es de 5.136 cajas anuales y las 4 hectáreas de terreno cubrirá 3.984 cajas anuales.

Es importante mencionar que las 4 hectáreas de terreno producen 83 cajas semanales, 3.984 al año y para poder aumentar la producción y poder cubrir el 1.4% de crecimiento de la demanda se tecnificará la producción a través de la lombricultura que según Pérez Carlos (2011) en su texto “*Producción más producción*” Lima Perú expresa “La lombricultura permite el incremento de la producción agrícola, así como el incremento de la calidad de producto”.

CUADRO N° 34

AÑO	NÚMERO DE CAJAS DE DEMANDA INSATISFECHA	NÚMERO DE HECTÁREAS A PRODUCIR	NÚMERO DE CAJAS QUE SE PUEDE CUBRIR DE ACUERDO A LAS 4 HECTÁREAS CON EL 77,6%	PRECIO PROYECTADO	TOTAL DE VENTAS
2013 AÑO (0)	5.136	4	3.984	7,00	27.888,0
2014	5208	4	4.040	7,21	29,128,4
2015	5.281	4	4.097	7,43	30,440,7
2016	5.355	4	4.154	7,65	31.778,1
2017	5430	4	4.212	7,88	33.190,6
2018	5.506	4	4.271	8,12	34.680,5

Elaborado por la autora
Fuente: Investigación propia

3.9 ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DEL PRECIO

El precio es el elemento más importante, ya que constituye un aspecto esencial en el proceso de producción y comercialización del producto y está determinado por la oferta y la demanda. Los precios son fijados principalmente por el mercado, pero son manipulados por los intermediarios.

Para la fijación de precios de venta de la naranjilla se consideró la tasa de inflación del año 2013 al mes de mayo que es del 3,01 %. Datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador.

A continuación se muestra las proyecciones del precio del producto, mismo que se irá incrementando de acuerdo a la inflación del año 2013 partiendo del precio del mercado.

Cuadro N° 35

Proyección del precio

AÑOS	CÁLCULO	PRECIO POR CAJA
2013		7,00
2014	$M=7,00(1+3,01\%)^1$	7,21
2015	$M=7,00(1+3,01\%)^2$	7,43
2016	$M=7,00(1+3,01\%)^3$	7,65
2017	$M=7,00(1+3,01\%)^4$	7,88
2018	$M=7,00(1+3,01\%)^5$	8,12

Elaborado por : La Autora

Tomando como base el precio de la caja de naranjilla del año 2013 se realizó la proyección para los 5 años siguientes, y se obtiene como resultado para el año 2014 un precio de \$ 7,21, proyectándose de la misma manera para el año 2018 un crecimiento del precio de la caja de naranjilla a \$ 8,12.

3.9.1 Comportamiento del precio

El precio fluctúa y está sujeto a la economía de libre mercado, que varía entre la oferta y la demanda.

Se observa que el precio de la naranjilla, es un factor incontrolable para los productores, debido a que está sujeto a la oferta y la demanda, en los cuales influyen ciertas circunstancias como son la crisis de la producción.

El productor de acuerdo al libre juego de la oferta y la demanda en la ciudad de La Bonita puede subir y bajar el precio de los productos en función de la fluctuación de la demanda.

3.10 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

En la comercialización del producto se debe tomar muy en cuenta los diferentes caminos que vinculen el producto desde el punto de su origen hasta su destino final, siempre tratando de optimizar recursos y tiempo.

3.10.1 Canales de comercialización

Gráfico N° 21

Canales de comercialización

Canal indirecto



Publicidad

El medio de comunicación que se utilizara para promocionar el producto es a través de la Radio Sucumbíos con un espacio a contratarse de una cuña por día, de preferencia martes ya que existe la feria agrícola en el sector. En esta fase se apoyará con materiales impresos como trípticos, afiches, adhesivos y volantes, para fortalecer y dar a conocer la producción de la nueva empresa productora de naranjilla.

3.11 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Hay buenas razones para creer que el negocio de la producción y comercialización de la naranjilla ira en crecimiento durante mucho tiempo ya que el consumo de este producto es cada vez más alto, es accesible a todos los niveles sociales y del gusto de los consumidores. De acuerdo al estudio realizado se ha llegado a determinar que la empresa tiene buenas oportunidades para crecer y posesionarse en el mercado.

CAPITULO IV.

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 PRESENTACIÓN

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto.

Todo proyecto, conservando sus características particulares, tiene una configuración individualizada para su producción, lo que hace casi imposible la existencia de proyectos similares desde el punto de vista técnico de su diseño, aunque la secuencia y las características de los procesos sean similares.

Para establecer los diferentes niveles de producción, se debe tomar en cuenta aspectos importantes como son: el diseño del equipo, características de operación, capacidad de procesamiento, los recursos necesarios a utilizar, etc., mismo que permite identificar el sector donde se implemente el proyecto.

Luego de haber establecido mediante el estudio de mercado la existencia de demanda a satisfacer, es importante tener las condiciones necesarias para la implementación del proyecto, con la finalidad de obtener un producto de calidad.

4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Con la finalidad de establecer la localización del proyecto, se partirá del área geográfica general que se hizo referencia en el estudio de mercado, en la cual se implementará el proyecto y desde donde será distribuirá el

producto. El estudio de localización plantea dos niveles de avance en el proceso de decidir el lugar apropiado para su instalación.

4.2.1 Macrolocalización

La empresa de producción y comercialización de naranjilla se ubicará en la ciudad de La Bonita, Cantón Sucumbíos, Provincia de Sucumbíos, República del Ecuador.

Gráfico Nº 22

MAPA DE MACROLOCALIZACIÓN

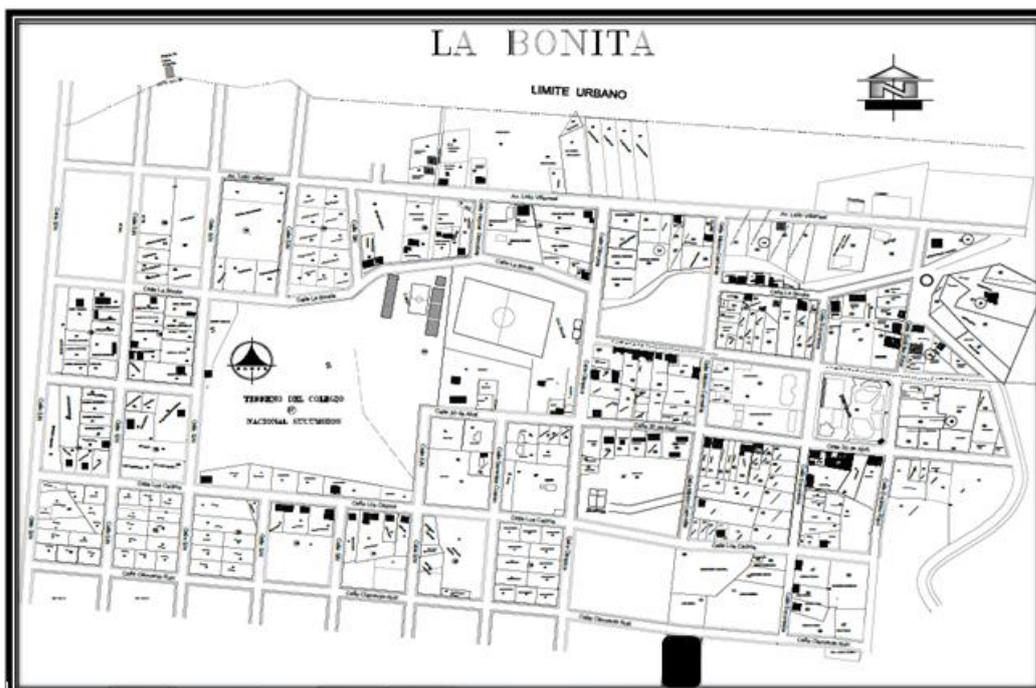


FUENTE: Municipio de Sucumbíos

4.2.2 Microlocalización

La planta se ubicará al final de la ciudad, en el sector de San Luis que delimita la calle Clemente Ruiz de la ciudad de La Bonita, en el cantón Sucumbíos de propiedad de la familia Cabrera. El espacio de terreno es de 4 hectáreas.

Gráfico N°. 23



Este sector ofrece garantías para la disponibilidad de recursos, como son:

➤ **Disponibilidad de Servicios Básicos**

La ciudad de La Bonita cuenta con todos los servicios básicos, como energía eléctrica, agua, alcantarillado, teléfono, agua de regadío para los terrenos; que ayudará a la producción y comercialización de la fruta.

➤ **Disponibilidad de Mano de Obra**

Gran parte de los habitantes de La Bonita, tienen experiencia en el campo agrícola, lo que facilita la contratación de mano de obra, tomando como factor principal la necesidad del trabajo.

➤ **Vías de Comunicación**

En cuanto al transporte y vías de acceso; La Bonita tiene dificultades con el transporte ya que en su mayoría son únicamente vías de segundo orden.

➤ Factores Ambientales

Factor ambiental; el tener el clima tropical y subtropical, facilita su cultivo por cumplir con las condiciones agroecológicas. Y que mejoradas las técnicas, aumentaran la producción de naranjilla.

4.2.3 Fijación de la capacidad del proyecto

La capacidad del proyecto se determina tomando en cuenta el número de cajas de producción al año, considerando la información recolectada con el estudio de mercado. Es así que el “**Deliciosa Naranjilla**” tendrá en los próximos 5 años de funcionamiento, la siguiente capacidad productiva.

CUADRO N° 36

TAMAÑO Y UTILIZACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

PERIODOS	PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN CAPACIDAD	NÚMERO DE CAJAS QUE SE PUEDE CUBRIR DE ACUERDO A LAS 4 HECTÁREAS TIERNO
2013 A. (0)	77,6%	3.984
2014	77,6%	4.040
2015	77,6%	4.097
2016	77,6%	4.154
2017	77,6%	4.212
2018	77,6%	4.271

Fuente: Investigación

Realizado por: La autora

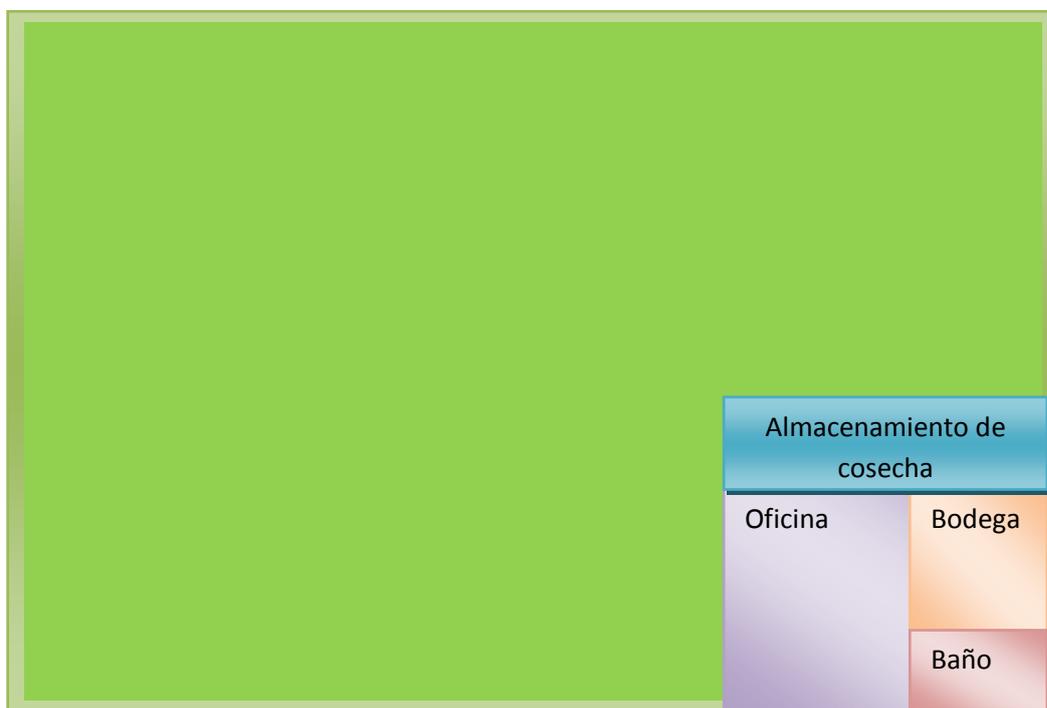
4.3 INGENIERIA DEL PROYECTO

4.3.1 Infraestructura del proyecto

Para el desarrollo del proyecto se cuenta con un terreno de 4 hectáreas, de las cuales un espacio de 100 metros cuadrados será considerado para el área administrativa.

Gráfico N° 24

Croquis del la infraestructura



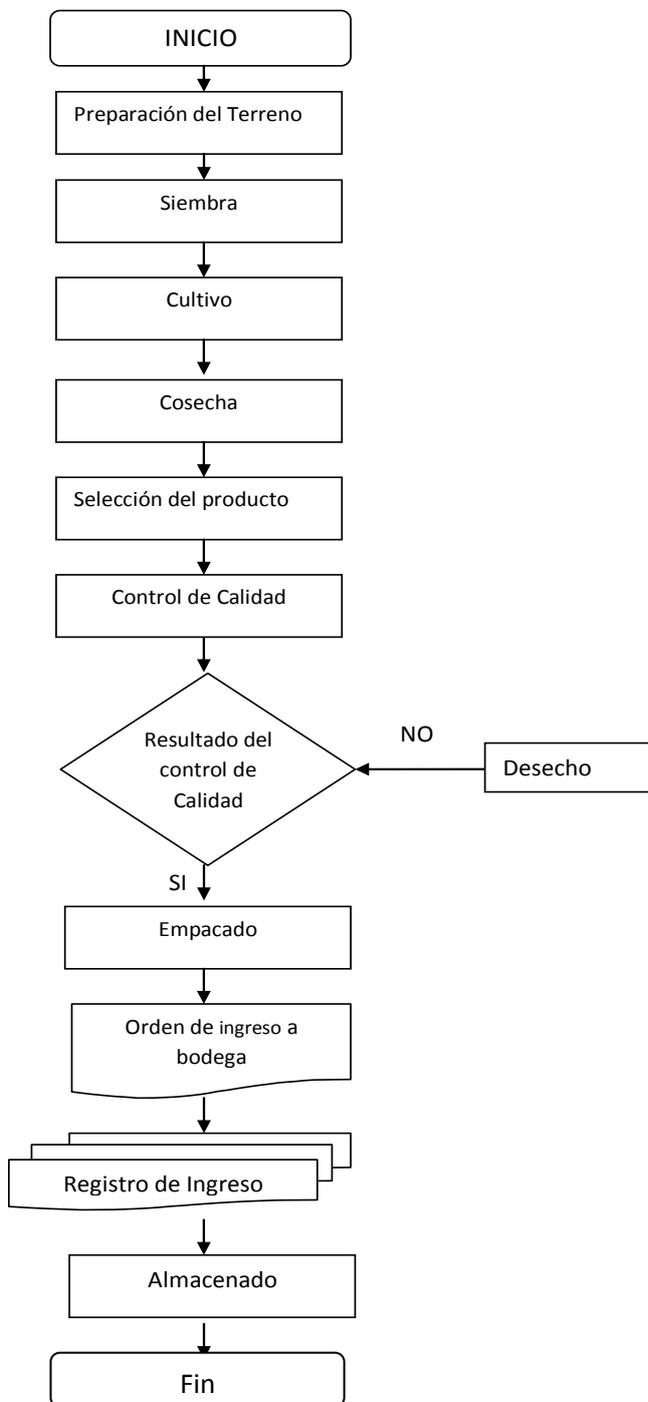
Elaboración: La Autora

4.3.2 Proceso de producción

- Preparación del terreno
- Siembra
- Cultivo
- Cosecha
- Empacado
- Control de calidad
- Orden de ingreso a bodega
- Registro de ingreso
- Almacenado

Gráfico N° 25

Flujograma De Producción



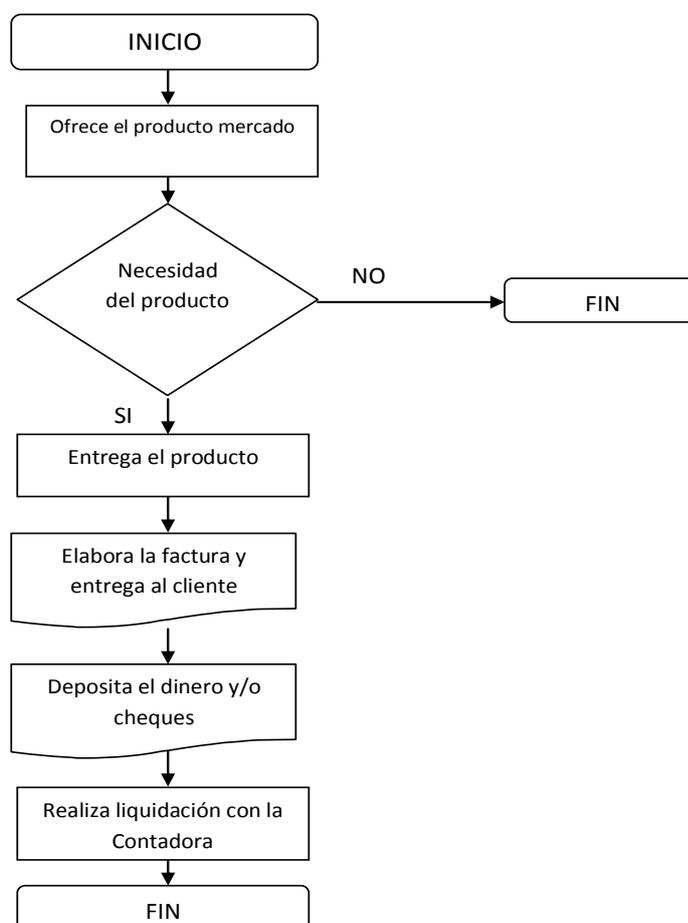
Elaborado por: La autora

4.3.3 Proceso de comercialización

- Ofrecer el producto a la mercado
- Necesidad del producto
- Entrega del producto
- Elabora la factura y entrega al cliente
- Deposita el dinero y/o cheques
- Realiza liquidación con la contadora

Flujograma De Comercialización

Gráfico N° 26



Elaborado por: La autora

4.4 PRESUPUESTO TÉCNICO

4.4.1 Inversión Fija

La empresa no tendrá inversión en la adquisición de terreno, como también en la construcción de la infraestructura física; ya que se arrendará un terreno del sector, tomando en cuenta que en estas zonas del oriente existen grandes cantidades de terrenos que no son utilizados y se los arrienda a bajo precio.

4.4.2 Muebles Y Enseres

Son los muebles destinados para el funcionamiento de la empresa.

Cuadro N° 37

Muebles y enseres

DETALLE	CANT.	COSTO UNT.	COSTO TOTAL
Escritorio Modular	1	50,00	50,00
Sillas Giratorias	1	17,00	17,00
Estanterías - perchas metálicas	1	15,00	15,00
Mesa de selección o clasificación	1	75,00	75,00
TOTAL			157,00

FUENTE: Proveedores

ELABORADO POR: La Autora

4.4.3 Equipos de Computación

Los equipos de cómputo necesarios para la puesta en marcha de la Administración de la empresa son los básicos a utilizarse y se los detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 38

Equipo de computación

DETALLE	CANT.	COSTO UNT.	COSTO TOTAL
Computadora de escritorio	1	670,00	670,00
Impresora	1	70,00	70,00
TOTAL			740,00

FUENTE: Proveedores

ELABORADO POR: La Autora

4.4.4 Equipo de Oficina

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

Cuadro N° 39

Equipo de oficina

DETALLE	CANT.	COSTO UNT.	COSTO TOTAL
Teléfono – Fax	1	45,00	45,00
TOTAL			45,00

FUENTE: Proveedores

ELABORADO POR: La Autora

4.4.5 Suministros De Oficina

Cuadro N° 40

Suministros de oficina

DETALLE	CANT.	COSTO UNT.	COSTO TOTAL
Resmas de papel bon A4 x 500	1	3,00	3,00
Carpetas grandes	1	2,00	2,00
Caja de bolígrafos p. medio bic x 24	1	4,20	4,20
Caja de clips	1	0,30	0,30
Sellos automáticos	1	5,00	5,00
Dispensador de cinta	1	1,50	1,50
TOTAL			16,00

FUENTE: Proveedores

ELABORADO POR: La Autora

4.4.6 Herramientas y material auxiliar

Cuadro N° 41

Herramientas y Material Auxiliar

DETALLE	CANT.	COSTO UNT.	COSTO TOTAL
Machetes	4	5,00	20,00
Palas	4	7,00	28,00
Picos	4	8,00	32,00
Bomba de Fumigar	1	300,00	300,00
TOTAL			380,00

FUENTE: Proveedores

ELABORADO POR: La Autora

Inversión Fija

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

Cuadro N° 42

Inversión activos fijos

DETALLE	CANT.	COSTO UNT.	COSTO TOTAL
Muebles y enseres	1	157,00	157,00
Equipo de oficina	1	45,00	45,00
Suministros de oficina	1	16,00	16,00
Equipo de Computación	1	740,00	740,00
Herramientas y Material auxiliar	1	380,00	380,00
TOTAL			1.338,00

FUENTE: Proveedores

ELABORADO POR: La Autora

4.4.7 Inversiones Diferidas

Como las inversiones diferidas se identifica a todos los gastos iniciales para la creación de la empresa.

Cuadro N° 43

Inversión Diferida

DESCRIPCION	VALOR
Constitución	400,00
Permisos de Funcionamiento	100,00
Estudio Técnico	500,00
TOTAL	1.000,00

FUENTE: Proveedores

ELABORADO POR: La Autora

4.4.8 Capital De Trabajo

El capital de trabajo \$ 16.599,71 es el monto de efectivo con que se cuenta para el inicio de las actividades productivas, es decir el desembolso de dinero antes de percibir ingresos. Para el presente proyecto se considera que el capital de trabajo esta destinado a cubrir los costos, según el siguiente detalle:

Cuadro N° 44

Capital de trabajo

RUBRO/AÑOS	2014
Gastos Administrativos	6.388,15
Costos de Producción	10.170,36
Gasto de Ventas	41,20
TOTAL	16.599,71

Elaborado por: La Autora

4.4.9 Inversiones Total del Proyecto

La inversión total que se necesita para la producción y comercialización de naranjilla es la siguiente:

Cuadro N° 45

Inversión total

DETALLE	VALOR	PORCENTAJE
INVERSIÓN FIJA	1.338,00	75%
INVERSIÓN DIFERIDA	1.000,00	1%
CAPITAL DEL TRABAJO	16.599,71	24%
TOTAL INVERSIÓN	18.937,71	100%

ELABORADO POR: La Autora

4.4.10 Recurso Humano

Para el funcionamiento de la empresa de producción y comercialización de naranjilla se requerirá de cuatro personas para la administración y producción, de acuerdo al siguiente detalle.

Cuadro N° 46

Personal para operación del proyecto

AREA	PERSONAL	N°	REMUNERACIÓN
AMINISTRATIVA	Administrador/ Contador	1	318,00
OPERATIVA	Jornaleros	3	318,00
TOTAL		4	636,00

ELABORADO POR: La Autora

CAPITULO V.

5. ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

Este estudio pretende determinar cual es el monto y los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto; así como otra serie de indicadores que servirán de base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación financiera.

5.1 DETERMINACIÓN DE INGRESOS

Cuadro N° 47

Presupuesto Por Ingresos Por Venta

De Naranjilla

AÑOS	CANTIDAD DE CAJAS	PRECIO	TOTAL INGRESOS
2013	3.984	7,00	
2014	4.040	7,21	29.128,40
2015	4.097	7,43	30.440,71
2016	4.154	7,65	31.778,10
2017	4.212	7,88	33.190,56
2018	4.271	8,12	34.680,52

ELABORADO POR: La Autora

La cantidad de producción fue determinada en el estudio del mercado en base a la capacidad utilizada del proyecto. Los precios se incrementan en base a la tasa de inflación y a la tasa de producción.

5.2 DETERMINACIÓN DE EGRESOS

Costo de producción

Los costos de producción están formulados por: materia prima directa, mano de obra y costos generales de fabricación.

Materia Prima

La materia prima en el presente estudio, constituye únicamente las plantas.

Cuadro N° 48

Costo Producción Materia Prima

AÑOS	PLANTAS	PRECIO	TOTAL
2013		0,25	
2014	4.400	0,26	1.133
2015	-	-	-
2016	-	-	-
2017	-	-	-
2018	-	-	-

ELABORADO POR: La Autora

Los costos en materia prima directa durante el primer año son de 1.133. Hay que mencionar que para los cuatro años siguientes no se compran las plantas de naranjilla, ya que la vida útil de la planta es de cuatro a cinco años, implicando que entre estos intervalos habrá una disminución de los gastos.

Mano de Obra Directa

Corresponde a los costos por concepto de pago de la remuneración a trabajadores temporales y permanentes. Es 1 trabajador permanente quien se encargara de estar contantemente fumigando y abonando el cultivo de naranjilla y los 2 trabajadores temporales que lo harán sólo para cosecha.

Cuadro N° 49

Proyección de sueldos unificados

AÑOS	CÁLCULO	TRABAJADORES AGRICOLA
1013		318,00
2014	$M=318(1+0,09)^1$	346,62
2015	$M=318(1+0,09)^2$	377,82
2016	$M=318(1+0,09)^3$	411,82
2017	$M=318(1+0,09)^4$	448,88
2018	$M=318(1+0,09)^5$	489,28

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N° 50

Proyección Trabajador Permanente

RUBRO/AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Trabajador Permanente	318	346,62	377,82	411,82	448,88	489,28
TOTAL		346,62	377,82	411,82	448,88	489,28

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 51

Remuneración Trabajador Permanente

RUBRO/AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
SUELDO B. U	4.159,44	4.533,79	4.941,83	5.386,60	5.871,39
APORTE PATRONAL	505,37	550,86	600,43	654,47	713,37
FONDO RESERVA		377,82	411,82	448,88	489,28
DECIMO T.	346,62	377,82	411,82	448,88	489,28
DECIMO C.	346,62	377,82	411,82	448,88	489,28
TOTAL	5.358,05	6.218,09	6.777,72	7.387,72	8.052,61

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 52

Proyección Diario Trabajadores Temporales

AÑOS	VALOR DIARIO	DIAS LABORALES	CANTIDAD TRABAJADORES	TOTAL
2013	8			
2014	8,24	12	2	2.373,35
2015	8,49	12	2	2.444,79
2016	8,74	12	2	2.518,38
2017	9,01	12	2	2.594,18
2018	9,28	12	2	2.672,26

ELABORADO POR: La Autora

Los sueldos básicos unificados se proyectaron con la tasa de crecimiento calculada del periodo 2009 – 2013 del sueldo básico unificado general siendo la tasa de 9%.

Cuadro N° 53

Proyección De La Mano De Obra Directa

RUBRO/AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
SUELDO B. U	2.373,35	2.444,79	2.518,38	2.594,18	2.672,26
APORTE PATRONAL	288,36	297,04	305,98	315,19	324,68
FONDO RESERVA		203,73	209,86	216,18	222,69
DÉCIMO T.	197,78	203,73	209,86	216,18	222,69
DÉCIMO C.	197,78	203,73	209,86	216,18	222,69
TOTAL	3.057,27	3.353,03	3.453,95	3.557,92	3.665,01

Elaborado por: La Autora

5.3 GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

5.3.1 Materiales Indirectos

Constituyen los fertilizantes e insumos para la naranjilla.

Cuadro N°54

Materia Prima Indirecta

RUBROS/AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017	2018
UREA:						
CANTIDAD Kg		150	150	150	150	150
PRECIO	1	1,03	1,06	1,09	1,13	1,16
TOTAL		154,52	159,17	163,96	168,89	173,98
10-30-10:						
CANTIDAD Kg		200	200	200	200	200
PRECIO	1	1,03	1,06	1,09	1,13	1,16
TOTAL		206,02	212,22	218,61	225,19	231,97
MURIATO DE POTASIO						
CANTIDAD Kg		175	175	175	175	175
PRECIO	0,5	0,52	0,53	0,55	0,56	0,58
TOTAL		90,13	92,85	95,64	98,52	101,49
SULPOMAG						
CANTIDAD Kg		25	25	25	25	25
PRECIO	2,50	2,58	2,65	2,73	2,81	2,90
TOTAL		64,38	66,32	68,32	70,37	72,49
RANGER GLIFOCOR						
CANTIDAD Kg		3	3	3	3	3
PRECIO	3,75	3,86	3,98	4,10	4,22	4,35
TOTAL		11,59	11,94	12,30	12,67	13,05
BASUDIN						
CANTIDAD Kg		3	3	3	3	3
PRECIO	3,50	3,61	3,71	3,83	3,94	4,06
TOTAL		10,82	11,14	11,48	11,82	12,18
TOTAL CGF		537,45	553,63	570,30	587,46	605,14

ELABORADO POR: La Autora

Los costos de la materia prima indirecta para el primer año es 537,45 llegando a la suma proyectada de 605,14 en el quinto año de producción.

5.3.2 Costos Indirectos de Fabricación

Esta compuesto por los servicios básicos.

Cuadro N°55

Costos Indirectos De Fabricación

RUBROS/ AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017	2018
AGUA POTABLE						
CANTIDAD m ³		100	100	100	100	100
PRECIO	0,1	0,10	0,11	0,11	0,11	0,12
TOTAL		10,30	10,61	10,93	11,26	11,60
ENERGIA ELECTRICA						
CANTIDAD KWH		1100	1100	1100	1100	1100
PRECIO	0,06	0,06	0,06	0,07	0,07	0,07
TOTAL		67,99	70,03	72,14	74,31	76,55
TELEFONO						
CANTIDAD MINUTOS		60	60	60	60	60
PRECIO	0,1	0,10	0,11	0,11	0,11	0,11
TOTAL		6,18	6,37	6,37	6,37	6,37
TOTAL		84,47	87,01	89,44	91,94	94,51

ELABORADO POR: La Autora

Los costos indirectos de fabricación en el primer año ascienden a 84,47 avanzando al último periodo proyectado a 94,51.

5.3.3 Presupuesto de Costos de Producción de naranjilla

El presupuesto de los costos de producción permite visualizar, de forma aproximada el comportamiento de los elementos del costo en los periodos del estudio del proyecto, en el cuadro siguiente se presenta una proyección de dicho costo para diferentes niveles de producción.

Cuadro N° 56

Resumen de Costos de Producción

RUBRO/AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
Materia Prima	1.133				
Mano de Obra Directa	8.415,32	9.571,12	10.231,67	10.945,63	11.717,62
CIFF	621,92	640,64	659,73	679,40	699,66
TOTAL	10.170,36	10.211,76	10.891,41	11.625,03	12.417,28

Elaborado por: La Autora

5.4 COSTOS DE DISTRIBUCIÓN

5.4.1 Gastos Administrativos

Como su nombre lo indica son los gastos incurridos en el área administrativa para el normal desenvolvimiento de las operaciones y control de la producción de la empresa

Cuadro N° 57

Sueldo Básico Unificado Administrativo

RUBRO/AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Administrador						
Contador	318	346,62	377,82	411,82	448,88	489,28
TOTAL		346,62	377,82	411,82	448,88	489,28

Elaborado por: La Autora

A continuación se presenta la proyección de los gastos sueldos para los cinco años de horizonte del proyecto, los fondos de reserva se pagaran a partir del segundo año.

Cuadro N° 58

Remuneración personal administrativo

RUBRO/AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
SUELDO B. U	4.159,44	4.533,79	4.941,83	5.386,60	5.871,39
APOORTE PATRONAL	505,37	550,86	600,43	654,47	713,37
FONDO RESERVA		377,82	411,82	448,88	489,28
DECIMO T.	346,62	377,82	411,82	448,88	489,28
DECIMO C.	346,62	377,82	411,82	448,88	489,28
TOTAL	5.358,05	6.218,09	6.777,72	7.387,72	8.052,61

Elaborado por: La Autora

El total de gastos administrativos es de 5.358,05 en el primer año que constituye la suma de gastos por sueldos al personal.

Cuadro N° 59

Arriendo

AÑO	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Arriendo 4 hectáreas y casa	1.000,00	1.030,10	1.061,11	1.093,05	1.125,95	1.159,84
TOTAL	1.000,00	1.030,10	1.061,11	1.093,05	1.125,95	1.159,84

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 60

Resumen De Gastos Administrativos

AÑO	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Arriendo 4 hectáreas y casa	1.000,00	1.030,10	1.061,11	1.093,05	1.125,95	1.159,84
Sueldos		5.358,05	6.218,09	6.777,72	7.387,72	8.052,61
TOTAL		6.388,15	7.279,20	7.870,77	8.513,66	9.212,45

Elaborado por: La Autora

5.4.2 Gasto de Ventas

Son los gastos requeridos para dar a conocer la existencia de la empresa en la zona. Y el producto q ofrece a través de los medios de comunicación.

Cuadro N°61

Publicidad

RUBRO/AÑO	2013	2014	2015	2016	2017	2018
CANTIDAD ANUAL		8	8	8	8	8
PRECIO	5	5,15	5,31	5,47	5,63	5,80
TOTAL		41,20	42,44	43,72	45,04	46,39

Elaborado por: La Autora

Es necesario de otros componentes para la comercialización del producto final al mercado, como la publicidad.

Cuadro N°62

Proyección Gasto De Ventas

RUBRO/AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
PUBLICIDAD	41,20	42,44	43,72	45,04	46,39
TOTAL	41,20	42,44	43,72	45,04	46,39

Elaborado por: La Autora

Es este cuadro se calculaba los gastos anuales de ventas y comercialización mismos que ascienden a 41,20 en el primer año llegando al quinto año a 46,39.

5.5 DEPRECIACIONES

La depreciación es la pérdida paulatina de los activos fijos por el uso. Los porcentajes de la depreciación son los establecidos en la Ley (LRT)

Cuadro N° 63

Depreciaciones

DESCRIPCION	COSTO	% DEPRECIACION ANUAL	CUAOTA ANUAL DE DEPRECIACIÓN
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	740,00	0,33	165,27
MUEBLES Y ENSERES	157,00	0,10	28,26
TOTAL			193,53

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N° 64

Depreciación Proyectada

RUBROS/AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
MUEBLES Y ENCERES	28,26	28,26	28,26	28,26	28,26
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	165,27	165,27	165,27	165,27	165,27
TOTAL	193,53	193,53	193,53	193,53	193,53

ELABORADO POR: La Autora

5.6 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

El Estado de Situación Inicial de la empresa permite visualizar las cuentas de activo que sería de propiedad de la empresa, así como los montos de endeudamiento y el aporte de capital.

Cuadro N° 65

BALANCE INICIAL

<u>ACTIVO</u>			
CORRIENTE			
	BANCOS		16.599,71
FIJO			
	MUEBLES Y ENCERES	157,00	
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	740,00	
	EQUIPO DE OFICINA	45,00	
	SUMINISTROS DE OFICINA	16,00	
	HERRAMIENTAS Y MATERIAL AUXILIAR	380,00	
DIFERIDO			
	GASTO DE CONSTITUCIÓN	1.000,00	
TOTAL ACTIVO			18.937,71
<u>PASIVO</u>			
CORRIENTE			
			0,00
TOTAL PASIVO			0,00
<u>PATRIMONIO</u>			
	INVERSIÓN PROPIA	18.937,71	
TOTAL PASIVO +PATRIMONIO			18.937,71

CONTADOR

GERENTE

5.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Cuadro N° 66

ESTADO DE RESULTADOS

RUBROS/AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
INGRESOS					
CAJAS 9Kg		30.431,46	31.783,57	33.197,39	34.675,64
TOTAL INGRESOS	0,00	30.431,46	31.783,57	33.197,39	34.675,64
EGRESOS					
(-)COSTO DE PRODUCCION	10.170,36	10.211,76	10.891,41	11.625,03	12.417,28
(=)UTILIDAD BRUTA	-10.170,36	20.219,70	20.892,16	21.572,36	22.258,37
(-) GASTO ADMINISTRATIVO		6.218,09	6.777,72	7.387,72	8.052,61
(-)GASTO DE VENTAS		42,44	43,72	45,04	46,39
(-)DEPRECIACION	193,53	193,53	193,53	193,53	193,53
(=)UTILIDAD OPERACIONAL	-10.363,88	13.765,63	13.877,19	13.946,08	13.965,84
(-) PARTICIPACION TRABAJADORES (15%)		2.064,85	2.081,58	2.091,91	2.094,88
(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-10.363,88	11.700,79	11.795,61	11.854,17	11.870,96
(-) IR(22%)		2.574,17	2.595,04	2.607,92	2.611,61
(=)UTILIDAD NETA	-10.363,88	9.126,62	9.200,58	9.246,25	9.259,35

ELABORADO POR: La Autora

Este estado financiero proforma, se puede observar el comportamiento proyectado a cinco años de los ingresos que la empresa tendría en contraposición con los diversos costos de producción y gastos.

5.8 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El flujo de caja representa los flujos netos de efectivo del proyecto, que son el beneficio real de la operación de la planta.

Cuadro N° 67

FLUJO DE CAJA

AÑOS	2013		2015	2016	2017	2018
RUBRO		2014				
Inversión propia	18.937,71					
INGRESOS						
Utilidad Neta		-10.363,88	9.126,62	9.200,58	9.246,25	9.259,35
depreciaciones		193,53	193,53	193,53	193,53	193,53
valor de rescate						1.000,00
(=) TOTAL INGRESOS		-10.170,36	9.320,14	9.394,11	9.439,78	10.452,88
EGRESOS						
Reinversión de activo fijo					740,00	
(=)TOTAL EGRESOS		0,00	0,00	0,00	740,00	0,00
(=)TOTAL INVERSIÓN						
FLUJO NETO	-18.937,71	-10.170,36	9.320,14	9.394,11	8.699,78	10.452,88

ELABORADO POR: La Autora

5.9 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera tiene como objetivo calcular, estimar los beneficios netos que se esperan de la Inversión que se realiza en la implementación de la unidad económica de producción de naranjilla, para lo cual, se usa y maneja las principales técnicas de evaluación.

5.9.1 Costo de Capital

Cuadro N° 68

Cálculo De La Tasa De Redescuento

RUBRO	VALOR	% ESTRUCTURA	TASA DE RENDIMIENTO	VALOR PONDERADO
INVERSIÓN PROPIA	18.937,71	100%	4,54	454
TOTAL DE LA INVERSIÓN	18.937,71		TASA PONDERADA	454
			COSTO CAPITAL	4,54%
			INFLACIÓN	3,01%

ELABORADO POR: La Autora

La tasa de redescuento está calculada por la inflación siendo de 7,55%

TRM = 7,55%

5.9.2 Valor presente neto (VAN)

Mediante el VAN se puede determinar el valor presente de los flujos futuros de efectivo y poder evaluar la inversión de capital utilizado en este periodo, con una tasa de rendimiento de 7,55%, su fórmula es:

$VAN = \sum \text{FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS} - \text{INVERSIÓN}$

$$FNA = \frac{FN1}{(1+i)^1} + \frac{FN2}{(1+i)^2} + \frac{FN3}{(1+i)^3} \dots \dots \dots \frac{FNn}{(1+i)^n} \dots$$

Bajo el siguiente criterio se puede afirmar si el proyecto es o no aceptable:

VAN positivo (>0) = la inversión es rentable

VAN negativo (<0) = la inversión no se rentable

VAN (=0) = significa que hay indiferencia

Cuadro N° 69

Cálculo Del Valor Actual Neto

AÑOS	FLUJOS NETOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
2014	-10.170,36	-9.456,40
2015	9.320,14	8.057,53
2016	9.394,11	7.551,34
2017	8.699,78	6.502,29
2018	10.452,88	7.264,13
TOTAL		19.918,89

ELABORADO POR: La Autora

$VAN = 19.918,89 - 18.937,91$

$VAN = 981,18$

VAN = 981,18 > 0, en consecuencia, se acepta el proyecto.

5.9.3 Tasa interna de retorno (TIR)

La rentabilidad que devuelve la inversión en el futuro o en el tiempo y permite igualar a la inversión con los flujos fatutos. En otras palabras

la tasa interna de retorno hace nulo el valor actual neto del proyecto de inversión; para que el proyecto sea rentable la TIR tiene que ser superior al costo de capital.

$$TIR = ti + (ts - ti) \left[\frac{VANti}{VANts - VANti} \right]$$

Cuadro N° 70

Tasa Interna De Retorno

AÑOS	FLUJOS NETOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
2014	-10.170,36	-7.014,04
2015	9.320,14	4.432,89
2016	9.394,11	3.081,42
2017	8.699,78	1.968,05
2018	10.452,88	1.630,78
TOTAL		4.099,10

ELABORADO POR: La Autora

$$TIR = 7,55 + (12 - 7,55) [981,18 / 981,18 - (- 2.441,78)]$$

$$TIR = 7,55 + (4,45) [981,18 / 3.422,96]$$

$$TIR = 7,55 + (4,45) [0,286646645]$$

$$TIR = 7,55 + 1,2755757$$

$$TIR = 8,8$$

$$TIR = 9\%$$

TIR = 9 % > 7,55 %(TRM) se acepta el proyecto

El criterio de aceptación que emplea el método de la TIR es que si esta es mayor que TRM, debe aceptarse la inversión es decir la factibilidad del proyecto es aceptable.

5.9.4 Costo Beneficio

Esta relación refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los beneficios y costos.

$$\text{COSTO/BENEFICIO} = \frac{\sum \text{DE INGRESOS NETOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{DE EGRESOS NETOS ACTUALIZADOS}}$$

Cuadro N° 71

Costo Beneficio

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESO ACTUAL	EGRESO ACTUAL
2014	0,00	10.363,88	0,00	8.808,26
2015	30.431,46	16.665,83	25.863,70	14.164,29
2016	31.783,57	17.906,38	27.012,86	15.218,63
2017	33.197,39	19.251,31	28.214,46	16.361,69
2018	34.675,64	20.709,81	29.470,83	17.601,27
TOTAL			110.561,85	72.154,14

ELABORADO POR: La Autora

$$\frac{C}{B} = \frac{110.561,85}{72.154,14}$$

$$\text{C/B} = 1,53$$

El costo beneficio es mayor que uno, entonces el proyecto es viable.

La relación costo beneficio ingresos y egresos es de 1,53 por lo tanto por cada dólar invertido en el gasto hay un ingreso recuperado de 0,53 centavos de dólar.

5.9.5 Período De Recuperación de la inversión

Cuadro N° 72

AÑOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	FLUJOS NETOS ACUMULADOS
2014	-9.456,40	-9.456,40
2015	8.057,53	-1.398,87
2016	7.551,34	6.152,47
2017	6.502,29	12.654,76
2018	7.264,13	19.918,89

ELABORADO POR: La Autora

Su cálculo es:

Penúltimo (4to año)Flujo Neto Acumulado	Inversión
12.654,76	18.937,71

último Flujo Neto Actualizado	7.264,13
-------------------------------	----------

$18.937,71 - 12.654,76$	6.282,95	4to año
$7.264,13 / 12$	605,34429	
$605,34429 / 6.282,95$	10,379134	10 mes
$0,379134 * 30$	11,37402	11 días

ELABORADO POR: La Autora

CAPITULO VI.

6. ESTRUCTURA ORGÁNICA Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA

6.1 TIPO DE EMPRESA

Del análisis realizado a los diferentes tipos de compañías, se determina que, la que más se ajusta a los requerimientos y finalidades de la empresa que se formará es la Compañía de Responsabilidad Limitada.

Así pues, la mejor alternativa que permita formalizar adecuadamente la empresa productora y comercializadora de, es mediante la creación de una empresa de responsabilidad limitada, en la ciudad de La Bonita, cantón y provincia de Sucumbíos, para ofertar el producto con responsabilidad social.

6.2 NOMBRE Y LOGOTIPO

Es un elemento que forma parte de la marca que contribuye a una identificación y reconocimiento del producto

Gráfico N° 27



6.3 ELEMENTOS ESTRATÉGICOS

6.3.1 Misión

“Somos una Institución privada, de producción y comercialización de naranjilla actuando con conciencia social, laboral, cultural y ecológica, confiados en proporcionar un producto de calidad, en forma competitiva cumpliendo con ética las obligaciones para sus clientes, socios, empleados y la ciudad, contribuyendo activamente al desarrollo del país”.

6.3.2 Visión

“Aspiramos en el año 2016 ser una Institución líder a nivel regional, en la producción y comercialización de naranjilla, ofertando un producto de calidad aportando al progreso y desarrollo del sector productivo en la zona de influencia.”

6.3.3 Objetivos

Los objetivos de la compañía son:

- Producir naranjilla de acuerdo a las normas de calidad enmarcada en parámetros técnicos para satisfacer al cliente interno y externo.
- Generar utilidades.
- Mantener la calidad en el producto.

6.3.4 Políticas de la empresa

La empresa operará enmarcada en las siguientes políticas:

- Los clientes internos y externos son los más importantes.
- La satisfacción del cliente.
- Mantenimiento de un programa de capacitación trimestral para el talento humano.

- Mantener un programa permanente de auto evaluación institucional.
- Producir con eficiencia y eficacia.
- Ejecución de un programa de incentivos para el Talento Humano.

6.3.5 Valores corporativos

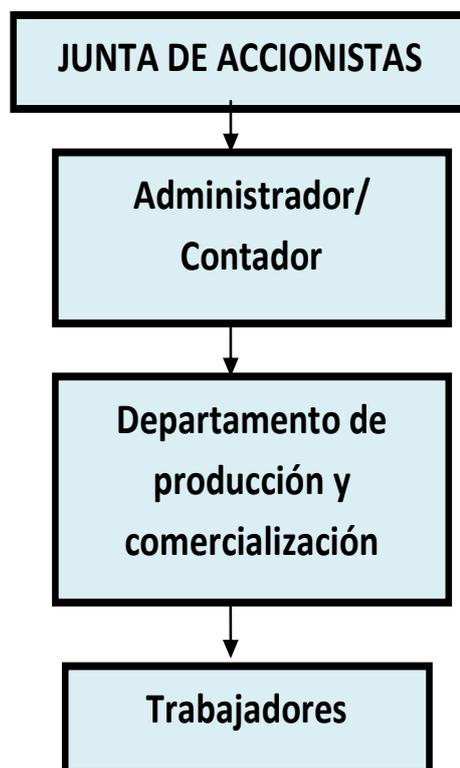
- **Responsabilidad social:** Se asume el compromiso del servicio social y cultural de la comunidad (producto sano).
- **Equidad social:** Se brinda un trato igualitario a los trabajadores y sociedad en general.
- **Transparencia:** Se dará fiel cumplimiento a las normas legales vigentes.
- **Respeto al ambiente:** Se actuará con responsabilidad y conciencia ecológica.
- **Trabajo en equipo:** Se apoyará toda iniciativa de mejora y trabajo mancomunado.

6.4 ESTRUCTURA ORGÁNICA

La estructura orgánica de la empresa representa el esquema básico de la organización, permite conocer de forma objetiva las partes integrantes y la relación de dependencia existente entre ellas.

Gráfico N° 28

Organigrama



6.5 ESTRUCTURA FUNCIONAL

6.5.1 Niveles estructurales

La estructura orgánico-funcional de la Empresa “Deliciosa Naranjilla” Cía. Ltda. Estará formada de la siguiente manera.

- ✓ Nivel Legislativo.
- ✓ Nivel Ejecutivo.
- ✓ Nivel Auxiliar; y,
- ✓ Nivel Operativo.

6.5.2 Nivel Legislativo o Superior.

El nivel Legislativo o Superior está compuesto por los socios de la compañía que conforman La Junta General de Socios y son responsables de la planificación, normativa y toma de decisiones.

6.5.3 Nivel Ejecutivo.

Este nivel Directivo o Ejecutivo está integrado por el Administrador/ Contador de la compañía, quien es responsable de llevar la contabilidad, dirigir, orientar, conducir y supervisar la ejecución de las políticas, y las actividades de la empresa.

6.5.4 Nivel Operativo.

Nivel operativo que lo integran los trabajadores, serán los responsables de ejecutar los planes para cumplir con los objetivos y metas que se ha trazado la compañía.

6.6 MANUAL DE FUNCIONES

Nivel Legislativo

- **Junta General de Socios.**

Está constituido por los socios de la compañía y serán los responsables de la conducción de la misma, hacia la obtención de los objetivos que ella persigue, que es la producción y venta de naranjilla. Su función básica es legislar las políticas que debe seguir la empresa, aprobar la planificación y las metas anuales, normar los procedimientos, dictar reglamentos

internos, nombrar al Gerente y tomar decisiones sobre la marcha de la organización.

Funciones:

A La Junta General de Socios le corresponde las siguientes funciones y atribuciones:

- ✓ Designar y remover al gerente y fijar su remuneración;
- ✓ Aprobar las cuentas y los balances que presente el gerente;
- ✓ Resolver la forma de reparto de utilidades;
- ✓ Resolver la amortización de los aportes sociales;
- ✓ Convenir en la cesión de los aportes sociales y en la admisión de nuevos socios;
- ✓ Decidir el aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social;
- ✓ Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía;
- ✓ Resolver la disolución anticipada de la compañía;
- ✓ Acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de esta Ley que son las siguientes:
 - El socio administrador que se sirve de la firma o de los capitales sociales en provecho propio; o que comete fraude en la administración o en la contabilidad; o se ausenta y, requerido, no vuelve ni justifica la causa de su ausencia;
 - El socio que interviniere en la administración sin estar autorizado por el contrato de la compañía;
 - El socio que constituido en mora no hace el pago de su cuota social.
 - El socio que quiebra; y,
 - En general, los socios que falten gravemente al cumplimiento de sus obligaciones sociales.

- El socio excluido no queda libre del resarcimiento de los daños y perjuicios que hubiere causado.

- ✓ Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra del gerente;

- ✓ En caso de negativa de la junta general, una minoría representativa de por lo menos un veinte por ciento del capital social, podrá recurrir al juez para entablar las acciones indicadas en esta letra;

- ✓ Las demás funciones que no estuvieren otorgadas en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otro organismo;

- ✓ Aprobar los planes, programas, presupuestos anuales y sus reformas y responsabilizar al gerente por su ejecución;

- ✓ Autorizar la celebración de actos y contratos relativos al giro de la compañía cuya cuantía no exceda de 20.000 dólares;

- ✓ Autorizar la venta o hipoteca de bienes de la compañía;

- ✓ Interpretar o reformar el estatuto y resolver aumentos o disminuciones de capital social, de acuerdo con las disposiciones legales pertinentes;
y,

- ✓ Aprobar las políticas, reglamentos internos, manuales, instructivos, procedimientos, etc.

Nivel ejecutivo

- **Administrador Contador (Gerente)**

El gerente es la máxima autoridad ejecutiva y representante legal de la compañía, será designado por la junta general de socios y ejercerá sus funciones por el periodo de tres años, pudiendo ser reelegido. Será responsable de la administración de la compañía, determinará las estrategias, organizará el trabajo, administrará al personal, implantará sistemas: de motivación, de información, de decisiones, de control. Jerárquicamente dependerá de la junta general de socios.

El administrador a más de ejercer las funciones administrativas es el encargado del manejo y control de las comunicaciones internas y externas como su archivo, brindar apoyo en ciertos aspectos administrativos coordinados por la gerencia; también es la encargada de elaborar los estados financieros de forma oportuna y razonable, jerárquicamente depende del gerente.

Funciones:

- ✓ Representar judicial y extrajudicialmente a la compañía;
- ✓ Convocar a las sesiones de Junta General de Socios y actuar como secretario;
- ✓ Formular los planes y programas que debe cumplir la compañía y someterlos a aprobación de La Junta General de Socios;
- ✓ Dirigir y coordinar las actividades de la compañía y velar por la correcta y eficiente marcha de la misma;
- ✓ Presentar hasta el 30 de noviembre de cada año el presupuesto y el flujo de fondos para el próximo ejercicio económico, para la aprobación de La Junta General de Socios;
- ✓ Gestionar préstamos y efectivizarlos, previo la autorización de La Junta General de Socios;

- ✓ Seleccionar, contratar y remover al personal de la compañía previo conocimiento de La Junta General de Socios;
- ✓ Coordinar los programas de capacitación del personal;
- ✓ Someter a la aprobación de La Junta General de Socios el orgánico estructural y funcional de la compañía, reglamentos internos, manuales, y sus modificaciones y velar por su aplicación;
- ✓ Negociar la compra de vehículos usados previo el diagnóstico respectivo;
- ✓ Supervisar el trabajo de todas las dependencias;
- ✓ Presentar con la oportunidad del caso, los estados financieros a La Junta General de Socios para su aprobación y luego enviar a la Superintendencia de Compañías;
- ✓ Ejecutar las decisiones que se tomen en La Junta General de Socios;
- ✓ Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de las leyes dentro del ámbito de la compañía;
- ✓ Supervisar que se realicen los pagos de impuestos en los plazos establecidos;
- ✓ Administrar de forma eficiente y efectiva los recursos de la compañía;
- ✓ Supervisar permanentemente las instalaciones de la compañía que se mantengan en excelentes condiciones de funcionamiento; y,
- ✓ Las demás funciones que le fueran asignados por La Junta General de Socios.

Requisitos del cargo

Estudios superiores en administración, Economía, Contador Auditor

Capacitación en administración y gestión del Talento Humano

Capacitación en formación de empresa

Competencias técnicas del puesto

- ✓ Generación de ideas
- ✓ Habilidad analítica (análisis de prioridad, criterio lógico sentido común)

- ✓ Inspección de productos o servicios
- ✓ Manejo de recursos financieros.
- ✓ Pensamiento estratégico
- ✓ Pensamiento crítico
- ✓ Juicio y toma de decisiones.
- ✓ Monitoreo y control.
- ✓ Velar por el orden, seguridad y privacidad de los documentos de la compañía;
- ✓ Preparar la documentación y los informes que correspondan a la gerencia;
- ✓ Recibir las llamadas telefónicas y correos electrónicos e informar al gerente; así como realizar las llamadas telefónicas institucionales;
- ✓ Archivar correctamente la documentación;
- ✓ Orientar a los clientes que acuden a la gerencia, con buen trato y calidez;
- ✓ Programar, organizar, dirigir, ejecutar y controlar las actividades contables;
- ✓ Asesorar al Gerente y a La Junta General de Socios en aspectos contables;
- ✓ Presentar a la gerencia un informe diario de disponibilidad de efectivo;
- ✓ Elaborar los comprobantes de pago y los cheques para los pagos acompañando las facturas u otros documentos que los respalde, de los compromisos adquiridos legalmente por la compañía.
- ✓ Realizar las recaudaciones por las ventas de la compañía adjuntando toda la documentación que justifique y diariamente realizar un parte de recaudaciones y máximo al día siguiente realizar los depósitos en el banco;
- ✓ Registrar diariamente todas las transacciones en los registros contables basándose en el manual de contabilidad;
- ✓ Elaborar con la oportunidad del caso los estados financieros, sus anexos y notas aclaratorias y someterlos a la aprobación del gerente y La Junta General de Socios;

- ✓ Realizar los roles de pago mensuales de los servidores de la compañía y proceder a su pago;
- ✓ Cancelar al IESS, los aportes de los servidores de la compañía, realizar las actividades de agente de retención y proceder al pago de los impuestos de forma oportuna;
- ✓ Mantener de forma ordenada el archivo de contabilidad; y,
- ✓ Otras funciones que se le encomiende.

Requisitos del cargo

- ✓ Estudios en contable
- ✓ Experiencia en el manejo contable
- ✓ Conocimientos de PCGA, NIFF. Entre otras.

Competencias Técnicas Del Puesto - Destrezas

- ✓ Comprensión escrita
- ✓ Comprensión oral.
- ✓ Manejo de recursos financieros
- ✓ Manejo de recursos financieros.
- ✓ Pensamiento conceptual.

Nivel Operativo.

- **Departamento de producción y comercialización donde se encuentran los trabajadores**

Son los encargados de realizar todo el proceso productivo de naranjilla desde el ingreso del agua a las instalaciones, la homogeneización, ozonización, envasado, etiquetado y almacenamiento.

Funciones:

- Verificar que la naranjilla cumpla con la calidad establecida;

- Proceder a almacenar;
- Proceder a empacar
- Controlar la calidad de la naranjilla.
- Etiquetar

Requisitos del cargo

- Educación básica
- Experiencia en labores afines a su trabajo.
- Experiencia en la producción.
- Habilidad.
- Creatividad.
- Honestidad.

Competencias técnicas del puesto - destrezas

- Comprensión Oral.
- Comprobación.
- Detección de averías.
- Inspección de productos o servicios.

6.7 REQUISITOS LEGALES PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA

6.7.1 Aspecto legal

Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada, se requiere de capacidad civil para contratar; lo que garantiza la creación de un ente jurídico y aspecto del cual gozan todos los socios interesados en crear la compañía;

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones

mercantiles permitidas por la ley; la que garantizará la creación de la empresa productora y comercializadora de naranjilla.

El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por la Superintendencia de Compañías; esta dentro de las expectativas del capital que desean aportar los socios; el monto determinado por la Superintendencia de Compañías es 400 dólares como mínimo.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía; lo que anima a los futuros socios para conformar el capital con dinero en efectivo y ciertos bienes que ellos dispongan y que son útiles para el funcionamiento de la compañía.

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas y no debe pasar de 15, lo que se ajusta a los requerimientos de los futuros socios que son cinco;

Que los socios, solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social, aspecto que no involucra al patrimonio privado de cada socio ya que se pone en riesgo el patrimonio aportado;

La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que constará, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le correspondan, lo que manifiestan los futuros socios que les da la seguridad de su capital y mantener el grupo de socios.

La participación que tiene el socio en la compañía de responsabilidad limitada es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social, aspecto importante que garantiza la sociedad y entra dentro de las expectativas que tienen.

La creación de la compañía se hará por escritura pública, acogiendo todos los aspectos legales que exige la Superintendencia de Compañías y las formalidades legales del Notario, y se inscribirá en el Registro Mercantil; lo que se formalizará la creación de un nuevo ente jurídico que garantice llevar adelante las actividades para la cual se crea la misma y además garantice los intereses y aspiraciones de los socios. El notario incorporará al protocolo o insertará en la escritura, el certificado del representante de la sociedad que acredite el cumplimiento del requisito referido en el inciso anterior. En el libro respectivo de la compañía se inscribirá la cesión y, practicada ésta, se anulará el certificado de aportación correspondiente, extendiéndose uno nuevo a favor del cesionario.

6.7.2 Permisos de Funcionamiento

Previa entrevista con el Gobierno Municipal de Sucumbíos y posteriormente con el jefe del departamento de Rentas se determinó que no existe ninguna dificultad para que se implemente una empresa de esta naturaleza en este sector. Para el funcionamiento de la empresa es necesario contar con los siguientes requisitos:

- ✓ Registro único de contribuyente (RUC)
- ✓ Patente Municipal.
- ✓ Permiso de funcionamiento.

Requisitos para obtener el registro único de contribuyentes.

- ✓ Cédula del representante legal.
- ✓ Copia del certificado de votación.
- ✓ Factura del pago de un servicio básico.

Requisitos para obtener la patente municipal por primera vez.

- ✓ Copia de la cédula y certificado de votación.
- ✓ Escrituras de la finca
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Declaración juramentada del inicio de la actividad económica empresarial.
- ✓ Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- ✓ Inscripción.

Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento

- ✓ Permiso de la Intendencia.
- ✓ Ficha de inspección.
- ✓ Permiso del cuerpo de bomberos.
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal.

6.8 FORMACIÓN DE LA EMPRESA

Para la formación de la compañía se desarrollará aspectos fundamentales para la formación de la entidad legal y la celebración de la escritura de constitución.

- ✓ **Entidad legal.-** Se constituirá como compañía de responsabilidad limitada;
- ✓ **Socios.-** La compañía se conformará con cinco socias y socios en donde constaran los nombres y apellidos, estado civil, nacionalidad.

Cuadro N° 73
Conformación de la empresa

NOMBRES	APELLIDOS	ESTDO CIVIL	NACIONALIDAD	DIRECCION
Alexandra Jeaneth	Getial Cabrera	Soltera	Ecuatoriana	Calle Sucumbíos/ La Bonita
Sebastián Rosendo	Getial Aza	Casado	Ecuatoriano	Calle Sucumbíos/ La Bonita
Lidia Noemí	Getial Cabrera	Casada	Ecuatoriana	Calle Euclides Rayo /La Bonita
Flor Alba	Cabrera Hirua	Casada	Ecuatoriana	Calle Sucumbíos/ La Bonita
Daniel Mesias	Cualchi García	Casado	Ecuatoriano	Calle Sucumbíos/ La Bonita

ELABORADO POR: La Autora

Obligaciones Sociales.- Los socios responderán individualmente hasta por el monto de sus aportaciones.

Desarrollo de las Actividades.- Las actividades de producción y comercialización del producto de la compañía se desarrollaran con el nombre de “DELICIOSA NARANJILLA”

Objetivo social.- Producir y comercializar naranjilla

Suscripción y pago de las aportaciones.- Los socios suscribirán 10 participaciones cada uno y el pago se realizará en efectivo, en el momento de la conformación de la compañía.

Tiempo para la que se constituye.- La compañía tendrá una duración de 5 años.

Domicilio.- EL domicilio será la República del Ecuador, Provincia de Sucumbíos, Cantón Sucumbíos, ciudad de La Bonita.

Cuenta Bancaria.- Se abrirá una cuenta bancaria a nombre de la compañía en formación;

Fondo de reserva.- Se creará un fondo de reserva de hasta el 20% del capital social;

Las deliberaciones se realizarán democráticamente, dando oportunidad de expresarse a todos los accionistas y las decisiones se tomarán por mayoría, las convocatorias a Junta General de Accionistas se realizará por escrito por parte del administrador con 4 días de anticipación, pudiendo ser convocatorias ordinarias o extraordinarias.

- **La creación de la compañía** se realizará por medio de una escritura pública, en la cual se establecerá todo lo expuesto en los puntos anteriores y todo lo que obligue la ley de Compañías para este tipo de empresa;
- **Esta escritura será aprobada** por el Superintendente de Compañías y se publicará el extracto de la escritura en un periódico de la ciudad de Ibarra;
- **Inscripción en el Registro Mercantil.-** Con la autorización del Superintendente se procederá a inscribir legalmente la compañía;
- **Estatutos.-** Con la aprobación y la inscripción de la escritura se procederá a elaborar los estatutos de la compañía para la aprobación respectiva de la Superintendencia de Compañías; y,

Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

CAPITULO VII.

7. IMPACTOS

7.1 MATRIZ DE IMPACTOS

Para la evaluación de los impactos se utilizó una matriz para cada uno de los aspectos y sus elementos de análisis.

La valoración se da según los niveles de impacto, misma que se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 74

Niveles de impacto

POSITIVO	3	Impacto Positivo Alto
	2	Impacto Positivo Medio
	1	Impacto Positivo Bajo
	0	No Hay Impacto
NEGATIVO	-1	Impacto Negativo Alto
	-2	Impacto Negativo Medio
	-3	Impacto Negativo Bajo

ELABORADO POR: La Autora

7.2 ANALISIS DE IMPACTOS

7.2.1 Impacto Social

Cuadro N° 75

Matriz impacto social

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADORES							
Generación de empleo						X	
Estabilidad familiar							X
Mano de obra							X
Capacidad organizativa						X	
TOTAL						4	6

ELABORADO POR: La Autora

Nivel de Impacto Social = $(\sum \text{Nivel de Impacto} / \text{N}^\circ \text{ de Indicadores})$

$$= 10 / 4$$

$$= 2,5$$

= 3 Impacto Positivo Alto

La implementación de la empresa en la ciudad de La Bonita, permitirá el crecimiento social del sector a través de establecer puestos de trabajo, para la mano de obra existente en el sector; esto posibilitará mejorar el nivel económico de esas familias ayudando a cubrir las necesidades básicas como son las de alimentación, educación, vestido y vivienda que

trabajan en la microempresa; además es fundamental que la capacidad organizativa comunitaria lleve al crecimiento y éxito de la empresa, posibilitando el incremento de trabajo y de acción social en el sector.

7.2.2 Impacto Ambiental

Cuadro N° 76

Matriz impacto ambiental

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADORES							
Uso inadecuado de químicos					X		
Contaminación ambiental			X				
Conservación y mejoramiento de suelos					X		
Aprovechamiento de recursos							X
TOTAL					2	2	3

ELABORADO POR: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto Social} = (\sum \text{Nivel de Impacto} / \text{N}^\circ \text{ de Indicadores})$$

$$= 7 / 4$$

$$= 1,75$$

$$= 2 \quad \textbf{Impacto Positivo Medio}$$

El resultado de la propuesta genera un nivel de impacto positivo medio, por ende este proyecto se desarrollará de manera creciente y sostenida, utilizando productos agrícolas obtenidos de manera más orgánica y también agroquímicos, lo que genera la disminución de la contaminación ambiental; es decir tratando de preservar los recursos naturales suelos, agua y vegetación; además es importante mencionar que el proyecto demanda trabajar la tierra, lo que ayuda para que estos espacios no sean

terrenos baldíos y llenos de maleza, es decir aprovechando la productividad del sector.

7.2.3 Impacto Económico

Cuadro N° 77

Matriz impacto económico

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADORES							
Desarrollo Local							X
Incremento del PIB Agrícola						X	
Incremento de la inversión							X
Estabilidad laboral						X	
TOTAL						4	6

ELABORADO POR: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto Social} = (\sum \text{Nivel de Impacto} / \text{N}^\circ \text{ de Indicadores})$$

$$= 10 / 4$$

$$= 2,5$$

$$= 3 \quad \textbf{Impacto Positivo Alto}$$

La implementación del proyecto permite un desarrollo económico del sector y este crecimiento produce un efecto de estabilidad laboral y económica de los empleados y por ende el mejoramiento de su calidad de vida; el crecimiento de la empresa llevará al incremento del PIB agrícola ayudando al Estado en la producción; además existe la inversión de capital

de los socios, puesto que esta será una institución comunitaria y se necesita la colaboración y la conciencia del trabajo mancomunado de todos; con ello se obtendrá estabilidad laboral para los empleados.

7.2.4 Impacto Educativo Cultural

Cuadro N° 78

Matriz impacto educativo cultural

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADORES							
Generación de empleo						X	
Estabilidad familiar							X
Actitud emprendedora						X	
Capacidad organizativa							X
TOTAL						4	6

ELABORADO POR: La Autora

Nivel de Impacto Social = $(\sum \text{Nivel de Impacto} / \text{N}^\circ \text{ de Indicadores})$

$$= 10 / 4$$

$$= 2,5$$

= 3 Impacto Positivo Alto

El impacto educativo cultural del proyecto se da a través del crecimiento y generación de conocimiento para los socios, ya que la implementación de la empresa permitirá un aprendizaje dentro del campo de la

agricultura, organización de la empresa, productividad de los terrenos, mejora de las formas de cultivo, aplicar bases contables; el proyecto además ayudará a mantener una actitud emprendedora de los socios motivándoles a ser mejores cada día. En igual forma este proyecto también permite el fortalecimiento de la cultura, considerando que el oriente y su gente están ligados culturalmente a la agricultura, ya que ellos no ven a esta actividad únicamente como medio de producción, sino como parte esencial de dar vida a la pacha mama; es decir mientras más se cultive la tierra, más vida tiene el suelo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

1. El oriente y todas sus tierras son altamente fértiles y en el sector de la Bonita existe un clima apropiado para la producción de naranjilla de excelente calidad.
2. Existe niveles de organización comunitaria, donde los agricultores buscan la forma de asociarse para emprender en proyectos que ayudan no solo a ellos como socios sino a la comunidad.
3. Existencia espacios de tierra que no se producen y más bien se pierden con la maleza; por lo que los propietarios venden los terrenos o los arriendan a bajos precios.
4. Al ser una población agrícola, la mano de obra es fácil de conseguir, las personas conocen del campo, tienen experiencia de la siembra y cosecha de este y otros productos lo que ayuda para y tener confianza en las personas que ayudarán como trabajadores.
5. El análisis financiero y económico, tuvo una implicación económicamente factible, al ser la rentabilidad determinada en el (TIR) del proyecto, en el (VAN) que es positivo, y la recuperación de la inversión que se dará a los 4 años 10 meses y 11 días, que ha confirmado que la Inversión en concordancia con las entradas de efectivo dentro del proyecto justifican el desarrollo del mismo.
6. La población está acostumbrada a consumir los productos en natural es decir con toda cascara; y para ello siempre busca productos de calidad y producidos de forma orgánica, de ahí la necesidad de cada día mejorar la producción de la naranjilla en la finca.

RECOMENDACIONES:

1. Aprovechar los suelos fértiles del Oriente ecuatoriano y buscar asesoramiento técnico en el MAGAP, INIAP y Universidades para lograr una mayor y mejor producción de la naranjilla, mejorando el rendimiento del suelo, utilización cada vez más abonos orgánicos y disminuyendo los fertilizantes químicos, lo que permitirá que no ingresen plagas a los sembríos.
2. Aprovechar el nivel organizacional de la comunidad, gestionando el asesoramiento para la conformación de una asociación jurídica, con el fin de conseguir a futuro créditos en el Banco del Fomento, Cooperativas, Financieras a bajo interés.
3. Se recomienda motivar a los socios que se mantenga constantemente la producción de la naranjilla y si es posible en el futuro emprender en la compra del terreno para que la empresa sea la dueña de este espacio de producción, esto le dará sostenibilidad al proyecto.
4. Se recomienda buscar a las personas experimentadas del sector para contratarles en la siembra y cosecha de la naranjilla, su experiencia permitirá tener mejores rendimientos en la producción de la fruta.
5. De acuerdo a los índices financieros el proyecto es factible de desarrollarse con éxito porque sus resultados son positivos y aceptados, estos se debe a su alta rentabilidad ante diferentes escenarios; por ello se recomienda que seguidamente de la implementación manejar e forma efectiva el sistema de gestión ambiental para mitigar el impacto ambiental detectado.

6. Se recomienda realizar procesos de capacitación para los socios y trabajadores. Con la finalidad de mejorar cada día más la calidad del producto y poder ingresar en los mercados no solo de la localidad sino de la región.

BIBLIOGRAFÍA

- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México: Editora McGraw-Hill.
- DE LA HOZ, A., & LEÓN, M. (25 de Octubre de 2012). *Tipos de empresa*. Obtenido de <http://www.slideshare.net/argadese/diferentes-tipos-de-empresas-14886776>
- DICCIONARIO VIRTUAL. (10 de Noviembre de 2013). *Organigrama*. Obtenido de <http://definicion.de/organigrama/>
- Fayol. ((s/f)). *Control - Definición*. Recuperado el 17 de 12 de 2011, de <http://www.elprisma.com/apuntes/curso.asp?id=5740>
- Much, L., Galicia, E., Jiménez, S., Patiño, F., & Pedronni, F. (2011). *Administración y planeación de instituciones educativas*. México: Trillas.
- PALACIOS, E. (08 de Septiembre de 2011). *Estructura organizacional*. Obtenido de <http://crearunaempresaya.wordpress.com/2011/09/08/58/>
- Reyes Ponce, A. ((s/f)). *Organización - concepto y elementos*. Recuperado el 15 de 01 de 2012, de http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/organizacion/
- SALAS, C. (2009). *Frutas tropicales*. Guaranda: Iberia.
- SOFÍA, A. (2008). *Flojogramas*. Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/76961049/Flujograma-definicion>
- TORRES, F. (2010). *La naranjilla como fruta exótica*. Lima: Popular.
- URBINA, G. (2008). *Evaluación gronómica de dos variedades de híbridos de Naranjilla*. Guaranda: Universidad Estatal de Bolívar.

ZAMBRANO, A. (2010). *Concepto de empresa*. Obtenido de
<http://alexzambrano.webnode.es/products/el-concepto-de-empresa/>

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA A PRODUCTORES DE NARANJILLA

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

Nº ENCUESTA:

FECHA:

LUGAR:

A. INFORMACIÓN GENERAL

OBJETIVO:

Realizar un estudio a los Productores de naranjilla en la ciudad de La Bonita, cantón Sucumbíos.

RECUERDE:

Por favor que su información es muy importante y valiosa para esta investigación.

Lea por favor cuidadosamente cada una de las preguntas y marcar con una (X) la respuesta que crea conveniente.

Sexo F M

B. CUESTIONARIO

1) ¿QUÉ CANTIDAD DE TERRENO TIENE SEMBRADO ACTUALMENTE NARANJILLA?

1 Hectárea

2 Hectáreas

3 hectáreas en adelante

2) ¿QUÉ CANTIDAD DE HECTÁREAS ESTARÍA DISPUESTO A INCREMENTAR EN LA SIEMBRA DE NARANJILLA?

1 Hectárea

2 Hectáreas

3 hectáreas en adelante

3) ¿LA PRODUCCIÓN DE NARANJILLA ES UNA ACTIVIDAD RENTABLE?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

4) ¿CON QUÉ FRECUENCIA COSECHA USTED?

Semanalmente

Quincenalmente

Mensualmente

Trimestralmente

5) ¿QUÉ TIPO DE INSUMOS UTILIZA PARA LA FERTILIZACIÓN?

Orgánico

Químico

Mixto

6) ¿QUÉ CLASE DE TECNOLOGÍA UTILIZA PARA EL CULTIVO DE NARANJILLA?

Tradicional

Mejorado con maquinaria

Otros

7) ¿CUÁL ES LA PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO AL MOMENTO DE LA ENTREGA DE LA NARANJILLA?

Cajas

Gavetas

Sacos

8) ¿SU PRODUCTO ES COMERCIALIZADO POR INTERMEDIO DE?

Supermercados

Mercados

Intermediarios

Directo al consumidor

9) ¿QUÉ PRECIO DE VENTA POR CAJA TIENE SU PRODUCTO?

\$ 5 - 6

\$ 6 - 7

\$ 7 - 8

\$ 8 - 9

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2

ENCUESTA A LOS INTERMEDIARIOS

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

Nº ENCUESTA:

FECHA:

A. INFORMACION GENERAL

OBJETIVO: La presente encuesta tiene por objetivo conocer la comercialización de la naranjilla en el Cantón Sucumbíos, Provincia de Sucumbíos.

RECUERDE: Por favor que su información es muy importante y valiosa para esta investigación.

Lea por favor cuidadosamente cada una de las preguntas y marque con una (x) la respuesta que crea conveniente.

Sexo M F

B. CUESTIONARIO

1) ¿COMERCIALIZA USTED NARANJILLA?

Si

No

2) ¿EN QUÉ LUGARES COMPRA USTED. NARANJILLA?

Supermercados

Mercados

Productores
Vendedores Ambulantes

3) ¿CON QUÉ FRECUENCIA ADQUIERE ESTA FRUTA?

Diariamente
Semanalmente
Quincenalmente
Mensualmente

4) ES SUFICIENTE LA CANTIDAD DE NARANJILLA QUE ADQUIERE ACTUALMENTE

SI
NO

5) ¿EN QUÉ PORCENTAJE AUMENTARÍA LA COMPRA DE NARANJILLA A LOS PRODUCTORES?

50 por ciento más
100 por ciento más
120 por ciento más
140 por ciento más

6) ¿USTED TIENE CONOCIMIENTO SOBRE EL VALOR NUTRITIVO DE LA NARANJILLA?

Bastante
Poco
Nada

7) ¿A TRAVÉS DE QUÉ MEDIO DE COMUNICACIÓN UD. TIENE CONOCIMIENTO SOBRE EL VALOR NUTRITIVO DE LA NARANJILLA?

Prensa
Radio
TV
Otros

8) ¿EN QUÉ FORMA PREFIERE ADQUIRIR ESTA FRUTA?

Natural

Procesada

Otros

9) ¿QUÉ FACTORES CONSIDERA USTED. AL ADQUIRIR EL PRODUCTO?

Calidad

Precio

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3

INFORME DE LA ENTREVISTA AL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN EMPREENDEDORES POR EL FUTURO

Encuestado.....

Encuestador.....

CUESTIONARIO

1.- ¿Cuántas cajas de naranjilla cosechan cada semana.

2.- ¿A quiénes venden su producto?

3.- ¿Qué tipo de producción tienen ustedes?

4.- ¿Cuántos empleados se requiere para mantener la producción durante todo el año?

Cotización Equipo De Oficina



Cotización



El presente documento no constituye comprobante de pago

Fecha: 17/07/2013 Nombre: Alexandra Echaz
 Dirección: El Olivo
 Telf oficina: _____ Telf casa: _____
 Cédula: CD0157741-7 Crédito Contado Tarjeta de Crédito

Artículo	Marca / Modelo	Precio Oferta	Precio Contado
Telefono-fax	Panasonic	45,00	45,00

Vendedor: Elgar
 Atendido: _____
 Vigente: _____

Total: 45,00

Interés: _____

Saldo a financiar: _____

Interés: _____

Cuotas: _____

Total a pagar: 45,00



PRECIOS Y CUOTAS INCLUIEN IVA, BUELTOS A CAMBIO CON PRECIO IVA0

llama gratis **1800 artefacta**

ANEXO 5

Porcentaje para cálculo del de los sueldos

MANO DE OBRA DIRECTA

Año	S.B.U	Incremento
2009	218	
2010	240	1,10
2011	264	1,1
2012	292	1,11
2013	318	1,089041096
	Promedio	4,40
	%	
	Incremento	1,0990

TASA DE INCREMENTO

$$M=C (1+I)^{(n-1)}$$

$$318= 218 (1+i)^4$$

0,0990	=i
--------	----