



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

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE NÉCTAR DE PEPINO DULCE EN EL CANTÓN PIMAMPIRO PROVINCIA DE IMBABURA.

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

Autor: PINTO, Barrera Erika A.

Director: EC. CORRALES, Manuel

IBARRA, MARZO 2013

RESUMEN EJECUTIVO

Siendo el objetivo principal del presente estudio la creación de una microempresa de producción y comercialización de néctar de pepino dulce en el cantón Pimampiro provincia de Imbabura, se ha llevado a cabo el análisis de los diferentes aspectos que intervienen en esta investigación. Luego de conocer la situación actual del sector y tener una visión clara de la actividad microempresarial, se procedió a desarrollar el estudio de mercado en el que se analiza los niveles y condiciones en que se encuentra la producción y comercialización del néctar de pepino dulce, así como también el comportamiento de la demanda, oferta, precio y las políticas de venta. Es también importante para llevar adelante este estudio, tener claro las conceptualizaciones de los asuntos que abordan este tema, permitiendo formar un criterio sostenido. Una vez conocido los resultados y siendo éstos positivos, se procedió a establecer la macro y micro localización, el tamaño e ingeniería del proyecto; para lo cual se hizo el respectivo presupuesto de las inversiones que se van a requerir. Consecuentemente éstas se evaluaron y compararon con los ingresos mediante un análisis financiero, donde se ha determinado la viabilidad del proyecto. Posteriormente, se procedió a desarrollar la organización administrativa, donde las diferentes áreas están ubicadas acorde a los niveles jerárquicos que se muestran en el organigrama vertical, así mismo se detalla las funciones de cada individuo que conforme esta organización. Finalmente, para determinar qué impactos tiene este proyecto en el medio, se hace un análisis en los aspectos sociales, económicos, empresariales, educativos, socio-económicos y ambientales. Con la estructura antes mencionada y con los pasos aplicados eficientemente en la elaboración de este estudio, se justifica la necesidad de emprender el proyecto presentado y la conveniencia de la inversión.

SUMMARY

The main objective of this study is to create a micro-production and marketing of fresh cucumber nectar in the County of Pimampiro in the province of Imbabura. This research has carried out the analysis of the different aspects of this investigation. After learning about the sector's current situation and having a clear vision of microenterprise activity, we proceeded to develop the market study which analyzes the levels and conditions under which is the production and marketing of the nectar of sweet cucumber, and as well as the behavior of demand, supply, pricing and selling policies. It is also important to conduct this study to understand the conceptualizations of the issues that address this topic, which allows a sustainable basis. Once the results were known, which were successful, we proceeded to set the macro and micro location, size and engineering of the project and based on the investments needed, a budget was made. Consequently the investments were evaluated and compared with income through financial analysis, which determined the feasibility of the project. Subsequently, we proceeded to develop the administrative organization, where different areas are located according to the hierarchy shown in the vertical organization, and it details the functions of each individual in this organization. Finally, to determine what impact this project has, an analysis on social, economic, business, educational, *socio-economic* and environmental was conducted. With the structure previously mentioned and efficiently applied during the preparation of this study, this justifies the need to undertake the proposed project and the desirability of investment.

AUTORÍA

Yo, ERIKA ANDREA PINTO BARRERA declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional.

Todos los efectos académicos y legales que se desprendan de la presente investigación serán de mi exclusiva responsabilidad.

ERIKA ANDREA PINTO BARRERA

100368998-9

INFORME DIRECTOR TRABAJO DE GRADO

En calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la egresada, Erika Andrea Pinto Barrera, para optar por el título de CONTADOR Y AUDITORÍA, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE NÉCTAR DE PEPINO DULCE EN EL CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 26 días del mes de marzo del 2013.

.....

Eco. Manuel Corrales

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

Yo, Erika Pinto, con cédula de ciudadanía N° 100368998-9, 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 CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE NÉCTAR DE PEPINO DULCE EN EL CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Firma: _____

Nombre: Erika Pinto

Cédula: 100368998-9

Ibarra, a los 26 días del mes de marzo del 2013.

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

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100368998-9		
APELLIDOS Y NOMBRES:	PINTO BARRERA ERIKA ANDREA		
DIRECCIÓN:	Calle 24 de mayo s/n Esmeraldas		
EMAIL:	andrepint11@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2916345	TELÉFONO MÓVIL:	0997813339
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE NÉCTAR DE PEPINO DULCE EN EL CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA"		
AUTORA:	PINTO BARRERA ERIKA ANDREA		
FECHA:	26 de marzo del 2013		
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO			
PROGRAMA:	PREGRADO	POSGRADO	
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA		
ASESOR / DIRECTOR	Economista Manuel Corrales		

2. AUTORIZACIÓN DEL USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Erika Pinto, con cédula de ciudadanía Nro. 100368998-9, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 145.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 26 días del mes de marzo del 2013

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

(Firma).....

Nombre:

Nombre:

C.C.:

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

¡A DIOS, por la oportunidad de vida y superación!

A mi familia, en especial a mi madre Mónica Barrera Gallegos, por saber apoyarme y darme la fuerza que necesité y la sigo necesitando para poder mirar mis sueños más de cerca, siguiendo en la lucha que la vida nos exige día a día.

A mis compañeros de la Universidad que siempre compartimos juntos una vida universitaria llena de metas y objetivos que alcanzar.

ERIKA PINTO

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser la luz de mi vida y el camino que debo seguir.

A la Universidad Técnica del Norte, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Escuela de Contabilidad quien me dió la oportunidad de cumplir con la meta anhelada.

A mi familia, por ser la razón de la existencia, y motivación para el triunfo.

A mi Asesor de tesis Eco. Manuel Corrales que con su sabiduría y tolerancia supo guiarme en la elaboración y culminación del presente trabajo.

ERIKA PINTO

PRESENTACIÓN

En el Capítulo I se realizó un Diagnóstico Situacional, detallando información sobre la ciudad de Pimampiro, permitiendo establecer las circunstancias actuales de la producción y comercialización del néctar de pepino dulce, de esta manera se determinó la necesidad de emprender este proyecto, que pueda proporcionar fuentes de trabajo y por ende el mejoramiento de la calidad de vida en el cantón.

El Capítulo II se refiere a las Bases Teóricas-Científicas, que consta de un detalle minucioso de una serie de aspectos científicos sobre la microempresa, contabilidad, administración, finanzas, entre otros; los cuales fueron analizados y captados de textos relacionados a la producción y comercialización de néctar de pepino dulce, mismos que han facilitado la comprensión del presente estudio para llevar adelante la actividad microempresarial.

En el Capítulo III se realizó técnicamente un Estudio de Mercado permitiendo determinar el número promedio de los posibles consumidores potenciales en la cantón Pimampiro y ciudad de Ibarra; es decir se estableció los niveles de oferta y demanda, y por ende la demanda insatisfecha y la cantidad de producción, así como también, se estableció las estrategias de comercialización para orientar las ventas, hacia la búsqueda de una buena competitividad en el mercado.

En el capítulo IV se detalla paso a paso el Estudio Técnico del Proyecto que ha tenido un papel importante en la elaboración de esta investigación, ya que se ha logrado determinar entre otros aspectos, el tamaño del proyecto, su ubicación, procesos, tecnología, infraestructura física, las inversiones fijas y diferidas, el capital de trabajo, el financiamiento y el talento humano necesario, permitiéndole así a la microempresa ofrecer un producto óptimo y rentable.

El Capítulo V está orientado a realizar una Evaluación Financiera del Proyecto, en el cual se detalla la proyección a cinco años del nivel de ingresos y egresos que se generará, también se logra establecer el superávit o utilidad del proyecto, y con la aplicación de criterios de evaluación financiera se ha logrado establecer la factibilidad de este proyecto.

En el Capítulo VI se determina la propuesta estratégica, aspectos legales de constitución de la microempresa, la misión y visión, los objetivos organizacionales, el orgánico estructural y funcional; permitiendo determinar las funciones y las políticas para el normal funcionamiento de la microempresa propuesta.

Finalmente se concluye este trabajo con el Capítulo VII que es un análisis de los Impactos que genera la ejecución del presente proyecto, dentro del campo social, económico, empresarial, educativo, y ambientales, con el único afán de establecer el impacto general que tendrá en el cantón Pimampiro y la ciudad de Ibarra.

ÍNDICES DE CONTENIDOS

ÍNDICE	PÁG.
PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
THE SUMMARIZE EXECUTIVE	iii
AUTORÍA	iv
APROBACIÓN DEL ASESOR	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE GENERAL	xiii
INTRODUCCIÓN	
Antecedentes	27
Justificación	29
Objetivos	30
General	30
Específicos	31
Metodología	31
Métodos	31
Técnicas	32
CAPÍTULO I	
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	
Antecedentes	33
Historia	34
Ubicación y límites	35
Clima de Pimampiro	35
Hidrografía	36

La sociedad de Pimampiro	37
Población del cantón Pimampiro por áreas censo 2010	38
Ocupación	38
La agricultura en Pimampiro	39
Cultivos	39
Tipos de cultivos	40
Calidad del terreno	40
Producción de pepinos en el sector	41
Comercialización de los productos	41
Objetivos	42
General	42
Específicos	42
Variables e indicadores diagnósticas	42
Matriz de relación	44
Población y muestra	46
Análisis de resultados	49
Análisis, tabulación e interpretación de las encuestas aplicadas a consumidores de pepino dulce.	49
Análisis, tabulación e interpretación de las encuestas aplicadas a los propietarios de tiendas, supermercado, abacerías y otros.	59
Informe de la entrevista realizada al presidente de la Asociación de Pequeños Agricultores de Pimampiro Sr. Juan Revelo	69
Conclusiones generales del diagnóstico	71
Análisis interno y externo	72
Relación de aliados-oportunidades, y oponentes y riesgos	73
Identificación de la oportunidad de inversión	74

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

La microempresa	75
Beneficios de las pymes como alternativa económica en Ecuador	76
Clasificación de la microempresa	77

Jerarquía de las pymes en el entorno social y económico	79
Competitividad de las PYMES	80
Calidad, innovación y eficiencia de las PYMES	80
Ventajas y desventajas de la microempresa	81
Fuentes de financiamiento de la microempresa	82
Administración	82
Definición de administración	82
Importancia de la administración	83
Proceso administrativo de éxito	83
Contabilidad general	85
Importancia de la contabilidad general	86
Ciclo contable	86
Contabilidad de costos	87
Costos de producción	87
Materia prima	88
Mano de obra	88
Costos indirectos	89
Propósito de la contabilidad de costos	89
Comercialización y marketing	89
Concepto de comercialización	89
Importancia de comercialización	90
Objetivos de la comercialización	90
Marketing	90
Definición de marketing	90
Cliente	91
Definición	91
Importancia	91
Servicio al cliente	92
Análisis financiero	92
Punto de equilibrio	93
Técnicas de Evaluación financiera	94
Valor actual Neto. (VAN)	94

Tasa interna de Retorno (TIR)	95
Tasa de Rendimiento Beneficio-Costo (TRBC)	96
Beneficio Costo	97
Capital de trabajo	97
Flujo de caja	98
Venta del producto	99
Promoción	99
Logotipo	99
Oferta y demanda en el mercado	99
Oferta	99
Demanda	100
Competencia	100
Mercado	101
Pepino dulce	101
Descripción	101
Origen y condiciones ambientales	102
Usos	103
Características nutricionales	103
Composición del fruto de pepino dulce	104
Beneficios del pepino dulce	104
Labores de cultivo	105
Propagación	105
Ciclo de cultivo	106
Marcos de plantación	106
Riego	107
Fertilización	107
Rendimiento	107
Néctar	108
Definición general	108
Definición industrial	108
Características y beneficios	108

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Descripción del producto a ofertar	109
Segmentación del mercado	110
Análisis de la demanda	110
Datos históricos de la demanda	112
Proyección de la demanda potencial	113
Análisis y proyección de la oferta	114
Datos para determinar la oferta	114
Proyección de la oferta	115
Balance entre oferta y demanda	115
Análisis de precios	116
Análisis de la competencia	116
Análisis de la comercialización	117
Canales de comercialización	117
Estrategias de mercado	117
Estrategias de plaza	117
Estrategias de producto	118
Estrategias de precio	118
Estrategias de promoción	119
Conclusiones del estudio de mercado	119

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Microempresa	121
Localización del proyecto	122
Macro localización	122
Micro localización	123
Mapa de la ubicación de la microempresa productora y comercializadora de néctar de pepino dulce	123
Croquis para ubicar la microempresa	124
Detalle de la infraestructura de la microempresa	125

Factores determinantes de la micro localización	126
Costos y disponibilidad del espacio físico.	126
Fuentes de abastecimiento de materia prima	127
Disponibilidad de servicios básicos	127
Almacenamiento de la materia prima y del producto terminado	127
Herramientas y equipos	128
Tamaño del proyecto	128
Materias primas e insumos	128
Factores determinantes del tamaño	129
Tamaño del proyecto según la demanda potencial.	129
Tamaño del proyecto según su organización	130
Ingeniería del proyecto	131
Procesos para la producción de néctar de pepino dulce	131
Equipos y utensilios	132
Operaciones y descripción de la elaboración de néctar	136
Flujograma del proceso	138
Estudio de requerimientos de inversión	139
Inversiones fijas	139
Maquinaria y utensilios.	139
Equipos de computación	139
Bienes muebles y enseres	140
Espacio donde va a funcionar la microempresa y el almacén	141
Capital de trabajo	141
Inversión total del proyecto	142
Financiamiento	142
Talento humano	143

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

Determinación de la inversión	145
Presupuestos de ingresos y egreso	145
Presupuesto de ingresos	145
Presupuestos de egresos	146

Costos de producción	146
Gastos operacionales	148
Sueldos y Salarios	148
Arrendamiento	149
Publicidad	149
Mantenimiento	149
Útiles de oficina	150
Servicios básicos	150
Gastos financieros	151
Depreciaciones de activos fijos	153
Estado de situación financiera	154
Estado de resultados integral proyectado	155
Flujos de caja	155
Evaluación financiera	156
Determinación del costo de capital	156
Valor Actual Neto (VAN)	157
Tasa Interna de Retorno (TIR)	158
Período de Recuperación de la Inversión (PRI)	159
Relación costo-beneficio	159
Punto de equilibrio	160

CAPÍTULO VI

PROPUESTA ESTRATÉGICA

Nombre de la microempresa	163
Nombre	163
Logotipo	163
Aspectos administrativos	164
Tipo de empresa	164
Titularidad de la propiedad de la empresa.	164
Horario de funcionamiento	164
Base filosófica y estratégica de la empresa	164
Misión	165

Visión	165
Principios y valores	165
Políticas	166
Objetivos	166
Estructura orgánica	167
Organización funcional	168
Funciones del personal	168
Gerente propietario	168
Secretaria	170
Contador	171
Agente vendedor	172
Trabajadores	173
Bodeguero/servicios generales	174
Requisitos legales para su funcionamiento	175
Registro de la microempresa en el Servicio de Rentas Internas	175
Permiso de funcionamiento (Patente Municipal)	176
Permiso de funcionamiento de los bomberos	176
Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento	176

CAPÍTULO VII

ANÁLISIS DE IMPACTOS

Antecedentes	177
Niveles de impacto	178
Desarrollo del análisis de impactos	178
Impacto educativo	178
Impacto económico	179
Impacto empresarial	180
Impacto ambiental	181
Impacto general del proyecto	182
CONCLUSIONES	183
RECOMENDACIONES	185
BIBLIOGRAFÍA	187
ANEXOS	190

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Extensión cantonal por parroquias	34
Cuadro N° 2 Población total de Pimampiro	38
Cuadro N° 3 Población de Pimampiro por parroquias	38
Cuadro N° 4 Cuadro de producción de pepino dulce	41
Cuadro N° 5 Matriz de relación	44
Cuadro N° 6 Población total de Ibarra	46
Cuadro N° 7 Población total de Pimampiro	46
Cuadro N° 8 Número de comercios en Pimampiro e Ibarra	47
Cuadro N° 9 Resumen de la población	47
Cuadro N° 10 Resumen de la muestra	48
Cuadro N° 11 ¿En Pimampiro se produce pepino dulce?	49
Cuadro N° 12 ¿Consume frecuentemente néctar de fruta natural Usted y su familia?	50
Cuadro N° 13 ¿Ha degustado de algún producto derivado del pepino?	51
Cuadro N° 14 ¿Le gustaría degustar néctar de pepino dulce (jugo natural)?	52
Cuadro N° 15 ¿Conoce alguna empresa que produzca néctar de pepino dulce?	53
Cuadro N° 16 ¿Cuántas unidades de jugo de néctar de pepino dulce consume usted y su familia en la semana?	54
Cuadro N° 17 ¿Qué tipo de embase cree que se pueda utilizar para comercializar nuestro producto?	55
Cuadro N° 18 ¿En qué tamaño prefería Ud. Adquirir el producto?	56
Cuadro N° 19 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un néctar de pepino dulce de 250 cm ³ ?	57
Cuadro N° 20 ¿Cree que este producto puede ser acogido por las familias del sector?	58
Cuadro N° 21 ¿Qué producto vende más?	59
Cuadro N° 22 ¿Con que frecuencia compran los clientes estos jugos (néctar de fruta)?	60

Cuadro N° 23 ¿Cuántos jugos naturales vende a la semana?	61
Cuadro N° 24 ¿Qué tamaño prefiere más el cliente para adquirir el producto?	62
Cuadro N° 25 El empaque que las personas prefieren es:	63
Cuadro N° 26 Los compradores potenciales de jugo natural son:	64
Cuadro N° 27 ¿La población acoge productos nuevos con facilidad?	65
Cuadro N° 28 ¿Alguna vez le ofertaron jugo natural (néctar) de Pepino Dulce?	66
Cuadro N° 29 ¿Estaría dispuesto a comercializar Néctar de Pepino Dulce?	67
Cuadro N° 30 ¿Al ser un producto nuevo, con cuantas unidades podría empezar?	68
Cuadro N° 31 Análisis interno y externo	72
Cuadro N° 32 Composición del fruto	104
Cuadro N° 33 Segmentación del mercado	110
Cuadro N° 34 Población de Ibarra y Pimampiro	111
Cuadro N° 35 Tasa de crecimiento	111
Cuadro N° 36 Consumo de la demanda	112
Cuadro N° 37 Datos históricos de la demanda	112
Cuadro N° 38 Fórmula	113
Cuadro N° 39 Proyección de de la demanda	114
Cuadro N° 40 Datos de la oferta	114
Cuadro N° 41 Proyección de la oferta en el sector	115
Cuadro N° 42 Demanda insatisfecha	115
Cuadro N° 43 Proyección de precios de acuerdo al precio de mercado	116
Cuadro N° 44 Producción mensual	130
Cuadro N° 45 Tabla de contenido °Brix, acidez, y rendimiento de la frutas tropicales	132
Cuadro N° 46 Maquinaria y utensilios	139
Cuadro N° 47 Equipos de computación	140

Cuadro N° 48 Muebles y enseres	140
Cuadro N° 49 Arrendamiento	141
Cuadro N° 50 Capital de trabajo	141
Cuadro N° 51 Inversiones	142
Cuadro N° 52 Estructura del financiamiento	142
Cuadro N° 53 Nómina	143
Cuadro N° 54 Resumen de inversión	145
Cuadro N° 55 Ingresos por ventas	146
Cuadro N° 56 Costo de producción	147
Cuadro N° 57 Costo de producción por años	147
Cuadro N° 58 Sueldos y salarios: nómina año 2012	148
Cuadro N° 59 Nómina proyectada	148
Cuadro N° 60 Arriendo	149
Cuadro N° 61 Publicidad	149
Cuadro N° 62 Mantenimiento	149
Cuadro N° 63 Útiles de oficina	150
Cuadro N° 64 Servicios Básicos	150
Cuadro N° 65 Otros gastos administrativos	150
Cuadro N° 66 Resumen de gastos administrativos proyectados	151
Cuadro N° 67 Resumen de gastos de ventas proyectados	151
Cuadro N° 68 Tabla de amortización	152
Cuadro N° 69 Condiciones para el crédito	153
Cuadro N° 70 Depreciaciones	154
Cuadro N° 71 Estado de situación financiera	154
Cuadro N° 72 Estado de resultados integral proyectado	155
Cuadro N° 73 Flujos de caja con proyección	156
Cuadro N° 74 Determinación del costo de capital	156
Cuadro N° 75 Valor actual neto	157
Cuadro N° 76 Tasa interna de retorno	158
Cuadro N° 77 Período de recuperación de la inversión	159
Cuadro N° 78 Relación costo-beneficio	160
Cuadro N° 79 Punto de equilibrio	161

Cuadro N° 80 Escala valorativa para análisis de impactos	178
Cuadro N° 81 Impacto educativo	178
Cuadro N° 82 Impacto económico	179
Cuadro N° 83 Impacto empresarial	180
Cuadro N° 84 Impacto ambiental	181
Cuadro N° 85 Impacto general	182

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 ¿En Pimampiro se produce pepino dulce?	49
Gráfico N° 2 ¿Consume frecuentemente néctar de fruta natural Usted y su familia?	50
Gráfico N° 3 ¿Ha degustado de algún producto derivado del pepino?	51
Gráfico N° 4 ¿Le gustaría degustar néctar de pepino dulce (jugo natural)?	52
Gráfico N° 5 ¿Conoce alguna empresa que produzca néctar de pepino dulce?	53
Gráfico N° 6 ¿Cuántas unidades de jugo de néctar de pepino dulce consume usted y su familia en la semana?	54
Gráfico N° 7 ¿Qué tipo de embase cree que se pueda utilizar para comercializar nuestro producto?	55
Gráfico N° 8 ¿En qué tamaño prefería Ud. adquirir el producto?	56
Gráfico N° 9 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un néctar de pepino dulce de 250 cm ³ ?	57
Gráfico N° 10 ¿Cree que este producto puede ser acogido por las familias del sector?	58
Gráfico N° 11 ¿Qué producto vende más?	59
Gráfico N° 12 ¿Con que frecuencia compran los clientes estos jugos (néctar de fruta)?	60
Gráfico N° 13 ¿Cuántos jugos naturales vende a la semana?	61
Gráfico N° 14 ¿Qué tamaño prefiere más el cliente para adquirir el producto?	62
Gráfico N° 15 El empaque que las personas prefieren es:	63
Gráfico N° 16 Los compradores potenciales de jugo natural son:	64
Gráfico N° 17 ¿La población acoge productos nuevos con facilidad?	65
Gráfico N° 18 ¿Alguna vez le ofertaron jugo natural (néctar) de Pepino Dulce?	66
Gráfico N° 19 ¿Estaría dispuesto a comercializar Néctar de	67

Pepino Dulce?	
Gráfico N° 20 ¿Al ser un producto nuevo, con cuantas unidades podría empezar?	68
Gráfico N° 21 Descripción del producto a ofertar	109
Gráfico N° 22 Canales de distribución	117
Gráfico N° 23 Nombre de la microempresa “PEPINFRUT”	121
Gráfico N° 24 Macro localización	122
Gráfico N° 25 Ubicación de la microempresa	123
Gráfico N° 26 Croquis del sector	124
Gráfico N° 27 Diseño y descripción de la planta	125
Gráfico N° 28 Equipos y utensilios	132
Gráfico N° 29 Proceso de preparación del néctar de pepino	138
Gráfico N° 30 Logotipo	163
Gráfico N° 31 Estructura orgánica	167

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

La provincia de Imbabura se encuentra localizada en el centro norte del país, limitado al norte por el Carchi, al sur con Pichincha, al este Napo y al oeste Esmeraldas, posee seis cantones: Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Ibarra, Urcuquí, Pimampiro, la zona norte tiene mayor población negroide, la zona central población mestiza, la zona sur con mayor cantidad de población indígena. Además posee una variedad climática que va desde cálido seco en el valle del Chota, subtropical en el cantón Mira, templado en la región central y frío al sur, los mismos que influyen en el desarrollo de las diferentes comunidades y aspectos socio culturales, económicos y ecológicos, gracias a esto la provincia es considerada eminentemente agrícola.

El cantón Pimampiro está ubicado al nororiente de la provincia de Imbabura, limita al norte con la provincia del Carchi; al sur Pichincha; al este Sucumbíos y al oeste el cantón Ibarra. Posee un clima templado-seco, apto para los cultivos, por las formaciones naturales que se asientan en los valles. Tiene una población de 12.970 personas entre hombres y mujeres.

Uno de los productos agrícolas de gran interés comercial es el pepino cuyo nombre científico es *Solanum muricatum* Aiton, es originario de la zona Andina y su cultivo es anual.

El pepino es un fruto que contiene propiedades nutritivas que podrían ser aprovechadas para crear nuevos productos en beneficio de las personas. El 90% es agua, es bajo en calorías y lleva un alto contenido en vitamina C que ayuda al desarrollo de dientes y encías, huesos, cartílagos, a la absorción del hierro, al crecimiento y reparación del tejido conectivo normal (piel más suave).

Esta fruta es esencial para cierto tipo de reacciones metabólicas y antioxidante; así como ayuda a mantener la presión normal en el interior y el exterior de las células gracias al potasio, además regula el balance de agua en el organismo, disminuye los efectos negativos del exceso de sodio y participa en el mecanismo de contracción y relajación de los músculos, y lo utilizan como energizante cuando se realiza largas caminatas, son atractivos a la vista por su color blanco amarillento, con jaspes y rayas longitudinales, son agradables al olfato y al gusto, por su suave aroma.

El constante crecimiento poblacional, el mal hábito de alimentación y el acelerado ritmo de vida han generado que se consuma alimentos rápidos como es denominado comúnmente “comida chatarra”, ante esto el actual gobierno ha emprendido una campaña sobre la buena alimentación y por decreto ejecutivo los bares de las instituciones educativas está prohibida la comida chatarra, por ende se ha visto como una gran oportunidad la creación de productos que contengan un cierto grado de nutrientes y vitaminas que beneficien al consumidor.

Por la difícil situación económica y desempleo que atraviesa actualmente el país, se ha visto conveniente de realizar un estudio de factibilidad que permita reactivar económicamente a la población y tener una nueva opción de ingresos a través la presentación de la fruta en néctar.

En este cantón existen grandes extensiones de terreno dedicadas a la siembra de pepino, fruta que se comercializa a nivel local, regional, nacional e internacional.

El 100% del producto es vendido en estado natural por la demanda de su consumo; pero es importante ampliar la gama de comercialización del producto a través de nuevas formas de consumo como néctar, jugos u

otros, porque existe la facilidad de llevar a todos lados, siendo beneficioso llevar un envase de jugo o néctar que comerse la fruta.

Justificación

Es importante este trabajo de investigación porque con la creación de la microempresa de producción y comercialización de néctar de pepino dulce, se propone generar fuentes de trabajo, ocupación directa e indirecta en las diferentes fases del proyecto con sus eventuales beneficios y uno de ellos y el más importante es ofrecer a las personas un producto natural, por las cualidades únicas como la producción de colágeno que ayudan a la metabolización de grasas y la cicatrización de heridas. El pepino se consume en estado maduro como fruta refrescante e hidratante tras esfuerzos físicos ya que lo utilizan como energizante.

El presente trabajo tiene factibilidad porque es muy importante aprovechar lo que la naturaleza brinda tan generosamente, dando a conocer las bondades de este producto y la manera de procesarlo para que proporcione de una mayor utilidad y rentabilidad en la economía familiar y del sector, aportando de una forma positiva en la alimentación de los más pequeños en su lonchera escolar y de las demás personas en general.

Con este proyecto se generará nuevas fuentes de trabajo y mejorará el nivel de ingresos de las familias Pimampireñas, ya que en el cantón las fuentes de trabajo son muy escasas y la mayoría de familias se dedican al cultivo unipersonal de pequeñas parcelas de pepino dulce u otros productos. Algunos agricultores siembran el producto tradicional o artesanalmente, lo que no garantiza una buena cosecha y no permite la optimización adecuada de los recursos existentes; en cambio los agricultores más grandes lo realizan de forma técnica e inclusive muy pocos en los dos últimos años lo hacen en invernadero.

El producto de acuerdo a una economía de mercado se vende generalmente a los intermediarios o comerciantes de la fruta, sean de Imbabura o de otras provincias. Es por esto que la presente investigación tiene por objeto brindar alternativas sustentables, que contribuyan al fortalecimiento directo de la economía de las familias que se dedican a la siembra del pepino dulce ya que se podrá comprar la fruta a todos los productores para el procesamiento del néctar, transformándolo en un producto terminado con características de calidad, y listo para competir en el mercado; esto permitirá la sustentabilidad de esta actividad empresarial, y la estabilidad económica del sector.

Es realizable el proyecto porque se cuenta con el apoyo de todos los agricultores del cantón, mismos que están involucrados con el cultivo, desean ayudar a la transformación del pepino dulce; y se tiene la colaboración de personas especializadas en la producción de néctar. Por consiguiente, este trabajo de investigación cuenta con su justificativo para su desarrollo y aplicación, orientado a la satisfacción de las necesidades de los habitantes de la zona. Además brindar un producto alimenticio de excelente calidad, que a futuro de seguro será muy demandado y codiciado por el público en general.

Además el presente tema de investigación es factible de ser desarrollado por que se cuenta con la bibliografía necesaria, la asesoría de un profesional de ingeniería agroindustrial para la elaboración del néctar y con medios económicos necesarios para emprender el desarrollo de la microempresa.

Objetivos

General

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de néctar de pepino dulce en el cantón Pimampiro, Provincia de Imbabura

Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional que permita determinar las características generales del área de influencia del Proyecto, los aliados, oponentes oportunidades y riesgos que tendrá el estudio.
- Desarrollar las bases Teóricas- Científicas que justifique el desarrollo del proyecto.
- Determinar el estudio de mercado para establecer la oferta o producción, la demanda potencial de precios y canales de comercialización, efectuando los respectivos análisis y proyecciones.
- Ejecutar un estudio técnico para determinar el tamaño, localización diseño de los sistemas de producción y comercialización y definir sus estrategias.
- Elaborar un estudio económico que permita determinar la viabilidad económica del proyecto propuesto.
- Establecer la propuesta estratégica para así conocer las funciones y responsabilidades del manejo administrativo.
- Analizar los diferentes impactos económicos, culturales, educativos, nutricional, ambiental y empresarial que con llevan la ejecución o puesta en marcha del presente proyecto.

Metodología

Métodos

Los principales métodos que se van a utilizar en la presente investigación son:

- **Deductivo**

El presente método será empleado en todas las fases del desarrollo de la investigación. En la medida que partiendo de hechos y acontecimientos generales que por medio del razonamiento lógico la síntesis y el análisis se llegará a determinar, evaluar y emitir criterios de valor de aspectos

particulares motivo de la presente investigación, La técnica que se empleará será el Fichaje.

- **Inductivo**

En el avance de la investigación este método permitirá realizar un análisis profundo de los datos recolectados para ordenar los datos que serán objeto del estudio, también se lo empleará para exponer las conclusiones y recomendaciones concernientes al desarrollo del proyecto y una vez observados los fenómenos particulares llegar a las deducciones e interpretaciones generales del proyecto.

- **Analítico-sintético**

Es importante realizar un análisis tanto de aspectos teóricos – científicos como también de los resultados que se irán obteniendo en el proceso investigativo. Los mismos que deberán ser ordenados para obtener algo más fundamental. Realizando una recaudación de toda la información necesaria, para luego de un análisis amplio, determinar los aspectos más relevantes y así llegar a las conclusiones y recomendaciones del estudio.

Técnicas

- Entrevista
- Encuestas
- Fichaje
- Observación

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

ANTECEDENTES

Pimampiro es uno de los cantones más pequeños de la Provincia de Imbabura, es eminentemente agrícola gracias a la fertilidad de los suelos. Con lo que demuestran su funcionalidad para la agricultura.

Este cantón está ubicado al nororiente de la provincia de Imbabura, limita al norte con la provincia del Carchi; al sur Pichincha; al este Sucumbíos y al oeste el cantón Ibarra, posee un clima templado-seco, su temperatura es 15°C apto para los cultivos, por las formaciones naturales que se asientan en valles, su altura es de 2.165 metros sobre el nivel del mar.

La Cantonización: “San Pedro de Pimampiro” fue elevada a la categoría de cantón el 21 de mayo de 1981, y está dividido en 4 Parroquias; Pimampiro, Chugá, San Francisco de Sigisipamba, Mariano Acosta

La principal actividad de la zona es la Agricultura y la Ganadería, la economía de la zona gira en torno al intercambio de productos del campo y su comercialización en los mercados de la provincia y el país. Durante los últimos años se ha caracterizado la siembra de tomate riñón y el pepino dulce.

En éste cantón existe grandes extensiones de terreno dedicadas a la siembra de pepino, fruta que se comercializa a nivel local, regional, nacional e internacional.

El 100% del producto es vendido en estado natural por que es importante ampliar la gama de comercializar el producto a través de nuevas formas de consumo como néctar, jugos u otros, porque es muy beneficiada ya que es de gran ayuda y facilidad de llevar un envase de jugo o néctar de algún fruto que comerse la fruta.

Historia

Los pobladores primitivos conformaron tribus como los Caribes y los Arahucos, que originaron el surgimiento de dos pueblos Los Lachapis que forma el pueblo Chapi y los Pimampiro.

En la época de la colonia, Francisco Pizarro, eleva a Otavalo a la categoría de corregimiento incorporando a varios pueblos indígenas, entre ellos Pimampiro, quienes cansados de tanta explotación se rebelaron, elevando quejas a las autoridades de Ibarra, pero a pesar de conseguir arreglos amistosos, los Pimampireños abandonaron su territorio y se marcharon para siempre hacia el Oriente.

En la Época Republicana y a partir de la fundación de la ciudad Pimampiro es considerada como parroquia civil de Ibarra, y que dependía de ella política y económicamente.

El 29 de mayo de 1861, se eleva a la categoría de parroquia rural. El 21 de mayo de 1981 se creó el Cantón Pimampiro mediante Decreto No. 66 publicado en el registro oficial No. 2 del martes 26 de mayo de 1981.

El cantón Pimampiro se halla situado en los declives de la cordillera oriental a 45 km. De la ciudad de Ibarra, 77 grados 55 minutos 23 segundos de longitud occidental; a cero grados 23 minutos 36 segundos de latitud norte. A una altura de de 2165 metros sobre el nivel del mar.

El cantón Pimampiro se subdivide en 4 parroquias que son: Mariano Acosta, San Francisco de Sigsipamba, Chuga y la parroquia matriz Pimampiro, cabecera cantonal.

Las cuatro parroquias mencionadas tienen una gran riqueza en el suelo, son aptas para la agricultura y estas tierras son aprovechadas por pequeños y grandes agricultores de la zona, donde se produce fréjol, maíz, hortalizas, legumbre y frutas diversas.

Extensión cantonal por parroquias.

Cuadro N° 1

PARROQUIA	km2	%
Matriz (Pimampiro)	88,44	20%
Mariano Acosta	133,7	30%
San Francisco de Sigsipamba	172,33	39%
Chuga	47,97	11%
TOTAL	442,50	100%

Fuente: Municipio de Pimampiro

Ubicación y límites

El Cantón Pimampiro está ubicado en la parte nororiental de la provincia azul de los lagos, Imbabura.

Norte: por los ríos Chota y Escudillas, parte de Chalguayacu y parte de la provincia del Carchi.

Sur: por la provincia de Pichincha, Páramos de Angochagua, lado sur por la laguna de Puruhanta.

Este: por la provincia de Sucumbíos, con la cordillera Pimampiro, cordillera de Mainas y Rio Escudillas.

Oeste: parroquia de Ambuquí parte de la quebrada de Chalguayacu, paramos de Yuracruz y páramos de Angochagua.

Clima de Pimampiro

Clima: Templado (Entre 15° y 18°)

Altura: 2.165 metros sobre el nivel del mar

Éste cantón tiene una altura que oscila alrededor de 2.000 metros sobre el nivel del mar, con una temperatura media anual de 18 grados centígrados y en los sectores altos es de 15 grados centígrados.

Como el clima es la resultante de la configuración del suelo como ya hemos visto que el suelo del territorio pimampireño es completamente desigual el clima es así mismo, muy variado en Chalguayacu el clima es cálido y seco sin variación todo el año. La intensidad del calor va disminuyendo conforme el terreno va aumentando en altura.

Así los terrenos de Paragachí, Santa Rosa y Pinandro, gozan de un clima abrigado de intensidad agradable en la población misma tenemos un clima medio, entre abrigado y templado.

Pero en ciertos días del año se deja notar un calor que desespera por la rigurosidad de los rayos del sol aunque; en contraste dentro de un mismo mes se puede encontrar fríos intensos, este fenómeno se debe a las corrientes atmosféricas.

Cuando los vientos viene del Oriente traen gran cantidad de humedad y producen abundante rocío por las mañanas. Pero cuando estas vienen del norte, pasar por los valles del chota, Juncal y Chalguayacu adquieren gran temperatura, y es de notarse que estas corrientes atmosféricas aumentan en continuidad en el verano.

El clima templado existen en los terrenos de mayor altura así por ejemplo: los árboles, Yucatán, Buenos Aires, San José, La Delicia, Valle Hermoso, etc. Y el clima frío existen en los terrenos planos como son El Cedral, el Tejar, Cebadal, y los páramos de Mainas.

Hidrografía

(MUNICIPIO DE PIMAMPIRO, 2007: 5) “El área de estudio por su situación hidrográfica cuenta con una formación que presenta un gran

arrugamiento puesto que en el sistema hidrográfico ha ido dejando áreas con posibilidades de realizar actividades agropecuarias”.

El río principal es el Pisque que nace en la Laguna de Puruhanta y recibe el caudal del Blanco y del Chama chan, el río Blanco atraviesa toda la parroquia de San Francisco de Sigsipamba.

En el sector norte de la parroquia de Chuga se encuentra una gran cantidad de pequeños riachuelos, en los cuales se destaca los ríos San Miguel y Córdova, que forman el río Escudillas.

Los recursos hidráulicos son abundantes en el área de estudio, principalmente en las parroquias de Chuga y Mariano Acosta, las vertientes entregan parte de su caudal para el riego pero la mayor parte de ellos dado que recorren por profundos causes no han permitido su utilización y captación para fines agrícolas.

La sociedad de Pimampiro

En todo Pimampiro la agricultura es la base del crecimiento económico de su gente, es la plataforma de la identidad cultural. Se puede identificar tres grandes grupos humanos que son los que de alguna forma moldean las características culturales y sociales. Estos son: población indígena de la nacionalidad Kichwa, población afro ecuatoriana y población mestiza.

En la actualidad, la población indígena se sitúa principalmente en la parroquia Mariano Acosta, en tanto que la población afro ecuatoriana está concentrada en la comunidad Chalguayacu, en la parte baja del cantón, y vecina de El Juncal.

El problema de la población de Pimampiro es que cada vez más los jóvenes emigran a la ciudad por sus estudios o trabajos y no regresan a su tierra, por lo que la población no tiene un crecimiento acelerado.

Población del cantón Pimampiro censo 2010

Población total de Pimampiro

Cuadro N° 2

ÁREAS	TOTAL
TOTAL	12.970
URBANO	4.673
RURAL	8.297

Fuente: Municipio de Pimampiro (Censo del 2010)

Elaboración: La Autora

Población de Pimampiro por parroquias

Cuadro N° 3

PARROQUIAS	TOTAL
TOTAL	12.970
PIMAMPIRO (URBANO)	4.673
AREA RURAL	8.297
PERIFERIA	3.538
CHUGA	1.271
MARIANO ACOSTA	1.926
SAN FRANCISCO DE SIGSIPAMBA	1.562

Fuente: Municipio de Pimampiro (Censo del 2010)

Elaboración: La Autora

Ocupación

Existen suficientes argumentos para pensar que antiguamente en la ciudad de Pimampiro, la poblacional del cantón se dedica a la agricultura, por ello a la entrada de la ciudad se construyó un monumento que inmortaliza la más importante, la más antigua de las profesiones como es la agricultura. Considerándose que ésta es la puerta de acceso para el apareamiento de otras profesiones. Además el crecimiento económico da

origen al crecimiento poblacional y por ende a la organización de su estructura social.

En forma general los pobladores de Pimampiro, se dedican, al comercio, industria maderera y de manera general al cultivo del tomate riñón, tomate de árbol, fréjol, ají, pimiento, anís, cebada, trigo, caña de azúcar, cebolla paiteña, etc. Además se dedican últimamente al cultivo de la mandarina, manzana, granadilla, mora, fresa, uvilla, pepino, aguacate entre otras frutas.

La agricultura en Pimampiro

Los conocimientos de la agricultura en Pimampiro tienen una raíz antes de los incas, esto se lo determina por los innumerables vestigios arqueológicos, mismos que dan fiel testimonio de sus raíces. Las Gradadas, Guanupamba, Los Árboles, Pugarpuela, El Inca, La Mesa, Buenos Aires, entre otros lugares, constituyen los testigos precolombinos de la historia de Pimampiro. (Municipio de Pimampiro 2010)

Pimampiro está ubicado en un piso geográfico intermedio entre el valle del chota y los páramos de la cordillera oriental. El cultivo de los diferentes productos agrícolas obedece a un clima templado, y a la aplicación de conocimientos técnicos que han llevado a este cantón a ser los más grandes productores de fréjol, hortalizas y frutas en la provincia.

Hoy se puede encontrar variedad de cultivos de los diferentes nichos ecológicos; desde legumbres, cereales, tomates, caña de azúcar, anís, y toda clase de frutas.

Cultivos

Se entiende que los primeros productos de la zona alta fueron el maíz, las papas, los chochos, las habas, en la zona baja el ají, algodón, plátano, camote, yuca, y árboles frutales.

A finales del siglo XVI los españoles introducen a toda esta zona el trigo, la cebada, la caña de azúcar, la vid, el olivo, muy recientemente, por las décadas de los 20 y 30 del siglo 20 se introduce el tomate, pepino dulce, el fréjol, que caracteriza al pueblo de Pimampiro. El cultivo de algunos productos es decisivo en el desarrollo socio-económico de sus habitantes y la experiencia agrícola marca un hito en la historia de esta ubérrima tierra.

Tipos de cultivos

Al ser Pimampiro una zona prodigiosa en cuanto al clima y terreno sus cultivos son muy variados como: Maíz, fréjol, frutilla, zanahoria, brócoli, uvillas, pepino dulce, cebollas, arvejas, moras, tomate, pimiento, granadilla, entre otros. (FFPP, 2010:12) La agricultura en Pimampiro

Calidad del terreno

El suelo de Pimampiro es apto para la agricultura y dentro de sus características son:

- a). Poroso para permitir la circulación del aire y del agua en su interior.
- b). Acidez neutra que permita el desarrollo de la mayor parte de las plantas del huerto y a su vez favorezca la descomposición de la materia orgánica.
- c). Rico en materia orgánica (humus) que favorezca la vida de los microorganismos en el suelo y ayude la retención del agua.
- d). Rico en microorganismos que descompongan la materia orgánica transformando en minerales las plantas.

Así pues, los suelos no sólo están formados por tierra, sino que junto a ésta ha de haber materia orgánica en descomposición y muchísimos microorganismos.

Producción de pepinos en el sector

Pimampiro cuenta con 43 productores dedicados exclusivamente a esta fruta, mismos que pertenecen a la Asociación de Agricultores de Pimampiro y que de acuerdo a los datos de la institución, cada agricultor produce mensualmente de 5000 a 7000 kilogramos de pepino dulce.

Cuadro de producción de pepino dulce

Cuadro N° 4

N° de agricultores de pepino registrados en la Asociación	Producción promedio mensual en Kg.	Total anual	Precio promedio 0,70 USD
43	6000	3'096.000	2'167.200

La producción de pepino dulce de Pimampiro una parte se queda en Imbabura y el resto es enviada a otras provincias y es exportada a otros países.

De acuerdo a estos datos Pimampiro produce suficiente pepino dulce como materia prima para la elaboración de néctar.

COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS

Hasta hace algunos años la venta de los productos se los realizaba fuera del cantón, llevando camiones de productos a otras provincias; en la actualidad la venta se la hace en el mismo sector, es decir que los compradores buscan el producción y llegan a Pimampiro a comprarlo.

La fruta se vende al por mayor en el mercado mayorista, y se manda a Quito para exportación y venderlos en los supermercados grandes como (megamaxi, supermaxi y gran akí).

OBJETIVOS

General

Realizar un diagnóstico estratégico situacional para la elaboración y comercialización del néctar de pepino dulce en Pimampiro identificando aliados, oportunidades, oponentes y riesgos.

Específicos

- Identificar los sistemas de producción del pepino dulce que se utilizan en la zona de Pimampiro.
- Analizar los procesos de comercialización del néctar de pepino que se produce en el cantón Pimampiro.
- Determinar aspectos organizacionales y financieros necesarios para la producción de néctar de pepino dulce.
- Determinar los efectos ambientales generados por la producción.

VARIABLES E INDICADORES DIAGNÓSTICOS

Producción

- Semillas e insumos agrícolas
- Ciclo de producción
- Mano de obra
- Volumen de producción
- Productividad
- Variedad
- Calidad

Comercialización

- Posicionamiento
- Tipo de mercado
- Demanda y oferta
- Competencia

- Precio
- Canales de distribución
- Punto de venta
- Estrategias de venta

Estrategias administrativas y financieras

- Planificación
- Organización
- Dirección
- Control
- Registros contables
- Costos
- Nivel de rentabilidad
- Formas de financiamiento
- Capital de trabajo

Aspectos ambientales

- Manejo de desechos
- Reciclado de desechos
- Contaminación ambiental
- Deforestación
- Erosión del suelo
- Manejo del agua

MATRIZ DE RELACIÓN

Cuadro N° 5

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS O HERRAMIENTAS	PÚBLICO INVOLUCRADO
O1. Identificar los sistemas de producción del pepino que se utilizan en la zona de Pimampiro.	PRODUCCIÓN	Semillas e insumos agrícolas Ciclo de producción Mano de obra Volumen de producción Productividad Variedad Calidad	Encuesta Observación Opinión de Expertos	Productores Comerciantes .
O2. Analizar los procesos de comercialización del néctar de pepino que se produce en el cantón Pimampiro.	COMERCIALIZACIÓN	Posicionamiento Tipo de mercado Demanda y oferta Competencia Precio Canales de distribución Punto de venta Estrategias de venta	Encuesta Observación Opinión de Expertos	Clientes Comerciantes
O3 Determinar aspectos organizacionales y financieros necesarios para la producción de néctar de pepino dulce.	ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS y FINANCIERAS	Planificación Organización Dirección Control Registros contables Costos Nivel de rentabilidad Formas de financiamiento Capital de trabajo	Entrevista Encuesta	Presidente de la Asociación. Productores.

O4 Determinar los efectos ambientales generados por la producción de néctar de pepino.	FACTORES AMBIENTALES	Manejo de residuos Reciclado de desechos Contaminación ambiental Manejo del agua	Encuesta	Autoridades Publico externo
--	----------------------	---	----------	--------------------------------

POBLACIÓN Y MUESTRA

Población total de Ibarra

Cuadro N° 6

TOTAL
181.175

Fuente: INEC (Censo-2010)
Elaboración La Autora

Población total de Pimampiro

Cuadro N° 7

TOTAL
12.970

Fuente: INEC (Censo-2010)
Elaboración La Autora

La población tomada en cuenta para la presente investigación a más de la población de Pimampiro es la población de Ibarra que suman un total de 194.145 de acuerdo al censo 2010, además se cuenta con los principales comercios del sector: dentro de ellos existen 76 abacerías, supermercados, comercios grandes y tiendas en Pimampiro y la ciudad de Ibarra.

Los datos se los ha obtenido en el Municipio de Ibarra y en la oficina de Rentas Municipales de Pimampiro. Es importante mencionar que los comercios tomados en cuenta son los más grandes de las ciudades, quienes pueden comercializar el néctar de pepino posteriormente.

Número de comercios en Pimampiro e Ibarra

Cuadro N° 8

LUGARES DE EXPENDIO	NÚMERO
Abacerías,	17
Supermercados	4
Comercios Grandes	21
Tiendas.	34
SUMAN	76

Fuente: Municipio de Ibarra y Pimampiro
Elaboración: La Autora

La población de Pimampiro e Ibarra tomada en cuenta como consumidores llega a una sumatoria de 194.145 en el año 2010, de acuerdo al INEC del mismo año.

Resumen de la población

Cuadro N° 9

POBLACIÓN	NÚMERO
Población de Pimampiro e Ibarra Consumidores	194.145
Productores	43
Abacerías, supermercados, comercios grandes y tiendas.	76

Fuente: INEC y Municipio de Ibarra y Pimampiro
Elaboración: La Autora

Considerando que el número poblacional de consumidores es elevado se aplica una fórmula muestral.

En el caso de producción y comercialización se toma toda la población ya que es un número reducido.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot \delta^2}{N - 1 \cdot \varepsilon^2 + Z^2 \cdot \delta^2}$$

Donde:

n = Muestra

N = Población

Z = Nivel de confianza (95%)

δ^2 = Varianza (0,25)

ε = Error (5%)

$$n = \frac{194145 (1,96)^2 \cdot (0,25)^2}{194145 - 1 (0,05)^2 + (1,96)^2 \cdot (0,25)^2}$$

$$n = \frac{194145 \cdot 3,8416 \cdot 0,0625}{194144 \cdot 0,0025 + 3,8416 \cdot 0,0625}$$

$$n = \frac{46614,2145}{485,36 + 0,2401}$$

$$n = \frac{46614,2145}{485,6001}$$

$$n = 95,9$$

Resumen de la muestra.

Cuadro N° 10

POBLACIÓN	MUESTRA
Consumidores de néctar de frutas	96
Abacerías, supermercados, comercios y tiendas de Ibarra y Pimampiro	76

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Análisis, tabulación e interpretación de las encuestas aplicadas a consumidores de pepino dulce

Pregunta

1. ¿En Pimampiro se produce pepino dulce?

Producción de pepino dulce

Cuadro N° 11

No.	Indicador	f	%
1	SÍ	92	95,8
2	NO	4	4,2
	TOTAL	96	100

Gráfico N° 1



Fuente: Encuesta realizada a los consumidores de pepino dulce
Elaboración: La Autora

Interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos casi la totalidad de los encuestados determinan que esta zona es altamente productora de pepino dulce gracias a la riqueza de su suelo.

Pregunta

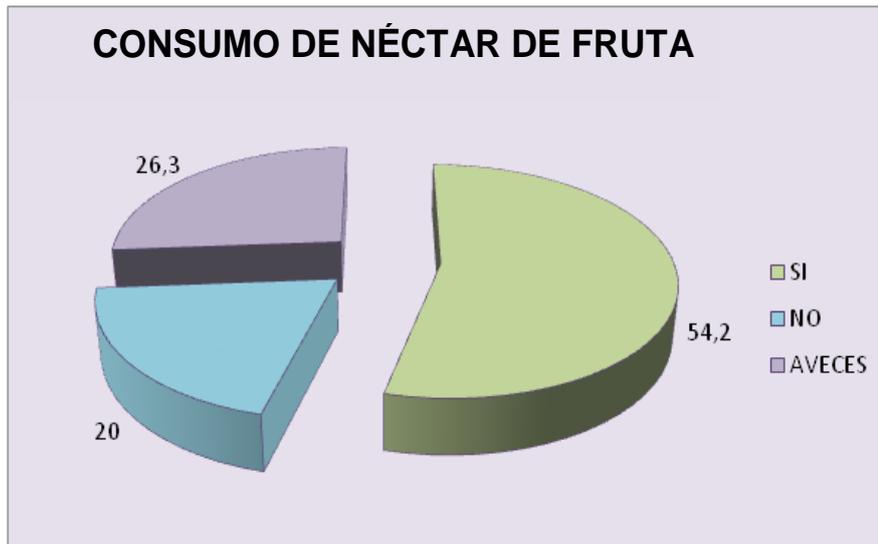
2. ¿Consume frecuentemente néctar de fruta natural usted y su familia?

Consumo de néctar de fruta

Cuadro N° 12

NO.	INDICADOR	F	%
1	SÍ	52	54,2
2	NO	19	20
3	AVECES	25	26,3
	TOTAL	96	100

Gráfico N°2



Fuente: Encuesta realizada a los consumidores de pepino dulce
Elaboración: La Autora

Interpretación

Más de la mitad de los encuestados definen que el producto sí se consume, la quinta parte dice que no lo consume y más de la cuarta parte expresa que a veces consume este producto; de acuerdo al resultado se define al pepino como una de las frutas preferidas del sector.

Pregunta

3. ¿Ha degustado de algún producto derivado del pepino?

Ha degustado néctar de pepino

Cuadro N° 13

No.	Indicador	f	%
1	SÍ	13	13,6
2	NO	83	86,4
	TOTAL	96	100

Gráfico N°3



Fuente: Encuesta realizada a los consumidores de pepino dulce
Elaboración: La Autora

Interpretación

La gran mayoría de la población define que no ha degustado productos derivados del pepino en el sector; en consecuencia la fruta se la come sin procesar.

Pregunta

4. ¿Le gustaría degustar néctar de pepino dulce (jugo natural)?

Le gustaría degustar néctar de pepino dulce

Cuadro N° 14

No.	Indicador	f	%
1	SÍ	88	91,6
2	NO	8	8,4
	TOTAL	96	100

Gráficos N°4



Fuente: Encuesta realizada a los consumidores de pepino dulce
Elaboración: La Autora

Interpretación

La gran mayoría determina que si le gustaría degustar el néctar de pepino dulce; este dato determina que las personas gustan de cosas nuevas y novedosas.

Pregunta

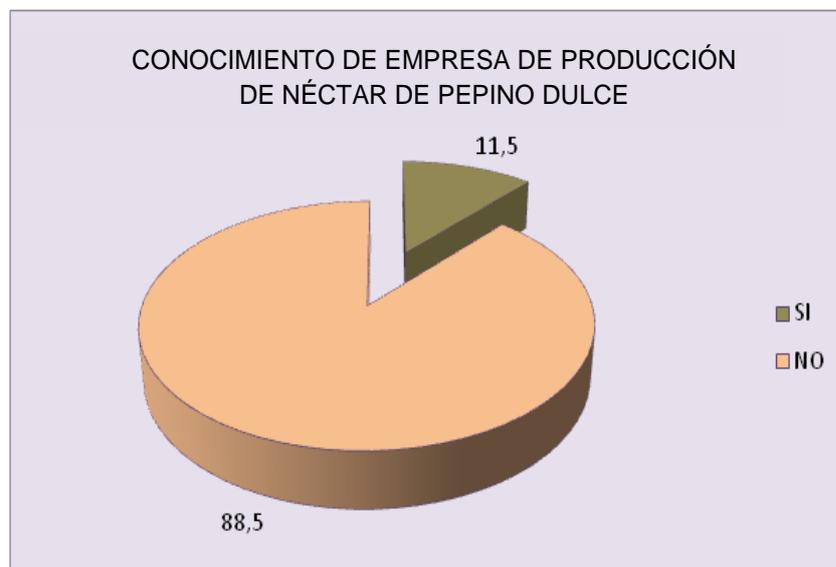
5. ¿Conoce alguna empresa que produzca néctar de pepino dulce?

Conocimiento de empresa de producción de néctar de pepino dulce

Cuadro N° 15

No.	Indicador	f	%
1	SÍ	11	11,5
2	NO	85	88,5
	TOTAL	96	100

Gráfico N°5



Fuente: Encuesta realizada a los consumidores de pepino dulce
Elaboración: La Autora

Interpretación

Casi la totalidad de los encuestados definen que no existe una empresa que elabore néctar de pepino en el sector; en consecuencia esta sería la primera microempresa en hacer este producto.

Pregunta

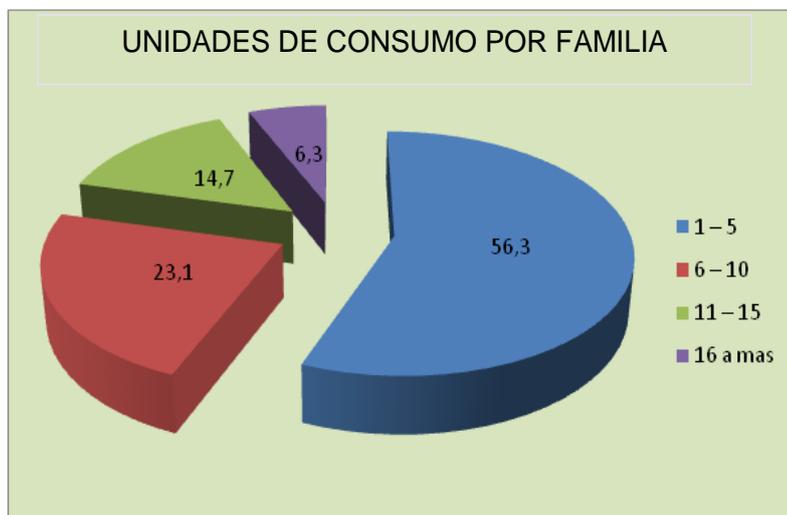
6. ¿Cuántas unidades de jugo de néctar de pepino dulce consumiría usted y su familia en la semana?

Unidades de consumo por familia

Cuadro N° 16

No.	Indicador	f	%
1	1 – 5	54	56,3
2	6 – 10	22	23,1
3	11 – 15	14	14,7
4	Más de 16	6	6,3
	TOTAL	96	100

Gráfico N°6



Fuente: Encuesta realizada a los consumidores de pepino dulce
Elaboración: La Autora

Interpretación

Los encuestados en su mayoría determinan que consumirían de 1 a 5 a la semana unidades de néctar de pepino en su hogar, el resultado define que si se consumiría el producto.

Pregunta

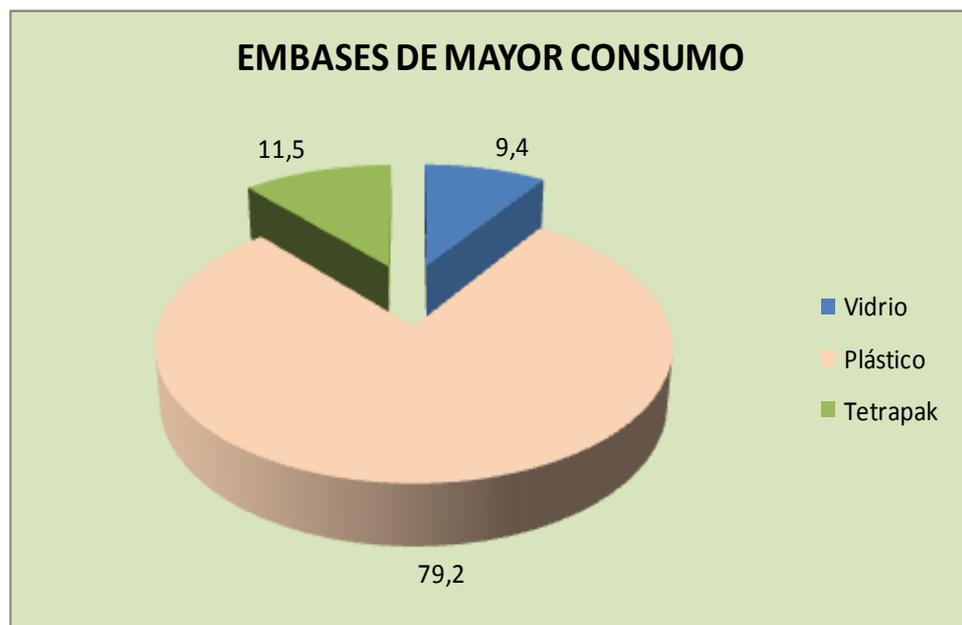
7. ¿Qué tipo de embase cree que se pueda utilizar para comercializar nuestro producto?

Embases de mayor consumo

Cuadro N° 17

No.	Indicador	f	%
1	Vidrio	9	9,4
2	Plástico	76	79,2
3	Tetrapak	11	11,5
	TOTAL	96	100

Gráfico N°7



Fuente: Encuesta realizada a los consumidores de pepino dulce
Elaboración: La Autora

Interpretación

La mayoría de consumidores expresan que el embase más práctico es los embases de plástico; entendiéndose que lo prefieren por higiénico y práctico.

Pregunta

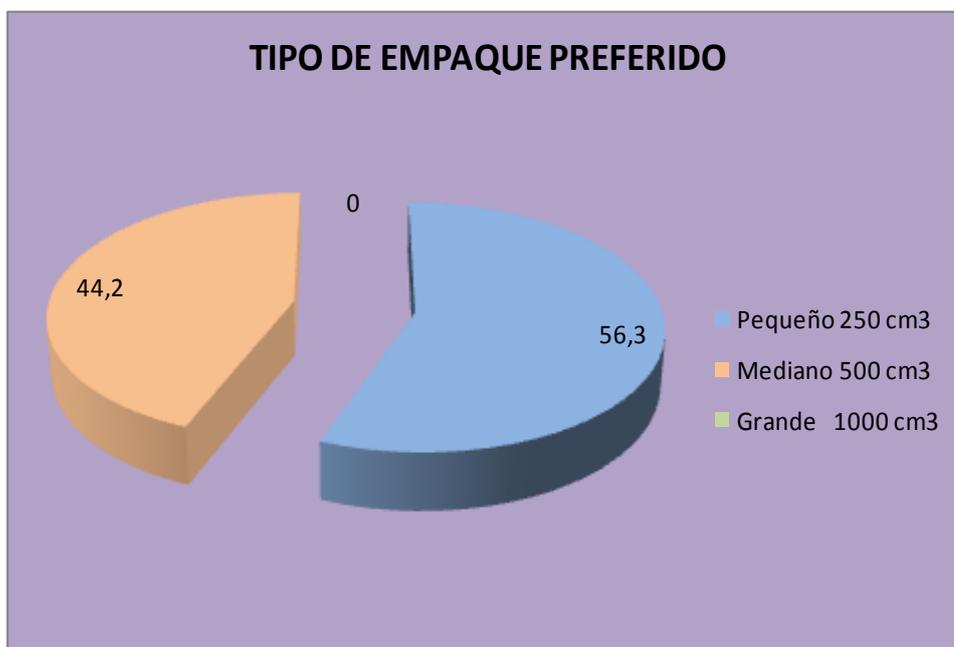
8. ¿En qué tamaño prefería usted adquirir el producto?

Preferencia del tamaño de producción

Cuadro N° 18

No.	Indicador	f	%
1	Pequeño 250 ml	54	56,3
2	Mediano 500 ml	42	44,2
3	Grande 1000 ml	0	0
	TOTAL	96	100

Gráfico N°8



Fuente: Encuesta realizada a los consumidores de pepino dulce
Elaboración: La Autora

Interpretación

Más de la mitad de los encuestados expresan que prefieren el tamaño pequeño, y menos de la mitad optan por el mediano.

Pregunta

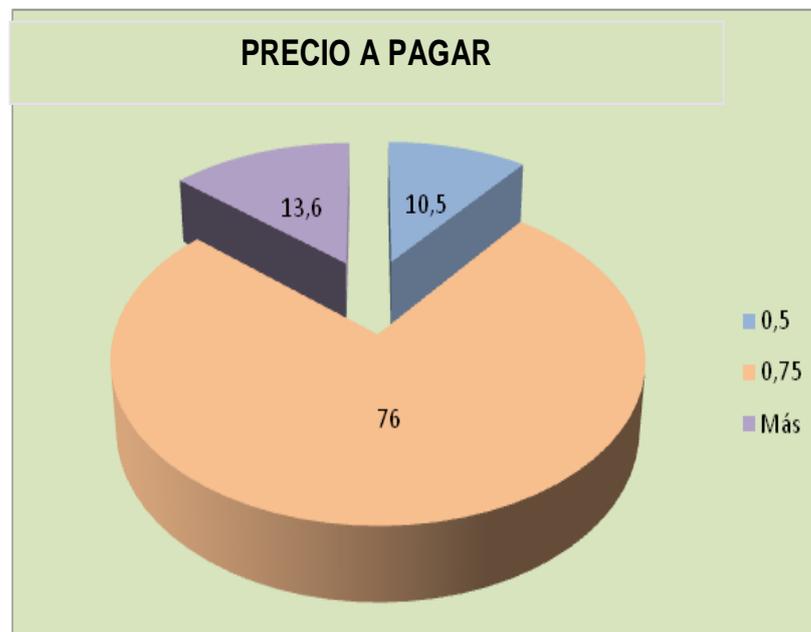
9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un néctar de pepino dulce de 250 cm³?

Precio a pagar

Cuadro N° 19

No.	Indicador	f	%
1	0,50 USD	10	10,5
2	0,75 USD	73	76,0
3	Más	13	13,6
	TOTAL	96	100

Gráfico N° 9



Fuente: Encuesta realizada a los consumidores de pepino dulce
Elaboración: La Autora

Interpretación

Los datos demuestran que la gran mayoría de personas pagarías 0,75 USD, pocos determinan que pagaría más de los 0,75 USD.

Pregunta

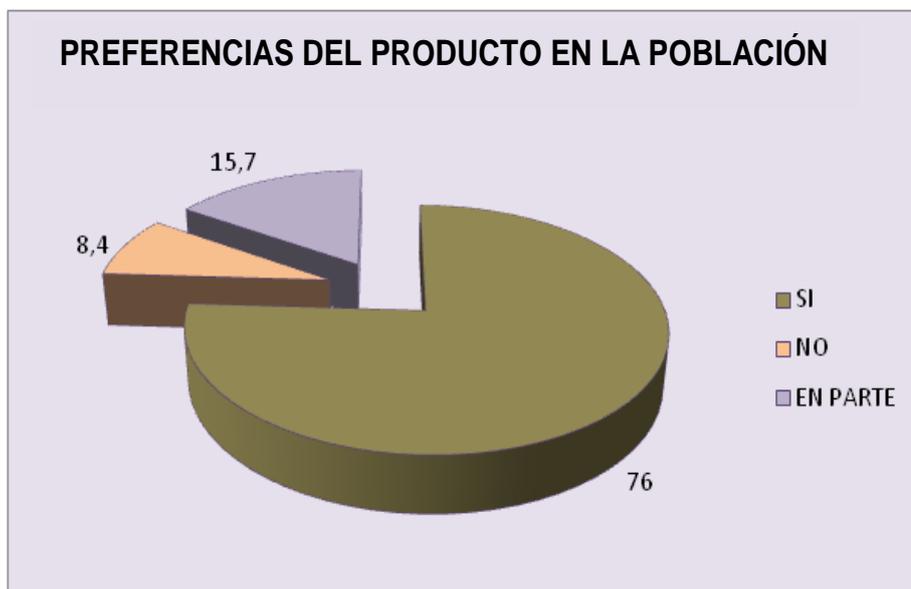
10. ¿Cree que este producto puede ser acogido por las familias del sector?

Preferencias del producto en la población

Cuadro N° 20

No.	Indicador	f	%
1	SI	73	76,0
2	NO	8	8,4
3	EN PARTE	15	15,7
	TOTAL	96	100

Gráfico N°10



Fuente: Encuesta realizada a los consumidores de pepino dulce
Elaboración: La Autora

Interpretación

La tercera parte de los encuestados determinan que este producto nuevo en el sector si sería acogido por la sociedad; considerando que la sociedad busca siempre productos nutritivos que servirá de base para su desarrollo y crecimiento.

Análisis, tabulación e interpretación de las encuestas aplicadas a los propietarios de tiendas, supermercado, abacerías y otros.

Pregunta

1. ¿Qué producto vende más?

Bebidas que más se vende

Cuadro N° 21

No.	Indicador	f	%
1	Agua	12	15,7
2	Coca Cola	28	36,8
3	Jugos Naturales	36	47,3
	TOTAL	76	100

Gráfico N°11



Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de de tiendas mercados y abacerías.
Elaboración: La Autora

Interpretación

La mitad de los encuestados dicen que el producto en bebidas que más se vende en los comercios, tiendas y comisariatos es jugos naturales por su nivel nutricional, seguido de gaseosas por su publicidad y al final se encuentran las aguas, que lo consumen más gente adulta.

Pregunta

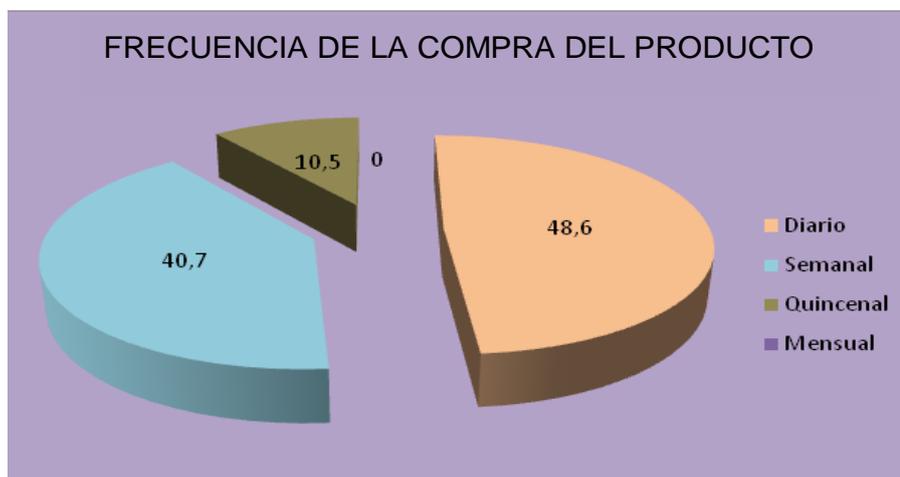
2. ¿Con qué frecuencia compran los clientes estos jugos (néctar de fruta)?

Frecuencia de la compra del producto

Cuadro N° 22

No.	Indicador	f	%
1	Diario	37	48,6
2	Semanal	31	40,7
3	Quincenal	8	10,5
4	Mensual	0	0
	TOTAL	76	100

Gráfico N° 12



Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de de tiendas mercados y abacerías.
Elaboración: La Autora

Interpretación

El consumo por las personas en casi la mitad de la población es diario, aunque hay muy buena cantidad de consumidores semanalmente. Pero definitivamente existe salida de los productos naturales como néctar y jugos.

Pregunta

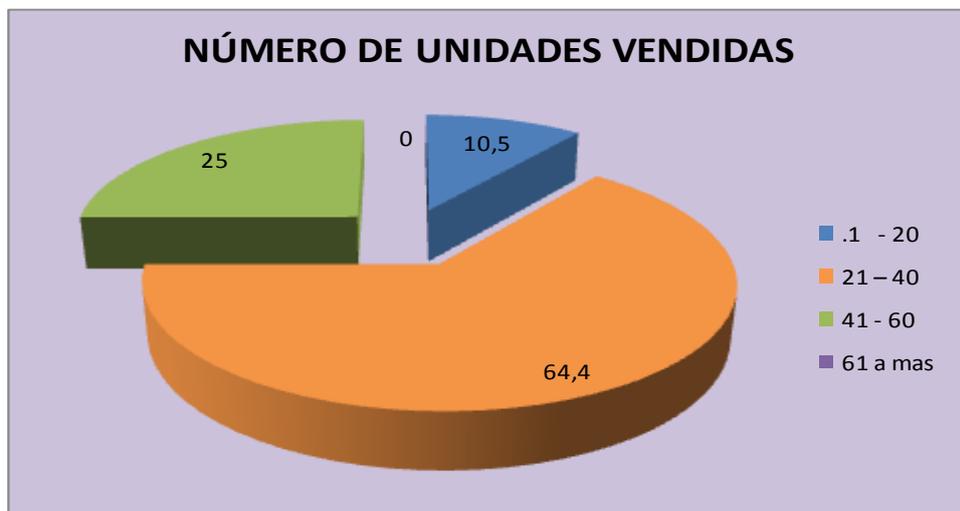
3. ¿Cuántos jugos naturales vende a la semana?

Número de unidades vendidas

Cuadro N° 23

No.	Indicador	f	%
1	1 – 20	8	10,5
2	21 – 40	49	64,4
3	41 – 60	19	25,0
4	61 a mas	0	0
	TOTAL	76	100

Gráfico N° 13



Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de de tiendas mercados y abacerías.
Elaboración: La Autora

Interpretación

De los datos se deduce que la venta semanal en las tiendas, comercios, abacerías, supermercados es de 21 a 40 jugos semanales. Este dato es importante para determinar cuán importante es la producción de néctar de pepino.

Pregunta

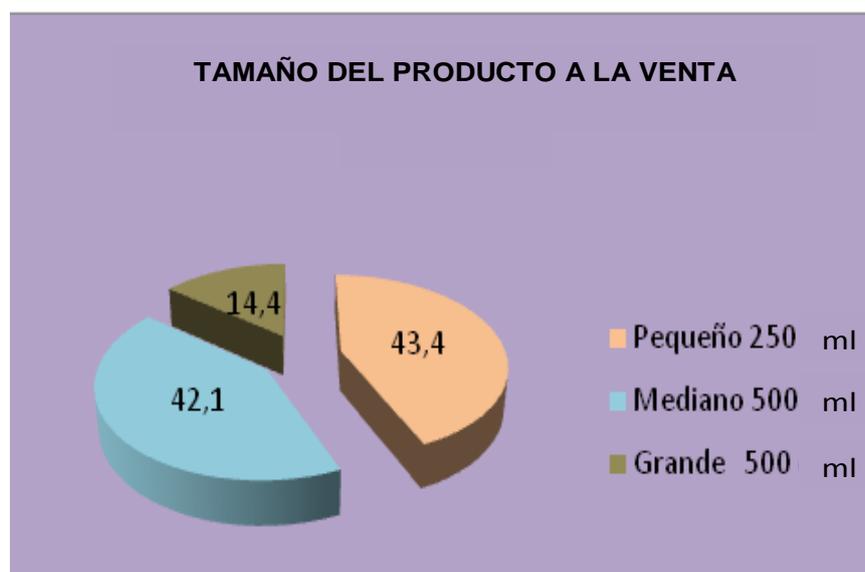
4. ¿Qué tamaño prefiere más el cliente para adquirir el producto?

Tamaño del producto a la venta

Cuadro N° 24

No.	Indicador	f	%
1	Pequeño 250 ml	33	43,4
2	Mediano 500 ml	32	42,1
3	Grande 500 ml	11	14,4
	TOTAL	76	100

Gráfico N°14



Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de de tiendas mercados y abacerías.
Elaboración: La Autora

Interpretación

Los datos demuestran que tanto el tamaño pequeño, como el mediano tienen aceptación en el mercado por lo que es consumido con gran frecuencia.

Pregunta

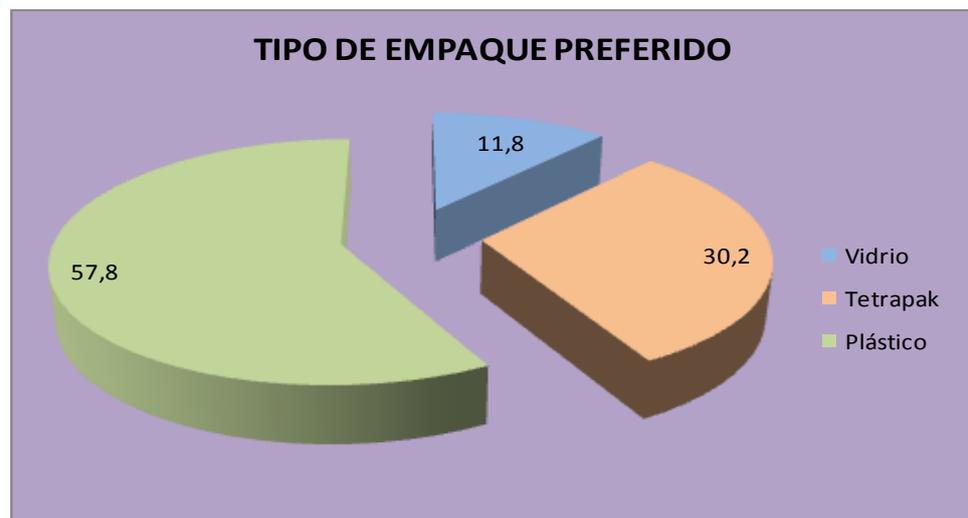
5. El empaque que las personas prefieren es:

Tipo de empaque preferido

Cuadro N° 25

No.	Indicador	f	%
1	Vidrio	9	11,8
2	Tetrapak	23	30,2
3	Plástico	44	57,8
	TOTAL	76	100

Gráfico N° 15



Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de de tiendas mercados y abacerías.
Elaboración: La Autora

Interpretación

Más de la mitad de las personas encuestadas expresan que por comodidad, higiene y modernismo las personas prefieren los envases plástico; además es fundamental que sea práctico higiénico y seguro.

Pregunta

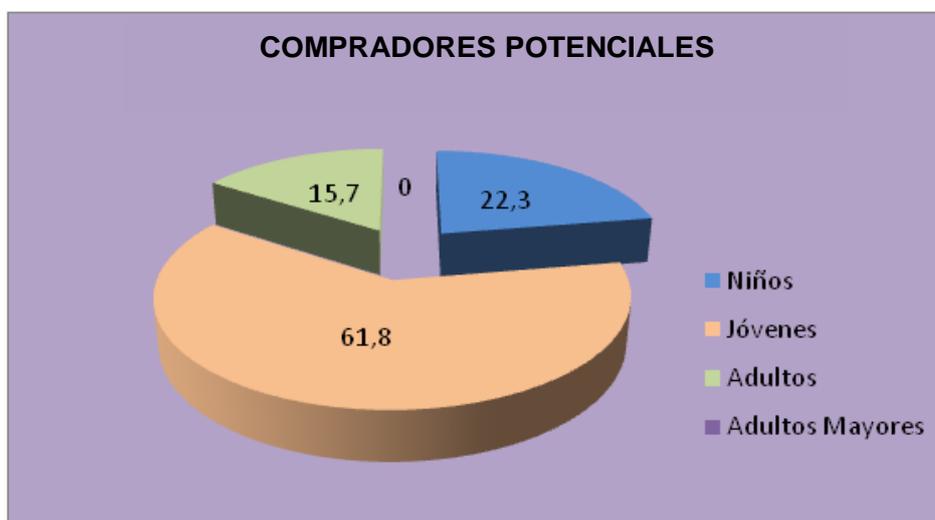
6. Los compradores potenciales de jugo natural son:

Compradores potenciales

Cuadro N° 26

No.	Indicador	f	%
1	Niños	17	22,3
2	Jóvenes	47	61,8
3	Adultos	12	15,7
4	Adultos Mayores	0	0
	TOTAL	76	100

Gráfico N° 16



Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de de tiendas mercados y abacerías.
Elaboración: La Autora

Interpretación

Los resultados demuestran que más de la mitad de los encuestados expresan que son los jóvenes quienes más consumo tipo de productos, por nutrición y principalmente porque son naturales.

Pregunta

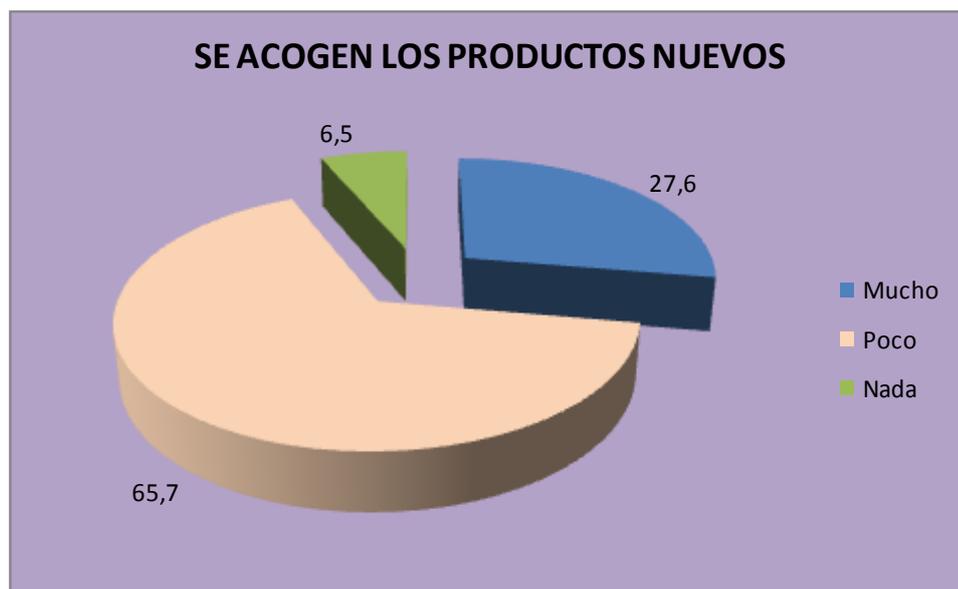
7. ¿La población acoge productos nuevos con facilidad?

Se acogen los productos nuevos

Cuadro N° 27

No.	Indicador	f	%
1	Mucho	21	27,6
2	Poco	50	65,7
3	Nada	5	6,5
	TOTAL	76	100

Gráfico N° 17



Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de de tiendas mercados y abacerías.
Elaboración: La Autora

Interpretación

La mayoría de la gente dice que la población poco acoge los productos nuevos, por lo que el ingreso al mercado es un proceso lento hasta asegurarse un posicionamiento en el mercado.

Pregunta

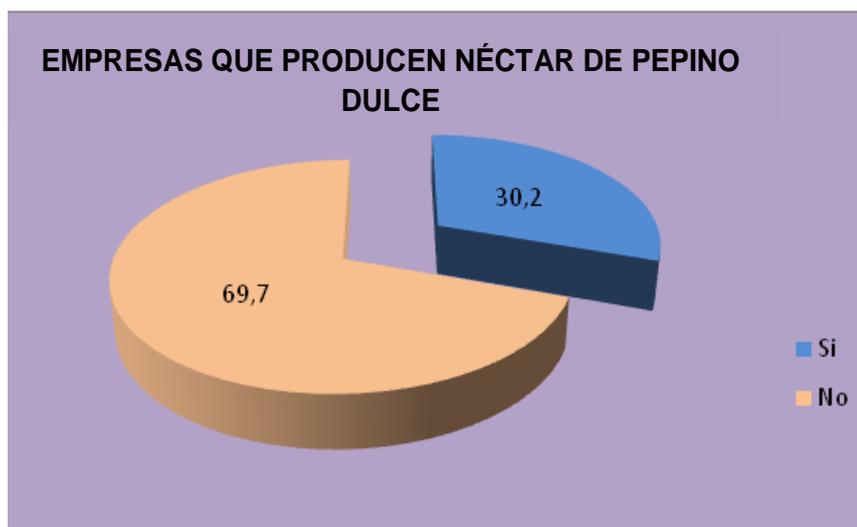
8. ¿Alguna vez le ofertaron jugo natural (néctar) de pepino dulce?

Empresas que producen néctar de pepino dulce

Cuadro N° 28

No.	Indicador	f	%
1	SÍ	23	30,2
2	NO	53	69,7
	TOTAL	76	100

Gráfico N° 18



Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de de tiendas mercados y abacerías.
Elaboración: La Autora

Interpretación

Los resultados demuestran que la mayoría de encuestados dicen que el néctar de pepino no es un producto que sea ofertado fácilmente en los comercios y tiendas por lo que es un producto nuevo, novedoso y creativo.

Pregunta

9. ¿Estaría dispuesto a comercializar néctar de pepino dulce?

Vendería usted néctar de pepino dulce en su negocio

Cuadro N° 29

No.	Indicador	f	%
1	SÍ	66	86,4
2	NO	0	0
3	Tal vez	10	13,1
	TOTAL	76	100

Gráfico N° 19



Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de de tiendas mercados y abacerías.
Elaboración: La Autora

Interpretación

La mayoría de las personas demuestran su interés por comercializar este producto, con muchas expectativas para niños y jóvenes.

Pregunta

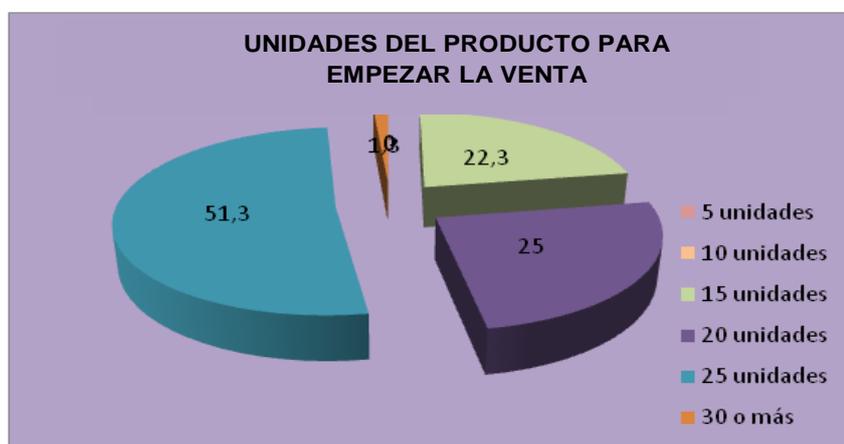
10. ¿Al ser un producto nuevo, con cuantas unidades podría empezar?

Unidades del producto para empezar la venta

Cuadro N° 30

No.	Indicador	f	%
1	5 unidades	0	0
2	10 unidades	0	0
3	15 unidades	17	22,3
4	20 unidades	19	25
5	25 unidades	39	51,3
6	30 o más	1	1,3
	TOTAL	76	100

Gráfico N° 20



Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de de tiendas mercados y abacerías.
Elaboración: La Autora

Interpretación

Al ser un producto nuevo es entendible que la mitad de los encuestados quieran comercializar poco y es por ello que están dispuestos a comercializar al inicio con 25 unidades.

Informe de la entrevista realizada al presidente de la Asociación de Pequeños Agricultores de Pimampiro Sr. Juan Revelo

Los datos serán utilizados exclusivamente para fines académicos

1.- Cómo se ayuda a los agricultores en esta organización y cuáles son las facilidades que se les da para que ellos formen parte del mismo?

Generalmente la ayuda es en la capacitación técnica para la producción de diferentes productos, además la asociación ha buscado ser un centro de acopio para que los productores puedan dejar el producto y la misma les ayude a la venta del producto o a promocionarlo.

2.- Una vez que ellos traen sus productos cuál es el orden que manejan para que ninguno sea perjudicado en la venta o entrega de los productos?

La asociación tiene un manejo equitativo y de acuerdo a la cantidad que entregue el socio será otorgado el dinero, obviamente con un porcentaje que quedará en la asociación para gastos administrativos

3.- En Pimampiro existe alguna empresa que se dedique a procesar el pepino dulce y convertirlo en néctar.

Definitivamente en néctar no, lo que sí existe la fundación (EFE) Escuela de Formación Empresarial, que tienen un proyecto de elaborar mermeladas de pepino; y considera importante esta idea del néctar de pepino porque a más de ser una bebida refrescante, es nutritiva, saludable y genial para el crecimiento y desarrollo de niños y jóvenes, además sus vitaminas ayudan al cuerpo a rejuvenecer principalmente la piel.

4.- Cómo cree usted que se sienten los productores al momento de brindar su servicio, todos son beneficiados?

La gente de Pimampiro es muy amable, tranquila de ahí que los productores sienten satisfacción de poder servir a la población con productos de calidad y a costos accesibles

5. Las empresas productoras comercializadoras, transformadoras de productos agrícolas lleva un sistema contable financiero y cómo funciona?

Éste es un grave problema para los productores y comercializadores del sector ya que no son preparados, es una población de campo que lo único que saben es labrar la tierra, y la contabilidad no es un elemento que les guste realizar. Por ello en muchas ocasiones trabajan a pérdida.

5.Cuál es la temporada de mayor producción de pepino dulce en Pimampiro?

Pepino dulce tenemos todo el tiempo porque muchos cosechan el producto en invernadero, pero la mayor producción de pepino son los meses de enero a agosto, en el resto de meses del año aunque no se pierde por completo la producción pero si disminuye, y se suple la fruta con la producción de invernadero.

6. ¿Cuántas toneladas producen normalmente una hectárea de pepino dulce?

De acuerdo a los datos del sector se produce alrededor de 50 toneladas por hectárea anualmente, aunque hay que considerar que no todos los productores tienen hectáreas sino más bien parcelas de terrenos. Las cuales producen aproximadamente de 6000 kilogramos anuales por productor que suman un total de 43; producto que es vendido a nivel local, regional, nacional y además se exporta.

CONCLUSIONES GENERALES DEL DIAGNÓSTICO

- Pimampiro es un cantón altamente productor de pepino dulce, por lo que el sector es propicio para la creación de una microempresa de producción y comercialización de néctar de pepino.
- Pimampiro produce aproximadamente 3'096.000 kilogramos de pepino dulce al año, una parte de la producción se queda en la provincia, otra parte los comerciantes llevan a otras provincias y además el pepino de mejor calidad es exportado a otros países.
- La población tanto de Ibarra y de Pimampiro consumen frecuentemente néctar de fruta u otros productos similares.
- La población desea siempre probar cosas nuevas, productos novedosos y altamente nutritivos; por lo que el néctar de pepino es una muy buena alternativa para la sociedad.
- No existen empresas que producen néctar de pepino dulce y la población desea degustar el producto.
- El producto es fácil de elaborar y no requiere de maquinaria muy sofisticada, ni muy costosa.
- Las tiendas y comercios siempre piden productos nuevos para vender aunque su pedido es en pocas cantidades.
- La fruta se la encuentra todo el año aunque con una pequeña disminución de la producción en los últimos meses del año.

Análisis interno y externo

Cuadro N° 31

<p>ALIADOS</p> <ul style="list-style-type: none">• Los productores del sector venderán el pepino dulce a la microempresa• Alto consumo de pepino dulce, en Pimampiro• Pimampiro tiene lugares de expendio; donde se comercializa el producto, a más de que existe negociantes que llevan los productos a otros lugares• La Asociación de Pequeños Agricultores de Pimampiro; ayudan a impulsar los productos naturales del sector.• Los consumidores consideran una excelente idea de transformar el pepino en néctar.• La población de Ibarra prefiere consumir productos naturales.	<p>OPONENTES</p> <ul style="list-style-type: none">• Hay en el mercado productos sustitutos que pueden convertirse en competencia de la microempresa.• Existen empresas que realizan néctar de otras frutas, aunque no de pepino dulce.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• El mercado es amplio, por lo que esta microempresa puede posicionarse no sólo a nivel local sino regional• Las financieras y cooperativas de ahorro y crédito apoyan con créditos en corto tiempo.• La implementación de este proyecto dará trabajo a los pobladores• Facilidad para conseguir la materia prima en el sector.• La generación de empleo, trae consigo desarrollo económico.• Posibilidad de contactar a diferentes distribuidores de productos.	<p>RIESGOS</p> <ul style="list-style-type: none">• Alto nivel de competencia en productos de fruta• Niveles elevados de intereses en las instituciones crediticias.• Poco conocimiento en el proceso de elaboración de néctar.

Relación de aliados-oportunidades; oponentes y riesgos

Aliados-Oportunidades

- El contar con la fruta en el sector de Pimampiro y poder comercializarla directamente en la ciudad de Ibarra esta fruta es muy cotizada; esto ayuda para que la microempresa de producción de néctar de pepino entre fácilmente en el mercado; además no existe competencia alguna porque no hay en el mercado ninguna empresa que elabore néctar de pepino dulce, aunque existen empresas que elaboran productos sustitutos.
- Los consumidores consideran una excelente idea el transformar el pepino en néctar; tomando en cuenta que en otras empresas no existe jugos o bebidas de esta fruta.
- La Asociación de Pequeños Agricultores de Pimampiro; ayudan a impulsar los productos naturales del sector está dispuestos a vender el producto a la microempresa, por lo que existe facilidad para comprar la materia prima.

Oponentes-Riesgos

- El mercado de este tipo de productos naturales de bebida es amplio, por lo que está posesionado no sólo a nivel local sino regional, éste garantiza que la microempresa podrá posicionarse en el mercado, considerando que hay un nivel de competencia alto.
- Las instituciones financieras y cooperativas ayudarán a las microempresas con créditos a corto plazo ayudando en el capital que se necesita para su implementación tomando en cuenta que existen niveles elevados de intereses en las mismas.

- La implementación de este producto es una actividad que fomenta fuente adicional de ingresos para el sector, pero el nivel de competencia en productos de fruta puede convertirse en un riesgo.

Identificación de la oportunidad de inversión

Con los resultados del Diagnóstico situacional y diagnóstico externo, se establecen aspectos positivos para la implementación de una microempresa de producción y comercialización de néctar de pepino dulce, en la ciudad de Pimampiro e Ibarra, provincia de Imbabura lo que garantiza condiciones necesarias para la ejecución del proyecto.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

La microempresa

(PROGENERO-PROMER, 2007, pág. 14) ***La microempresa es una actividad económica, que se encuentra estrechamente vinculada a la dinámica de cada hogar. Por tanto, aún cuando no todos los integrantes de una familia participen directamente en el trabajo o gestión de la microempresa; si influirán en las decisiones que en ésta se tomen.***

De acuerdo a la definición anterior se puede decir que la microempresa es una unidad económica organizada con la finalidad de producir bienes y servicios mediante la utilización de recursos humanos, materiales, tecnológicos y económicos generando empleo y a la vez obteniendo un margen de utilidad.

El propósito de estudio se basará en la microempresa industrial a la cual le servirá la aplicación del sistema contable de costos de producción para el mejoramiento de la administración, en el cual es de vital importancia que se conozca cada uno de los elementos que contiene un producto y la buena aplicación en el proceso de fabricación.

Los objetivos de las Pequeñas y Medianas Empresas son claros, principalmente cuando se tratan de buscar la estabilidad de la institución para mejorar la economía familiar.

Las Pequeñas y Medianas Empresas, siempre han tenido objetivos muy bien trazados y en la búsqueda de mejorar las condiciones de las pequeñas y medianas empresas, en el año 2010 las PYMES cuentan con 3 objetivos puntuales.

- **Reducir el gasto:** los costes de ingeniería se pueden reducir en un 30% y el mantenimiento de la oficina técnica casi a la mitad.
- **Mejorar los procesos y los productos, incrementando la productividad y rebajando el costo:** trabajando en nuevos procesos que eliminen mano de obra, simplifiquen y reduzcan el riesgo de error o fallo en fabricación o montaje.
- **Invertir en innovación,** desarrollando los nuevos productos que satisfagan las necesidades del mercado.

Es importante que las Pequeñas y Medianas Empresas realicen los esfuerzos necesarios para que cumplan con los objetivos trazados en el 2010 que tiene que ver con reducir los gastos, mejorar procesos e invertir en innovación.

Beneficios de las Pequeñas y Medianas Empresas como alternativa económica en el Ecuador

(PORTER Michael, 2011) A nivel mundial ***“Ninguna empresa, en ningún país pueda permitirse el lujo de desentenderse de la necesidad de competir”***

En el Ecuador y en todos los países los beneficios de las Pequeñas y Medianas Empresas son para una gran parte de la población que son personas emprendedoras y quieren salir adelante, y para ello es indispensable que cada organización identifique sus objetivos, el nicho del negocio, defina los mejores proveedores, reduzca costos y amplíe su nivel de ventas.

- Las Pequeñas y Medianas Empresas generan empleo en su contexto
- Buscan el desarrollo socioeconómico
- Estabilizan la economía de las familias
- Ayudan en el desarrollo social de la comunidad

- Proporcionan productos y servicio de alta, mediana calidad de acuerdo al medio donde se desenvuelven
- Su organización permite un alto nivel comunicacional con los empleados.

En el Ecuador las Pequeñas y Medianas Empresas tienen poco acceso a los créditos, las entidades financieras facilitan más créditos a empresas grandes.

Esta realidad obliga a buscar su capital de trabajo en fuentes externas al sector financiero formal como son los préstamos ilícitos. Por ello es difícil mejorar los sistemas de producción, su tecnificación, renunciándose a considerar puestos rezagados dentro de la competitividad.

Clasificación de la microempresa

Según la dirección de microempresas y artesanías del ministerio de industrias, comercio, integración, pesca y competitividad, Las actividades que desarrollan las microempresas pueden ser:

- A.) Producción.** Son aquellas que transforman materias primas en productos elaborados, dentro de esta actividad se encuentra la elaboración de artesanías cuya actividad se regula en base a la ley de fomento artesanal.
- B.) Comercios.** Son las que tienen como actividad la compra venta de bienes y productos elaborados. Su actividad se reduce a la reventa de productos elaborados por las empresas de producción.
- C.) Servicios.** La cualidad de estas microempresas es el hecho de ser inmateriales, es decir de consumo inmediato, es una acción que busca llenar o satisfacer una necesidad.

Dentro de la clasificación de la microempresa se toma como referencia para el presente proyecto la microempresa de producción porque se va a transformar la materia prima en producto elaborado.

Por la actividad que realiza

Según (PAOLITARUBI, 2009, Pág. 17) expresa la clasificación de las microempresa por la actividad que realiza:

Microempresas Industriales: Son las que transforman la materia prima en forma total o parcial hasta obtener un producto final y ofrecerlo al público.

Microempresas Comerciales: Son las que venden productos elaborados por otras empresas, es decir son intermediarias entre el productor y el consumidor.

Microempresas de Servicios: Son las que realizan atención al cliente para vender servicios sean estos profesionales o de asistencia.

Se asume que en la presente investigación por la actividad que se realizará la microempresa es industrial

Por la constitución legal

a.) Individuales: Son aquellas que están conformadas por una sola persona.

b.) De Sociedad: Son aquellas que están constituidas por más de una persona, que por medio de un acuerdo dan su aporte monetario, profesional o material para su creación.

De acuerdo a la clasificación por la constitución legal la microempresa a implementarse es de carácter individual.

Jerarquía de las Pequeñas y Medianas Empresas en el entorno social y económico

(MARCHÁN Karina, 2009, pág. 2) ***“Generalmente el rol que ocupa el personal de las empresas se agrupa en alguno de los tres niveles jerárquicos de autoridad y responsabilidad, confiriéndoles atribuciones específicas dentro del marco de competencias del proceso administrativo, particularmente en la toma de decisiones, empleo de recursos, ejecución del trabajo y supervisión de resultados”.***

Las Pequeñas y Medianas Empresas tienen un puesto ganado en los mercados locales, y quizá se les hace difícil a las empresas grandes entrar en los mercados pequeños, donde las Pequeñas y Medianas Empresas ya tienen su espacio ganado. ***“Dentro de las Pequeñas y Medianas Empresas también es importante mencionar los niveles jerárquicos necesarios para su funcionamiento”.*** BARRERA, M. (2007)

De acuerdo al párrafo anterior estos niveles jerárquicos se conocen como estratégicos, tácticos y operativos:

- Estratégico. Es el nivel más alto considerado como la máxima autoridad y líder en la entidad, casi siempre está formada por el consejo administrativo, presidente y directores de área.
- Táctico. Es un nivel medio, los responsables dirigen al personal encargado de las tareas y operaciones; son quienes planifican el trabajo.
- Operativo. Son las personas que operativizan la producción o servicio, ello definen la calidad de los productos o servicios.

Para la microempresa a implementarse se aplica todos los niveles jerárquicos; que fundamentan el proceso de funcionalidad de la organización.

Competitividad de las Pequeñas y Medianas Empresas

(MARTINEZ, SANTERO, SANCHEZ, & MARCOS, 2008, pág. 78) ***“La identificación de los principales factores de competitividad empresarial está ligada a la complejidad del propio concepto de competitividad: no obstante hay un cierto acuerdo de algunos factores determinantes en la mejora de algunos factores determinantes en la mejora de la posición competitiva de la empresa entre los que cabe destacar la innovación, tecnología y internacionalización, la financiación, la gestión de recursos humanos y desarrollo de prácticas de gestión”.***

Aunque no existen datos estadísticos actualizados sobre la participación y evolución de las Pequeñas y Medianas Empresas en el comercio interno y externo, la existencia de la competencia es una realidad, la oferta de los mismos productos en el mercado es cada día más grande en el Ecuador.

Como se puede apreciar en los datos mencionados las Pequeñas y Medianas Empresas nacen cada día y se vuelven verdaderas competencias en el Mercado y aunque no actúan en el sector de exportaciones, por su baja producción, baja información sobre mercados, capitales de trabajo ínfimos, poca tecnología, ínfimos niveles de control de calidad, son esenciales para el desarrollo económico.

Calidad, innovación y eficiencia de las pequeñas y medianas empresas

(DEL OLMO Carlos, 2009, pág. 45) ***“La calidad tanto en los productos como en la elaboración y gestión empresarial, es un factor plenamente asumido. Las propias normas de calidad exigen desde su ejecución y amparadas en el concepto de mejora continua, la calidad en las cadenas de proveedores. Concebida la calidad en la microempresa, su implantación supone contar con modelos de certificables con terceras partes”.***

La calidad es esencial dentro de la productividad, permite el posicionamiento de las Pequeñas y Medianas Empresas en el mercado, los productos y servicios de excelente calidad abre oportunidades en el mercado y se sobrepone a la competencia.

En Ecuador, la calidad está buscando su espacio, cada día más las empresas, y microempresas (Pequeñas y Medianas Empresas), hablan de calidad, esto gracias a la globalización porque ahí se encuentran la información de libre comercio, el crecimiento que las empresas y de las exigencias que estas tienen cada día, además se habla de la necesidad de gestionar el talento humano que labora en una empresa. Todo esto lleva a que las empresas lleguen a obtener la calidad y por ende el éxito.

Ventajas y desventajas de la microempresa

Ventajas de la microempresa

- Al igual que la pequeña y mediana empresa es una fuente generadora de empleos.
- Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
- Son flexibles, adaptando sus productos a los cambios del Mercado.

Desventajas de la microempresa

- Utilizan tecnología ya superada
- Sus integrantes tienen falta de conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente.
- Dificultad de acceso a crédito.
- La producción generalmente, va encaminada solamente al Mercado interno.
- Poco personal que en ocasiones no pueden cubrir la producción que requieren.

Dentro de las ventajas que tendrá la microempresa a implementarse en Pimampiro son: la generación de empleo y adaptación al mercado.

Fuentes de financiamiento de la microempresa

(TORRES Fabricio, 2008) ***“En la creación de una microempresa se debe contar con la ayuda de las instituciones financieras como: bancos, corporaciones y cooperativas de ahorro y crédito, fundaciones y Gobiernos Locales”.***

Estas instituciones cuentan con un servicio especial y único para microempresas, los cuales una vez realizado el trámite pertinente son otorgados inmediatamente e casi el 100% de los solicitantes por su rápida y segura recuperación.

En el caso de la presente investigación se contará con el apoyo del Banco de Fomento.

ADMINISTRACIÓN

Definición de administración

(HELLRIEGEL, JACKSON, & otros, 2008) ***“La administración son todas las tareas y actividades implicadas en la dirección de una organización o una de sus unidades: Planeación, organización, dirección y control”***

De la cita anteriormente descrita puede resumirse diciendo que la Administración es una acción que se encarga de coordinar y supervisar, acción que la hace el gerente dentro de la empresa para que la toma de decisiones sea eficaz y eficiente, para ello se debe tomar en cuenta que el directivo debe estar preparado para asumir los retos.

Además la administración se encarga de coordinar y supervisar el trabajo de otros es lo que distingue una posición gerencial de una que no lo es, sin embargo esto no significa que los gerentes puedan hacer lo que quieran en cualquier momento, lugar o de cualquier forma.

Importancia de la administración

(ROBBINS Stephen, 2010) ***“Para las organizaciones, con absoluta certeza que la administración es necesario en organizaciones de todo tipo y tamaño en todos los niveles y en todas las áreas de trabajo sin importar donde se localicen”.***

Por ello se puede establecer que gracias a la administración las empresas y microempresas tienen el éxito deseado, siempre y cuando se cumpla con todos los elementos administrativos.

Proceso administrativo de éxito

(MUNCH, GALICIA, & Otros, 2011, pág. 19) ***“El proceso administrativo es el conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, que se interrelacionan y forman un proceso integral”.***

Como toda ciencia la administración requiere de un proceso metodológico para su aplicabilidad; cada paso o etapa son acciones operativas en las que se ejecutan acciones necesarias para lograr lo establecido en el período de estructuración, este proceso comprende: Planificación, organización, dirección y control.

a) Planificación

(MUNCH, GALICIA, & Otros, 2011) ***“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”.

La planificación es por lo tanto un proceso continuo que determina los cambios organizados y coherentes en una institución. Además es parte inherente a toda acción que busca objetivos determinados.

b) Organización:

(MUNCH, GALICIA, & Otros, 2011, pág. 100) “Tiene que ver con 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”.

El objetivo de organizar la institución es para simplificar el trabajo del personal, para coordinar y optimizar los recursos; así todo será más fácil y sencillo, y se utilizará los materiales al máximo.

En consecuencia los autores convergen en que organizar es ordenar y concentrar las actividades esenciales para lograr los fines establecidos creando unidades o áreas administrativas, donde se asignen funciones, autoridad, responsabilidad, jerarquía y sus relaciones de dependencia entre sí.

c) Dirección:

(CHIAVENATO, 2009) Tiene que ver con la dirección y ésta es ***“Es la función administrativa que se refiere a las relaciones interpersonales de los administradores en todos los niveles de organización y sus respectivos subordinados”***

La dirección tiene que ver con los esfuerzos del personal de una empresa o institución mediante la toma de decisiones, dialogar, liderar el trabajo de todos.

En consecuencia dirigir la institución es fundamental ya que corresponde a la ejecución de la planeación realizada y demanda de la colaboración de toda la comunidad educativa; para ello es fundamental que el director o quien dirige tenga liderazgo para disponer, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales.

a) Control:

(MUNCH, GALICIA, & Otros, 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”.***

Entonces, el control se realiza a nivel estratégico, nivel táctico y a nivel operativo; la organización entera es evaluada, mediante un sistema de Control de gestión; por otro lado también se contratan auditorías externas, donde se analizan y controlan las diferentes áreas funcionales de la organización.

CONTABILIDAD GENERAL

(REY POMBO José, 2007) ***“La contabilidad es una técnica de registro de las operaciones que realiza la empresa, tratando de suministrar la información requerida de forma adecuada. El empresario lo que busca a través de la contabilidad es la información”.***

El objetivo de la Contabilidad es la medición adecuada del Patrimonio en sus diversos aspectos:

- Estático: Valor del patrimonio en una fecha determinada

- Dinámico: Variación del patrimonio a lo largo de un período de tiempo.
- Cuantitativo: Valor de los elementos integrantes del patrimonio
- Cualitativo: Cuáles son los elementos que componen el patrimonio
- Económico: Inversiones realizadas por la empresa con los fondos obtenidos
- Financieros: Dónde se han obtenido los fondos con los que se realizaron las inversiones.

Se puede concluir que la contabilidad general es un sistema de información sistemático y que ayuda a la toma de decisión que organiza, registra y analiza todos los movimientos de la organización.

Importancia de la contabilidad general

(ZAPATA Pedro, 2011, pág. 7) ***“La contabilidad moderna se constituye en una herramienta indispensable para la toma de decisiones. Es por ello que la información que genera debe propender a: Controlar las actividades económicas y administrativas, captar, medir, planear y controlar las operaciones diarias y estudiar las fases del negocio y los proyectos específicos”***

Según lo mencionado anteriormente se puede decir que la importancia de la contabilidad es facilitar la toma de decisiones a sus diferentes usuarios, así como mantener en forma ordenada el registro de cada operación realizada durante un cierto periodo ya que no estriba en proporcionar a la empresa la respuesta para tomar una decisión, sino que aporta las herramientas necesarias para determinar su curso, posición económica y los datos suficientes para tomar dicha decisión.

Ciclo contable

(ZAPATA Pedro, 2011, pág. 7) ***“El ciclo contable es un conjunto de pasos sistemáticos, lógicos y ordenados que el contador debe***

seguir desde el momento mismo en que se pone en marcha la empresa y durante toda su existencia”.

Según el concepto de este autor el ciclo contable son los pasos que se deben de seguir en un orden cronológico en un momento específico en que la empresa en marcha, y que nos permite saber todo lo que la empresa realiza en sus actividades económicas.

Contabilidad de costos

(CHILIQINGA Manuel, 2007) ***“La Contabilidad de Costos permite conocer el valor de todos los elementos del costo de producción de un bien y/o servicio, por tanto calcular el costo unitario real del mismo con miras a fijar el precio de venta y el manejo de las utilidades empresariales”***

Según el concepto anterior se determina como Contabilidad de Costos al sistema de información empleado para determinar, registrar, acumular, controlar, analizar, direccionar, interpretar e informar todo lo relacionado con los costos de producción, distribución y financiamiento. La contabilidad de costos en empresas de producción se enfoca principalmente en la valuación de inventarios de productos en procesos y de producción terminados. Para ello es necesario determinar los elementos del costo de producción incurridos en el proceso productivo.

Costo de producción



- **Materia prima:** Comprende los elementos naturales o los productos terminados de otra industria que componen un producto

Materia prima directa: Son los elementos naturales o productos terminados de otra industria utilizados en la elaboración de un producto que se puede identificar fácilmente con el mismo. Y

Materia prima indirecta: No son fácilmente identificables en el producto y tienen poca importancia en el mismo.

- **Mano de Obra:** El costo del tiempo que los trabajadores han invertido en el proceso productivo en forma manual o mecánica y que se utiliza para fabricar productos.

Directa: Representa el factor humano que interviene en la producción, sin el cual, por mecanizada que pudiera estar una industria, sería imposible realizar la transformación.

La mano de obra directa está constituida por el conjunto de salarios devengados por los trabajadores cuya actividad se identifica plenamente con la elaboración de partidas específicas de productos.

Mano de obra indirecta: Constituida por sueldos y prestaciones de: Altos funcionarios de la fábrica-Jefes de departamento- Empleados administrativos-Trabajadores de departamentos en los que no se lleva cabo la transformación del producto.

Trabajadores de departamentos. En los que se lleva a cabo la transformación del producto pero no intervienen en esta.- Operadores que transitoriamente no realizan operaciones de transformación por vacaciones pagadas o enfermedades.

- **Costos indirectos**



Propósito de la contabilidad de costos

(CHILQUINGA Manuel, 2007) “***El propósito de la contabilidad de costos es proporcionar información para determinar los costos de un bien o servicio, el beneficio y el control de las operaciones***”.

De acuerdo al concepto citado se puede establecer que el propósito de la contabilidad de costos nos proporciona toda la información necesaria para realizar, efectuar y determinar los costos de la empresa en la producción de las mercancías, o en producción de servicio, cabe señalar que es fundamental que el contador sea una persona conocedora de las bases legales y normativas empresariales.

COMERCIALIZACIÓN Y MÀRKETING

Concepto de comercialización

(NUÑEZ Rafael, 2007) “***La comercialización es la actividad que le permite al productor hacer llegar su producto o servicio al***

consumidor, obteniendo los beneficios correspondientes en materia de tiempo y lugar".

Según estos conceptos se pueden establecer que la separación geográfica entre compradores y vendedores, hace necesario el traslado de productos desde su lugar de producción hasta el consumidor, gestión que se le adopta con el nombre de comercialización o distribución

Importancia de comercialización

(NUÑEZ Rafael, 2007) "***La comercialización es importante porque no es la simple transferencia de productos hasta el consumidor final porque esta actividad implica, además que dicho producto o servicio debe tener los beneficios de tiempo y lugar***".

Por ende el estudio de la comercialización es indispensable para comprender y dar funcionalidad al mercado.

Objetivos de la comercialización

(NUÑEZ Rafael, 2007) "***La comercialización tiene por objetivo colocar el producto u ofrecer el servicio en su sitio y momento adecuados para dar al consumidor la satisfacción que desea obtener al realizar su adquisición***".

Entonces se establece que el objetivo de la comercialización es brindar a la sociedad un producto o servicio con alta calidad para que el cliente o usuario se encuentra satisfecho.

Marketing

Definición de marketing.

ETZEL, Michael J. (2007) "***Es un sistema de actividades de negocios ideal para planear productos satis factores de necesidades***

asignarles precio, promoverlos y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización”.

Según este concepto se puede establecer que marketing es un conjunto de actividades y procesos adecuados, que determinan las necesidades, requerimientos y exigencias de los consumidores, es decir que les gusta a ellos para poder cumplir sus intereses, para satisfacerlos, promoviendo el intercambio de los productos y/o servicios de valor obteniendo utilidad para la organización.

Cliente

Definición

(PÉREZ Vanesa, 2007) “El cliente representa el papel más importante en el tema de la calidad, pues es quien demanda de la empresa los bienes y servicios que necesita y luego es quien valora los resultados. Se trata de la persona que recibe los productos o servicios en el intento que hace la empresa de satisfacer sus necesidades y de cuya aceptación depende su permanencia en el mercado”

Podría entonces decirse que es un individuo, sujeto o entidad que accede a recursos, productos o servicios brindados por otra. Para la microempresa objeto de esta investigación el cliente es la persona, mercado o consumidores a las que se va a dirigir al momento de ofrecer el producto. Es decir que el cliente es el consumidor que lleva el producto o servicio y depende de su satisfacción para que regrese.

Importancia

(PÉREZ Vanesa, 2007, pág. 2) “Un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal. Atraer un nuevo cliente es

aproximadamente seis veces más caro que mantener uno. Por lo que las compañías han optado por poner por escrito la actuación de la empresa. Se han observado que los clientes son sensibles al servicio que reciben de sus suministradores, ya que significa que el cliente obtendrá a las finales menores costos de inventario”

En resumen se puede decir que el cliente es el elemento fundamental para todas las empresas, por eso hay que cuidarlos, atenderlos de la mejor manera y vigilar cuales son las necesidades, gustos y preferencias.

Servicio al cliente

(PÉREZ Vanesa, 2007, pág. 9) ***“Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo”.***

Calidad de servicio al cliente corresponde ssatisfacer, de conformidad con los requerimientos de cada cliente, las distintas necesidades que tienen y por la que se nos contrato. La calidad se logra a través de todo el proceso de compra, operación y evaluación de los servicios que entregamos.

El grado de satisfacción que experimenta el cliente por todas las acciones en las que consiste el mantenimiento en sus diferentes niveles y alcances”

ANÁLISIS FINANCIERO

Durante el análisis de estados financieros se dispone de una gama de posibilidades para satisfacer los objetivos de evaluación. Los más utilizados son:

- **Análisis comparativo.** Consiste en comparar los estados financieros de dos o tres ejercicios contables y determinar los cambios que se hayan presentado en los diferentes períodos.
- **Análisis de tendencias.** Es un refinamiento de los cambios inter anuales o análisis comparativos y se utiliza cuando la serie de años a comparar es mayor a tres.
- **Estados financieros proporcionales.** Es la evaluación de la estructura interna de los estados financieros.

Para la efectividad de la propuesta del presente proyecto se utilizará el análisis de tendencias ya que se observa los cambios económicos de año en año.

El análisis financiero es una técnica que constituye un hecho para la interpretación de estados financieros, Técnica que según Marttelo Díaz, nos permite advertir problemas inadvertidos o ignorados a la fecha de presentación y análisis de los estados financieros, y que nos pone en condiciones de elaborar un informe que contiene las pautas de las medidas correctivas o de aprovechamiento de fortalezas, que debe tomar la dirección o gerencia.

Punto de equilibrio

(HORNGREN Charles, 2007) ***“El punto de equilibrio es el nivel de ventas con el que los ingresos son iguales a los gastos y las utilidad neta es cero”***

Este procedimiento sirve para determinar el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no perder ni ganar. En el punto de equilibrio de un negocio las ventas son iguales a los costos y gastos; al aumentar el nivel de ventas se obtiene utilidad, y al bajar, se produce

pérdida. Para aplicar este procedimiento es necesario reclasificar los costos y gastos del Estado de Pérdidas y Ganancias de la empresa.

Costos fijos. Son los que se causan invariablemente con cualquier nivel de ventas. Por ejemplo, el seguro contra incendio de Propiedades, Planta y Equipo, la depreciación por línea recta, sueldos y prestaciones del personal administrativo.

Costos variables. Son los que se realizan proporcionalmente con el nivel de ventas de una empresa. Por ejemplo, comisión de vendedores y, en general, los gastos relacionados directamente con las ventas.

Fórmula para calcular el punto de equilibrio. La fórmula que la empresa debe utilizar para establecer su punto de equilibrio es la siguiente:

Aplicación de un punto de equilibrio. En la práctica, el punto de equilibrio sirve para calcular el volumen de ventas que debe realizar una empresa para obtener un porcentaje de utilidad determinado sin perder ni ganar. En la investigación dentro del aspecto financiero se utilizará los costos fijos, costos variables, punto de equilibrio; lo que ayudará a establecer los costos de producción y definir el equilibrio del negocio.

TÉCNICAS DE EVALUACIÓN FINANCIERA

Valor actual Neto. (VAN)

(FERNÁNDEZ Saúl, 2007, pág. 130) *“El valor actual neto (VAN) es uno de los métodos financieros que sí toma en cuenta los flujos de efectivo en función del tiempo. Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo”*

Matemáticamente se determina por la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \text{<Inversión>} + \sum \text{FC} / (1 + i)^n$$

El valor actual neto de una inversión es la diferencia entre su valor de mercado y su costo. La regla del VAN afirma que se debe emprender un proyecto si su VAN es positivo.

Tasa interna de Retorno (TIR)

(GALLARDO Juan, 2007, pág. 50) ***“La tasa interna de retorno (TIR) expresa la rentabilidad anual en términos porcentuales.... Requiere de una tasa de descuento denominada Tasa de Rendimiento Mínima Atractiva”.***

Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos proyectados o el momento en que el VAN = 0. La tasa interna de retorno es aquella tasa de descuento que hace que el VAN estimado de una inversión sea igual a cero. La regla de la TIR afirma que se debe emprender un proyecto cuando su TIR es superior al rendimiento requerido.

Existen tres clases de TIR:

- a Económicamente cuando la inversión tiene solo aporte propio
- b Financiera cuando la inversión es con financiamiento
- c Real solo analiza los FC positivos

El cálculo del TIR tiene dos formas:

- a Interpolación
- b Fórmula

La fórmula para el cálculo del TIR es la siguiente:

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

En dónde;

Ti= Tasa inferior de redescuento

Ts= Tasa superior de redescuento

VAN= Valor positivo

VAN= Valor negativo

Los dos métodos se basan en la obtención de dos VAN un positivo y un negativo utilizando tasas de redescuento arbitrarias que cumplan estos propósitos.

Tasa de Rendimiento Beneficio-Costo (TRBC)

Este análisis es muy importante para proyectos de inversión en mercados financieros, porque establece tres niveles de decisión:

- a.) **TRBC > 1**, indica un adecuado nivel de retorno de los ingresos frente a la inversión inicial.
- b.) **TRBC = 1**, existe una indiferencia que necesita analizar otras opciones
- c.) **TRBC < 1**, no tiene un retorno atractivo por lo tanto se debe realizar un nuevo análisis de oportunidad para buscar una inversión rentable.

La fórmula es la siguiente:

$$\mathbf{TRBC} = \frac{\mathbf{FC/(1 + i)^n}}{\mathbf{Inversión}}$$

Beneficio Costo

(GALLARDO Juan, 2007, pág. 49) ***“A diferencia del VAN, cuyos resultados están expresados en términos absolutos, este indicador financiero expresa la rentabilidad en términos relativos, es decir un centavo por cada peso invertido. Sin embargo, dado que este indicador (C/B) se calcula a partir del VAN, también requiere la existencia de una tasa de descuento para su cálculo”.***

El costo-beneficio, también llamado índice de rentabilidad se lo define como el valor presente de los flujos futuros de efectivo dividido por la inversión inicial. La regla del IR afirma que se debe emprender una inversión si su IR es superior a 1.

El beneficio Costo 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. Se puede decir que el costo beneficio es un instrumento que se puede retornar en cuanto a los ingresos y egresos.

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 la inversión.

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

$$B/C = \frac{\text{ingresos}/(1+i)^n}{\text{egresos} \frac{1}{1+i}^n}$$

Capital de trabajo

(BESLEY Scott, 2008, pág. 48) ***“El término capital de trabajo por lo general se refiere al activo circulante de una empresa, porque la***

inversión en estos activos es necesaria para mantener funcionando sus operaciones”

El capital de trabajo es, en términos contables, la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Sin embargo, en términos prácticos, el capital está representado por el capital adicional pero de distinto de la inversión en activos fijos y diferidos que es necesario tener para que comience a funcionar la empresa.

El capital de trabajo permite financiar la producción antes de que la empresa comience a recibir ingresos por lo que con el se obtiene la materia prima, mano de obra, se otorga crédito a las primeras ventas del producto o servicio, se tiene una cierta cantidad de dinero para sufragar los gastos diarios de la empresa.

Flujo de caja

(BESLEY Scott, 2008, pág. 48) ***“El flujo de caja es un estado financiero de una empresa que resume sus orígenes y operaciones de efectivo durante un período específico, representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto, tomar muy en cuenta que son datos basados en pronósticos o aproximaciones que en ningún momento constituyen certezas o afirmaciones seguras de los posibles ingresos y egresos del dinero”.***

El flujo de caja ayuda para definir la actividad de operación de la empresa, que se basan en datos y aproximaciones que se viene dando en la empresa, para así detectar las falencias y potenciales de la misma; esto permitirá tomar decisiones en beneficio de la institución.

Hay que recordar que esta operación es en un período determinado mediante el cual se realiza los cálculos.

VENTA DEL PRODUCTO

Promoción

La promoción como uno de los instrumentos fundamentales del marketing con el que la compañía pretende transmitir las cualidades de su producto a sus clientes, para que éstos se vean impulsados a adquirirlo; por tanto, consiste en un mecanismo de transmisión de información.

En la microempresa a implementarse se utilizará la promoción como parte del marketing institucional con la finalidad de dar conocer el producto.

Logotipo

(NAVARRO GARCÍA, 2007) ***“El Logotipo de la empresa suele consistir en una combinación de diseño, colores y palabras (generalmente el nombre de la empresa o su marca) que van íntimamente ligados a la imagen corporativa de la empresa, y no solamente sirve para identificar a la empresa y a sus productos y a diferenciarlos de la competencia sino también, cuando ha sido bien diseñado, ayuda a asociarlo a una filosofía concreta, única e intransferible”.***

El logotipo como parte de la identidad visual de una empresa o institución, es la representación tipográfica del nombre de la marca. El diseño de un logotipo está destinado al reconocimiento inmediato del mismo, a inspirar confianza, admiración, lealtad y una superioridad implícita.

OFERTA Y DEMANDA EN EL MERCADO

Oferta

(KEAT PHILIP y YOUNG, 2008, pág. 79) ***“La oferta son las cantidades de un bien o servicio que la gente se encuentra dispuesta a vender a distintos precios dentro de cierto período al mantenerse constantes otros factores distintos al precio”***

También se puede entender que la oferta es el conjunto de bienes, servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto.

También puede decirse que la oferta es la cantidad de productos y servicios que se encuentran disponibles para ser consumidos.

Demanda

(KEAT PHILIP y YOUNG, 2008) ***“La demanda es las cantidades de un bien o servicio que la gente se encuentra dispuesta a comprar a distintos precios dentro de un cierto período, al mantenerse constantes otros factores distintos al precio”.***

Por ello es que el valor global que expresa la intención de compra de una colectividad. La curva de demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos a comprar en función de su precio y sus rentas.

Competencia

(BELEIRO Belen, 2008) ***“La competencia es el principio rector de una economía de mercado y constituye la primera manifestación del ejercicio de la libertad de empresa por ello resulta esencial su protección...”***

Tomando en cuenta las palabras del párrafo anterior se define a la competencia como el conjunto de conocimientos que al ser utilizados mediante habilidades de pensamiento en distintas situaciones, generan diferentes destrezas en la resolución de los problemas de la vida y su transformación, bajo un código de valores previamente aceptados que

muestra una actitud concreta frente al desempeño realizado, es una capacidad de hacer algo.

Mercado

(NARUS Anderson, 2008) ***“El mercado empresarial lo componen todos los individuos y organizaciones que adquieren bienes y servicios para usarlos en la producción de otros productos o servicios que venden, alquilan o suministran a terceros”***. Entonces el mercado es donde confluyen la oferta y la demanda. En un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto.

PEPINO DULCE

Descripción

(SALAZAR, 2009:65) “El pepino dulce tiene formas y colores variables, es muy jugoso, y su sabor siempre es agradable, debido a su balance de azúcar. Crece desde el nivel del mar hasta los 3,300 m. Esta Solanácea, pariente de la papa y el tomate, tiene gran aceptación en los mercados del mundo, donde se le consume como fruta fresca y en repostería”.

El pepino dulce puede cultivarse durante todo el año en climas templados, excepto en periodo de heladas, las cuales pueden dañar seriamente el cultivo.

Son atractivos a la vista por su color blanco amarillento, con jaspes y rayas longitudinales, purpúreos al estado maduro; son agradables al olfato y al gusto, por su suave aroma típico y sabor ligeramente dulce. El fruto de pepino dulce es una baya que se puede consumir como fruta

refrescante o en ensaladas, dependiendo de la variedad o del estado de madurez del fruto. También es posible su consumo en zumos o en postres y platos más elaborados.

Origen y Condiciones Ambientales

El pepino dulce o pera-melón (*Solanum muricatum*) es una especie originaria de la región andina, donde se cultiva hace varios miles de años. Sin embargo a pesar de sus buenas cualidades productivas, ha sido un cultivo que no se ha extendido al resto del mundo. No ha sido hasta hace pocos años cuando ha renacido el interés por este cultivo y se han iniciado intentos para introducirlo en diversos países.

Pertenece a la familia de las solanáceas y es una planta perenne pero generalmente cultivada como anual. Su raíz es ramificada y superficial. Puede llegar a alcanzar los 60 cm de profundidad lo que hace fácil su propagación por esquejes o pequeñas estacas.

El pepino dulce es una planta que se cultiva en zonas de clima benigno, algo húmedo y con temperaturas moderadas, siendo muy adecuadas las zonas cercanas al mar.

Es una planta sensible a las heladas, aunque el daño depende de la temperatura alcanzada. Heladas suaves dañan la planta, pero ésta se recupera, aunque se produce un retraso en la producción. Heladas más fuertes pueden producir la pérdida total de la planta. Temperaturas menores de 10-12 ° pueden afectar el desarrollo de los frutos.

BURGOS OLIVEROS Homero, (2006:8) “Los frutos de una sola planta maduran en diferentes periodos por lo que se requiere de varias cosechas en la temporada cálida, de ahí que los rendimientos están en función de la duración del ciclo de cultivo, de la longitud del periodo de recolección, las condiciones climáticas, labores de cultivo y del cultivar utilizado”.

Usos

El pepino dulce se consume principalmente como fruta fresca, aunque hay cultivares que se consumen en ensalada como el pepino (*Cucumis sativus* L.). En otros cultivares el uso depende del momento de recolección. Si se recolecta precozmente se utiliza en ensaladas, y si se recolecta una vez maduro se consume como fruta fresca.

Características Nutricionales.

Se consumen en estado maduro como fruta refrescante e hidratante tras esfuerzos físicos. Los pastores de Moche y Virú (Perú) llevan pepinos en la alforja para consumirlos durante las caminatas por el desierto.

Son reconocidas sus propiedades diuréticas, probablemente por su alto contenido de agua (92 por ciento) y se le atribuye un buen contenido de yodo, razón por la cual se recomiendan contra el bocio.

Su alto contenido en vitamina C es de suma importancia. Es ampliamente conocido que su deficiencia causa escorbuto, de ahí el nombre de ascórbico que se le da al ácido.

El farmacóforo de la vitamina C es el ión ascorbato. En organismos vivos, el ascorbato es un antioxidante, pues protege el cuerpo contra la oxidación, y es un cofactor en varias reacciones enzimáticas vitales.

BURGOS OLIVEROS Homero, (2006:11) ***La vitamina C ayuda al desarrollo de dientes y encías, huesos, cartílagos, a la absorción del hierro, al crecimiento y reparación del tejido conectivo normal (piel más suave, por la unión de las células que necesitan esta vitamina para unirse), a la producción de colágeno (actuando como cofactor en la hidroxilación de los aminoácidos lisina y prolina), metabolización de grasas, la cicatrización de heridas.***

Composición del fruto de pepino dulce en 100g/de masa fresca

Cuadro N° 32

Componentes	Contenido
Calorías (g/100g)	26.00
Agua (%)	92.30
Proteínas (g/100g)	0.30
Carbohidratos (g/100g)	7.00
Fibra (g/100g)	0.5
Cenizas (g/100g)	0.40
Calcio (mg/100g)	30.00
Fósforo (mg/100g)	10.00
Potasio (mg/100g)	-----
Hierro (mg/100g)	0.30
Sodio (mg/100g)	-----
Azufre (mg/100g)	-----
Vitamina A	317.00 (U.I.)
Vitamina B1 (mg/100g)	0.04

Fuente, FAO - 1996

Beneficios del pepino dulce

El pepino dulce contiene las **vitaminas A, B₁ y C**. Respecto a los minerales, nos aporta **Potasio, Fósforo, Calcio, Hierro, Sodio y Azufre**.

<http://nutricion.nichese.com/pepinodulce.html>. Recuperado el 3/02/2013

1. El pepino dulce tiene **propiedades antioxidantes**. Elimina los radicales libres.
2. El pepino dulce tiene **propiedades antiinflamatorias**.
3. El pepino dulce elimina el **colesterol**.
4. El pepino dulce reduce los riesgos de padecer **enfermedades cardiovasculares**.
5. El pepino dulce facilita el **sueño**. Elimina el insomnio.
6. El pepino dulce regula la **hipertensión**.
7. El pepino dulce regula el **tránsito intestinal**. Reduce los riesgos de

padecer **cáncer de colon**.

8. El pepino dulce regula los niveles de **azúcar** en la sangre.

9. El pepino dulce fortalece el **sistema inmunológico**.

10. El pepino dulce ayuda a no padecer problemas de **cálculos renales**.

11. El pepino dulce elimina el **estreñimiento**.

12. El pepino dulce elimina la **acidez** estomacal.

13. El pepino dulce mejora y mantiene la **visión**. Retrasa los efectos de la edad sobre la vista.

14. El pepino dulce alivia los síntomas de la **bronquitis**, los **catarros** y de los **estados gripales**.

LABORES DE CULTIVO

Propagación

La forma más utilizada para la propagación del pepino dulce es la vegetativa, dada la gran facilidad que tiene esta especie para producir raíces adventicias. Se utilizan esquejes semileñosos de 10-20 cm de longitud, que conviene obtener de plantas vigorosas y productivas con un buen estado fitosanitario. Estos esquejes pueden plantarse directamente en terreno definitivo, o utilizar previamente un sustrato para enraizado. Este último sistema es conveniente cuando se va a plantar en suelos pesados, o para acortar el ciclo de cultivo.

http://www.infoagro.com/hortalizas/pepino_dulce.htm Recuperado el 3/02/2013

La reproducción por semillas se aplica poco porque las plantas de pepino dulce son muy heterocigotas y la especie que dan es muy variable, tanto en tipos de hojas, formas y colores de los frutos y en sus cualidades

organolépticas. Por ello se utiliza la vegetativa, tomando trozos de tallos para que salgan raíces y poder sembrarles.

Ciclos de cultivo

El pepino dulce puede cultivarse durante todo el año en climas templados, a excepción únicamente de temporal de heladas, las cuales pueden dañar seriamente el cultivo.

En Ecuador se cultiva todo el año, recolectándose su mayor producción de enero hasta agosto, dependiendo de la zona. En Perú también se cultiva durante todo el año, realizándose plantaciones principalmente entre diciembre y febrero o entre marzo y junio.

http://www.infoagro.com/hortalizas/pepino_dulce.htm Recuperado el 3/02/2013

Marcos de plantación

“La forma más normal de cultivo al aire libre es sin ningún tipo de poda o utilizando algún tipo de entutorado. Dependiendo del sistema que se utilice se sugieren distintas separaciones entre plantas”.

http://www.infoagro.com/hortalizas/pepino_dulce.htm Recuperado el 6/02/2013

Para evitar disminución de la calidad, producidas por que los frutos tocan el suelo se puede utilizar el acolchado o bien utilizar distintos sistemas de entutorado. Un sistema utilizado al aire libre consiste en guiar los brotes entre alambres colocados horizontalmente a diferentes alturas. Las plantas se colocan entre 0.3 y 0.6 m dentro de fila y una separación entre filas de 1.5 a 2 m.

Riego

MAGAP (2013) El sistema radical del pepino dulce es muy superficial, por lo que es conveniente mantener una humedad adecuada en el suelo, aunque este fruto es una planta tolerante al déficit hídrico. Es decir que si soporta la falta de agua.

Se recomienda regar cada 15-25 días evitando un exceso de agua que favorezca demasiado el desarrollo vegetativo en detrimento del desarrollo de los frutos. Un exceso de riego también puede producir aborto floral. El pepino dulce responde muy bien al riego localizado, ya que mantiene mejor la humedad del suelo.

Fertilización

El pepino dulce se considera una especie poco exigente, con la cual es posible obtener buenas cosechas en suelos pobres. Sin embargo es una planta que responde bien al abonado y al nitrogenado, pero esto puede desarrollar en exceso la vegetación, la cual compite así con la fructificación.

Rendimientos

MAGAP (2013) El pepino dulce produce frutos de forma escalonada, por lo que los rendimientos son función de la duración del ciclo de cultivo, de la longitud del periodo de recolección, las condiciones climáticas, labores de cultivo y del cultivar utilizado.

http://www.infoagro.com/hortalizas/pepino_dulce.htm

La época de mayor producción del pepino dulce en Ecuador es desde enero a agosto y los meses de menor producción es el mes de noviembre. Cabe resaltar que gracias a los invernaderos en la actualidad todo el año existe la fruta.

NÉCTAR

(Jugo).Definición General.

(BLEUZE, 2007:52) “Se entiende por néctar al producto constituido por la pulpa de fruta finamente tamizada, con adición de agua potable, azúcar, ácido cítrico, preservante químico y estabilizador si fuera necesario”

Definición Industrial.

Néctar de frutas es el producto elaborado con jugo, pulpa o concentrado de frutas, adicionado de agua, aditivos e ingredientes permitidos en la resolución del Ministerio de Salud N° 7992 del 21 de junio de 1991, por la cual se reglamenta parcialmente el título V de la Ley 09 de 1.979 en lo relacionado con la elaboración, conservación y comercialización de jugos, concentrados, néctares, pulpas, pulpas azucaradas y refrescos de frutas”.

La definición industrial nos indica que la fruta será transformada para tener una presentación diferente de la misma, en la que se le agregará intereses diferentes como conservantes.

Características y beneficios

Los néctares de frutas, deben presentar las siguientes características:

a.) Organolépticas: Deben estar libres de materias y sabores extraños, que los desvíen de los propios de las frutas de las cuales fueron preparados.

b.) Fisicoquímicas: Los sólidos solubles o grados Brix, medidos mediante lectura refracto métrica a 20 ° C en porcentaje m/m no debe ser inferior a 10%; su pH leído también a 20 ° C no debe ser inferior a 2.5 y la acidez.

c.) Microbiológicas: tutable expresada como ácido cítrico anhidro en porcentaje no debe ser inferior a 0,2.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO A OFERTAR

Gráfico N° 21



Fuente La Autora

El producto a ofrecer es néctar de pepino dulce de excelente calidad y diferente sabor a las existentes en el mercado por sus propiedades nutritivas y vitamínicas.

El fruto posee un valor nutritivo superior al de otras frutas en varios de sus componentes. El pepino contiene propiedades nutritivas que podrían ser aprovechadas para crear nuevos productos en beneficio de las personas.

El 90% es agua, es bajo en calorías y contiene un alto contenido en vitamina C que ayuda al desarrollo de dientes y encías, huesos, cartílagos, a la absorción del hierro, al crecimiento y reparación del tejido conectivo normal (piel más suave).

Esta fruta que es esencial para cierto tipo de reacciones metabólicas y antioxidante así como el potasio que mantiene la presión normal en el interior y el exterior de las células, además regula el balance de agua en el organismo disminuye los efectos negativos del exceso de sodio y participa en el mecanismo de contracción y relajación de los músculos y lo utilizan como energizante cuando se realiza largas caminatas

En el cantón Pimampiro existe grandes extensiones de terreno dedicadas a la siembra de pepino, fruta que se comercializa a nivel local, regional, nacional e internacional. Para definir la preferencia del producto se toma en cuenta como referencia el cuadro N° 10 de la encuesta realizada a las principales tiendas supermercados y abacerías de Pimampiro e Ibarra. Donde se define que casi la mitad de la población gusta de jugos naturales.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El segmento al cual está dirigido el proyecto es:

Segmentación del mercado

Cuadro N° 33

PRIMERA SEGMENTACIÓN	1. Población de Pimampiro y Cantón Ibarra
SEGUNDA SEGMENTACIÓN	2. Población de otros cantones vecinos y otras provincias

Fuente: Investigación Propia, febrero 2012
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para establecer la demanda se toma en cuenta datos de las encuestas a los consumidores. En la cuadro N° 14 se determina que el 91,6% de las personas encuestadas les gustaría degustar néctar de pepino dulce.

Por otro lado se define en la Cuadro N° 16 que el Número de Unidades de néctar de pepino dulce consumiría a la semana es de es de 1 a 5.

En el cuadro N° 17 expresan las personas que les gustaría que este producto se encuentre en embases de plástico. En cuanto al tamaño del producto el 56,3% expresa que el tamaño pequeño es el que más se consume.

Demanda

Población de Ibarra y Pimampiro

Cuadro N° 34

AÑOS	POBLACIÓN DE PIMAMPIRO	POBLACIÓN DE IBARRA	POBLACIÓN TOTAL
2010	12.970	181.175	194.145
2011	13.220	184.943	198.163

Fuente: Datos del INEC (proyecciones)

Elaboración: La Autora

De acuerdo al Número poblacional del 2011 se toma en cuenta la tasa de crecimiento poblacional que corresponde de acuerdo a INEC en el 2,08% anual.

Tasa de crecimiento

Cuadro N° 35

AÑOS	POBLACIÓN DE PIMAMPIRO E IBARRA	TASA DE CRECIMIENTO %
2010	194.145	
2011	198.163	2,08%
SUMATORIA		2,08%
	TCPA	2,08%

Elaboración: La autora

Consumo de la demanda

Cuadro N° 36

Población de Ibarra y Pimampiro al 2011	% de personas que desean degustar néctar de pepino dulce	Total de personas	Número de hogares de acuerdo al 4,2%	Número de unidades que consumen por hogar (5)	Consumo mensual	Consumo anual
198.163	91%	180.328	42.935	214.676	858.704	10'304.448

Fuente: Investigación Propia.

Elaboración: La Autora

Datos históricos de la demanda

De acuerdo a los datos establecidos por el jefe de ventas del Supermaxi, Gran Akí y de los datos de las tiendas y abacerías grandes de la ciudad de Ibarra, se determina que el consumo de néctar o jugos de frutas es en la actualidad de un 91% de la población, en el 2010 fue un 88%; en el año 2009, sería un 84%, en el año 2008 un 80% y en el año 2007 un 79%. Este dato es considerando que de los compradores semanales de estos comercios el 91% de ellos llevan en sus compras néctar o jugos de frutas.

Datos históricos de la demanda

Cuadro N° 37

Años	Población de Pimampiro e Ibarra	Población y nivel de consumo de néctar de fruta	Tasa de crecimiento %
2007	182.261	143.986	
2008	186.133	148.906	3,41%
2009	190.087	159.673	7,23%
2010	194.145	170.848	6,99%
2011	198.163	180.328	5,54%
			23,17
TOTAL		TCPA	5,79%

Fuente: Investigación Propia.

Los datos establecen una tasa de crecimiento promedio anual de 5,79%, esto comprueba las posibilidades del crecer la microempresa y garantizar estabilidad al proyecto.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

En base a las encuestas se determinó la demanda proyectada, información recolectada de propietarios y consumidores, y para ello se toma año base del proyecto en este caso es el 2011. Y la proyección se la toma en cuenta para cinco años de acuerdo a la vida útil del proyecto. Las proyecciones son elaboradas con el método de tasas de crecimiento, con base del promedio anual de una serie de datos históricos.

Fórmula

Cuadro N° 38

$TC = \frac{UV-VA}{VA} \times 100$		
TC = Tasa de crecimiento	UV = Último valor	VA = Valor Anterior

Para el presente proyecto se utiliza información sobre proyecciones de la población de Ibarra y Pimampiro de los 5 años anteriores.

Proyección de la demanda anual en el sector

Cuadro N° 39

Años	Proyección de UNIDADES de néctar que se consume (5,79%)
2011	10'304.448
2012	10'901.076
2013	11'532.248
2014	12'199.965
2015	12'906.342
2016	13'653.619

Fuente: Investigación Propia.

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA

La oferta al ser el comportamiento y determinación de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar varios negocios quienes dentro de sus actividades proveen de bienes o servicios a los consumidores, los mismos que en base a esto establecen las cantidades de producto que se está dispuesto a vender, a determinados precios.

En el caso de poder establecer cuál es la cantidad del producto que los productores ofertan al mercado, es importante realizar el análisis de la oferta el mismo que ayudara a establecer estructuras de costos, cantidades, calidad, presentación de los productos, sistemas de comercialización, entre otros.

Datos para determinar la oferta

De acuerdo a los datos obtenidos en el cuadro N° 21 de la encuesta a los propietarios de tiendas, supermercado, abacerías y otros de la ciudad de Ibarra y Pimampiro encontramos que los comercios en 47,3% venden jugos naturales o néctar de frutas; en el cuadro N° 23; determina que en promedio se venden alrededor de 31 que es un promedio de (21-40) unidades por semana.

Datos de la oferta

Cuadro N° 40

Número de comercios, tiendas, supermercados y abacerías en Pimampiro e Ibarra	Número de unidades de néctar de frutas que se vende a la semana	Total de venta semanal	Total de venta mensual	Total de venta
4312	31	133.672	534.688	6'416.256

Fuente: Datos de municipio de Ibarra y Pimampiro

Proyección de la oferta

Al contar con 4312 comercios en Ibarra y Pimampiro de acuerdo a los datos del Municipios de cada cantón y de acuerdo al promedio de venta semanal de 31 unidades se establece un total anual de 6'416.256 unidades. La proyección de la oferta se realiza con la misma tasa de crecimiento anual de la demanda, que es de 5,79%.

Proyección de la oferta en el sector

Cuadro N° 41

AÑOS	PROMEDIO DE VENTAS EN UNIDADES (5,79)
2011	6'416.256
2012	6'787.757
2013	7'180.768
2014	7'596.534
2015	8'036.373
2016	8'501.678

Fuente: Investigación Propia.

Elaboración: La Autora

BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

Demanda a satisfacer en unidades

Cuadro N° 42

Año	Demanda del producto	Oferta del producto similares en el mercado	Demanda insatisfecha
2011	10'304.448	6'416.256	3'888.192
2012	10'901.076	6'787.757	4'113.319
2013	11'532.248	7'180.768	4'351.480
2014	12'199.965	7'596.534	4'603.431
2015	12'906.342	8'036.373	4'869.970
2016	13'653.619	8'501.678	5'151.941

Fuente: Investigación Propia.

Elaboración: La Autora

Este análisis permitió determinar el balance entre la oferta y la demanda potenciales, dato que determina la condición para la factibilidad del proyecto. Los ofertantes cubren la demanda en un 62,27% y la demanda insatisfecha es de 37,73%, el proyecto puede cubrir un segmento de la población insatisfecha.

ANÁLISIS DE PRECIOS

De acuerdo al gráfico N° 9 de la encuesta a los consumidores determina que las personas están dispuestas a pagar 0,75 USD; por las unidades de 250ml.

Considerando estos datos se determina la proyección de precios, y para realizar la proyección se toma en cuenta la tasa de inflación en el país a diciembre del 2011, se ubicó en un 5,41%

Proyección de precios de acuerdo al precio de mercado

Cuadro N° 43

Años	Proyección TCPA (5.41%) inflación
2012	0,75 USD
2013	0,79
2014	0,83
2015	0,87
2016	0,92

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORACION: La Autora.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

De acuerdo al diagnóstico realizado la competencia en la venta de productos sustitutos cubre el 62,27% de la demanda; quedando una

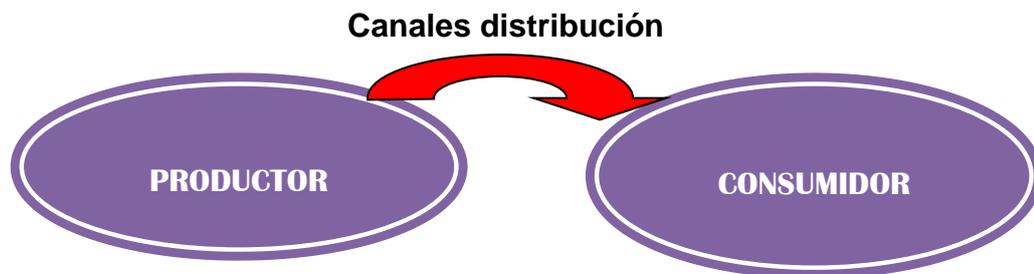
demanda insatisfecha del 37,73%, misma que actualmente podrá ser cubierta por la nueva microempresa a crearse

Este porcentaje de demanda insatisfecha es importante porque el presente proyecto busca cubrir el 3,395% de la demanda insatisfecha que corresponde a 132,000 unidades al año. Este número de unidades se cubrirá gracias a la maquinaria y equipos necesarios, por ejemplo la despulpadoras tiene capacidad de 50 Kilogramos por hora, al igual que el extractor; y la olla pasteurizadora tiene capacidad de 100 litros y de acuerdo al tiempo de pasteurización para el néctar se puede hacer dos veces al día lo que significa; que más adelante de acuerdo a la necesidad se podrá incrementar la producción; así como a la materia prima existente en el sector de Pimampiro.

ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

3.8.1. Canales de comercialización

Gráfico N° 22



Fuente: Investigación propia

ESTRATEGIAS DE MERCADO

Estrategias de plaza

- a) Tomando en cuenta que Pimampiro es un sector de alta producción de Pepino dulce; este es un sector agrícola ideal, para

- instalar la microempresa, ya que la materia prima se encuentra a la mano y no se elevan los costos de transporte de la fruta.
- b) El Lugar cuenta con todos los servicios básicos, además de que se encuentra en la ciudad y es de fácil acceso.
 - c) La infraestructura contará con espacios suficientes para la materia prima, maquinaria, congeladores, producto terminado y el área de cocina con todas las adecuaciones necesarias.

Estrategias de producto

- a) El pepino dulce como materia prima, será comprado a los productores del sector y sus alrededores.
- b) La manipulación de la materia prima se la realizará en óptimas condiciones de higiene.
- c) La materia prima será seleccionada con mucho cuidado, retirando la materia prima en mal estado.
- d) Los embases contarán con el logo y la publicidad del producto además de ser completamente higiénicos.
- e) El color del embase es verde para dar un ambiente natural
- f) Los insumos necesarios para la producción de néctar como colorantes, preservantes serán de muy buena calidad para poder mantener el producto en óptimas condiciones durante el tiempo necesario

Estrategias de precio

- a) Se mantendrán definidos los costos, los cuales agregándole un porcentaje de utilidad dará como resultado el precio final.
- b) Los precios serán competitivos de acuerdo al mercado, para tener un mayor posicionamiento.
- c) Los precios son accesibles al consumidor para poder ingresar al mercado.

Estrategias de promoción

- a) Se diseñarán campañas especiales de publicidad, para los comercios, tiendas, abacerías del sector, y comercios grandes de la ciudad de Ibarra y Pimampiro.
- b) Se sacará publicidad en el diario y radios locales
- c) Para poder posicionarse la microempresa destinará un porcentaje de las ventas para publicidad en radio y prensa.

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

- El presente Estudio de Mercado muestra que existe gran potencial de demanda del consumo de néctar de pepino dulce en Ibarra y Pimampiro teniendo una aceptación masiva del producto.
- Se llegó a la conclusión que en el mercado de Ibarra y Pimampiro existe la venta de productos sustitutos, pero no es suficiente para abastecer el mercado, ya que existe un 37,73% de demanda insatisfecha.
- La demanda de néctar de pepino dulce es alta porque la población en su dieta diaria se encuentra el consumo de jugos y néctar de frutas, esto debido a que la población busca mejorar la calidad de vida a través de consumir productos naturales.
- El producto será entregado los por vendedores en cada tienda o comercio de la ciudad de Ibarra y Pimampiro.
- En la ciudad de Pimampiro existen productores de Pepino dulce que es la materia prima requerida para la producción de néctar de pepino dulce.

- Del análisis cualitativo y cuantitativo se establece la factibilidad del proyecto y las expectativas para que la pequeña empresa a crearse cubra las necesidades de la demanda.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

MICROEMPRESA

La microempresa Pepinfrut toma este nombre porque en primer lugar la fruta de la que se realiza el producto es de pepinos y en segundo lugar porque es una fruta. Este nombre conlleva a pensar y da la idea de que es el pepino puro hecho néctar.

Nombre de la microempresa “PEPINFRUT”

Gráfico N° 23



Elaborado: Por la Autora

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Macro localización

La microempresa productora y comercializadora de néctar de pepino dulce estará ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Pimampiro en la región norte del país; está ubicado al nororiente de la provincia de Imbabura, limita al norte con la provincia del Carchi; al sur Pichincha; al este Sucumbíos y al oeste el cantón Ibarra.

País: Ecuador.

Provincia: Imbabura.

Región: Sierra.

Sector: Norte.

Cantón: Pimampiro.

Macrolocalización

Gráfico N° 24



FUENTE: Atlas del Ecuador

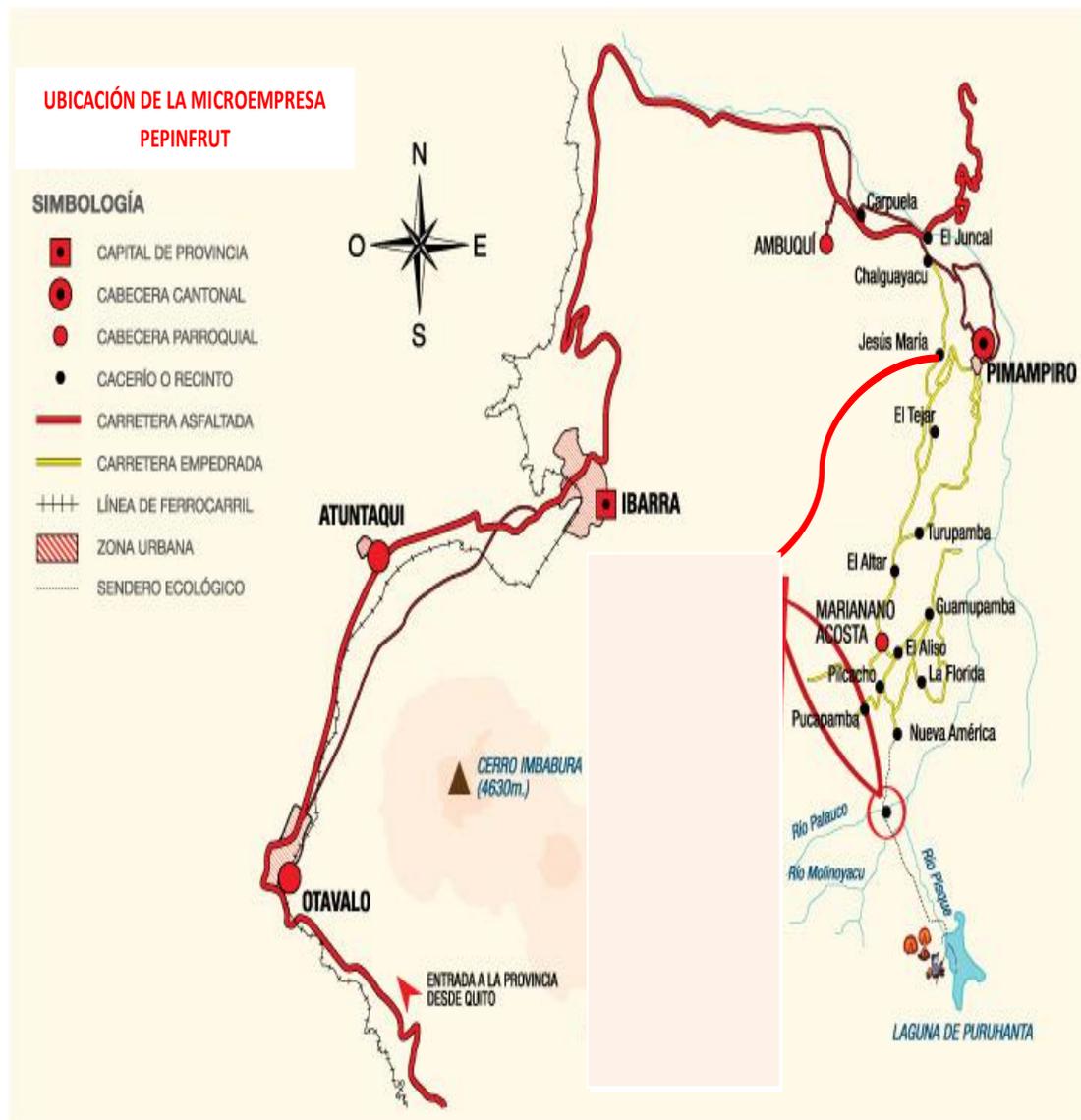
ELABORACIÓN: La Autora

Micro localización

Mapa de la ubicación de la microempresa productora y comercializadora de néctar de pepino dulce

Ubicación de la microempresa

Gráfico N° 25

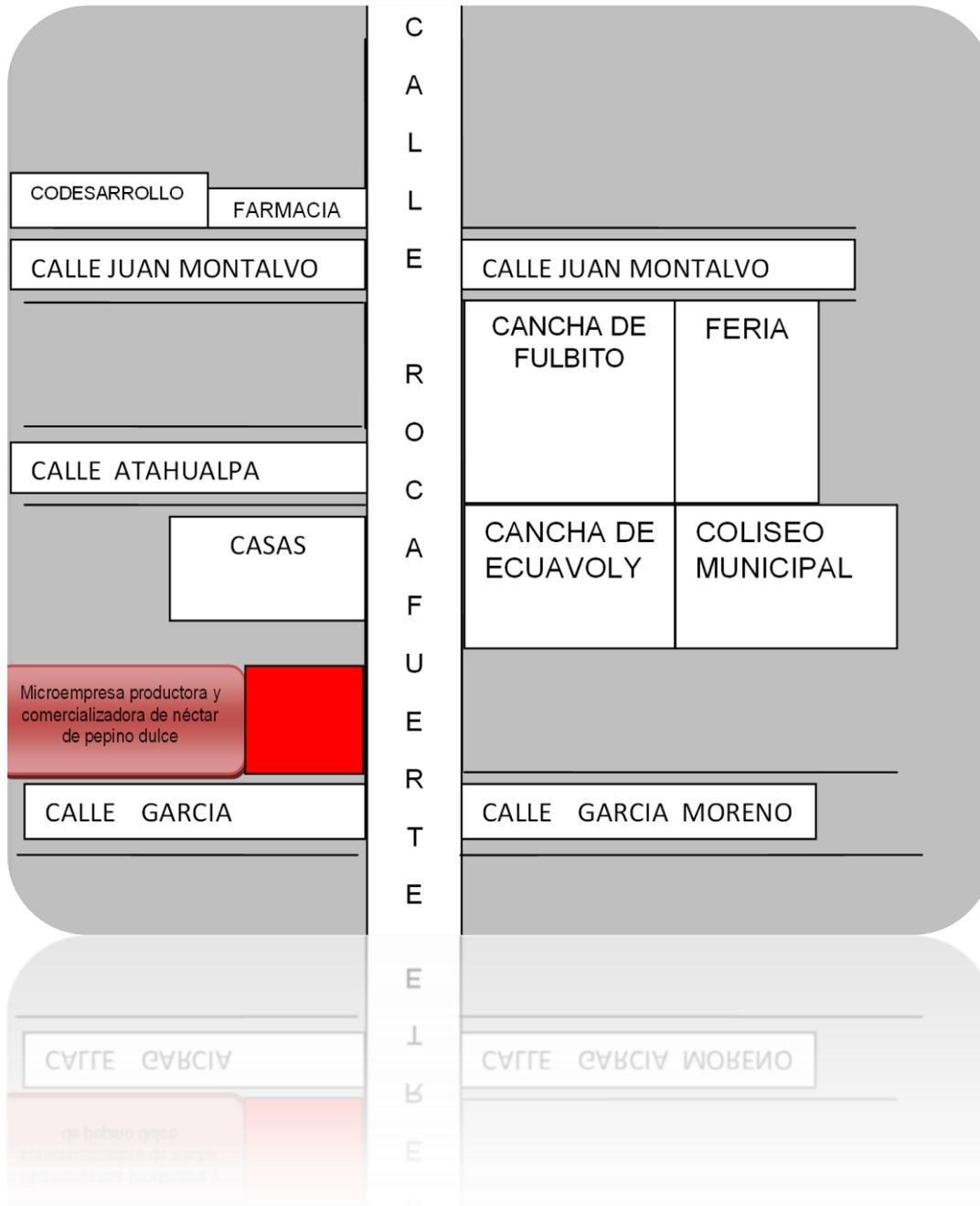


CANTÓN: Pimampiro

Croquis para ubicar la microempresa

Croquis del sector donde va a estar ubicada la microempresa

Gráfico N° 26



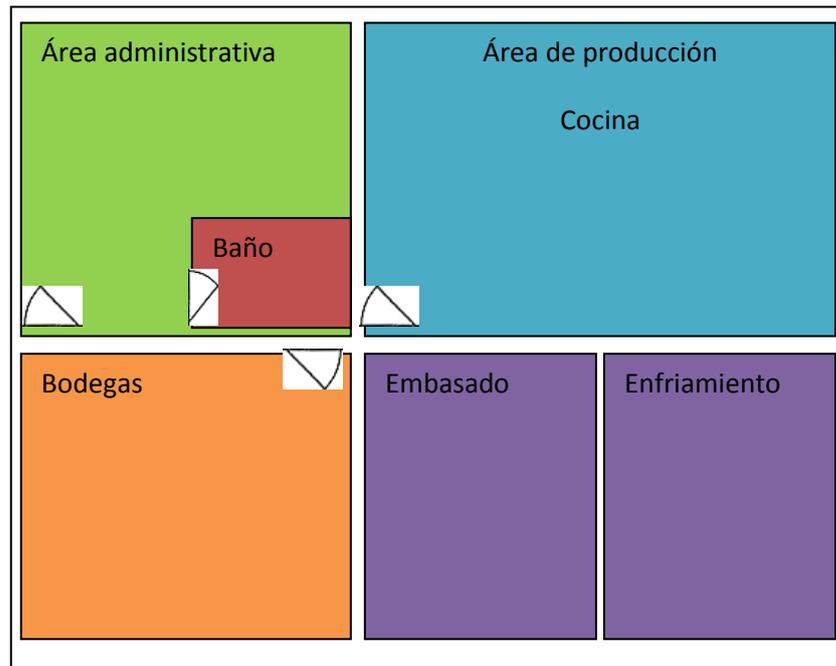
La microempresa estará ubicada en la calle Rocafuerte y García Moreno.

Detalle de la infraestructura de la microempresa

“MICROEMPRESA PRODUCTORA DE NÉCTAR DE PEPINO DULCE”

Diseño y descripción de la planta

Gráfico N° 27



Descripción del área de producción



Elaborado: por la autora
Fuente: Investigación propia

Descripción del área administrativa



Descripción de la bodega



Factores determinantes de la microlocalización

Es importante definir las razones por las que se seleccionó tanto el lugar donde va a estar ubicada la empresa de néctar de pepino considerando los siguientes puntos:

Costos y disponibilidad del espacio físico.

El lugar donde va a funcionar la microempresa productora de néctar de pepino es un espacio físico en el centro de la ciudad, cuenta con una infraestructura condicionada cuenta con un espacio amplio para el área

de cocina, para guardar el producto terminado; además de un espacio para oficina de administración.

Fuentes de Abastecimiento de materia prima

El abastecimiento de la materia prima como pepino es del mismo sector de Pimampiro, así mismo proviene de las Parroquias vecinas, y de otras comunidades que siembran y cosechan pepino y lo venden por cajas. El valor de caja de pepinos es de (5 USD cuando es temporada de enero a agosto y de 10 USD cuando no es temporada) en cada caja viene un promedio de 160 a 180 pepinos, dependiendo del tamaño. Aunque para poder realizar el producto se podrá comprar pepino a granel.

Disponibilidad de servicios básicos

La microempresa requiere los servicios básicos de agua, luz, alcantarillado y teléfono y Pimampiro sí cuenta con estos servicios básicos.

Almacenamiento de la materia prima y del producto terminado

Es importante tomar en cuenta que tanto la materia prima como los productos para el proceso, los terminados del producto necesitan estar en un lugar fresco y seco que se utiliza un aislante en el piso de la bodega para que no se vaya a humedecer; con la finalidad de contar con materia prima y producto terminado de calidad; mismos que permitirán resultados que no afecten la autenticidad de un buen proceso y mantengan las bondades que el producto posee.

La implementación de los puntos antes mencionados generara costos, los mismos que serán evaluados y asumidos con el debido cuidado para mantener un equilibrio entre los beneficios a obtener y los costos a asumir, en vista de este parámetro la micro localización es la más óptima.

Herramientas y equipos

Es importante describir que las herramientas y equipos serán instalados en un sitio con alto nivel de higiene. Sin embargo como maquinaria necesaria está: la balanza, despulpador, extractor de jugo, olla de pasteurización, congelador, dosificadora y termómetro, utensilios de cocina y otros.

TAMAÑO DEL PROYECTO

Antes de definir el tamaño del proyecto es necesario describir el producto: El néctar es una bebida alimenticia elaborado a partir de la mezcla de pulpa o jugo de una o varias frutas adicionando agua, azúcar, ácido cítrico, conservante y estabilizante si fuera necesario.

Se espera que normalmente contenga por lo menos un 30% en peso de ingredientes de frutas. El néctar no es un producto estable por sí mismo ya que necesita ser sometido a un tratamiento térmico adecuado para asegurar su conservación. Es un producto formulado, que se prepara de acuerdo a una receta preestablecida y que puede variar de acuerdo a las preferencias de los consumidores.

Debido al notable incremento en el consumo de jugos y bebidas elaboradas a base de frutas, los néctares tienen un gran potencial en el mercado de los productos alimenticios. La tecnología que se requiere para la elaboración de este producto no representa una gran inversión, ni el uso de equipos muy sofisticados.

Materias Primas e Insumos

Pulpa de pepino, se debe obtener a partir de frutas maduras, sanas y frescas, libres de materias extrañas que puedan estar adheridos a la fruta, deben estar debidamente lavadas, libres de restos de plaguicidas u otras

substancias tóxicas. Se puede utilizar frutas que no son adecuadas para otros fines por la diferencia de tamaños y formas, es fundamental que las frutas sean frescas y sanas.

El tamaño del proyecto de la implementación de la microempresa, se la define de manera óptima y racional, tomando en cuenta factores como el volumen de demanda, capacidad de producción u oferta efectiva, capacidad instalada, ubicación, inversión y posibles contingencias.

Para este proyecto se parte de la demanda potencial del producto tomado del Estudio de Mercado, de la misma manera se toma en cuenta el costo de la inversión en cifras.

Factores determinantes del tamaño

En función del análisis de ciertos factores, se establece que tan rentable o limitado sea el funcionamiento del proyecto, por tanto éste estudio permiten una visualización clara de cuán viable o riesgosa resulta la implementación del mismo. A continuación examinaremos los factores que permitieron efectuar aproximaciones sobre el tamaño o capacidad productiva del proyecto.

Tamaño del proyecto según la demanda potencial.

La demanda potencial, se piensa cubrirla en base al criterio de dar un valor agregado al producto; tomando en cuenta la calidad y presentación del producto. En la actualidad, la mayor demanda del producto, de acuerdo al gusto de los clientes son: jugos y néctar.

De acuerdo a los datos del capítulo III el porcentaje de demanda insatisfecha es trascendental porque el presente proyecto cubrirá el 3,396% de la demanda insatisfecha que corresponde a 132.000 unidades al año, de acuerdo a los datos obtenidos en el estudio de mercado.

Para definir la proyección de los ingresos, se lo realiza multiplicando la cantidad por el precio, los mismos que fueron determinados en el estudio de mercado considerando que se va acaparar el 3,395% de la demanda potencial insatisfecha.

Producción mensual

Cuadro N° 44

ARTÍCULOS	Demanda potencial	Porcentaje de producción 15%	Producción al año
Demanda del producto en Pimampiro e Ibarra	3'888.192	6,17%	240.000
TOTAL	3'888.192		240.000

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

De acuerdo al promedio de producto que se va a elaborar en la microempresa a crearse se cubre un 3,395% de la demanda potencial insatisfecha.

Tamaño del proyecto según su organización

Como toda empresa es importante manejarse de acuerdo a los lineamientos organizacionales, en donde cada una persona debe cumplir eficazmente sus obligaciones, para ellos es indispensable la dirección de la autoridad.

El Talento Humano que se contrate para esta microempresa deberá poseer características idóneas tanto para la parte administrativa, contable, de ventas y operativa. Por lo que la estructura organizativa que adoptaría sería inicialmente de una microempresa, estructurada básicamente por un gerente, secretaria, contadora, 1 agente vendedor y el equipo de producción compuesto por 2 personas y un bodeguero.

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Las estrategias de la ingeniería del proyecto tiene que ver directamente con el proceso de producción, con las actividades y sub actividades de la elaboración del néctar y los procedimientos que se realiza para poder obtener el producto, dentro de ello se encuentra detallado el proceso de producción.

Procesos para la producción de néctar de pepino dulce

Formulación de ingredientes. Para la formulación se realizan los cálculos y se tiene en cuenta la siguiente tabla:

Ingredientes:

- Frutas: pepino con un buen balance entre contenido de azúcares, aroma y acidez. La caja cuesta 5 USD en temporada y 10 USD la caja cuando no es temporada; existe un promedio de 160 a 180 pepinos por caja. Los mese de mayor producción son de febrero a agosto.
- Azúcar blanca refinada.
- Carboximetilcelulosa (CMC) como estabilizador
- Ácido cítrico, como regulador de acidez
- Benzoato de sodio, como preservante

Referencias para un litro de néctar:

- ½ litro de pulpa
- 1 litro de agua.
- 5 gramos de estabilizante por 1ml de néctar
- 125 gramos de azúcar por 1ml de néctar
- ½ gramo de preservantes por 1ml de néctar

Tabla de contenido °Brix, Acidez, y Rendimiento de la Frutas Tropicales.

Cuadro N° 45

FRUTA	°Brix	Acidez % Ácido Crítico Anhídrido	Rendimiento %
PEPINO	14	0.7	55

Fuente: Agroindustria (proceso para el néctar de pepino)

Elaboración: La Autora

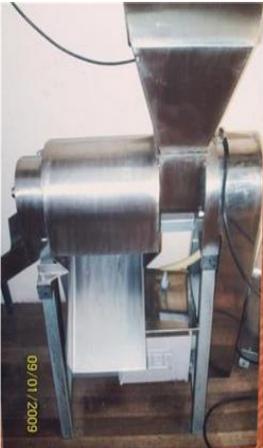
Equipos y utensilios

Gráfico N° 28

- Balanza con capacidad hasta 150 Kg.

	<p>Balanza digital marca Toledo sin uso a mitad de precio, pesa hasta 150 kg, tiene interfaz para computadora para utilizar con software para manejar inventario de peso.</p>
--	---

- Despulpador

	<p>Despulpadoras de frutas con capacidad de 50, kilogramos por hora; esta debe ser en acero inoxidable para alimentos.</p>
---	--

- Extractor de jugos



- Marmita u olla de pasteurización



- Congeladoras para enfriamiento



- Llenadora-dosificadora



Máquina dosificadora para productos líquidos de alta y baja viscosidad, de doble cilindro de succión e inyección de accionamiento neumático para llenado simultáneo de dos envases por activación.

- Termómetro



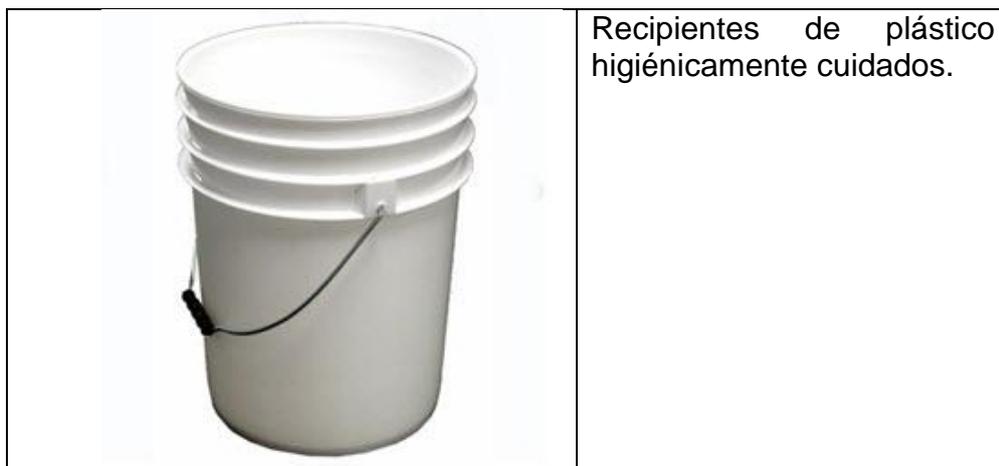
Termómetro digital de mano para controlar alimento

- Mesa de trabajo



Mesa rectangular para trabajo, impermeable.

- Baldes plásticos



- Utensilios: cuchillos, paletas, colador, embudo



- Botellas de vidrio o plástico



Operaciones y descripción de la elaboración de Néctar

Pesado:

Consiste en cuantificar la materia prima que entra al proceso para determinar el rendimiento que puede obtenerse de la fruta.

Selección:

Se selecciona la sana y con el grado de madurez adecuado.

Lavado:

La fruta se lava con chorros de agua y se desinfecta sumergiéndola en un tanque con agua clorada Pelado y/o Trozado: el pepino se corta en los extremos y luego se pela quitando la cáscara externa. Luego se parte en cuartos.

Extracción de la pulpa:

La pulpa obtenida se traslada a una marmita u olla de cocimiento y se calienta hasta una temperatura de 85 °C durante 10 minutos. Si la temperatura sube de ese punto, puede ocurrir oscurecimiento y cambio de sabor del producto.

Escaldado:

Cada fruta por aparte (excepto la naranja) recibe un tratamiento en agua a ebullición durante 3 minutos, con el propósito de inactivar las enzimas que oscurecen la fruta y cambian el sabor. También permite ablandar la fruta, por ejemplo los corazones de la piña para facilitar el despulpado.

Formulación:

Esta operación consiste en definir la fórmula del néctar y pesar los diferentes ingredientes, así como el estabilizador y el preservante. En general los néctares tienen 12.5 °Brix y un pH entre 3.5 – 3.8.

Mezclado: la pulpa se mezcla muy bien con el agua, azúcar, estabilizador, ácido y preservante y se calienta hasta una temperatura cercana a 50 °C, para disolver los ingredientes.

Pasteurización:

La mezcla para el néctar se pasteuriza a 85 °C por 10 minutos para destruir los microorganismos patógenos.

Llenado y sellado: la pulpa caliente se traslada con mucho cuidado a la llenadora donde se empaqueta en botellas de plástico y seguido se sellan con una selladora eléctrica. Antes de sellar se debe eliminar el aire atrapado dentro de la botella y esto se hace presionando suavemente sobre la línea de llenado.

Enfriado:

Las botellas selladas se sumergen en un tanque con agua limpia a temperatura ambiente o fría, durante 3-5 minutos. Luego se extienden sobre mesas o estantes para que las botellas se sequen con el calor que aún conserva el producto.

Embalaje y almacenado:

Una vez que las botellas están bien secas, se adhiere la etiqueta en el centro del empaque, cuidando que no quede torcida o arrugada. El código de producción y la fecha de vencimiento se colocan sobre la etiqueta o en otra etiquetilla en el reverso del envase este es un requerimiento legal para productos alimenticios.

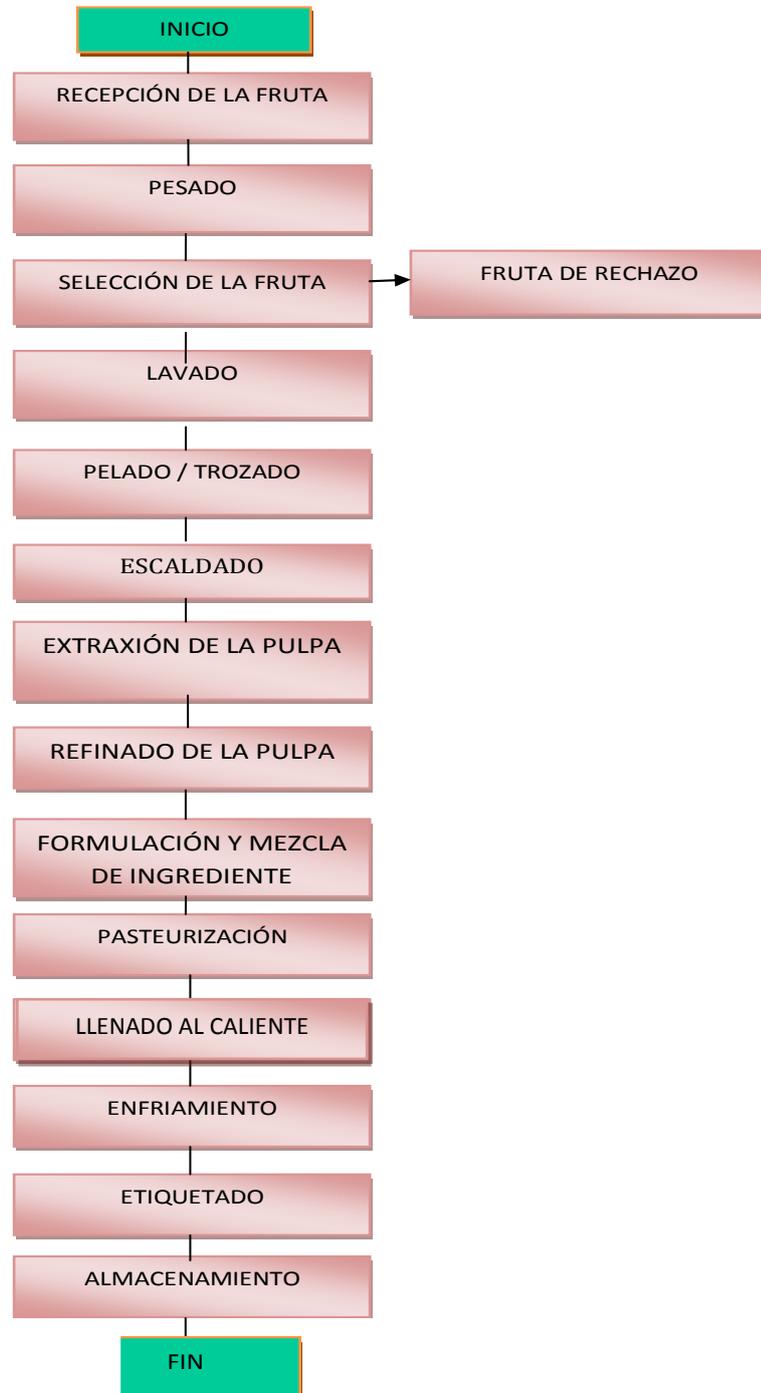
Comercialización:

Se verá un vendedor para que se encargue de distribuir el producto en Pimampiro e Ibarra; el vendedor deberá contar con transporte propio.

Flujograma del proceso

Proceso de preparación del néctar de pepino

Gráfico N° 29



Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

ESTUDIO DE REQUERIMIENTOS DE INVERSIÓN

Para poder establecer la inversión del proyecto es fundamental que se determine las necesidades en: infraestructura y obra civil, recursos materiales, necesidades de financiamiento y el talento humano necesario.

Inversiones fijas

Maquinaria y utensilios

La maquinaria a utilizarse para la fabricación de néctar de pepino es la siguiente.

Maquinaria

Cuadro N° 46

MAQUINARIA			
Artículos	Cant	Costo	Valor Total
		Unitario	USD
RUBRO	CANT.	V. UNITARIO	V. TOTAL
Balanza con capacidad 50 kg y termómetro	1	212.00	212.00
Despulpador	1	1,200.00	1,200.00
Extractor de jugos	1	1,437.00	1,437.00
Marmita u olla de pasteurización	1	2,000.00	2,000.00
Congeladores	2	1,200.00	2,400.00
Llenadora dosificadora	1	6,000.00	6,000.00
SUBTOTAL	7	12,049.00	13,249.00
UTENSILIOS			
Baldes	3	25.00	75.00
Cernidor	3	0.50	1.50
SUBTOTAL	6	25.50	76.50
TOTAL			13,325.50

Fuente: Investigación propia.
Elaboración: La Autora
Año 2012

Equipos de computación

Dentro de los equipos de computación que se necesita son: una computadora portátil, una computadora completa, y una impresora multiusos.

Equipos de computación

Cuadro N° 47

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Descripción	cant	Costo Unitario	Total USD
Impresora multifuncional (Escáner , impresora, copiadora	1	120.00	120.00
Computadora Portátil	1	840.00	840.00
Computadoras Completas 500 GHZ	1	620.00	620.00
TOTAL			1,580.00

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

Año 2012

Bienes Muebles y Enseres.

Para la implementación de la microempresa en el área administrativa se requiere dentro de muebles y enseres un modular, en L; un escritorio gerencial, una silla de gerencia, un sillón giratorio, muebles para archivar carpetas, sillas para clientes mesas para colocación del producto estanterías

Muebles y enseres

Cuadro N° 48

MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	cant	Costo Unitario	Total USD
Modular en L	1.00	500.00	500.00
Escritorio gerencia	1.00	650.00	650.00
Sillón gerencia	1.00	70.00	70.00
Sillón giratorio negro	1.00	60.00	60.00
mesas de trabajo	3.00	30.00	90.00
bancas para trabajo	3.00	30.00	90.00
Estanterías de madera	2.00	60.00	120.00
Mueble para archivar carpetas	1.00	80.00	80.00
Sillas clientes	4.00	40.00	160.00
Mesa de trabajo	1.00	200.00	200.00
TOTAL			2,020.00

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

Año 2012

Espacio donde va a funcionar la microempresa y el almacén

Considerando que el espacio para los talleres es en un sector rural el costo de arrendamiento del lugar es de 300 dólares mensuales y en cuanto al local para el almacén, se arrendará un pequeño espacio que es garaje de una casa en la calle,

Arrendamiento

Cuadro N° 49

ARRIENDO			
DESCRIPCION	cant	MENSUAL	ANNUAL
Local comercial	1	300.00	3.600.00
TOTAL		300.00	3.600.00

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

Año 2012

Capital de trabajo

En cuanto al capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinado.

Capital de trabajo

Cuadro N° 50

CAPITAL DE TRABAJO		
DETALLE	AÑO 2012	TRIMESTRAL
Sueldos y Salarios	24,269.87	6,067.47
Mantenimiento	1,440.00	360.00
Utiles de limpieza	156.14	39.04
Servicios Básicos	1,200.00	300.00
Publicidad	3,960.00	990.00
Arriendo	3,600.00	900.00
Costos de producción y ventas	31,973.11	7,993.28
Préstamo	4,717.94	1,179.48
TOTAL	71,317.06	17,829.27

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

Año 2012

Inversión total del proyecto

Inversiones

Cuadro N° 51

INVERSIONES	
DETALLE	VALOR
INVERSIONES VARIABLE	
Capital de trabajo	17,829.27
TOTAL INVERSIONES VARIABLES	17,829.27
INVERSIÓN FIJA	
Maquinaria	13,325.50
Equipos de computación	1,580.00
Muebles y enseres	2,020.00
TOTAL INVERSIONES FIJAS	16,925.50
TOTAL INVERSIONES	34,754.77

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

Año 2012

Financiamiento

El financiamiento será de 18.000,00 que equivale al 51.79% y el propio es de \$ 16.754.77 que constituye el 48.21% de la inversión. El préstamo se lo realizará a través del Banco Nacional de Fomento y se lo podrá adquirir a una tasa del 11.20% a cinco años plazo.

Estructura del financiamiento

Cuadro N° 52

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO		
DESCRIPCION	VALOR	%
Capital Propio	16,754.77	48.21
Capital Financiado	18,000.00	51.79
TOTAL	34,754.77	100.00

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

Año 2012

Talento humano

NÓMINA

Cuadro N° 53

NÓMINA			
DETALLE	cant	SUELDO BÁSICO	TOTAL
DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN			
Operarios	2	292.00	584.00
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO Y VENTAS			
Gerente	1	440.00	440.00
Secretaria	1	292.00	292.00
Vendedor	1	350.00	350.00
Contador honorarios	1	200.00	200.00
Bodeguero	1	292.00	292.00
TOTAL	7	1,866.00	2,158.00

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

Año 2012

Como se puede observar en el cuadro anterior, se ha determinado emplear para el funcionamiento de la microempresa, un total de 7 personas, las mismas que tendrán una remuneración acorde a su puesto, con todos los beneficios de ley.

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN

La inversión requerida para la producción y comercialización de néctar de pepino en el Cantón de Pimampiro es la siguiente:

Resumen de inversión

Cuadro No 54

RESUMEN DE INVERSIONES	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Variable	17,829.27
Fija	16,925.50
TOTAL INVERSIONES	34,754.77

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

Año 2012

De esta manera se puede ya establecer la Inversión Total del Proyecto que asciende a \$ 34.754,77 dólares.

PRESUPUESTOS DE INGRESOS Y EGRESOS

Presupuesto de Ingresos

Para elaborar el Presupuesto de Ingresos se tomó en cuenta que el proyecto va a acaparar el 3.395% de una demanda insatisfecha de 3,888.122 para el año 2012 es decir con una producción diaria de 550 néctares de 250ml.

El precio de venta se lo estableció de acuerdo el precio de mercado, comparado con la competencia de productos similares y para los

posteriores años se aplicó la tasa de inflación promedio de los últimos tres años que es del 4.35%.

El detalle de los ingresos mensuales se observa en el cuadro:

Ingresos por ventas

Cuadro No 55

INGRESOS POR VENTA DE NÉCTAR DE PEPINOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
VOLUMEN	132,004	139,647	147,733	156,286	174,908
PRECIO VTA	0.65	0.68	0.71	0.74	0.77
TOTAL	85,802.68	94,719.19	104,562.28	115,428.26	134,801.22

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

Año 2012

Para elaborar el Presupuesto de Ingresos se tomará en cuenta que el proyecto va a acaparar el 3.395% de una demanda insatisfecha de 3,888122 para el año 2012 es decir con una producción diaria de 550 unidades de 250ml.

El precio de venta se lo estableció de acuerdo el precio de mercado, comparado con la competencia de productos similares y para los posteriores años se aplicó la tasa de inflación promedio de los últimos tres años que es del 4.35%. El detalle de los ingresos mensuales se observa en el cuadro:

Presupuestos de Egresos

Costos de Producción

El costo de producción está representado por todos los valores incurridos en el período de producción como materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación, estos rubros crecen en 4.35% cada año

según la inflación promedio de los años últimos tres años. A continuación se detalla los siguientes cuadros:

Costos de producción

Cuadro Nº 56

COSTO DE PRODUCCIÓN				
Detalle	Unidad	Cantidad	P. Unitario	Precio Total
MATERIA PRIMA DIRECTA				
Fruta entera PEPINOS	Kg	56.82	0.70	39.77
Agua demineralizada	litros	182.05	0.01	1.82
Azúcar	Kg	11.25	0.62	6.98
Estabilizante	g	19.56	0.01	0.27
Ácido cítrico	g	48.89	0.01	0.39
Sorbato de potasio	g	19.56	0.01	0.20
SUBTOTAL MATERIA PRIMA				49.42
MANO DE OBRA DIRECTA				
Obreros	diario	2.00	874.05	43.70
SUBTOTAL MANO DE OBRA				43.70
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				
Gas	tanque	0.15	15.00	2.25
Botella de 250 ml	botella	500.00	0.05	25.00
Etiquetas	rollos	500.00	0.01	6.50
5% imprevistos				6.34
SUBTOTAL CIF				40.09
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN				133.22
CANTIDAD				550.00
COSTO UNITARIO				0.24

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

Año 2012

Costos de producción por años

Cuadro Nº 57

COSTO DE PRODUCCIÓN NÉCTAR DE PEPINOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
VOLUMEN	132,004	139,647	147,733	156,286	174,908
costo de produccción pepinos	0.24	0.25	0.26	0.28	0.29
TOTAL	31,973.11	35,295.72	38,963.60	43,012.65	50,231.70

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

Año 2012

Gastos Operacionales

En los gastos operacionales están los administrativos y de ventas ahí se encuentran considerados los sueldos del personal, arriendo, publicidad suministros de oficina, servicios básicos, suministros de limpieza.

Los sueldos del personal son calculados de acuerdo a lo que establece el código de Trabajo con un incremento del 10% y con todos los beneficios de ley vigentes en nuestro país.

Sueldos y Salarios

Cuadro N° 58

NÓMINA AÑO 2012								
DESCRIPCIÓN	cant	SUELDO BÁSICO	IESS	13 ero	14 cto	vacaciones	TOTAL	AÑO 2012
PERSONAL ADMINISTRATIVO								
Gerente	1	450.00	54.68	37.50	24.33	18.75	585.26	7,023.10
Secretaria	1	292.00	35.48	24.33	24.33	12.17	388.31	4,659.74
Bodeguero	1	292.00	35.48	24.33	24.33	12.17	388.31	4,659.74
Contador honorarios	1	200.00					200.00	2,400.00
SUBTOTAL 1		1,234.00	125.63	86.17	73.00	43.08	1,561.88	18,742.57
PERSONAL DE VENTAS								
Vendedor	1	350.00	42.53	29.17	24.33	14.58	460.61	5,527.30
SUBTOTAL 2		350.00	42.53	29.17	24.33	14.58	460.61	5,527.30
TOTAL	5	1,584.00	168.16	115.33	97.33	57.67	2,022.49	24,269.87

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: La Autora

Año 2012

Cuadro No 59

NÓMINA PROYETADA												
DESCRIPCIÓN	cant	SUELDO BÁSICO	IESS	13 ero	14 cto	VAC.	FONDOS RES.	TOTAL	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
P. ADMINISTRATIVO												
Gerente	1	495.00	60.14	41.25	24.33	20.63	41.25	682.60	8,191.21	9,010.33	9,911.36	10,902.50
Secretaria	1	318.00	38.64	26.50	24.33	13.25	26.50	447.22	5,366.64	5,903.31	6,493.64	7,143.00
Bodeguero	1	318.00	38.64	26.50	24.33	13.25	26.50	447.22	5,366.64	5,903.31	6,493.64	7,143.00
Contador honorarios	1	220.00						220.00	2,640.00	2,904.00	3,194.40	3,513.84
SUBTOTAL 1		1,351.00	137.42	94.25	73.00	47.13	94.25	1,797.04	21,564.50	23,720.95	26,093.04	28,702.35
P. VENTAS												
Vendedor	1	385.00	46.78	32.08	24.33	16.04	32.08	536.32	6,435.83	7,079.41	7,787.35	8,566.09
SUBTOTAL 2		385.00	46.78	32.08	24.33	16.04	32.08	536.32	6,435.83	7,079.41	7,787.35	8,566.09
TOTAL	5	1,736.00	184.19	126.33	97.33	63.17	126.33	2,333.36	28,000.33	30,800.36	33,880.40	37,268.44

Arrendamiento

Cuadro N° 60

ARRIENDO						
DESCRIPCIÓN	mensual	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
Arriendo del local	300.00	3.600.00	3.756.60	3.920.01	4.090.53	4.268.47
TOTAL	300.00	3.600.00	3.756.60	3.920.01	4.090.53	4.268.47

Fuente: Investigación propia.
Elaboración: La Autora
Año 2012

Publicidad

Cuadro N° 61

PUBLICIDAD										
DESCRIPCIÓN	cuñas diarias	cuñas semanales	cuñas mensuales	costo	MENSUAL	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
Cuñas radiales	8	40	160	2.00	320.00	3,840.00	4,007.04	4,181.35	4,363.23	4,553.04
Anuncios en el periódico	1		4	30.00	120.00	120.00	126.49	131.99	137.74	143.73
TOTAL					440.00	3,960.00	4,133.53	4,313.34	4,500.97	4,696.76

Fuente: Investigación propia.
Elaboración: La Autora
Año 2012

Mantenimiento

Cuadro N° 62

MANTENIMIENTO							
DESCRIPCIÓN	cant	MENSUAL	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
Equipos de Computación	1	20.00	240.00	250.44	261.33	272.70	284.56
Maquinaria		100.00	1,200.00	1,252.20	1,306.67	1,363.51	1,422.82
TOTAL		120.00	1,440.00	1,502.64	1,568.00	1,636.21	1,707.39

Fuente: Investigación propia.
Elaboración: La Autora
Año 2012

Útiles de Oficina

Cuadro N° 63

Útiles de limpieza							
Descripción	cant	Costo	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
Escoba	2	2.00	4.00	4.17	4.36	4.55	4.74
Trapeador	1	2.00	2.00	2.09	2.18	2.27	2.37
Basurero	4	5.00	20.00	20.87	21.78	22.73	23.71
Cepillo	1	0.50	0.50	0.52	0.54	0.57	0.59
Cepillo Sanitario	1	1.21	1.21	1.26	1.32	1.37	1.43
Franelas	5	2.00	10.00	10.44	10.89	11.36	11.86
Toalla	3	10.00	30.00	31.31	32.67	34.09	35.57
Desinfectante	2	5.90	11.80	12.31	12.85	13.41	13.99
Lustre	6	0.37	2.22	2.32	2.42	2.52	2.63
Fundas de basura	24	0.28	6.72	7.01	7.32	7.64	7.97
Toallas absorbentes	5	4.35	21.75	22.70	23.68	24.71	25.79
Recogedor	2	2.00	4.00	4.17	4.36	4.55	4.74
Lava de Platos	2	0.97	1.94	2.02	2.11	2.20	2.30
Otros			40.00	41.74	43.56	45.45	47.43
TOTAL			156.14	162.93	170.02	177.42	185.13

Fuente: Investigación propia.
Elaboración: La Autora
Año 2012

Servicios Básicos

Cuadro N° 64

SERVICIOS BÁSICOS						
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
Energía eléctrica	42.00	504.00	525.92	548.80	572.67	597.59
Agua potable	40.00	480.00	500.88	522.67	545.40	569.13
Telefono	18.00	216.00	225.40	235.20	245.43	256.11
TOTAL	100.00	1,200.00	1,252.20	1,319.94	1,391.35	1,466.63

Fuente: Investigación propia.
Elaboración: La Autora
Año 2012

Cuadro No 65

OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Descripción	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
Patente municipal	120.00	125.22	130.67	136.35	142.28
Bomberos	50.00	52.18	54.44	56.81	59.28
Permiso de funcionamiento	100.00	104.35	108.89	113.63	118.57
TOTAL	270.00	281.75	294.00	306.79	320.14

Resumen de gastos administrativos proyectados

Cuadro No 66

RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS PROYECTADOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
Sueldos y Salarios	18.742.57	21.564.50	23.720.95	26.093.04	28.702.35
Mantenimiento	1.440.00	1.502.64	1.568.00	1.636.21	1.707.39
Arriendo	3.600.00	3.756.60	3.920.01	4.090.53	4.268.47
Utiles de limpieza	156.14	162.93	170.02	177.42	185.13
Servicios Basicos	1.200.00	1.252.20	1.306.67	1.363.51	1.422.82
Otros gastos administrativos	270.00	281.75	294.00	306.79	320.14
TOTAL	25.408.71	28.520.62	30.979.66	33.667.50	36.606.30

Resumen de gastos de ventas proyectados

Cuadro No 67

RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS PROYECTADOS			
DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
Sueldos y Salarios	7.079.41	7.787.35	8.566.09
Mantenimiento	1.568.00	1.636.21	1.707.39
Publicidad	4.313.34	4.500.97	4.696.76
Fletes y Transportes	5.333.41	5.621.95	5.926.09
TOTAL	18.294.17	19.546.48	20.896.33

GASTOS FINANCIEROS

Es el gasto financiero que se encuentra en el rubro de los intereses generados por el préstamo bancario.

MONTO: 18.000

INTERÉS: 11.20%

PLAZO: 5 años

$VP = \frac{VF \times i \times (1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$			
$VP = \frac{18000 \times 0.112 \times (1+0.112)^5}{(1+0.112)^5 - 1}$	=		4.717,94

Tabla de amortización

Cuadro N° 68

La cuota fija a pagarse es de 393,16 en donde se encuentra incluida capital e interés ya que el pago del capital sube progresivamente de acuerdo a los pagos mientras el interés baja hasta llegar al quinto año.

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO				
CUOTA	PRINCIPAL	INTERÉS	TOTAL	SALDO
1	225.16	168.00	393.16	17.774.84
2	227.26	165.90	393.16	17.547.58
3	229.38	163.78	393.16	17.318.19
4	231.52	161.64	393.16	17.086.67
5	233.69	159.48	393.16	16.852.98
6	235.87	157.29	393.16	16.617.11
7	238.07	155.09	393.16	16.379.05
8	240.29	152.87	393.16	16.138.76
9	242.53	150.63	393.16	15.896.22
10	244.80	148.36	393.16	15.651.43
11	247.08	146.08	393.16	15.404.34
12	249.39	143.77	393.16	15.154.96
13	251.72	141.45	393.16	14.903.24
14	254.06	139.10	393.16	14.649.18
15	256.44	136.73	393.16	14.392.74
16	258.83	134.33	393.16	14.133.91
17	261.24	131.92	393.16	13.872.67
18	263.68	129.48	393.16	13.608.98
19	266.14	127.02	393.16	13.342.84
20	268.63	124.53	393.16	13.074.21
21	271.14	122.03	393.16	12.803.08
22	273.67	119.50	393.16	12.529.41
23	276.22	116.94	393.16	12.253.19
24	278.80	114.36	393.16	11.974.39
25	281.40	111.76	393.16	11.692.99
26	284.03	109.13	393.16	11.408.97
27	286.68	106.48	393.16	11.122.29
28	289.35	103.81	393.16	10.832.93
29	292.05	101.11	393.16	10.540.88
30	294.78	98.38	393.16	10.246.10
31	297.53	95.63	393.16	9.948.57
32	300.31	92.85	393.16	9.648.26
33	303.11	90.05	393.16	9.345.15
34	305.94	87.22	393.16	9.039.21
35	308.80	84.37	393.16	8.730.42
36	311.68	81.48	393.16	8.418.74
37	314.59	78.57	393.16	8.104.15
38	317.52	75.64	393.16	7.786.63
39	320.49	72.68	393.16	7.466.14
40	323.48	69.68	393.16	7.142.67
41	326.50	66.66	393.16	6.816.17
42	329.54	63.62	393.16	6.486.63
43	332.62	60.54	393.16	6.154.01
44	335.72	57.44	393.16	5.818.28
45	338.86	54.30	393.16	5.479.42
46	342.02	51.14	393.16	5.137.40
47	345.21	47.95	393.16	4.792.19
48	348.43	44.73	393.16	4.443.76
49	351.69	41.48	393.16	4.092.07
50	354.97	38.19	393.16	3.737.10
51	358.28	34.88	393.16	3.378.82
52	361.63	31.54	393.16	3.017.20
53	365.00	28.16	393.16	2.652.19
54	368.41	24.75	393.16	2.283.79
55	371.85	21.32	393.16	1.911.94
56	375.32	17.84	393.16	1.536.62
57	378.82	14.34	393.16	1.157.80
58	382.36	10.81	393.16	775.45
59	385.92	7.24	393.16	389.53
60	389.53	3.64	393.16	0.00
	18.000.00	5.589.68	23.589.68	0.00

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

Año 2012

Condiciones para el crédito

Cuadro N° 69

CONDICIONES PARA EL CRÉDITO
Persona Natural o Jurídica con calificación A, B, ó C en el BNF si el monto del préstamo es hasta %50000; a partir de \$ 50001 con calificación A ó B en el BNF.
Solicitud de crédito
Copia de cédula de ciudadanía y papelería de votación del deudor, cónyuge y garante según el caso.
Copia del R.U.C. o RISE
Declaraciones al SRI
Estado de situación Financiera personal o copia de balance presentado a la Superintendencia de Compañías del último año.
Proformas casas comerciales y/o proveedores de los bienes a invertirse con el crédito.
Cuenta corriente o de ahorros activa en el BNF
Garantía prendaria y/o hipotecaria no inferior al 12% del Valor del préstamo.
Prestamos sobre los \$100000, Estudio de factibilidad de la actividad productiva a desarrollar con el préstamo.
Para préstamos con garantía hipotecaria, certificado del Registro de la Propiedad, copia de escritura de Propiedad del bien, copia del pago del impuesto predial del año en curso.
Referencias bancarias
Copia de planilla de servicio básicos; luz, agua, o teléfono tanto para cliente como para el garante.
Fuente: BNF

DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS

La depreciación consiste en la pérdida del valor de los activos fijos, usados por la empresa y sobre los cuales tiene propiedad y se calculará de acuerdo a lo que establece la Ley de Régimen Tributario Interno en el artículo 25 numeral 6.

REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DE LA LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO

Título I

DEL IMPUESTO A LA RENTA

CAPITULO IV

DEPURACION DE LOS INGRESOS

6. Depreciaciones de activos fijos

Se entenderá como tiempo restante a la diferencia entre el tiempo de vida útil del bien conforme

Su naturaleza y el plazo del contrato de arrendamiento. Los tiempos de vida útil son:

(I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 20 años.

(II) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10 años.

(III) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 5 años.

(IV) Equipos de cómputo y software 3 años.

Fuente: Ley de Régimen tributario interno

Cuadro de depreciación

Cuadro N° 70

CUADRO DE DEPRECIACIONES								
ACTIVO FIJO	VALOR	%	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
Maquinaria	13.325.50	10%	10 años	1.332.55	1.332.55	1.332.55	1.332.55	1.332.55
Equipos de computación	1.580.00	3.33%	3 años	526.67	526.67	526.67	-	-
Muebles y enseres	2.020.00	10%	10 años	202.00	202.00	202.00	202.00	202.00
TOTAL	16.925.50			2.061.22	2.061.22	2.061.22	1.534.55	1.534.55

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

Año 2012

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

El Estado de Situación Financiera es una herramienta financiera que permite conocer detalladamente la situación económica de la compañía en un período de terminado y está conformado por las cuentas de Activos así como las de Pasivos y Patrimonio.

Cuadro N° 71

EMPRESA PEPINFRUT ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE 2012			
ACTIVOS			
ACTIVOS CORRIENTES			17,829.27
Efectivo y equivalente de efectivo	17,829.27		
ACTIVOS NO CORRIENTES			
Propiedad planta y equipo			16,925.50
Maquinaria	13,325.50		
Equipos de computación	1,580.00		
Muebles y enseres	2,020.00		
TOTAL ACTIVO			34,754.77
PASIVOS			
PASIVOS CORRIENTES			
PASIVOS NO CORRIENTES			18,000.00
Obligaciones con Inst. de crédito LP	18,000.00		
TOTAL PASIVOS			18,000.00
PATRIMONIO			
Capital pagado			16,754.77
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			34,754.77

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

Año 2012

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL PROYECTADO

El Estado de Resultados Integral tiene como fin calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, el cual se obtiene restando a los ingresos los gastos.

Estado de resultado integral proyectado

Cuadro N° 72

EMPRESA PEPINFRUT					
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL PROYECTADO					
DEL 1° DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
VENTAS PROYECTADAS					
Ingreso venta néctar de pepinos					
Néctar de pepinos	85.802.68	94.719.19	104.562.28	115.428.26	134.801.22
TOTAL DE INGRESOS	85.802.68	94.719.19	104.562.28	115.428.26	134.801.22
(-) Costo de producción néctar de pepino					
Néctar de pepinos	31.973.11	35.295.72	38.963.60	43.012.65	50.231.70
TOTAL COSTOS	31.973.11	35.295.72	38.963.60	43.012.65	50.231.70
UTILIDAD BRUTA PROYECTADA	53.829.56	59.423.47	65.598.67	72.415.61	84.569.52
(-) Gastos administrativos	25.408.71	28.520.62	30.979.66	33.667.50	36.606.30
(-) Gastos de ventas	15.727.30	17.131.68	18.294.17	19.546.48	20.896.33
(-) depreciaciones	2.061.22	2.061.22	2.061.22	1.534.55	1.534.55
TOTAL DE GASTOS PROYECTADOS	43.197.23	47.713.51	51.335.04	54.748.54	59.037.18
UTILIDAD OPERACIONAL PROYECTADO	10.632.34	11.709.96	14.263.63	17.667.07	25.532.34
(-) Gastos financieros	1.872.89	1.537.37	1.162.28	742.96	274.18
UTILIDAD ANTES DEL 15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	8.759.44	10.172.58	13.101.35	16.924.11	25.258.16
(-) 15% participación trabajadores	1.313.92	1.525.89	1.965.20	2.538.62	3.788.72
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	7.445.53	8.646.70	11.136.15	14.385.49	21.469.43
Impuesto a la renta			47.81	281.55	1.154.92
UTILIDAD NETA	7.445.53	8.646.70	11.088.34	14.103.94	20.314.52

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

Año 2012

FLUJOS DE CAJA

El Estado de Flujos de Efectivo muestra el efecto de los cambios de efectivo y equivalentes de efectivo en un período determinado, generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiamiento. El Estado de Flujos de Efectivo debe mostrar separadamente lo siguiente:

Flujo de caja con proyección

Cuadro N° 73

EMPRESA PEPINFRUT						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
DETALLE		AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
Inversión	(34,754.77)					
Utilidad operacional		10,632.34	11,709.96	14,263.63	17,667.07	25,532.34
(+) Depreciaciones		2,061.22	2,061.22	2,061.22	1,534.55	1,534.55
Capital de trabajo						17,829.27
(-) Pago préstamo		(4,717.94)	(4,717.94)	(4,717.94)	(4,717.94)	(4,717.94)
(-) 15% participación trabajadores		(1,313.92)	(1,525.89)	(1,965.20)	(2,538.62)	(3,788.72)
(-) Impuesto a la renta		-	-	(47.81)	(281.55)	(1,154.92)
FLUJO NETO	(34,754.77)	6,661.70	7,527.35	9,593.90	11,663.51	35,234.58

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

Año 2012

EVALUACION FINANCIERA

Determinación del Costo de Capital

Para realizar el cálculo del Costo del capital debemos primero establecer la TMAR (tasa Mínima de Rentabilidad). Para el cálculo de esta tasa se ha tomado en cuenta en primer lugar el costo de oportunidad de la inversión, considerando que el monto de la inversión está dividido en inversión propia y financiera, la misma que se especifica a continuación.

Costo de capital y tasa de rendimiento

Cuadro N° 74

TASA DE RENDIMIENTO MEDIO				
DESCRIPCION	VALOR	%	TASA PONDERADA	VALOR PROMEDIO
Inversión propia	16,754.77	48.21	9.00	433.88
Inversión financiada	18,000.00	51.79	11.20	580.06
TOTAL	34,754.77			1,013.94

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

Año 2012

TRM =	(1+CK)(1+IF)-1	
TRM =	(1+0,1014C)(1+0.0435)-1	0.1493
	14.93	BASE INFLACIÓN

Para determinar el costo de capital, se estableció la aplicación del financiamiento propio y prestado, estableciéndose una tasa del 9% sobre el capital propio y el 11.2% sobre lo prestado; luego se realiza un ajuste al costo de capital por efectos de riesgo país, en base a la tasa promedio de inflación del 4.35 %,

CK = COSTO DE OPORTUNIDAD

IF = TASA DE INFLACION

Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto es la diferencia entre el valor de mercado de la inversión y su costo, el cual constituye la diferencia entre sumar la inversión inicial y los flujos futuros netos descontados a valor actual.

$$VAN = \langle Inversión \rangle + \sum \frac{FCN}{(1+i)^t}$$

VAN

Cuadro N° 75

CÁLCULO DEL VAN			
AÑO	FLUJO	FACTOR	FE * FREC.
	EFFECTIVO	DE ACTUALIZACIÓN	
1	6,661.70	0.87	5,796.29
2	7,527.35	0.76	5,698.65
3	9,593.90	0.66	6,319.60
4	11,663.51	0.57	6,684.80
5	35,234.58	0.50	17,570.86
		Valor Presente	42,070.20
		(-) Inversion Inicial	34,754.77
		VPN	7,315.43

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

Año 2012

Luego de los cálculos realizados se ha obtenido el VAN por un monto de USD 7,315.43 y es positivo lo que significa que supera a 0, y representa una ganancia dentro del período de los cinco años.

En primera instancia podría concluirse que en base a este indicador financiero el proyecto sería viable

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la rentabilidad que devuelve la inversión en el futuro y permite igualar a la inversión con los flujos futuros. Para que el proyecto sea rentable la TIR tiene que ser superior al costo de capital.

Para su cálculo se calcula el VAN con tasa superior e inferior para luego interpolar.

TIR

Cuadro N° 76

TASA INTERNA DE RETORNO		
AÑO	FLUJO EFECTIVO	INVERSIÓN INICIAL
0		(34,754.77)
1	6,661.70	
2	7,527.35	
3	9,593.90	
4	11,663.51	
5	35,234.58	
	TIR	21.33%

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

Año 2012

Se puede observar que el presente proyecto genera una TIR del 21.33% que supera al TRM de 14.93% por lo que se establece que el proyecto es rentable ya que está acompañado por un VAN positivo.

Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

PRI

Cuadro N° 77

RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN			
AÑOS	FLUJOS NETOS	FLUJO ACUMUL	INVERSIÓN
0			34.754.77
1	6.661.70	6.661.70	
2	7.527.35	14.189.05	
3	9.593.90	23.782.95	
4	11.663.51	35.446.47	
5	35.234.58	70.681.04	

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

Año 2012

34.754.77	=	Inversion		
23.782.95	=	Σ 3 años		
10.971.81				
11.663.51 / 12	=	971.96		
10.971.81 / 971.96	=	11.29	meses	
0.29 x 30	=	8.7	días	

El periodo de recuperación es al tercer año, once meses aproximadamente.

Relación Beneficio - Costo

Para el cálculo de la relación Beneficio – Costo se tomará en cuenta el Valor.

Presente Neto (VAN) tanto de los Ingresos como de los Egresos y su relación deberá mostrarse mayor a 1 para ser aceptada la propuesta.

Costo Beneficio

Cuadro N° 78

COSTO BENEFICIO				
ANOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZA	EGRESOS ACTUALIZAD
1	85.802.68	77.043.23	74.656.16	67.034.64
2	94.719.19	84.546.61	71.707.99	64.006.75
3	104.562.28	91.460.92	68.876.24	60.246.24
4	115.428.26	98.504.15	66.156.31	56.456.46
5	134.801.22	109.543.06	67.222.98	54.627.19
TOTAL	535,313.62	461,097.97	348,619.69	302,371.29

Fuente: Investigación propia.
Elaboración: La Autora
Año 2012

COSTO BENEFICIO	=	$\frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$
COSTO BENEFICIO	=	$\frac{348,619.69}{302,371.29}$
COSTO BENEFICIO	=	1.15

Como el valor del B/C es mayor de 1: "B/C > 1 implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable, por lo que se concluye que no se trabajará a pérdida. Es decir que por cada dólar invertido se va a tener un superávit de 0.15 centavos.

Punto de Equilibrio

Es únicamente válido para el año 1 del proyecto, porque entre más tardío es el pronóstico es menos cierto.

Se refiere a la cantidad o el monto de ventas que hace que los ingresos totales sean iguales a los costos totales, en este caso la utilidad es cero.

$$PuntodeEquilibrio = \frac{CostosFijos}{1 - \frac{CostosVariables}{Ingresos}}$$

Para el presente análisis el punto de equilibrio se debe tomar en cuenta los siguientes rubros: Ingresos, Costos fijos, variables.

Punto de equilibrio

Cuadro N° 79

PUNTO DE EQUILIBRIO					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
INGRESOS					
Néctar de pepinos	85,802.68	94,719.19	104,562.28	115,428.26	134,801.22
TOTAL INGRESOS	85,802.68	94,719.19	104,562.28	115,428.26	134,801.22
COSTOS FIJOS					
Gastos Administrativos	25,408.71	28,520.62	30,979.66	33,667.50	36,606.30
Depreciaciones y amortizaciones	2,061.22	2,061.22	2,061.22	1,534.55	1,534.55
TOTAL COSTOS FIJOS	27,469.93	30,581.83	33,040.87	35,202.05	38,140.85
COSTOS VARIABLES					
Costos de producción y de ventas	31,973.11	35,295.72	38,963.60	43,012.65	50,231.70
Gastos Financieros	1,872.89	1,537.37	1,162.28	742.96	274.18
TOTAL COSTOS VARIABLES	33,846.01	36,833.09	40,125.88	43,755.61	50,505.88

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

Año 2012

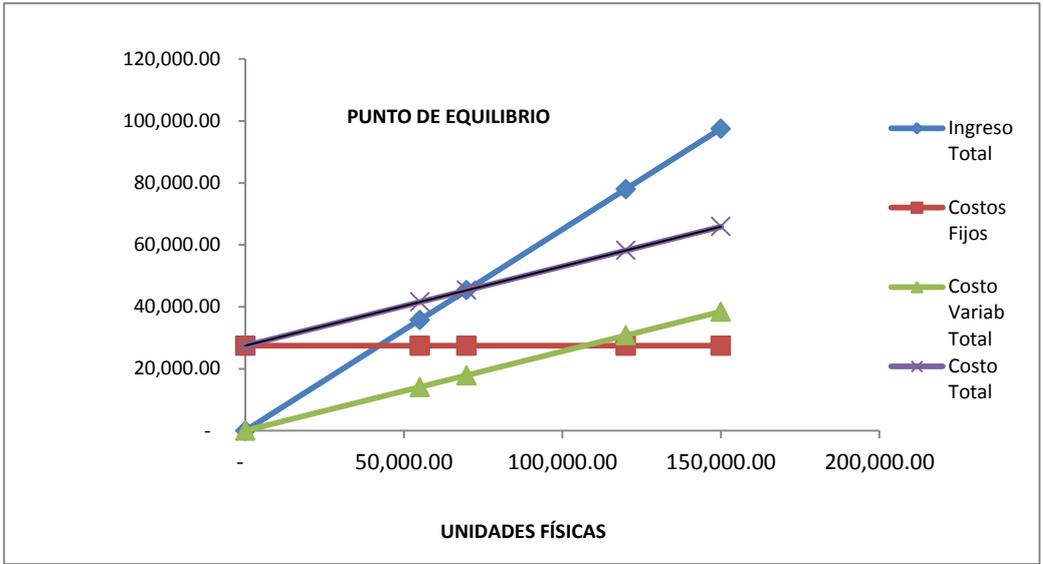
PE =	$\frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - (\text{costos variable} / \text{venta})}$	=	$\frac{27,469.93}{1 - (33,846.01 / 85,802.68)}$
		=	$\frac{27,469.93}{1 - 0,39446}$
	PUNTO DE EQUILIBRIO	=	45,364.60

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

Año 2012

El punto de equilibrio se dará cuando los egresos igualen a los ingresos en \$ 45,364.60



Fuente: Investigación propia.
Elaboración: La Autora
Año 2012

CAPÍTULO VI

PROPUESTA ESTRATÉGICA

NOMBRE DE LA MICROEMPRESA

Nombre

“PEPINFRUT”

Néctar de pepino dulce

Logotipo

LOGOTIPO

Gráfico N° 30



Fuente: Investigación propia.
Elaboración: La Autora
Año 2012

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Tipo de empresa

Para definir la estructura legal de la microempresa productora y comercializadora de néctar de pepino dulce, en la en la provincia de Imbabura, cantón Pimampiro en la región norte del país; se determina que el tipo de microempresa que más se ajusta a los requerimientos y finalidades es una microempresa agroindustrial.

Titularidad de la propiedad de la empresa.

La propietaria o titular de la empresa es Erika Pinto, autora y propietaria del proyecto.

Horario de Funcionamiento

La presente microempresa es una institución productora y comercializadora de néctar de pepino dulce y considerando que en el sector donde va a estar ubicada, la mayoría de los pobladores se dedica a la agricultura y específicamente a la siembra y cosecha de pepino dulce, considerando las características agroindustriales de la microempresa y la necesidad de que el ambiente ayude en el trabajo el horario de funcionamiento será de 08H00 a 16H00.

BASE FILOSÓFICA Y ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA

Para hacer referencia a la identidad de la microempresa, principios, valores, aspiraciones y prioridades fundamentales; es necesario definir la filosofía institucional que sirven para orientar la administración de la compañía y comprometer a aquellos que deberán tomar decisiones estratégicas en la organización.

Misión

Brindar a la ciudadanía de Pimampiro e Ibarra y a la provincia nuestro producto (néctar de pepino), de excelente calidad y sabor único, con costos accesibles, que promoverán al fortalecimiento socio económico de la comunidad en general, nuestra dedicación es la búsqueda de la satisfacción de los consumidores que es esencial para el crecimiento continuo y el éxito de la microempresa.

Visión

La microempresa **“PEPINFRUT”** en 5 años será una empresa reconocida, distinguida, renombrada y demandante, en el campo de la producción de néctar de pepino dulce, con una imagen enraizada en la nutrición y enfocada a brindar salud gracias al producto de alta calidad. Conscientes en que las necesidades de nuestros consumidores cambian constantemente, PEPIN FRUT estará siempre alerta para saber qué es lo que quieren a fin de utilizar creatividad e innovación en la satisfacción de las necesidades.

Principios y valores

- Honestidad
- Calidad.
- Respeto
- Desarrollo Humano.
- Ética
- Responsabilidad Social.
- Creatividad
- Responsabilidad
- Compromiso con la organización.

Políticas

- Ofrecer a la ciudadanía un producto de alta calidad que garantice la satisfacción del cliente.
- Cumplir a los pagos de los impuestos oportunamente de acuerdo a la normativa tributaria vigente.
- Utilizar el marketing como herramienta para una adecuada publicidad
- Posicionar a la microempresa en el mercado local y regional
- Tomar en cuenta las sugerencias de los clientes para mejorar el producto.
- Cumplir con las necesidades de los empleados.
- Mantener reuniones continuas con el personal.
- Mejorar día a día el nivel de desempeño
- Actualizada la base de datos de proveedores y clientes
- Evaluar permanentemente los datos financieros e informes económicos mensuales.
- Maximizar el valor de la microempresa para posicionarla cada vez más en el mercado.
- Dar un valor agregado del producto, para asegurar el mercado.

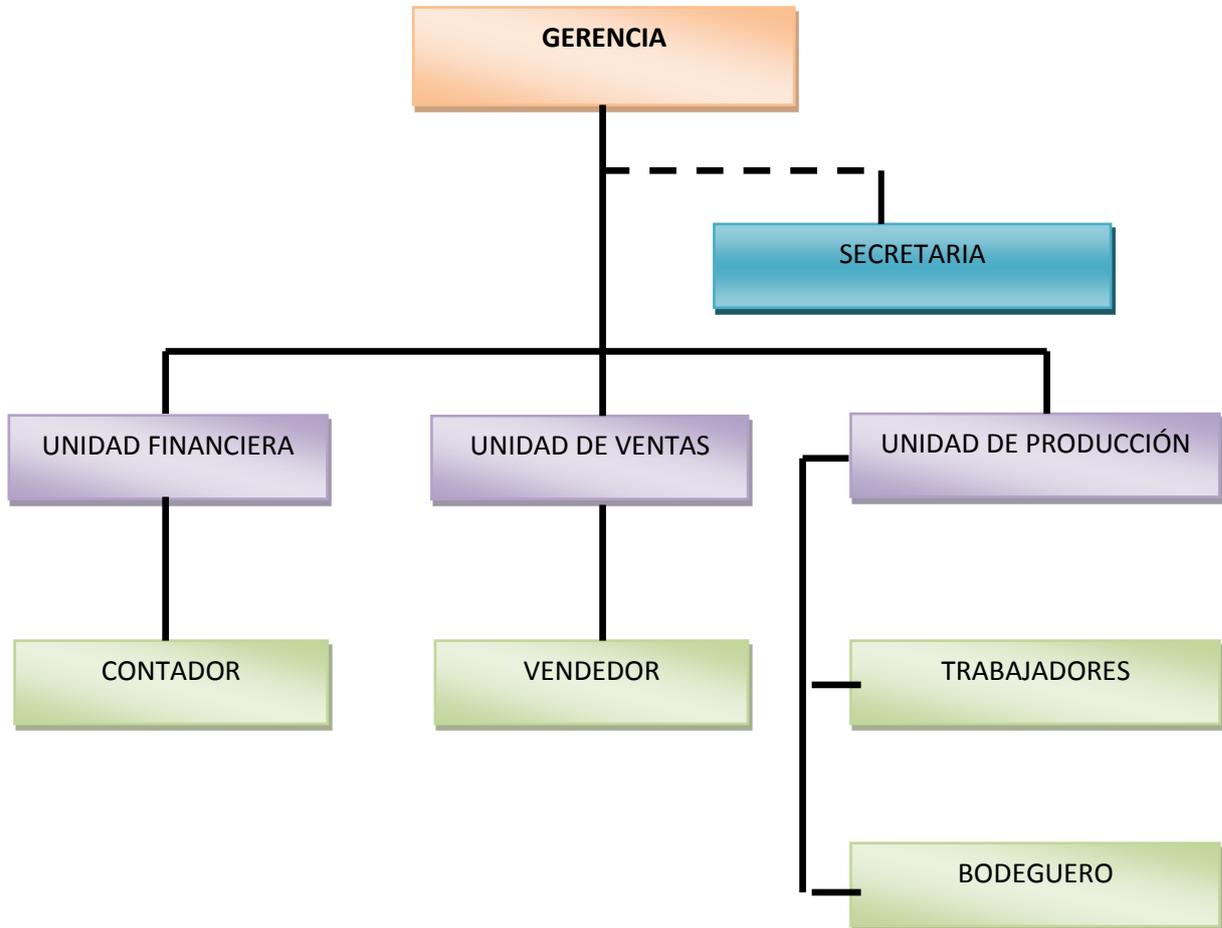
Objetivos

- Cumplir con la producción establecida.
- Establecer niveles de competitividad con otras empresas que producen producto similar.
- Cumplir con las normas y leyes del Ecuador
- Mantener al personal capacitado.
- Identificar impactos positivos y los riesgos a futuro
- Recuperar la inversión en 3 años
- Fijar niveles de rentabilidad al año.

ESTRUCTURA ORGÁNICA

Estructura orgánica

Gráfico N° 31



Fuente: Investigación propia

Elaboración: La Autora

El orgánico estructural de la empresa será fundamentalmente un organigrama clásico; mismo que está compuesto por rectángulos, que representan los cargos u órganos unidos entre sí por líneas, con ello se trazan las relaciones de comunicación entre ellos. En las líneas horizontales se representan las relaciones de laterales de comunicación. Cuando tiene líneas verticales, estas representan relaciones de autoridad (del superior sobre el subordinado) o viceversa relaciones de responsabilidad (del subordinado hacia el superior).

La persona con mayor cargo en la microempresa es el gerente porque tiene la jerarquía más alta, mientras que el cargo más bajo de la organización es el bodeguero, ya que no posee ningún subordinado.

En este caso las líneas continuas del organigrama indican que existe relación jerárquica normal de autoridad, donde la responsabilidad y subordinación existente entre las unidades de trabajo del organismo.

ORGANIZACIÓN FUNCIONAL

a. Nivel Directivo

- Gerente Propietario

b. Nivel Asesor

- Secretaria
- Contadora

c. Nivel Operativo

- Agente vendedor
- Trabajadores
- Bodeguero

Funciones del personal

Gerente propietario

Unidad: NIVEL EJECUTIVO.

Cargo: Gerente propietario-administrador

Naturaleza del cargo: Como aspecto natural del cargo es el representante legal de la microempresa y definitivamente tiene una amplia incidencia en la toma de decisiones de la microempresa.

El Gerente además gozará de las facultades constantes en la ley en todos los asuntos relacionados con su giro en operaciones comerciales o civiles, con las limitaciones establecidas por la ley y los estatutos.

Funciones:

- Representar a la microempresa.
- Dirigir la elaboración del plan estratégico y operativo anual
- Convocar a las reuniones ordinarias y extraordinarias al personal
- Conocer la situación financiera de la microempresa y aprobar el informe anual.
- Comunicar a los empleados de los objetivos y valores de la organización.
- Dirigir a los empleados de la organización para el cumplimiento de los objetivos.
- Resolver problemas de tipo operativo dentro de la organización.
- Manejar efectivamente los recursos.
- Diseñar las estrategias de comercialización y marketing
- Controlar el desempeño de cada trabajador
- Aprobar los estados financieros presentados

Perfil:

- Ser líder, tener don de mando
- capacidad para negociar y facilidad de comunicación
- Debe conocer el espacio del negocio
- Líder en el manejo de talento humano
- Responsable en el cumplimiento de las leyes y estatutos.
- Capacidad para resolver problemas de complejidad y trabajar bajo presión.
- Responsabilidad de representar a la microempresa dentro del campo judicial y extrajudicialmente.

Requisitos:

Instrucción: Título Superior en Ingeniería comercial, Administración de empresas y carreras a fines.

Experiencia: Conocimiento del negocio.

Especialización: Haber tomado cursos de mercadeo, comercialización, contabilidad, recursos humanos y/o informática.

Secretaria

Unidad: NIVEL ASESOR

Cargo: Secretaria

Naturaleza del cargo: Normalmente se encarga de manejar la correspondencia, de redactar y programar reuniones, organizar las visitas de los clientes, mantener archivos de la Gerencia y de toda la organización.

Funciones:

- Atender al público para proporcionar información
- Organizar y concretar las vistas a la empresa, así como la agenda del gerente.
- Atención al público interno y externo
- Tramitar aspectos institucionales
- Presentar información oportunamente al gerente
- Atender, brindar información y entrega de documentos a clientes y proveedores
- Mantener bajo su custodia y responsabilidad la documentación confidencial
- Llevar el archivo de la documentación de gerencia
- Prevenir las necesidades de material de escritorio y servicios generales
- Administrar el Fondo de Caja Chica.
- Revisar que la documentación a ser despachada
- Preparar la correspondencia de la microempresa
- Realizar otras actividades dispuestas por el gerente

Perfil:

- Tener buena presencia
- Debe ser una persona crítica, reflexiva y con ética profesional
- Responsable de sus actos
- Capacidad para trabajar bajo presión
- Conocimiento completo de la organización.
- Mantener excelentes relaciones públicas con los clientes.
- Personalidad cortés, discreta y responsable,
- Excelentes conocimiento de redacción y ortografía

Requisitos:

- **Instrucción mínima:** Título de secretariado ejecutivo o afines
- **Experiencia:** Dos años en labores afines

Contador

Unidad: NIVEL ASESOR

RESPONDE ANTE :

Cargo: Contador

Naturaleza del cargo: Llevar la contabilidad de la microempresa dando asesoramiento al gerente de los costos, negocios e inversiones.

Funciones:

- Pagar al personal con todos los beneficios de ley
- Pagar los impuestos y tributos oportunamente
- Entregar los informes contables a gerencia
- Elaborar la contabilidad de la microempresa de acuerdo al sistema establecido.

- Presentar los balances mensuales
- Elaborar una contabilidad de costos y precios del producto
- Establecer el cronograma de adquisiciones de la materia prima
- Presentar los Estados Financieros anuales al Gerente para su aprobación.
- Realizar la toma física de inventarios cada tres meses.
- Entregar la información contable cuando el gerente lo requiera.
- Llevar y mantener actualizada la contabilidad de la microempresa.
- Organizar y mantener actualizado el archivo de la documentación sustentadora de los registros contables.
- Recibir y revisar facturas, guías de remisión, órdenes de pago, compra, ingresos y egresos de la empresa.

Perfil:

- Tener buena presencia
- Ser crítico y ético en sus actuaciones.
- Se capaz de trabajar bajo presión.
- Establecer y mantener excelentes relaciones públicas con los clientes.
- Conocer a la organización, mantener iniciativa y ser reservado con la información de la microempresa.
- Ser responsable en su trabajo

Requisitos:

- **Instrucción mínima:** Estudios contables y o administración.
- **Experiencia:** Dos años en labores afines

Agente vendedor

Unidad: NIVEL OPERATIVO

Cargo: Agente vendedor

Naturaleza del cargo: Coordinar las acciones de comercialización del producto en tiendas, abastos, supermercados y otros.

Funciones:

- Realizar la recepción de los clientes bajo altos parámetros de cordialidad y amabilidad en la atención.
- Asesorar a los clientes en torno a sus necesidades.
- Coger los pedidos y enviarles de inmediato a la empresa
- Facturar los productos requeridos por los clientes.
- Preparar y despachar los pedidos.
- Facilitar y ayudar a los clientes en la carga de productos.
- Realización de vouchers de tarjetas de crédito manuales y automáticos.
- Realizar arqueos de inventarios cuando le sea asignado.

Perfil:

- Conocer a fondo el producto y la organización
- Tener personalidad cortés y amable
- Ser responsable de sus acciones.
- Ser capaz de trabajar bajo presión.
- Establecer y mantener excelentes relaciones públicas

Requisitos:

a) Instrucción mínima: Tener estudios en marketing y comercialización

b) Experiencia: Dos años en labores afines

Trabajadores

Unidad: NIVEL OPERATIVO.

Cargo: Trabajador de la microempresa

Naturaleza del cargo: Elaborar el néctar de pepino de acuerdo a las especificaciones técnicas del jefe de producción

Funciones:

- Realizar la recepción y validación de la materia prima.
- Ordena las porciones de los ingredientes
- Coordina las actividades diarias
- Manipula la maquinaria para la producción
- Realiza el mantenimiento de la maquinaria
- Vigila la preparación y empaquetado de los pedidos.
- Velar por la calidad del producto
- Responsabilizarse del cumplimiento de los pedidos
- Sugerir acciones para mejora de la microempresa
- Organizar el tiempo para terminar los pedidos
- Asegurarse de la calidad del terminado.

Perfil:

- Ser ético, honrado.
- Ser responsable en el trabajo.
- Capacidad y conocimiento para el manejo de maquinaria.
- Tener una personalidad cortés y buen carácter
- Estar dispuesto a trabajar bajo presión
- Conocer la organización
- Establecer y mantener excelentes relaciones con los demás empleados.

Requisitos:

- **Instrucción mínima:** Estudios de agroindustria
- **Experiencia:** Dos años en labores afines

Bodeguero/servicios generales

Unidad: NIVEL OPERATIVO.

Cargo: Bodeguero y servicios generales

Naturaleza del cargo: Mantener en orden y custodiar los materiales de bodega, así como mantener limpia a las instalaciones de la microempresa

Requisitos:

- Tener el título de bachiller
- Buenas relaciones y cordialidad
- Disponibilidad de tiempo
- Edad en 18 y 25 años

Funciones básica

- Realizar la recepción de los clientes bajo altos parámetros de cordialidad y amabilidad en la atención.
- Preparar y despachar los materiales y productos vendidos previa presentación de comprobante de venta.
- Ayudar a los clientes en la carga de productos.
- Es responsable de la limpieza, aseo y orden de las áreas asignadas.

Requisitos legales para su funcionamiento

Para el funcionamiento de la microempresa es necesario realizar varios trámites como:

Registro de la microempresa en el SRI

En la declaración del SRI se debe realizar una declaración juramentada del capital de trabajo que tiene la empresa; tener el nombre de la microempresa claramente definido y presentar los documentos personales del propietario. Además de:

- Copia del estatuto
- Fotocopia de la Cédula de Identidad del Representante legal.
- Original y copia del Certificado de Votación.
- Copia que certifique la dirección del establecimiento

Permiso de funcionamiento (Patente Municipal)

Se sacará en el Municipio del Gobierno Municipal de Pimampiro el permiso de la patente municipal, si el propietario cuenta con el título de artesano califica no tendrá que cancelar ningún, si no cuenta con el este requisito deberá pagar de acuerdo al capital de la microempresa. Los requisitos para hacer este trámite son:

- Registro del SRI
- Cédula y papel de votación
- Título de artesano calificado
- Declaración juramentada del capital de la microempresa.

Permiso de funcionamiento de los bomberos

El permiso para funcionar se obtendrá en las oficinas de la estación de bomberos pagando un el rubro de acuerdo al capital de la microempresa.

Los requisitos para este trámite son:

- Registro del SRI
- Cédula y papel de votación
- Título de artesano calificado
- Declaración juramentada del capital de la microempresa.
- Patente Municipal
- Certificado de la empresa eléctrica

Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento y el registro sanitario en el Ministerio de Salud Pública

- Copia del RUC
- Permiso de la Intendencia
- Ficha de inspección
- Permiso del cuerpo de bomberos
- Certificado de salud (Original y Copia)
- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal

CAPÍTULO VII

ANÁLISIS DE IMPACTOS

ANTECEDENTES

En el presente capítulo, es indispensable establecer un estudio detallado de los impactos positivos o negativos que causa el proyecto.

Impacto Educativo

El proyecto define aspectos importantes para las futuras generaciones con relación a la producción y comercialización de néctar de pepino dulce, todo esto diseñado desde un estudio de factibilidad, para ello se pone en práctica los conocimientos que el investigador ha adquirido en su formación en la universidad.

Impacto Económico

El impacto económico tiene que ver con las mejoras de rentabilidad de la microempresa y como el proyecto ayuda en la economía del sector; además de tomar en cuenta quienes son beneficiados de forma directa e indirectamente el proyecto.

Impacto Empresarial

El proyecto permite definir aspectos administrativos que ayudan al sector empresarial, con lo cual la gestión dará mayor resultado.

OPERATIVIDAD DEL ANÁLISIS DE IMPACTOS

Para la evaluación de los impactos se toma en cuenta la opinión de las personas involucradas en la investigación, y se utilizará una matriz de impactos, para cada uno de los aspectos y sus elementos de análisis.

La técnica presentada establece el dar un valor correspondiente a cada elemento de la matriz. El análisis corresponde a justificar las razones, causas y circunstancias del por qué se origina cada uno de los indicadores. La valoración se da según los niveles de impacto que en la siguiente tabla se detallan:

NIVELES DE IMPACTO

Escala Valorativa para Análisis de Impactos

Cuadro N° 80

POSITIVO	NEGATIVO	NO HAY IMPACTO
1 Bajo	- 3 Alto	0
2 Medio	- 2 Medio	0
3 Alto	- 1 Bajo	0

Fuente: Investigación propia.
Elaboración: La Autora
Año 2012

DESARROLLO DEL ANÁLISIS DE IMPACTOS

Impacto educativo

Cuadro N° 81

No.	ASPECTOS A EVALUAR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Aprendizaje							X	3
2	Nuevos conocimientos							X	3
3	Práctica en su formación profesional						X		2
	TOTALES						2	6	8

Fuente: Investigación propia.
Elaboración: La Autora
Año 2012

Nivel de impacto = Sumatoria Total = 8/3 = 2.6

El proyecto es de un buen impacto educativo.

- ✓ **Aprendizajes:** La creación de la microempresa define procesos que mejoran el rendimiento de la microempresa, dentro del campo laboral e institucional, estableciendo nuevos aprendizajes que lleva a encontrar la vanguardia de la excelencia y la calidad.
- ✓ **Nuevos conocimientos:** La implementación de la microempresa da la oportunidad de tener nuevos conocimientos, dentro del manejo administrativo y contable, además de la capacitación para el talento humano, se mejorará la aplicación de su estudio, conocimiento y fortalecimiento de la microempresa.
- ✓ **Práctica en su formación profesional:** La práctica dentro de los procesos organizativos, contables y financieros es necesaria; y por ende el proyecto hace realidad gracias a la ejecución del mismo, por ello se determina que la participación de todos.

Impacto económico

Cuadro N° 82

No.	ASPECTOS A EVALUAR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Empleo						X		2
2	Mano de obra							X	3
3	Estabilidad económica							X	3
	TOTALES						2	6	8

Fuente: Investigación propia.
 Elaboración: La Autora
 Año 2012

Nivel de impacto = Sumatoria Total = 8/3 = 2.6

El presente proyecto es de un buen impacto económico.

- ✓ **Empleo:** La creación de la microempresa, permitirá fijar puestos de trabajo, generando empleo y con ello se posibilitará mejorar el nivel económico de esas familias que trabajan en la microempresa; y

mientras la institución crezca el sector de Pimampiro también se verá beneficiado.

- ✓ **Mano de Obra:** La microempresa buscará mano de obra calificada para su funcionamiento, a más de que este personas conocen de su trabajo debe aprender a manejar y hacer mantenimiento de la maquinaria para ello este personal será capacitado.

- ✓ **Estabilidad económica:** La microempresa y su crecimiento dará como beneficios también un desarrollo para el sector que le rodea y para su comunidad. El incremento de trabajo siempre trae consigo mejoramiento de la economía.

Impacto empresarial

Cuadro N° 83

No.	ASPECTOS A EVALUAR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Ejemplo para el sector						x		2
2	Comercialización							X	3
3	Control							x	3
	TOTALES						2	6	8

Fuente: Investigación propia.
 Elaboración: La Autora
 Año 2012

Nivel de impacto = Sumatoria Total = 8/3= 2.5 AQUÍ FALTA EL TOTAL DEL CUADRO

El presente proyecto tiene un buen impacto empresarial.

- ✓ **Ejemplo para el sector:** Este proyecto se convertirá en ejemplo para los agricultores de Pimampiro, para ellos decidan invertir en proyectos agroindustriales que les permita mejorar sus ingresos y utilizar la producción de fruta que tienen en sus manos.

- ✓ **Comercialización:** Las correctas estrategias de comercialización y ventas posibilitará abrir un excelente campo en el mercado y posicionarse en él en muy poco tiempo; con lo cual se podrá estabilizar la microempresa y optar por ampliar la producción y ofertar el producto en otros sector.

- ✓ **Cumplimiento de obligaciones tributarias:** La microempresa gracias a los clientes se obtendrá la rentabilidad necesaria; así mismo es importante que ella cumpla con sus obligaciones tributarias ya sea el impuesto a la renta, al fisco, entre otras.

Impacto ambiental

Ayuda a establecer aspectos que posiblemente causen daño al ambiente debido a la acción de la microempresa en el sector.

Cuadro N° 84

No.	ASPECTOS A EVALUAR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Contaminación del suelo con la generación de basura con las cascaras del pepino							X	3
2	Contaminación del agua			X					-1
3	Contaminación del aire							X	3
	TOTALES			-1				6	5

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

Año 2012

Nivel de impacto = Sumatoria Total = -5/3 = 1,6

- ✓ **Contaminación del suelo con la generación de basura con las cascaras del pepino.**

Los desechos del pepino que consiste principalmente en las cascaras serán votados en los terrenos del sector; esto lejos de causar daño al

ambiente, se convertirá en abono orgánico de los terrenos por lo que es un aspecto positivo.

✓ **Contaminación del agua.**

El proyecto necesita de agua potable de alta calidad, y así mismo que requiere eliminar algunos ingredientes de la materia prima como los perseverantes u otros; y aunque no son ingredientes tóxicos de alguna manera alteran el agua.

✓ **Contaminación del aire.**

La microempresa dentro de los procesos de preparación del néctar tiene cocinar la pulpa; este pese a que sale el vapor de los calderos no significa ningún nivel de contaminación.

IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO

Cuadro N° 85

NIVEL DE IMPACTO		-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
AMBITO									
1	Educativo							X	3
2	Económico							x	3
3	Empresarial						x		2
3	Ambiental						x		2
TOTAL							4	6	10

Fuente: Investigación propia.
 Elaboración: La Autora
 Año 2012

Nivel de Impacto General = $(\sum \text{ Nivel de Impacto} / \text{ No. de indicadores})$

$$= 10/4 = 2,5$$

2,5 = Impacto Positivo Alto

El impacto general del proyecto es positivo, lo que garantiza el éxito del mismo por lo que es de gran importancia la puesta en marcha de esta propuesta.

CONCLUSIONES

1. Pimampiro al ser un sector agrícola con alta producción de pepino dulce tiene la materia prima para la elaboración del néctar de pepino, existe un alto nivel de aceptación del producto por parte del cliente, ya que hay demanda insatisfecha que permite una real visualización de las necesidades de los consumidores a satisfacer.
2. El establecer un precio real y competitivo en el mercado nos permitirá adquirir un margen de ganancia razonable y captar clientes en corto tiempo
3. El plan de marketing de este proyecto dirige sus esfuerzos a la satisfacción real de las necesidades de los clientes, la cual se logrará en base a un servicio y producto acorde a sus requerimientos, con los procesos, sistemas y personal adecuado para la producción del néctar de pepino dulce. Todo esto logrado después de un proceso de acercamiento al cliente y promoción de nuestro servicio y producto, que demuestre nuestra ética, puntualidad, eficiencia, y que genere confianza en todo momento tanto antes, como durante de la presentación de nuestro producto
4. Pese al criterio conservador al cual se sometió el proyecto, durante el análisis financiero y económico, el mismo que resultó económicamente factible, al ser la rentabilidad ofrecida por el proyecto (TIR) resultado corroborado por el valor actual neto del proyecto (VAN) que es positivo, el punto de equilibrio, y la recuperación de la inversión que se dará a los 3 años 9 meses, que ha demostrado que la Inversión en relación con las entradas de efectivo justifican el desarrollo del proyecto.

5. Falta de cultura alimenticia por parte de la población quienes acostumbran a consumir la fruta en de manera natural y no higiénicamente envasadas, ya que hay poca experiencia y conocimiento en la elaboración del néctar; y una inexistencia de intermediarios en el mercado para la ubicación del producto

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda implementar el proyecto en el cantón Pimampiro, por la riqueza del suelo y la facilidad de obtener la fruta además tomar como base de la práctica cotidiana en el desarrollo de las actividades a la ética, veracidad y puntualidad para así lograr satisfacer la demanda insatisfecha que existe
2. Realizar investigaciones de mercado periódicas para poder determinar las necesidades de nuestros clientes y dirigirnos a un segmento objetivo que es buscar confiabilidad, precios cómodos, sabor único, presentación amigable y promover constantemente el producto para alcanzar las ventas esperadas.
3. Al ser éste un producto nuevo en el mercado, se recomienda implementar las estrategias de marketing desarrolladas para la satisfacción real del cliente y consumidor final, cumpliendo con la Misión y Visión de PEPIN FRUT. de esa manera garantizar la factibilidad del proyecto, para que las familias de Pimampiro e Ibarra al consumir néctar de pepino dulce puedan gozar las virtudes de la fruta ya que tiene un alto nivel de vitaminas que ayudan a mantener la salud en excelentes condiciones.
4. Como los índices financieros del proyecto son positivos y aceptados, es factible en su totalidad por su alta rentabilidad ante diferentes escenarios seguido de la implementación se aconseja manejar el sistema de gestión ambiental continuo, el mismo que mitigue los impactos causados por la implementación del mismo.
5. Diseño de proyectos de capacitación y socialismo para dar a conocer las bondades de la fruta y los derivados de la misma. El desarrollo de nuevos diseños es indispensable para todas las presentaciones de clientes potenciales y la clave para un éxito

continuo, buscando asesoramiento técnico con profesionales agroindustriales de gran categoría para seguir los tips receptados para la mejora del producto. La asociación de agricultores deben comercializar directamente la fruta. Los mismos asociados deben promocionar su producto en el mercado local, regional y en un futuro nacional

BIBLIOGRAFÍA

BELEIRO Belen. (2008). *Mercado y Competencia*. Francia: El Derecho.

BESLEY Scott. (2008). *Fundamentos de administración financiera*. Madrid : Cengage Learning.

BLEUZE, (2007): *El néctar fuente de vida*. Editorial Caracas, Venezuela.

BURGOS OLIVEROS Homero, (2007:) *Pepino dulce*, Gerencia Regional de Recursos Naturales y Gestión del Medio Ambiente Lima-Perú.

CHIAVENATO. (2009). *Administración*. México: Mc. Graw Hill.

CHILQUINGA, M. (2007). *Costos por ordenes de producción*. Ecuador: Universitaria.

DEL OLMO, C. (2009). *Calidad y excelencia en la gestión de las PYMES españolas*. Madrid: Fundación EOI.

ETZEL, Michael J. y Walker, Bruce J. (2007) *Fundamentos del marketing - Fundamentos de marketing*, México D.R, McGraw Hill. Página 117

FERNÁNDEZ Saúl, (2007) *Evaluación financiera*, México: Pearson. Pág. 130)

GALLARDO Juan *Formulación (2007) y EVALUACIÓN*, México D.R, McGraw Hill.

HELLRIEGEL, D., Jackson, S., & John, S. (2008). *Administración, con un enfoque de competencias*. Madrid: Thomson.

HORNGREN Charles. (2007). *Contabilidad administrativa*. México: Pearson.

KEAT PHILIP y YOUNG. (2008). *Economía de empresa*. México: Prentice Hall.

MAGAP (2013) Ministerio de Agricultura, ganadería, acuacultura y Pesca; folleto de cultivo-pepino dulce.

MARCHÁN, K. (2009). *Análisis de competencias y habilidades para que un usuario herramientas de inteligencia de negocios en las pymes del Ecuador*. Guayaquil: Escuela Politécnica del Litoral.

MARTINEZ, I., SANTERO, R., SANCHEZ, L., & MARCOS, M. (2008). *Factor de competitividad de las PYMES españolas 2008*. Madrid: Fundación OEI.

BARRERA, M. (2007). *Calidad y productividad de las PYMES*. Edit. Popular: Caracas.

MUNCH, L., GALICIA, E., JIMENEZ, S., PATIÑO, F., & PEDRONNI, F. (2011). *Administración y planeación de Instituciones educativas*. México: E. Trillas.

NARUS Anderson. (2008). *Análisis de mercados, publicidad y marketing*. Málaga: Editorial Vértice.

NAVARRO GARCÍA, F. (2007). *Estrategias de Marketing Ferial*. Madrid: Editorial ESIC.

NUÑEZ, R. (2007). *Manual para la evaluación de proyectos de Inversión*. Madrid: Editorial Trillas S.A.

PAOLITARUBI (2009) Clasificación De Las Empresas Segun Su Actividad, <http://www.slideshare.net/PAOLITARUBI/clasificacion-de-las-empresas-segun-su-actividad>

PÉREZ Vanesa. (2007). *Calidad total en la atención al cliente*. Madrid: Editorial Ideas Propias.

PORTER, M. (2011). *Ser, competitivo, nuevas aportaciones y conclusiones*. Ediciones Deusto.

PROGENERO-PROMER. (2007). *Manual de microempresas rural con enfoque de género*. Madrid: Artes gráficas Sagrhel.

REY POMBO José. (2007). *Contabilidad General*. Madrid: Publicaciones Paraninfo.

ROBBINS, S. (2010). *Administración*. México : Pearson.

SALAZAR, (2009). El pepino en el Ecuador. Editorial del FFPP, Ibarra.

TORRES, F. (2008). *La microempresa como medio de economía social*. Caracas : Popular.

ZAPATA Pedro. (2011). *Contabilidad General*. Colombia: McGraw-Hill-Interamericana.

<http://nutricion.nichese.com/pepinodulce.html>. Recuperado el 3/02/2013

http://www.infoagro.com/hortalizas/pepino_dulce.htm Recuperado el 3/02/2013

ANEXOS

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE NECTAR DE PEPINO DULCE EN EL CANTON PIMAMPIRO.

El objetivo de la presente encuesta es determinar la capacidad de consumo y el poder adquisitivo de un producto nuevo en el mercado.

Los datos serán utilizados exclusivamente para fines académicos

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.

LUGAR Y FECHA: _____

CUESTIONARIO

1. En Pimampiro se produce pepino dulce?

SI

NO

2. Consume frecuentemente néctar de fruta natural Ud. y su familia?

Si

No

A veces

3. Ha degustado de algún producto derivado del pepino?

Si

No

Cual (s).....

4. Le gustaría degustar néctar de pepino dulce (jugo natural)?

Si

No

5. Conoce alguna empresa que produzca néctar de Pepino Dulce?

SI

NO

6. Cuántas unidades de jugo de néctar de pepino dulce consume usted y su familia en la semana?

- 1 – 5
- 6 -10
- 11 – 15
- 16 a más

7. Qué tipo de embase cree que podemos utilizar para comercializar nuestro producto.

- Vidrio
- Plástico
- tetrapak

Porque.....
.....

8. En que tamaño prefería Ud. Adquirir el producto.

- Pequeño
- Mediano
- Grande

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un néctar de pepino dulce de 250 cm³ ?

- 0,50
- 0,75
- Más

Cuanto _____

10. Cree usted q este producto puede ser acogido en los niños y las demás personas?

- SI
- NO

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE NECTAR DE PEPINO DULCE EN EL CANTON PIMAMPIRO.

ENCUESTA DIRIGIIDA A INTERMEDIARIOS

El objetivo de la presente encuesta es determinar la capacidad de venta y compra de productos similares al producto de investigación.

Los datos serán utilizados exclusivamente para fines académicos

EDAD _____

SEXO: M () F ()

OCUPACION _____

CUESTIONARIO

1. Qué producto vende más?

a. Agua

b. Coca Cola

c. Jugos Naturales

2. Con que frecuencia compran los clientes estos jugos (néctar de fruta)?

a. Diario

b. Semanal

c. Quincena

d. Mensual

3. Cuántos jugos Naturales vende a la semana

a. 1 – 20

b. 21 -40

c. 41 – 60

d. 61 a más

4. Qué tamaño prefiere más el cliente para adquirir el producto.
- a. Pequeño
 - b. Mediano
 - c. Grande
5. El empaque que las personas prefieren es
- a. Vidrio
 - b. Plástico
 - c. Tetrapak
6. Los compradores potenciales de jugo natural son:
- a. Niños
 - b. Jóvenes
 - c. Adultos
 - d. Adultos Mayores
7. Cuando existe un producto nuevo son acogidos por la Población?
- a. Mucho
 - b. Poco
 - c. Nada
8. Alguna vez le ofertaron jugo Natural (Néctar) de Pepino Dulce
- a. Si
 - b. No
9. Estaría dispuesto a comercializar Néctar de Pepino Dulce?
- a. Si
 - b. No
10. Al ser un producto nuevo con cuantas unidades podría empezar?
- a. _____

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE NECTAR DE PEPINO DULCE EN EL CANTON PIMAMPIRO.

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS INTEGRANTES DE LA ASOCIACION DE AGRICULTORES DE PIMAMÍRO.

El objetivo de la presente entrevista es determinar como funciona ADEPAP (ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS AGRICULTORES DE PIMAMPIRO)

Los datos serán utilizados exclusivamente para fines académicos

1.- Cómo se ayuda a los agricultores en esta organización y cuales son las facilidades que se les da para que ellos formen parte del mismo?

2.- Una vez que ellos traen sus productos cual es el orden que manejan para que ninguno sea perjudicado en la venta o entrega de los productos?

3.- Qué les llevo a formar y crear esta organización, cuales son las necesidades o razones?

4.- Qué piensa Ud. de cómo se sienten los productores al momento de brindar su servicio creen q todos son beneficiados?

5. Las empresas productoras comercializadoras, transformadoras de productos Agrícolas lleva un sistema contable financiero y como funciona?

ANEXO N° 2

FOTOGRAFÍAS





Pelado de
la fruta



Pepino
dulce

