



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE FRÉJOL EMPACADO, EN LA PARROQUIA DE PABLO ARENAS, CANTÓN URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA.”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

AUTOR: Torres Gordillo Hugo René

DIRECTOR: Ing. Marcelo Cisneros

IBARRA, FEBRERO 2014

RESUMEN EJECUTIVO

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

SUMMARY

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

AUTORÍA

Yo, Torres Gordillo Hugo René, portador de la cédula de ciudadanía N° 100416696-1 declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría, y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional, y que he respetado las diferentes fuentes de información



Hugo Torres

100416696-1

CERTIFICACIÓN

En calidad de Director del trabajo de grado presentado por el egresado Hugo René Torres Gordillo, para optar por el Título de INGENIERÍA COMERCIAL, cuyo tema es "Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa comercializadora de fréjol empacado en la parroquia de Pablo Arenas, cantón Urcuquí, provincia de Imbabura", considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficiente para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

Ibarra, a los 06 días del mes de febrero del 2014



ING. MARCELO CISNEROS
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, TORRES GORDILLO HUGO RENÉ, con cédula de identidad Nro. 100416696-1, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor de la obra o trabajo de grado denominado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE FRÉJOL EMPACADO EN LA PARROQUIA DE PABLO ARENAS, CANTÓN URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERO COMERCIAL**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Hugo René Torres Gordillo

100416696-1

Ibarra a los 06 días del mes de febrero del 2014



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:		100416696 - 1	
APELLIDOS Y NOMBRES:		Torres Gordillo Hugo René	
DIRECCIÓN:		AV. 17 de Julio	
E-MAIL:		h.torres_100@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0986155268
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:		"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE FRÉJOL EMPACADO EN LA PARROQUIA DE PABLO ARENAS, CANTÓN URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA"	
AUTOR (ES):		Torres Gordillo Hugo René	
FECHA: AAAAMMDD		2014-02-06	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:		PREGRADO (X)	POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:		Ingeniero Comercial	
ASESOR /DIRECTOR:		Ing. Marcelo Cisneros	

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, TORRES GORDILLO HUGO RENÉ, con cédula de identidad Nro. 100416696 - 1, en calidad de autor 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 144.

3. CONSTANCIAS

El autor 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 el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 06 días del mes de febrero del 2014

EL AUTOR:



Hugo Torres
100416696-1

ACEPTACIÓN:



Ing. Betty Chávez
JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a los seres más importantes de mi vida, a Dios nuestro creador por darme el don de la vida y haberme permitido obtener este triunfo.

A mis padres quienes con mucho esfuerzo y sacrificio han impulsado mi vida hacia un crecimiento profesional.

A mis hermanos y amigos, quienes han sido uno de mis mayores apoyos

A mis abuelitos y primos que supieron brindarme su apoyo moral y espiritual para la culminación del presente proyecto.

Hugo Torres

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser quien ilumina nuestra existencia, considerarnos en sus planes divinos y guiarnos con su amor en todo momento.

A mis padres, quienes con su cariño me apoyaron en todo momento, e hicieron con su abnegación y esfuerzo crecer en mí la constancia y el aliento de superación.

Al director de tesis Ing. Marcelo Cisneros y demás docentes de la Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, quienes con sus conocimientos y consejos transmitidos a lo largo de estos años de estudio, colaboraron en la culminación de este trabajo.

A amigos y demás personas que de alguna u otra manera colaboraron con el desarrollo y finalización del presente proyecto.

Hugo Torres

PRESENTACIÓN

El “Estudio de Factibilidad para la creación de una pequeña empresa comercializadora de fréjol empacado en la parroquia de Pablo Arenas, cantón Urcuquí, provincia de Imbabura “está estructurado en siete capítulos: diagnóstico, bases teóricas científicas, estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico – financiero, organización de la microempresa, impactos.

Capítulo I Diagnóstico.- en el diagnóstico situacional se obtuvo información a través de técnicas secundarias (PDOT de la parroquia y del cantón) que una vez analizadas se determinaron aliados oponentes, oportunidades y posibles riesgos, finalmente en base a este método se identificó el problema que enfrentan los agricultores de la zona, que es la existencia de un sistema de comercialización muy reducido.

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

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

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

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

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

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

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
REUMEN EJECUTIVO.....	ii
SUMMARY.....	iii
AUTORIA.....	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
CESIÓN DE DERECHOS.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	vii
DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTO.....	x
PRESENTACIÓN.....	xi
ÍNDICE GENERAL.....	xiii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xxiv
ANTECEDENTES	xxv
JUSTIFICACIÓN.....	xxvii
OBJETIVOS.....	xxviii
1.1. GENERAL.....	xxviii
1.2. ESPECÍFICOS	xxviii

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes.....	29
1.2. Objetivos del diagnóstico	31
1.2.1. Objetivo general	31
1.2.2. Objetivos específicos	32

1.3.	Variables diagnósticas	32
1.4.	Indicadores de las variables	33
1.4.1.	Sistema de producción	33
1.4.2.	Aspecto socioeconómico.....	33
1.4.3.	Sistema de comercialización	33
1.4.4.	Buenas prácticas agrícolas.	33
1.4.5.	Talento humano	34
1.4.6.	Nivel tecnológico	34
1.5.	Matriz de relación diagnóstica	35
1.6.	Información secundaria.....	36
1.6.1.	Sistema de producción.....	36
1.6.2.	Aspecto socioeconómico.....	43
1.6.3.	Sistema de comercialización	53
1.6.4.	Buenas prácticas agrícolas	55
1.6.5.	Talento humano	59
1.6.6.	Nivel tecnológico	60
1.7.	Diagnóstico externo	60
1.7.1.	Aliados	60
1.7.2.	Oponentes.....	61
1.7.3.	Oportunidades.....	61
1.7.4.	Riesgos	61
1.8.	Identificación del problema	62

CAPÍTULO II

2.MARCO TEÓRICO

2.1.	La pequeña empresa	63
2.1.1.	Definición de pequeña empresa.....	63
2.1.2.	Objetivos de la pequeña empresa.....	63
2.1.3.	Importancia de la pequeña empresa	64
2.2.	El fréjol.....	65
2.3.	Variedades del fréjol	65

2.4.	Producción del fréjol	66
2.5.	El fréjol en el ecuador y como producto de consumo	67
2.6.	Empaque de fréjol.....	67
2.7.	Proceso de empaclado de fréjol	68
2.8.	Comercialización	69
2.9.	Estrategia comercial	69
2.9.1.	Estructura organizacional.....	70
2.9.2.	Misión.....	70
2.9.3.	Visión	71
2.9.4.	Organización estructural	71
2.10.	Estudio de mercado.....	72
2.10.1.	Mercado meta	72
2.10.2.	Oferta	73
2.10.3.	Demanda.....	73
2.10.4.	Precio.....	74
2.10.5.	Comercialización	74
2.11.	Estudio técnico	76
2.11.1.	Tamaño del proyecto.....	76
2.11.2.	Localización	77
2.12.	Estudio financiero	80
2.12.1.	Ingresos	81
2.12.2.	Egresos	81
2.12.3.	Estado de arranque.....	83
2.12.4.	Estado de resultados.....	83
2.12.5.	Flujo de caja	84
2.12.6.	Evaluación financiera	84
2.13.	Impactos	87

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1.	Introducción	88
------	--------------------	----

3.2.	Identificación del producto	89
3.3.	Objetivos.....	89
3.3.1.	General.	89
3.3.2.	Específicos.....	89
3.4.	Mercado meta.....	90
3.5.	Investigación de campo.	90
3.5.1.	Cálculo de la muestra.....	90
3.6.	Análisis y tabulación de las encuestas aplicadas a los habitantes del cantón urcuquí y sus parroquias.	93
1.	¿Consume usted fréjol?	93
2.	¿Con qué frecuencia consume usted este producto?	94
3.	¿El fréjol que usted prefiere es?.....	95
4.	¿La entrega del fréjol empacado de qué forma le gustaría que lo hagan?	96
5.	¿Considera que los precios del fréjol empacado son?	97
6.	¿Cree usted que es importante la marca al momento de realizar la compra?.....	98
7.	¿Cuál sería la presentación más adecuada para el fréjol empacado?.....	99
8.	¿Por lo general cuántos Kilos de fréjol compra a la semana para el consumo familiar?	100
	Análisis y tabulación de las encuestas aplicadas a las tiendas y centros de abastos considerados como la competencia.	101
1.	¿Comercializa usted fréjol empacado en su negocio?.....	101
2.	¿De los siguientes aspectos cual es el de mayor influencia al momento de adquirir un producto?.....	102
3.	¿Cuál es la presentación más demandada para el fréjol empacado?	103
4.	¿Con qué frecuencia adquiere usted este producto?	104
5.	¿Qué cantidad de fréjol empacado compra semanalmente para su posterior comercialización?	105
3.7.	Análisis de la demanda.....	106
3.8.	Comportamiento de la demanda.....	106

3.8.1. Proyección de la demanda.....	107
3.9. Análisis de la oferta	107
3.9.1. Proyección de la oferta.....	112
3.10. Balance demanda–oferta.....	113
3.11. Demanda potencial a satisfacer.....	114
3.12. Pronóstico de ventas	114
3.13. Análisis de precios.....	115
3.13.1. Estrategia de producto	116
3.13.2. Estrategia para precios	119
3.13.3. Estrategias de promoción.....	119
3.13.4. Estrategias de plaza.....	119
3.14. Conclusiones del estudio de mercado	120

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Presentación.....	121
4.2. Localización óptima del proyecto	121
4.2.1. Macro localización.....	122
4.2.2. Micro localización	123
4.3. Tamaño del proyecto	125
4.3.1. Tamaño del mercado	125
4.3.2. Materia prima	125
4.3.3. Mano de obra	125
4.3.4. Financiamiento.....	126
4.3.5. capacidad del proyecto	126
4.4. Distribución de la planta.....	126
4.4.1. Diseño de las instalaciones.....	127
4.4.2. Diagrama de bloque	128
4.4.3. Proceso de almacenamiento y comercialización.....	130
4.4.4. Flujo grama de procesos.....	132
4.4.5. Presupuesto técnico.....	133

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Inversión del proyecto.....	146
5.2. Inversión fija.....	147
5.2.1. Terreno.....	148
5.2.2. Infraestructura	148
5.2.3. Vehículo	149
5.2.4. Maquinaria y equipo	149
5.2.5. Herramientas y materiales para la producción	150
5.2.6. Muebles y enseres	150
5.2.7. Equipo de computación.....	151
5.2.8. Equipo de oficina.....	151
5.3. Inversión diferida	152
5.4. Capital de trabajo.....	153
5.5. Ingresos.....	155
5.5.1. Proyección de ingresos	155
5.6. Egresos.....	155
5.6.1. Costos de producción.....	156
5.6.2. Gastos administrativos.....	160
5.6.3. Gastos de ventas	164
5.7. Financiamiento	167
5.8. Depreciación y amortización.....	168
5.9. Balance de arranque	169
5.10. Estados financieros de resultados	170
5.11. Flujo de caja con protección	170
5.12. Calculo del coste de oportunidad y tasa de rendimiento medio	171
5.12.1. Tasa de rendimiento medio	172
5.13. Evaluación financiera.....	172

5.13.1. Valor actual neto	172
5.13.2. Tasa interna de retorno(tir).....	173
5.13.3. Periodo de recuperación de la inversión	174
5.13.4. Beneficio – costo	175
5.13.5. Punto de equilibrio.....	176

CAPÍTULO VI

6. ORGANIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA

6.1. Análisis interno de la microempresa	177
6.1.1. Nombre de la microempresa	177
6.1.2. Logotipo	177
6.2. Misión	178
6.3. Visión	178
6.4. Objetivos micro empresariales.....	178
6.5. Políticas de la micro empresas	179
6.6. Principios y valores.....	179
6.6.1. Principios.....	179
6.6.2. Valores	180
6.7. Estructura orgánica de la microempresa	181
6.7.1. Organigrama de la microempresa	181
6.7.2. Niveles administrativos.....	182
6.7.3. Orgánico funcional	183
Denominación.....	184
Gerente.....	184
Denominación.....	185
Contador	185
Denominación.....	186
Vendedor	186
Denominación.....	187
Jefe de producción.....	187
Denominación.....	188

Chofer	188
Denominación.....	189
Operario 1 Y 2.....	189
Denominación.....	189
Empleada de limpieza.....	189
6.8. Análisis legal.....	190
6.8.1. Nombre o razón social	190
6.8.2. Figura jurídica	190
6.8.3. Representante legal	191
6.8.4. Conformación de la micro empresa.....	191
6.8.5. Capital inicial	191
6.8.6. Permisos de funcionamiento	191

CAPÍTULO VII

5. IMPACTOS

5.1. Matriz de impacto social	194
5.2. Matriz de impacto económico	195
5.3. Matriz de impacto empresarial.....	196
5.4. Matriz de impacto ambiental.....	197
5.5. Matriz general de impactos.....	198

CONCLUSIONES.....	199
--------------------------	------------

RECOMENDACIONES.....	200
-----------------------------	------------

BIBLIOGRAFÍA.....	201
--------------------------	------------

LINKOGRAFÍA.....	204
-------------------------	------------

GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	205
----------------------------------	------------

ANEXOS.....	207
--------------------	------------

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 Matriz de relación diagnóstica.....	35
CUADRO N° 2 Variedades mejoradas	40
CUADRO N° 3 Variedades mejoradas	42
CUADRO N° 4 Procedencia del agua de consumo recibida en la parroquia de Pablo Arenas	44
CUADRO N° 5 Nivel de instrucción más alto que asiste o asistió en la parroquia de Pablo Arenas	46
CUADRO N° 6 Vías	48
CUADRO N° 7 Ramas de actividad de la parroquia Pablo Arenas	50
CUADRO N° 8 Diversidad de cultivos en las comunidades de la parroquia... 54	
CUADRO N° 9 Número de meses con déficit hídrico – parroquia Pablo Arenas	58
CUADRO N° 10 Consumo de fréjol	106
CUADRO N° 11 Proyección de la demanda	107
CUADRO N° 12 Análisis de la oferta	108
CUADRO N° 13 Tiendas y centros de abastos del cantón y sus parroquias	109
CUADRO N° 14 Proyección de la oferta.....	112
CUADRO N° 15 Balance demanda-oferta	113
CUADRO N° 16 Demanda potencial a satisfacer	114
CUADRO N° 17 Pronóstico de ventas en kilogramos.....	114
CUADRO N° 18 Ventas en unidades 500 gramos.....	115
CUADRO N° 19 Análisis de precios	115
CUADRO N° 20 Micro localización de la microempresa.....	123
CUADRO N° 21 Diagrama de bloque	129
CUADRO N° 22 Flujo grama de procesos.....	132
CUADRO N° 23 Construcción de las instalaciones y planta.....	134
CUADRO N° 24 Construcción de las instalaciones y de la planta	134
CUADRO N° 25 Maquinaria y equipo de producción.....	135
CUADRO N° 26 Herramientas de producción	135
CUADRO N° 27 Muebles de oficina	136
CUADRO N° 28 Equipo de oficina.....	136
CUADRO N° 29 Equipo de computación.....	137
CUADRO N° 30 Inversión diferida	137

CUADRO N° 31	Materia prima	138
CUADRO N° 32	Materiales directos	138
CUADRO N° 33	Resumen de materia prima	139
CUADRO N° 34	Sueldos de mano de obra	139
CUADRO N° 35	Proyección de sueldos de mano de obra	140
CUADRO N° 36	Resumen de los sueldos de mano de obra	140
CUADRO N° 37	Sueldos de mano de obra proyectados.....	141
CUADRO N° 38	Costos indirectos de fabricación.....	141
CUADRO N° 39	Remuneración gastos administrativos.....	142
CUADRO N° 40	Proyección de sueldos administrativos	142
CUADRO N° 41	Resumen sueldos administrativos.....	142
CUADRO N° 42	Sueldos administrativos proyectados	143
CUADRO N° 43	Remuneración gastos de ventas	143
CUADRO N° 44	Proyección de sueldos de ventas.....	143
CUADRO N° 45	Resumen de sueldos de ventas	144
CUADRO N° 46	Sueldos de ventas proyectados	144
CUADRO N° 47	Publicidad.....	144
CUADRO N° 48	Combustible y mantenimiento	145
CUADRO N° 49	Resumen general de inversiones	145
CUADRO N° 50	Inversión total	147
CUADRO N° 51	Terreno.....	148
CUADRO N° 52	Infraestructura	148
CUADRO N° 53	Vehículo	149
CUADRO N° 54	Maquinaria y equipo	149
CUADRO N° 55	Herramientas y materiales para la producción	150
CUADRO N° 56	Muebles y enseres	150
CUADRO N° 57	Equipo de computación.....	151
CUADRO N° 58	Equipo de oficina.....	151
CUADRO N° 59	Resumen de activos fijos	152
CUADRO N° 60	Gastos de constitución	153
CUADRO N° 61	Capital de trabajo	154
CUADRO N° 62	Proyección de ingresos de fréjol	155
CUADRO N° 63	Materia prima	156
CUADRO N° 64	Resumen de materia prima	156
CUADRO N° 65	Sueldos de mano de obra	157
CUADRO N° 66	Proyección de los sueldos de mano de obra.....	157
CUADRO N° 67	Resumen de los sueldos de mano de obra	158
CUADRO N° 68	Sueldos de mano de obra proyectados.....	158
CUADRO N° 69	Empaques	159
CUADRO N° 70	Mantenimiento de maquinaria y equipo.....	159
CUADRO N° 71	Resumen general de los costos de producción.....	160
CUADRO N° 72	Resumen de los costos de producción.....	160

CUADRO N° 73	Sueldos y salarios	161
CUADRO N° 74	Proyección de los sueldos administrativos	161
CUADRO N° 75	Resumen de los sueldos administrativos	162
CUADRO N° 76	Sueldos administrativos proyectados	162
CUADRO N° 77	Servicios básicos.....	163
CUADRO N° 78	Suministros de oficina	163
CUADRO N° 79	Mantenimiento de computación.....	163
CUADRO N° 80	Resumen gastos administrativos.....	164
CUADRO N° 81	Publicidad.....	165
CUADRO N° 82	Combustible y mantenimiento	165
CUADRO N° 83	Resumen de gastos de venta.....	166
CUADRO N° 84	Resumen general de gastos	166
CUADRO N° 85	Tabla de amortización	167
CUADRO N° 86	Depreciación	168
CUADRO N° 87	Balance de arranque	169
CUADRO N° 88	Estados de resultados proyectados	170
CUADRO N° 89	Flujo de caja con protección.....	171
CUADRO N° 90	Cálculo del coste de oportunidad	171
CUADRO N° 91	Valor actual neto	173
CUADRO N° 92	Tasa interna de retorno	173
CUADRO N° 93	Pri inversión con valores corrientes.....	174
CUADRO N° 94	Flujos deflactados	174
CUADRO N° 95	Pri con valores constantes	175
CUADRO N° 96	Beneficio – costo	175
CUADRO N° 97	Organigrama de la microempresa	181
CUADRO N° 98	Nivel ejecutivo	184
CUADRO N° 99	Nivel de apoyo.....	185
CUADRO N° 100	Nivel de apoyo.....	186
CUADRO N° 101	Nivel de apoyo.....	187
CUADRO N° 102	Nivel de apoyo.....	188
CUADRO N° 103	Nivel auxiliar	189
CUADRO N° 104	Nivel auxiliar	189
CUADRO N° 105	Matriz de valoración	193
CUADRO N° 106	Matriz de impacto social.....	194
CUADRO N° 107	Matriz de impacto económico.....	195
CUADRO N° 108	Matriz de impacto empresarial	196
CUADRO N° 109	Matriz de impacto ambiental	197
CUADRO N° 110	Matriz general de impactos	198

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1	Manejo del cultivo.....	39
GRÁFICO N° 2	Plantaciones de fréjol	41
GRÁFICO N° 3	Plantaciones de fréjol	41
GRÁFICO N° 4	Plantaciones de fréjol	42
GRÁFICO N° 5	Mapa de sistema vial.....	47
GRÁFICO N° 6	Pea según ramas de actividad	49
GRÁFICO N° 7	Canales de distribución	53
GRÁFICO N° 8	Consumo de fréjol	93
GRÁFICO N° 9	Frecuencia de consumo	94
GRÁFICO N° 10	Preferencia del producto	95
GRÁFICO N° 11	Forma de entrega.....	96
GRÁFICO N° 12	Precio de los producto	97
GRÁFICO N° 13	Importancia de la marca	98
GRÁFICO N° 14	Presentación más adecuada	99
GRÁFICO N° 15	Cantidad de adquisición de fréjol	100
GRÁFICO N° 16	Comercialización de fréjol	101
GRÁFICO N° 17	Aspecto de mayor influencia	102
GRÁFICO N° 18	Presentación más demandada.....	103
GRÁFICO N° 19	Frecuencia de adquisición.....	104
GRÁFICO N° 20	Comercialización semanal de fréjol.....	105
GRÁFICO N° 21	Logotipo de la pequeña empresa	116
GRÁFICO N° 22	Diseño del empaque anverso.....	117
GRÁFICO N° 23	Diseño del empaque reverso.....	118
GRÁFICO N° 24	mapas de la provincia, del cantón y la parroquia.....	122
GRÁFICO N° 25	Croquis ubicación de la microempresa.....	124
GRÁFICO N° 26	Diseño de las instalaciones	128
GRÁFICO N° 27	Logotipo.....	177
GRÁFICO N° 28	Preparación del suelo.....	213
GRÁFICO N° 29	Época de siembra.....	213
GRÁFICO N° 30	Densidad de población	213
GRÁFICO N° 31	Fertilización y abonamiento	214
GRÁFICO N° 32	Control de malezas.....	214
GRÁFICO N° 33	Riego	214
GRÁFICO N° 34	Remoción de plantas extrañas	215
GRÁFICO N° 35	Cosecha	215
GRÁFICO N° 36	Trilla.....	215

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

El cantón Urcuquí está formado por una parroquia urbana (Urcuquí) y cinco parroquias rurales: Cahuasquí, San Blas, Tumbabiro, Pablo Arenas y la Merced de Buenos Aires. Su población es de 15671.

La zona de Urcuquí fue habitada por indios y mestizos desde años antes del presente siglo, sin embargo en la época actual, su origen parte desde los habitantes primitivos de la provincia, que luego de una lucha constante y con el apoyo de varias autoridades provinciales se logra la cantonización de San Miguel de Urcuquí, y por ende la parroquia urbana de Urcuquí el 21 de junio de 1941, según acuerdo ejecutivo No. 372 de 9 de junio de 1941 publicado en el registro oficial No. 244 de junio 21 del mismo año.

El nombre que lleva esta parroquia y el cantón se origina, luego de que en estos territorios, en la antigüedad, fueron habitados por diversos Ayllus (familias indígenas), donde por la organización genial y muy desarrollada predominaron los Urcuquíes, quienes dieron el nombre aborigen de URCUCIQUE, que fonéticamente se compone de dos voces quichuas: URCU, que quiere decir cerro y, CIQUE, que quiere decir asiento; es decir “asiento de cerro”. En la actualidad la composición fonética con el español determinó a este pueblo como Urcuquí.

Esta tierra de incomparable belleza, con montañas en cuyas faldas se divisan grandes sembríos que como parches a una inmensa tela dibujan un paisaje de esplendoroso colorido y riachuelos dan vida a esta parte de

la región, han sido muy preferidas para el predominio de grandes haciendas.

Sus habitantes tienen como principal actividad la agricultura y ganadería, los productos que se cultivan son desde el clima frío hasta el subtropical, en este orden anotamos: Las papas, el maíz, ocas, mellocos, morochillo, trigo, habas, cebada, banano, fréjol, caña de azúcar, yuca, papaya, naranjilla, entre otros. En cuanto a la ganadería, existe la crianza de ganado vacuno, ganado porcino, ganado caballar y ganado lanar.

El desarrollo parroquial de Pablo Arenas data desde agosto de 1912 en la que Monseñor Ulpiano Pérez Quiñonez Obispo de Ibarra realiza la bendición de la capilla del sector que el mismo lo había bautizado como el Carmelo, la parroquia de Pablo Arenas fue fundada el 28 de marzo 1923, impulsada por el comité de unión y progreso quien logra la parroquialización mediante acuerdo No. 388 del Ministerio de Gobierno.

Cabe destacar que el 20 de julio de 1969, se da inicio hasta lo que hoy es tradición en la celebración de la fiesta del maíz y uno de los acontecimientos históricos recientes que realzan la condición histórica de Pablo Arenas, es la declaración de la misma como patrimonio cultural del Ecuador por parte del instituto nacional de patrimonio cultural realizado con fecha 30 de septiembre del año 2002.

La agricultura y ganadería son las principales fuentes de actividad y riqueza de los pobladores de Pablo Arenas a través del trabajo de la tierra, de ella nacen los pastos que les permiten criar ganado vacuno y sacar productos lácteos como la leche y derivados como el queso, que los fabrican en forma tradicional y artesanal. Se cultivan frejol, maíz, caña de azúcar, trigo y cebada fundamentalmente, gracias al bondadoso clima frío en las partes altas, y caliente en las partes bajas.

JUSTIFICACIÓN.

Esta investigación se la realiza con el propósito de solucionar problemas existentes que afectan a los productores de nuestra zona, una de ellas es la inexistencia de una empresa que brinde productos de alto nivel de comercialización hacia diferentes mercados.

Es importante mencionar que la implementación del presente proyecto brindará apoyo a los pequeños y medianos agricultores de fréjol en la utilización de nuevas tecnologías y metodologías, permitiendo que el producto se comercialice de una manera eficiente.

De igual manera está dirigido a mejorar directamente las condiciones de vida de los agricultores frejoleros de la parroquia de Pablo Arenas, incrementando los ingresos económicos, mejorando la productividad, e incrementando la producción.

También tiene previsto beneficiar a los proveedores de la semilla de fréjol, los consumidores finales porque van a adquirir un producto de buena calidad y con una mejor presentación.

Otro fin del proyecto es que ayudará a la economía de las demás parroquias y del cantón productoras de este bien de consumo, generando muchas fuentes de trabajo, ya que la comercialización se la hará al público en general y en diferentes lugares como: supermercados, centros de abastos, tiendas etc.

OBJETIVOS

1.1. GENERAL

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa comercializadora de fréjol empacado, en la parroquia de Pablo Arenas, cantón Urcuquí, provincia de Imbabura.

1.2. ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional, en la parroquia de Pablo Arenas para determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos
- Establecer las bases teóricas científicas que sustente el proyecto utilizando información bibliográfica y documental actualizada.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda del fréjol empacado, existente en el mercado.
- Realizar un estudio técnico para el presente proyecto lo cual permita determinar sus capacidades operativas.
- Efectuar un análisis económico – financiero que permita establecer la viabilidad del proyecto.
- Determinar la estructura organizativa y funcional de la pequeña empresa dedicada a la comercialización de fréjol empacado.
- Determinar los posibles impactos social, económico, empresarial, y ambiental que se derivan de la implantación del proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

La parroquia de Pablo Arenas es una de las seis que conforman el cantón Urcuquí, ubicada a 40 km de la capital provincial y a 174 km de la capital ecuatoriana. De acuerdo a su topografía, se encuentra entre 1800 y 4000 metros sobre el nivel del mar, en el sector noroccidental de la provincia de Imbabura

La cabecera parroquial consta con las coordenadas geográficas de latitud norte 0° 26' y longitud oeste 83°15'.

La parroquia cuenta dentro de su área territorial, con algo más de 1000 hectáreas de terreno laborable, de las cuales solamente unas 300 han sido beneficiadas con el agua de regadío, faltando dotarle de mayor cantidad para el resto de terrenos que no la tienen.

El fréjol es uno de los alimentos más antiguos que el hombre conoce; han formado parte importante de la dieta humana desde hace miles de años. Se encuentran entre las primeras plantas alimenticias domesticadas y luego cultivadas.

El fréjol común empezó a cultivarse hace aproximadamente 7000 años A.C. en el sur de México, aquí, los nativos cultivaron fréjol blanco, negro, y todas las demás variedades de color. Puesto que las culturas mesoamericanas de México cruzaron el continente americano, el fréjol y

las prácticas de cultivo se propagaron poco a poco por toda Suramérica a medida que exploraban y comercializaban con otras tribus.

Cuando los conquistadores de la Península Ibérica llegaron al Nuevo Mundo, florecían diversas variedades de fréjol. Cristóbal Colón les llamó *faxónes* y *favas* por su parecido a las habas del viejo mundo, los aztecas los llamaban *etl*, los mayas *búul* y *quinsoncho*, los incas *purutu*, los cumanagotos de Venezuela *caraoatas*, en el Caribe les denominaban *cunada*, los chibchas *jistle* o *histe* (CARTAY, 1991).

Los primeros exploradores y comerciantes llevaron posteriormente las variedades de fréjol americano a todo el mundo, y a principios del siglo XVII, el fréjol ya era cultivo popular en Europa, África y Asia. El fréjol en unión con el maíz, forman la cadena que genera proteínas fundamentales para que el ser humano esté bien nutrido.

En el país, esta leguminosa juega un papel importante, ya que en los campos es necesaria, la combinación del cultivo del maíz y del fréjol; éste método de cultivo sirve para que los campos descansen, ya que la gramínea absorbe nitrógeno y la leguminosa, a su vez; lo provee.

El fréjol (*Phaseolus vulgaris* L) es cultivado por pequeños y medianos productores en todo el país. La producción está destinada principalmente para satisfacer las necesidades de consumo interno del país y en menor proporción se destina a la exportación.

Gracias a la gran adaptabilidad que posee el fréjol a todo tipo de suelo, ha constituido sin lugar a dudas que esta gramínea haya trascendido de tal manera en el planeta, tanto así, que, según la FAO ocupa el octavo lugar entre las leguminosas sembradas en el planeta, y por ende una de las de mayor consumo no solo por su rico sabor, sino por el grado de nutrientes proteicos y calóricos con los que aporta en la dieta diaria humana y a bajo costo si los comparamos con las fuentes de origen animal y que por los

niveles de pobreza en que se desenvuelve la mayoría de la población mundial no tienen acceso a los mismos. Para un buen manejo del cultivo del fréjol se tienen que conocer algunos elementos del cultivo y las condiciones del suelo y el clima, recordemos que el fréjol es un ser vivo y para lograr una buena producción depende del suelo, el clima y de otros seres vivos como son las plagas y los microorganismos que causan enfermedades.

La agricultura y ganadería siempre ha supuesto un impacto ambiental fuerte; hay que talar bosques para tener suelo apto para el cultivo, hacer embalses de agua para regar, canalizar ríos, etc. Las actividades agropecuarias han multiplicado los impactos negativos sobre el ambiente. La destrucción y salinización del suelo, la contaminación por plaguicidas y fertilizantes, la deforestación o la pérdida de biodiversidad genética, son problemas muy importantes a los que hay que hacer frente a los efectos que traen estas actividades.

Mediante el cuidado del medio ambiente se busca reducir la contaminación, conservar la biodiversidad y valorizar los recursos naturales como el suelo y el agua. El uso irracional de productos químicos ha causado la contaminación de suelos y aguas, y los residuos de pesticidas permanecen en el medio y su acumulación puede producir pérdidas de la biodiversidad, además de intoxicaciones en los seres humanos.

1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar el diagnóstico situacional de la parroquia Pablo Arenas, con el propósito de determinar los diferentes aliados, oponentes, oportunidades

y riesgos para la creación de una pequeña empresa comercializadora de fréjol empacado.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Analizar el sistema de producción de fréjol en el sector agrícola de la parroquia de Pablo Arenas.
- ❖ Determinar el aspecto socioeconómico de mayor importancia dentro de la zona.
- ❖ Determinar las formas de comercialización utilizadas por los productores y el medio que manejan para la distribución del producto.
- ❖ Identificar la aplicación de las buenas prácticas agrícolas en la parroquia de Pablo Arenas.
- ❖ Determinar la calidad del talento humano que trabaja en las actividades agrícolas.
- ❖ Determinar el nivel tecnológico con el que cuentan los productores agrícolas de Pablo Arenas.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Una vez que se ha llevado a cabo el diagnóstico, se ha podido identificar las siguientes variables:

- Sistema de producción
- Aspecto socioeconómico
- Sistema de comercialización

- Buenas prácticas agrícolas
- Talento humano
- Nivel tecnológico

1.4. INDICADORES DE LAS VARIABLES

1.4.1. SISTEMA DE PRODUCCIÓN

- ✓ Área de producción
- ✓ Volumen de producción
- ✓ Manejo del cultivo
- ✓ Tipos de fréjol

1.4.2. ASPECTO SOCIOECONÓMICO

- ✓ Servicios básicos
- ✓ Nivel de educación
- ✓ Vías de comunicación
- ✓ Tipo de actividad
- ✓ Registros contables
- ✓ Formas de financiamiento
- ✓ Costos de producción

1.4.3. SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN

- ✓ Canales de distribución
- ✓ Preferencia de producto
- ✓ Tipo de mercado

1.4.4. BUENAS PRÁCTICAS AGRÍCOLAS.

- ✓ Semilla certificada
- ✓ Manejo de suelos

- ✓ Uso de abono orgánico
- ✓ Riego
- ✓ Salud, seguridad y bienestar.

1.4.5. TALENTO HUMANO

- ✓ Capacitación
- ✓ Asociatividad

1.4.6. NIVEL TECNOLÓGICO

- ✓ Innovación
- ✓ Eficiencia operativa

1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO N° 1

OBJETIVOS ESPECIFICOS	VARIABLE	INDICADOR	TÉCNICA	FUENTE DE INFORMACIÓN
Analizar el sistema de producción de fréjol en el sector agrícola de la parroquia de Pablo Arenas	Sistema de producción	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Área de producción ✓ Volumen de producción ✓ Manejo del cultivo ✓ Tipos de fréjol 	✓ Bibliográfica	<ul style="list-style-type: none"> ✓ PDOT, Junta Parroquial ✓ Bibliotecas. ✓ Internet
Determinar el aspecto socioeconómico de mayor importancia dentro de la zona.	Aspecto socioeconómico	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Servicios básicos ✓ Nivel de educación ✓ Vías de comunicación ✓ Tipo de actividad ✓ Registros contables ✓ Formas de financiamiento ✓ Costos de producción 	✓ Bibliográfica	<ul style="list-style-type: none"> ✓ PDOT, Junta Parroquial ✓ INEC
Determinar las formas de comercialización utilizadas por los productores y el medio que manejan para la distribución del producto.	Sistema de comercialización	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Canales de distribución ✓ Preferencia de producto ✓ Tipo de mercado 	✓ Bibliográfica	✓ PDOT, Junta Parroquial.
Identificar la aplicación de las buenas prácticas agrícolas en la parroquia de Pablo Arenas.	Buenas prácticas agrícolas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Semilla certificada ✓ Manejo de suelos ✓ Uso de abono orgánico ✓ Riego ✓ Salud, seguridad y bienestar. 	✓ Bibliográfica	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bibliotecas ✓ PDOT, Junta Parroquial ✓
Determinar la calidad del talento humano que trabaja en las actividades agrícolas.	Talento humano	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacitación ✓ Asociatividad 	✓ Bibliográfica	✓ PDOT, Junta parroquial
Determinar el nivel tecnológico con el que cuentan los productores agrícolas de Pablo Arenas.	Nivel tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Innovación ✓ Eficiencia operativa 	✓ Bibliográfica	<ul style="list-style-type: none"> ✓ PDOT, Junta Parroquial ✓ PDOT, Junta Parroquial

Fuente: Diagnóstico

Elaborado: El Autor

1.6. INFORMACIÓN SECUNDARIA

1.6.1. SISTEMA DE PRODUCCIÓN

➤ ÁREA Y VOLUMEN DE PRODUCCIÓN

La producción del fréjol se realiza con un sistema mixto con otros cultivos; sólo el 6% de productores cultivan el fréjol como un monocultivo, mientras que la mayoría rotan con maíz, yuca, arveja, pimiento, ají, inclusive caña de azúcar. Más del 60% de las fincas que cultivan el fréjol tienen menos de 5ha, de las cuales, el 75% son terrenos propios y el 22% son arrendados. Se utiliza predominantemente la mano de obra familiar, 76% de hombres y 24% de mujeres, aunque en determinadas fases del cultivo (siembra, deshierba) predomina el trabajo de mujeres.

En el ámbito de la economía, la producción agrícola se refiere a los productos y beneficios que una actividad como la agrícola puede generar. La agricultura, es decir, el cultivo de granos, cereales y vegetales, es una de las principales y más importantes actividades para la subsistencia del ser humano, por lo cual la producción de la misma es siempre una parte relevante de las economías de la mayoría de las regiones del planeta, independientemente de cuan avanzada sea la tecnología o la rentabilidad.

En el caso de Pablo Arenas, los cultivos principales son el fréjol seco, la arveja y el tomate riñón en cultivos de ciclo corto. En perennes, domina la caña, el aguacate, los cítricos y la mora. Los nuevos cultivos son el espárrago, la alcachofa y la uvilla

➤ **MANEJO DEL CULTIVO.**

○ **Preparación del terreno**

Una adecuada preparación del suelo permitirá asegurar la germinación y mantener el terreno libre de malezas durante los primeros días del cultivo. El suelo debe quedar suelto y nivelado para evitar acumulaciones de agua.

○ **Siembra**

a) Época: En las zonas norte y sur del país la siembra se realiza culturalmente con el inicio de las lluvias, en las épocas de febrero a abril y septiembre a noviembre. En las estribaciones de cordillera occidental esta actividad se realiza en los meses de mayo a julio.

b) Cantidad: 90 a 110 kg por ha.

c) Sistema: Monocultivo

Distancia entre surcos: 60 a 70 cm.

Distancia entre sitios: 25 a 30 cm.

Semillas por sitio: 3 a 4.

○ **Labores culturales**

El fréjol debe mantenerse libre de malezas durante los primeros 30 días siguientes a la germinación, caso contrario, habrá una reducción del

rendimiento proporcional al número de días que permanezca enmalezado el cultivo.

- **Control de plagas y enfermedades**

Recomiendan aplicar pesticidas solamente cuando el nivel de población de las plagas pueda causar daño al cultivo.

Según, el Programa Nacional de Leguminosas y Granos Andinos - INIAP (2001), las principales enfermedades que afectan al cultivo de fréjol son antracnosis (*Colletotrichum lindemuthianum*), roya (*Uromyces appendiculatus*) y oidium (*Erysiphe polygoni*) y las plagas de mayor presencia son la mosca blanca (*Trialeurodes vaporariorum*), trozadores (*Agrotys sp*), araña roja (*Tetranychus sp*), barrenador del tallo y vaina (*Epinotia aporema*) que afectan directamente a la planta, reduciendo sustancialmente la producción.

- **Riego**

El número y frecuencia de riegos varía con el tipo de suelo, la variedad y las condiciones climáticas; en ausencia de lluvia puede ser necesario de 10 a 13 riegos por ciclo, es decir un riego cada ocho días aproximadamente, con énfasis en la floración y llenado de vainas.

- **Cosecha**

La labor consiste en arrancar las plantas durante las primeras horas de la mañana, cuando se ha evaporado el rocío, para evitar que las vainas se abran y dejen caer sus granos. Las plantas se deben arrancar cuando ya han

dejado de caer sus hojas y aproximadamente las $\frac{3}{4}$ partes de sus vainas se encuentran casi secas.

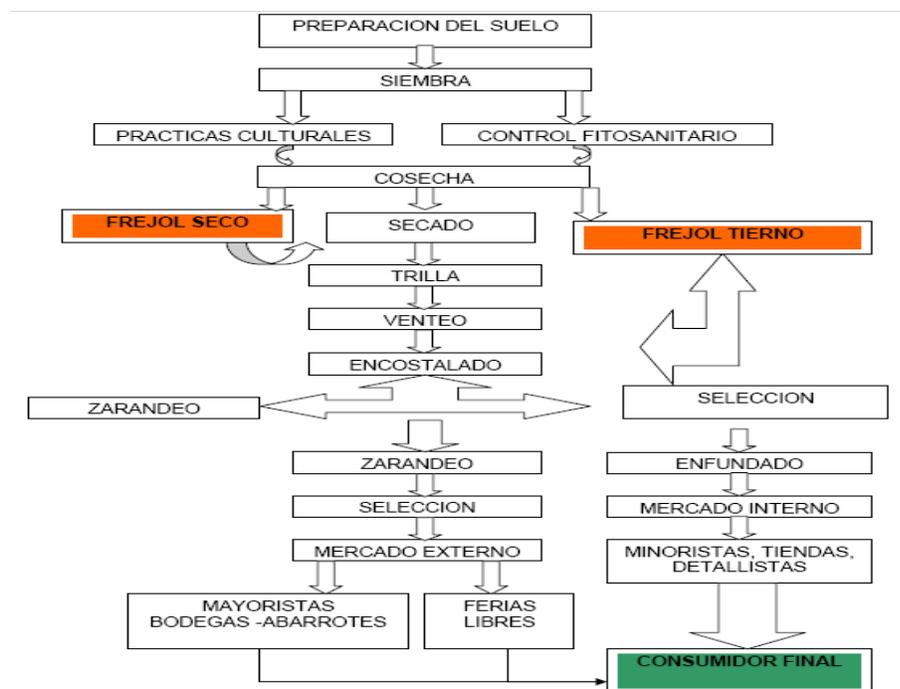
- **Trilla y almacenamiento**

La trilla se realiza por pisoteo de animales o por golpe sobre el piso utilizando varas de madera, cuando son cantidades producto de una o dos hectáreas, cuando sean cantidades superiores se recomienda el empleo de trilladoras.

El grano para consumo y la semilla se debe almacenar en lugares frescos (10- 12°C) y secos, con 60 % de humedad relativa, libres de gorgojo y con humedad en el grano inferior al 13 %.

GRÁFICO N° 1

MANEJO DEL CULTIVO



Fuente: PDOT Del Cantón Urcuquí 2013

Elaborado por: El Autor

➤ **TIPOS DE FRÉJOL.**

○ **FRÉJOL ARBUSTIVO**

Nombre científico: *Phaseolus vulgaris L.*

Centro de origen: América (Mesoamérica, Zona Andina)

**CUADRO N° 2
VARIEDADES MEJORADAS**

NOMBRE	COLOR DE GRANO
INIAP 414 Yunguilla	rojo moteado
INIAP 418 Je.Ma	rojo moteado
INIAP 420 Canario del Chota	amarillo
INIAP 422 Blanco Belén	blanco
INIAP 423 Canario	amarillo (canario)
INIAP 424 Concepción	morado moteado
INIAP 425 Blanco Fanesquero	blanco
INIAP 427 Libertador	rojo moteado
INIAP 428 Canario Guarandeño	amarillo
INIAP 429 Paragachi Andino	rojo moteado con crema
INIAP 430 Portilla	rojo moteado
INIAP 480 Rocha	amarillo (canario)
INIAP 481 Rojo del Valle	rojo moteado
INIAP 482 Afroandino	negro

Fuente: INIAP

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 2
PLANTACIONES DE FRÉJOL



Fuente: PDOT Parroquia de Pablo Arenas 2013
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 3
PLANTACIONES DE FRÉJOL



Fuente: PDOT Parroquia de Pablo Arenas 2013
Elaborado por: El Autor

○ **FRÉJOL VOLUBLE O TREPADOR**

Nombre científico: *Phaseolus vulgaris L.*

Centro de origen: América (Mesoamérica, Zona Andina)

**CUADRO N° 3
VARIEDADES MEJORADAS**

NOMBRE	COLOR DE GRANO
INIAP 412 Toa	(rojo moteado)
INIAP 421 Bolívar	(rojo)
INIAP 426 Canario Siete Colinas	(amarillo)

Fuente: INIAP

Elaborado por: El Autor

**GRÁFICO N° 4
PLANTACIONES DE FRÉJOL**



Fuente: PDOT Parroquia de Pablo Arenas 2013

Elaborado por: El Autor

En cuanto al fréjol voluble o trepador, se tiene que este cultivo está localizado en las provincias de Carchi, Imbabura, Pichincha, Chimborazo, Bolívar y Loja, es decir casi en las mismas provincias en que se obtiene el fréjol arbustivo, con la diferencia de que el fréjol voluble requiere otras condiciones agronómicas tales como son la altitud (2.000 a 2.900 m.s.n.m.), el tipo de suelo, etc., entre las variedades de fréjol voluble se tiene al Bolon Bayo y Toa (rojo moteado).

1.6.2. ASPECTO SOCIOECONÓMICO

➤ SERVICIOS BÁSICOS

El agua que recibe la parroquia es especialmente de vertientes subterráneas, cuentan con sistemas de captación, conducción, tratamiento y distribución, la calidad del agua óptima debido a la planta de tratamiento existente, este servicio es manejado por el Gobierno Municipal en la cabecera parroquial, en la comunidad La Victoria existe una junta administradora de agua.

Las características del agua son de buena calidad aunque en época lluviosa el agua de las captaciones adquiere turbiedad, sin que esto afecte a la cantidad de agua requerida para la población aún en época de estiaje. El agua recibida en las viviendas es de diferente procedencia, con un 87.38% lo reciben de la red pública, que es en su mayoría; el 9.98 % del río, vertiente, o acequia.

CUADRO N° 4
PROCEDENCIA DEL AGUA DE CONSUMO RECIBIDA EN LA
PARROQUIA PABLO ARENAS

PROCEDENCIA PRINCIPAL DEL AGUA RECIBIDA	CASOS	%
De red Pública	464	87,38
De pozo	7	1,32
De río, vertiente, acequia, o canal	53	9,98
De carro repartidor	1	0,19
Otro (Agua lluvia/albarrada)	6	1,13
Total	531	100,00

Fuente: INEC. Censo de población y vivienda CPV 2010.

Elaborado por: El Autor

La cabecera parroquial dispone de un sistema de alcantarillado que cubre del 80 al 85% de la demanda existente del servicio en esta área, no cuenta con plantas de tratamiento de aguas servidas, limitando las descargas a las quebradas secas. Las comunidades de San Pedro, Palagá y Taxachupa no dispone del sistema de alcantarillado eliminan sus excretas a campo abierto, ocasionando focos de contaminación junto a los desechos de animales domésticos que la población mantiene en sus casas, no posee ni letrinización.

- **Cobertura y déficit de la infraestructura y servicios**

Determinados los sectores homogéneos dentro del área urbana de intervención del estudio, los resultados muestran la preferencia física instalada de las infraestructuras básicas, complementarias y servicios urbanos municipales, esto permite analizar en cada sector homogéneo la cobertura y el déficit parcial por infraestructura y servicios urbanos, y el total por sector, así también los promedios parciales y el promedio total de la ciudad. Estos resultados permiten dimensionar la calidad y capacidad

instalada de las infraestructuras y servicios que habilitan el territorio en urbano.

La cobertura del cuadro de cobertura y déficit por sectores homogéneos, nos da la posibilidad de analizar las jerarquías urbanas existentes entre sectores, jerarquía que en la realidad urbana de las ciudades del país, crean distancias considerables, del centro urbano hacia la periferia, o graduales cuando las distancias del centro de la periferia no son considerables, es decir, la cobertura en la instalación de los elementos urbanos mantienen niveles aceptables en la habilitación del suelo urbano.

La información de cobertura y déficit, sirven de instrumentos fundamentales para la gestión urbana, en el conocer, por cada sector homogéneo los déficit parciales o totales de las infraestructuras y servicios, mediante la planificación urbana; en programar la inversión pública o privada para cubrir el déficit.

En promedio, el territorio urbano de Pablo Arenas tiene una cobertura del: 85,64% en redes de agua potable, 75,01% en redes de alcantarillado, 77,43% en redes de energía eléctrica, 76,24% en alumbrado público, 43,72% en red vial, 25,75% en red telefónica, 1,90% en aceras y bordillos, 70,53% en servicio de recolección de basura, 68,53% en servicio de aseo de calles.

Si analizamos la cobertura promedio de dotación de infraestructuras y servicios por sectores homogéneos, podemos observar que el sector 01 es el mejor atendido, con el 81,16%, el sector 02 con el 55,79%, el sector 03 con el 37,98% y el 58,31% como promedio ciudad.

➤ **NIVEL DE EDUCACIÓN.**

**CUADRO N° 5
NIVEL DE INSTRUCCIÓN MÁS ALTO QUE ASISTE O ASISTIÓ, EN LA
PARROQUIA PABLO ARENAS**

Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió	Casos	%
Ninguno	131	6,83
Centro de Alfabetización	24	1,25
Preescolar	14	0,73
Primario	1.044	54,40
Secundario	217	11,31
Educación Básica	311	16,21
Bachillerato - Educación media	81	4,22
Ciclo Postbachillerato	9	0,47
Superior	47	2,45
Se ignora	41	2,14
Total	1.919	100,00

Fuente: INEC. Censo de población y vivienda 2010.

Elaborado por: El Autor.

El 30.30% de la población parroquial (19 años) tiene secundaria completa la media cantonal es 35.27% y la media nacional 58.86%; el 19.13% de las madres jóvenes de la parroquia tienen la secundaria completa, la media cantonal es 25.69% y la media nacional es 48.54%.

➤ **VÍAS DE COMUNICACIÓN**

La Cabecera parroquial presenta una articulación directa interparroquial a través de la de una vía que esta asfaltada, convirtiéndose en un vía principal para la parroquia y al mismo tiempo en una fortaleza para el desarrollo e interconexión parroquial y cantonal que esta tiene articulación con la panamericana, para la extracción de los productos. Esto presupone grandes

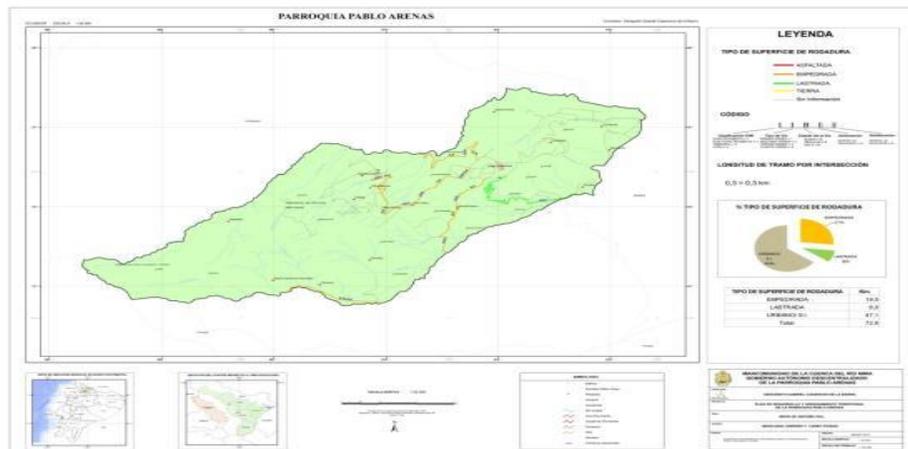
beneficios a la localidad por encontrarse en un punto cercano a la panamericana y a cabeceras cantonales entre el flujo productivo. Sin embargo el acceso vial a las comunidades varía notablemente ya que estas se ubican en vías tanto empedradas como de tierra que no están en buen estado, generando descontento en la población.

○ **Infraestructura Vial**

La red de carreteras parroquiales esta descrita por tipo de vía y ha sido clasificada por carreteras asfaltadas, carreteras empedrada, carreteras lastradas o afirmadas, caminos de tierra o caminos no afirmados y los senderos o veredas que son las vías no vehiculares.

En el mapa a continuación se observa la distribución de las vías antes mencionadas.

GRÁFICO N° 5
MAPA DE SISTEMA VIAL



Fuente: PDOT Parroquia de Pablo Arenas 2013

Elaborado por: El Autor

La parroquia Pablo Arenas cuenta con 72,6km de tramado vial, el cual se distribuye en aproximadamente las dos terceras partes de su territorio. La red vial de esta parroquia representa un 15% del total cantonal. Los tipos de superficie de rodadura que podemos encontrar son el empedrado y el lastrado, los cuales se distribuyen en un 27% y 8% respectivamente. Un 65% de la red vial no tiene información se su superficie de rodadura y /o está componiendo la cabecera parroquial.

**CUADRO N° 6
VÍAS**

TIPO DE VIA	PABLO ARENAS (KM)	PORCENTAJE
Asfaltada	-	-
Empedrada	19,60	27%
Lastrada	5,80	8%
Tierra	47,19	65%
Total	72,59	100%

Fuente: PDOT Parroquia de Pablo Arenas 2013

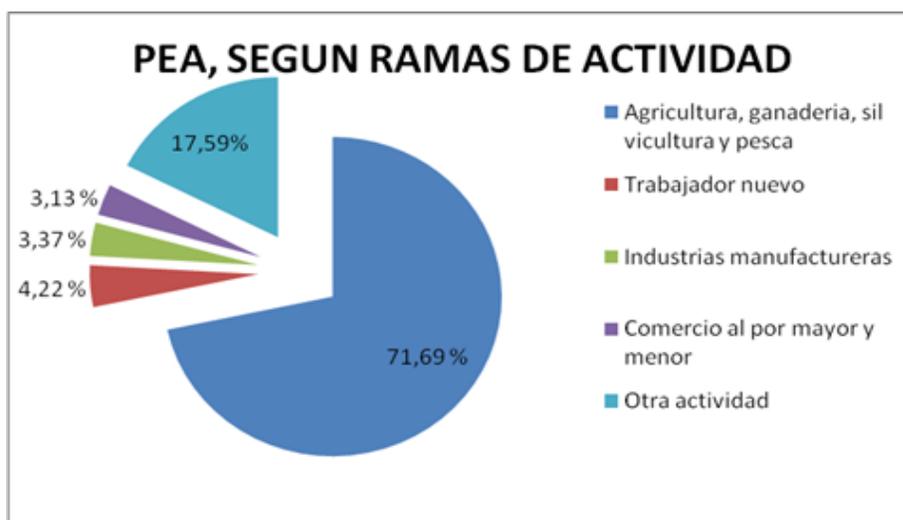
Elaborado por: El Autor

La tabla muestra que los caminos firmados apenas llega al 27% cabe destacar que no se tiene información de carreteras asfaltadas. Estas vías pueden ser utilizadas todo el año con un mantenimiento adecuado. El mayor porcentaje en vías lo cubren carreteras de tierra con el 65% pero estas no cuentan con un mantenimiento rutinario, lo que ha llevado a deteriorarlas y muchas de estas se encuentran en muy mal estado, lo cual demuestra la necesidad de conexión vehicular de los poblados del cantón. Estas vías no son accesibles durante todo el año por lo que requiere la atención y mantenimiento oportuno para la movilización.

➤ TIPO DE ACTIVIDAD

En el siguiente gráfico, se observa que el 71,69% de la PEA se dedica a la agricultura, ganadería y silvicultura, el 3,37% a la industria manufacturera y el 3,13% al comercio. En respecto a otras actividades que representan el 17,59% se encuentran actividades de los hogares como empleadores, construcción y no declaradas.

GRÁFICO N° 6
PEA SEGÚN RAMAS DE ACTIVIDAD



Fuente: INEC, censo de población y vivienda 2010

Elaborado por: El Autor

CUADRO N° 7
RAMAS DE ACTIVIDAD DE LA PARROQUIA PABLO ARENAS

RAMA DE ACTIVIDAD (PRIMER NIVEL)	CASOS	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	595	71,69
No declarado	52	6,27
Trabajador nuevo	35	4,22
Industrias manufactureras	28	3,37
Comercio al por mayor y menor	26	3,13
Actividades de los hogares como empleadores	24	2,89
Construcción	21	2,53
Transporte y almacenamiento	17	2,05
Administración pública y defensa	7	0,84
Enseñanza	7	0,84
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	5	0,60
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	4	0,48
Otras actividades de servicios	4	0,48
Actividades de la atención de la salud humana	2	0,24
Información y comunicación	1	0,12
Actividades financieras y de seguros	1	0,12
Actividades inmobiliarias	1	0,12
Total	830	100,00

Fuente: INEC, censo de población y vivienda 2010

Elaborado por: El Autor

Según el censo de población y vivienda 2010, las categorías de ocupación de la población económicamente activa de la parroquia se dedica en un 53,37% labora como jornalero(a) o peón, un 21,20% a laborar por cuenta propia y el 9,40% como empleado(a) u obrero(a) privado. Quienes se encuentran en la categoría de ocupación jornalero, el 92% se dedican a la agricultura, ganadería y silvicultura. Así mismo quienes están en la categoría

de ocupación cuenta propia, el 76% son agricultores. En la categoría de empleado privado, el 51% se dedican también a la agricultura. Una pequeña parte de la PEA son empleados públicos 68%: enseñanza, administración pública y defensa. Claramente, el sector agropecuario es predominante. Se puede observar que más de la mitad de la población trabaja como jornalero. Esta categoría de ocupación demuestra una fuerte precariedad laboral en la parroquia.

➤ **REGISTROS CONTABLES**

Precio y gastos en la compra de la semilla, precios y gastos en la compra de agroquímicos, elaboración de abonos orgánicos y compra fertilizantes, gastos en maquinarias, gastos en mano de obra de los trabajadores, gastos totales de siembra, gastos totales de cosecha, gastos en salud; tanto para la familia y los trabajadores y otros gastos (alimentación, vestimenta, transporte, etc.)

Por otra parte en los registros se tienen que reflejar los ingresos por la venta del producto, los ingresos por trabajos fuera del lote, precios de venta de los productos y otros ingresos.

➤ **FORMAS DE FINANCIAMIENTO**

El financiamiento de la actividad productiva proviene principalmente de las fuentes siguientes:

- Recursos propios: se reinvierte una parte de las utilidades anteriores en la producción agropecuaria
- El acceso al crédito: es seguramente la fuente de financiamiento más utilizada en la producción agropecuaria. Los bancos, las cooperativas

de ahorros y créditos y las cajas de ahorros son las entidades que prestan el dinero.

- Proyectos / empresas: algunas organizaciones o instituciones financian con capital semilla a los productores para iniciar un proyecto.

Es importante señalar que durante el taller participativo de verificación de la información agropecuaria, los actores de la parroquia señalaron la dificultad de acceso a créditos agrícola por la dificultad de los trámites y la ausencia de una agencia del Banco Nacional del Fomento en la parroquia.

La metodología de trabajo de esta parte del diagnóstico fue entrevistar a las cooperativas de ahorro y crédito de la cabecera cantonal. Los resultados de las entrevistas se encuentran en el cuadro siguiente. Hay que destacar que la mayoría de los agricultores van también a Ibarra a conseguir sus créditos.

➤ **COSTOS DE PRODUCCION**

Los costos de producción se reparten de la forma siguiente (ofiagro tomado de MAGAP-INEC):

- Al nivel nacional: mano de obra = 35%
- Al nivel nacional: productos fitosanitarios = 21% (240 USD / ha)

Según un estudio del MAGAP de 2005, el costo de producción del fréjol es de 783,60 USD/ha. Actualizado al 2011, podemos considerar un costo superior a 935 USD/ha si consideramos un aumento de los costos de 3% por año.

La utilidad neta fluctuó entre 105 USD/ha y 335 USD/ha durante el año 2009 para un ciclo de 4 meses (fuente: FORCAFREJOL). Hay que indicar que la mano de obra familiar está incluida en los costos.

Los costos de producción constituyen indicadores de referencia; pues de la misma manera como ocurre con las variedades, deben ajustarse a la realidad de cada localidad. Los autores consideramos de trascendental importancia que el productor conozca cuánto le cuesta producir un kilogramo o un quintal de grano seco y/o grano tierno.

1.6.3. SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN

➤ CANALES DE DISTRIBUCION

**GRÁFICO N° 7
CANALES DE DISTRIBUCIÓN**



Fuente: PDOT Parroquia Pablo Arenas 2013

Elaborado por: El Autor

➤ PREFERENCIA DE PRODUCTO

La producción de cultivos depende de la altitud y de las condiciones climáticas de la zona. Los cultivos de fréjol y arveja se dan en todas las

comunidades por lo que deben ser cultivos prioritarios para el desarrollo de estrategias de comercialización e innovación tecnológica, y potenciar los cultivos alternativos como es el tomate de árbol.

**CUADRO N° 8
DIVERSIDAD DE CULTIVOS EN LAS COMUNIDADES DE LA
PARROQUIA**

CULTIVO	PABLO ARENAS	SAN PEDRO	TAGSACHUPA	PALAGÁ	LA VICTORIA
Frejol	X	X	X	X	X
Arveja	X	X	X	X	X
Trigo	X			X	
Cebada				X	
Tomate de árbol	X			X	
Caña de azúcar	X				X
Flores					X

Fuente: PDOT Parroquia Pablo Arenas 2013

Elaborado por: El Autor

➤ **TIPO DE MERCADO.**

Al nivel internacional, el 90% de las exportaciones de fréjol ecuatoriano durante el periodo 2003-2008 tienen como destino el país vecino Colombia. Le siguen república dominicana y Perú. Ecuador exportó un promedio de 13.921 T/año de fréjol entre 2003 y 2008. La tendencia es variable y en 2008 se exportó 7.298T. La tendencia de las importaciones es también variable. Alcanzó más de 10.000 toneladas en el 2005 para caer a menos de 1500T en el 2008 (Ofiagro).

1.6.4. BUENAS PRÁCTICAS AFRÍCOLAS

➤ SEMILLA CERTIFICADA

Se debe fomentar el uso de variedades y especies comerciales resistentes o tolerantes a plagas y enfermedades, con vistas a un uso racional de agroquímicos e insumos. Se debe fomentar una adecuada selección de semillas entre los productores y utilizar especies adaptables a la zona de cultivo.

La semilla debe tener buena forma, calidad y color uniforme sin efecto de daños por plagas y enfermedades. Trabajos de investigación indican que con el solo hecho de usar semilla de buena calidad se incrementan en un 30 % los rendimientos

➤ MANEJO DE SUELOS

Según el INEC (2010), las actividades agrícolas, ganaderas y silvicultura en la parroquia Pablo Arenas son la base de la economía ya que el 71,69% de la población se dedica a esta actividad. Por lo tanto, es importante analizar el uso de suelo de la parroquia.

De acuerdo con el cuadro de usos de suelo establecidos para la parroquia el 63,13% del territorio es usado para la producción de cultivos y pastos; el 25,09%, son bosques naturales, de igual forma podemos indicar que el área erosionada es baja con 3,72%. La producción agrícola es la actividad más importante.

Los bosques y páramos se encuentran al oeste de la parroquia, a una altura entre 3000m s.n.m. hasta los 4000m s.n.m., y en pendientes que van desde el 12% hasta mayores al 70%.

Los cultivos se encuentran al norte, sur y este de la parroquia, a una altura entre 1800m s.n.m. hasta los 3000m s.n.m., y en pendientes que van desde el 5% hasta mayores al 70%. Así mismo la mayoría de los cultivos se ubican en un rango de 2km de la cabecera parroquial, comunidades y a 1km de las vías secundarias de la parroquia. La mayoría de cultivos que se realizan en esta parroquia se lo está haciendo en pendientes entre 50 y 70% provocando desgaste y erosión de los suelos. En este caso se debería realizar un manejo y conservación de suelos. En general, se encuentran los cultivos de alturas más altas al oeste del cantón: arvejas, cereales y el tomate riñón que se puede producir bajo invernadero. Al este, se encuentra más el cultivo de caña, fréjol y frutales.

En la parroquia los pastos naturales, se ubican al sureste, a una altura que va desde 1800m s.n.m. hasta los 2300m s.n.m., y en pendientes que van desde el 12% a mayores al 70%. La mayor cantidad están en pendientes entre 50 y mayores al 70% provocando deslaves en temporadas de lluvias y erosión de los suelos, se recomienda realizar un estudio de manejo y conservación de suelos para estas zonas.

➤ **USO DE ABONO ORGÁNICO**

Más del 97% de los productores(as) realiza labores de abonamiento/fertilización. Generalmente aplican abono de pollo en dosis de 20 a 150 sacos por ha (como en los CIALES). O aplican fertilizantes químicos pero en baja dosis (entre 3-5qq/ha). (FORCAFREJOL)

Son sustancias que están constituidas por desechos de origen animal, vegetal o mixto que se añade en el suelo con el objeto de mejorar sus características físicas, biológicas y químicas.

Los abonos orgánicos son ricos en micro y macro elementos, necesarios para tener cultivos sanos, ayudar a la planta a resistir el ataque de enfermedades y plagas. Mejora la textura y estructura de los suelos, regulando su temperatura y humedad.

VENTAJAS:

- Aligera suelos pesados o arcillosos.
- Aumenta la temperatura del suelo por absorción de los rayos solares.
- Aumenta la capacidad de retención del agua y elementos nutritivos.
- Aporta nitrógeno en grandes cantidades.

➤ RIEGO

Se debe utilizar un sistema de riego eficiente y económicamente viable para asegurar un adecuado manejo del recurso hídrico. De igual forma, se recomienda el monitoreo del agua de riego por medio de análisis que permitan demostrar su calidad y pertinencia para regar cultivos, y realizar acciones correctivas en caso de resultados adversos. Es bueno considerar los siguientes criterios para las actividades de riego:

- El uso del riego puede aumentar la cantidad de producción
- Identificar las fuentes de agua que se usan para el riego y con asistencia del técnico
- Verificar que no está contaminada
- Recuerde! - Nunca deben usarse aguas residuales para el riego, ni para dar de beber a su familia y a los animales
- Proteger los depósitos y canales de agua de animales, pájaros, etc. (Si se contamina el agua se puede enfermar su familia , los trabajadores y también los alimentos que le harán perder las ventas)

- Mantener libre de basura los canales por donde circula el agua
- Usar siempre el método de riego recomendado para su cultivo.
- Tener en cuenta la necesidad de agua del cultivo (no regar de más)
- El uso incorrecto de agua puede perjudicar la calidad del producto, por ello es necesario planificar el uso del riego
- Para todas estas actividades consultar al técnico de su confianza.

En la parroquia Pablo Arenas, se identificaron problemas relacionados a los sistemas de riego. No existen sistemas de riego en Palagá, Tagsachupa, y San Pedro, mientras que Pablo Arenas no tiene cobertura de riego en 50% de su territorio. Los sistemas de riego que hay en la zona son La Alegría que cubren Pablo Arenas, La Tamaya y La Victoria. Para Palagá se utiliza la acequia Santo Domingo.

CUADRO N° 9
NÚMERO DE MESES CON DÉFICIT HÍDRICO – PARROQUIA PABLO ARENAS

MESES	4 DH	5 DH	6 DH	SUMA
Ha	20110,04	56837,97	56066,33	133014,34
%	15,12	42,73	42,15	100,00

Fuente: IGM – PRONAREG (tomado del plan de desarrollo estratégico territorial Pablo Arenas) 2013

Elaborado por: El Autor

➤ **SALUD SEGURIDAD Y BIENESTAR**

Hay que fomentar condiciones de trabajo seguras y saludables para los trabajadores, implementando programas de capacitación sobre primeros auxilios, normas de higiene, procedimientos para accidentes y emergencias y entrenamiento para los que operan equipamiento complejo o peligroso. En este sentido, se recomienda mantener un registro de entrenamiento para cada trabajador.

Los trabajadores que realizan aplicaciones de productos fitosanitarios en la parcela deben recibir controles anuales de salud, los cuales estarán de acuerdo con las pautas establecidas por los códigos de salud locales. Así mismo, conviene abrir espacios de participación en jornadas de salud realizadas por el hospital y el municipio para los trabajadores y sus hijos, para conocer su estado nutricional. Se debe garantizar que la persona contratada esté vinculada a algún régimen de salud, y respetar las edades para contratación de acuerdo con las disposiciones legales.

1.6.5. TALENTO HUMANO

➤ **CAPACITACIÓN Y ASOCIATIVIDAD**

Como resultado de la poca información y capacitación los productores de esta zona no realizan un buen manejo agronómico del cultivo y la mayoría de ellos obtienen rendimientos bajos debido a problemas agro-técnicos, reduciendo la productividad y/o encarecen la producción. Algunos de los problemas detectados son: falta de semilla certificada, uso de variedades criollas tardías, daños causados por plagas y enfermedades y la desertificación de los suelos como problemas graves.

Hay asociaciones que tienen bastante importancia en la parroquia. No obstante, faltan capacitaciones en fortalecimiento organizacional. La microempresa de pulpa “Frutas de la Montaña” no funciona por problemas de gestión y estudios mal hechos.

1.6.6. NIVEL TECNOLÓGICO

➤ TECNOLOGÍA.

El cultivo del fréjol se realiza con tecnología media; se ha difundido el uso de semillas mejoradas y mínimo uso de insumos químicos, aunque en la actualidad se está mejorando los niveles tecnológicos con el apoyo de algunos proyectos.

El INIAP, a través de su Programa nacional de Leguminosas y Granos Andinos, considerando la importancia para la economía y alimentación del país y en cumplimiento de su Misión, está generando mediante procesos de investigación participativa, tecnologías apropiadas a las necesidades de los agricultores y consumidores.

1.7. DIAGNÓSTICO EXTERNO

1.7.1. ALIADOS

- ✚ La generación de empleos y de los ingresos, por la creación de la pequeña empresa comercializadora de fréjol
- ✚ Clima favorable en el cantón para la producción de fréjol.
- ✚ Buena organización en lo que se refiere al acceso de productos de calidad por parte de los productores de Pablo Arenas.

- ✚ Apoyo a los agricultores del Cantón por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Urucuquí.

1.7.2. OPONENTES

- ✚ Abuso de los comerciantes de fréjol en la fijación de precios.
- ✚ Las entidades crediticias sólo dan créditos a las personas que tienen grandes extensiones de tierra.
- ✚ Alto costo de los insumos agrícolas.
- ✚ Escasez de agua en algunas zonas del cantón para el cultivo de fréjol.
- ✚ Carencia de semillas certificadas a bajo costo.

1.7.3. OPORTUNIDADES

- ✚ Demanda potencial y significativa de esta leguminosa (fréjol) en la región norte.
- ✚ Disponibilidad de algunas variedades de fréjol.
- ✚ Existencia de tecnología avanzada para la producción de fréjol

1.7.4. RIESGOS

- ✚ Presencia de plagas y enfermedades en los cultivos
- ✚ Altas tasas de interés en la concesión de créditos a los productores por parte de las Instituciones Financieras.
- ✚ Inexistencia de una adecuada estabilidad climática en la zona especialmente en las áreas donde se cultiva este tipo de leguminosa como es el fréjol.
- ✚ Falta de asesoramiento y capacitación a los productores del Cantón Urucuquí para mejorar la producción de fréjol.

1.8. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Después de haber analizado mediante un diagnóstico situacional al sector agrícola de la parroquia de Pablo Arenas el mismo que estuvo relacionado con la producción del fréjol en la zona se llega a determinar que, el tipo de actividad que predomina en la parroquia es la agricultura, por lo que el fréjol se encuentra entre uno de los productos de mayor aceptación para la producción en la zona, además podemos destacar que existe un adecuado manejo del cultivo en la cual predomina la mano de obra familiar, pero mantiene un canal de distribución muy reducido por lo que se hace necesario la creación de una empacadora de fréjol para su posterior comercialización. Aprovechando así el cultivo de este sector que es muy apreciado en el mercado.

Por tal motivo urge encontrar una solución que aporte de una manera significativa a mejorar la comercialización del fréjol encontrando nuevos mercados que reciban el producto a un precio justo.

Se ha podido concluir que en la parroquia de Pablo Arenas existen las condiciones necesarias para proceder con él:

“Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa comercializadora de fréjol empacado, en la parroquia de Pablo Arenas, cantón Urcuquí, provincia de Imbabura.”

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. LA PEQUEÑA EMPRESA

2.1.1. DEFINICIÓN DE PEQUEÑA EMPRESA

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

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

2.1.2. OBJETIVOS DE LA PEQUEÑA EMPRESA

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

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

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

2.1.3. IMPORTANCIA DE LA PEQUEÑA EMPRESA

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

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

2.2. EL FRÉJOL

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

El fréjol es una proteína muy importante para todos los habitantes ya que constituye un alimento muy nutritivo para las personas a su vez permite la accesibilidad en todos los puntos de venta como mercados, centros de abastos etc.

2.3. VARIEDADES DEL FRÉJOL

Según el INIAP, (2001) las variedades que actualmente se cultivan en el Ecuador son:

NOMBRE	TIPO DE GRANO
VILCABAMBA	CREMA MOTEADO
YUNGUILLA (tipo Cargabello)	ROJO MOTEADO
BLANCO IMBABURA	BLANCO GRANDE
PERCAL BLANCO	BLANCO MEDIANO
COCACHO AMARILLO	MEDIANO
PERÚANO CREMA	ALARGADO
CHABELO ROJO MOTEADO	GRANDE
MANTEQUILLA	CREMA MEDIANO
CARGABELLO	ROJO MOTEADO

IMBABELLO
JE.MA.
CANARIO
PARAGACHI

ROJO MOTEADO
ROJO MOTEADO
AMARILLO
ROJO MOTEADO CON CREMA

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

2.4. PRODUCCIÓN DEL FRÉJOL

En lo que se refiere a producción del fréjol se dice que Según VERESSIMO, (2002), en relación a la producción agrícola Manifiesta.” La agricultura consiste en el cultivo de la plantas para El uso humano, hay muchos tipos de productos vegetales entre otros la mayor parte lo destinamos a nuestra alimentación , frutas Verduras , cereales , a otros les damos con uso industrial : caucho Algodón , caña de azúcar , también utilizamos las plantas para Alimentar al ganado : son los forrajes, cada planta necesita u Clima , un relieve y un suelo adecuado para crecer , cada sociedad Utiliza las técnicas u maquinaria más apropiados para cultivar “ pág. 25.

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

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

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

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

2.6. EMPAQUE DE FRÉJOL

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

Hoy en día estos sistemas de empaque al vacío solucionan en gran parte muchos problemas de la conservación de alimentos de diversos tipos, es un sistema por el cual se procura generar un empaque libre de oxígeno para

conservar un producto y mantenerlo en buenas condiciones durante más tiempo, permite al producto llegar a lugares más distantes, así como almacenarlos más tiempo.

2.7. PROCESO DE EMPACADO DE FRÉJOL

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

❖ RECEPCIÓN Y CONTROL DE MATERIA PRIMA

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

❖ LIMPIEZA Y ENFUNDADO

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

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

❖ SELLADO

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

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

❖ ETIQUETADO Y EMBODEGADO

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

2.8. COMERCIALIZACIÓN

<http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html> dice: La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales.

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

2.9. ESTRATEGIA COMERCIAL

<http://wikiconsulting.wikispaces.com/Estrategia+comercialmanifieta> osiguiente: “La estrategia comercial es el conjunto de actividades que se pretenden llevar a cabo en la organización, relacionadas con el mercado específico al que nos dirigimos y con el diseño comercial.”

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

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

2.9.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

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

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

2.9.2. MISIÓN

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

2.9.3. VISIÓN

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

2.9.4. ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL

Según MUNCH, Galindo (2006) afirma “La Organización Estructural tiene que ver con el ambiente donde se desarrollara el proyecto, la autoridad, los mecanismos de coordinación, y los principios con los que se debe regir” pág. 285.

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

▪ **ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**

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

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

▪ ORGANICO FUNCIONAL

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

2.10. ESTUDIO DE MERCADO

Según CORDOBA, Marcial (2006) afirma:” El Estudio de Mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes, de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precios” pág. 147.

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

2.10.1. MERCADO META

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

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

2.10.2. OFERTA

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

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

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

2.10.3. DEMANDA

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

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

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

2.10.4. PRECIO

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

El precio es una variable de marketing que viene a resumir , en gran número de casos , la política comercial de la empresa , por un lado tenemos las necesidades del mercado , fijadas en un producto con unos atributos determinados , por otro tenemos el proceso de producción con los consiguientes costos y objetivos de rentabilidad fijados. pág. 26

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

2.10.5. COMERCIALIZACIÓN

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

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

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

❖ **CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

GRUPO EDITORIAL OCÉANOS, (2005) afirman “Es la ruta que sigue un producto desde el agricultor, fabricante o importador original hasta el último consumidor” pág. 106

Entre los canales de comercialización más sobresalientes se tiene los siguientes:

Productor -consumidor final

Productor – minorista- consumidor final

Productor – mayorista – minorista – consumidor final

Productor – representantes – minoristas – consumidor final

Productor – representantes – mayoristas – minoristas – consumidor final.

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

❖ **PROMOCIÓN**

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

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

❖ PUBLICIDAD.

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

La publicidad son diferentes formas de presentaciones del producto para tener mayor acceso a los mercados.

2.11. ESTUDIO TÉCNICO

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

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

2.11.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

Según HARGADON Bernard (2005) dice” Es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de

funcionamiento , se define como la capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día , mes, año,, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando” pág. 211

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

2.11.2. LOCALIZACIÓN

[http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/ localización inversión/ localización- tamaño-proyecto, afirma lo siguiente” Se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicara el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos”](http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/)

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

❖ MACROLOCALIZACIÓN

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

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

❖ **MICROLOCALIZACIÓN**

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

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

❖ **FLUJO GRAMA DE PROCESOS**

VACA URBINA, Gabriel (2006) describe el diagrama de flujo de proceso como” Usa simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas dicha simbología es la siguiente” pág. 112

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

❖ **MAQUINARIA Y EQUIPO**

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

❖ OBRAS CIVILES

Las obras civiles consisten en estimar las necesidades de espacios y estructuras y, por ende, definir las instalaciones y obras de ingeniería requeridas, con indicaciones de los costos correspondientes, estimados con base en la información contenida en planos elaborados a nivel de bosquejo o anteproyecto.

❖ PRESUPUESTO TÉCNICO

El presupuesto técnico consiste en determinar las inversiones fijas, diferidas y capital de trabajo.

❖ ACTIVO FIJO

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

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

❖ ACTIVO TANGIBLE

Según BRAVO.V. Mercedes (2009) define lo siguiente “Activo Tangible se considera a toda clase de bienes u objetos materiales

que tienen existencia física o corpórea que son adquiridos por las empresas o entidades exclusivamente para el uso o servicio permanente en sus actividades operativas tales como terreno edificios, equipo, vehículo.”pág.246

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

❖ CAPITAL DE TRABAJO

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

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

2.12. ESTUDIO FINANCIERO

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

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

2.12.1. INGRESOS

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

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

2.12.2. EGRESOS

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

❖ MATERIA PRIMA

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

❖ MANO DE OBRA

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

❖ COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN(CIF)

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

❖ GASTOS ADMINISTRATIVOS

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

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

❖ GASTOS DE VENTAS

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

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

2.12.3. ESTADO DE ARRANQUE

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

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

2.12.4. ESTADO DE RESULTADOS

Según ZAPATA, Pedro (2008) dice “El Estado de Resultados muestra el efecto de las operaciones de una empresa y su resultado final ya sea ganancia o pérdida, muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un periodo determinado” pág. 61

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

2.12.5. FLUJO DE CAJA

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

El flujo de caja es un estado financiero de una empresa que resume sus orígenes y operaciones de efectivo durante un periodo específico.

2.12.6. EVALUACIÓN FINANCIERA

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

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

❖ VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Según SAPAG Nassir, (2008) señala” El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero, donde VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual “pág. 321

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

❖ TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Según JACOME, Walter (2005) afirma “El TIR es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es igual a cero.” pág. 84

Formula cálculo del TIR es la siguiente:

TIR: $T_i + T_i (VAN (+) - VAN (-)) / T_s - T_i$

T_i: Tasa inferior de redescuento

T_s: Tasa superior de redescuento

VAN (+): Valor positivo

VAN (-): Valor negativo

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

❖ PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

Según VAQUIRO, José D. (2008) afirma que “El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el

corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. ” pág. 165

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

❖ COSTO/ BENEFICIO

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

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

❖ PUNTO DE EQUILIBRIO

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

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

❖ SENSIBILIDAD DEL PROYECTO

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

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

2.13. IMPACTOS

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

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. INTRODUCCIÓN

El Presente estudio de mercado establece el comportamiento de los potenciales consumidores en lo referente a la cantidad posible de producción, llamada oferta y la cantidad de personas que adquirirá el bien a producir por el proyecto en estudio. Este estudio determina la cantidad del producto que va a ser demandado, definiendo estrategias efectivas de precio, características del producto e inclusive abordando los problemas de competencia y comercialización, lineamientos que ayudan a un buen posicionamiento del producto en el mercado.

En la región norte del Ecuador, desde hace más de 40 años los productores ubicados en esta zona cultivan fréjol. Para este sector, el fréjol es un producto principal en el desarrollo rural, debido a que conjuntamente con el maíz, caña de azúcar, arveja, tomate de árbol, representa toda una tradición productiva y de consumo, cumpliendo diversas funciones de carácter alimentario y socioeconómico que le ha permitido trascender hasta la actualidad, a pesar de los problemas e inconvenientes que se presentan en el mercado.

Su presencia a lo largo de la historia, lo ha convertido no sólo en un alimento tradicional, sino también en un elemento de identidad cultural, comparable con otros productos, que son básicos para explicar la dieta alimentaria de ayer, hoy y muy probablemente del futuro.

3.2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

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

Es por ello que el presente proyecto está enfocado a la comercialización de fréjol empacado logrando así de esta manera satisfacer las necesidades del mercado local.

3.3. OBJETIVOS

3.3.1. GENERAL.

Realizar el estudio de mercado para identificar la demanda existente en la comercialización de fréjol empacado.

3.3.2. ESPECÍFICOS

- Definir el mercado meta y la segmentación del mismo
- Establecer la demanda general y potencial del producto
- Determinar la oferta del fréjol empacado en el sector
- Determinar la demanda insatisfecha
- Definir las estrategias de mercado

3.4. MERCADO META

El mercado meta, al cual va dirigido el producto es la población del cantón Urcuquí y sus parroquias, a medida que el producto gane posicionamiento se estaría pensando en introducirlo a nivel provincial y porque no a mercados internacionales.

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

3.5. INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

Para obtener información de primera mano con respecto a la oferta y demanda del producto, propuesto por el proyecto se aplicó encuestas a 375 personas del cantón Urcuquí, dato obtenido según el último censo de población y vivienda los mismos que son considerados como consumidores potenciales. Así como también se aplicó encuestas a 113 tiendas y centros de abastos considerados como la competencia.

3.5.1. CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para calcular la muestra de los potenciales consumidores del cantón Urcuquí se aplicará la siguiente formula:

$$n = \frac{N \times Z_2 \times \sigma}{\varepsilon_2(N - 1) + Z_2 \sqrt{\bar{Z}}}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia en el que se va a realizar el tratamiento de las estimaciones.

N = Universo o población

e = Error muestral

α = Varianza

$$n = \frac{15671 \times 1.96^2 \times 0.25}{(0.05)^2(15671 - 1) + 1.96^2 \times 0.25}$$

$$n = \frac{15050,4284}{40,1354}$$

$$n = 375$$

SE REALIZARÁ 375 ENCUESTAS A LOS HABITANTES DEL CANTÓN URCUQUÍ Y SUS PARROQUIAS CONSIDERADOS COMO CONSUMIDORES POTENCIALES.

La población o universo (15671) considerado para el cálculo de la muestra es del total de habitantes con que cuenta el cantón Urcuquí y sus Parroquias, dato obtenido del plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Urcuquí.

Para calcular la muestra de los Oferentes del cantón Urcuquí se aplicará la siguiente formula:

$$n = \frac{N \times Z_2 \times \sigma}{\varepsilon_2(N - 1) + Z_2 \sqrt{Z}}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia en el que se va a realizar el tratamiento de las estimaciones.

N = Universo o población

e = Error muestral

α = Varianza

$$n = \frac{160 \times 1.96^2 \times 0.25}{(0.05)^2(160 - 1) + 1.96^2 \times 0.25}$$

$$n = \frac{153.664}{1.3579}$$

$$n = 113$$

SE REALIZARÁ 113 ENCUESTAS A TIENDAS Y CENTROS DE ABASTOS CONSIDERADOS COMO LA COMPETENCIA.

La población o universo (160) considerado para el cálculo de la muestra es el total de tiendas que existe en el cantón y sus parroquias dato obtenido del registro de patentes municipales.

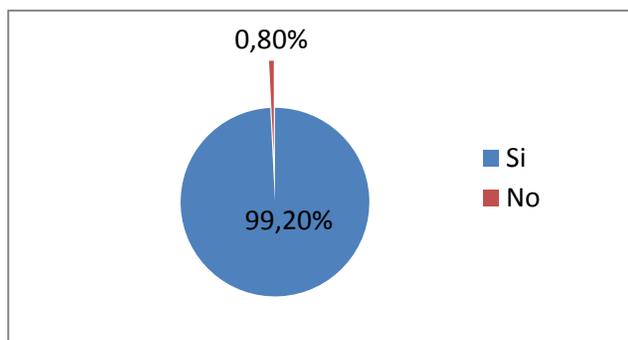
3.6. ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS HABITANTES DEL CANTÓN URCUQUÍ Y SUS PARROQUIAS.

1. ¿Consume usted fréjol?

**TABLA N° 1
CONSUMO DE FRÉJOL**

	Frecuencia	%
Si	372	99,20%
No	3	0,80%
Total	375	100%

**GRÁFICO N° 8
CONSUMO DE FRÉJOL**



Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Urcuquí y sus Parroquias año 2013

Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

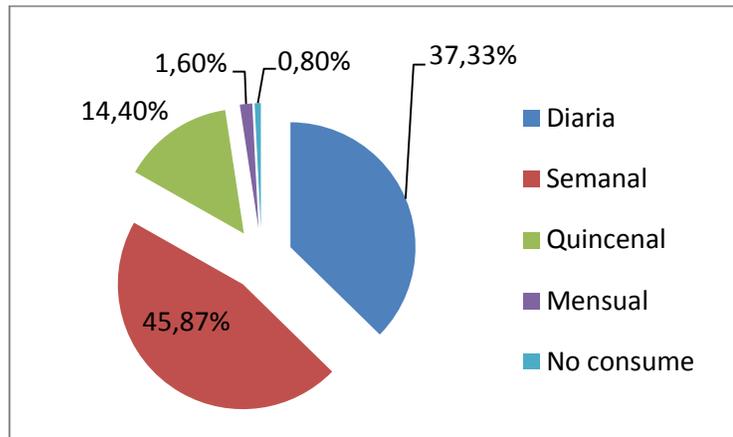
La mayoría de los habitantes consumen fréjol con un porcentaje del 99,20% lo que se llega a establecer que el proyecto tendrá una muy buena aceptación.

2. ¿Con qué frecuencia consume usted este producto?

TABLA N° 2
FRECUENCIA DE CONSUMO

	Frecuencia	%
Diaria	140	37,33%
Semanal	172	45,87%
Quincenal	54	14,40%
Mensual	6	1,60%
No consume	3	0,80%
Total	375	100%

GRÁFICO N° 9
FRECUENCIA DE CONSUMO



Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Urcuquí y sus Parroquias año 2013

Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

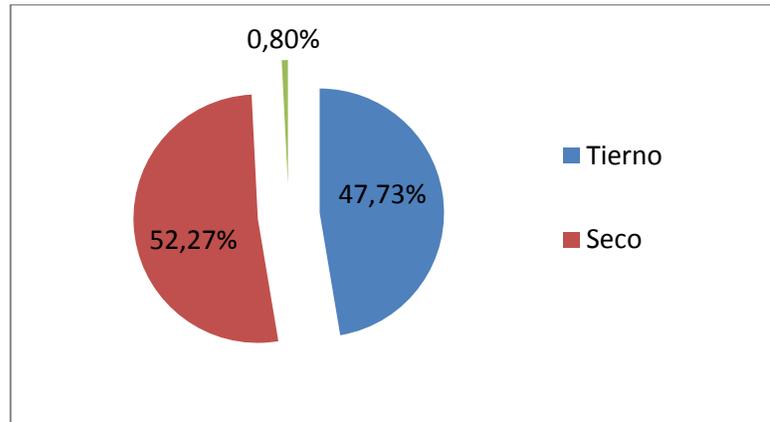
Lo consumen con bastante frecuencia entre semanalmente así como también en un gran porcentaje de forma diaria llegando a determinar de esta manera que el fréjol forma parte importante en la alimentación de los habitantes.

3. ¿El fréjol que usted prefiere es?

TABLA N° 3
PREFERENCIA DEL PRODUCTO

	Frecuencia	%
Tierno	179	47,73%
Seco	196	52,27%
No consume	3	0,80%
Total	375	100%

GRÁFICO N° 10
PREFERENCIA DEL PRODUCTO



Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Urcuquí y sus Parroquias año 2013

Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

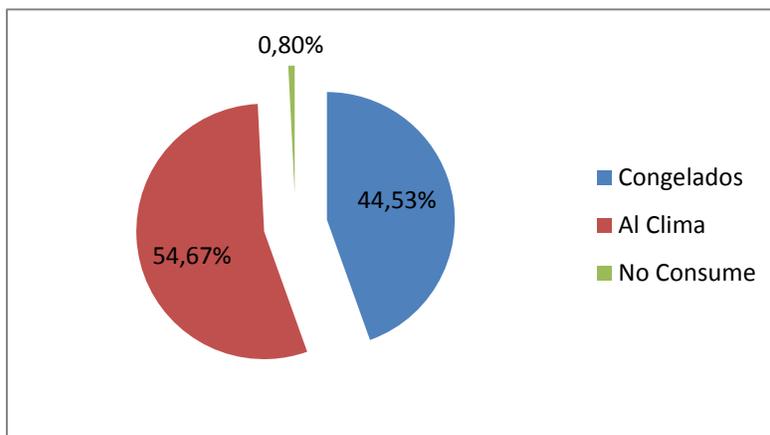
El consumo de fréjol es equitativo las personas lo consumen tierno y seco aunque hay cierta inclinación al fréjol seco, determinando de esta manera el producto que tiene que ser potencializado en la pequeña empresa comercializadora de fréjol empacado.

4. ¿La entrega del fréjol empacado de qué forma le gustaría que lo hagan?

TABLA N° 4
FORMA DE ENTREGA

	Frecuencia	%
Congelados	167	44,53%
Al clima	205	54,67%
No consume	3	0,80%
Total	375	100,00%

GRÁFICO N° 11
FORMA DE ENTREGA



Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Urcuquí y sus Parroquias año 2013

Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

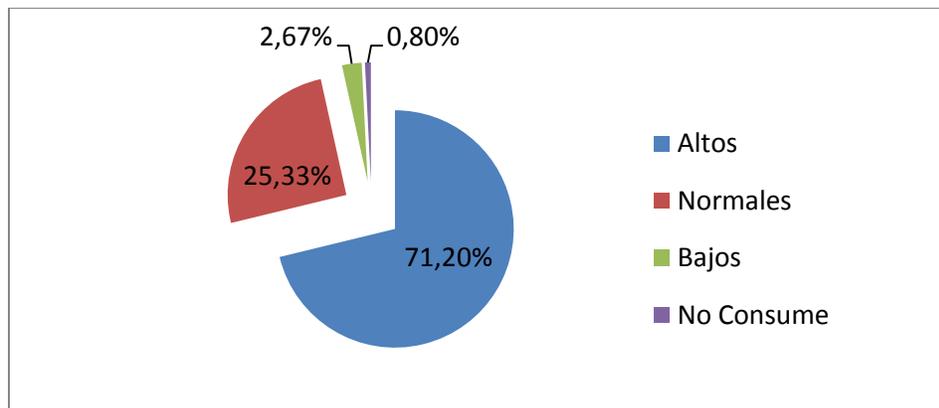
Un 54,67% tiene preferencia a que el producto se lo entregue al clima por lo que la empresa debe tomar en cuenta esta opción al momento de comercializar el producto.

5. ¿Considera que los precios del fréjol empacado son?

TABLA N° 5
PRECIO DE LOS PRODUCTOS

	Frecuencia	%
Altos	267	71,20%
Normales	95	25,33%
Bajos	10	2,67%
No consume	3	0,80%
Total	375	100,00%

GRÁFICO N° 12
PRECIO DE LOS PRODUCTO



Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Urcuquí

Elaborado por: Autor

ANÁLISIS:

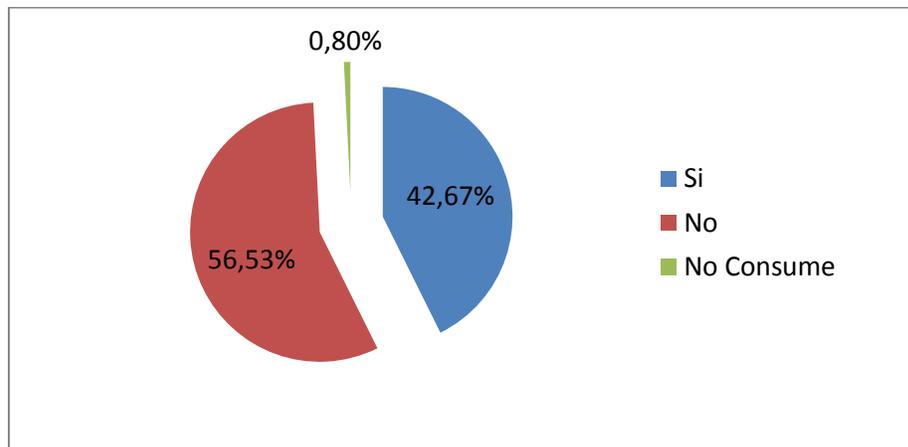
Lo consideran normal y alto ya que algunos productos tienen una mejor presentación como también la marca influye mucho al momento de fijar el precio de los productos.

6. ¿Cree usted que es importante la marca al momento de realizar la compra?

TABLA N° 6
IMPORTANCIA DE LA MARCA

	Frecuencia	%
Si	160	42,67%
No	212	56,53%
No consume	3	0,80%
Total	375	100,00%

GRÁFICO N° 13
IMPORTANCIA DE LA MARCA



Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Urcuquí y sus Parroquias año 2013
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

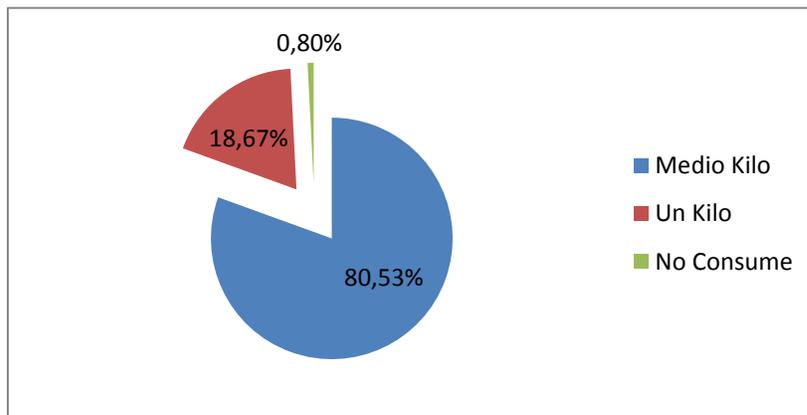
Un 56,53% considera que no es importante la marca ya que existen otras variables como por ejemplo el precio, la presentación, peso entre otras que ellos toman en cuenta al momento de comprar esta leguminosa.

7. ¿Cuál sería la presentación más adecuada para el fréjol empacado?

TABLA N° 7
PRESENTACION MÁS ADECUADA PARA EL PRODUCTO

	Frecuencia	%
Medio kilo	302	80,53%
Un kilo	70	18,67%
No consume	3	0,80%
Total	375	100,00%

GRÁFICO N° 14
PRESENTACIÓN MÁS ADECUADA PARA EL PRODUCTO



Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Urcuquí y sus Parroquias año 2013
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

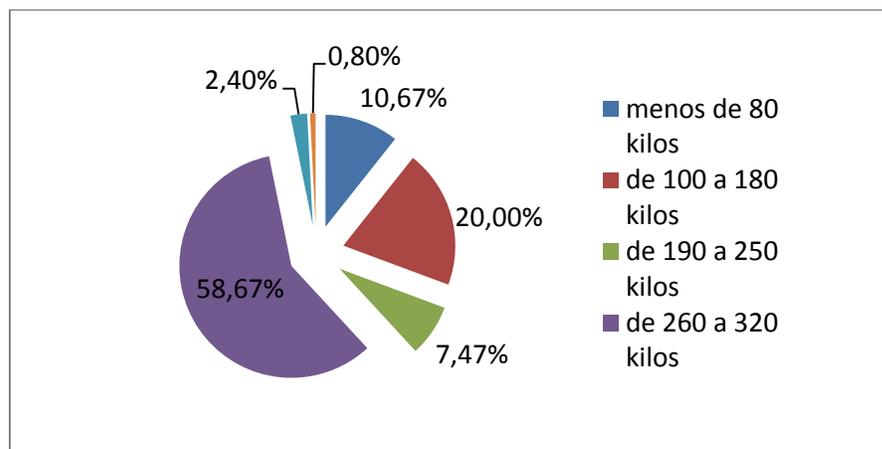
Se llegó a determinar que la presentación más adecuada del fréjol empacado sería de medio kilo lo que hace pensar la aceptación de esta presentación lo cual la nueva unidad productiva debe tomar muy en cuenta.

8. ¿Por lo general cuántos Kilos de fréjol compra a la semana para el consumo familiar?

TABLA N° 8
CANTIDAD DE ADQUISICIÓN DE FRÉJOL

	Frecuencia	%
menos de 80 kilos	40	10,67%
de 100 a 180 kilos	75	20,00%
de 190 a 250 kilos	28	7,47%
de 260 a 320 kilos	220	58,67%
más de 321 kilos	9	2,40%
No consume	3	0,80%
Total	375	100,00%

GRÁFICO N° 15
CANTIDAD DE ADQUISICIÓN DE FRÉJOL



Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Urcuquí y sus Parroquias año 2013

Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

Manifiestan que compran hasta 320 kilos a la semana. Esto define que cada semana por lo menos se consume de cuatro a cinco veces en grandes proporciones lo que beneficia a la nueva unidad productiva.

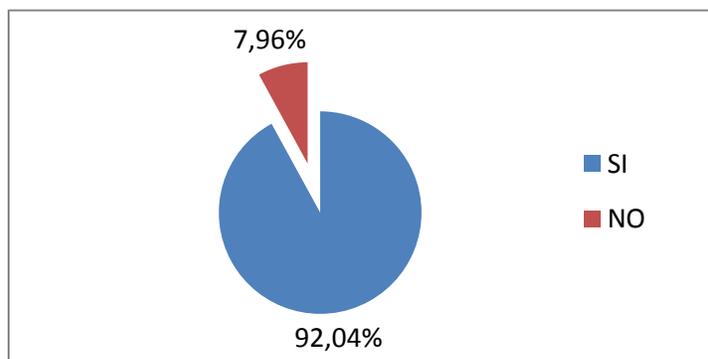
ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LAS TIENDAS Y CENTROS DE ABASTOS CONSIDERADOS COMO LA COMPETENCIA.

1. ¿Comercializa usted fréjol empacado en su negocio?

TABLA N° 9
COMERCIALIZACIÓN DE FRÉJOL

	Frecuencia	%
Si	104	92,04%
No	9	7,96%
Total	113	100,00%

GRÁFICO N° 16
COMERCIALIZACIÓN DE FRÉJOL



Fuente: Encuesta a tiendas y centros de abastos del cantón Urcuquí año 2013

Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

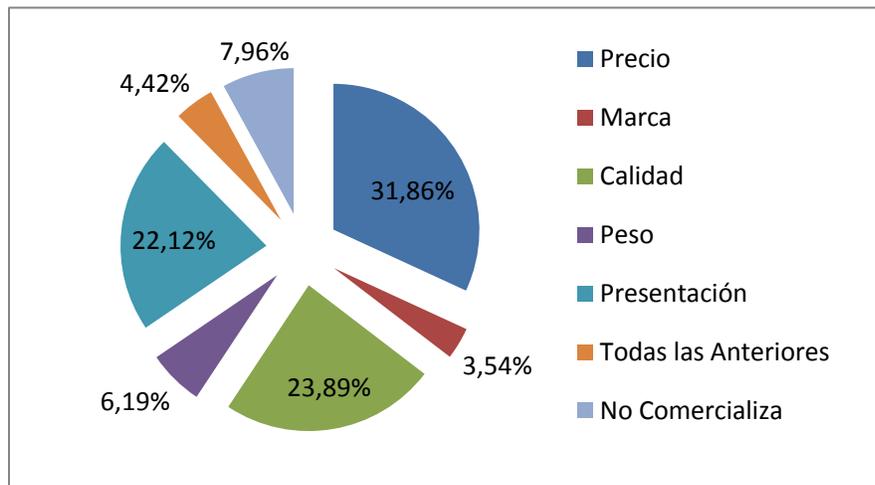
La mayoría de tiendas y centros de abastos ofrece fréjol empacado, llegando a concluir que el producto es altamente demandado por la población, por tal motivo se toma la decisión de implementar el proyecto.

2. ¿De los siguientes aspectos cual es el de mayor influencia al momento de adquirir un producto?

TABLA N°10
ASPECTO DE MAYOR INFLUENCIA

	Frecuencia	%
Precio	36	31,86%
Marca	4	3,54%
Calidad	27	23,89%
Peso	7	6,19%
Presentación	25	22,12%
Todas las anteriores	5	4,42%
No comercializa	9	7,96%
Total	113	100,00%

GRÁFICO N° 17
ASPECTO DE MAYOR INFLUENCIA



Fuente: Encuesta a tiendas y centros de abastos del cantón Urcuquí año 2013
Elaborado por: Autor

ANÁLISIS:

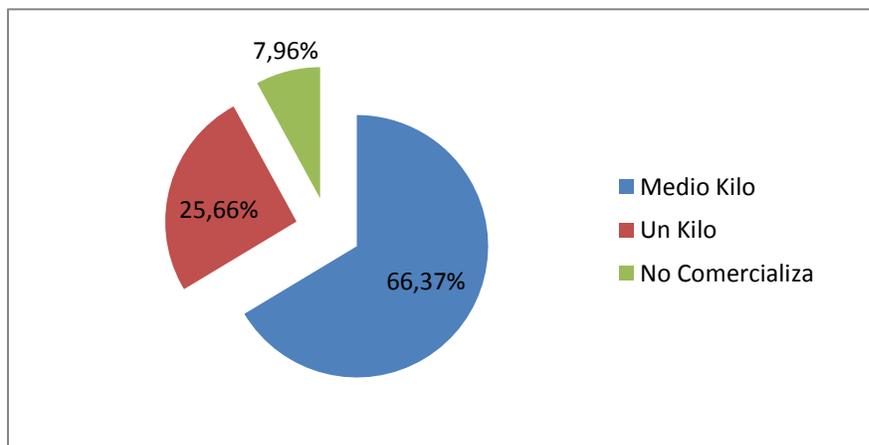
El precio, la calidad y la presentación son los aspectos más importantes que se toma en cuenta al momento de adquirir un producto empacado porque estos tres factores hacen que el producto tenga mayor acogida por parte del consumidor final.

3. ¿Cuál es la presentación más demandada para el fréjol empacado?

TABLA N° 11
PRESENTACIÓN MAS DEMANDADA

	Frecuencia	%
Medio kilo	75	66,37%
Un kilo	29	25,66%
No comercializa	9	7,96%
Total	113	100,00%

GRÁFICO N° 18
PRESENTACIÓN MAS DEMANDADA



Fuente: Encuesta a tiendas y centros de abastos del cantón Urcuquí año 2013
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

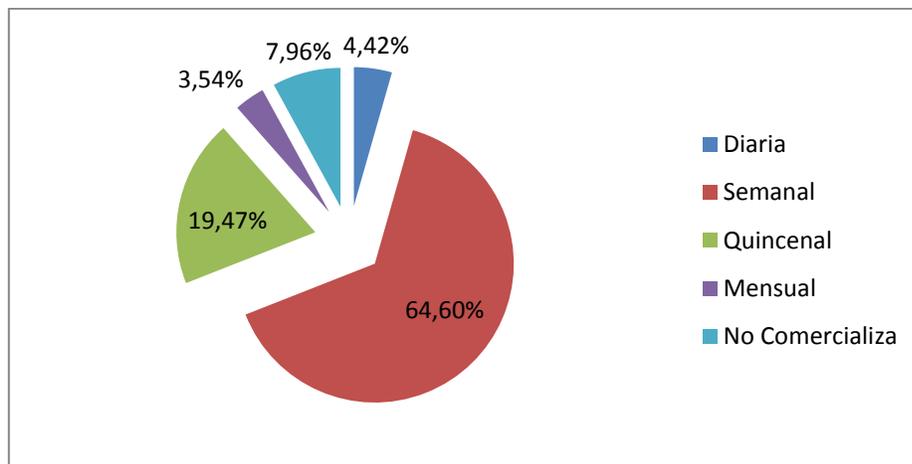
Un 66,37% de las tiendas y centros de abastos comercializan más en presentaciones de medio kilo, por lo que la nueva unidad productiva pondrá énfasis en este aspecto que es una de las mejores opciones.

4. ¿Con qué frecuencia adquiere usted este producto?

TABLA N° 12
FRECUENCIA DE ADQUICIÓN

	Frecuencia	%
Diaria	5	4,42%
Semanal	73	64,60%
Quincenal	22	19,47%
Mensual	4	3,54%
No comercializa	9	7,96%
Total	113	100,00%

GRÁFICO N° 19
FRECUENCIA DE ADQUICIÓN



Fuente: Encuesta a tiendas y centros de abastos del cantón Urcuquí año 2013

Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

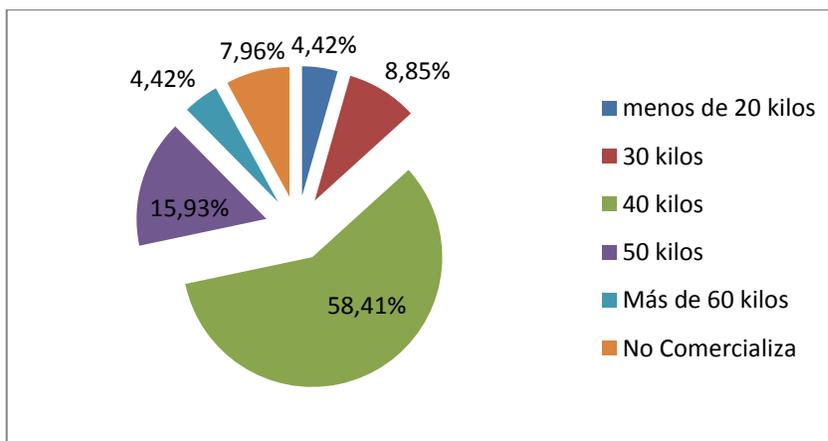
No existe un tiempo específico esto se debe a las políticas que maneje cada tienda en lo que se refiere a la frecuencia de pedidos.

5. ¿Qué cantidad de fréjol empacado compra semanalmente para su posterior comercialización?

TABLA N° 13
COMERCIALIZACIÓN SEMANAL DE FRÉJOL

	Frecuencia	%
Menos de 20 kilos	5	4,42%
30 kilos	10	8,85%
40 kilos	66	58,41%
50 kilos	18	15,93%
Más de 60 kilos	5	4,42%
No comercializa	9	7,96%
Total	113	100,00%

GRÁFICO N° 20
COMERCIALIZACIÓN SEMANAL DE FRÉJOL



Fuente: Encuesta a tiendas y centros de abastos del cantón Urcuquí año 2013
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

Las tiendas y centros de abastos manifiestan estar ofertando un promedio de 40 kilos a la semana esto define la gran aceptación de las personas por este tipo de producto a pesar de estar expuesto a las variaciones entre oferta y demanda.

3.7. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda del producto corresponde a los consumidores potenciales de fréjol empacado siendo una muestra de 375 personas del cantón Urcuquí y sus parroquias, los cuales adquieren el producto para su consumo.

3.8. COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

Para la determinación de la demanda actual de esta leguminosa se priorizó como objeto de investigación a los habitantes del cantón Urcuquí y sus parroquias en donde se identificó una muestra considerable de 375 personas.

Mediante ello, se analizó la cantidad y frecuencia de adquisición del producto, a continuación se detalla los resultados:

CUADRO N° 10

Consumo de fréjol		
Kilos semanales	Kilos mensuales	Kilos anuales
320	1.280	15.360

Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Urcuquí año 2013

Elaborado por: El Autor

Para obtener los kilos anuales se procedió de la siguiente manera:

De la pregunta número 8 realizada a los habitantes del cantón Urcuquí y sus parroquias se determina que la mayoría consume entre 260 y 320 kilos semanalmente para lo cual: Los kilos semanales (320 k) se multiplico por 4 que son las semanas del mes obteniendo así los kilos mensuales (1.280 k), posteriormente esta cantidad se multiplicó por 12 que son los meses del año dando como resultado los kilos anuales (15.360 k).

3.8.1. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para proyectar la demanda futura del consumo del fréjol, se utilizó como base la tasa de crecimiento poblacional del Cantón Urcuquí. Según las últimas preliminares del censo 2010, es del 0,0108(1,08%), este índice se multiplicó con el consumo identificado en el año 2013, es decir es la cantidad de consumo que se tendrá dentro de cinco años representada en kilos.

CUADRO N° 11
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA
EN KILOS

Proyección de la demanda	
Año	Consumo futuro en kilos
2014	15.526
2015	15.694
2016	15.863
2017	16.034
2018	16.208

Factor de crecimiento exponencial anual del (1,0108)

Elaborado por: El Autor

3.9. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para establecer la oferta se tomó como referencia a 113 tiendas y centros de abastos más considerables del cantón Urcuquí y sus parroquias, obteniendo los datos que se presentan a continuación:

CUADRO N° 12
ANÁLISIS DE LA OFERTA

Oferta de fréjol		
Kilos semanales	Kilos mensuales	Kilos anuales
40	160	1.920

Fuente: Tiendas y centros de abastos del cantón Urcuquí año 2013

Elaborado por: El Autor

Para obtener los kilos anuales se procedió de la siguiente manera:

De la pregunta número 5 realizada a las tiendas y centros de abastos del cantón Urcuquí y sus parroquias se determina que la mayoría comercializa un promedio de 40 kilos semanalmente para lo cual: Los kilos semanales (40k) se multiplico por 4 que son las semanas del mes obteniendo así los kilos mensuales (150 k), posteriormente esta cantidad se multiplicó por 12 que son los meses del año dando como resultado los kilos anuales (1.920 k).

Las tiendas y centros de abastos más considerables del cantón Urcuquí y sus parroquias a las cuales se les aplico la encuesta se detallan a continuación:

Este dato fue tomado del registro de patentes municipales del Gobierno Autónomo Descentralizado De San Miguel De Urcuquí y son los siguientes:

CUADRO N° 13
TIENDAS Y CENTROS DE ABASTOS DEL CANTÓN URUCUQUÍ Y SUS
PARROQUIAS

N°	Nombre o razón social	Actividad económica	Dirección
1	Alcuacer Josefa	Tienda	Urcuquí
2	Alcuacer Quilca Mayra Zulema	Tienda	Urcuquí
3	Alcuacer Viracocha Luis Alfonso	Tienda	Urcuquí
4	Aldaz Daza Luis Humberto	Tienda	Urcuquí
5	Álvarez Díaz Verónica Jacqueline	Abacería	Urcuquí
6	Andrade Alcuacer Olga Tenaí	Tienda	Urcuquí
7	Andrade Lara María Esperanza	Abacería	Urcuquí
8	Andrade Quilca Rosa María	Abacería	Urcuquí
9	Balseca Piguilí Blanca Leonor	Abacería	Urcuquí
10	Bastidas Vaca Gloria Esther	Tienda	Urcuquí
11	Bernardo María Eugenia	Tienda	Urcuquí
12	Borja Tafur María Cecilia	Abacería	Urcuquí
13	Cadena Félix Carmen del Rosario	Tienda	Urcuquí
14	Camuendo Salcedo Carmen María	Abacería	Urcuquí
15	Carlosama Ramos Digna María	Tienda	Urcuquí
16	Carrillo Navarrete María Nancy	Abacería	Urcuquí
17	Chavarrea Cruz María Magdalena	Tienda	Urcuquí
18	Criollo Morocho María Martha	Tienda	Urcuquí
19	De La Cruz Pablo Rigo	Abacería	Urcuquí
20	Escalante De Cevallos María Leonor	Tienda	Urcuquí
21	Escanta Morales Blanca Graciela	Tienda	Urcuquí
22	Esparza Norma	Tienda	Urcuquí
23	Félix Buitrón María Esther	Tienda	Urcuquí
24	Fernández Vargas Marina Erlinda	Tienda	Urcuquí
25	Fernández Yacelga María Magdalena	Tienda	Urcuquí
26	Flores Burga María Luisa	Tienda	Urcuquí
27	Flores Vaca María Cristina	Abacería	Urcuquí
28	García Martínez María Lucrecia	Tienda	Urcuquí
29	Gómez Ponce Lorena Anabel	Tienda	Urcuquí
30	Gordillo Lita Susana	Tienda	Urcuquí

N°	Nombre o razón social	Actividad económica	Dirección
31	Guagalango Gómez Blanca Cecilia	Tienda	Urcuquí
32	Lara Andrango Miriam Patricia	Tienda	Urcuquí
33	Lara Mariana De Jesús	Abacería	Urcuquí
34	Lima Tabango Rosa De Lourdes	Tienda	Urcuquí
35	Manzo Aguirre Carmen Amelia	Abacería	Urcuquí
36	Montaluisa Barrera Imelda	Tienda	Urcuquí
37	Morales Rivera María Isabel	Tienda	Urcuquí
38	Morocho Ramos Esperanza María	Abacería	Urcuquí
39	Portilla Ordoñez Geovann del Pilar	Tienda	Urcuquí
40	Pozo Alomía María Teresa	Abacería	Urcuquí
41	Quimbiamba Cerón Bertha Marisol	Tienda	Urcuquí
42	Ramos Anangono Blanca Esperanza	Tienda	Urcuquí
43	Ramos Andrade María Magdalena	Tienda	Urcuquí
44	Recalde Almeida Hilda María	Tienda	Urcuquí
45	Rosales Quiguango María Beatriz	Tienda	Urcuquí
46	Rosales Santi Blanca Esperanza	Abacería	Buenos Aires
47	Ruiz Cachiguango María Rebeca	Tienda	Buenos Aires
48	Ruiz Moran Aida Lucia	Tienda	Buenos Aires
49	Tafur Nancy Anita	Tienda	Buenos Aires
50	Torres Calderón Diana	Tienda	Buenos Aires
51	Torres Humberto Gustavo	Tienda	Buenos Aires
52	Valencia Bolaños Sara María	Abacería	Buenos Aires
53	Valles Guanoluisa Blanca Inés	Tienda	San Blas
54	Varela Bolaños Angelita Edilma	Tienda	San Blas
55	Yacelga Gladis	Tienda	San Blas
56	Zapata Mina Luz América	Abacería	San Blas
57	Zapata Ruales Martha Consuelo	Tienda	San Blas
58	Zurita De Pozo Margarita	Tienda	San Blas
59	Andrade Quilca Lura Oliva	Tienda	San Blas
60	Andrade Quilca María Consuelo	Abacería	San Blas
61	Calderón Carrillo Tulia María	Abacería	San Blas
62	Calderón Salas María Romelia	Tienda	San Blas
63	Carlosama María Piedad	Tienda	San Blas
64	De la Cruz Martha Ximena	Tienda	San Blas
65	De La Cruz Qulisimba Víctor Julio	Tienda	San Blas
66	De La Cruz Quiranza José María	Tienda	San Blas

N°	NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	ACTIVIDAD ECONÓMICA	DIRECCIÓN
67	Díaz Muenala Laura María	Tienda	San Blas
68	Espinosa Gallegos Laura María	Abacería	San Blas
69	Fernández Jorge Aníbal	Tienda	San Blas
70	Gallegos Valverde María Dolores	Abacería	San Blas
71	Guagalango Flores Adela Lucia	Abacería	San Blas
72	Guagalango Ponce Ana Lucía	Tienda	San Blas
73	Guagalango Quilca Aurora María	Tienda	Tumbabiro
74	Iles Carlosama Lucila Esperanza	Tienda	Tumbabiro
75	Jaramillo Carlosama Ana Lucía	Abacería	Tumbabiro
76	Muenala Chuma María Bertila	Abacería	Tumbabiro
77	Paredes Andrango Diana Maribel	Tienda	Tumbabiro
78	Alcuacer Guagalango Segundo Fermín	Tienda	Tumbabiro
79	Andrango Álvarez Zoila Piedad	Tienda	Tumbabiro
80	Cazar Salgado Bertha Angélica	Tienda	Tumbabiro
81	Gallegos Carmen	Tienda	Tumbabiro
82	Gramal María Josefina	Tienda	Tumbabiro
83	Pastrana Silva Rosa Matilde	Tienda	Tumbabiro
84	Quiguango Fernández Silvio Saúl	Abacería	Pablo Arenas
85	Quilca Vargas Rosa Eleadina	Abacería	Pablo Arenas
86	Rivera Fernández Marcia Lourdes	Abacería	Pablo Arenas
87	Rodríguez Escanta Oscar Ricardo	Tienda	Pablo Arenas
88	Torres Quilca María Luisa	Abacería	Pablo Arenas
89	Sánchez Cuangun Sonia Lucía	Abacería	Pablo Arenas
90	Yalamá Corrales Juan José	Tienda	Pablo Arenas
91	Gonzaga Noruega Edison David	Abacería	Pablo Arenas
92	Gordillo Gordillo Elba Celiana	Abacería	Pablo Arenas
93	Grijalva Gordillo Rosa Guillermina	Tienda	Pablo Arenas
94	Gordillo Roberto Bolívar	Abacería	Pablo Arenas
95	Marroquín Grijalva Josefina	Tienda	Pablo Arenas
96	Morales Anangonó Judith Balvina	Tienda	Pablo Arenas
97	Pérez Gordillo Yolanda Genoveva	Tienda	Pablo Arenas
98	Sánchez Gonzaga Tulia María	Tienda	Pablo Arenas
99	Suárez Morales Laura María	Tienda	Pablo Arenas
100	Suárez Rosario María Neli	Abacería	Pablo Arenas
101	Tapia Cotacachi Dolores Del Rosario	Tienda	Pablo Arenas

N°	NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	ACTIVIDAD ECONÓMICA	DIRECCIÓN
102	Tapia Cotacachi Gloria Inés	Abacería	Pablo Arenas
103	Urbina Benavides Mirian Josefina	Abacería	Pablo Arenas
104	Varela Cuascota Martha Lourdes	Tienda	Pablo Arenas
105	Andrango Yacelga De Dios Siervo	Tienda	Cahuasquí
106	Barrero Dolores De Lourdes	Tienda	Cahuasquí
107	Carrillo Vinuesa Blanca Margarita	Tienda	Cahuasquí
108	Castro Hormaza Ana Lucía	Abacería	Cahuasquí
109	Franco Ramírez Luz Edelmira	Abacería	Cahuasquí
110	Montalvo Saona María Teresa	Tienda	Cahuasquí
111	García Moreno Blanca Esperanza	Abacería	Cahuasquí
112	Quiguango Quiguango Oscar Marcelo	Tienda	Cahuasquí
113	Rosero Baldeón Ruth Mariela	Tienda	Cahuasquí

Fuente: Registro de Patentes Municipales año 2013

Elaborado por: El Autor

3.9.1. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para obtener la proyección de la oferta se utilizó un crecimiento paralelo a la demanda, es decir el consumo que se podrá dar dentro de cinco años que se está proyectando para la microempresa, según el crecimiento poblacional del Cantón Urcuquí, obteniendo los siguientes resultados.

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

Proyección de la oferta	
Año	Consumo futuro en kilos
2014	1.941
2015	1.962
2016	1.983
2017	2.004
2018	2.026

Factor de crecimiento exponencial anual del (1,0108)

Elaborado por: El Autor

Para la proyección de la Oferta se tomó como base los kilos anuales (1.920) a los que se le multiplico por el factor de crecimiento exponencial anual (1,0108) para cada uno de los años que se está proyectando, de la siguiente manera: $1.920(1+0,0108)^1$, $1.920(1+0,0108)^2$,..... $1.920(1+0,0108)^n$

3.10. BALANCE DEMANDA-OFERTA

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

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

Año	Demanda	Oferta	Demanda potencial a satisfacer
2014	15.526	1.941	13.585
2015	15.694	1.962	13.732
2016	15.863	1.983	13.880
2017	16.034	2.004	14.030
2018	16.208	2.026	14.182

Fuente: Estudio de Mercado año 2013

Elaborado por: El Autor

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

3.11. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

CUADRO N° 16
DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER
EN KILOS

Año	Demanda potencial a satisfacer
2014	13.585
2015	13.732
2016	13.880
2017	14.030
2018	14.182

Fuente: Estudio de Mercado año 2013

Elaborado por: El Autor

3.12. PRONÓSTICO DE VENTAS

Para pronosticar las ventas se ha tomado como base la demanda potencial a satisfacer en el año 2014 que es de 13.585 kilogramos, de los cuales la pequeña empresa proyecta satisfacer el 70% del valor potencial en el primer año, con un crecimiento del 15% en los años siguientes.

CUADRO N° 17
PRONÓSTICO DE VENTAS
EN KILOGRAMOS

Pronóstico de ventas en kilogramos	
Año	Plan de ventas
2014	9.510
2015	10.936
2016	12.576
2017	14.463
2018	16.632

VENTAS EN PRESENTACIONES DE 500G

CUADRO N° 18
VENTAS EN UNIDADES
500 gramos

Ventas en unidades de 500 gr	
Año	Plan de ventas
2014	19.019
2015	21.872
2016	25.153
2017	28.926
2018	33.265

3.13. ANÁLISIS DE PRECIOS

El precio para el fréjol empacado, se establece tomando en cuenta algunos criterios, basados en el análisis de costos y la información recolectada a través de la observación directa realizada a diferentes tiendas y centros de abastos del cantón Urcuquí.

CUADRO N° 19
ANÁLISIS DE PRECIOS
USD DÓLARES

Nombre	Gramos	Precio
Fréjol negro	500 GR	1,9
Fréjol rojo	500 GR	2,5
Fréjol blanco	500 GR	2,1

Fuente: Observación Directa Locales de Urcuquí año 2013

3.14. COMERCIALIZACIÓN

3.14.1. ESTRATEGIA DE PRODUCTO

- ✓ El producto contendrá las siguientes características
 - Nombre de la Microempresa: Frejolín
 - Slogan: Comer sano para vivir sano.
 - Peso: 500 gramos

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

- ✓ Existirá diferentes variedades de fréjol empacado de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores, rojo, negro, blanco.

GRÁFICO N° 21
LOGOTIPO



GRÁFICO N° 22
DISEÑO DEL EMPAQUE ANVERSO



GRÁFICO N° 23
DISEÑO DEL EMPAQUE REVERSO



3.14.2. ESTRATEGIA PARA PRECIOS

- ✓ Los precios serán competitivos de acuerdo al mercado, para tener un mayor posicionamiento en el mercado.
- ✓ Se mantendrán estructurados los costos, los cuales agregándole un porcentaje de utilidad dará como resultado el precio final.

3.14.3. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN.

- ✓ Se proveerá de una página web para mayor publicidad e información de la microempresa y del producto que se va a ofrecer.
- ✓ Se dará financiamiento a nuestros clientes fijos en la adquisición de nuestro producto, otorgando descuentos de acuerdo a la cantidad que adquieran.
- ✓ Promover el consumo de fréjol destacando su importancia y valores nutricionales esto se lo hará a través de campañas especiales de publicidad, en radios de la localidad más sintonizados

3.14.4. ESTRATEGIAS DE PLAZA.

- ✓ El local se lo distribuirá, de tal manera que el cliente se sienta a gusto de ingresar a nuestras instalaciones, sienta el orden, higiene y organización de la pequeña empresa.
- ✓ El lugar contará con una infraestructura adecuada para mayor comodidad en los procesos productivos.
- ✓ La microempresa estará ubicada en un sector estratégico que pueda ser visualizado tanto por proveedores como consumidores.

3.15. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

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

- ❖ Del estudio realizado tanto de la demanda como de la competencia del producto, se concluye que existe mercado potencial a satisfacer lo cual es adecuado para el proyecto,
- ❖ En el cantón Urcuquí existen proveedores de la materia prima (fréjol) e insumos necesarios (abonos, pesticidas y fungicidas) (agroquímicos) para la producción y posterior comercialización de fréjol empacado por lo que no es necesario ir a otros lugares para adquirirlos.
- ❖ De la investigación de campo realizada se identificó que el consumo de fréjol empacado es de 15.360 kilogramos en el año 2013, lo que hace pensar la alta aceptación del producto.
- ❖ El fréjol ha tenido una gran aceptación según las tendencias locales, cada vez existe una mayor demanda del producto en los diferentes mercados, que a futuro se puede considerar en el proyecto.
- ❖ Existe un alto porcentaje de ausencia de valor agregado para la comercialización del fréjol en el cantón Urcuquí, lo cual es una ventaja competitiva para el proyecto.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. PRESENTACIÓN

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

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

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

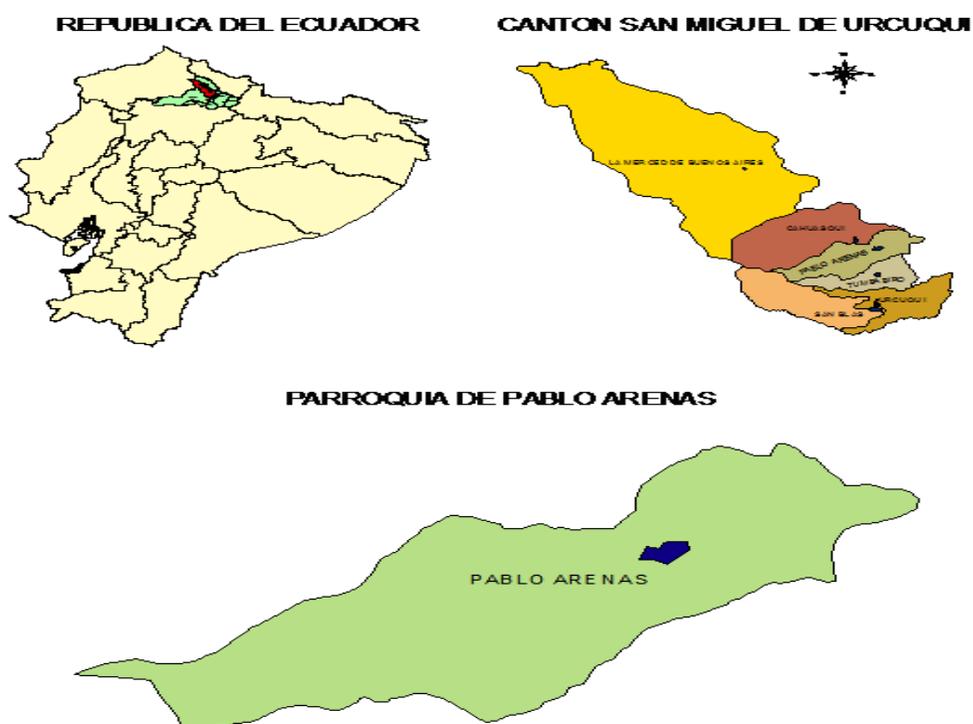
4.2. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

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

4.2.1. MACRO LOCALIZACIÓN

El proyecto se ubicará en la Provincia de Imbabura, Cantón Urcuquí, Parroquia Pablo Arenas

GRÁFICO N° 24
MAPAS DE LA PROVINCIA, DEL CANTÓN Y LA PARROQUIA



DATOS DEL CANTÓN:

Ubicación: a 19 km de la provincia de Imbabura

Altura: entre los 1800 y 4000 msnm

Población: 15671

Temperatura: 5 °C.

4.2.2. MICRO LOCALIZACIÓN

Para determinar la localización óptima del proyecto se ha escogido tres posibles lugares, los cuales mediante un análisis de factores se determinará el lugar estratégico que beneficie a la creación de la microempresas entre los lugares tenemos:

- Comunidad la Victoria
- Cabecera Parroquial
- Comunidad de San Pedro

**CUADRO N° 20
MICROLOCALIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA**

FACTORES	PESO	LA VICTORIA		CABECRA PARROQUIAL		SAN PEDRO	
		CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Disponibilidad de servicios básicos	0,14	6	0,84	9	1,26	6	0,84
Facilidad del transporte	0,12	7	0,84	9	1,08	5	0,6
Costos de los terrenos	0,1	7	0,7	8	0,8	7	0,7
Cercanías a carreteras	0,08	7	0,56	10	0,8	7	0,56
Recolección de basura y residuos	0,08	8	0,64	10	0,8	8	0,64
Cercanía a mercados	0,1	8	0,8	9	0,9	6	0,6
Mano de obra con experiencia	0,08	6	0,48	8	0,64	6	0,48
Lugar estratégico	0,2	6	1,2	10	2	6	1,2
Costos de insumos	0,1	8	0,8	8	0,8	8	0,8
TOTAL	1		6,86		9,08		6,42

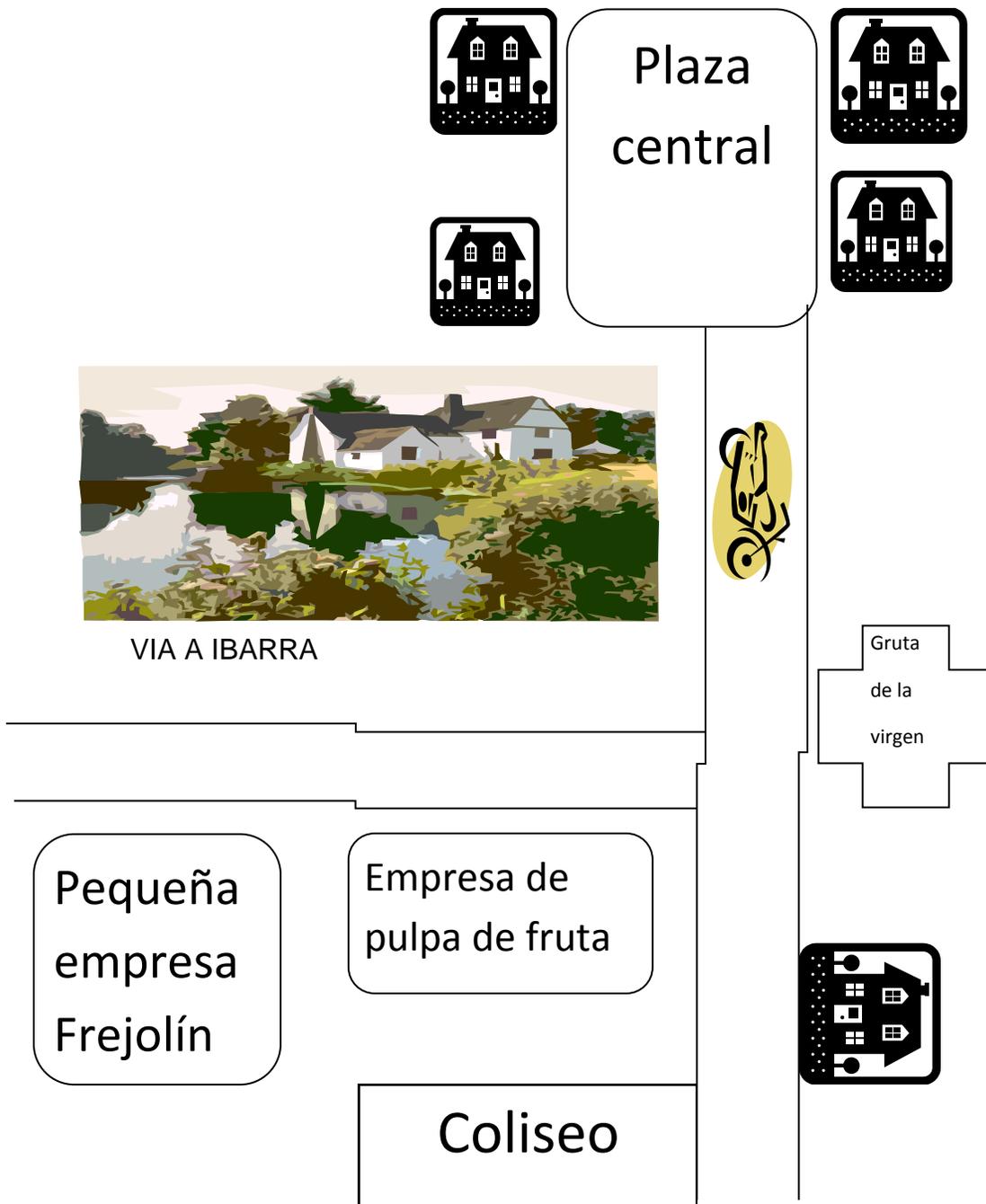
Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El Autor

Luego de haber efectuado el análisis correspondiente a estos tres lugares se ha determinado que la micro localización del proyecto es en la Cabecera Parroquial, ya que existe aspectos que benefician la creación en este lugar entre los más importantes se destaca, se encuentra cerca de la mayoría de

productores del fréjol, las vías de comunicación se encuentran en excelentes condiciones las cuales permiten una distribución del producto en forma eficiente

GRÁFICO N° 25
CROQUIS UBICACIÓN DE LA MICROEMPRESA



4.3. TAMAÑO DEL PROYECTO

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

4.3.1. TAMAÑO DEL MERCADO

La demanda de fréjol empacado representa una oportunidad atractiva para el proyecto propuesto ya que existe una demanda potencial a satisfacer para el año 2014 de 13.585 kilogramos, con un incremento de 14.182 kilogramos para el año 2018.

4.3.2. MATERIA PRIMA

En lo que se refiere a la materia prima es importante adquirir la cantidad óptima que se necesitará para empacar, según la investigación de campo actualmente el Cantón Urcuquí es un gran productor de este tipo de leguminosa, lo que significa que no habrá desabastecimiento de materia prima para el proyecto, esta será adquirida a un precio acordado con el productor como también realizando un control de calidad para que el producto final este en buenas condiciones

4.3.3. MANO DE OBRA

En lo que se refiere a la mano de obra, este estudio determina que para el desarrollo efectivo de la nueva unidad productiva se requiere de personal especializado, con muchos conocimientos para poder realizar las actividades operativas y poder obtener el fréjol empacado

4.3.4. FINANCIAMIENTO

La disponibilidad de recursos financieros determinan el éxito para la gestión de la pequeña empresa para esto se deberá efectuar crédito en caso de existir faltante en la inversión, se considera importante, un financiamiento externo a través del Banco Nacional de Fomento ya que los recursos están distribuidos en un 60% de origen propio y 40% financiado.

4.3.5. CAPACIDAD DEL PROYECTO

Se estima que la capacidad de producción de la pequeña empresa será de 9.510 kilogramos, en el primer año con un crecimiento del 15%, durante la vida del proyecto, en una jornada de 8 horas diarias, los cinco días laborales de la semana durante todo el año, para cubrir la demanda potencial a satisfacer.

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

Capacidad: $(9.510 \text{ kg/ año}) / (8 \text{ horas} * 5 \text{ días} * 48 \text{ semanas})$

Capacidad: 5 kg/ hora

Significa que la microempresa tiene capacidad de producir 5 kilogramos por hora, es decir producir 10 fundas de 500 gr.

4.4. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Con respecto a la distribución de las Instalaciones, el área que ocupa el proyecto es de 76 m² distribuida de la siguiente manera:

- **ÁREA ADMINISTRATIVA 30 m²**
 - Gerencia 7m2
 - Secretaria 6 m2
 - Contabilidad 6 m2
 - Recepción y ventas 11m2

- **ÁREA DE PRODUCCIÓN 46 m²**
 - Departamento de recepción de Materia prima 9m2
 - Cuarto de selección, limpiado 11m2
 - Cuarto de Enfundado y sellado con la máquina 9m2
 - Cuarto de etiquetado y producto final 8m2
 - Baño 3m2
 - Estacionamiento 4 m2
 - Corredores 2 m2

4.4.1. DISEÑO DE LAS INSTALACIONES

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

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

- ✓ Las oficinas de los directivos estarán ubicadas en un lugar donde puedan mantener una amplia supervisión de sus departamentos, tenga acceso al cliente y pueda desempeñar un trabajo satisfactorio.

- ✓ Una planta y oficinas de apariencia ordenada y atractiva inducen respeto, comodidad a los visitantes y motiva la eficiencia de los empleados.

GRÁFICO N° 26

DISEÑO DE LAS INSTALACIONES



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

- Recepción y control de materia prima
- Limpiado y enfundado
- Sellado
- Etiquetado y embodegado

CUADRO N° 21
DIAGRAMA DE BLOQUE



4.4.3. PROCESO DE ALMACENAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN

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

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

➤ RECEPCIÓN Y CONTROL DE MATERIA PRIMA

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

➤ LIMPIEZA Y ENFUNDADO

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

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

➤ **SELLADO**

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

➤ **ETIQUETADO Y EMBODEGADO**

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

➤ **TRANSPORTE**

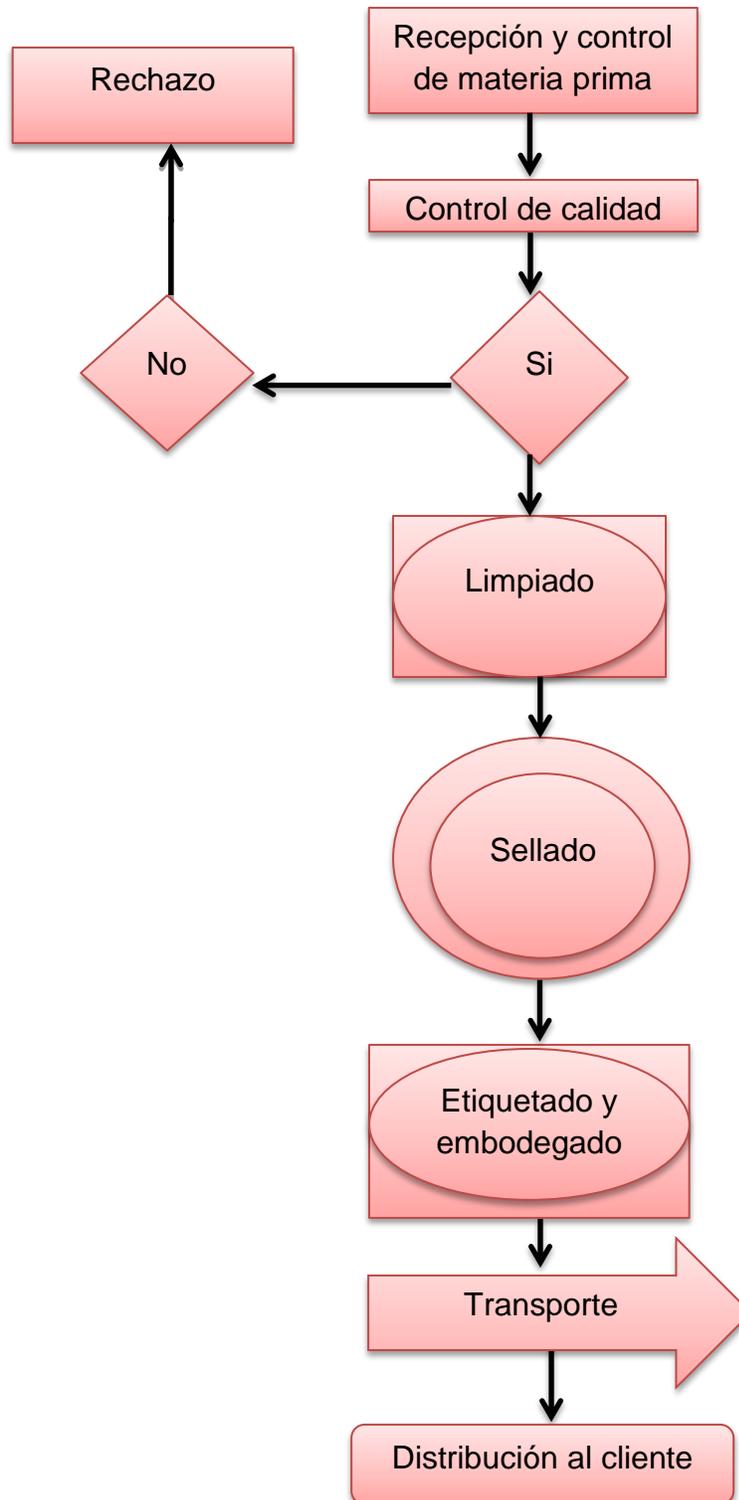
Este proceso se lo realiza en caso de que el cliente solicite pedidos que deban ser entregados directamente en tiendas, centros de abastos, etc.

➤ **DISTRIBUCIÓN AL CLIENTE**

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

4.4.4. FLUJO GRAMA DE PROCESOS

CUADRO N° 22



4.4.5. PRESUPUESTO TÉCNICO

INVERSIONES FIJAS

➤ TERRENO

Para el proyecto se cuenta con un área de terreno aproximadamente de 100 m², el mismo que está avaluado en 4.000 dólares.

➤ VEHÍCULO

Se adquirirá un vehículo, modelo Chevrolet 2000 de segunda valorado en 3.500 dólares, lo cual permitirá el transporte de materia prima como también la entrega oportuna de pedidos que realicen los clientes.

➤ INFRAESTRUCTURA FÍSICA

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

➤ CONSTRUCCIÓN DE LAS INSTALACIONES Y DE LA PLANTA

Según proyecciones estimada por un Arquitecto, para la construcción de las instalaciones de la pequeña empresa tendrá un costo total de \$6.782, se calcula que aproximadamente el metro cuadrado de construcción está valorado de la siguiente manera:

CUADRO N° 23
CONSTRUCCIÓN DE LAS INSTALACIONES Y PLANTA
USD DÓLARES

Áreas	M ²	Costo	Costo total por m ²
Administrativa	30	85,00	2.550,00
Operativa	46	92,00	4.232,00
TOTAL			6.782,00

Fuente: Arquitecto Víctor Hugo Rivadeneira

CUADRO N° 24
CONSTRUCCIÓN DE LAS INSTALACIONES Y DE LA PLANTA
USD DÓLARES

Detalle	Valor total
Cimientos (columna, pisos)	1.960,00
Paredes(columnas , paredes)	1.000,00
Cubierta y Acabados (techo, ventanas puertas, obras, otras)	2.130,00
Instalaciones Interiores (eléctricas, agua ,otros)	882,00
Instalaciones Exteriores (eléctricas , otros)	810,00
TOTAL	6.782,00

Fuente: Arquitecto Víctor Hugo Rivadeneira

➤ **MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN**

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

CUADRO N° 25
MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN
USD DÓLARES

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Selladoras	2	20,00	40,00
Maquina empacadora	1	750,00	750,00
Balanza	1	140,00	140,00
Total			930,00

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: El Autor

CUADRO N° 26
HERRAMIENTAS DE PRODUCCIÓN
USD DÓLARES

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Mesas	3	25,00	75,00
Zarandas	2	15,00	30,00
Fundas	35	5,00	175,00
TOTAL			280,00

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: El Autor

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

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

CUADRO N° 27
MUEBLES DE OFICINA
USD DÓLARES

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorios de oficina	3	120,00	360,00
Muebles de espera	3	70,00	210,00
Sillas de oficina	4	25,00	100,00
Sillón para gerencia	1	100,00	100,00
Archivadores	2	60,00	120,00
TOTAL			890,00

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: El Autor

CUADRO N° 28
EQUIPO DE OFICINA
USD DÓLARES

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Teléfono	2	70,00	140,00
Sumadora	2	40,00	80,00
Total			220,00

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: El Autor

➤ **EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

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

**CUADRO N° 29
EQUIPO DE COMPUTACIÓN
USD DÓLARES**

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Equipo de computación	2	700,00	1.400,00
Impresora normal	2	80,00	160,00
Impresora multifunción	1	120,00	120,00
TOTAL			1.680,00

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: El Autor

INVERSIÓN DIFERIDA

**CUADRO N° 30
INVERSIÓN DIFERIDA
USD DÓLARES**

Detalle	Valor total
Registro Único del Contribuyente	5,00
Gastos de Constitución	250,00
Permiso de Funcionamiento	25,00
Permiso de Salud	48,00
Registro Sanitario	400,00
Patente Municipal	30,00
Permisos de Bomberos	20,00
Estudio de Factibilidad	630,00
TOTAL	1.408,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El Autor

CAPITAL DE TRABAJO

El costo de capital de trabajo se detalla en los siguientes rubros.

➤ MATERIA PRIMA

CUADRO N° 31
MATERIA PRIMA
USD DÓLARES

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fréjol por quintales	190	219	252	289	333
Precio del fréjol	45,00	46,80	48,67	50,62	52,64
Total	8.558,65	10.236,14	12.242,42	14.641,94	17.511,76

Elaborado por: El Autor

➤ MATERIALES DIRECTOS

CUADRO N° 32
MATERIALES DIRECTOS
USD DÓLARES

AÑO	DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Fundas y etiquetas	19.019	0,03	570,58
2	Fundas y etiquetas	21.872	0,03	692,91
3	Fundas y etiquetas	25.153	0,03	841,47
4	Fundas y etiquetas	28.926	0,04	1.021,88
5	Fundas y etiquetas	33.265	0,04	1.240,97

Elaborado por: El Autor

CUADRO N° 33
RESUMEN DE MATERIA PRIMA
USD DÓLARES

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima	8.558,65	10.236,14	12.242,42	14.641,94	17.511,76
Materiales Directos	570,58	692,91	841,47	1.021,88	1.240,97
Total	9.129,22	10.929,05	13.083,89	15.663,82	18.752,73

Elaborado por: El Autor

➤ **MANO DE OBRA DIRECTA**

La pequeña empresa requiere de 5 operarios, distribuidos de la siguiente manera:

CUADRO N° 34
SUELDOS DE MANO DE OBRA
USD DÓLARES

N° de operarios	Descripción	Sueldo año base
1	Jefe de Producción	330,00
3	Operarios	318,00
1	Empleada de Limpieza	300,00

Elaborado por: El Autor

➤ **PROYECCIÓN DE SUELDOS DE MANO DE OBRA**

Para estimar la mano de obra a futuro, se considerará la tasa de inflación del período 2012 la misma que es de 4%. Se realizarán las proyecciones para cinco años, relacionando con la vida útil del proyecto.

CUADRO N° 35
PROYECCIÓN DE SUELDOS DE MANO DE OBRA
USD DÓLARES

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Jefe de Producción	330,00	343,20	356,93	371,21	386,05
Operarios	318,00	330,72	343,95	357,71	372,02
Empleada de Limpieza	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96
Total	948,00	985,92	1.025,36	1.066,37	1.109,03

Elaborado por: El Autor

CUADRO N° 36
RESUMEN DE LOS SUELDOS DE MANO DE OBRA
USD DÓLARES

Descripción	Número	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Jefe de Producción	1	3.960,00	4.118,40	4.283,14	4.454,46	4.632,64
Operarios	3	11.448,00	11.905,92	12.382,16	12.877,44	13.392,54
Empleada de Limpieza	1	3.600,00	3.744,00	3.893,76	4.049,51	4.211,49
Total		19.008,00	19.768,32	20.559,05	21.381,41	22.236,67

Elaborado por: El Autor

CUADRO N° 37
SUELDOS DE MANO DE OBRA PROYECTADOS
USD DÓLARES

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo Básico Unificado	19.008,00	19.768,32	20.559,05	21.381,41	22.236,67
Aporte Patronal	2.309,47	2.401,85	2.497,92	2.597,84	2.701,76
Fondo de Reserva		1.647,36	1.713,25	1.781,78	1.853,06
Décimo Tercer Sueldo	1.584,00	1.647,36	1.713,25	1.781,78	1.853,06
Décimo Cuarto Sueldo	948,00	985,92	1.025,36	1.066,37	1.109,03
Total	23.849,47	26.450,81	27.508,84	28.609,20	29.753,56

Elaborado por: El Autor

➤ **COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN**

CUADRO N° 38
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN
USD DÓLARES

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua	25,00	26,00	27,04	28,12	29,25
Luz	15,00	15,60	16,22	16,87	17,55
Total	40,00	41,60	43,26	44,99	46,79

Elaborado por: El Autor

➤ **GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Se considera que la mano de obra indirecta que elaborará en la pequeña empresa será la necesaria para el funcionamiento. A continuación se detallará el personal administrativo.

**CUADRO N° 39
REMUNERACIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS
USD DÓLARES**

Cargo	Sueldo base
Gerente	\$ 390,00
Contador	\$ 340,00

Elaborado por: El Autor

**CUADRO N° 40
PROYECCIÓN DE LOS SUELDOS ADMINISTRATIVOS
USD DÓLARES**

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	390,00	405,60	421,82	438,70	456,24
Contador	340,00	353,60	367,74	382,45	397,75
Total	730,00	759,20	789,57	821,15	854,00

Elaborado por: El Autor

**CUADRO N° 41
RESUMEN SUELDOS ADMINISTRATIVOS
USD DÓLARES**

Cargo	Número	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	1	4.680,00	4.867,20	5.061,89	5.264,36	5.474,94
Contador	1	4.080,00	4.243,20	4.412,93	4.589,45	4.773,02
Total		8.760,00	9.110,40	9.474,82	9.853,81	10.247,96

Elaborado por: El Autor

CUADRO N° 42
SUELDOS ADMINISTRATIVOS PROYECTADOS
USD DÓLARES

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo Básico Unificado	8.760,00	9.110,40	9.474,82	9.853,81	10.247,96
Aporte Patronal	1.064,34	1.106,91	1.151,19	1.197,24	1.245,13
Fondo de Reserva		759,20	789,57	821,15	854,00
Décimo Tercer Sueldo	730,00	759,20	789,57	821,15	854,00
Décimo Cuarto Sueldo	730,00	759,20	789,57	821,15	854,00
Total	11.284,34	12.494,91	12.994,71	13.514,50	14.055,08

Elaborado por: El Autor

➤ **GASTOS DE VENTAS**

CUADRO N° 43
REMUNERACIÓN GASTOS DE VENTAS
USD DÓLARES

CARGO	SUELDO BASE
Vendedor	318,00
Chofer	318,00

Elaborado por: El Autor

CUADRO N° 44
PROYECCIÓN DE SUELDOS DE VENTAS
USD DÓLARES

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vendedor	318,00	330,72	343,95	357,71	372,02
Chofer	318,00	330,72	343,95	357,71	372,02
Total	636,00	661,44	687,90	715,41	744,03

Elaborado por: El Autor

CUADRO N° 45
RESUMEN DE SUELDOS DE VENTAS
USD DÓLARES

Cargo	Número	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vendedor	1	3.816,00	3.968,64	4.127,39	4.292,48	4.464,18
Chofer	1	3.816,00	3.968,64	4.127,39	4.292,48	4.464,18
TOTAL		7.632,00	7.937,28	8.254,77	8.584,96	8.928,36

Elaborado por: El Autor

CUADRO N° 46
SUELDOS DE VENTAS PROYECTADOS
USD DÓLARES

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo Básico Unificado	7.632,00	7.937,28	8.254,77	8.584,96	8.928,36
Aporte Patronal	927,29	964,38	1.002,95	1.043,07	1.084,80
Fondo de Reserva		661,44	687,90	715,41	744,03
Décimo Tercer Sueldo	636,00	661,44	687,90	715,41	744,03
Décimo Cuarto Sueldo	318,00	330,72	343,95	357,71	372,02
Total	9.513,29	10.555,26	10.977,47	11.416,57	11.873,23

Elaborado por: El Autor

CUADRO N° 47
PUBLICIDAD
USD DÓLARES

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Trípticos	130,00	135,20	140,61	146,23	152,08
Afiches	90,00	93,60	97,34	101,24	105,29
TOTAL	220,00	228,80	237,95	247,47	257,37

Elaborado por: El Autor

CUADRO N° 48
COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO
USD DÓLARES

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Combustible	100,00	104,00	108,16	112,49	116,99
Mantenimiento	200,00	208,00	216,32	224,97	233,97
Total	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96

Elaborado por: El Autor

CUADRO N° 49
RESUMEN GENERAL DE INVERSIONES
USD DÓLARES

DETALLE	PARCIAL	TOTAL
INVERSIONES FIJAS		\$ 19.448,46
Terreno	4.600,00	
Edificio y Obras Civiles	6.782,00	
Maquinaria y Equipo	930,00	
Herramientas de Producción	280,00	
Muebles de oficina	890,00	
Equipo de Oficina	220,00	
Equipo de Cómputo	1.680,00	
Vehículo	3.500,00	
Imprevistos 3%	566,46	
INVERSIONES DIFERIDAS		
Registro Único del Contribuyente	5,00	
Gastos de Constitución	250,00	
Permiso de Funcionamiento	25,00	
Permiso de Salud	48,00	
Registro Sanitario	400,00	
Patente Municipal	30,00	
Permisos de Bomberos	20,00	
Estudio de Factibilidad	630,00	
CAPITAL DE TRABAJO		
Costos de Producción	33.018,69	
Gastos Administrativos	11.284,34	
Gasto de Ventas	10.033,29	
Imprevistos 3%	1.630,09	

Elaborado por: El Autor

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

Después de haber realizado el estudio de mercado y estudio técnico para la comercialización de fréjol empacado en la Parroquia de Pablo Arenas del Cantón Urcuquí, se procedió a elaborar las proyecciones financieras y económicas que propone este proyecto para cinco años.

Para iniciar este proyecto se contará con los siguientes parámetros:

5.1. INVERSIÓN DEL PROYECTO

La determinación de la Inversión Inicial incluye la adquisición de los Activos Fijos y Diferidos, y del Capital de Trabajo necesario para el funcionamiento del proyecto.

La inversión fija corresponde a los activos productivos sujetos a depreciación y los gastos de constitución.

La inversión variable se refiere a los activos menores que forman el capital de trabajo, mismo que debe estimarse para iniciar el proyecto.

A continuación se detalla la inversión inicial.

CUADRO N° 50
INVERSIÓN TOTAL
USD DÓLARES

DETALLE	PARCIAL	TOTAL
INVERSIONES FIJAS		\$ 19.448,46
Terreno	\$ 4.600,00	
Edificio y Obras Civiles	\$ 6.782,00	
Maquinaria y Equipo	\$ 930,00	
Herramientas de Producción	\$ 280,00	
Muebles de oficina	\$ 890,00	
Equipo de Oficina	\$ 220,00	
Equipo de Cómputo	\$ 1.680,00	
Vehículo	\$ 3.500,00	
Imprevistos 3%	\$ 566,46	
INVERSIONES DIFERIDAS		\$ 1.408,00
Registro Único del Contribuyente	\$ 5,00	
Gastos de Constitución	\$ 250,00	
Permiso de Funcionamiento	\$ 25,00	
Permiso de Salud	\$ 48,00	
Registro Sanitario	\$ 400,00	
Patente Municipal	\$ 30,00	
Permisos de Bomberos	\$ 20,00	
Estudio de Factibilidad	\$ 630,00	
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 55.966,41
Costos de Producción	\$ 33.018,69	
Gastos Administrativos	\$ 11.284,34	
Gasto de Ventas	\$ 10.033,29	
Imprevistos 3%	\$ 1.630,09	

Fuente: Estudio Técnico - Financiero

Elaborado: Autor

5.2. INVERSIÓN FIJA

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

5.2.1. TERRENO

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

CUADRO N° 51

TERRENO

USD DÓLARES

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Terreno	m2	100,00	46,00	4.600,00
TOTAL				4.600,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

5.2.2. INFRAESTRUCTURA

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

CUADRO N° 52

INFRAESTRUCTURA

USD DÓLARES

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Área administrativa	m2	30,00	85,00	2.550,00
Área operativa	m2	46,00	92,00	4.232,00
TOTAL				6.782,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

5.2.3. VEHÍCULO

El vehículo que se adquiriera será un Chevrolet año 2000, de segunda es decir que este en buen estado y poco recorrido, el mismo que será utilizado para transportación de la materia prima a la microempresa.

CUADRO N° 53
VEHÍCULO
USD DÓLARES

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vehículo Chevrolet Año 2000	1	5.500,00	5.500,00
TOTAL			5.500,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

5.2.4. MAQUINARIA Y EQUIPO

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

CUADRO N° 54
MAQUINARIA Y EQUIPO
USD DÓLARES

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Selladoras	2	20,00	40,00
Maquina empacadora	1	750,00	750,00
Balanza	1	140,00	140,00
Total			930,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

5.2.5. HERRAMIENTAS Y MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN

CUADRO N° 55
HERRAMIENTAS Y MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN
USD DÓLARES

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Mesas	3	25,00	75,00
Zarandas	2	15,00	30,00
Fundas	35	5,00	175,00
Total			280,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

5.2.6. MUEBLES Y ENSERES

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

CUADRO N° 56
MUEBLES Y ENSERES
USD DÓLARES

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorios de oficina	3	120,00	360,00
Muebles de espera	3	70,00	210,00
Sillas de oficina	4	25,00	100,00
Sillón para gerencia	1	100,00	100,00
Archivadores	2	60,00	120,00
Total			890,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

5.2.7. EQUIPO DE COMPUTACIÓN

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

CUADRO N° 57
EQUIPO DE COMPUTACIÓN
USD DÓLARES

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Equipo de computación	2	700,00	1.400,00
Impresora normal	2	80,00	160,00
Impresora multifunción	1	120,00	120,00
Total			1.680,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

5.2.8. EQUIPO DE OFICINA

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

CUADRO N° 58
EQUIPO DE OFICINA
USD DÓLARES

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono	2	70,00	140,00
Sumadora	2	40,00	80,00
Total			220,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

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

CUADRO N° 59
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS
USD DÓLARES

DETALLE	VALOR TOTAL
Terreno	4.600,00
Infraestructura	6.782,00
Vehículo	5.500,00
Maquinaria y equipo	930,00
Herramientas y materiales	280,00
Muebles y enseres	890,00
Equipo de computación	1.680,00
Equipo de oficina	220,00
Subtotal	20.882,00
Imprevistos 3%	626,46
TOTAL	21.508,46

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autor

5.3. INVERSIÓN DIFERIDA

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

CUADRO N° 60
GASTOS DE CONSTITUCIÓN
USD DÓLARES

DETALLE	VALOR TOTAL
Registro Único del Contribuyente	5,00
Gastos de Constitución	250,00
Permiso de Funcionamiento	25,00
Permiso de Salud	48,00
Registro Sanitario	400,00
Patente Municipal	30,00
Permisos de Bomberos	20,00
Estudio de Factibilidad	630,00
Total	1.408,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

5.4. CAPITAL DE TRABAJO

Lo requerido al Capital de Trabajo que se necesita para el funcionamiento de la Pequeña Empresa se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 61
CAPITAL DE TRABAJO**

USD DÓLARES

Capital de trabajo		
Descripción	Valor parcial	Valor total
COSTOS DE PRODUCCIÓN		33.018,69
MATERIA PRIMA DIRECTA		
Materia Prima	8.558,65	
Materiales Directos	570,58	
MANO DE OBRA DIRECTA		
Jefe de Producción	3.960,00	
Operarios	11.448,00	
Empleada de Limpieza	3.600,00	
Aporte Patronal	2.309,47	
Fondo de Reserva		
Décimo Tercer Sueldo	1.584,00	
Décimo Cuarto Sueldo	948,00	
COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN		
Servicios básicos	40,00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		11.284,34
Gerente	4.680,00	
Contadora	4.080,00	
Aporte Patronal	1.064,34	
Fondo de Reserva		
Décimo Tercer Sueldo	730,00	
Décimo Cuarto Sueldo	730,00	
GASTOS DE VENTAS		10.033,29
Vendedor	3.816,00	
Chofer	3.816,00	
Aporte Patronal	927,29	
Fondo de Reserva		
Décimo Tercer Sueldo	636,00	
Décimo Cuarto Sueldo	318,00	
Publicidad	220,00	
Combustible y mantenimiento vehículo	300,00	
SUBTOTAL		54.336,32
Imprevistos 3%		1.630,09
TOTAL		55.966,41

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

5.5. INGRESOS

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

5.5.1. PROYECCIÓN DE INGRESOS

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

CUADRO N° 62
PROYECCIÓN DE INGRESOS DE FRÉJOL
USD DÓLARES

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fundas de 500 gr	19.019	21.872	25.153	28.926	33.265
Precio por funda	2,50	2,60	2,70	2,81	2,92
Ingresos proyectados	47.548,03	56.867,45	68.013,47	81.344,11	97.287,55

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

5.6. EGRESOS

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

5.6.1. COSTOS DE PRODUCCIÓN

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

5.6.1.1. MATERIA PRIMA

Para determinar la adquisición de la materia prima se tomó en cuenta, que cantidad se necesita para la venta, el precio de la materia prima se determinó en base a precios históricos del producto, obteniendo un valor de 50 dólares promedio, el mismo que crecerá anualmente según la inflación.

CUADRO N° 63
MATERIA PRIMA
USD DÓLARES

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fréjol por quintales	190	219	252	289	333
Precio del fréjol	45,00	46,80	48,67	50,62	52,64
Total	8.558,65	10.236,14	12.242,42	14.641,94	17.511,76

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

CUADRO N° 64
RESUMEN DE MATERIA PRIMA
USD DÓLARES

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima	8.558,65	10.236,14	12.242,42	14.641,94	17.511,76
Materiales Directos	570,58	692,91	841,47	1.021,88	1.240,97
Total	9.129,22	10.929,05	13.083,89	15.663,82	18.752,73

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

5.6.1.2. MANO DE OBRA

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

CUADRO N° 65
SUELDOS DE MANO DE OBRA
USD DÓLARES

N° DE OPERARIOS	DESCRIPCIÓN	SUELDO AÑO BASE
1	Jefe de Producción	330,00
3	Operarios	318,00
1	Empleada de Limpieza	300,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

CUADRO N° 66
PROYECCIÓN DE LOS SUELDOS DE MANO DE OBRA
USD DÓLARES

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Jefe de Producción	330,00	343,20	356,93	371,21	386,05
Operarios	318,00	330,72	343,95	357,71	372,02
Empleada de Limpieza	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96
Total	948,00	985,92	1.025,36	1.066,37	1.109,03

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

CUADRO N° 67
RESUMEN DE LOS SUELDOS DE MANO DE OBRA
USD DÓLARES

DESCRIPCIÓN	NÚMERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Jefe de Producción	1	3.960,00	4.118,40	4.283,14	4.454,46	4.632,64
Operarios	3	11.448,00	11.905,92	12.382,16	12.877,44	13.392,54
Empleada de Limpieza	1	3.600,00	3.744,00	3.893,76	4.049,51	4.211,49
TOTAL		19.008,00	19.768,32	20.559,05	21.381,41	22.236,67

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

CUADRO N° 68
SUELDOS DE MANO DE OBRA PROYECTADOS
USD DÓLARES

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo Básico Unificado	19.008,00	19.768,32	20.559,05	21.381,41	22.236,67
Aporte Patronal	2.309,47	2.401,85	2.497,92	2.597,84	2.701,76
Fondo de Reserva		1.647,36	1.713,25	1.781,78	1.853,06
Décimo Tercer Sueldo	1.584,00	1.647,36	1.713,25	1.781,78	1.853,06
Décimo Cuarto Sueldo	948,00	985,92	1.025,36	1.066,37	1.109,03
Total	23.849,47	26.450,81	27.508,84	28.609,20	29.753,56

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

5.6.1.3. COSTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN

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

➤ EMPAQUES

**CUADRO N° 69
EMPAQUES
USD DÓLARES**

AÑO	DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Fundas y etiquetas	19.019	0,03	570,58
2	Fundas y etiquetas	21.872	0,03	692,91
3	Fundas y etiquetas	25.153	0,03	841,47
4	Fundas y etiquetas	28.926	0,04	1.021,88
5	Fundas y etiquetas	33.265	0,04	1.240,97

➤ MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO

**CUADRO N° 70
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO
USD DÓLARES**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento Maquinaria Y Equipo	60,00	62,40	64,90	67,49	70,19

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

CUADRO N° 71
RESUMEN GENERAL DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN
USD DÓLARES

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Etiquetas	570,58	692,91	841,47	1.021,88	1.240,97
Mantenimiento maquinaria y equipo	60,00	62,40	64,90	67,49	70,19
Total	630,58	755,31	906,36	1.089,37	1.311,16

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

CUADRO N° 72
RESUMEN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN
USD DÓLARES

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima directa	8.558,65	10.236,14	12.242,42	14.641,94	17.511,76
Mano de obra directa	948,00	985,92	1.025,36	1.066,37	1.109,03
Costos generales de producción	630,58	755,31	906,36	1.089,37	1.311,16
Depreciación infraestructura	322,15	322,15	322,15	322,15	322,15
Depreciación maquinaria y equipo	83,70	83,70	83,70	83,70	83,70
Subtotal	10.543,07	12.383,21	14.579,99	17.203,52	20.337,79
Imprevistos 3%	316,29	371,50	437,40	516,11	610,13
Total	10.859,36	12.754,71	15.017,39	17.719,63	20.947,92

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

5.6.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos son los gastos que el proyecto tendrá en el desarrollo del mismo y los que servirá para poner en marcha a la

microempresa, estos crecen anualmente en función de la tendencia de la inflación de los últimos cinco años como son:

5.6.2.1. SUELDOS Y SALARIOS

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

**CUADRO N° 73
SUELDOS Y SALARIOS**

CARGO	SUELDO BASE
Gerente	\$ 390,00
Contador	\$ 340,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

**CUADRO N° 74
PROYECCIÓN DE LOS SUELDOS ADMINISTRATIVOS
USD DÓLARES**

Cargo	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	390,00	405,60	421,82	438,70	456,24
Contador	340,00	353,60	367,74	382,45	397,75
TOTAL	730,00	759,20	789,57	821,15	854,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

CUADRO N° 75
RESUMEN DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS
USD DÓLARES

CARGO	NÚMERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	1	4.680,00	4.867,20	5.061,89	5.264,36	5.474,94
Contador	1	4.080,00	4.243,20	4.412,93	4.589,45	4.773,02
TOTAL		8.760,00	9.110,40	9.474,82	9.853,81	10.247,96

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

CUADRO N° 76
SUELDOS ADMINISTRATIVOS PROYETADOS
USD DÓLARES

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo Básico Unificado	8.760,00	9.110,40	9.474,82	9.853,81	10.247,96
Aporte Patronal	1.064,34	1.106,91	1.151,19	1.197,24	1.245,13
Fondo de Reserva		759,20	789,57	821,15	854,00
Décimo Tercer Sueldo	730,00	759,20	789,57	821,15	854,00
Décimo Cuarto Sueldo	730,00	759,20	789,57	821,15	854,00
Total	11.284,34	12.494,91	12.994,71	13.514,50	14.055,08

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

5.6.2.2. SERVICIOS BÁSICOS

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

**CUADRO N° 77
SERVICIOS BÁSICOS
USD DÓLARES**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	25,00	26,00	27,04	28,12	29,25
Luz	15,00	15,60	16,22	16,87	17,55
TOTAL	40,00	41,60	43,26	44,99	46,79

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

5.6.2.3. SUMINISTROS DE OFICINA

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

**CUADRO N° 78
SUMINISTROS DE OFICINA
USD DÓLARES**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Suministros de oficina	43,25	44,98	46,78	48,65	50,60

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

5.6.2.4. MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN

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

**CUADRO N° 79
MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN
USD DÓLARES**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento computación	70,00	72,80	75,71	78,74	81,89

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

CUADRO N° 80
RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS
USD DÓLARES

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	8.760,00	9.110,40	9.474,82	9.853,81	10.247,96
Servicios básicos	40,00	41,60	43,26	44,99	46,79
Suministros de oficina	43,25	44,98	46,78	48,65	50,60
Mantenimiento computación	70,00	72,80	75,71	78,74	81,89
Depreciación equipo de computación	373,30	373,30	373,30	426,62	426,62
Depreciación equipo de oficina	19,80	19,80	19,80	19,80	19,80
Depreciación muebles y enseres	80,10	80,10	80,10	80,10	80,10
Subtotal	9.386,45	9.742,98	10.113,77	10.552,72	10.953,77
Imprevistos 3%	281,59	292,29	303,41	316,58	328,61
Total	9.668,04	10.035,27	10.417,18	10.869,30	11.282,38

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

5.6.3. GASTOS DE VENTAS

Los gastos de ventas están básicamente relacionados con aquellas actividades para dar a conocer la existencia de esta nueva microempresa, un plan de publicidad en medios de la comunidad y prensa, hablada y escrita, los cuales crecen al ritmo de la inflación proyectada.

5.6.3.1. PUBLICIDAD

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

**CUADRO N° 81
PUBLICIDAD
USD DÓLARES**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Trípticos	130,00	135,20	140,61	146,23	152,08
Afiches	90,00	93,60	97,34	101,24	105,29
Total	220,00	228,80	237,95	247,47	257,37

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

5.6.3.2. COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO

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

**CUADRO N° 82
COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO
USD DÓLARES**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Combustible	100,00	104,00	108,16	112,49	116,99
Mantenimiento	200,00	208,00	216,32	224,97	233,97
Total	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

CUADRO N° 83
RESUMEN DE GASTOS DE VENTA
USD DÓLARES

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	7.632,00	7.937,28	8.254,77	8.584,96	8.928,36
Publicidad	220,00	228,80	237,95	247,47	257,37
Combustible y mantenimiento vehículo	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96
Depreciación de vehículo	495,00	495,00	495,00	495,00	495,00
Total	8.647,00	8.973,08	9.312,20	9.664,89	10.031,69

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

CUADRO N° 84
RESUMEN GENERAL DE GASTOS
USD DÓLARES

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de producción	10.859,36	12.754,71	15.017,39	17.719,63	20.947,92
Gastos administrativos	9.668,04	10.035,27	10.417,18	10.869,30	11.282,38
Gastos de ventas	8.647,00	8.973,08	9.312,20	9.664,89	10.031,69
Gastos financieros	394,41	317,48	239,58	160,71	80,85
Gasto amortización diferidos	281,60	281,60	281,60	281,60	281,60
Total	29.850,41	32.362,13	35.267,95	38.696,13	42.624,44

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

5.7. FINANCIAMIENTO

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

Datos:

Capital: 31.553,15

Tiempo: 5

Cuota: anual

Tasa: 15%

**CUADRO N° 85
TABLA DE AMORTIZACIÓN
USD DÓLARES**

Periodo	Saldo inicial	Interés	Capital	Saldo final
5	31.553,15	394,41	6.154,82	25.398,33
4	25.398,33	317,48	6.231,76	19.166,57
3	19.166,57	239,58	6.309,66	12.856,91
2	12.856,91	160,71	6.388,53	6.468,38
1	6.468,38	80,85	6.468,38	(0,00)

5.8. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

**CUADRO N° 86
DEPRECIACIÓN
USD DÓLARES**

Activo fijo depreciable	Año 0	Vr	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Infraestructura	6.782,00	339,10	322,15	322,15	322,15	322,15	322,15
Maquinaria y equipo	930,00	93,00	83,70	83,70	83,70	83,70	83,70
Muebles y enseres	890,00	89,00	80,10	80,10	80,10	80,10	80,10
Equipo de computación	1.680,00	560,00	373,30	373,30	373,30		
Renovación equipo de computación	1.920,00	640,00				426,62	426,62
Equipo de oficina	220,00	22,00	19,80	19,80	19,80	19,80	19,80
Vehículo	5.500,00	550,00	495,00	495,00	495,00	495,00	495,00
Total	17.922,00	2.293,10	1.374,04	1.374,04	1.374,04	1.427,37	1.427,37

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

Descripción	Valor inicial	Amortización anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos diferidos	1.408,00	20%	281,60	281,60	281,60	281,60	281,60

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

5.9. BALANCE DE ARRANQUE

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

CUADRO N° 87
BALANCE DE ARRANQUE
AÑO CERO
USD DÓLARES

ACTIVOS			PASIVOS		
Activo corriente		55.966,41	Pasivos largo plazo		
Caja - bancos	55.966,41		Préstamo por pagar	31.553,15	
Activos fijos		21.508,46			
Terreno	4.600,00		Capital		
Infraestructura	6.782,00		Inversión propia	47.329,72	
Vehículo	5.500,00				
Maquinaria y equipo	930,00				
Muebles y enseres	890,00				
Equipo de computación	1.680,00				
Equipo de oficina	220,00				
Herramientas y materiales	280,00				
Otros	626,46				
Activo diferido			1.408,00		
Gasto de constitución	1.408,00				
Total activos		78.882,87	Total pasivos y capital	78.882,87	

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

5.10. ESTADOS FINANCIEROS DE RESULTADOS

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

CUADRO N° 88
ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS
USD DÓLARES

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos proyectados	47.548,03	56.867,45	68.013,47	81.344,11	97.287,55
Costos de producción	10.859,36	12.754,71	15.017,39	17.719,63	20.947,92
(=) Utilidad bruta	36.688,67	44.112,74	52.996,08	63.624,47	76.339,63
Gastos administrativos	8.913,25	9.269,78	9.640,57	10.026,19	10.427,24
Gastos de ventas	8.152,00	8.478,08	8.817,20	9.169,89	9.536,69
Depreciación	1.374,04	1.374,04	1.374,04	1.427,37	1.427,37
Amortización diferidos	281,6	281,6	281,6	281,6	281,6
(=) Utilidad operativa proyectada	17.967,78	24.709,24	32.882,66	42.719,42	54.666,73
(-) Gastos financieros intereses	394,41	317,48	239,58	160,71	80,85
Utilidad neta proyectada	17.573,37	24.391,76	32.643,08	42.558,71	54.585,87

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

5.11. FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN

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

CUADRO N° 89
FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN
USD DÓLARES

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Inversión inicial	(78.882,87)					
Ingresos						
(=) Utilidad proyectada		17.573,37	24.391,76	32.643,08	42.558,71	54.585,87
Valor de rescate						2.293,10
Depreciación		1.374,04	1.374,04	1.374,04	1.427,37	1.427,37
(=) Total ingresos		18.947,41	25.765,80	34.017,12	45.906,08	58.306,34
Egresos						
Pago al principal		6.154,82	6.231,76	6.309,66	6.388,53	6.468,38
Reinversión					1.920,00	
(=) Total egresos		6.154,82	6.231,76	6.309,66	8.308,53	6.468,38
(=) Flujo de caja neto proyectado	(78.882,87)	12.792,58	19.534,04	27.707,46	37.597,55	51.837,96

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

5.12. CALCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

CUADRO N° 90
CALCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD
USD DÓLARES

Descripción	%	Valor	Tasa ponderación	Valor ponderado
Capital Propio	60,00	47.329,72	5,00	300,00
Capital Financiado	40,00	31.553,15	15,00	600,00
TOTAL	100,00	78.882,87	20,00	900,00

COSTO DE OPORTUNIDAD 900/100
COSTO DE OPORTUNIDAD 9%

5.12.1. TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

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

COSTO DE OPORTUNIDAD	9%
INFLACIÓN	4%
TRM=	$((1+ck)(1+if))-1$
TRM=	0,134
TRM=	13,4

Tenemos una tasa de rendimiento medio de 13,4% Lo que nos indica que el proyecto generara el 13% de rentabilidad.

5.13. EVALUACIÓN FINANCIERA

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

5.13.1. VALOR ACTUAL NETO

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

**CUADRO N° 91
VALOR ACTUAL NETO**

Año	Flujos netos	Flujo actual 10,10%
0	(78.882,87)	(78.882,87)
1	12.792,58	11.619
2	19.534,04	16.115
3	27.707,46	20.760
4	37.597,55	25.586
5	51.837,96	32.041
VAN		27.239

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

$$VAN = \sum \frac{FN}{(1+i)^n} - inversión\ inicial$$

$$VAN = 27.239$$

El cálculo del VAN indica el valor del dinero en tiempo real para este caso el proyecto tienen un VAN de 27.239 dólares lo que significa que existe factibilidad.

5.13.2. TASA INTERNA DE RETORNO(TIR)

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

**CUADRO N° 92
TASA INTERNA DE RETORNO**

Año	Flujos netos	Flujo 10,10%	Flujo 20%
0	(78.882,87)	(78.882,87)	(78.882,87)
1	12.792,58	11.619	10.660
2	19.534,04	16.115	13.565
3	27.707,46	20.760	16.034
4	37.597,55	25.586	18.132
5	51.837,96	32.041	20.833
VAN			341

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

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

$$TIR = 19,88\%$$

El TIR indica la rentabilidad del proyecto, se obtuvo el 19,88% lo que se determina que el proyecto es factible en términos económicos.

5.13.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

CUADRO N° 93
PRI INVERSIÓN CON VALORES CORRIENTES
USD DÓLARES

Año	Capital	Flujo neto	Recuperar capital
1	78.882,87	12.792,58	12.792,58
2		19.534,04	19.534,04
3		27.707,46	27.707,46
4		37.597,55	18.848,78

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

La recuperación de la inversión con valores corrientes será en un tiempo de 3 años y 6 meses.

CUADRO N° 94
FLUJOS DEFLACTADOS
USD DÓLARES

Año	Flujo neto	Factor	Flujo deflactado
1	12.792,58	0,86	11.619
2	19.534,04	0,74	16.115
3	27.707,46	0,64	20.760
4	37.597,55	0,55	25.586
5	51.837,96	0,47	32.041

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

CUADRO N° 95
PRI CON VALORES CONSTANTES
USD DÓLARES

Año	Capital	Flujo neto	Recuperar capital
1	78.882,87	11.619	11.619,06
2		16.115	16.114,52
3		20.760	20.760,36
4		25.586	25.586,00
5		32.041	4.802,47

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

En cambio la recuperación de la inversión con flujos deflactados será en 4 años y 2 meses.

5.13.4. BENEFICIO – COSTO

CUADRO N° 96
BENEFICO – COSTO
USD DÓLARES

Años	Ingresos	Tasa redescuento	Egresos	Tasa redescuento
		0,101		0,101
1	18.947,41	17.209	6.154,82	5.590
2	25.765,80	21.255	6.231,76	5.141
3	34.017,12	25.488	6.309,66	4.728
4	45.906,08	31.241	8.308,53	5.654
5	58.306,34	36.040	6.468,38	3.998
SUMAN.....		131.233		25.111

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autor

$$B/C = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

$$B/C = \frac{131.233}{25.111}$$

$$\frac{B}{C} = 1,23$$

Con el análisis de este indicador se determina que, por cada dólar que se está invirtiendo para que el proyecto se desarrolle de manera eficiente, se tendrá una rentabilidad de 1,23 dólares.

5.13.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

$$PEP = \frac{\text{INVERSIÓN FIJA} + \text{COSTOS FIJOS}}{\sum PVu - CVu}$$

Inversión fija: 21.508,46

Costo fijo: 55.966,41

Precio de venta: 2,50

Costo de venta: 1,6

$$PEP = \frac{21.508,46 + 55.966,41}{2,50 - 1,6}$$

$$PEP = 83.260$$

Con el análisis del punto de equilibrio se determina que la microempresa necesita vender 83.260 unidades para comenzar a recuperar inversión fija y costos fijos.

CAPÍTULO VI

6. ORGANIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA

La pequeña empresa se constituirá como unipersonal, con la aportación de capital de un socio y si durante su existencia jurídica se requiere incremento de capital se considerará la posibilidad de aceptar a nuevos socios lo que permitirá realizar cambios en la titularidad de las acciones, además la misma poseerá todos los aspectos legales para efectuar la actividad económica como es la comercialización del producto.

6.1. ANÁLISIS INTERNO DE LA MICROEMPRESA

6.1.1. NOMBRE DE LA MICROEMPRESA

La microempresa que se encontrará ubicada en la parroquia de Pablo Arenas del cantón Urcuquí se denominará empackadora de fréjol "Frejolín comer sano para vivir sano"

6.1.2. LOGOTIPO

GRÁFICO N° 27

LOGOTIPO



6.2. MISIÓN

Empacadora de fréjol "Frejolín comer sano para vivir sano" es una microempresa agrícola pionera en la comercialización de fréjol empacado, encaminada a ofrecer un producto de calidad, y competitivo para satisfacer las necesidades, gustos y preferencias de los clientes.

6.3. VISIÓN

Empacadora de fréjol "Frejolín comer sano para vivir sano" proyecta ser en los próximos 5 años una microempresa líder a nivel regional en la comercialización de fréjol empacado satisfaciendo las necesidades del consumidor y con precios accesibles.

6.4. OBJETIVOS MICRO EMPRESARIALES

- Instalar la microempresa comercializadora de fréjol empacado en la parroquia de Pablo Arenas.
- Potencializar la creatividad e iniciativa de los trabajadores para obtener competitividad en el mercado.
- Buscar el desarrollo y mejoramiento de las condiciones de vida .
- Mitigar el desempleo mediante la identificación de oportunidades de negocios para implantar microempresas.
- Comercializar productos de óptima calidad que satisfaga las necesidades de los consumidores

6.5. POLÍTICAS DE LA MICRO EMPRESA

- Realizar eficientemente el trabajo asignado a cada puesto de acuerdo con lo que establece el reglamento interno, tomando en cuenta los planes operativos.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético
- Guardar respeto y consideración en el trato con sus superiores, y compañeros.
- Realizar reuniones permanentes con todos los empleados de la institución para evaluar su desempeño y conocer necesidades.
- Capacitar continuamente a los empleados para que sean competentes en el cumplimiento de sus obligaciones y responsabilidades.

6.6. PRINCIPIOS Y VALORES

6.6.1. PRINCIPIOS

➤ RESPONSABILIDAD

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

➤ MEJORAMIENTO CONTINUO

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

➤ **COMPROMISO**

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

➤ **TRABAJO EN EQUIPO.**

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

6.6.2. VALORES

➤ **HONESTIDAD**

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

➤ **CREATIVIDAD**

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

➤ **ÉTICA**

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

➤ **CALIDAD**

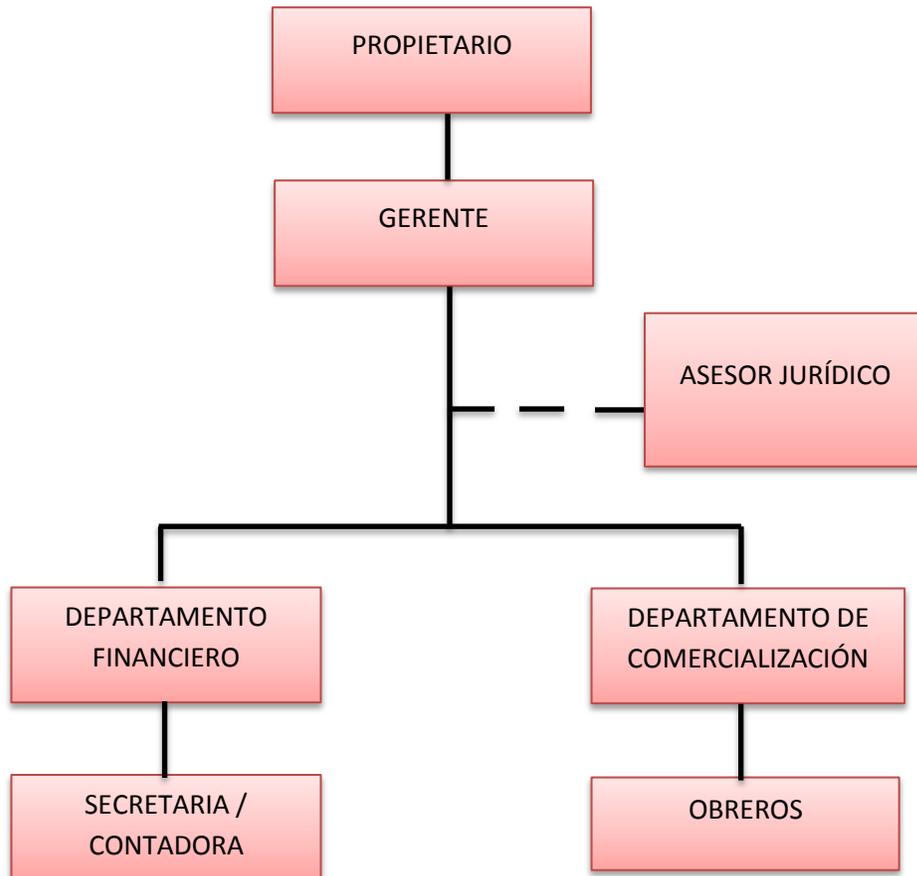
En el desempeño administrativo, organizacional ya que esto se refleja en el producto y en la satisfacción del cliente.

6.7. ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA MICROEMPRESA

6.7.1. ORGANIGRAMA DE LA MICROEMPRESA

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

CUADRO N° 97
ORGANIGRAMA DE LA MICROEMPRESA



6.7.2. NIVELES ADMINISTRATIVOS

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

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

- **NIVEL EJECUTIVO**

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

- **NIVEL ASESOR**

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

- **NIVEL AUXILIAR**

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

➤ **NIVEL OPERATIVO**

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

6.7.3. ORGÁNICO FUNCIONAL

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

CUADRO N° 98
NIVEL EJECUTIVO

Denominación	Gerente
Perfil del puesto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Edad de 30 a 35 años ▪ Sexo indistinto ▪ Estudios profesionales en Administración o carreras afines ▪ Experiencia en las actividades del puesto ▪ Disponibilidad de tiempo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planeamiento estratégico de actividades ▪ Representación legal de la pequeña empresa ▪ Revisar los Estados Financieros para la toma de decisiones ▪ Dirigir las actividades generales de la pequeña empresa ▪ Delegar funciones acorde al nivel jerárquico ▪ Administrar de manera eficiente y eficaz los recursos de la pequeña empresa ▪ Aprobación del presupuesto ▪ Velar por el cumplimiento de las disposiciones establecidas
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ser objetivo ▪ Actitud de líder ▪ Capacidad de toma de decisiones ▪ Iniciativa propia ▪ Acostumbrado a trabajar en equipo ▪ Capacidad de comunicación

Fuente: Investigación propia

Elaborado: El Autor

**CUADRO N° 99
NIVEL DE APOYO**

Denominación	Contador
Perfil del puesto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Edad de 30 a 35 años ▪ Sexo indistinto ▪ Estudios profesionales en Contabilidad o carreras afines ▪ Capacitación en conocimientos contables ▪ Disponibilidad de tiempo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaboración de Estados Financieros ▪ Mantener los registros contables actualizados. ▪ Interpretación oportuna de la información financiera ▪ Realiza y aprueba el pago de los honorarios, impuestos y demás gastos relacionados con la actividad económica de la pequeña empresa. ▪ Archivar correctamente la documentación relevante e importante
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alto sentido de responsabilidad y honorabilidad ▪ Actitudes positivas en las relaciones interpersonales ▪ Iniciativa propia ▪ Ser objetivo

Fuente: Investigación propia

Elaborado: El Autor

CUADRO N° 100
NIVEL DE APOYO

Denominación	Vendedor
Perfil del puesto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Edad de 30 a 35 años ▪ Sexo indistinto ▪ Estudios profesionales en Marketing o carreras afines ▪ Experiencia en las actividades del puesto ▪ Disponibilidad de tiempo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseñas distintas campañas publicitarias de acuerdo a las temporadas en las cuales se vende ▪ Seleccionar los mejores medios de comunicación para atraerá los consumidores ▪ Realizar anualmente una investigación de mercado en las cuales se analice los más actuales requerimientos del mercado ▪ Distribución del producto a los intermediarios. ▪ Se encarga de proporcionar al público una buena imagen corporativa
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alto sentido de responsabilidad y honorabilidad ▪ Capacidad de respuesta a la demanda del cliente ▪ Capacidad de análisis y de síntesis ▪ Poder de convencimiento

Fuente: Investigación propia

Elaborado: El Autor

CUADRO N° 101
NIVEL DE APOYO

Denominación	Jefe de Producción
Perfil del puesto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Edad de 30 a 35 años ▪ Sexo indistinto ▪ Conocimientos básicos sobre elaboración de alimentos ▪ Experiencia en las actividades del puesto ▪ Disponibilidad de tiempo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar los pedidos de la materia prima e insumos para la elaboración del producto ▪ Supervisar el trabajo desarrollado por el personal a su cargo. ▪ Mantener registros actualizados a cerca de los productos que se elaboran
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Actitudes positivas en las relaciones interpersonales ▪ Capacidad para detectar y analizar problemas

Fuente: Investigación propia

Elaborado: El Autor

**CUADRO N° 102
NIVEL DE APOYO**

Denominación	Chofer
<p align="center">Perfil del puesto</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Edad de 30 a 35 años ▪ Sexo masculino ▪ Poseer licencia de conducción ▪ Experiencia en las actividades del puesto
<p align="center">Funciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dirigirse a la localización de los proveedores de fréjol para la adquisición de las mismas ▪ Distribuir el producto a los intermediarios tales como tiendas y centros de abastos.
<p align="center">Actitudes</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Habilidad para expresarse ▪ Actitudes positivas en las relaciones interpersonales ▪ Capacidad de planificación y organización

Fuente: Investigación propia

Elaborado: El Autor

CUADRO N° 103
NIVEL AUXILIAR

Denominación	Operario 1 Y 2
Perfil del puesto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Edad de 23 a 35 años ▪ Sexo indistinto ▪ Bachiller ▪ Disponibilidad de tiempo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Seleccionar el fréjol de la mejor calidad ▪ Lavar el fréjol ▪ Secar la materia prima ▪ Colocar el fréjol en sus respectivas fundas de 500gr.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Actitudes positivas en las relaciones interpersonales ▪ Actitud de trabajo en equipo

Fuente: Investigación propia

Elaborado: El Autor

CUADRO N° 104
NIVEL AUXILIAR

Denominación	Empleada de Limpieza
Perfil del puesto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Edad de 23 a 35 años ▪ Sexo Femenino ▪ Educación Primaria ▪ Disponibilidad de tiempo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Limpiar, trapear y desinfectar los departamentos de la pequeña empresa ▪ Recoger, lavar y secar los menajes sucios
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Actitudes positivas en las relaciones interpersonales ▪ Actitud de trabajo en equipo

6.8. ANÁLISIS LEGAL

6.8.1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

Empacadora de fréjol “Frejolín comer sano para vivir sano”

6.8.2. FIGURA JURÍDICA

Se constituirá como una pequeña empresa unipersonal comercializadora de fréjol empacado.

➤ DOMICILIO:

El domicilio será en la República del Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Urcuquí, parroquia de Pablo Arenas.

➤ OBJETO:

La microempresa se dedicará a la comercialización de fréjol empacado.

➤ APERTURA DE CUENTA:

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

➤ CONVENIO

Se firmará un convenio ante un notario.

6.8.3. REPRESENTANTE LEGAL

Torres Gordillo Hugo René

6.8.4. CONFORMACIÓN DE LA MICRO EMPRESA

La pequeña empresa se formara con un socio que es:

NOMBRE	APORTE
Hugo Torres	47.329,72
TOTAL	47.329,72

6.8.5. CAPITAL INICIAL

El capital inicial de la microempresa es de 78.882,87 dólares cuyo aporte del socio es de 47.329,72 y un crédito de 31.553,15

6.8.6. PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

Los requisitos para el funcionamiento son los siguientes:

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

Los requisitos indispensables para la obtención del RÚC son:

- Cédula del representante legal
- Copia del certificado de votación
- Fotocopia del servicio básico en el cual indique la dirección donde se desarrollara la actividad económica

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

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

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

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

CAPÍTULO VII

5. IMPACTOS

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

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

**CUADRO N° 105
MATRIZ DE VALORACIÓN**

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

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

$$\frac{\sum}{N1} = \frac{\text{sumatoria de indicadores}}{\text{numero de indicadores}}$$

5.1. MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL

**CUADRO N° 106
MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL**

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Calidad de vida						X		2
Seguridad familiar						X		2
Migración					X			1
Bienestar comunitario						X		2
TOTAL					1	6		7

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

$$\sum = 1,75$$

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

ANÁLISIS:

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

5.2. MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

CUADRO N° 107
MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Oferta de empleo							X	3
Demanda de mano de obra					X			1
Estabilidad económica familiar						X		2
Capacidad de compra						X		2
TOTAL					1	4	3	8

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

$$\sum = 2$$

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

ANÁLISIS:

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

5.3. MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO N° 108
MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Clima organizacional						X		2
Trabajo corporativo							X	3
Manejo de recursos						X		2
Gestión de comercialización						X		2
TOTAL						6	3	9

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

$$\sum = 2,25$$

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

ANÁLISIS:

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

5.4. MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL

CUADRO N° 109
MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Manejo de productos químicos							X	3
Contaminación auditiva						X		2
Conservación y uso racional del suelo					X			1
Polución ambiental						X		2
TOTAL					1	4	3	8

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

$$\sum = 2$$

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

ANÁLISIS:

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

5.5. MATRIZ GENERAL DE IMPACTOS

**CUADRO N° 110
MATRIZ GENERAL DE IMPACTOS**

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Económico						X		2
Social						X		2
Empresarial						X		2
Ambiental						X		2
TOTAL						8		8

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

$$\sum = 2$$

ANÁLISIS:

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

CONCLUSIONES

- Se evidencia el bajo precio del producto ya que en la comercialización lo hacen a través de intermediarios.
- Existe suficiente materia prima que puede ser utilizada para el proyecto.
- El producto si tiene aceptación, como también la no existencia de competencia local significativa, lo que hace atractiva la propuesta de creación de la microempresa
- Del estudio técnico se determinó que la parroquia de Pablo Arenas es el lugar más estratégico para la implantación del proyecto, lo cual garantiza una rápida distribución del producto, ya que se encuentra cerca de vías de primer orden, como también se definió un proceso productivo basado en la eficiencia.

RECOMENDACIONES

- Buscar nuevas formas de comercialización para evitar ser extorsionados y perjudicados por lo intermediarios que abusan en la aplicación de precios.
- Se debe sacar el máximo provecho de la materia prima que hay cerca de la pequeña empresa.
- Captar el mercado paulatinamente utilizando un producto de calidad, diseñando un plan de estrategias de comercialización acorde a las expectativas de los consumidores finales.
- Aprovechar la ubicación estratégica de la Parroquia para efectuar la distribución masiva del producto.

BIBLIOGRAFÍA

- AUGUSTO, Cesar. (2006) “Metodología de la Investigación” Segunda Edición Bearson Educación México
- BACA URBINA, Gabriel. (2006) “Evaluación de Proyectos“. Quinta Edición Mac Graw Hill, México
- BETZAIDA, Guadalupe; (2006) “Macro y microlocalización de proyectos” Cuarta edición
- BRAVO, Mercedes (2007) “Contabilidad General“, Séptima Edición, Editorial Nuevo Día.
- BRIGHAN, Eugene. Y HOUSTON Joel (2005). “Fundamentos de la Investigación Financiera“. Décima Edición .Thomson Editores, México
- CHILQUINGA, Manuel(2007)“ Clasificación de las Microempresas” Offset GRAFICOLOR -Ecuador
- CORDOBA, Marcial; (2006) “Estudio de mercado como una herramienta para la toma de decisiones” Tercera edición, Quito – Ecuador
- FRED, David; (2008) “Manual de empresas” Primera edición, Quito - Ecuador
- GITMAN, Laurence J. (2007)“Principios de Administración Financiera” Decimo Primera Edición , Pearson Educación México

- GRUPO EDITORIAL OCÉANOS, (2005) “Principales canales de comercialización” Segunda edición
- HAREAU, Fernando. (2000) “Contabilidad Agropecuaria” Hemisferio Sur Tercera edición
- HARGADON, Bernard; (2005) “ Introducción a la ejecución de proyectos” Segunda edición
- JÁCOME Walter (2005) Bases “ Teóricas Practicas para el diseño y evaluación de Proyectos Productivos y de inversión” –CUDIC Editorial Universitaria Ibarra Ecuador
- JANY, José; “Técnicas de comercialización” Primera edición
- KLOTTER, Philip. (2008) “Principios de Marketing “Doceava Edición Prentice Hall, México.
- MIRANDA, José; (2005) “Introducción al desarrollo de proyectos” Segunda Edición
- MIRANDA, Juan; (2005) “Introducción a los CIF” Segunda edición
- MONTEROR, Edgar. (2005), Manual de Gestión Micro empresarial Editora Universitaria del Ecuador.
- MUNCH, Galindo; (2006) “Desarrollo de proyectos empresariales” Segunda edición, Colombia.
- NASSIR S. Chain, (2007), “Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación “Primera Edición, Pearson Prentice Hall México.

- POLIMENI Ralph (2003) “Contabilidad de Costos – Conceptos y Aplicaciones para la toma de Decisiones Generales” Tercera Edición Mac Graw Hill – Bogotá Colombia.
- POSSO, Miguel .(2005) “Metodología de la Investigación” Segunda Edición NINA Comunicaciones Quito – Ecuador
- QUIROS , J.E (2003) “Producción del fréjol” Impresos BegonLtda
- ROMERO, Ricardo; (2008) “Introducción al mercado” Primera edición
- SAPAG, Reinaldo; (2008) “Localización de proyectos” Segunda edición
- SAPAG, Nassir; (2008) “Evaluación financiera de proyectos” Primera edición
- SARMIENTO, Rubén; (2005); “Contabilidad General“; Ecuador.
- SOLORZANO Y ENGLEMAN (2001) “Diagnostico Agro Socioeconómico del cultivo del fréjol en la sierra ecuatoriana” INIAP
- TORRES, Luís; (2005) “Introducción a la administración” Segunda Edición
- VACA URBINA, Gabriel; (2006) ”Empresas y negocios del futuro” Primera edición
- VAQUIRO, José; (2008) “Evaluación financiera de proyectos” Tercera edición, Colombia.

- VASCONES José Contabilidad General para el siglo xxi Edición 2001
- VERESSIMO, (2002) “Introducción a la agricultura” Tercera edición
- ZAPATA, Pedro, (2004) “Contabilidad General“, Cuarta Edición Mc Graw Hill.
- ZAPATA, Sánchez, (2005) “Contabilidad general” Tercera edición

LINKOGRAFIA

- <http://www.monografias.com/trabajos14/administracion-emorasas>
- [administracion-empradas.shtml](#)
- <http://www.monpgrafias.com/trabajos5/contab.shtml>
- [www.monografias.com/Administraciony Finanzas/Contabilidad](http://www.monografias.com/AdministracionyFinanzas/Contabilidad)
- www.monografias.com/trabajos/mercado
- <http://www.foromarketing.com>
- www.marketing-xxi.com/estrategias-de-marketing
- “Publicaciones del INIAP(Instituto Nacional Autónomo investigaciones
- agropecuariasl<http://www.produccion/fréjol.com.ec>

- <http://wiki.sumaquecuador.com/2008/es/Frijol>
- <http://www.monografias.com/trabajos51/activos-fijos/activos-fijos.shtml>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_de_trabajo

GLOSARIO DE TÉRMINOS

CONCEPTOS BÁSICOS FINANCIEROS

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

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

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

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

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

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

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

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

ANEXOS

ANEXO N° 1

ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN URQUQUÍ Y SUS PARROQUIAS.

OBJETIVO

Determinar los hábitos de compra de fréjol empacado en el Cantón Urcuquí y sus Parroquias.

INDICACIONES.

- Lea detenidamente la encuesta y conteste con sinceridad y honestidad
- Marque con una X su respuesta

1. ¿Consume usted fréjol?

- a. Si ()
- b. No ()

2. ¿Con que frecuencia consume usted este producto?

- a. Diaria ()
- b. Semanal ()
- c. Quincenal ()
- d. Mensual ()
- e. No consume ()

3. ¿El fréjol que usted prefiere es?

- a. Tierno ()
- b. Seco ()
- c. No consume ()

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

- a. Congelados ()
- b. Al clima ()
- c. No consume ()

5. ¿Considera que los precios de los productos empacados son?

- a. Altos ()
- b. Normales ()
- c. Bajos ()
- d. No consume ()

6. ¿Cree usted que es importante la marca al momento de realizar la compra?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. No consume ()

7. ¿Cuál sería la presentación más adecuada para el fréjol empacado?

- a. Medio Kilo ()
- b. Un kilo ()
- c. No consume ()

8. ¿Por lo general cuantos Kilos de fréjol compra a la semana para el consumo familiar?

- a. menos de 80 kilos ()
- b. de 100 a 180 kilos ()
- c. de 190 a 250 kilos ()
- d. de 260 a 320 kilos ()
- e. Más de 321 kilos ()
- f. No consume ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N°2

ENCUESTAS APLICADAS A LAS TIENDAS Y CENTROS DE ABASTOS CONSIDERADOS COMO LA COMPETENCIA.

OBJETIVO

Determinar la conducta de comercialización de fréjol empacado en el Cantón Urcuquí y sus Parroquias.

INDICACIONES.

- Lea detenidamente la encuesta y conteste con sinceridad y honestidad
- Marque con una X su respuesta

1. ¿Comercializa usted fréjol empacado en su negocio?

- a. Si ()
- b. No ()

2. ¿De los siguientes aspectos cual es el de mayor influencia al momento de adquirir un producto?

- a. Precio ()
- b. Marca ()
- c. Calidad ()
- d. Peso ()
- e. Presentación ()
- f. Todas las anteriores ()
- g. No comercializa ()

3. ¿Cuál es la presentación más demandada para el fréjol empacado?

- a. Medio Kilo ()
- b. Un kilo ()
- c. No comercializa ()

4. ¿Con que frecuencia adquiere usted este producto?

- a. Diaria ()
- b. Semanal ()
- c. Quincenal ()
- d. Mensual ()
- e. No comercializa ()

5. ¿Qué cantidad de fréjol empacado compra semanalmente para su posterior comercialización?

- a. menos de 20 kilos ()
- b. 30 kilos ()
- c. 40 kilos ()
- d. 50 kilos ()
- e. Más de 60 kilos ()
- f. No comercializa ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N°3
PROCESO DE PRODUCCIÓN

GRÁFICO N° 28
PREPARACIÓN DEL SUELO



GRÁFICO N° 29
EPOCA DE SIEMBRA



GRÁFICO N° 30
DENSIDAD DE POBLACIÓN



**GRÁFICO N° 31
FERTILIZACIÓN Y ABONAMIENTO**



**GRÁFICO N° 32
CONTROL DE MALEZAS**



**GRÁFICO N° 33
RIEGO**



**GRÁFICO N° 34
REMOCIÓN DE PLANTAS EXTRAÑAS**



**GRÁFICO N° 35
COSECHA**



**GRÁFICO N° 36
TRILLA**

