



**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 MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MARACUYÁ EN LA PARROQUIA DE LITA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL**

**AUTORA: CASTILLO APARICIO BETSY ELIANA**

**DIRECTOR: Ing. Rocío León**

**IBARRA, JULIO, 2013**

## RESUMEN EJECUTIVO

El estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de maracuyá en la parroquia de Lita, cantón Ibarra, provincia de Imbabura, se lo efectuó para determinar la rentabilidad que generará la actividad frutícola en el sector. Entre los hallazgos más importantes son: La parroquia Lita posee las características agronómicas adecuadas para la producción de la fruta. Con el marco teórico se contextualizó los términos utilizados en el desarrollo del proyecto, permitiendo conocer a profundidad aspectos para efectuar correctamente el estudio de factibilidad. En el estudio de mercado se estableció que existe una alta demanda por la fruta, la oferta del producto es mínima, debido a que existe una producción marginal de la fruta dentro de la provincia, por tal motivo el producto que se oferta es de otras regiones del país. En el estudio técnico se pudo determinar la localización óptima de proyecto, siendo el barrio Lita el sector que cumple con todos los requerimientos para la explotación frutícola. El estudio financiero permitió conocer el nivel de ingresos que generará actividad, siendo estos representativos que justifican la inversión inicial, con la aplicación de los evaluadores clásicos que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo se pudo determinar que el proyecto es rentable en los escenarios estudiados. Para la administración de la microempresa se estableció una estructura organización y funcional acorde a la actividad, tomando como aspecto principal el talento humano. Finalmente se realizó un análisis de los impactos que generará la microempresa productora y comercializadora de maracuyá, siendo estos positivos en los diferentes ámbitos.

## EXECUTIVE SUMMARY

The feasibility study for the creation of a micro-production and marketing of fruit in the parish of Lita, Canton Ibarra, Imbabura Province, I performed to determine the returns generated fruit activity in the sector. Among the most important findings are: The parish Lita has adequate agronomic characteristics for the production of fruit. With the theoretical framework was contextualized terms used in the project, allowing to know in depth aspects to properly make the feasibility study. In the market study established that there is a high demand for the fruit, the product offering is minimal, because there is a marginal production of fruit within the province, for this reason the product offer is from other regions the country. The technical study could not determine the optimal location of project, Lita being the neighborhood sector that meets all the requirements for fruit farm. The financial study to indicate the level of income that will generate activity, and these representative to justify the initial investment, with the application of classical evaluators taking into account the value of money at the time it was determined that the project is profitable in the scenarios studied. For the administration of micro established a structure and functional organization according to the activity, on the main aspect of human talent. Finally, an analysis of the impacts of microenterprise generates passion fruit producer and marketer, with these positives.

CERTIFICADO DE AUTORIA DIRECTOR

Yo, **Betsy Eliana Castillo Aparicio**, portadora de la cédula de ciudadanía No. **1003243340**, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MARACUYÁ EN LA PARROQUIA DE LITA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”**, y que no ha sido previamente presentado para ningún grado, y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.




**Betsy Castillo**

**C.C 1003243340**

## CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Betsy Eliana Castillo Aparicio**, para optar por el Título de Ingeniera comercial, cuyo tema es: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MARACUYÁ EN LA PARROQUIA DE LITA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA."**, Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 31 días del mes de julio del 2013



---

**ING. ROCÍO LEÓN.**

**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, **Betsy Eliana Castillo Aparicio**, con cédula de ciudadanía Nro. **1003243340**, 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 (es) del trabajo de grado denominado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MARACUYÁ EN LA PARROQUIA DE LITA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA."**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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



**Betsy Eliana Castillo Aparicio**  
**C.C 1003243340**

AUTOR (ES): Betsy Eliana Castillo Aparicio  
FECHA: 31-07-2013  
Ibarra, a los 31 días del mes de julio de 2013

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## 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			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1003243340		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Castillo Aparicio Betsy Eliana		
<b>DIRECCIÓN:</b>	chile y bolivia 336		
<b>EMAIL:</b>	betsycastillo23@yahoo.es		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>		<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0979164948
DATOS DE LA OBRA			
<b>TÍTULO:</b>	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MARACUYÁ EN LA PARROQUIA DE LITA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA."		
<b>AUTOR (ES):</b>	<b>Betsy Eliana Castillo Aparicio</b>		
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	31- 07 – 2013		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>PREGRADO</b>	<input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniero Comercial		

<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Ing. Rocío León
--------------------------	-----------------

**2. AUTORIZACIÓN DE USO DE LA UNIVERSIDAD**

Yo, **Betsy Eliana Castillo Aparicio**, con cédula de ciudadanía Nro.1003243340, en calidad de autor (a) (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

**3. CONSTANCIAS**

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

Ibarra, a los 31 días del mes de Julio de 2013.

La Autora

Firma:.....

Nombre: Castillo Aparicio Betsy Eliana

Cédula: 1003243340

Aceptación

Firma:.....

Nombre: Ing. Betty Chávez

Cargo: Jefe de Biblioteca

Facultado por resolución del Consejo Universitario.....



## **DEDICATORIA**

A Dios por ser mi fortaleza quien me ha demostrado su  
amor por darme la oportunidad de vida

A mis padres, por su ejemplo de voluntad verdadera  
y apoyo incondicional en aquellos momentos  
importantes de mi vida.

Betsy Castillo

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento profundo a todos aquellas personas que compartieron sus conocimientos y experiencias en este continuo proceso académico y en la realización del presente trabajo. En especial a los catedráticos de la Universidad Técnica del Norte.

Además mi más profundo agradecimiento Ing. Roció León por todos los aportes brindados en el desarrollo del proyecto.

Betsy Castillo

## **PRESENTACIÓN**

El proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de maracuyá en la parroquia de Lita, cantón Ibarra, provincia de Imbabura ha sido desarrollado con el propósito de contribuir con el desarrollo económico del sector.

Por tal razón se ha desarrollado los siguientes capítulos.

**Capítulo I Diagnóstico Situacional:** En este capítulo se desarrolló la caracterización del sector para determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

**Capítulo II Marco Teórico:** se tomó en cuenta temas importantes que sirvieron como guías de información para el desarrollo del proyecto.

**Capítulo III Estudio de Mercado:** En este capítulo se aplicó encuestas para obtener información sobre la oferta y la demanda y los precios que el mercado maneja para los productos, además se identificó aspectos importantes sobre la competencia.

**Capítulo IV Estudio Técnico:** El estudio técnico constituyó la asignación del lugar donde se desarrollará el proyecto, recursos que se necesitan para realizar las distintas actividades que intervienen en su ejecución.

**Capítulo V Estudio Financiero:** La evaluación económica financiera permitió determinar cuánto necesita producir la empresa para obtener utilidad, además a través de la proyección de ingresos se establece que el proyecto es muy rentable, debido a que respalda la inversión inicial.

Capítulo VI Organización de la Microempresa: Se estableció el modelo estructural y funcional con el que la microempresa contará para administrar de forma eficiente todos sus recursos.

Capítulo VII Impactos: Se analizó los impactos que genera la creación de la microempresa, como también las medidas que se aplicaran para evitar problemas futuros.

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
THE SUMMARIZE EXECUTIVE	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE GENERAL	xiii
ÍNDICE DE CUADROS	xx
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN	xxiv
INTRODUCCIÓN	xxv
JUSTIFICACIÓN	xxvi
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	xxvii
METODOLOGÍA	

## CAPÍTULO I

### DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes	30
Objetivos diagnósticos	
Objetivo general	
Objetivos específicos	
Variables diagnósticas	

Indicadores que definen las variables	31
Espacio geográfico	
Situación socioeconómica	
Actividades productivas	
Matriz relación diagnóstica	
Mecánica operativa del diagnóstico	34
Fuente de información	
Análisis de las variables diagnósticas	
Espacio geográfico	
Situación socioeconómica	37
Actividades productivas	42
Determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos	51
Aliados	
Oponentes	52
Oportunidades	
Riesgos	
Identificación de la oportunidad de inversión	53

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

La microempresa	54
Objetivos de la microempresa	
Características de la microempresa	55
Clasificación de la microempresa	
Ventajas de la microempresa	56
Desventajas de la microempresa	57
La administración	
Objetivos de la administración	58
Niveles administrativos	
Misión	60
Visión	

Estudio de mercado	
Demanda	
Oferta	61
El precio	
La publicidad	62
La plaza o distribución	
Estudio técnico	63
Macrolocalización	
Microlocalización	
Ingeniería del proyecto	
El presupuesto	64
Aspectos contable financieros	
Contabilidad	
Objetivos de la contabilidad	65
Características de la contabilidad	
Libros que se utilizan en la contabilidad	67
Estados financieros	
Estado de resultados	
Estado de flujo del efectivo	68
Balance general	
Indicadores financieros	69
Valor actual neto	
Tasa interna de retorno	
Periodo de recuperación	70
Costo beneficio	
Punto de equilibrio	71
Maracuyá	
Características del maracuyá	72
Propiedades y beneficios	
Variedades de la maracuyá	74
Usos de la maracuyá	75
Proceso de producción del maracuyá	

Proceso del cultivo del maracuyá	76
Características para su cultivo	77
La fruticultura	79
Importancia de la fruticultura	
La agricultura	80
Ventajas de la agricultura	
Desventajas de la agricultura	81

### **CAPÍTULO III**

#### **ESTUDIO DE MERCADO**

Presentación	83
Objetivos del estudio de mercado	
Objetivo general	
Objetivos específicos	84
Variables	
Indicadores	
Mecánica operativa del estudio de mercado	85
Identificación de la población	
Muestra de la población de consumidores	86
Muestra	87
Técnicas de investigación	
Tabulación y análisis de la información	88
Encuesta dirigida a consumidores familiares de extracto social medio, medio alto y alto, de la ciudad de Ibarra	
Encuesta dirigida a comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra	
Identificación del producto	110
Composición nutricional	111
Productos sustitutos	112
Usos	
Mercado meta	113
Análisis de la demanda	
Identificación de la demanda actual	



Proyección de la demanda	114
Análisis de la oferta	116
Oferta actual	
Proyección de la oferta	
Demanda potencial a satisfacer	118
Demanda a captar por el proyecto	
Análisis de precios	120
Determinación del precio	
Proyección de precios	
Estrategias comerciales	
Estrategias de producto	
Estrategias de precio	121
Estrategias de promoción	
Estrategias de plaza o distribución	122
Conclusiones del estudio de mercado	

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

Presentación	124
Localización del proyecto	
Macrolocalización	
Microlocalización	125
Tamaño del proyecto	126
Capacidad del proyecto	128
Distribución de la planta	131
Diseño de la planta	
Proceso de producción y comercialización	127
Proceso de producción del maracuyá	
Proceso de comercialización del maracuyá	131
Presupuesto de inversiones	136

Inversión fija	
Resumen de activos fijos	
Inversión variable o capital de trabajo	140
Inversión total	141
Financiamiento	
Requerimiento de talento humano	142

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

Ingresos	143
Proyección de Ingresos	
Egresos	144
Costos de Producción.	
Gastos Administrativos	148
Gastos de Ventas	151
Gastos Financieros	153
Depreciación	154
Gastos de estudios y constitución	
Resumen de egresos	155
Estados Proforma.	
Estado de Situación Inicial	
Estado de Resultados	156
Flujo de efectivo	157
Evaluación de la Inversión.	
Costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio	
Valor Actual Neto	158
Tasa Interna de Retorno	159
Periodo de Recuperación de la Inversión	
Costo beneficio	160
Resumen de la evaluación financiera	161

## **CAPÍTULO VI**

### **ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA**

Aspecto estratégico de la microempresa	162
Nombre de la microempresa	
Misión	
Visión	
Objetivos de la microempresa	
Políticas de la microempresa	163
Principios y valores	164
Valores	
Aspecto organizativo	165
Organización estructural	
Organigrama estructural	
Identificación de puestos y funciones	166
Aspecto legal de funcionamiento	170
El registro único de contribuyente (RUC)	
Permiso de funcionamiento	17

## **CAPÍTULO VII**

### **IMPACTOS DEL PROYECTO**

Impacto socio-económico	174
Impacto empresarial	175
Impacto educativo	176
Impacto ambiental	177
Impacto general	178
CONCLUSIONES	179
RECOMENDACIONES	180
BIBLIOGRAFÍA	181
ANEXOS	185

## ÍNDICE DE CUADRO

<b>No.</b>	<b>Pág.</b>
1. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	33
2. NACIONALIDADES Y PUEBLOS INDÍGENAS DE LITA	38
3. DISTRIBUCIÓN EDAD, POBLACIÓN PARROQUIA DE LITA	39
4. PRINCIPALES FUENTES DE INGRESO PARROQUIA LITA	39
5. NIVELES DE INSTRUCCIÓN POBLACIÓN LITA	40
6. ANALFABETISMO POR SEXO LITA	40
7. ESTABLECIMIENTOS Y PERSONAL DE SALUD DE LITA	41
8. TIPO DE VIVIENDA DE POBLADORES PARROQUIA LITA	42
9. RESUMEN DE ÁREAS MINERAS EN LA PARROQUIA DE LITA	46
10. ORIGEN Y DESTINO DE PRODUCTOS COMERCIALIZADOS EN MERCADOS Y FERIAS	51
11. FACTORES PARA EL CULTIVO	78
12. ADQUISICIÓN DE LA FRUTA	89
13. PREFERENCIA	90
14. ADQUISICIÓN DE MARACUYÁ	91
15. PROPIEDADES ALIMENTICIAS	92
16. FORMAS DE CONSUMO	93
17. LUGAR DE ADQUISICIÓN	94
18. FACTOR DE COMPRA	95
19. CANTIDAD DE CONSUMO	96
20. FRECUENCIA DE CONSUMO	97
21. PRECIO DE KILO	98
22. PRECIO DE COMPRA	99
23. MEDIOS DE COMUNICACIÓN	100
24. COMERCIALIZACIÓN DE MARACUYÁ	101
25. ATRIBUTO DE LA FRUTA	102
26. FRECUENCIA DE VENTA	103
27. PROMEDIO DE VENTAS	104
28. COSTO POR KILO	105

<b>29. ABASTECIMIENTO DE LA FRUTA</b>	<b>106</b>
<b>30. CANTIDAD DEMANDADA</b>	<b>107</b>
<b>31. PROVEEDOR</b>	<b>108</b>
<b>32. PROVEEDOR PERMANENTE</b>	<b>109</b>
<b>33. COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DEL MARACUYÁ</b>	<b>111</b>
<b>34. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL</b>	
DE MARACUYÁ EN KILOS	114
<b>35. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE MARACUYÁ EN KG</b>	<b>115</b>
<b>36. OFERTA ANUAL DE MARACUYÁ EN KG</b>	<b>116</b>
<b>37. PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE MARACUYÁ EN KILOS</b>	<b>117</b>
<b>38. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER</b>	<b>118</b>
<b>39. DINÁMICA DE LA PRODUCCIÓN DE MARACUYÁ</b>	<b>119</b>
<b>40. MARACUYÁ EN KILOS APTA PARA LA VENTA</b>	<b>119</b>
<b>41. DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO</b>	<b>119</b>
<b>42. PROYECCIÓN DE PRECIOS</b>	<b>120</b>
<b>43. EXISTENCIA DE MERCADO</b>	<b>127</b>
<b>44. ANÁLISIS DE LA PRODUCTIVIDAD DEL MARACUYÁ</b>	<b>128</b>
<b>45. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DEL MARACUYÁ</b>	<b>129</b>
<b>46. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA</b>	<b>129</b>
<b>47. TERRENO</b>	<b>137</b>
<b>48. INFRAESTRUCTURA</b>	<b>137</b>
<b>49. MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	<b>137</b>
<b>50. VEHÍCULO</b>	<b>138</b>
<b>51. HERRAMIENTAS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>138</b>
<b>52. MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>139</b>
<b>53. EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>	<b>139</b>
<b>54. EQUIPO DE OFICINA</b>	<b>139</b>
<b>55. RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS</b>	<b>140</b>
<b>56. INVERSIÓN VARIABLE O CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>140</b>
<b>57. INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>141</b>
<b>58. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO</b>	<b>142</b>
<b>59. REQUERIMIENTO DEL TALENTO HUMANO</b>	<b>142</b>
<b>60. INGRESOS</b>	<b>143</b>

<b>61. COSTO DE PRODUCCIÓN PARA EL PRIMER AÑO</b>	<b>144</b>
<b>62. COSTO DE PRODUCCIÓN PARA EL SEGUNDO AÑO</b>	<b>145</b>
<b>63. COSTO DE PRODUCCIÓN PARA EL TERCER AÑO</b>	<b>146</b>
<b>64. COSTO DE PRODUCCIÓN PARA EL CUARTO AÑO</b>	<b>146</b>
<b>65. COSTO DE PRODUCCIÓN PARA EL QUINTO AÑO</b>	<b>147</b>
<b>66. RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>148</b>
<b>67. PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO</b>	<b>149</b>
<b>68. PROYECCIÓN DEL SUELDO ADMINISTRATIVO</b>	<b>149</b>
<b>69. SERVICIOS BÁSICOS</b>	<b>149</b>
<b>70. SERVICIOS DE COMUNICACIÓN</b>	<b>150</b>
<b>71. SUMINISTROS DE OFICINA</b>	<b>150</b>
<b>72. MANTENIMIENTO DEL EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>	<b>150</b>
<b>73. RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>151</b>
<b>74. SUELDO EN VENTAS</b>	<b>151</b>
<b>75. PROYECCIÓN DEL SUELDO DE VENTAS</b>	<b>151</b>
<b>76. PUBLICIDAD</b>	<b>152</b>
<b>77. EMPAQUES</b>	<b>152</b>
<b>78. COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO</b>	<b>152</b>
<b>79. RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS</b>	<b>152</b>
<b>80. DATOS DEL FINANCIAMIENTO</b>	<b>153</b>
<b>81. AMORTIZACIÓN</b>	<b>153</b>
<b>82. GASTO INTERÉS DE LA DEUDA</b>	<b>154</b>
<b>83. DEPRECIACIÓN</b>	<b>154</b>
<b>84. GASTOS DE ESTUDIOS Y CONSTITUCIÓN</b>	<b>154</b>
<b>85. RESUMEN DE EGRESOS</b>	<b>155</b>
<b>86. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL</b>	<b>155</b>
<b>87. ESTADO DE RESULTADOS</b>	<b>156</b>
<b>88. FLUJO DEL EFECTIVO</b>	<b>157</b>
<b>89. COSTO DE OPORTUNIDAD</b>	<b>157</b>
<b>90. VALOR ACTUAL NETO</b>	<b>158</b>
<b>91. TASA INTERNA DE RETORNO</b>	<b>159</b>
<b>92. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN</b>	<b>159</b>

<b>93. COSTO BENEFICIO</b>	<b>160</b>
<b>94. RESUMEN DE LA INVERSIÓN FINANCIERA</b>	<b>161</b>
<b>95. MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS</b>	<b>172</b>
<b>96. IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO</b>	<b>174</b>
<b>97. IMPACTO EMPRESARIAL</b>	<b>175</b>
<b>98. IMPACTO EDUCATIVO</b>	<b>176</b>
<b>99. IMPACTO AMBIENTAL</b>	<b>177</b>
<b>100. IMPACTO GENERAL</b>	<b>178</b>

### **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

<b>No.</b>	<b>Pág.</b>
<b>1. PRINCIPALES ACTIVIDADES PRODUCTIVAS</b>	<b>43</b>
<b>2. PRODUCCIÓN PECUARIA DE LITA</b>	<b>45</b>
<b>3. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE LITA</b>	<b>49</b>
<b>4. POBLACIÓN POR RAMA DE ACTIVIDAD EN LITA</b>	<b>50</b>
<b>5. ADQUISICIÓN DE LA FRUTA</b>	<b>89</b>
<b>6. PREFERENCIA</b>	<b>90</b>
<b>7. ADQUISICIÓN DE MARACUYÁ</b>	<b>91</b>
<b>8. PROPIEDADES ALIMENTICIAS</b>	<b>92</b>
<b>9. FORMAS DE CONSUMO</b>	<b>93</b>
<b>10. LUGAR DE ADQUISICIÓN</b>	<b>94</b>
<b>11. FACTOR DE COMPRA</b>	<b>95</b>
<b>12. CANTIDAD DE CONSUMO</b>	<b>96</b>
<b>13. FRECUENCIA DE CONSUMO</b>	<b>97</b>
<b>14. PRECIO DE KILO</b>	<b>98</b>
<b>15. PRECIO DE COMPRA</b>	<b>99</b>
<b>16. MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>	<b>100</b>
<b>17. COMERCIALIZACIÓN DE MARACUYÁ</b>	<b>101</b>
<b>18. ATRIBUTO DE LA FRUTA</b>	<b>102</b>
<b>19. FRECUENCIA DE VENTA</b>	<b>103</b>
<b>20. PROMEDIO DE VENTAS</b>	<b>104</b>
<b>21. COSTO POR KILO</b>	<b>105</b>

22. ABASTECIMIENTO DE LA FRUTA	106
23. CANTIDAD DEMANDADA	107
24. PROVEEDOR	108
25. PROVEEDOR PERMANENTE	109

## ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

<b>No.</b>	<b>Pág.</b>
1. UBICACIÓN PARROQUIA LITA	35
2. PIRÁMIDE POBLACIONAL	38
3. PROCESO DEL CULTIVO DEL MARACUYÁ	77
4. EL MARACUYÁ	110
5. CANAL DE DISTRIBUCIÓN INDIRECTO	122
6. MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA	125
7. MAPA DEL CANTO IBARRA	126
8. DISEÑO DE LA PLANTA	130



## INTRODUCCIÓN

### ANTECEDENTES

La provincia de Imbabura cuenta con 6 cantones: Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Pimampiro y Urcuqui.

Dentro del cantón Ibarra se encuentra la parroquia de Lita, por su ubicación geográfica se encuentra en los límites de las provincias de Imbabura, Esmeraldas y Carchi, cuenta con un intercambio permanente de personas provenientes de diferentes procesos migratorios. Este grupo tiene una cultura productiva que se basa en la agricultura y ganadería, especialmente en el cultivo de naranjilla, cabuya, papaya, piña y frutas exóticas.

El proyecto a realizarse en la parroquia de Lita de producción y comercialización de maracuyá es viable porque se cuenta con el espacio físico para la producción, y según estudios efectuados por el MAGAP, existe una gran demanda en el mercado consumidor, además el sector cumple con los factores agroecológicos que favorecen su producción.

El plan de negocios para la producción de maracuyá bajo el uso de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), nace por la expectativa de la autora de la investigación, con deseo de contribuir al desarrollo económico y social del sector agrícola y generar soluciones a la problemática rural que enfrenta la zona, e involucrar conocimientos técnicos y administrativos en procesos productivos, con el fin de generar cambios que impulsen el mejoramiento de técnicas agrícolas, en la calidad de la capacidad del talento humano para el desarrollo sostenible y la adopción de tecnologías limpias, que permitan, ser competitivos, cumpliendo con normas y estándares de mercado.

El cultivo de maracuyá es una planta que se ha convertido en un fruto de alto consumo, permitiendo aumentar la demanda. Las frutas de maracuyá tienen valor por sus características nutricionales como por su sabor particular intenso y su alta acidez, constituyendo una base fuerte, interesante para la fabricación de bebidas y jugos de frutas.

La investigación permitirá obtener una guía para realizar un manejo adecuado técnico en el proceso productivo, como también para la utilización de los recursos existentes; esto dará paso a la creación de nuevas fuentes de trabajo en el sector mejorando la economía de sus habitantes.

El proyecto en la parroquia de Lita es un emprendimiento de interés local y nacional está basado en la búsqueda de nuevas alternativas para diversificar los cultivos en el sector agrícola que generen mayores réditos.

La información obtenida en este estudio de producción y comercialización de maracuyá, servirá como un aporte para promover el desarrollo del cultivo de la fruta en el sector, utilizando la mano de obra local e incrementando las utilidades económicas de los inversionistas del proyecto.

## **JUSTIFICACIÓN**

El proyecto de producción y comercialización del maracuyá en la parroquia de Lita, logrará contribuir al mercado con un producto de calidad, además está encaminado a proporcionar nuevas alternativas de trabajo donde se ocupará la mano de obra local, dando paso a un mejoramiento económico del sector.

Uno de los objetivos del cultivo es mejorar las expectativas que permitan guiar a los empresarios, agricultores y estudiantes para conocer las ventajas que representa la producción de esta fruta natural.

Este nuevo emprendimiento es de interés local porque directamente favorece a los moradores del sector quienes tomarán como una nueva actividad alternativa en la producción de nuevas frutas, como lo es el maracuyá quien presenta una alta demanda en el mercado consumidor.

El proyecto es factible de realizarlo debido a que existe mercado para la fruta y el sector cumple con las condiciones óptimas para el cultivo, otro factor para el desarrollo de la microempresa, es que se dispone con el apoyo de la comunidad que se encuentra entusiasmada con su creación.

Los beneficiarios directos de este proyecto son los inversionistas, habitantes de la parroquia de Lita y consumidores del producto quienes obtendrán ingresos económicos que mejoren su condición de vida, como también el consumidor podrá obtener la fruta a un precio más razonable.

A demás para la realización del proyecto, el Cantón Ibarra cuenta con financieras quienes otorgan créditos microempresariales a un interés razonable para que el agricultor pueda invertir en sus cultivos

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **OBJETIVO GENERAL.**

Realizar un estudio factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de maracuyá en la parroquia de Lita, cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional de la parroquia Lita, para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que influenciaran en la gestión del proyecto.
- Elaborar un marco teórico que sustente temas relacionados con el proyecto, utilizando información bibliográfica y documentada actualizada.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda potencial a satisfacer de maracuyá en la ciudad de Ibarra.
- Elaborar un estudio técnico que permita determinar el lugar idóneo y la capacidad operativa del proyecto para dar inicio con sus actividades.
- Realizar un estudio financiero para determinar el monto necesario para inversión, como también su rentabilidad que genere durante sus actividades.
- Establecer la organización de la microempresa donde se defina los objetivos, políticas y reglamentos que permitan el óptimo funcionamiento de la misma.
- Analizar la influencia de los impactos que genera el desarrollo del presente proyecto.

## **METODOLOGÍA**

El presente estudio es de carácter descriptivo, pues se trata de investigar la producción y comercialización de maracuyá en la ciudad de Ibarra en la parroquia Lita, por tanto se conoció el sector donde se implantará la microempresa, como también se determinó las características principales del mercado, los requerimientos técnicos, necesidades de capital y la respectiva evaluación financiera. Esto se alcanzó a través de la recolección de datos de fuentes primarias tales como: encuestas, observación directa, a posibles demandantes y ofertantes de la fruta.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. ANTECEDENTES**

El presente capítulo tiene como finalidad caracterizar en lugar donde se llevará a cabo el proyecto de producción y comercialización de maracuyá, para identificar los aspectos positivos y negativos que influenciarán en el desarrollo eficiente de la actividad.

#### **1.2. OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS**

##### **1.2.1. Objetivo general**

Realizar un diagnóstico situacional de la parroquia Lita, para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que influenciarán en la gestión del proyecto.

##### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Identificar el espacio geográfico de la parroquia de Lita
- Conocer la situación socioeconómica del lugar donde se implementará el proyecto.
- Establecer las principales actividades productivas del lugar de influencia del proyecto.

### **1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

Para facilitar el enfoque de este estudio en los aspectos y sus diferentes relaciones se han determinado las siguientes variables.

- Espacio geográfico
- Situación socioeconómica
- Actividades productivas

### **1.4. INDICADORES QUE DEFINEN LAS VARIABLES**

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

#### **1.4.1. Espacio geográfico**

- Ubicación
- Extensión territorial
- Límites
- División política administrativa

#### **1.4.2. Situación socioeconómica**

- Población
- Ingreso promedio
- Educación
- Pobreza
- Salud
- Vivienda
- Vías de acceso

#### **1.4.3. Actividades productivas**

- Tipo de Actividad
- Población por rama de actividad
- Principales productos agrícolas
- Destino de la producción

## **1.5. MATRIZ RELACIÓN DIAGNÓSTICA**



**CUADRO No.1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA**

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FUENTE</b>	<b>TECNICA</b>	<b>INFORMANTE</b>
Identificar el espacio geográfico donde implementará el proyecto.	Espacio geográfico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación</li> <li>• Extensión territorial</li> <li>• Límites</li> <li>• División política administrativa</li> </ul>	Secundaria	Documental	Plan de Ordenamiento Territorial de Lita Plan de desarrollo parroquial INEC
Conocer la situación socioeconómica del lugar donde se implementará el proyecto.	Situación socioeconómica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Población</li> <li>• Ingreso promedio</li> <li>• Educación</li> <li>• Pobreza</li> <li>• Salud</li> <li>• Vivienda</li> <li>• Vías de acceso</li> </ul>	Secundaria	Documental	Plan de Ordenamiento Territorial de Lita Plan de desarrollo parroquial INEC
Establecer las principales actividades productivas del lugar de influencia del proyecto.	Actividades productivas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de Actividad</li> <li>• Población por rama de actividad</li> <li>• Principales productos agrícolas</li> <li>• Destino de la producción</li> </ul>	Secundaria	Documental	Plan de Ordenamiento Territorial de Lita Plan de desarrollo parroquial INEC

Elaborado por: La autora

## **1.6. MECÁNICA OPERATIVA DEL DIAGNÓSTICO**

Para realizar el diagnóstico situacional de la parroquia Lita, se consideró necesario aplicar la técnica documental, con el fin de recolectar información que caracterice a lugar.

### **1.6.1. Fuente de Información**

La información de carácter secundaria se la obtuvo del Plan de Ordenamiento Territorial de Lita, Plan de desarrollo parroquial, INEC e internet.

## **1.7. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

### **1.7.1. Espacio geográfico**

#### **•Ubicación**

Lita es una parroquia rural perteneciente al cantón Ibarra de la provincia de Imbabura, se encuentra ubicada al occidente de la provincia de Imbabura, en el trayecto intermedio en la vía Ibarra-San Lorenzo en la Cordillera Occidental a 100 km. de la ciudad de Ibarra, a 280 km. de Quito y 92 km de San Lorenzo.

La cabecera parroquial está ubicada en las coordenadas geográficas: 096.574 de latitud norte y 784.052 de longitud oeste.

#### **•Limites**

Los límites de la parroquia de Lita son:

Al **Norte** por la Provincia de Esmeraldas

Al **Sur** por la parroquia de La Carolina

Al **Oriente** por la Provincia del Carchi

Al **Occidente** el cantón Urcuquí

## ILUSTRACIÓN No. 1 UBICACIÓN PARROQUIA DE LITA



Fuente: Plan de ordenamiento territorial de Lita 2012

### • Extensión territorial

Su extensión territorial es de 209,46 Km<sup>2</sup> distribuidos entre quince comunidades.

### • Climatología

Según datos de la Estación Meteorológica de Lita, ubicada a 740 m.s.n.m., Lita, posee una temperatura media de 23°C y una precipitación de 3.598,7 mm., siendo una de las estaciones que registra mayor precipitación en la provincia. Se aprecia una época más lluviosa entre los meses de octubre hasta mayo, donde el mes con más precipitaciones es abril; y una época menos lluviosa entre los meses de junio hasta septiembre, el mes más seco es julio con 129,8 mm. Presenta una humedad relativa media anual de la provincia es del 96% siendo mayor en los meses de febrero y noviembre, mientras que en los meses julio y agosto son menores.

La parroquia de Lita posee una diversidad climática debido a sus características ambientales, y ubicación de su territorio. Lita posee 6 tipos de climas según la clasificación de Thornwhite Gobierno Provincial de Imbabura (2011). El primero ubicado cerca de la parroquia de La Carolina, denominado clima ecuatorial meso térmico húmedo en el cual se encuentran las poblaciones de El Carmen y Santa Cecilia. Se caracterizan por tener lluvias desde los 1000 y 2000 mm con una temperatura media de 10 y 20°C y una humedad relativa entre 65 y 85%. A continuación se presenta el Clima Sub Tropical meso térmico húmedo, en el cual las precipitaciones son superiores a 200 mm, la temperatura varía de 15 hasta 24°C. Su temperatura es bastante alta alrededor del 90%, es el área más extensa y en el cual están ubicados los poblados de: Getzemaní, Santa Rita, La Chorrera, Rio Verde Medio, Rio Verde Alto, La Esperanza de Rio Verde.

Clima sub tropical meso térmico muy húmedo, en el cual se asienta el poblado de San Francisco y posee similares características a la clasificación anterior.

Clima Tropical monzón Mega térmico muy húmedo, se caracteriza por ser muy cálido y como su nombre lo indica muy húmedo, con una temperatura media mensual de 26 °C. y se encuentran asentadas las poblaciones de Santa Rosa, Palo Amarillo, Cachaco, Rio Verde Bajo, La Colonia.

Clima Tropical Sabana Mega Térmico Húmedo. Posee temperaturas por encima de los 24°C hasta los 27°C pero con precipitaciones bajas, con época de lluvia y época de sequía. Se Encuentra asentada la poblaciones de Parambas.

Clima Tropical Uniforme mega térmico lluvioso. Posee una temperatura media anual de 28°C. y está ubicado en el límite de Carchi y Esmeraldas y se encuentra asentada el centro parroquial de Lita.

## **Temperatura**

La parroquia Lita presenta una temperatura promedio de 20 °C, con una máxima de 24 °C y una mínima de 18 °C.

La cabecera parroquial de Lita se encuentra en el rango de 20 a 22°C. Mientras que los poblados de Getzemani, San Rosa, La chorrera, Rio Verde medio, Rio Verde Alto, poseen una temperatura de 18 a 20.

### **• División política administrativa**

Lita está conformada por las siguientes comunidades:

Cachaco, Getsemaní, La Colonia, San Francisco de Palo Amarillo, Parambas, Río Verde Bajo, Río Verde Medio, Río Verde Alto, La Esperanza de Río Verde, Santa Cecilia, El Carmen de Santa Cecilia, Santa Rita, Santa Rosa de Cachaco, Santa Teresita de la Chorrera, San Francisco

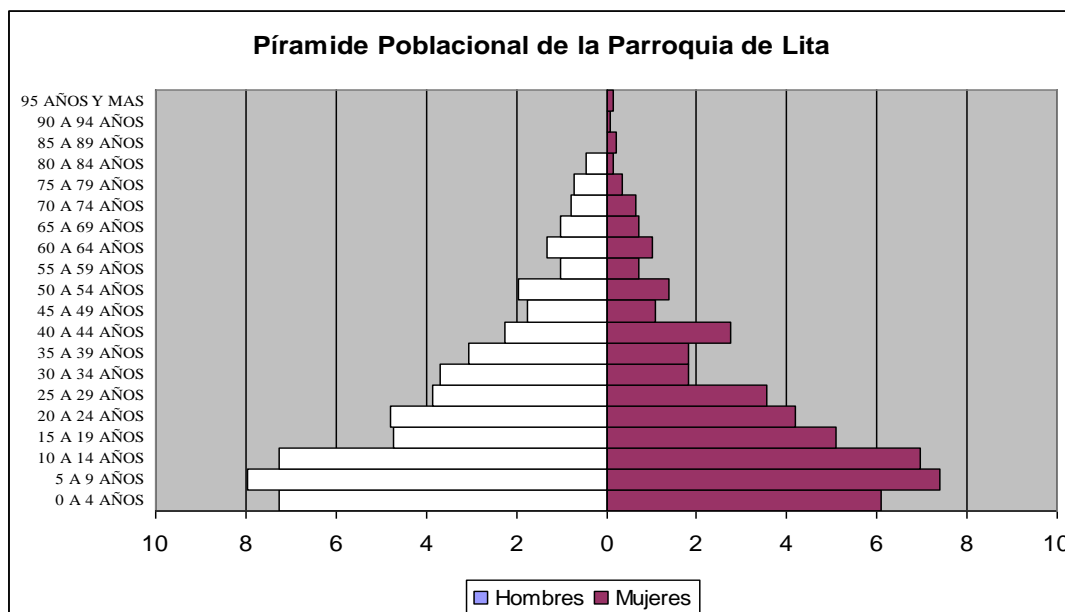
## **1.7.2. Situación socioeconómica**

### **• Población**

La parroquia de Lita está conformada por un total de 3349 pobladores (INEC 2010), en donde un 53% corresponde a población masculina y el 47% es población femenina.

Del total de los pobladores, 1250 corresponde a niños entre 0 y 12 años de edad esto representa el 37%, 160 corresponde a personas de la tercera edad lo que representa el 5% de la población(INEC 2010).

## ILUSTRACIÓN No. 2



Fuente: Álvarez E y Saavedra K, 2009).

Según el censo del 2010 se tiene la siguiente presencia de nacionalidades y pueblos indígenas:

### CUADRO No. 2 NACIONALIDADES Y PUEBLOS INDÍGENAS DE LITA

Nacionalidad o Pueblo Indígena al que pertenece	Casos
Awa	718
Siona	1
Kichwa de la sierra	3
Pastos	12
Otavalo	1
Se ignora	103
<b>Total</b>	<b>838</b>

Fuente: INEC Censo 2010

Elaborado por: La autora

### Grupos de Edad

Según el Censo realizado en el 2010 se tiene la siguiente distribución de edades:

**CUADRO No. 3 DISTRIBUCIÓN EDAD  
POBLACIÓN PARROQUIA DE LITA.**

EDAD	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	PORCENTAJE
De 0 a 18 años	894	800	1694	51%
de 19 a 64 años	802	693	1495	45%
Tercera edad	92	68	160	5%
			3349	100%

Fuente: INEC Censo 2010

Elaborado por: La Autora

**Género**

En la parroquia de Lita se tiene un 53% de población masculina y un 47% de población femenina. La participación femenina ha tenido un repunte en los últimos años dentro de Lita, es así que se tiene presencia de mujeres dentro de los diferentes ámbitos administrativos de la parroquia.

Dentro de los hogares las mujeres son parte importante al momento de la toma de decisiones así como también en la participación dentro de las actividades productivas.

- **Ingreso promedio**

El ingreso promedio mensual de las familias de estas comunidades oscila entre 150 y 300 dólares mensuales. El siguiente cuadro ilustra las principales fuentes de ingreso

**CUADRO No. 4  
PRINCIPALES FUENTES DE INGRESO PARROQUIA DE LITA**

Actividad Económica Principal	Mercado habitual al que se destina	Importancia para la Población
Agricultura	Consumo interno e Ibarra	Alta
Ganadería	Consumo interno Ibarra - Quito	Alta
Albañilería	Dentro de la parroquia e Ibarra	Alta
Peones	Dentro de la parroquia	Alta

Fuente: Plan de desarrollo parroquial

• **Educación**

Tomando en cuenta que el nivel de progreso de la sociedad se mide en el desarrollo escolar y académico es importante conocer el sistema educativo formal que mueve a la parroquia de Lita

**CUADRO No. 5  
NIVELES DE INSTRUCCIÓN A POBLACIÓN  
DE LITA**

NIVEL DE INSTRUCCIÓN EN LITA		
Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió	Casos	%
Ninguno	348	12
Centro de alfabetización /(EBA)	65	2
Preescolar	26	1
Primario	1472	52
Secundario	303	11
Educación básica	406	14
Bachillerato - Educación Media	112	4
Ciclo Postbachillerato	7	0
Superior	56	2
Postgrado	1	0
Se ignora	62	2
<b>Total</b>	<b>2858</b>	<b>100</b>

Fuente: INEC censo 2010

La población de Lita en educación su realidad es la siguiente: el analfabetismo según los datos tomados del censo INEC es de 541 personas de una muestra poblacional de 2858 individuos, de los cuales 256 son hombres y 276 mujeres.

**CUADRO No. 6  
Analfabetismo por sexo en lita**

ANALFABETISMO POR SEXO EN LITA			
Sabe leer y escribir	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Sí	1247	1070	2317
No	265	276	541
<b>Total</b>	<b>1512</b>	<b>1346</b>	<b>2858</b>

Fuente: INEC Censo 2010

Elaborado por: La Autora



De un total de 2858 encuestados, se tiene que 2317 pobladores saben leer y escribir que representa un 81,07% del total de la población, y un 18,93% no ha recibido instrucción educativa, que representan un total de 541 encuestados.

• **Pobreza**

La población se distribuye en 15 comunidades dispersas en el territorio, tiene un porcentaje de pobreza por necesidades básicas insatisfechas del 84,6%, la pobreza extrema por NBI es de 56%

• **Salud**

Una gran parte de la población utiliza la medicina natural como la mejor opción para calmar sus dolencias, pues esta es considerada más barata y de libre accesibilidad, pues la practican los curanderos quienes se encuentran en los sectores más alejados de la parroquia.

La parroquia Lita cuenta con dos subcentros de salud los mismos que están ubicados en la comunidad de Lita es decir en la cabecera parroquial, donde según la dirección provincial de salud, los casos más frecuentes que son atendidos en esta casa de salud son: diarreas agudas, dermatomicosis, paludismo, parasitosis, entre otras.

**CUADRO No. 7**

<b>Establecimientos y personal de salud</b>			
<b>Parroquia de Lita</b>			
<b>N°</b>	<b>Establecimiento</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Médicos</b>
		<b>Comunidad</b>	
1	Subcentro de Salud	Lita	4
1	Subcentro de Seguro Social Campesino	Lita	2
	<b>Total</b>		<b>6</b>

Fuente: INEC Censo 2010  
Elaborado por: La Autora

## • Vivienda

Según el Censo del 2010 el tipo de vivienda de los pobladores de Lita se describe en el siguiente cuadro:

**CUADRO No. 8**  
**TIPO DE VIVIENDA POBLADORES PARROQUIA DE LITA**

Casa/Villa	Departamento en casa o edificio	Cuarto(s) en casa de inquilinato	Mediagua	Rancho	Covacha	Choza	Otra vivienda particular	Hospital, clínica, etc.	Convento o institución religiosa	Total
640	9	7	45	266	16	27	4	1	1	1016

Fuente: INEC Censo 2010  
Elaborado por: La Autora

## • Vías de acceso

Su accesibilidad es mediante una vía asfaltada de primer orden, dista de Ibarra 98 Km. que son usualmente cubiertos en dos horas en un vehículo privado.

### 1.7.3. Actividades productivas

La Producción en la parroquia se establecen como actividades principales, aquellas que son destinadas a mejorar la economía familiar, siendo estas: la producción agrícola, pecuario, piscícola y en menor escala la avicultura, ocupando un lugar importante dentro de la estructura económica parroquial.

Según el Plan de Desarrollo Parroquial realizado en el 2009, las actividades económicas de Lita, está basada, en la agricultura y ganadería alcanzando un 83% de la población, mientras que las actividades de servicio se encuentran en segundo puesto con un 9% y finalmente las actividades hostales y restaurantes con 4 %, mientras que el restante 4% de la población se dedican a actividades relacionadas con la oferta de servicios particulares. Las actividades de servicio privado como: restaurantes y casas de residencia (hostales) representan el 4% de

las actividades productivas de la parroquia, las mismas se encuentran concentradas en la cabecera parroquial, y en la vía Ibarra – San Lorenzo, las personas que utilizan estos servicios son específicamente viajeros y turistas.

Determinando de esta forma que como actividades las actividades de mayor importancia se encuentran relacionadas con el uso de los recursos naturales existentes en la zona.

- **Tipo de Actividad**

**GRÁFICO No.1  
PRINCIPALES ACTIVIDADES PRODUCTIVAS  
DE LITA**



Fuente: Plan de desarrollo parroquial

## **Agricultura**

Los ingresos económicos de los hogares se sustentan especialmente en actividades del sector agropecuario y en la comercialización de estos productos.

Los conglomerados humanos que integran el territorio de la parroquia de Lita (Awá, los afrodescendientes y mestizos) tienen un estrecho vínculo entre sus hábitos alimenticios y su forma productiva en las parcelas de donde obtienen los productos para su dieta alimenticia.

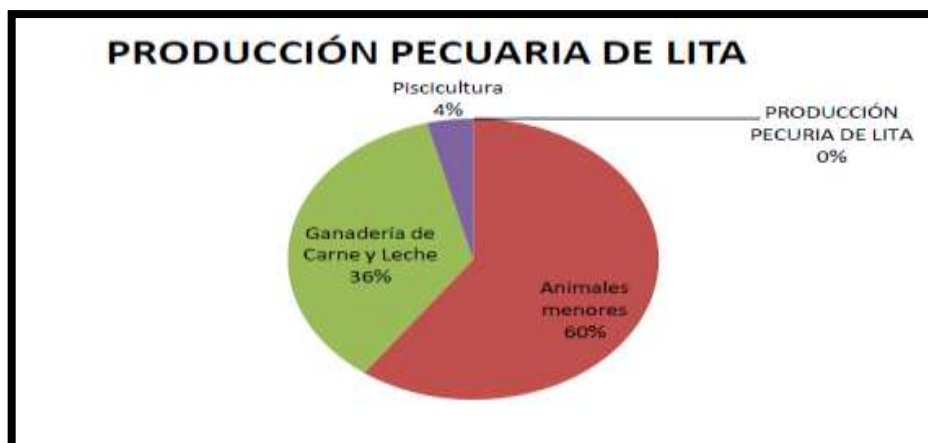
Los sistemas productivos se sustentan en una integralidad de los cultivos y los diferentes componentes de la finca. Sin embargo, existen algunos obstáculos que han disminuido el verdadero potencial del uso de la tierra, entre los principales se puede mencionar: espaciamiento, competencia de luz y nutrientes entre cultivos y la escasa aplicación de paquetes tecnológicos que mejoren la producción y productividad de los cultivos.

La parroquia de Lita es una zona de estribación privilegiada, por sus factores agroclimáticos, que permiten el desarrollo de diversos cultivos, en todo su territorio, entre los principales productos tenemos: algunas variedades de plátano (seda, dominico, maqueño, artón, orito o chiro), este último es la principal fuente de alimentación de las comunidades Awa, además naranjilla, caña suave y panelera, cabuya, maíz duro, cacao fino de aroma, papaya, yuca, cítricos, arazha, borjón, tomate riñón, ají, frejol.

### **Actividad Pecuaria**

La actividad pecuaria que mayor acogida tiene entre los habitantes de la parroquia es la crianza de animales menores (aves, chanchos y cuyes en menor proporción) el 60% población se dedica a esta actividad, la producción obtenida se comercializa y se destina al consumo familiar. La ganadería de carne y leche (doble propósito) es una actividad pecuaria extensiva que demanda grandes extensiones de territorio realizada por el 36 % de la población local, y en menor porcentaje se encuentra la piscicultura (tilapia) con un 4 % de la población dedicada a esta actividad.

**GRÁFICO No. 2**



Fuente: Plan de desarrollo parroquial

## **Forestal**

El proceso de explotación forestal se presenta con frecuencia asociado a la colonización, la tala ilegal, y el aprovechamiento del bosque por parte de la población local como fuente de leña.

La tala indiscriminada para el aprovechamiento de la madera y su posterior uso en pastizales, agrícolas, está generando un incremento de la frontera agrícola y la disminución de los recursos hídricos. Pese a no existir estadísticas exactas que definan las áreas en las que se debe intervenir, en la parroquia se ejecutó un proyecto a través del Programa Descentralización de los Recursos Naturales PRODERENA donde se forestaron y reforestaron un promedio de 50 hectáreas de bosque nativo, en el periodo 2007 -2009.

Según datos proporcionados en reuniones comunitarias, existen 4- 5 planes de manejo para la extracción de madera en la parroquia especialmente de: copal, chialde, caimitillo, amarillo entre los principales; además se puede observar en todo el trayecto a las comunidades manchones de bosques de guadua natural un aproximado de 20Ha en forma dispersa en todo el territorio.

## Minería

Existe en la parroquia de Lita dos concesiones mineras, una está en proceso de tramitación y otra inscrita en el Catalogo Minero Nacional.

**CUADRO No. 9**  
**RESUMEN DE ÁREAS MINERAS EN LA PARROQUIA DE LITA**

No.	AREA MINERA	PROVINCIA	LOCALIZACION	ESTADO	PETICIONARIO
1	LUCY II	Imbabura	Lita	En Trámite	ALL METALS
2	CASCABEL	Imbabura	Lita	Inscrita	ALL METALS

Fuente: Ministerio de Recursos Naturales no Renovables, 2011.  
Elaborado por: La Autora

## Manufactura

La manufactura en la parroquia no se ha desarrollado, se puede evidenciar una incursión en esta actividad en la producción de cabuya, el procesamiento para la obtención y venta de la fibra demanda un tipo de transformación de la materia prima, pero es netamente artesanal.

## Turismo

La parroquia goza de hermosos atractivos paisajísticos naturales, para el desarrollo de las actividades turísticas, que iniciaron hace pocos años, sin embargo los negocios prosperan principalmente por la oferta de: alimentos, alojamiento, esparcimiento y ocio en los balnearios naturales que existen en los ríos: Baboso, Lita y otros.

El río Lita es uno de los lugares más visitados por los turistas, la calidad del agua y fresca lo hacen muy atractivo. La topografía y el curso de agua facilitan la práctica de varios deportes acuáticos y de alto riesgo mismo que fascina a los turistas extranjeros.

## **Comercio**

Los mercados son la principal fuente de la dinamización de la economía de los pueblos, en la parroquia existe un Mercado ubicado en la cabecera parroquial, oferta 44 puestos en donde los productores y comerciantes pueden ofrecer sus productos. Además la promoción y difusión de ferias populares permitirán fortalecer los procesos de comercialización de los productos en todas las comunidades del sector.

### **Sistemas de comercialización**

Los sistemas de comercialización en la parroquia de Lita, predominantemente es por medio de intermediarios, que compran los productos en la vía Lita-San Lorenzo, pues la inaccesibilidad a ciertas comunidades, ha condicionado la compra de la producción, a la vía principal.

#### **✓ Al por mayor en la unidad productiva**

Los comerciantes locales acceden a la unidad productiva para negociar la compra de productos, pues la accesibilidad a las comunidades productoras en la mayor cantidad de productos agrícolas es limitada, los caminos son de lastre y vías de tercer orden, que muchas veces por la inestabilidad del suelo, se ven interrumpidos de derrumbes que impiden el paso.

Por otro lado la venta al por mayor no se realiza, dado que los productores no tienen una capacidad productiva adecuada, para vender grandes cantidades del producto, el sistema se convierte en la compra finca a finca de los productos para poder alcanzar un producto que justifique los gastos de logística de los comerciantes.

✓ **Al por mayor en el mercado local**

La comercialización en el mercado local se realiza principalmente en la cabecera parroquial, dado que en las comunidades dispersas se practica en un 30% aproximadamente la agricultura de subsistencia, esto quiere decir, que la población de estas comunidades, consume lo que cultiva, y el remanente es comercializado para otros gastos que cubren las necesidades básicas de la familia, y de igual manera como en el punto anterior, la producción no es en grandes cantidades, lo que no permite comercializar al por mayor.

✓ **Al por mayor fuera del mercado local**

La comercialización fuera del mercado local no se da en la parroquia, pues si se quiere transportar el producto, sería por medio de camionetas de alquiler, cuyo costo se debe cargar al producto, y no se puede competir en los mercados aledaños.

✓ **Al por menor en el mercado local**

La comercialización al por menor en el mercado local, se da principalmente entre las comunidades dispersas, y la cabecera parroquial, donde sus habitantes se dedican a otros trabajos, que no es la agricultura, y si necesitan de los productos que les ofrecen las otras comunidades.

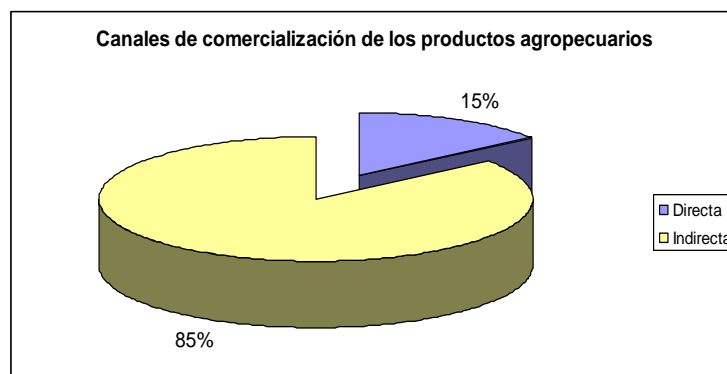
✓ **Al por menor en el sitio de producción**

Este tipo de comercialización es muy esporádica, y se puede dar entre pobladores de la misma comunidad, que deseen intercambiar entre sí la producción de cada uno, para subsistencia familiar.



✓ **Comercialización - destino de la producción**

**GRÁFICO No. 3**  
**CANALES DE COMERCIALIZACIÓN QUE SE ESTABLECEN EN LA PARROQUIA DE LITA.**



Fuente: Plan de desarrollo parroquial

El canal de comercialización más utilizado en la parroquia es el indirecto, esto quiere decir que se trabaja en su mayoría con intermediarios, un bajo porcentaje es en forma directa, entre las comunidades dispersas, y la cabecera parroquial.

La producción de la parroquia de Lita es utilizada para el consumo familiar un 30% es parte de base de la dieta alimentaria de las familias del sector y el 70% para la venta. La agricultura es la actividad que mantiene la economía de la parroquia, dentro de los destinos de la venta de la producción local, es dentro de la parroquia, esto quiere decir que la producción que los agricultores destinan para la venta, tienen que venderla dentro de la parroquia, pero a intermediarios que comercializan los productos, en otros mercados provinciales.

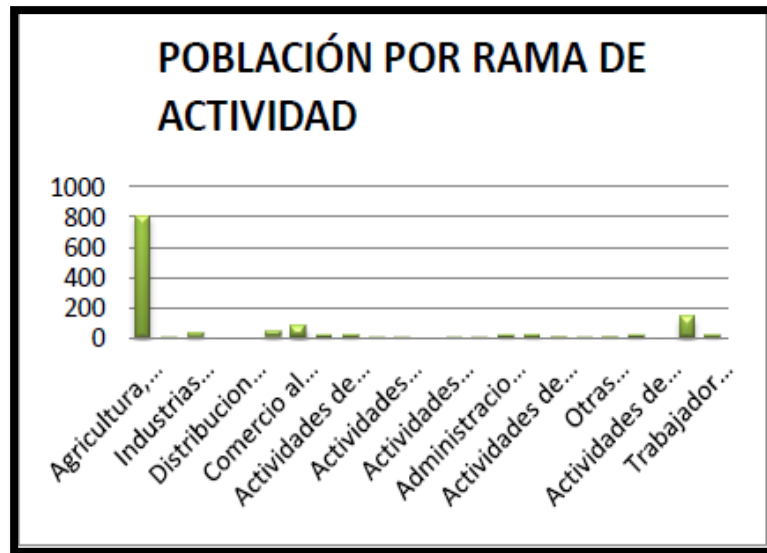
La comercialización se realiza en la vía Lita-San Lorenzo en su mayoría, y el 4% se distribuye a las pequeñas tiendas y restaurantes de la cabecera parroquial.

- **Población por rama de actividad**

La población económicamente activa por rama de actividad según el Censo 2010, es de 1206 personas que corresponde al 36% de la población total de la parroquia. Mientras que la población en edad de trabajar PET (15-64 años) es de 1763 personas que corresponde al 52,64%.

**GRÁFICO No. 4**

**POBLACIÓN POR RAMA DE ACTIVIDAD EN LA PARROQUIA DE LITA**



Fuente: INEC Censo 2010  
Elaborado por: La autora

- **Principales productos agrícolas**

Los principales cultivos de la parroquia y datos aproximados de hectáreas, teniendo que el producto más distribuido es el plátano con 262 Ha, la naranjilla 200Ha, la caña 133 Ha, la cabuya 87 Ha (obteniendo un producción estimada de 60-80 qq/Ha., a partir de los 4 años), maíz duro 76 Ha, yuca 59 Ha.

Es importante destacar que la naranjilla ocupa el segundo lugar de la producción agrícola de la zona, con el 20.9% del área cultivable, generando beneficios económicos a las familias, pero produciendo impactos ambientales negativos por el manejo inadecuado y excesivo de plaguicidas.

• **Destino de la producción**

La producción agrícola está destinada en su mayoría para la alimentación familiar, una pequeña parte que es comercializada a través de intermediarios, estos productos tiene los siguientes destinos.

**CUADRO No. 10  
ORIGEN Y DESTINO DE PRODUCTOS  
COMERCIALIZADOS EN MERCADOS Y FERIAS**

PRODUCCION	COMERCIALIZACION	
PARROQUIAS RURALES		
Lita	Colombia	Ibarra
	Latacunga	Ambato
	Quito	Riobamba,
	Manta	Guayaquil

Fuente: Plan de desarrollo parroquial

**1.8. Determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos**

**1.8.1. Aliados**

- La parroquia de Lita es una zona de estribación privilegiada, por sus factores agroclimáticos.
- Existen varios pisos climáticos que favorecen a la actividad agrícola.
- Existen instituciones educativas que capacitan en aspectos agrícolas a la población.

- Las autoridades y habitantes de la parroquia, fortalecen la actividad cada día

### **1.8.2. Oponentes**

- El sector no existe una comercialización directa de los productos agrícolas hacia las ciudades.
- El ingreso promedio mensual de las familias de las comunidades de la parroquia de Lita son de supervivencia.
- No existe una dinámica productiva por la falta de vías de comunicación.
- No existe una oferta gastronómica propia de la zona.
- Existe la demanda de programas de capacitación y formación técnica y artesanal para jóvenes y adultos.

### **1.8.3. Oportunidades**

- Línea de financiamiento para emprendimientos por parte del Ministerio de Turismo.
- Apoyo de ONG externas en proyectos comunitarios.
- Existencia de nuevas tecnologías para promocionar productos.
- Programas de manejo técnico de la fruticultura.

#### **1.8.4. Riegos**

- No existen zonas protegidas lo que corre riesgo en ecosistema de la zona.
- La tala indiscriminada para el aprovechamiento de la madera y su posterior uso en pastizales, agrícolas, está generando un incremento de la frontera agrícola y la disminución de los recursos hídricos.
- Problemas limítrofes, pues su ubicación es a 50km aproximadamente de la frontera.
- Las instituciones financiera privadas y públicas manejan altas tasa de interés.
- Las variaciones climáticas generan incertidumbre en la actividad agrícola.

#### **1.9. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN.**

Una vez efectuado el análisis externo de los aspectos que caracterizan a la parroquia de Lita y que influenciarán en el desarrollo del proyecto, se puede mencionar que el lugar cuenta con un clima prodigioso apto para el cultivo de maracuyá, generando de esta manera el fortalecimiento de la agricultura atreves de cultivos no tradicionales en la zona.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. La microempresa

VÁSQUEZ Lola (2006). *Afirma: "La microempresa es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción."* Pág.39

Según lo expuesto por el autor la microempresa es una sociedad que está conformada por un mínimo número de personas que tienen la finalidad de hacer conocer sus pequeños negocios que prestan diferentes actividades ya sea de producción, comercialización o de servicios.

##### 2.1.1. Objetivos de la microempresa

Según (VÁSQUEZ Lola 2006. *Pág. 41*). Dice: Los objetivos deben ser capaces de convertirse en metas y tareas específicas de todas las áreas de las que depende la supervivencia de la microempresa. Para ello se tomara en cuenta los siguientes objetivos:

- **Objetivo de Innovación:** Debe ser capaz de innovar, de lo contrario con el suministro, empleo y desarrollo de los recursos humanos.
- **Objetivo sobre Recursos Humanos:** Debe determinar objetivos relacionados con el suministro, empleo desarrollo de los recursos humanos.

- **Objetivo de Productividad:** Debe emplearse adecuadamente los recursos y la productividad debe crecer para que la microempresa sobreviva.

### 2.1.2. Características de la microempresa

(SÁNCHEZ GÓMEZ, 2012. *Pág.37*). Presenta las características de la microempresa.

- Trabajo familiar
- Limitación de Capital
- No existe una clara separación de funciones y capital de la empresa.
- Limitación Tecnológica
- Las microempresas se orientan a mercados de fácil acceso o con pocas restricciones.

### 2.1.3. Clasificación de la microempresa

Según la Dirección de Microempresas y Artesanías del Ministerio de Industrias, Comercio, Integración, Pesca y Competitividad, MICIP, las actividades que desarrollan las microempresas pueden ser:

- **Producción:** Son aquellas que transforman materias primas en productos elaborados, dentro de esta actividad se encuentra la elaboración de artesanías cuya actividad del MICIP se regula en base a la ley de Fomento Artesanal

- **Comercio:** Son las que tienen como actividad la compra –venta de bienes y productos elaborados. Su actividad se reduce a la reventa de productos elaborados por las empresas de producción.
- **Servicios:** La cualidad de estas microempresas es el hecho de ser inmateriales, es decir de consumo inmediato, es una acción que busca llenar o satisfacer una necesidad
- **De sobrevivencia:** Tiene la urgencia de conseguir ingresos y su estrategia de competencia es ofrecer su mercadería a precios que apenas cubren sus costos.
- **Subsistencia:** Son aquellas que logran recuperar la inversión y obtienen ingresos para remunerar el trabajo.
- **En crecimiento:** Tiene la capacidad de retener ingresos y reinvertirlos con la finalidad de aumentar el capital y expandirse, son generadoras de empleos. Aquí la microempresa se convierte en empresas.

#### 2.1.4. Ventajas de la microempresa

Según, (SÁNCHEZ GÓMEZ, 2012. *Pág.42*).Presenta las ventajas que una microempresa contiene.

- Es una fuente generadora de empleos.
- Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
- Son flexibles, adaptando sus productos a los cambios del mercado.



- Se posee organización y estructura simple, lo que facilita el despacho de mercancía rápido y ofrecer servicios a la medida del cliente.
- Reducen las relaciones sociales a términos personales ya que, en general, sus orígenes son familiares.
- Presentan mayor adaptabilidad tecnológica a menor costo de infraestructura.
- Contribuye al empleo de personas con discapacidad física, por edad o con dificultad para conseguir empleo.

#### **2.1.5. Desventajas de la microempresa**

Según, (SÁNCHEZ GÓMEZ, 2012. *Pág.43*).Menciona las desventajas que presenta la creación de una microempresa.

- Las posibilidades de financiamiento no son tan accesibles como las de las grandes empresas.
- Tamaño poco atrayente para los sectores financieros ya que su capacidad de generar excedentes importantes con relación a su capital no consigue atrapar el interés.
- Dificultades para desarrollar planes de investigación que le permite el crecimiento microempresarial.
- Hacer frente a las complicadas y cambiantes formalidades administrativas y fiscales, todo lo cual le invierte costo de adecuación más alto.
- Las decisiones son tomadas de acuerdo a corazonadas o al gusto del empresario.

## 2.2. La administración

*MUNCH Lourdes, (2010). Manifiesta. “La administración es una actividad indispensable en cualquier organización de hecho es la manera más efectiva para garantizar su competitividad”. Pág.23*

*JANY CASTRO José Nicolás, (2009). Afirma: “La administración es una herramienta fundamental de marketing que a su vez es esencial para la investigación de marketing, la administración ayuda a evaluar la rentabilidad de las empresas frente a los fenómenos de capital, oferta, demanda, costo, precios”.Pág.41*

De acuerdo con el análisis de los conceptos del autor se dice que, la administración cumple con un papel importante en la vida de cada empresa, ya que se encarga de controlar el movimiento de las actividades que se vayan desarrollando para poder alcanzar las metas que se han propuesto para mantener una estabilidad en mercado.

### 2.2.1. Objetivos de la administración

Según (DÍAS CALLEJAS Osmin, 2009. Pág.27). Señala los objetivos de la administración:

- Alcanza de forma eficiente y eficaz los objetivos de un organismo social donde se plantean planes de desarrollo.
- Conseguir de manera eficiente las metas con el mínimo de sus recursos
- Permite a la empresa tener una perspectiva más amplia del medio en el cual se desarrolla.

- Asegurar que la empresa produzca o preste sus servicios de calidad tomando en cuenta que el principal factor son los clientes.
- El objetivo principal de la Administración es aprovechar los recursos que posee la empresa para lograrlo de una manera eficiente y eficaz.

### 2.2.2. Niveles administrativos

Según el autor (KOONTZ, 2008. Pág. 39) Presenta los niveles administrativos que se desarrollan en la empresa

- **Nivel Directivo:** Comprende los empleados a los cuales corresponden funciones de dirección general, de formulación de políticas institucionales y de adopción de planes, programas y proyectos.
- **Nivel Asesor:** Agrupa a los empleados cuyas funciones consiste en asistir, aconsejar y asesorar directamente a los empleados públicos del nivel directivo.
- **Nivel Ejecutivo:** Comprende los empleados cuyas funciones consiste en la dirección, coordinación, supervisión y control de las unidades o áreas internas encargadas de ejecutar y desarrollar las políticas.
- **Nivel Administrativo:** Agrupa a los empleados cuyas funciones implica el ejercicio de actividades de orden administrativo, complementarias de las tareas propias de los niveles superiores.
- **Nivel Operativo:** El nivel operativo comprende los empleados con funciones que implican el ejercicio de labores que se caracterizan

por el predominio de actividades manuales o tareas de simple ejecución.

### **2.2.3. Misión**

*Según WHEELEN, Thomas L. HUNDER, David J. (2007). Dice: “La misión de una organización es el propósito o razón de ella, declara lo que la empresa proporciona a la sociedad, el propósito exclusivo y fundamental que distingue a una empresa de otras de su tipo e identifica el alcance de sus operaciones con respecto a los productos que ofrece y los mercados que sirve”. Pág. 12*

Lo manifestado por el autor permite definir a la misión como el propósito fundamental sobre las operaciones que se vaya a desarrollar ya sea en un bien o servicio.

### **2.2.4. Visión**

*Para D' ALESSIO, Ipinza Fernando (2008). Afirma: “La visión de una organización es la definición deseada de su futuro responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?, implica un enfoque de largo plazo”. Pág. 61.*

De acuerdo al concepto dado por el autor se dice que la visión de una empresa presenta metas importantes que con el transcurso del tiempo lo va obteniendo hasta llegar a la parte final que se ha planteado.

## **2.3. Estudio de mercado**

### **2.3.1. Demanda**

*KOTLER Philip, (2008). Menciona: “La demanda del mercado para un producto es el volumen total que se adquirirá un grupo de clientes definido, en un área*

*geográfica establecida, dentro de un periodo definido, en un ambiente de mercado específico”. Pág. 217*

*NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manifiesta: “La demanda es la cantidad de productos o servicios que se requiere o solicita en el mercado con el fin de satisfacer una necesidad específica a un precio determinado”. Pág. 27.*

Según lo expuesto por el autor, la demanda es la cantidad de bienes o servicios que el comprador adquiere a un precio establecido, con el propósito de satisfacer sus necesidades.

### **2.3.2. Oferta**

*NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manifiesta: “La oferta es la cantidad de productos o servicios que un cierto número de empresas o productores están dispuestos a llevar al mercado por un precio determinado”. Pág. 50.*

De acuerdo a lo manifestado por el autor se puede definir a la oferta como la cantidad de bienes y servicios que están disponibles en el mercado con un precio determinado, la venta de los bienes pueden ser realizadas verbalmente o por escrito dependiendo las condiciones de los interesados

### **2.3.3. El precio**

*ANZOLA ROJAS Sérvulo, (2010).Expresa: “El precio del producto proporciona al vendedor su ganancia necesaria y refleja la satisfacción y utilidad del comprador por la compra realizada. Los precios que se asignan a los bienes o servicios contribuyen a formar la imagen de la empresa. A demás en la mayoría de empresas el precio es determinado por el volumen de ventas”. Pág. 171*

*PALAO Jorge, GOMEZ GARCIA Vicent, (2009). Afirma: “El precio es una variable distinta a las otras de la mezcla de*

*mercadotecnia ya que es el contrapeso entre lo que la empresa ofrece (producto, comunicación, distribución) y los que el cliente está dispuesto a dar a cambio por eso". Pág.82*

Con la definición anterior se determina que, el precio es conocido como el valor que contiene cada bien o servicio, este valor es muy importante porque permite cubrir los costos que se han invertido en su gestión

#### **2.3.4. La publicidad**

*ANZOLA ROJAS Sérvulo, (2010).Manifiesta: "La publicidad es cualquier tipo de presentación de ventas no personales, pagada por un patrocinador determinado. El mensaje de la publicidad es denominado como texto publicitario contiene las palabras habladas o escritas del anuncio". Pág. 166*

Según lo planteado por el autor la publicidad tiene el propósito de mejorar los niveles de venta de cada empresa a través de los anuncios publicitarios que se realicen, los mismos contendrán información importante de cada producto o servicios que se disponga al mercado

#### **2.3.5. La plaza o distribución**

*MUNCH Lourdes, (2010).Expresa: "La función más importante de la plaza incluye la planificación de estrategias, la selección de canales de distribución efectivos, el manejo y el movimiento de los productos, así como su posicionamiento en el mercado de los mismos". Pág.230*

*PALAO Jorge, GOMEZ GARCIA Vicent, (2009). Afirma: "La plaza es las variable de mercadotecnia que se encarga de lograr que los productos de la empresa estén disponibles para los consumidores". Pág.92*

Lo manifestado por el autor permite determinar que la plaza o distribución consiste en aplicar los mecanismos más efectivos que permitan llevar sin complicaciones el producto o servicio al mercado objetivo, para ello hay que tomar en cuenta los canales de distribuciones que actualmente funcionen.

## **2.4. Estudio técnico**

### **2.4.1. Macrolocalización**

*Según FLORES U. Juan A. (2007). Afirma: “El estudio de la localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como la macrolocalización, hasta identificar una zona urbana o rural, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto”. Pág.49*

El autor presenta conceptos que permiten definir a la macrolocalización como un punto importante para determina la región, provincia, cantón; en donde se desarrollara el proyecto.

### **2.4.2. Microlocalización**

*Según FLORES U. Juan A. (2007). Afirma: “Es el proceso de elegir la zona y dentro de esta el sitio preciso en donde se debe estudiar varias alternativas posibles, que una vez evaluadas, permitan la escogencia de aquella que integralmente incluya la gran mayoría de factores, considerados como los más relevantes e importantes”. Pág. 50*

El concepto dado por autor permite definir a la microlocalización como el análisis que se realiza para orientarse y obtener la ubicación adecuada para el desarrollo del proyecto, el mismo consiste en conocer los factores que el lugar dispone.

### **2.4.3. Ingeniería del proyecto**

*Para los autores SAPAG, CH. Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo (2008). Afirma: “Es el que ayuda a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado”. Pág. 144.*

Según lo manifestado en el concepto se dice que, la ingeniería del proyecto en parte interviene en el manejo de los recursos y presenta la mejor opción para la utilización de los recursos que posee para el desarrollo de sus actividades.

### **2.4.4. El presupuesto**

*RIVERA MARTINEZ Francisco, HERNANDEZ CHAVEZ Gisel, (2010). Afirma: “El presupuesto es el resultado del proceso de costeo, nos presenta las actividades del proyecto y sus costos correspondientes, así es como sus sumas parciales y totales. Se puede estructurar de diversas maneras, una forma común es diferenciado los costos directos de los indirectos. Se puede también especificar cuentas y subcuentas para asociarlas con la contabilidad de la organización”. Pág. 164*

Tomando en cuenta lo expuesto por el autor se dice que el presupuesto presenta un propósito de coordinar y controlar las operaciones y recursos que se desarrollan en un proyecto con la finalidad de lograr los objetivos propuestos.

## **2.5. Aspectos contable financieros**

### **2.5.1. Contabilidad**

*PALAO Jorge, GOMEZ GARCIA Vicent, (2009). Menciona: “La contabilidad es un sistema que se encarga de recabar y*



*registrar toda la información necesaria de las operaciones de una empresa, su objetivo principal es reunir datos necesarios que permitan posteriormente ser capaces de tomar buenas decisiones en la empresa”. Pág.14*

*Para BRAVO VALDIVIESO Mercedes, 2009. Afirma: “Es la ciencia el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable”. Pág.3*

El autor presenta sus conceptos que permiten definir a la contabilidad como un proceso que permite tomar decisiones a tiempo como también realiza el registro, clasificación, resumen y formación de las transacciones realizadas además se encarga de la interpretación de los efectos que presenta en las operaciones.

### **2.5.2. Objetivos de la contabilidad**

Según, (BRAVO VALDIVIESO Mercedes, 2009. Pág.5).Presenta los objetivos que la contabilidad persigue.

- Proporcionar la situación financiera del negocio en el momento en que se solicite.
- Permitir un conocimiento e interpretación adecuado a los usuarios de la información.
- Proyectar la ampliación de las actividades teniendo como base las realizadas en periodos anteriores
- Registrar las operaciones realizadas por la empresa de una manera clara y precisa

- Controlar eficientemente las actividades financieras de la empresa.

### **2.5.3. Características de la contabilidad**

Según, (BRAVO VALDIVIESO Mercedes, 2009. Pág.7). Las características de la contabilidad son:

- Obtener en cualquier momento información ordenada y sistemática sobre el movimiento económico y financiero del negocio.
- Establecer en términos monetarios, la información histórica o predictiva, la cuantía de los bienes, deudas y el patrimonio que dispone la empresa.
- Registrar en forma clara y precisa, todas las operaciones de ingresos y egresos.
- Determinar las utilidades o pérdidas obtenidas al finalizar el ciclo económico.
- Servir como comprobante fidedigno, ante terceras personas de todos aquellos actos de carácter jurídico en que la contabilidad puede tener fuerza probatoria conforme a Ley.
- Proporcionar oportunamente información en términos de unidades monetarias, referidas a la situación de las cuentas que hayan tenido movimiento hasta la fecha de emisión.
- Suministrar información requerida para las operaciones de planeación, evaluación y control, salvaguardar los activos de la institución y comunicarse con las partes interesadas y ajenas a la empresa.

## 2.5.4. Libros que se utilizan en la contabilidad

Según, (PALAO Jorge, GOMEZ GARCIA Vicent, 2009. Pág.18).

Menciona los libros que se utilizan en la contabilidad.

- **Diario general:** El diario general es un libro contable donde se recogen, día a día los hechos económicos de una empresa. La anotación de un hecho económico en el libro diario se llama asiento, es decir en él se registra todas las transacciones realizadas por una empresa.
- **Mayor general:** Es el libro de contabilidad en donde se organizan y clasifican las diferentes cuentas que movilizan la organización de sus activos, pasivos y patrimonio, para que estos registros sean válidos deben asentarse en el libro debidamente autorizado.
- **Balance de comprobación:** Es un documento contable elaborado por el empresario que le permite hacerse una idea sobre la situación de su empresa, y las operaciones realizadas en el periodo, su objetivo es comprobar que no existe asientos descuadrados en la contabilidad.

## 2.6. Estados financieros

### 2.6.1. Estado de resultados

*Según, El Autor ZAPATA, S. Pedro. (2008), Expone: “Es un informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el fin de medir los resultados económicos durante un periodo determinado.” Pág. 306.*

*PALAO Jorge, GOMEZ GARCIA Vicent, (2009).Manifiesta: “El estado de resultados es el que*

*restando los costos directos y gastos de las ventas, le permiten conocer las ganancias. Los gastos empiezan con el personal, luego viene el alquiler, servicios, equipamiento, y probablemente algo de publicidad, tal vez comisiones, relaciones públicas, y los otros gasto".*  
Pág.85

Partiendo de las definiciones de los autores el estado de resultado es un informe económico que presenta los ingresos y egresos que se dan durante el ejercicio económico de la empresa, el mismo permite conocer si existen pérdidas o ganancia.

### **2.6.2. Estado de flujo del efectivo**

*Para GALINDO, R. Carlos Julio (2008). Afirma: "El flujo de efectivo es un estado financiero donde se refleja los movimientos de efectivo en un periodo determinado." Pág. 45*

*RIVERA MARTINEZ Francisco, HERNANDEZ CHAVEZ Gisel, (2010).Manifiesta: "El flujo de caja o el flujo del efectivo es un documento que nos permite dejar en claro cómo se moverán los recursos financieros del proyecto, es decir los ingresos y los egresos, durante su ejecución. Puede determinarse por semana, mes u otro periodo convencional". Pág.165*

Los conceptos propuestos permiten definir al flujo de efectivo como el informe financiero que se revela los movimientos de dinero efectivo que se realizan en un determinado periodo.

### **2.6.3. Balance general**

*Para GALINDO, R. Carlos Julio (2008). Afirma: "El flujo de efectivo es un estado financiero donde se refleja los movimientos de efectivo en un periodo determinado." Pág. 45*

*PALAO Jorge, GOMEZ GARCIA Vicent, (2009).Expone: “El balance general muestra la situación financiera a través de los bienes de patrimonio, derechos, activos y obligaciones, pasivos, de una entidad a una determinada fecha”. Pág.34*

De acuerdo a lo explicado por los autores el balance general presenta información de todos los movimientos financieros contables que se han desarrollado durante el periodo.

## **2.7. Indicadores financieros**

### **2.7.1. Valor actual neto**

*Según SAPAG Nassir (2008). Manifiesta: “El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor anual es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos expresados en moneda actual”. Pág. 321*

Con la explicación del autor, el indicador financiero valor actual neto presenta un análisis que permitirá conocer la viabilidad del proyecto este indicador consiste en analizar si su valor actual es igual o superior a cero en caso de ser mayor es factible realizarlo.

**La fórmula a utilizarse es:**

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

### **2.7.2. Tasa interna de retorno**

*Según FONTAINE R. Ernesto, (2008). Manifiesta: “Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor*

*actual de un flujo de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero". Pág.100*

*Para, DÍAZ M. Ángel. (2008). Afirma: "Es la tasa de descuento que iguala el valor de los desembolsos previstos (inversiones) con el valor de los flujos de tesorería esperados, ambos actualizados." Pág. 174.*

Según las definiciones analizadas se expone que tasa interna de retorno determina si es confiable realizar la inversión, para ello se toma en cuenta la comparación de la tasa de interés es menor que la tasa interna de retorno.

**La fórmula a utilizarse es:**

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

### **2.7.3. Periodo de recuperación**

*Según, FLORES U. Juan A. (2007). Expresa: "Que la recuperación se da cuando dentro de un año el resultado obtenido del Flujo de Fondos totalmente netos se recupera la inversión." Pág. 119*

*Los autores SAPAG, CH. Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo. (2008). Manifiestan que: "Ayuda a determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa." Pág. 329.*

De acuerdo a los conceptos de los autores, el periodo de recuperación permite conocer el tiempo que se requiere para recuperar la inversión que se realizó para el desarrollo del proyecto

#### 2.7.4. Costo beneficio

*FLORES U. Juan A. (2007). Expresa: “Este criterio de análisis permite traer a valor presente la inversión inicial del plan de negocios, comparándola con los costos en que su ejecución se esperan incurrir, para determinar si los beneficios están por encima de los costos o viceversa.” Pág. 119.*

**La fórmula a utilizarse es:**

$$\text{BENEFICIO} - \text{COSTO} = \frac{\text{FLUJOS ACTUALIZADOS}}{\text{INVERSIÓN}}$$

Según el análisis de los conceptos presentados por los autores, el costo benéfico presenta el rendimiento del proyecto y el tiempo que se necesita para recuperar la inversión lo que permite analizar si el proyecto tiene futuro.

#### 2.7.5. Punto de equilibrio

*NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manifiesta: “El punto de equilibrio es una herramienta usada en el estudio económico para determinar el punto a partir del cual la empresa comienza a tener ganancias, considerando sus funciones de costo total y de ingreso total.” Pág. 85.*

*ACHING, Guzmán C. (2007). Expone: “Permite calcular la cuota inferior o mínima de unidades a producir y vender para que un negocio no incurra en pérdidas”. Pág. 197*

Los autores manifiestan que el punto de equilibrio, es un instrumento que sirve para identificar en los períodos proyectados, la cantidad de ventas que se necesita para que la empresa tenga éxito y logre generar mayores ingresos.

## 2.8. Maracuyá

<http://huitoto.udea.edu.co/FrutasTropicales/maracuya.html>. **Manifiesta** “*El Maracuyá es una planta fructífera que comienza a producir en el primer año de sembrado, además tiene un período de vida relativamente corta. El mayor rendimiento se obtiene en el segundo o tercer año y disminuye en los años siguientes*”.

Fruta de la Pasión o Maracuyá, también conocida como Granadilla Púrpura, Pasionaria o Frutos de la Pasionaria. De la familia de las Pasifloráceas, la *passifloraedulis* es una planta trepadora originaria de Centroamérica, se produce principalmente en Brasil, seguido por Venezuela, Colombia y el resto de los países del trópico. También son productores el Sur de África, Kenia, Australia y la costa de Marfil.

### 2.8.1. Características del maracuyá

<http://wwwcaracteristicas.com//maracuyá.shtml>. Presenta las características principales del maracuyá.

- Sus frutos son comestibles, de forma ovoide parecido a un huevo de gallina, carnosa, con piel amarilla o violáceo y naranja
- Dependiendo de su madurez y variedad; de textura lisa y brillante cuando está en proceso de maduración y arrugada cuando esta lista para comer
- Su pulpa tiene una primera capa delgada pegada a la piel de color carmesí
- Seguida de una segunda capa fina de color blanca que protege a las semillas de su interior



- Las semillas negras grisáceas están envueltas en una especie de gelatina de color anaranjado o amarillo verdoso, muy jugosa, agri dulce y muy aromática; su sabor recuerda la piña y la guayaba.

### **2.8.2. Propiedades y beneficios**

<http://ssmofruit.com/propiedaesmaracuya>: Presenta propiedades y beneficio del maracuyá:

- La planta seca se utiliza como medicinal para remediar problemas de ansiedad o nerviosismo.
- Igualmente posee propiedades adecuadas para calmar dolores corporales, como dolor muscular, dolor de cabeza o dolor de estómago.
- Las propiedades analgésicas de esta planta vienen determinadas por su contenido en ácido ascórbico (vitamina C) y tiamina.
- La pectina le proporciona propiedades antitusivas, capaces de remediar la tos y el ácido ascórbico le otorga propiedades mucolíticas.
- Todo ello ha sido aprovechado en el tratamiento de la bronquitis.
- Sus propiedades medicinales son muy parecidas a la flor de la pasión (*Passionaria caerulea*) que es la planta de este género que más utiliza en medicina natural.

### 2.8.3. Variedades de la maracuyá

<http://www.variedadesmaracuya.com/cultivo.shtml>. Las variedades comerciales son morada, amarilla y granadilla, estas dos últimas presentan los mejores tamaños, la granadilla es la más dulces con una consistencia muy espesa semejante a una mermelada; actualmente en Australia se comercializa sus híbridos.

- **Piel amarilla o passifloramaliformis** se destaca por su piel amarilla; su sabor es agridulce y debido a sus excelentes cualidades aromáticas se utiliza para perfumar.
- **Granadilla dulce o passifloraligularis natural**, se destaca por su color naranja que al madurar adquiere vetas blancas. También pertenece a las granadillas dulces la passifloralaurifolia.
- **La variedad pasiflora molissima** recibe un nombre distintos de acuerdo al país de residencia, así en Colombia se llama "Curaba", en Ecuador "Tacso", en Venezuela "Parcha" y en Bolivia y Perú "Tumbo".
- **Granadilla roja o pasiflora coccinea** las frutas son amarillas verdosas; la granadilla azul o pasiflora caerulea es comestible pero muy insípida.
- **Granadilla gigante o real (pasiflora quadrangularis)** se le atribuye su apelativo gigante porque se encuentran ejemplares de hasta 20 cm de longitud; Al madurar parece un mago porque pasa del color verde al dorado rojizo.

#### **2.8.4. Usos de la maracuyá**

<http://www.manejoyuso.com//maracuyá.shtml>. El más común es comestible usando domésticamente la pulpa diluyendo en agua que posteriormente se convierte en.

- Realización de licores, refrescos, helado, salsa y otros más.
- Como fruta fresca o en jugo.
- Refrescos, néctares, yogures, helado, enlatados y mermeladas.
- Se usa en la Repostería como por ejemplo cheesecake de maracuyá, pudín de maracuyá, tortas, queques.
- Utilizan la pulpa para mezclar con ciertos jugos así como el nuevo producto que ha salido al mercado "cifrut de piña, maracuyá y granadilla".

#### **2.8.5. Proceso de producción del maracuyá**

<http://www.olx.com.ec/q/maracuya/c-210>. Presenta el proceso de producción:

- Es una planta que inicia su fructificación después la plantación.
- El periodo de vida es de 3 a 5 años esto puede variar.
- La productividad puede llegar a 70 Kg. de plantas siempre y cuando el cultivo de manera silvestre y manejo adecuado del suelo.

- Al llegar al estado de madurez cuando se desprende del fruto y cae al suelo es por eso que se recomienda recolectar después de 34 días aproximadamente.
- Es de suma importancia de contar con suelos profundos, bien drenados, de textura franca, con buena capacidad para poder retener la humedad.
- Crece mejor en climas cálidos y templados aunque retrasen el inicio de producción.

#### **2.8.6. Proceso del cultivo del maracuyá**

<http://www.monografias.com/produccion-maracuya-peru/produccion-maracuya-peru2.shtml>. Menciona el proceso de producción de la maracuyá:

- La pasiflora es una planta que se cultiva en suelos profundos es por eso que el uso de semillas deben ser cuidadosamente seleccionadas para su alta productividad, como es en el caso de la maracuya amarilla.
- Generalmente estas semillas se germinan en bolsas plásticas y luego son llevadas al campo cuando tenga una medida aproximada de 25 cm.
- Su plantación debe estar distanciada entre filas y entre plantas, se calcula que por lo menos en una hectárea puede llegar a tener 1,500 plantas.
- Esta plantación se maneja con tutores y espaldera simple con dos filas de alambre, utilizando para ello alambres, postes para el soporte y tutores para guiar los brotes.

### ILUSTRACIÓN No.3

#### PROCESO DEL CULTIVO DEL MARACUYÁ



Elaborado por: La autora

La fructificación o cosecha se empieza a partir de 7 a 10 meses después de su plantación y el fruto llega a su madurez cuando se desprende de la planta y cae al suelo.

#### 2.8.7. Características para su cultivo

<http://www.monografias.com/produccion-maracuya-peru/caracteristicas-del-cultivo.shtml>. En la producción de maracuyá se debe buscar suelos profundos que tengan un buen drenado para poder retener la humedad. Por otro lado se conoce poco sobre su tolerancia a suelos extremadamente cálidos. Es por eso que se debe evitar suelos con encharcamientos.

- El clima, al que a veces no se le presta mucha atención, pues en realidad es un factor determinante para la productividad de la maracuyá. Primero que nada debe considerarse la altitud, la temperatura y otros aspectos importantes según la región donde se desea producir.

- El maracuyá en la mayoría de los casos puede adaptarse solo a pisos térmicos.
- Mientras las temperaturas sean más elevadas, más pronto se llegara a la etapa cosecha, sin embargo los frutos que resulten de esta cosecha tendrán mal sabor
- En climas cálidos y templados son favorables pero aun así las bajas temperaturas afectan el inicio de la producción. Entonces se puede establecer que según el Ministerio de Agricultura la temperatura media debe oscilar entre los 24º y 28º C.
- La exposición lumínica de la flor tiene que ver con la calidad del fruto, pues este fruto aumenta su mayor porcentaje de jugo cuando está bajo la radiación solar.
- La calidad del fruto de maracuyá depende del grado de humedad del ambiente, la cual es relativa.
- Los vientos a grandes velocidades pueden ser sumamente devastador, pues desviaría la posición en el cual las plantas fueron ubicadas para una adecuada hidratación, haciendo que este fruto disminuya su peso.

**CUADRO No.11  
FACTORES PARA EL CULTIVO**

<b>Clase de Suelo</b>	<b>Entre líneas</b>	<b>Entre plantas</b>	<b>Densidad por Ha</b>
<b>Muy pobre</b>	<b>3 metros</b>	<b>3 metros</b>	<b>1.111 plantas</b>
<b>Medio</b>	<b>3 metros</b>	<b>4 metros</b>	<b>834 plantas</b>
<b>Fértil</b>	<b>3 metros</b>	<b>5 metros</b>	<b>667 plantas</b>

Elaborado por: La autora

## 2.9. La fruticultura

*<http://es.wikipedia.org/wiki/Fruticultura>. Manifiesta:” La Fruticultura es la ciencia que estudia el cultivo de especies leñosas y semileñosas productoras de frutas, aplicando tecnologías basadas en principios biológicos y fisiológicos, para obtener un rédito económico de la actividad”.*

La Fruticultura, es la ciencia que estudia el mejoramiento genético de los árboles frutales y la elaboración o adecuación de las técnicas de producción, por lo tanto, una actividad planificada y sistemática realizada por el ser humano que abarca todas las acciones que realiza con relación al cultivo para el beneficio de todas aquellas plantas que producen frutos.

### 2.9.1. Importancia de la fruticultura

<http://www.buenastareas.com/importancias-De-La-Fruticultura.html>: Existen varios factores por los que la actividad frutícola es importante estos son:

- Las actividades frutícolas requieren elevadas inversiones de capital, que se incrementan con el aumento del uso de estructuras de conducción de las plantas.
- Las actividades frutícolas demandan una elevada inversión de capital por unidad de superficie.
- La producción frutícola utiliza mano de obra en forma intensiva. Debido a que muchas tareas inherentes a las actividades frutícolas están poco mecanizadas
- La fruticultura es proveedora de insumos para numerosas industrias. Además de la fruta fresca, las actividades frutícolas proporcionan por descarte o a través de cultivos especializados, materias primas para las industrias de jugos, de enlatados, de

desechado, y de otros productos derivados de los frutos, como el vino y el aceite de oliva.

- Los montes frutales son productivos durante un número variable de años. Después de una inversión inicial elevada que abarca la plantación, el cuidado y el mantenimiento durante los años improductivos
- La fruta fresca, al ser un producto de oferta estacional, ve favorecida su comercialización en el Hemisferio opuesto en contraestación. Además, sus productos industriales como jugos, aceites, etc., tienen un mercado internacional fluido.

## 2.10. La agricultura

*<http://es.wikipedia.org/wiki/Agricultura>. Manifiesta:” La agricultura (del latín agri «campo» y cultūra «cultivo, crianza») es el conjunto de técnicas y conocimientos para cultivar la tierra y la parte del sector primario que se dedica a ello. En ella se engloban los diferentes trabajos de tratamiento del suelo y los cultivos de vegetales. Comprende todo un conjunto de acciones humanas que transforma el medio ambiente natural, con el fin de hacerlo más apto para el crecimiento de las siembras”.*

La agricultura es una actividad relacionada con el sector agrícola. Todas las actividades económicas que abarca dicho sector tienen su fundamento en la explotación de los recursos que la tierra origina, favorecida por la acción del hombre: alimentos vegetales como cereales, frutas, hortalizas, pastos cultivados y forrajes; fibras utilizadas por la industria textil; cultivos energéticos y tubérculos; etc.

### 2.10.1. Ventajas de la agricultura

*<http://udecagriculturaladino.blogspot.com/p/ventajas-y-desventajas-de-la.html>. Presenta las ventajas y desventajas de la agricultura*



- Aprovecha los recursos naturales sin deteriorarlos
- Estimula, recupera y mantiene la fertilidad natural de los suelos
- Protege las especies nativas, vegetales y animales
- Estimula la bio-diversidad animal y vegetal
- Fabrica sus propios insumos para la producción agrícola
- Diversifica la producción, tanto vegetal como animal como estrategia para garantizar la autosuficiencia del agricultor.
- Produce alimentos, animales y combustibles para el autoconsumo y los excedentes los destina al mercado, generando ingresos para la compra de lo que no produce el agricultor.
- Maneja y recicla los desechos de cosecha
- Genera empleo al utilizar mano de obra
- No es contaminante
- Desarrolla un proceso integral de la persona y fortalece la autosuficiencia y autonomía de las comunidades agrícolas.

### **2.10.2. Desventajas de la agricultura**

<http://udecagriculturaladino.blogspot.com/p/ventajas-y-desventajas-de-la.html>.

Manifiesta las

desventajas de la agricultura.

- Los resultados son a mediano plazo

- Uso intensivo de mano de obra
- Es cara en la fase inicial, principalmente en terrenos con pendientes
- Requiere de un manejo especializado y auditado
- Requiere de control y verificación internacional (cuando se destina a la exportación a través de la certificación por agencias reconocidas).
- Requiere de honestidad del agricultor y de todos los que participan en la cadena productiva.
- Si se requieren resultados inmediatos, la inversión es altísima

## **CAPÍTULO III**

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

#### **3.1. PRESENTACIÓN**

El estudio de mercado tiene como finalidad analizar las variables demanda y oferta, que definen el éxito de un producto en el mercado. Por tal motivo se realizó una investigación de campo en el mes de julio del 2013, consistió en levantar encuestas a la población de la ciudad de Ibarra de extracto social medio, medio alto y alto, representado por familias, como también se recopiló información aplicando la misma técnica a los comercializadores de frutas, estas poblaciones investigadas brindaron todas las facilidades para obtener los datos que ayudaron a conocer el desenvolvimiento del mercado, en relación a la compra y venta del maracuyá.

Se decidió realizar el estudio en la ciudad de Ibarra, por encontrarse geográficamente cerca del lugar de producción del maracuyá, como también porque existe una población significativa de consumidores potenciales para la fruta.

#### **3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

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

Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda potencial a satisfacer de maracuyá en la ciudad de Ibarra.

### **3.2.2. Objetivos específicos**

- Identificar la demanda potencial de maracuyá en la ciudad de Ibarra
- Conocer la oferta del producto en el área de influencia del proyecto
- Establecer el precio para la comercialización de la fruta.
- Diseñar estrategias comerciales para introducir y posicionar el maracuyá en el mercado.

### **3.3. VARIABLES**

- Demanda
- Oferta
- Precio
- Estrategias comerciales

### **3.4. INDICADORES**

#### **Demanda**

- Adquisición de fruta
- Preferencia
- Adquisición del maracuyá
- Propiedades alimenticias
- Formas de consumo
- Lugar de adquisición
- Factor de compra
- Cantidad de consumo
- Frecuencia de consumo
- Medios de comunicación

#### **Oferta**

- Comercialización de maracuyá
- Atributo de la fruta

- Frecuencia de ventas
- Promedio de ventas
- Abastecimiento de la fruta
- Cantidad demanda
- Tipo de proveedor
- Proveedor permanente

### **Precio**

- Precio de compra
- Precio de venta
- Determinación del precio

### **Estrategias Comerciales**

- Producto
- Precio
- Publicidad
- Plaza

## **3.5. MECÁNICA OPERATIVA DEL ESTUDIO DE MERCADO**

Para desarrollar el estudio de mercado se seguirá el siguiente procedimiento.

### **3.5.1. Identificación de la población**

Para la investigación se tomó en cuenta a dos poblaciones:

La primera corresponde a la población de la ciudad de Ibarra de extracto social medio, medio alto y alto representado por familias consideradas como demandante potenciales. Para obtener el número de familias se tomó en cuenta el último censo realizado en el año 2010 por el INEC, donde se determinó que 97.805 personas pertenecen a estos segmentos,

a esta cantidad se la dividió para el componente familiar que es de 4 integrantes según el INEC, obteniendo 24.451 familias.

La segunda población a estudiar son: 154 comercializadores de frutas de la ciudad de Ibarra ubicados en los mercados, mayorista, Amazonas, la playa, Santo Domingo. Información obtenida en la administración de los mercados.

### 3.5.2. Muestra de la población de consumidores

Para la población representada por familias se obtuvo una muestra. Aplicando la siguiente fórmula:

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

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

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

$\sigma$  = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

**Datos:**

N = 24.451

$d^2 = 0,25$

Z = 95%    1,96                       $n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(24.451)}{(0,05)^2 (24.451 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$

e = 5%

**n= 378**

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

### 3.5.3. Muestra

Para la población de comerciantes de frutas se decidió sacar una muestra, por ser una población grande, para tal fin se aplicó la siguiente fórmula:

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

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

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

$\sigma$  = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

**Datos:**

N = 154

$d^2 = 0,25$

Z = 95%    1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(154)}{(0,05)^2 (154 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

e = 5%

**n= 110**

Aplicando la fórmula, da como muestra a 110 comerciantes a los que se debe levantar la información.

### 3.5.4. Técnicas de investigación

Las técnicas utilizadas fueron:

**Información primaria:**

- **Encuesta:** se la realizó a la población representada por familias de la ciudad de Ibarra, como también a los comerciantes de frutas.
- **Observación directa:** consistió en visitar personalmente los lugares en estudio.

**Información secundaria:** se la obtuvo de libros, folletos, INEC e internet.

### **3.6. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

Cabe señalar que previo a la aplicación final de la encuesta se realizó la encuesta piloto, que permitió reestructurar el formulario de preguntas.

#### **3.6.1. Encuesta dirigida a consumidores familiares de extracto social medio, medio alto y alto, de la ciudad de Ibarra.**

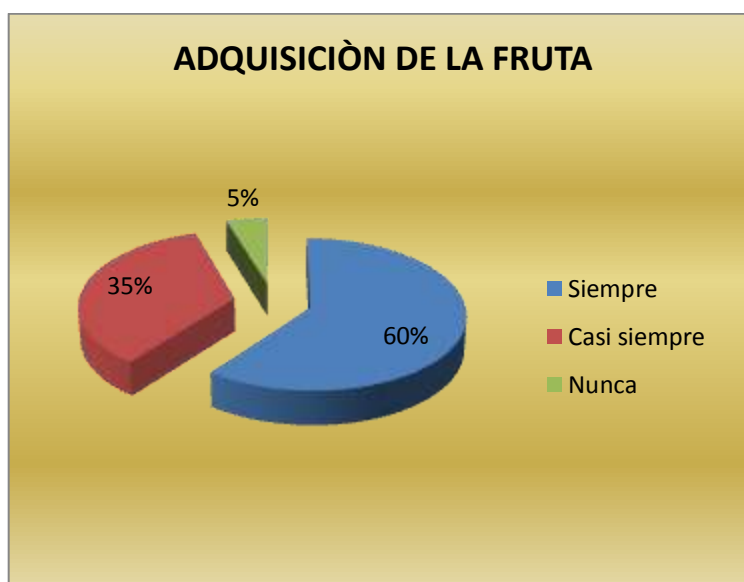


## 1. ¿Adquiere fruta para consumo familiar?

**CUADRO No.12  
ADQUISICIÓN DE LA FRUTA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Siempre	228	60
Casi siempre	132	35
Nunca	18	5
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÀFICO No.5**



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra  
Elaborado por: La autora

### **ANÀLISIS:**

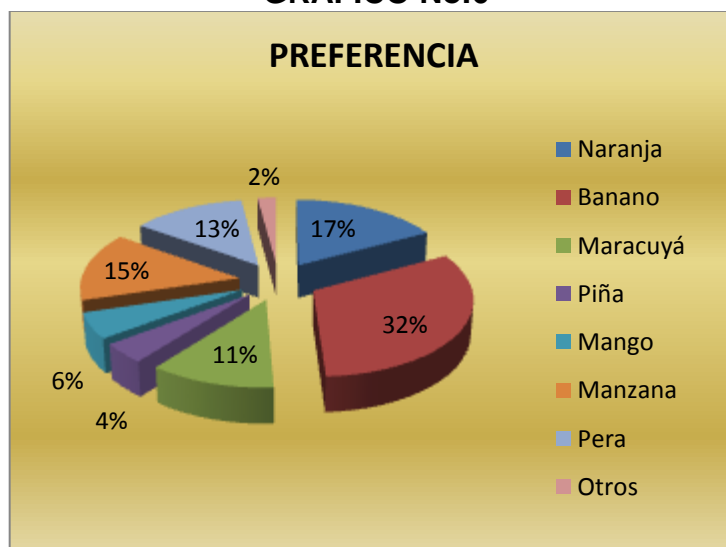
De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas se determinan que la mayoría de las familias siempre compran frutas para el consumo, seguido por un porcentaje menor que manifiestan que casi siempre adquieren este tipo de productos, porque en ocasiones buscan otras opciones de remplazo, en una minoría manifestaron que nunca compran fruta par el consumo.

## 2. ¿Cuál de las siguientes frutas es de su preferencia?

**CUADRO No.13  
PREFERENCIA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Naranja	65	17
Banano	121	32
Maracuyá	43	11
Piña	16	4
Mango	21	6
Manzana	55	15
Pera	49	13
Otros	8	2
TOTAL	378	100

**GRÀFICO No.6**



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra  
Elaborado por: La autora

### **ANÀLISIS:**

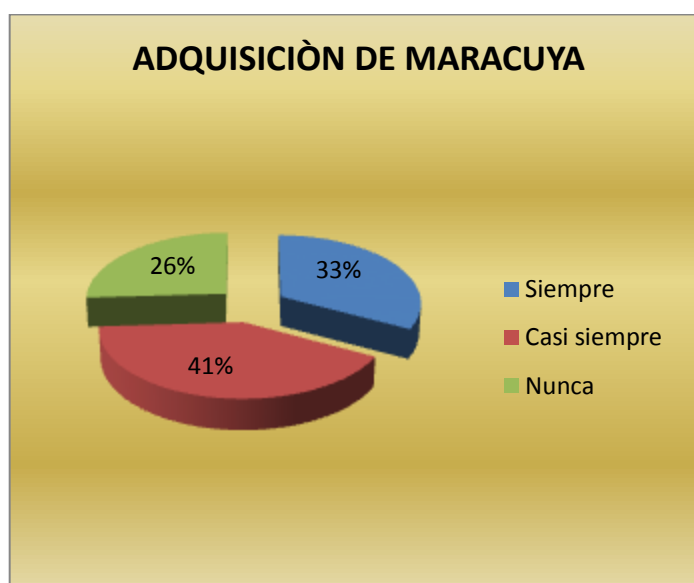
Según los datos obtenidos manifiestan que la fruta de mayor preferencia es el banano porque contiene un alto contenido nutricional, además es rico en potasio que favorece la alimentación de las personas, seguido por la naranja debido a que es considerada como un producto altamente vitamínico, finalmente se encuentra en porcentajes similares la manzana, pera, maracuyá, mango, piña y otros que son de igual forma solicitados en el mercado consumidor.

### 3. ¿Adquiere maracuyá para su consumo familiar?

**CUADRO No.14  
ADQUISICIÓN DE MARACUYA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Siempre	124	33
Casi siempre	156	41
Nunca	98	26
TOTAL	378	100

**GRÀFICO No.7**



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

#### **ANÁLISIS:**

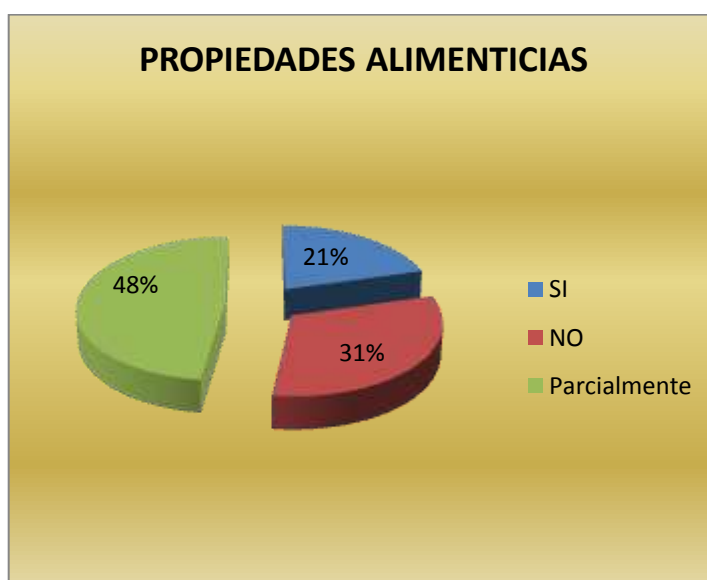
Como se puede observar el consumo de la fruta maracuyá es casi siempre, no lo realizan constantemente porque no cuentan con información necesarias sobre los beneficios nutricionales que posee, seguido también por la alternativa de siempre son quienes realizan productos derivados para el mercado, además se encuentra en menor porcentaje familias que nunca compran el producto prefieren otro tipo de fruta.

4. ¿Ha escuchado o tiene conocimiento de las propiedades alimenticias que posee el maracuyá?

**CUADRO No.15  
PROPIEDADES ALIMENTICIAS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	78	21
NO	119	31
Parcialmente	181	48
TOTAL	378	100

**GRÁFICO No.8**



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

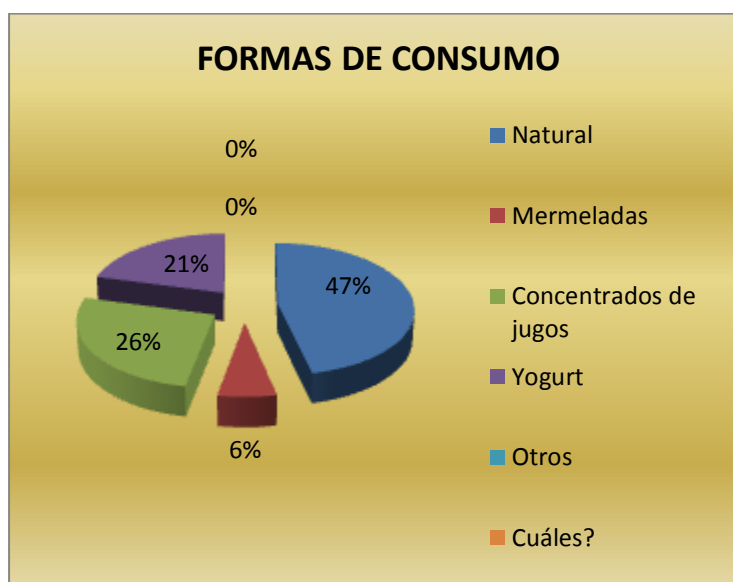
La mayoría de las personas manifestaron que están sus conocimientos a medias, porque no existe información directa que pueda difundir sobre los beneficios de la fruta, otros en su totalidad no conocen nada sobre las riquezas del maracuyá, son pocos quienes se han interesado sobre las ventajas que tiene al consumir la este tipo de producto.

## 5. ¿De qué formas alimenticias ha consumido el maracuyá?

**CUADRO No.16**  
**FORMAS DE CONSUMO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Natural	176	47
Mermeladas	24	6
Concentrados de jugos	99	26
Yogurt	79	21
Otros		0
TOTAL	378	100

**GRÁFICO No.9**



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra  
Elaborado por: La autora

### **ANÁLISIS:**

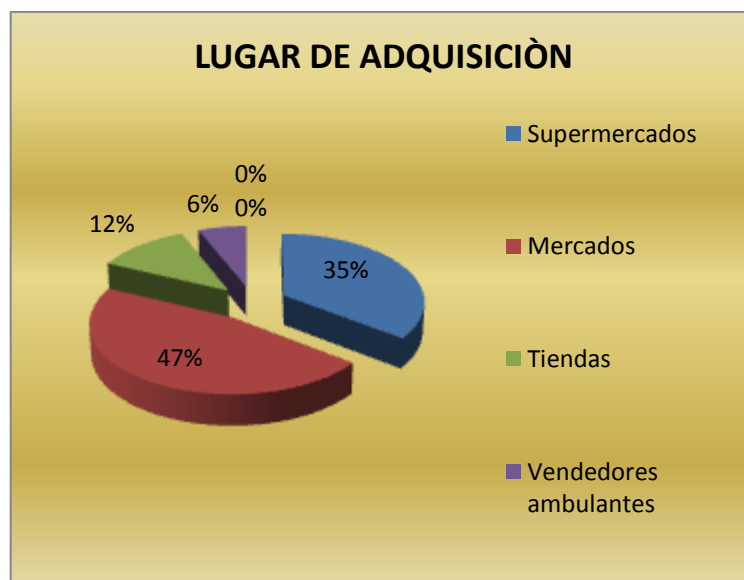
La fruta en la mayoría de las familias la prefieren en estado natural, porque brinda un sabor agradable, también existe una preferencia en el consumo de concentrados de jugos de las diferentes presentaciones que el mercado ofrece, además el yogur presenta una gran preferencia en las familias sobre todo para los más pequeños, finalmente esta la mermelada.

## 6. ¿Dónde prefiere adquirir frutas?

**CUADRO No.17**  
**LUGAR DE ADQUISICIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Supermercados	134	35
Mercados	176	47
Tiendas	45	12
Vendedores ambulantes	23	6
Otros		0
TOTAL	378	100

**GRÁFICO No.10**



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra  
Elaborado por: La autora

### **ANÁLISIS:**

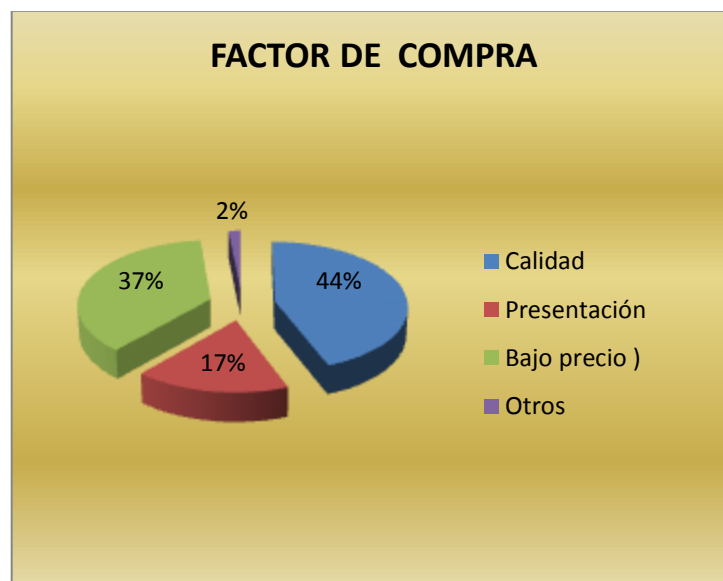
El lugar en donde prefieren adquirir el producto son los mercados, porque presentan mayores oferta de la fruta, además existe una variabilidad en los precios, también los supermercados son tomados en cuenta para la compra del producto, al igual que tiendas y vendedores ambulantes quienes ofrecen el producto más cerca de sus hogares.

7. ¿Cuál es el factor más importante al adquirir el producto?

**CUADRO No.18**  
**FACTOR DE COMPRA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Calidad	167	44
Presentación	65	17
Bajo precio )	140	37
Otros	6	2
TOTAL	378	100

**GRÁFICO No.11**



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

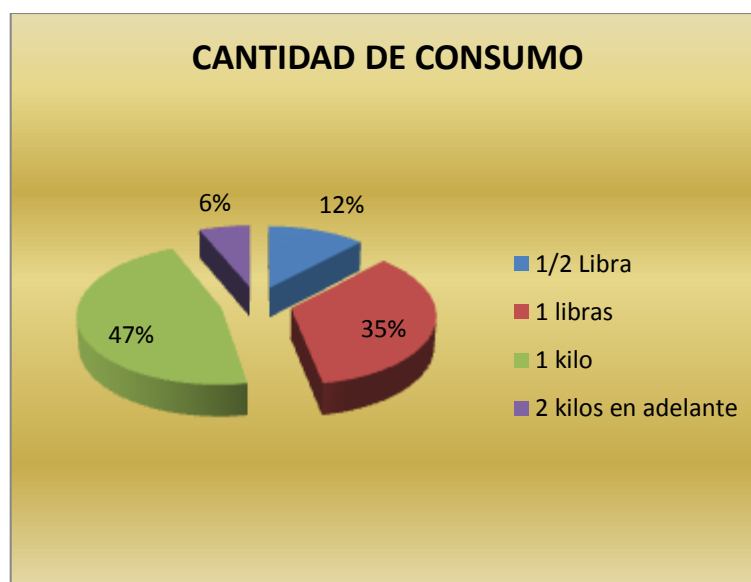
Al momento de adquirir el producto el factor más importante que toman en cuenta es la calidad, es decir que la fruta sea fresca para el consumo, otro es el precio que tenga un costo que esté al alcance del consumidor, también la presentación es una de los tributos que consideran importantes.

8. ¿Qué cantidad de maracuyá consume en la semana?

**CUADRO No.19**  
**CANTIDAD DE CONSUMO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1/2 Libra	46	12
1 libras	132	35
1 kilo	176	47
2 kilos en adelante	24	6
TOTAL	378	100

**GRÀFICO No.12**



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra  
Elaborado por: La autora

**ANÀLISIS:**

La cantidad de consumo de maracuyá por semana es de 1 kilo en su mayoría, dependiendo el número de integrantes de las familias adquieren más o menos la fruta, seguido se encuentra la adquisición de una libra debido a que consume de manera variada las fruta, finalmente se encuentra el consumo de media libra y dos kilos en adelanta.

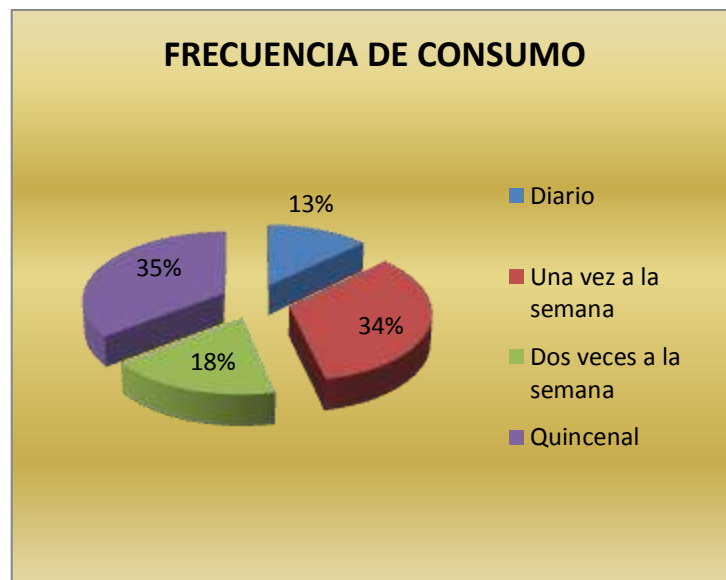


## 9. Cuál es la frecuencia de consumo de la maracuyá

**CUADRO No.20**  
**FRECUENCIA DE CONSUMO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Diario	49	13
Una vez a la semana	127	34
Dos veces a la semana	68	18
Quincenal	134	35
TOTAL	378	100

**GRÁFICO No.13**



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra  
Elaborado por: La autora

### **ANÁLISIS:**

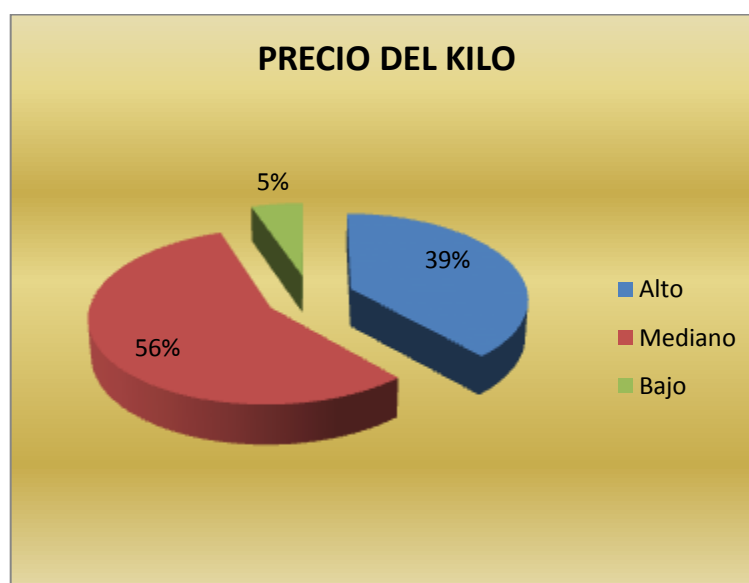
La frecuencia de consumo del maracuyá es quincenal, porque siempre realizan una variación de frutas para la preparación de jugos, sin embargo existen personas que utilizan una vez en semana la fruta debido a que contiene vitaminas indispensables para la alimentación, finalmente se encuentra dos veces por semana y a diario dependiendo a los diferentes usos que se le dé.

10. ¿Cómo considera usted el precio del kilo de maracuyá?

**CUADRO No.21  
PRECIO DEL KILO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Alto	145	38
Mediano	213	56
Bajo	20	5
TOTAL	378	100

**GRÁFICO No.14**



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

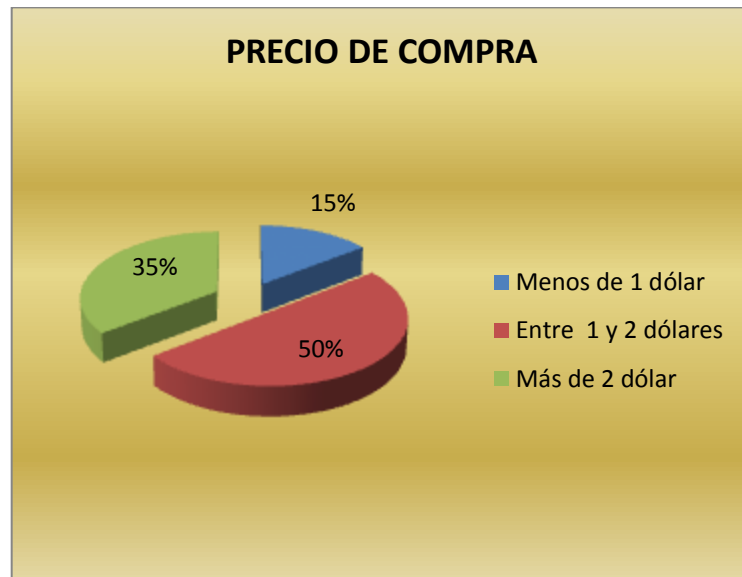
Actualmente de acuerdo al precio que establece el mercado consideran que el maracuyá está en un nivel medio, porque es imposible que la fruta pueda presentar un costo más bajo, en ocasiones se presenta alto debido a la poca oferta de la fruta, como también pasa lo contrario que los precios se encuentra bajos debido a la sobre oferta del producto.

11. ¿Qué precio está dispuesto a pagar por un kilo de maracuyá?

**CUADRO No.22  
PRECIO DE COMPRA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 1 dólar	55	15
Entre 1 y 2 dólares	189	50
Más de 2 dólar	134	35
TOTAL	378	100

**GRÁFICO No.15**



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

El precio que están dispuestos a pagar es de 1 hasta dos dólares, porque en la actualidad la economía de cada familia no es tan buena, pero sin embargo por el contenido nutricional que presenta la fruta lo pagan, en un porcentaje menor están de acuerdo en pagar más de dos dólares si es necesario, otros consideran que menos de un dólar.

12. ¿De los siguientes medios de comunicación cual es de su preferencia?

**CUADRO No.23  
MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Radio	175	46
Prensa escrita	56	15
Trípticos	23	6
Internet	112	30
Otros	12	3
TOTAL	378	100

**GRÁFICO No.16**



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

El medio de comunicación que prefieren es la radio, porque presenta mejor sintonía en todos los lugares de la ciudad informando sobre las nuevas ofertas de productos, también toman en cuenta al internet ya que es un medio de información muy visitado, seguido por la prensa, trípticos y otros medios de información.

### 3.6.2. Encuesta dirigida a comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra.

#### 1. ¿En su puesto de venta comercializa maracuyá?

CUADRO No.24

#### COMERCIALIZACIÓN DE MARACUYÁ

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	46	42
No	64	58
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

GRÁFICO No.17



Fuente: Comerciantes de frutas

Elaborado por: La autora

#### ANÁLISIS:

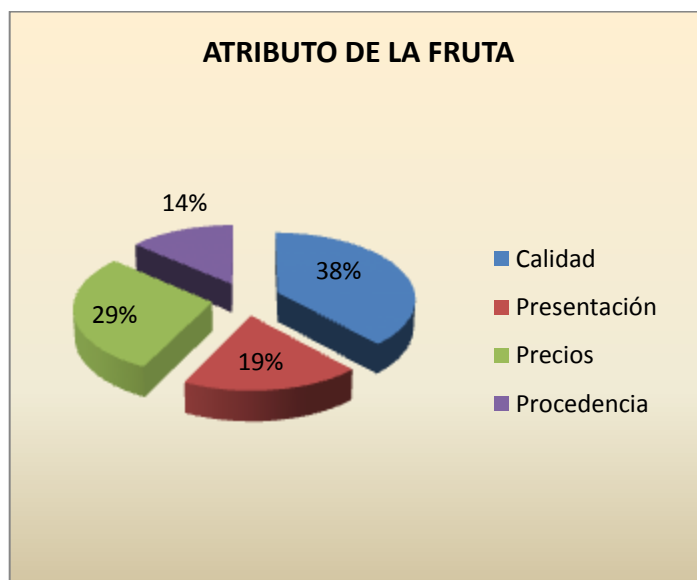
Menos de la mitad de comercializadores de frutas, ofertan maracuyá a sus clientes, esto se debe a que la fruta no tiene proveedores fijos ya que viene de otras regiones, más de la mitad no comercializa la maracuyá porque no existen proveedores que abastezcan sus negocios.

2. ¿ Su cliente al momento de seleccionar la maracuyá cual es el atributo que prefiere

**CUADRO No.25**  
**ATRIBUTO DE LA FRUTA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Calidad	42	38
Presentación	21	19
Precios	32	29
Procedencia	15	14
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.18**



Fuente: Comerciantes de frutas  
Elaborado por: La autora

### **ANÁLISIS:**

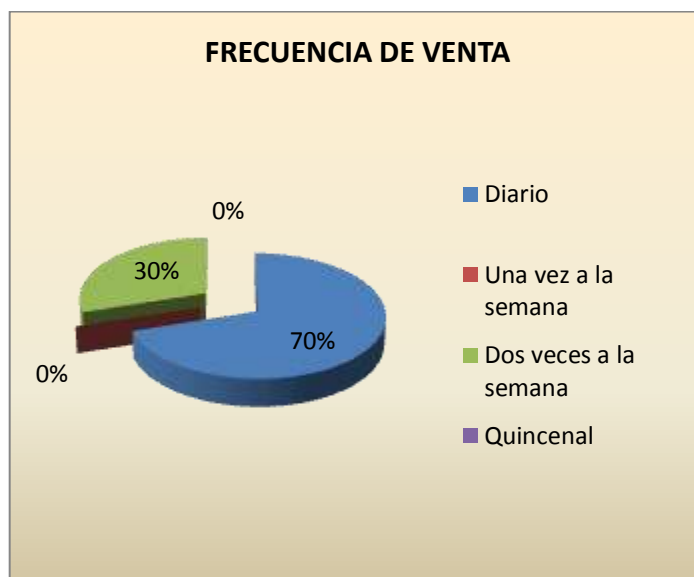
La mayor parte de clientes al momento de adquirir la fruta consideran muy importantes los aspectos de calidad y precio, seguido de quienes prefieren la presentación y procedencia.

### 3. ¿Cuál es la frecuencia de ventas de la maracuyá?

**CUADRO No.26**  
**FRECUENCIA DE VENTA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Diario	77	70
Una vez a la semana		0
Dos veces a la semana	33	30
Quincenal		0
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.19**



Fuente: Comerciantes de frutas  
Elaborado por: La autora

#### **ANÁLISIS:**

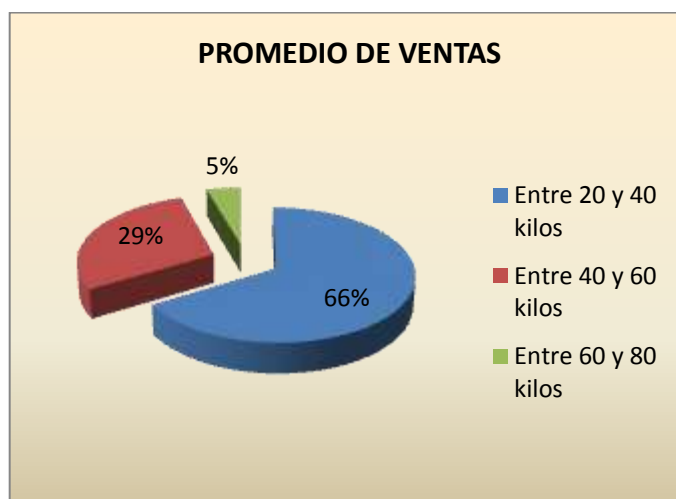
La frecuencia de venta de maracuyá en los puestos de comercialización es a diario, porque los consumidores se acercan a los mercados con esa frecuencia, existe una mínima parte de quienes manifiestan que la venta es dos veces por semana.

#### 4. ¿Cuál es el promedio de ventas del maracuyá diariamente?

**CUADRO No.27**  
**PROMEDIO DE VENTAS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Entre 20 y 40 kilos	73	66
Entre 40 y 60 kilos	32	29
Entre 60 y 80 kilos	5	5
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.20**



Fuente: Comerciantes de frutas  
Elaborado por: La autora

#### **ANÁLISIS:**

La mayoría de comercializadores de frutas presenta ventas promedio entre 20 y 40 kilos diariamente, este comportamiento hace pensar la existencia significativa de demanda por la fruta, seguido de la opción entre 40 y 60 kilos de maracuyá, finalmente se encuentra entre 60 y 80 kilos.

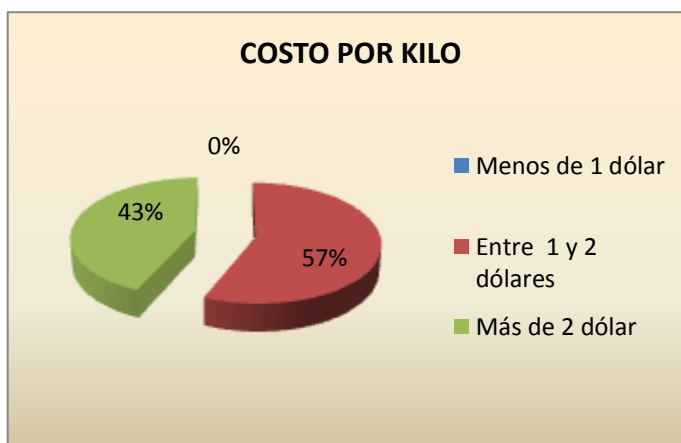


5. ¿Cuál es el costo por el kilo de maracuyá?

**CUADRO No.28**  
**COSTO POR KILO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 1 dólar		0
Entre 1 y 2 dólares	52	57
Más de 2 dólar	40	43
<b>TOTAL</b>	<b>92</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.21**



Fuente: Comerciantes de frutas  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

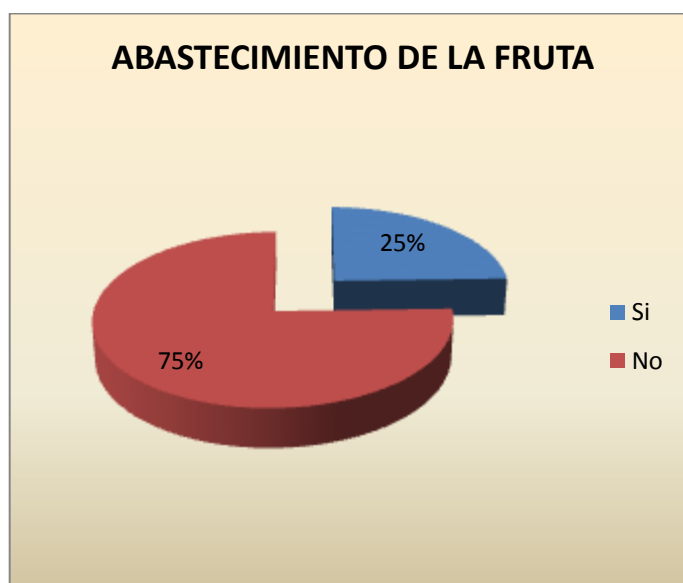
El costo promedio de la fruta se encuentra situada en un rango de 1 a 2 dólares por kilo esto se debe al comportamiento de la oferta y demanda en el mercado, otros comerciantes manifiestan que el valor es más de dos dólares dependiendo varios factores del mercado.

6. ¿La producción local le abastece en forma permanente?

**CUADRO No.29**  
**ABASTECIMIENTO DE LA FRUTA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	27	25
No	83	75
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.22**



Fuente: Comerciantes de frutas  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

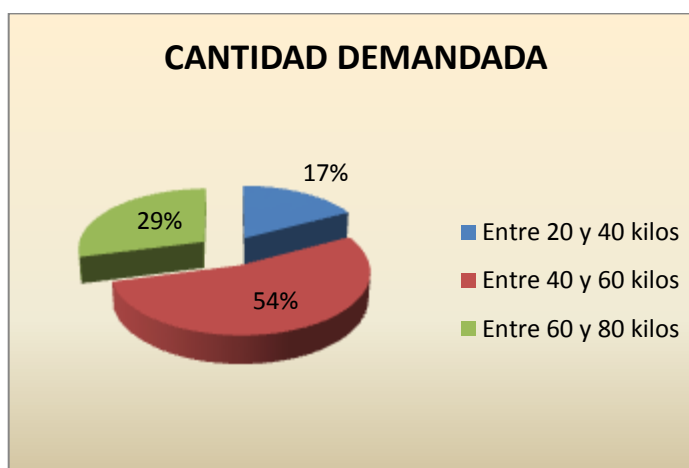
En base a esta pregunta se puede afirmar que no es suficiente la producción local, debido a que existe alta demanda por la fruta, de ahí parte que la presente propuesta es atractiva, son pocos quienes afirman que su abastecimiento del producto es bueno, porque ellos directamente compran a los productores.

7. ¿Si su respuesta de la pregunta es no, que cantidad necesita para satisfacer la demanda?

**CUADRO No.30**  
**CANTIDAD DEMANDADA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Entre 20 y 40 kilos	19	17
Entre 40 y 60 kilos	59	54
Entre 60 y 80 kilos	32	29
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.23**



Fuente: Comerciantes de frutas  
Elaborado por: La autora

### **ANÁLISIS:**

La mayor parte de comercializadores que necesitan proveerse de la fruta afirman necesitar entre 40 a 60 kilos, seguido de quienes necesitan entre 60 a 80 kilos, y por último entre 20 a 40 kilos, de ahí que se puede manifestar que existe mercado para la fruta.

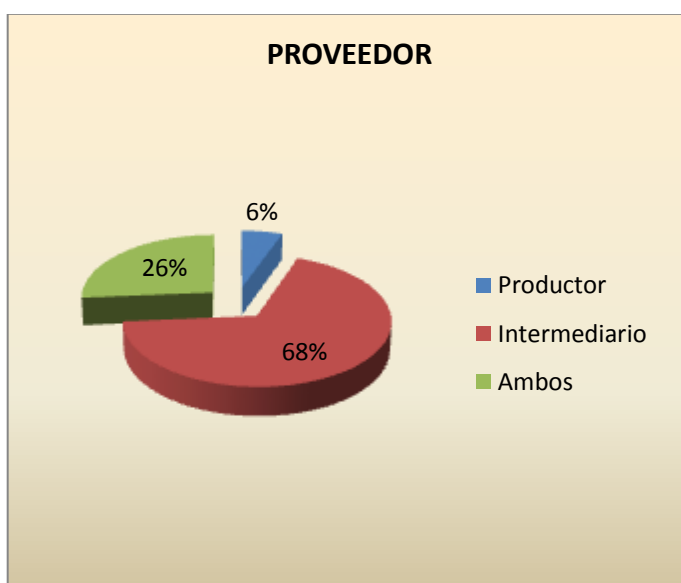
8. ¿Su proveedor de maracuyá es?

CUADRO No.31

PROVEEDOR

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Productor	6	5
Intermediario	75	68
Ambos	29	26
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

GRÁFICO No.24



Fuente: Comerciantes de frutas

Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

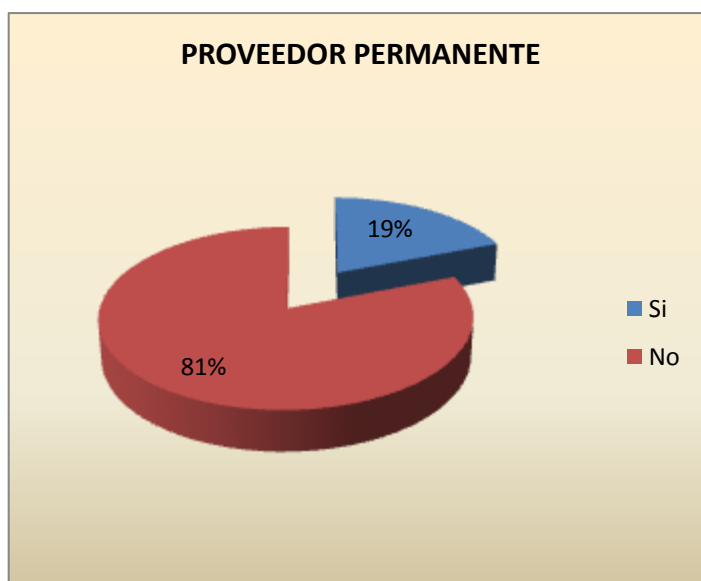
La mayor parte de los comercializadores de fruta en especial de maracuyá se proveen a través de los intermediarios, generándose así una especulación en los precios del producto, seguido de quienes se proveen tanto de los intermediarios como del productor.

9. ¿Cuenta usted con un proveedor de maracuyá permanente?

**CUADRO No.32**  
**PROVEEDOR PERMANENTE**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	21	19
No	89	81
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.25**



Fuente: Comerciantes de frutas  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

Casi en su totalidad los comercializadores de frutas no tiene un proveedor permanente, porque la fruta es traída de otras regiones del país, esto genera demora en la entrega y desabastecimiento, son pocos quienes cuentan con una persona que les abastece constantemente del producto.

### 3.7. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

#### ILUSTRACIÓN No.4 EL MARACUYÁ



Elaborado por: La autora

El maracuyá forma parte de las especies de la familia de las Pasifloráceas que dan frutos comestibles, entre ellos la fruta de la pasión o maracuyá, posee un sabor ligeramente ácido y muy aromático.

#### 3.7.1. Características generales

- **La planta:** El maracuyá es una planta trepadora, vigorosa, leñosa, perenne, con ramas hasta de 20 metros de largo, presenta tallos verdes, acanalados y glabros, presentan zarcillos axilares que se enrollan en forma de espiral y son más largos que las hojas.
- **Las hojas:** Son de color verde lustroso con pecíolos glabros acanalados en la parte superior; posee dos nectarios redondos en la base del folíolo, la lámina foliar es palmeada y generalmente con tres lóbulos.
- **Las flores:** Son solitarias y axilares, fragantes y vistosas. Están provistas de 5 pétalos y una corona de filamentos radiante de color púrpura en la base y blanca en el ápice, posee 5 estambres y 3 estigmas.

- **El fruto:** Es una baya globosa u ovoide de color entre rojo intenso a amarillo cuando está maduro, las semillas con arilo carnosos muy aromáticos, miden de 6 a 7 cm de diámetro y entre 6 y 12 cm de longitud. El fruto consta de 3 partes.
  - **Exocarpio:** Es la cáscara o corteza del fruto, es liso y está recubierto de cera natural que le da brillo. El color varía desde el verde, al amarillo cuando está maduro.
  - **Mesocarpio:** Es la parte blanda porosa y blanca, formada principalmente por pectina, tiene grosor aproximadamente de 6mm que, al contacto con el agua, se reblandece con facilidad.
  - **Endocarpio:** Es la envoltura (saco o arilo) que cubre las semillas de color pardo oscuro. Contiene el jugo de color amarillo opaco, bastante ácido, muy aromático y de sabor agradable.

### 3.7.2. Composición nutricional

**CUADRO No.33 COMPOSICIÓN NUTRICIONAL**

<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DEL MARACUYÁ</b>	
Calorías	54 kcal.
Grasa	0,40 g.
Colesterol	0 mg.
Sodio	19 mg.
Carbohidratos	9,54 g.
Fibra	1,45 g.
Azúcares	9,54 g.
Proteínas	2,38 g.
Vitamina A	108,83 ug.
Vitamina B12	0 ug.
Hierro	1,30 mg.
Vitamina C	24 mg.
Calcio	17 mg.
Vitamina B3	1,90 mg.

Elaborado por: La autora

El Maracuyá es de valor por su sabor particular intenso y su alta acidez, constituyéndose en una base fuerte, esta especie es buena fuente de vitamina A y niacina.

### **3.7.3. Productos sustitutos**

La competencia del maracuyá se presenta las otras frutas que son utilizadas por los mismos fines. A continuación se presentan las siguientes:

- Naranja
- Taxo
- Naranjilla
- Piña
- Tomate

Son fruta que presentas características similares en cuanto a su uso.

### **3.7.4. Usos**

**Este fruto es utilizado para realizar lo siguiente:**

- fruta fresca o en jugo.
- Refrescos
- Néctares
- Yogures
- Mermeladas
- Helado
- Enlatados
- Mermeladas.



**Se usa en la Repostería como:**

- cheesecake de maracuyá
- Pudín de maracuyá
- Tortas,
- Queques.

**Se puede emplear para la fabricación de:**

- Jabones
- Tintas
- Barnices a través del aceite que se extrae de las semillas

**Tiene además un uso Medicinal como:**

- Sedante para dolores musculares
- Para dormir con facilidad
- Cólicos menstruales

### **3.8. MERCADO META**

El mercado meta para el proyecto está representado por las familias de la ciudad de Ibarra, cuando la microempresa gane prestigio se comercializará en mercados de otras ciudades.

### **3.9. ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

Para el análisis de la demanda se tomó en cuenta a la población de extracto social medio, medio alto y alto de la ciudad de Ibarra representado por familias, por considerar que son los consumidores potenciales directos del producto.

### 3.9.1. Identificación de la demanda actual

Para identificar la demanda actual se efectuó una investigación de campo a través de encuestas, la cual permitió cuantificar la demanda de maracuyá en la ciudad de Ibarra, cuyo dato fue extraído de la pregunta No. 8. A continuación se presentan los resultados.

**CUADRO No.34  
IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA  
ACTUAL DE MARACUYÁ EN KILOS**

No. DE FAMILIAS	DISPONIBILIDAD DE CONSUMO EN %	DISPONIBILIDAD DE CONSUMO EN FAMILIAS	CONSUMO PROMEDIO DE MARACUYÁ EN Kg.	PERIODO DE CONSUMO semana	DEMANDA ANUAL DE MARACUYÁ EN Kg.
24.451	12%	2.934	0,25	52	38.142
	35%	8.558	0,5		222.508
	47%	11.492	1		597.584
	6%	1.467	2		152.568
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>24.451</b>	<b>3,75</b>		<b>1.010.802</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

### 3.9.2. Proyección de la demanda

Para efectuar la proyección de la demanda se utilizó la tendencia del crecimiento de la población de la ciudad de Ibarra que se ubica en el 2,02% según el último censo del INEC. La fórmula para la proyección fue la siguiente:

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

Dónde:

D<sub>n</sub>= Demanda Futura

D<sub>o</sub>= Demanda actual

i= Tasa de Crecimiento

n= Año Proyectado

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

$$Dn = 1.010.802(1 + 0,0202)^1$$

$$Dn = 1.031.220$$

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 1.010.802(1 + 0,0202)^2$$

$$Dn = 1.052.051$$

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 1.010.802(1 + 0,0202)^3$$

$$Dn = 1.073.302$$

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 1.010.802(1 + 0,0202)^4$$

$$Dn = 1.094.983$$

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 1.010.802(1 + 0,0202)^5$$

$$Dn = 1.117.102$$

**CUADRO No.35**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**  
**DE MARACUYÁ EN KG.**

AÑO	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE MARACUYÁ EN Kg.
2014	1.031.220
2015	1.052.051
2016	1.073.302
2017	1.094.983
2018	1.117.102

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

### 3.10. ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta corresponde en identificar la competencia que tendrá la fruta en el mercado, la cual está representada por los fruteros de la ciudad de Ibarra ubicados en los diferentes mercados.

#### 3.10.1. Oferta actual

Para plantear la oferta del maracuyá se aplicó encuestas a los fruteros de los mercados de la ciudad de Ibarra. Tomando como referencia la pregunta No. 1 y 4, se obtuvo la oferta en kilos de maracuyá al año.

**CUADRO No.36**  
**OFERTA ANUAL DE MARACUYÁ EN KG**

TOTAL DE COMERCIANTES	COMERCIANTES DE MARACUYÁ 42%	%	No. DE COMERCIANTES	PROMEDIO DE VENTAS EN Kg.	PERIODO DE COMPRA	CONSUMO ANUAL DE MARACUYÁ EN KG.
154	65	66%	43	30	365	470.850,00
		29%	19	50		346.750,00
		5%	3	70		76.650,00
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>	<b>65</b>		<b>365</b>	<b>894.250,00</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

#### 3.10.2. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta del maracuyá se utilizó el 2,02% como crecimiento paralelo a la demanda, por la no existencia de datos históricos. Aplicando la siguiente fórmula.

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

**Dónde:**

O<sub>n</sub>= Oferta Futura

O<sub>o</sub>= Oferta actual

i= Tasa de Crecimiento

n= Año Proyectado

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 894.250,00(1 + 0,0202)^1$$

$$O_n = 912.314$$

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 894.250,00(1 + 0,0202)^2$$

$$O_n = 930.743$$

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 894.250,00(1 + 0,0202)^3$$

$$O_n = 949.544$$

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 894.250,00(1 + 0,0202)^4$$

$$O_n = 968.724$$

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 894.250,00(1 + 0,0202)^5$$

$$O_n = 988.293$$

**CUADRO No.37**  
**PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE MARACUYÁ EN KILOS**

<b>AÑO</b>	<b>PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE MARACUYÁ EN Kg.</b>
2014	912.314
2015	930.743
2016	949.544
2017	968.724
2018	988.293

Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado por: La autora

### 3.11. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

La demanda potencial a satisfacer corresponde a la comparación de la demanda y oferta para determinar si existe o no mercado para la fruta.

**CUADRO No.38**  
**DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER**

<b>AÑO</b>	<b>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE MARACUYÁ EN Kg.</b>	<b>PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE MARACUYÁ EN Kg.</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE MARACUYÁ EN Kg.</b>
2014	1.031.220	912.314	118.906
2015	1.052.051	930.743	121.308
2016	1.073.302	949.544	123.759
2017	1.094.983	968.724	126.259
2018	1.117.102	988.293	128.809

Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado por: La autora

Como se puede apreciar en el cuadro anterior se demuestra que existe suficiente mercado para el maracuyá.

### 3.12. DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO

La demanda a captar por el proyecto tiene que ver con la capacidad de producción de la microempresa, representada por el número de kilos de maracuyá aptos para la venta.

La plantación se la efectuará en una hectárea, vida útil de la planta 5 años según el manejo del cultivo, el rendimiento es ascendente durante los primeros años, para los últimos años disminuye.

A continuación se muestra en cuadros lo anterior descrito.

**CUADRO No.39**  
**DINÁMICA DE LA PRODUCCIÓN DEL MARACUYÁ**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Hectáreas a cultivar	1	1	1	1	1
Producción de maracuyá por hectárea en kg.	30.000	40.000	50.000	50.000	40.000
Producción total en kilos	30.000	40.000	50.000	50.000	40.000

Fuente: Opinión de expertos, Bibliográfica  
Elaborado por: La autora

Para determinar el número de kilos aptos para la venta, se restó un 3% como producción no apta, según un experto en manejo de fruticultura. De ahí se obtiene lo siguiente:

**CUADRO No.40**  
**MARACUYÁ EN KILOS APTA PARA LA VENTA**

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Producción total de maracuyá en kilos	100%	30.000	40.000	50.000	50.000	40.000
Apta para la venta	97%	29.100	38.800	48.500	48.500	38.800
No apta	3%	900	1.200	1.500	1.500	1.200

Fuente: Opinión de expertos, Bibliográfica  
Elaborado por: La autora

Con base del cuadro anterior el primer año de funcionamiento la microempresa captará un 24% aproximadamente  $(29.100/118.906) \times 100$ , de la demanda insatisfecha existente.

**CUADRO No.41**  
**DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO**

AÑO	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE MARACUYÁ EN Kg.	DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO DE MARACUYA EN Kg.	DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO DE MARACUYÁ EN %
2014	118.906	29.100	24
2015	121.308	38.800	32
2016	123.759	48.500	39
2017	126.259	48.500	38
2018	128.809	38.800	30

Fuente: Estudio de mercado y Técnico  
Elaborado por: La autora

### 3.13. ANÁLISIS DE PRECIOS

Con ayuda de la observación directa se pudo identificar que en el mercado el precio del kilo de maracuyá oscila entre 1,5 a 3 dólares, esto depende de muchos factores como: temporada, inclemencias de tiempo, importaciones, entre otras. De ahí que se puede manifestar que el precio de la maracuyá no es estandarizado.

#### 3.13.1. Determinación del precio

Para determinar el precio del kilo de maracuyá, se analizó los costos y gastos más un margen de utilidad, tomado en cuenta la competencia. Para el primer año de comercialización del maracuyá precio será de 2 dólares el kilo.

#### 3.13.2. Proyección de precios

Para la proyección del precio del kilo de maracuyá se aplicó la inflación del 4,16% del 2012.

**CUADRO No.42  
PROYECCIÓN DE PRECIOS**

PRODUCTO	2014	2015	2016	2017	2018
Precio por kilo de maracuyá	2,00	2,08	2,17	2,26	2,35

Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado por: La autora

### 3.14. ESTRATEGIAS COMERCIALES

#### 3.14.1. Estrategias de producto

- El maracuyá será distribuido en estado natural a los distintos lugares de comercialización en especial a los mercados.



- La presentación será en cajas sellada para evitar la contaminación directa.
- Las cajas en la parte frontal llevaran la marca del producto, el logotipo de la microempresa.
- En la parte posterior la fecha de empaque y caducidad, número telefónico para pedidos.

#### **3.14.2. Estrategias de precio**

- Se dará al producto un precio accesible para que el cliente pueda comprarlo.
- El precio aplicarse al producto estará de acuerdo a la demanda existente por la competencia que exista en el mercado.
- Para establecer el precio tomamos en cuenta los costos de producción del producto para lograr mantenerse en el mercado.
- Se cuidará las condiciones de calidad que debe reunir el producto para ser reconocido en el mercado.

#### **3.14.3. Estrategias de promoción**

- Se aplicará estrategias para promover el consumo de este producto, destacando su importancia y valores nutritivos, a través de los medios de comunicación como: Radio, portadas en la prensa, página web, folletos, entre otros.
- Además se difundirán información sobre los derivados que se puede realizar del maracuyá.

#### 3.14.4. Estrategias de plaza o distribución

Para su distribución se tomará en cuenta los canales de distribución más apropiados, ya que permite que el producto llegue al lugar adecuado en el momento preciso.

La forma de distribución del producto se la realizará de forma indirecta, porque la microempresa venderá al intermediario (fruteros de los mercados) y él se encarga de distribuirlo al consumidor final.

#### ILUSTRACIÓN No. 5 CANAL DE DISTRIBUCIÓN INDIRECTO



Elaborado por: autora

#### 3.15. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Las conclusiones más importantes del capítulo son:

- La demanda de maracuyá es muy buena, la población tiene hábitos de consumo de la fruta, esto se debe a las propiedades del producto.
- La oferta de maracuyá en la ciudad de Ibarra no abastece el consumo actual, esto se debe a que el producto es originario de otros lugares.
- Con la observación directa se pudo identificar que en el mercado el precio de los kilos de maracuyá oscila entre 1,5 y 3 dólares esto depende de muchos factores como temporada, inclemencias de tiempo, importaciones entre otras.

- La demanda a captar o a satisfacer por el proyecto es aproximadamente en un 24% en comparación a la demanda insatisfecha identificada, esto depende al área de producción.
- Las estrategias están diseñadas para incentivar el consumo de maracuyá en la población.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. PRESENTACIÓN**

Los aspectos a investigar en este capítulo son:

- Localización óptima del proyecto
- Tamaño del proyecto
- Capacidad del proyecto
- Distribución de la plantación
- Proceso de producción
- Inversiones
- Requerimiento de talento humano

Este estudio responderá a las siguientes interrogantes: ¿En dónde estará ubicado el proyecto?, ¿Qué tamaño tendrá el proyecto?, ¿Qué capacidad tendrá el proyecto?, ¿Cuál será la distribución de la plantación?, ¿Cómo será el proceso de producción? ¿Qué inversiones se necesitará?, ¿Qué talento humano se necesita para la gestión del proyecto?

El análisis de los aspectos antes mencionados, permitirá establecer los aspectos operativos para utilización eficiente de los recursos disponibles.

#### **4.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

En esta parte se analizó la macro y micro localización del proyecto.

#### 4.2.1. Macrolocalización

La macrolocalización del proyecto será:

- **País:** Ecuador
- **Provincia:** Imbabura
- **Cantón:** Ibarra

**ILUSTRACIÓN No.6**  
**MAPA PROVINCIA DEL IMBABURA**



Fuente: Gobierno Provincial de Imbabura  
Elaborado por: La autora

#### 4.2.2. Microlocalización

La microlocalización del proyecto será:

Parroquia: Lita

Barrio: Lita

Panamericana Vía San Lorenzo a 1.100 m., de la cabecera parroquial.

### ILUSTRACIÓN No. 7 MAPA DEL CANTÓN IBARRA



Fuente: Municipio del Cantón Ibarra

El lugar donde se ubicará el proyecto cuenta con varias ventajas como; condiciones agronómicas, vías de acceso en buen estado, disponibilidad de mano de obra, área de terreno para el cultivo, agua de riego, que favorece al proyecto, por tal razón se considera al sector, como el sitio idóneo para la producción y comercialización del maracuyá.

#### 4.3. Tamaño del proyecto

Los factores que definen el tamaño del proyecto son:

- **Existencia de mercado**

Tomando en cuenta el capítulo anterior se ha establecido que existe un mercado significativo para la fruta, representada por la población de la ciudad de Ibarra.

**CUADRO No.43  
EXISTENCIA DE MERCADO**

AÑO	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE MARACUYÁ EN Kg.
2014	118.906
2015	121.308
2016	123.759
2017	126.259
2018	128.809

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

- **Materia prima e insumos**

La zona donde estará ubicada la plantación presenta fácil abastecimiento de la materia prima e insumos agrícolas que se requiere para la producción, ya que está cerca de la cabecera parroquial de Lita donde existen almacenes de productos agropecuarios. Entre la materia prima e insumos a utilizar se encuentra: Plantas, pesticidas, fungicidas, fertilizantes, entre otros.

- **Mano de obra**

El sector donde se implementará el proyecto cuenta con suficiente mano de obra para ser ocupada en las labores agrícolas, la misma que posee vasta experiencia en el manejo de cultivos, estas personas serán contratadas por la modalidad de jornal, para las actividades de la planta se contratará a profesionales a los cuales se les cumplirá todos los beneficios de ley.

- **Tecnología**

La tecnología que se aplicará para el cultivo será la recomendada por el INIAP, basada en las buenas prácticas agrícolas, cuyos métodos mejoran la productividad de la fruta y permitirán minimizar los costos de

producción. Para el cultivo se utilizará insumos de origen orgánico o de sello verde.

#### 4.4. Capacidad del proyecto

La capacidad del proyecto fue planteado en base al área de la plantación y a la existencia de mercado para el producto, para esto se solicitó el asesoramiento de un técnico agrónomo para determinar los parámetros técnicos de producción y manejo.

El área para el cultivo del maracuyá será 1 hectárea.

Horizonte del proyecto 5 años

Para financiar la plantación de maracuyá se solicitará un préstamo al Banco Nacional de Fomento, debido a que la inversión inicial es alta.

#### CUADRO No.45 ANÁLISIS DE LA PRODUCTIVIDAD DEL MARACUYA

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Hectáreas a cultivar	1	1	1	1	1
Producción de maracuyá por hectárea en kg.	30.000	40.000	50.000	50.000	40.000
Producción total en kilos	30.000	40.000	50.000	50.000	40.000

Fuente: Ing. Agrónomo

Elaborado por: La autora

- **Programa de producción del maracuyá apta para la venta**

En base al criterio técnico de un agrónomo, del total de la producción, el 97% será producto apto para ser comercializado, el 3% será considerado como rechazo, De ahí que el programa de producción del maracuyá queda de la siguiente manera:



**CUADRO No.45**  
**PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DEL MARACUYÁ**

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Producción total de maracuyá en kilos	100%	30.000	40.000	50.000	50.000	40.000
Apta para la venta	97%	29.100	38.800	48.500	48.500	38.800
No apta	3%	900	1.200	1.500	1.500	1.200

Elaborado por: La autora

#### 4.5. Distribución de la planta

Para la construcción de las áreas de la microempresa, se utilizará 189 m<sup>2</sup> distribuidas de la siguiente manera;

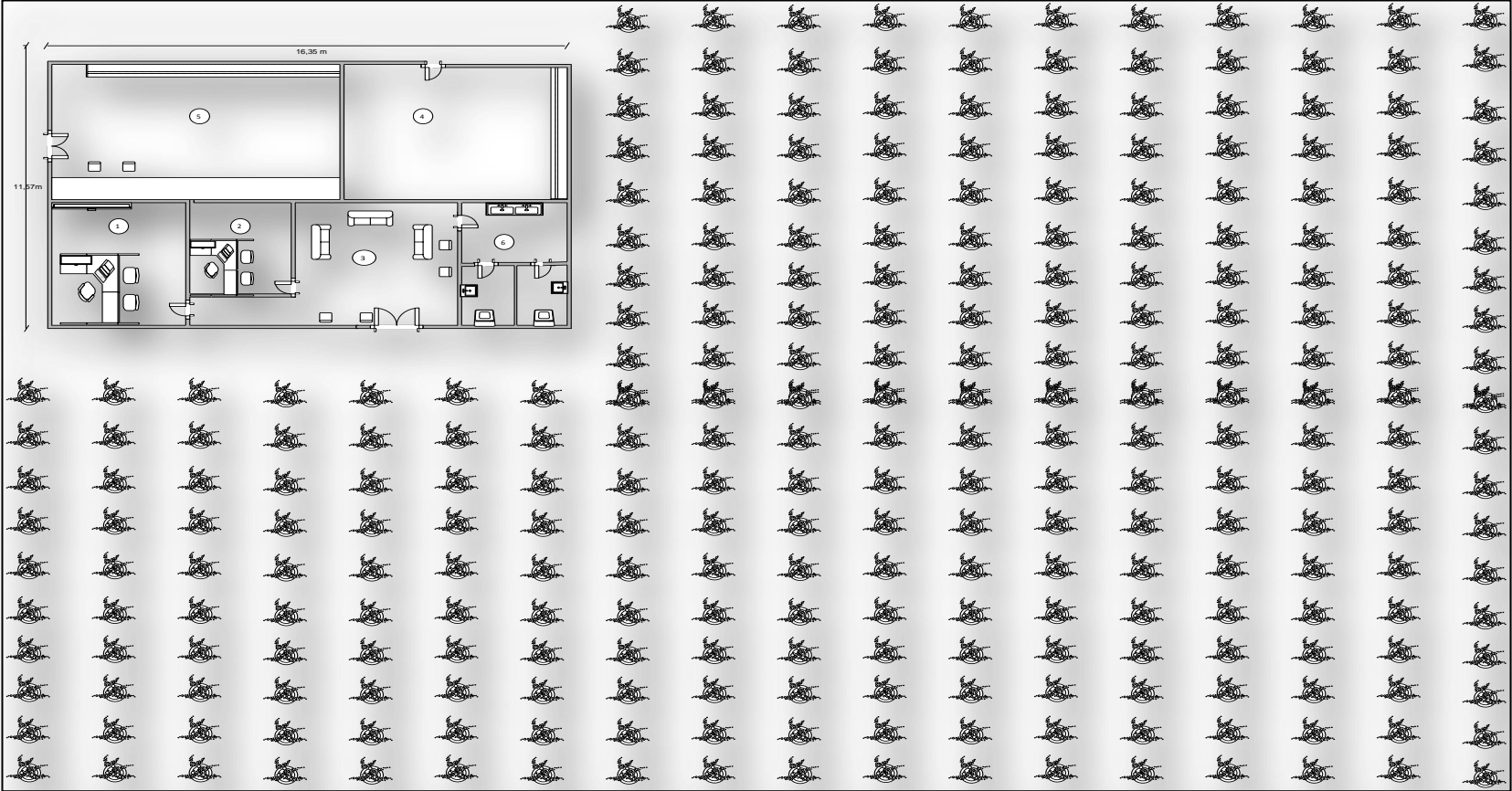
**CUADRO No.46**  
**DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**

No.	ÁREAS	m <sup>2</sup>
1	Gerencia	25
2	Contabilidad	16
3	Recepción	32
4	Cuarto de herramientas	40
5	Bodega	64
6	Baños	12
<b>TOTAL</b>		<b>189</b>

Elaborado por: La autora

#### 4.5.1. DISEÑO DE LA PLANTA

**ILUSTRACIÓN No.8**  
**DISEÑO DE LA PLANTA**



Elaborado por: La autora

## **4.6. PROCESO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN**

Para establecer las actividades más importantes para la operatividad de la microempresa, se buscó el direccionamiento de un técnico agrónomo y la correspondiente investigación bibliográfica.

### **4.6.1. Proceso de producción del maracuyá**

La variedad de maracuyá cultivarse será la amarilla, por ser una de las más productivas y de mejor adaptación al clima de la zona donde se implementará la plantación. La vida útil del maracuyá es de 4 a 5 años dependiendo del manejo del cultivo.

Las etapas del proceso de producción son:

- **Preparación del terreno**

La preparación del terreno comprende varias labores que son: Arado, rastra, delineado y hoyado.

- **Trasplante**

Una vez que el terreno este limpio, arado, rastreado y encamado, se realizará una distribución de siembra de 2,25 m entre plantas y 3 m entre hileras, para un total de 1.481 plantas/ha.

- **Fertilización**

Es importante realizar un análisis de suelo al momento del establecimiento de la plantación, muestreándose a dos profundidades 0 - 20 cm y 20-40 cm. El sistema radicular de la planta es considerado superficial, de un 60 a un 80% de las raíces se localizan entre los primeros 30 a 40 cm de profundidad y entre los 50 cm alrededor del tallo principal de la planta. La exigencia de nutrientes reportados en

maracuyá, ordenados de forma decreciente es la siguiente: N - K- Ca - S - Mg - P - Fe – B-Mn-Zn- Cu –Mo.

- **Estructura de soporte**

El maracuyá es una planta trepadora, se necesita construir estructuras que permitan que se desarrolle y que dé una buena distribución a las guías. Para el maracuyá amarillo se utilizará espaldera y no ramadas, ya que esa última dificulta la aplicación de pesticidas y podas. El sistema que a utilizar es el de espaldera en “T”, donde se utilizan postes y alambre.

- **Control de malezas**

Al inicio del desarrollo de las plantas, es importante mantener limpio los alrededores o rodaja, para evitar la competencia y favorecer el desarrollo de las plantas. Se utilizará herbicidas y manualmente.

- **Poda**

La poda contribuye a un buen balance entre la parte vegetativa y la productiva, además permite facilitar condiciones de entrada de luz, ventilación y disminuir la humedad relativa dentro del cultivo, lo que facilita el buen estado fitosanitario del cultivo.

En la poda de formación se deja desarrollar uno o 2 ramos (primarios), eliminando todos los restantes laterales (ramos secundarios) hasta la altura del primer alambre (1.60 m). Al llegar los ramos primarios al segundo alambre (2 m), se orienta uno para cada lado y se dejan crecer 30cm a lo largo del alambre, para luego cortar la punta, esto con la intención de favorecer la emisión de ramos los secundarios en el área comprendida entre 1.60 y los 2 m.La poda es fundamental que se realice constantemente.

- **Manejo fitosanitario**

Es bastante importante establecer y mantener una fauna benéfica y aplicar el control integrado de plagas y enfermedades, el cual incluye todos los mecanismos que se pueden aplicar ya sea químicos, culturales, de agentes benéficos y de control genético bien manejado. Muchas plagas y enfermedades influyen en todo el proceso productivo del cultivo provocando caída de estructuras florales, de botones, caída de frutos, defoliaciones severas, limitación en el crecimiento normal de la planta, lesiones en los frutos, deformación de frutos y secamiento general de la planta

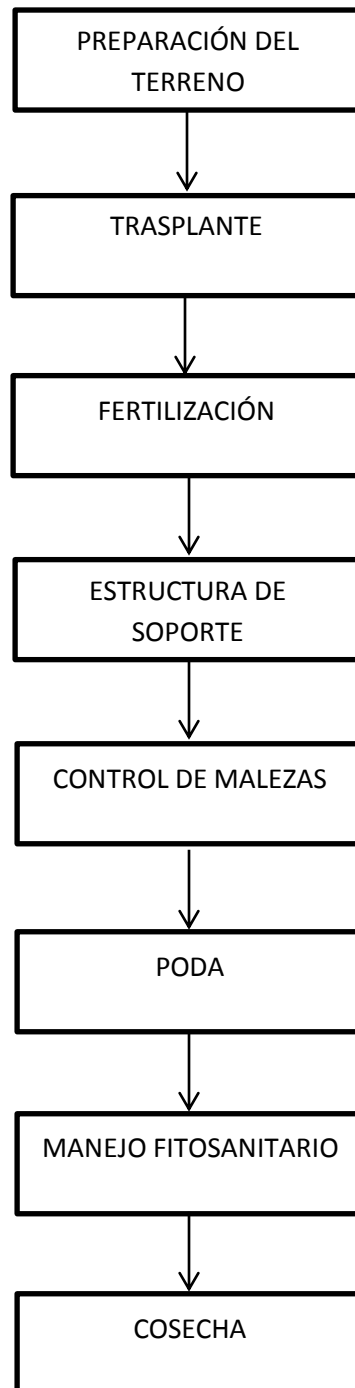
La maracuyá además de ser una planta que presenta un alto grado de auto esterilidad, depende en gran medida de la polinización cruzada favorecida por insectos para producir frutos. El agente polinizador que ha mostrado más eficiencia son los chiquisás, que son abejas del género *Xylocopa*. Debido a su gran cuerpo al momento de visitar las flores, necesariamente restriegan su cuerpo en las anteras (parte masculina) donde están los granos de polen y cuando se retiran de la flor llevan consigo granos de polen en sus lomos y al visitar otra flor además de adicionar granos de polen en los estigmas (parte femenina), acabarán llevándose el polen de las anteras de esa nueva flor, el cual será aplicado en su próxima visita a otra flor y de esta manera consecutivamente se repite esa labor. Por tal motivo se debe tener precaución en la aplicación de pesticidas, fungicidas que pueden causar daño a los agentes de polinización.

- **Cosecha.**

La cosecha inicia entre 6 a 7 meses de la siembra. La cosecha será manual, depositando los frutos en gavetas, cuidando que el fruto no se estropee o se aplaste. Las épocas de mayor cosecha varían según la zona, el régimen de riego y la época de trasplante. El rendimiento

promedio es de 30.000 kilos por hectárea en el primer año, al tercer año la producción se estabiliza en 50.000 kilos, llegando a decrecer al quinto.

### Diagrama de bloque de la producción del maracuyá



#### **4.6.2. Proceso de comercialización del maracuyá**

Para el proceso de comercialización se debe cumplir con las siguientes fases, el cual inicia en el manejo de pos cosecha con sus respectivas actividades.

- **Manejo poscosecha**

El manejo de poscosecha comprende realizar las siguientes actividades.

##### **Recepción en planta**

La gaveta se debe localizar en un sitio seco y fresco, preferiblemente aclimatado.

##### **Selección**

La selección del fruto debe ser bajo parámetros de regularidad, buena formación del fruto, coloración uniforme, eliminación de restos vegetales, la operación se la realizará manualmente.

##### **Empaque**

Se lo realiza en canastillas o gavetas de plástico transparente con su respectiva etiqueta, con un peso promedio de 20 kilos con una ubicación uniforme de la fruta, para evitar aplastamientos. Como también en fundas de un kilo para mejorar la presentación.

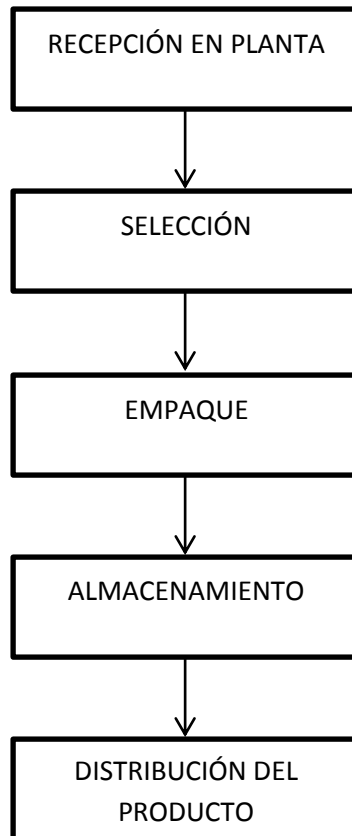
- **Almacenamiento**

El almacenamiento del producto será a una temperatura ambiente, para conservar hasta una semana.

- **Distribución del producto**

Esta etapa corresponde en el transporte de la fruta hacia los mercados de la ciudad de Ibarra, la cual se la efectuará con un vehículo.

**Diagrama de bloque de la comercialización del maracuyá**



**4.7. PRESUPUESTO DE INVERSIONES**

Las inversiones del presente proyecto está representada por: fija y capital de trabajo

**4.7.1. Inversión fija**

Esta inversión representa la compra de activos fijos que la microempresa necesita para efectuar normalmente sus actividades.



- **Terreno**

El terreno tendrá un área de 10.200 m<sup>2</sup>.

**CUADRO No.47  
TERRENO**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	m2	10.200	0,90	9.180,00
<b>TOTAL</b>				<b>9.180,00</b>

Fuente: Avalúos y Catastro del Municipio de Ibarra.

Elaborado por: La autora

- **Infraestructura**

Se realizará una construcción civil básica con diseños adecuados a las necesidades de la microempresa, con acabados rústicos.

**CUADRO No.48  
INFRAESTRUCTURA**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Infraestructura	m2	189	85,00	16.065,00
<b>TOTAL</b>				<b>16.065,00</b>

Fuente: Maestro de la construcción

Elaborado por: La autora

- **Maquinaria y equipo**

La maquinaria y equipo a adquirirse será:

**CUADRO No.49  
MAQUINARIA Y EQUIPO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo de fumigación a motor	1	1.600,00	1.600,00
Bomba de fumigar manual	2	270,00	540,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.140,00</b>

Fuente: AGROIBARRA

Elaborado por: La autora

- **Vehículo**

La adquisición del vehículo es importante para efectuar la comercialización de la fruta, como también para las labores de producción, este vehículo será de segunda mano.

**CUADRO No.50  
VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Camioneta año 2006	1	9.800,00	9.800,00
<b>TOTAL</b>			<b>9.800,00</b>

Fuente: Patio de vehículos

Elaborado por: La autora

- **Herramientas de producción**

A continuación se detalla las herramientas a adquirirse.

**CUADRO No.51  
HERRAMIENTAS DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Carretilla	2	150,00	300,00
Azadones	12	12,00	144,00
Palas	5	6,00	30,00
Rastrillos	5	9,00	45,00
Trinches	5	7,00	35,00
Postes	750	0,60	450,00
Alambre galvanizado No.12 en kilos	180	2,50	450,00
Alambre galvanizado No.16 en kilos	4	3,00	12,00
Grapas en kilos	5	2,00	10,00
Gavetas reforzadas	100	2,30	230,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.706,00</b>

Fuente: AGROIBARRA

Elaborado por: La autora

- **Muebles y enseres**

Para las diferentes dependencias de la microempresa se adquirirá los siguientes muebles y enseres.

**CUADRO No.52  
MUEBLES Y ENSERES**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio Modular Pequeño	2	160,00	320,00
Archivador vertical	2	115,00	230,00
Sillas giratorias	2	55,00	110,00
Sillas	8	30,00	240,00
Mesa con plataforma de aluminio	1	480,00	480,00
Estanterías	3	160,00	480,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.860,00</b>

Fuente: Comercial MOBALR

Elaborado por: La autora

- **Equipo de computación**

Para la operatividad de la microempresa se adquirirá equipos de cómputo.

**CUADRO No.53  
EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador de escritorio	2	750,00	1.500,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.500,00</b>

Fuente: MOVICOM

Elaborado por: La autora

- **Equipo de oficina**

El equipo de oficina se adquirirá es:

**CUADRO No.54  
EQUIPO DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Impresora Multifunción	1	220,00	220,00
Teléfono	2	115,00	230,00
Sumadora	2	40,00	80,00
<b>TOTAL</b>			<b>530,00</b>

Fuente: Comercial SALA SEVILLA

Elaborado por: La autora

- **Resumen de activos fijos**

El resumen de activos fijos se encuentra compuesto por:

**CUADRO No. 55  
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS**

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Terreno	9.180,00
Infraestructura	16.065,00
Maquinaria y equipo	2.140,00
Herramientas para la producción	1.706,00
Vehículo	9.800,00
Muebles y enseres	1.860,00
Equipo de computación	1.500,00
Equipo de oficina	530,00
<b>TOTAL</b>	<b>42.781,00</b>

Elaborado por: La autora

#### 4.7.2. Inversión variable o capital de trabajo

Se ha planteado un capital de trabajo para seis meses, cuyos recursos servirán para cubrir las erogaciones en la fase inicial del proyecto.

**CUADRO No.56  
INVERSIÓN VARIABLE O CAPITAL DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>		
Preparación del terreno	24,00	
Materia prima e insumos	630,38	
Mano de obra	3652,55	
Pago de agua	15,00	
<b>Subtotal (CP)</b>		<b>4.321,93</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
Sueldos	6.899,52	
Servicios básicos	300,00	
Servicio de comunicación	330,00	
Suministros de oficina	75,48	

Mantenimiento Computación	96,00	
<b>Subtotal total (GA)</b>		<b>7.701,00</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		
Sueldos	2776,65	
Publicidad	475,00	
Combustible y mantenimiento	960,00	
<b>Subtotal total (GV)</b>		<b>4.211,65</b>
<b>Total</b>		<b>16.234,57</b>
Imprevistos 2%		324,69
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>16.559,26</b>

Elaborado por: La autora

#### 4.7.3. Inversión total

La inversión total del proyecto está compuesta de: fija y capital de trabajo.

#### CUADRO No.57 INVERSIÓN TOTAL

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Activos fijos	42.781,00
Capital de trabajo	16.559,26
<b>TOTAL</b>	<b>59.340,26</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La Autora

#### 4.7.4. Financiamiento

Para dar inicio a las actividades de la microempresa se necesita una inversión que asciende a 59.340,26 dólares, de los cuales 24.340,26 será de origen propio, y el financiado será de 35.000 dólares, el cual se lo obtendrá a través del Banco Nacional de Fomento.

**CUADRO No.58**  
**FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital propio	24.340,26	41,02
Capital financiado	35.000,00	58,98
<b>TOTAL</b>	<b>59.340,26</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Estudio de Mercado y Estudio Financiero  
Elaborado por: La Autora

**4.7.5. Requerimiento de talento humano**

El talento humano que laborará en la microempresa será:

**CUADRO No.59**  
**REQUERIMIENTO DEL TALENTO HUMANO**

No. EMPLEADOS	CARGO
1	Gerente
1	Contador
1	Técnico Agrónomo
1	Vendedor

Elaborado por: La autora

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

El capítulo tiene como finalidad establecer los ingresos, egresos, para poder estructurar los respectivos estados financieros y aplicar la evaluación financiera que determinará la factibilidad o no del proyecto para ser ejecutado.

#### 5.1. Ingresos.

Los ingresos de la microempresa están representados por la venta del maracuyá en kilos.

##### 5.1.1. Proyección de Ingresos

La proyección de ingresos se la estableció en base al mercado y a la capacidad de producción de la plantación, el precio de la fruta se fijó en base al análisis de costos y gastos de producción más un margen de utilidad, estos crecen según la tendencia de inflación anual del 4,16% registrada en el año 2012.

**CUADRO No.60**  
**INGRESOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maracuyá en kg.	29.100	38.800	48.500	48.500	38.800
Precio unitario por kg.	2,00	2,08	2,17	2,26	2,35
<b>Total de ingresos proyectado</b>	<b>58.200,00</b>	<b>80.704,00</b>	<b>105.245,00</b>	<b>109.610,00</b>	<b>91.180,00</b>

Fuente: Estudio de mercado y Técnico  
Elaborado por: La autora

## 5.2. Egresos.

Los egresos son los desembolsos que se realizarán para cubrir los costos de producción, gastos administrativos y ventas, los mismos que serán utilizados para realizar el trabajo en la microempresa. Se encuentran proyectados al 4,16% según la inflación del 2012, a excepción del talento humano que se lo proyectó al 9,9% según la tendencia del crecimiento del sueldo básico de los últimos 5 años.

### 5.2.1. Costos de Producción.

Los costos de producción son los valores que se destina a la preparación del suelo, la compra de insumos, mano de obra directa y los costos indirectos. La cantidad se encuentra proyectada en función a las necesidades para la producción, el costo crece en base a la inflación del 4,16% del año 2012. El cálculo del número de jornales y los kilos de insumos para el control fitosanitario se encuentra en el anexo.

#### CUADRO No.61 COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA EL PRIMER AÑO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
<b>A. COSTOS DIRECTOS (CD)</b>				
<b>1. Preparación del suelo</b>				
Arada y rastrada	horas/tractor	1	16	16,00
Surcado	horas/tractor	0,5	16	8,00
<b>Subtotal preparación del suelo</b>				<b>24,00</b>
<b>2. Mano de Obra</b>				
Técnico de producción	sueldo			7.049,10
Siembra	jornal	7	8	56,00
Fertilización	jornal	8	8	64,00
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	9	8	72,00
Control de malezas	jornal	4	8	32,00
Cosecha	jornal	4	8	32,00
<b>Subtotal mano de obra</b>				<b>7.305,10</b>



<b>3. Materia prima e Insumos</b>				
Plantas	Unidades	1481,00	0,75	1.110,75
Fertilizantes	kg	150	0,6	90,00
Insecticidas, fungicidas	kg	3	8	24,00
Herbicidas	kg	4	9	36,00
<b>Subtotal materia prima e insumos</b>				<b>1.260,75</b>
<b>SUBTOTAL (CD)</b>				<b>8.589,85</b>
<b>B. COSTOS INDIRECTOS (CI)</b>				
Pago del agua de riego	Hectárea	1	30	30,00
<b>SUBTOTAL (CI)</b>				<b>30,00</b>
<b>TOTAL DE COSTOS (CD+CI)</b>				<b>8.619,85</b>

Fuente: Opinión de experto, Bibliográfica

Elaborado por: La autora

#### CUADRO No.62 COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA EL SEGUNDO AÑO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
<b>A. COSTOS DIRECTOS (CD)</b>				
<b>1. Preparación del suelo</b>				
Arada y rastrada	horas/tractor	0	0,00	0,00
Surcado	horas/tractor	0	0,00	0,00
<b>Subtotal preparación del suelo</b>				<b>0,00</b>
<b>2. Mano de Obra</b>				
Técnico de producción	sueldo			8.488,79
Fertilización	jornal	8	8,33	66,66
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	9	8,33	75,00
Control de malezas	jornal	4	8,33	33,33
Cosecha	jornal	5	8,33	41,66
<b>Subtotal mano de obra</b>				<b>8.705,44</b>
<b>3. Materia prima e Insumos</b>				
Fertilizantes	kg	200	0,62	124,99
Insecticidas, fungicidas	kg	4,5	8,33	37,50
Herbicidas	kg	4,5	9,37	42,18
<b>Subtotal materia prima e insumos</b>				<b>204,67</b>
<b>SUBTOTAL (CD)</b>				<b>8.910,11</b>
<b>B. COSTOS INDIRECTOS (CI)</b>				
Pago del agua de riego	Hectárea	0	31,25	0,00
<b>SUBTOTAL (CI)</b>				<b>0,00</b>
<b>TOTAL DE COSTOS (CD+CI)</b>				<b>8.910,11</b>

Fuente: Opinión de experto, Bibliográfica

Elaborado por: La autora

**CUADRO No.63**  
**COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA EL TERCER AÑO**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
<b>A. COSTOS DIRECTOS (CD)</b>				
<b>1. Preparación del suelo</b>				
Arada y rastrada	horas/tractor	0	0,00	0,00
Surcado	horas/tractor	0	0,00	0,00
<b>Subtotal preparación del suelo</b>				<b>0,00</b>
<b>2. Mano de Obra</b>				
Técnico de producción	sueldo			9.329,18
Fertilización	jornal	8	8,68	69,44
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	9	8,68	78,12
Control de malezas	jornal	4	8,68	34,72
Cosecha	jornal	5	8,68	43,40
<b>Subtotal mano de obra</b>				<b>9.554,84</b>
<b>3. Materia prima e Insumos</b>				
Fertilizantes	kg	200	0,65	130,19
Insecticidas, fungicidas	kg	4,5	8,68	39,06
Herbicidas	kg	4,5	9,76	43,94
<b>Subtotal materia prima e insumos</b>				<b>213,19</b>
<b>SUBTOTAL (CD)</b>				<b>9.768,03</b>
<b>B. COSTOS INDIRECTOS (CI)</b>				
Pago del agua de riego	Hectárea	0	32,55	0,00
<b>SUBTOTAL (CI)</b>				<b>0,00</b>
<b>TOTAL DE COSTOS (CD+CI)</b>				<b>9.768,03</b>

Fuente: Opinión de experto, Bibliográfica

Elaborado por: La autora

**CUADRO No.64**  
**COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA EL CUARTO AÑO**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
<b>A. COSTOS DIRECTOS (CD)</b>				
<b>1. Preparación del suelo</b>				
Arada y rastrada	horas/tractor	0	0,00	0,00
Surcado	horas/tractor	0	0,00	0,00
<b>Subtotal preparación del suelo</b>				<b>0,00</b>

<b>2. Mano de Obra</b>				
Técnico de producción	sueldo			10.252,76
Fertilización	jornal	8	9,04	72,32
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	9	9,04	81,36
Control de malezas	jornal	4	9,04	36,16
Cosecha	jornal	5	9,04	45,20
<b>Subtotal mano de obra</b>				<b>10.487,82</b>
<b>3. Materia prima e Insumos</b>				
Fertilizantes	kg	200	0,68	135,61
Insecticidas, fungicidas	kg	4,5	9,04	40,68
Herbicidas	kg	4,5	10,17	45,77
<b>Subtotal materia prima e insumos</b>				<b>222,06</b>
<b>SUBTOTAL (CD)</b>				<b>10.709,87</b>
<b>B. COSTOS INDIRECTOS (CI)</b>				
Pago del agua de riego	Hectárea	0	33,90	0,00
<b>SUBTOTAL (CI)</b>				<b>0,00</b>
<b>TOTAL DE COSTOS (CD+CI)</b>				<b>10.709,87</b>

Fuente: Opinión de experto, Bibliográfica

Elaborado por: La autora

### CUADRO No.65 COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA EL QUINTO AÑO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
<b>A. COSTOS DIRECTOS (CD)</b>				
<b>1. Preparación del suelo</b>				
Arada y rastrada	horas/tractor	0	0,00	0,00
Surcado	horas/tractor	0	0,00	0,00
<b>Subtotal preparación del suelo</b>				<b>0,00</b>
<b>2. Mano de Obra</b>				
Técnico de producción	sueldo			11.267,79
Fertilización	jornal	8	9,42	75,33
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	9	9,42	84,75
Control de malezas	jornal	4	9,42	37,67
Cosecha	jornal	5	9,42	47,08
<b>Subtotal mano de obra</b>				<b>11.512,62</b>
<b>3. Materia prima e Insumos</b>				
Fertilizantes	kg	200	0,71	141,25
Insecticidas, fungicidas	kg	4,5	9,42	42,37
Herbicidas	kg	4,5	10,59	47,67
<b>Subtotal materia prima e insumos</b>				<b>231,30</b>

<b>SUBTOTAL (CD)</b>				<b>11.743,91</b>
<b>B. COSTOS INDIRECTOS (CI)</b>				
Pago del agua de riego	Hectárea	0	35,31	0,00
<b>SUBTOTAL (CI)</b>				<b>0,00</b>
<b>TOTAL DE COSTOS (CD+CI)</b>				<b>11.743,91</b>

Fuente: Opinión de experto, Bibliográfica

Elaborado por: La autora

## ➤ RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

**CUADRO No.66  
RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos directos					
Preparación del terreno	24,00	0	0,00	0,00	0,00
Materia prima e insumos	1260,75	204,67	213,19	222,06	231,30
Mano de obra directa	7305,10	8705,44	9554,84	10487,82	11512,62
Costos indirectos de producción					
Pago de agua	30,00	31,25	32,55	33,90	35,31
<b>TOTAL</b>	<b>8619,85</b>	<b>8941,36</b>	<b>9800,58</b>	<b>10743,78</b>	<b>11779,23</b>

Elaborado por: La autora

### 5.2.2. Gastos Administrativos.

Dentro de los gastos administrativos se encuentran las erogaciones de las actividades administrativas. Para su proyección se ha utilizado la tasa de inflación del 4,16%. Excepto los sueldos administrativos a los cuales se aplicó el 9,9% que corresponde a la tendencia del sueldo básico de los últimos 5 años.

#### ➤ Sueldos Administrativos.

Son los pagos que se realizan a los trabajadores de cada departamento, de acuerdo a las funciones que realiza.

**CUADRO No.67  
PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO**

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Gerente	500,00	549,50	603,90	663,69	729,39
1	Contadora	380,00	417,62	458,96	504,40	554,34
	MENSUAL	880,00	967,12	1.062,86	1.168,09	1.283,73
	ANUAL	<b>10.560,00</b>	<b>11.605,44</b>	<b>12.754,38</b>	<b>14.017,06</b>	<b>15.404,75</b>

Elaborado por: La autora

**CUADRO No.68  
PROYECCIÓN DEL SUELDO ADMINISTRATIVO**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	10.560,00	11.605,44	12.754,38	14.017,06	15.404,75
Aporte Patronal	1.283,04	1.410,06	1.549,66	1.703,07	1.871,68
Fondos de Reserva		967,12	1.062,86	1.168,09	1.283,73
Vacaciones	440,00	967,12	1.062,86	1.168,09	1.283,73
Décimo Tercero	880,00	967,12	1.062,86	1.168,09	1.283,73
Décimo Cuarto	636,00	698,96	768,16	844,21	927,79
Total costo de sueldos administrativos	13.799,04	16.615,82	18.260,79	20.068,61	22.055,40

Elaborado por: La autora

➤ **Servicios básicos**

Los servicios básicos son indispensables para la realización de las actividades de la microempresa.

**CUADRO No.69  
SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz	420,00	437,47	455,67	474,63	494,37
Agua	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87
<b>TOTAL</b>	<b>600,00</b>	<b>624,96</b>	<b>650,96</b>	<b>678,04</b>	<b>706,24</b>

Elaborado por: La autora

➤ **Servicios de comunicación**

Corresponde a los gastos por comunicación

**CUADRO No.70  
SERVICIOS DE COMUNICACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Teléfono	360,00	374,98	390,58	406,82	423,75
Internet	300,00	312,48	325,48	339,02	353,12
<b>TOTAL</b>	<b>660,00</b>	<b>687,46</b>	<b>716,05</b>	<b>745,84</b>	<b>776,87</b>

Elaborado por: La autora

➤ **Suministros de Oficina**

Es indispensable la adquisición de los suministros de oficina, porque son parte importante para las actividades de la microempresa.

**CUADRO No.71  
SUMINISTROS DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papel resma	12	3,50	42,00	43,75	45,57	47,46	49,44
Carpetas	12	0,30	3,60	3,75	3,91	4,07	4,24
Esferográfico	7	0,30	2,10	2,19	2,28	2,37	2,47
Tinta impresora	3	15,00	45,00	46,87	48,82	50,85	52,97
Cuaderno	4	1,50	6,00	6,25	6,51	6,78	7,06
Lapiz	8	1,50	12,00	12,50	13,02	13,56	14,12
Borrador	5	0,25	1,25	1,30	1,36	1,41	1,47
Basureros	3	5,00	15,00	15,62	16,27	16,95	17,66
Libretines (facturas)	6	4,00	24,00	25,00	26,04	27,12	28,25
<b>TOTAL</b>			<b>150,95</b>	<b>157,23</b>	<b>163,77</b>	<b>170,58</b>	<b>177,68</b>

Elaborado por: La autora

➤ **Mantenimiento Computación**

El mantenimiento de computación se lo debe realizar constantemente por tal motivo se ha asignado un rubro.

**CUADRO No.72  
MANTENIMIENTO DEL EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento computación	192,00	199,99	208,31	216,97	226,00

Elaborado por: La autora

**CUADRO No.73  
RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	13.799,04	16.615,82	18.260,79	20.068,61	22.055,40
Servicios Básicos	600,00	624,96	650,96	678,04	706,24
Servicios de comunicación	660,00	687,46	716,05	745,84	776,87
Suministros de Oficina	150,95	157,23	163,77	170,58	177,68
Mantenimiento Computación	192,00	199,99	208,31	216,97	226,00
<b>TOTAL</b>	<b>15.401,99</b>	<b>18.285,46</b>	<b>19.999,88</b>	<b>21.880,05</b>	<b>23.942,19</b>

Elaborado por: La autora

**5.2.3. Gastos de Ventas.**

En los gastos de ventas se encuentran sueldos de ventas, empaques, publicidad, combustibles y mantenimiento vehículo. Estos crecen en función de la inflación del 4,16%, excepto los sueldos.

➤ **Sueldo en Ventas.**

**CUADRO No.74  
SUELDOS EN VENTAS**

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Vendedor	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57
	MENSUAL	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57
	ANUAL	<b>4.200,00</b>	<b>4.615,80</b>	<b>5.072,76</b>	<b>5.574,97</b>	<b>6.126,89</b>

Elaborado por: La autora

**CUADRO No.75  
PROYECCIÓN DEL SUELDO DE VENTAS**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	4.200,00	4.615,80	5.072,76	5.574,97	6.126,89
Aporte Patronal	510,30	560,82	616,34	677,36	744,42
Fondos de Reserva		384,65	422,73	464,58	510,57
Vacaciones	175,00	384,65	422,73	464,58	510,57
Décimo Tercero	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57
Décimo Cuarto	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89
Total sueldo en ventas	5.553,30	6.680,05	7.341,38	8.068,17	8.866,92

Elaborado por: La autora

➤ **Publicidad.**

**CUADRO No.76 PUBLICIDAD**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	950,00	989,52	1.030,68	1.073,56	1.118,22

Elaborado por: La autora

➤ **Empaques**

Se adquirirá empaques tipo funda con una capacidad para 1 kilo.

**CUADRO No.77  
EMPAQUES**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Empaques	2.553,53	3.546,34	4.617,33	4.809,41	4.007,58
<b>TOTAL</b>	<b>2.553,53</b>	<b>3.546,34</b>	<b>4.617,33</b>	<b>4.809,41</b>	<b>4.007,58</b>

Elaborado por: La autora

➤ **Combustible Mantenimiento Vehículo**

Son gastos que la microempresa debe cubrir, para el transporte de la fruta.

**CUADRO No.78  
COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Combustible vehículo	1.560,00	1.624,90	1.692,49	1.762,90	1.836,24
Mantenimiento vehículo	360,00	374,98	390,58	406,82	423,75
<b>TOTAL</b>	<b>1.920,00</b>	<b>1.999,87</b>	<b>2.083,07</b>	<b>2.169,72</b>	<b>2.259,98</b>

Elaborado por: La autora

➤ **Resumen de gastos de ventas**

**CUADRO No.79  
RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo en ventas	5.553,30	6.680,05	7.341,38	8.068,17	8.866,92
Publicidad	950,00	989,52	1.030,68	1.073,56	1.118,22
Empaques	2.553,53	3.546,34	4.617,33	4.809,41	4.007,58
Combustible y mantenimiento	1.920,00	1.999,87	2.083,07	2.169,72	2.259,98
<b>TOTAL</b>	<b>10.976,83</b>	<b>13.215,78</b>	<b>15.072,46</b>	<b>16.120,87</b>	<b>16.252,71</b>

Elaborado por: La autora



#### 5.2.4. Gastos Financieros.

Para llevar a cabo el siguiente proyecto se necesita un préstamo de 35.000 dólares, el mismo que será financiado por el Banco Nacional de Fomento a una tasa de interés del 12,75%, a 5 años, mediante pagos trimestrales.

#### CUADRO No.80

#### DATOS DEL FINANCIAMIENTO

PRESTAMO	35.000
TIEMPO	5
INTERÉS	12,75%
PERIODOS DE PAGO	trimestrales

Elaborado por: La autora

#### CUADRO No.81 AMORTIZACIÓN

trimestre	cuota	intereses	amortización	amortizado	pendiente
0					35.000,00
1	2.393,52	1.115,63	1.277,90	1.277,90	33.722,10
2	2.393,52	1.074,89	1.318,63	2.596,52	32.403,48
3	2.393,52	1.032,86	1.360,66	3.957,18	31.042,82
4	2.393,52	989,49	1.404,03	5.361,21	29.638,79
5	2.393,52	944,74	1.448,78	6.810,00	28.190,00
6	2.393,52	898,56	1.494,96	8.304,96	26.695,04
7	2.393,52	850,90	1.542,62	9.847,58	25.152,42
8	2.393,52	801,73	1.591,79	11.439,37	23.560,63
9	2.393,52	751,00	1.642,53	13.081,89	21.918,11
10	2.393,52	698,64	1.694,88	14.776,77	20.223,23
11	2.393,52	644,62	1.748,91	16.525,68	18.474,32
12	2.393,52	588,87	1.804,65	18.330,33	16.669,67
13	2.393,52	531,35	1.862,17	20.192,50	14.807,50
14	2.393,52	471,99	1.921,53	22.114,03	12.885,97
15	2.393,52	410,74	1.982,78	24.096,82	10.903,18
16	2.393,52	347,54	2.045,98	26.142,80	8.857,20
17	2.393,52	282,32	2.111,20	28.253,99	6.746,01
18	2.393,52	215,03	2.178,49	30.432,49	4.567,51
19	2.393,52	145,59	2.247,93	32.680,42	2.319,58
20	2.393,52	73,94	2.319,58	35.000,00	0,00

Fuente: Banco Nacional de Fomento

Elaborado por: La autora

**CUADRO No.82  
GASTO INTERÉS DE LA DEUDA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses	4.212,87	3.495,93	2.683,12	1.761,61	716,88

Elaborado por: La autora

### 5.2.5. Depreciación

La depreciación se la efectuó tomando en cuenta la Ley de Régimen Tributario.

**CUADRO No.83  
DEPRECIACIÓN**

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	% POR LEY	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Infraestructura	16.065,00	5%	803,25	803,25	803,25	803,25	803,25
Maquinaria y Equipo	2.140,00	10%	214,00	214,00	214,00	214,00	214,00
Herramientas de producción	1.706,00	10%	170,60	170,60	170,60	170,60	170,60
Muebles y Enseres	1860,00	10%	186,00	186,00	186,00	186,00	186,00
Equipo de Computación	1.500,00	33,33%	500,00	500,00	500,00		
Renovación de equipo de Computación	1.562,40	33,33%				520,80	520,80
Equipo de Oficina	530,00	10%	53,00	53,00	53,00	53,00	53,00
Vehículo	9.800,00	20%	1960,00	1960,00	1960,00	1960,00	1960,00
<b>TOTAL</b>	<b>35.163</b>		<b>3886,85</b>	<b>3886,85</b>	<b>3886,85</b>	<b>3907,65</b>	<b>3907,65</b>

Elaborado por: La autora

### 5.2.6. Gastos de estudios y constitución

La inversión diferida se la ha tomado como gasto para el primer año, por ser una microempresa.

**CUADRO No.84  
GASTOS DE ESTUDIOS Y CONSTITUCIÓN**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Estudio de factibilidad y diseño	1.500
Trámites de constitución	250
<b>TOTAL</b>	<b>1.750</b>

Elaborado por: La autora

## 5.2.7. Resumen de egresos

**CUADRO No.85 RESUMEN DE EGRESOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de producción	8.619,85	8.941,36	9.800,58	10.743,78	11.779,23
Gastos de administrativos	15.401,99	18.285,46	19.999,88	21.880,05	23.942,19
Gastos de ventas	10.976,83	13.215,78	15.072,46	16.120,87	16.252,71
Gastos financieros	4.212,87	3.495,93	2.683,12	1.761,61	716,88
Depreciación	3.886,85	3.886,85	3.886,85	3.907,65	3.907,65
Gastos de estudios y constitución	1.750,00				
<b>TOTAL</b>	<b>44.848,38</b>	<b>47.825,38</b>	<b>51.442,88</b>	<b>54.413,95</b>	<b>56.598,66</b>

Elaborado por: La autora

## 5.3. Estados Proforma.

Después de haber analizado las inversiones, ingresos y egresos se procedió a estructurar los siguientes estados proforma.

### 5.3.1. Estado de Situación Inicial

El estado de situación inicial representa la posición financiera de la microempresa en lo que se refiera a los activos y pasivos con los que da inicio la actividad.

**CUADRO No.86 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL**

ACTIVO		PASIVO		
<b>ACTIVOS CORRIENTE</b>		16.559,26	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>	35.000,00
Caja - bancos	16.559,26		Préstamo por pagar	35.000,00
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		42.781,00		
Terreno	9.180,00		<b>CAPITAL</b>	24.340,26
Infraestructura	16.065,00		Inversión propia	24.340,26
Vehículo	9.800,00			
Equipo de computación	1.500,00			
Equipo de oficina	530,00			
Maquinaria y equipo	2.140,00			
Herramientas de producción	1.706,00			
Muebles y enseres	1.860,00			
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>59.340,26</b>	<b>TOTAL PASIVOS Y CAPITAL</b>	<b>59.340,26</b>

Elaborado por: La autora

### 5.3.2. Estado de Resultados

El estado de resultado representa la posición económica reflejada en la utilidad o pérdida del proyecto.

#### CUADRO No.87

##### ESTADO DE RESULTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos proyectados	58.200,00	80.704,00	105.245,00	109.610,00	91.180,00
Costos de producción	8.619,85	8.941,36	9.800,58	10.743,78	11.779,23
<b>(=)Utilidad bruta</b>	<b>49.580,15</b>	<b>71.762,64</b>	<b>95.444,42</b>	<b>98.866,22</b>	<b>79.400,77</b>
Gastos administrativos	15.401,99	18.285,46	19.999,88	21.880,05	23.942,19
Gastos de venta	10.976,83	13.215,78	15.072,46	16.120,87	16.252,71
Depreciación	3.886,85	3.886,85	3.886,85	3.907,65	3.907,65
Gastos intereses	4.212,87	3.495,93	2.683,12	1.761,61	716,88
Gastos de estudios y constitución	1.750,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=)Utilidad operativa proyectada</b>	<b>13.351,62</b>	<b>32.878,62</b>	<b>53.802,12</b>	<b>55.196,05</b>	<b>34.581,34</b>
(-) 15% Prov. trabajadores	2.002,74	4.931,79	8.070,32	8.279,41	5.187,20
<b>(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos</b>	<b>11.348,87</b>	<b>27.946,83</b>	<b>45.731,80</b>	<b>46.916,64</b>	<b>29.394,14</b>
Impuesto a la renta	2.496,75	6.148,30	10.061,00	10.321,66	6.466,71
<b>Utilidad neta proyectada</b>	<b>8.852,12</b>	<b>21.798,53</b>	<b>35.670,80</b>	<b>36.594,98</b>	<b>22.927,43</b>

Elaborado por: La autora

### 5.3.3. Flujo de efectivo

Este estado financiero muestra la dinámica del efectivo en relación a sus entradas y salidas.

**CUADRO No.88  
FLUJO DE EFECTIVO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión inicial	-59.340					
<b>INGRESOS</b>						
(=) Utilidad neta proyectada		8.852,12	21.798,53	35.670,80	36.594,98	22.927,43
Depreciación		3.886,85	3.886,85	3.886,85	3.907,65	3.907,65
Recuperación de inversión fija						26.942,60
<b>(=) Total ingresos</b>		<b>12.738,97</b>	<b>25.685,38</b>	<b>39.557,65</b>	<b>40.502,63</b>	<b>53.777,68</b>
<b>EGRESOS</b>						
Pago al principal		5.361,21	6.078,15	6.890,96	7.812,47	8.857,20
Reinversión					1.562,40	
<b>(=) Total Egresos</b>		<b>5.361,21</b>	<b>6.078,15</b>	<b>6.890,96</b>	<b>9.374,87</b>	<b>8.857,20</b>
<b>(=) FLUJO DE CAJA DE NETO PROYECTADO</b>	<b>-59.340</b>	<b>7.377,76</b>	<b>19.607,22</b>	<b>32.666,69</b>	<b>31.127,76</b>	<b>44.920,48</b>

laborado por: La autora

#### 5.4. Evaluación de la Inversión.

Para evaluar el proyecto se aplicó los evaluadores financieros clásicos, que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo, tales como: VAN, TIR, PRI, C/B

##### 5.4.1. Costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio

El costo de oportunidad determina la tasa de rentabilidad que tendrá el proyecto frente a la tasa activa y del mercado financiero, demostrando matemáticamente si es viable realizar la inversión en el presente proyecto.

**CUADRO No.89  
COSTO DE OPORTUNIDAD**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital propio	24.340,26	41,02	4,75	194,84
Capital financiado	35.000,00	58,98	12,75	752,02
<b>TOTAL</b>	<b>59.340,26</b>	<b>100,00</b>		<b>946,86</b>

Elaborado por: La autora

**Ck = 9,47%**

#### 5.4.2. Tasa de Rendimiento Medio

**DATOS:**

Ck(costo de oportunidad) = 9,47%

if(inflación) = 4,16%

TRM= ((1+ck) (1+if))-1

TRM=0,1402

**TRM=14,02%**

#### 5.4.3. Valor Actual Neto.

**CUADRO No.90  
VALOR ACTUAL NETO**

<b>AÑO</b>	<b>FL NETOS</b>	<b>FL ACTUAL 14,02%</b>
0	-59340,26	-59340,26
<b>1</b>	7.377,76	6.470,58
<b>2</b>	19.607,22	15.081,83
<b>3</b>	32.666,69	22.037,48
<b>4</b>	31.127,76	18.417,21
<b>5</b>	44.920,48	23.309,83
	<b>VAN</b>	<b>25.976,68</b>

Elaborado por: La autora

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

**VAN = 25.976,68**

El análisis del VAN para el estudio propuesto alcanza 25.976,68, valor que es mayor a cero, por tal razón quiere decir que el proyecto es aceptado. Este indicador representa la rentabilidad del proyecto en términos monetarios a tiempo real.

#### 5.4.4. Tasa Interna de Retorno

Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil.

**CUADRO No.91  
TASA INTERNA DE RETORNO**

<b>AÑO</b>	<b>FL NETOS</b>	<b>FLUJO 14,02%</b>	<b>FLUJO 28%</b>
0	-59340,26	-59340,26	-59340,26
1	7377,76	6470,58	5763,87
2	19607,22	15081,83	11967,30
3	32666,69	22037,48	15576,69
4	31127,76	18417,21	11595,99
5	44920,48	23309,83	13073,58
<b>VAN</b>		25976,68	-1362,82

Elaborado por: La autora

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

**TIR = 27,09%**

La Tasa Interna de Retorno que se obtuvo, indica la rentabilidad del proyecto en este caso del 27,09%, por tanto el proyecto se lo considera factible, debida a que es mayor que la tasa de rendimiento medio.

#### 5.4.5. Periodo de Recuperación de la Inversión

**CUADRO No.92  
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

<b>AÑOS</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>FLUJO NETO DEFLACTADO</b>	<b>RECUP. CAPITAL</b>	<b>TIEMPO DE RECUPERACIÓN</b>	
<b>1</b>	<b>59.340,26</b>	6.470,58	<b>6.470,58</b>	1	AÑO
<b>2</b>		15.081,83	<b>15.081,83</b>	2	AÑO
<b>3</b>		22.037,48	<b>22.037,48</b>	3	AÑO
<b>4</b>		18.417,21	15.750,36	10	MESES

Elaborado por: La autora

La inversión se recupera en 3 años 10 meses

#### 5.4.6. Costo beneficio.

**CUADRO No.93  
COSTO BENEFICIO**

AÑOS	FNE	Tasa redescuento
		<b>0,1402</b>
1	7.378	6.470,58
2	19.607	15.081,83
3	32.667	22.037,48
4	31.128	18.417,21
5	44.920	23.309,83
SUMAN...		<b>85.316,94</b>

Elaborado por: La autora

$$C/B = \frac{\text{Flujos netos actualizados}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$C/B = \frac{85.316,94}{59.340,26}$$

$$C/B = 1,44$$

Este análisis indica que por cada dólar invertido en el proyecto generará 0,44 dólares adicionales.

#### 5.4.7. Punto de Equilibrio del Proyecto

Este análisis establece el nivel de ventas que se necesita realizar la microempresa para obtener equilibrio operativo

$$PEP = \frac{\text{Costos Fijos}}{PVu - CVu}$$



Costos Fijo = 36.228,53

Precio de Venta = 2,00

Costo de venta = 0,296

$$PEP = \frac{36.228,53}{2 - 0,30}$$

PEP = 21.311 kilos

PE\$=42.621,80

El punto de Equilibrio del proyecto indica que la microempresa necesita vender 21.311 kilos de maracuyá, para obtener equilibrio operativo.

#### 5.4.8. Resumen de la evaluación financiera

**CUADRO No.94  
RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA**

<b>RATIO EVALUADOR</b>	<b>CRITERIO DE EVALUACIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>RESULTADO</b>
TRM =		14,02%	
VAN =	VAN > 0	25.976,68	Aceptable
TIR % =	TIR >TRM	27,09%	Aceptable
PRI		3,10	Años
B/C =	R B/C > 1	1,44	Aceptable

Elaborado por: La autora

Finalmente, del capítulo financiero se puede concluir que el proyecto es factible en las condiciones estudiadas.

## CAPÍTULO VI

### 6. ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

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

#### 6.1. Aspecto estratégico de la Microempresa

##### 6.1.1. Nombre de la Microempresa

La microempresa se llamará **LA GRANJA DEL MARACUYÁ**, este nombre propuesto tiene la finalidad de crear en la mente del consumidor la importancia de la fruta.

##### 6.1.2. Misión

LA MISIÓN DE LA MICROEMPRESA ES: PROMOVER EL DESARROLLO Y EL CRECIMIENTO FRUTÍCOLA DEL MARACUYÁ EN EL SECTOR PARA BRINDAR UN PRODUCTO DE CALIDAD AL MERCADO CONSUMIDOR.

##### 6.1.3. Visión

LA VISIÓN DE LA MICROEMPRESA ES: PARA EL AÑO 2018 SER UNA MICROEMPRESA LIDER EN LA ZONA NORTE DEL PAÍS EN LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MARACUYÁ CON UNA COBERTURA REGIONAL, ENTREGANDO UNA FRUTA DE CALIDAD A CONSUMIDORES.

##### 6.1.4. Objetivos de la microempresa

- La microempresa estará encaminada a buscar nuevas técnicas de producción que mejoren la calidad del producto

- Buscar las alternativas necesarias para poder incrementar el porcentaje de ventas a nivel local y nacional.
- Capacitar al personal tanto administrativo como operativo para mejorar su conocimiento y obtener mejores resultados en la microempresa.
- Buscar nuevos mercados para garantizar la permanencia de la producción de maracuyá en el mercado.
- Colaborar con el desarrollo microempresarial del sector brindando nuevas técnicas de cultivo para el agro.

#### **6.1.5. Políticas de la microempresa**

- No se permite la contratación de personas que tengan algún tipo de parentesco.
- El horario de trabajo debe cumplirse por cada trabajador en caso de no respetar se sancionará según correspondientes.
- No se permitirá que exista preferencia o consideraciones a ciertos empleados
- Se incentivara a los trabajadores para que consideren que el logro de los objetivos se los puede alcanzar en equipo
- Se respetará los días de feriados y descanso donde el personal puede disponer del tiempo
- Fomentar un buen ambiente laboral entre los ejecutivos y los empleados.

### 6.1.6. Principios y Valores

- **Integridad y justicia:** Estimular el esfuerzo y sacrificio a los logros personales de los trabajadores.
- **Trabajo en equipo:** Promover el trabajo multidisciplinario como uno de los principales elementos del desarrollo personal.
- **Mejorar constantemente:** ofrecer mejoramiento continuo del producto tanto en calidad como en su presentación.
- **Pensar estratégicamente:** Aplicar estrategias que le permitan a la microempresa crecer constantemente.
- **Buscar siempre el mayor nivel de calidad:** La calidad siempre será factor determinante dentro de la microempresa.
- **Toma de decisión:** Ante los eventos importantes contar con la capacidad de tomar decisiones que permitan solucionar problemas que se presenten.
- **Disponibilidad al Cambio:** Estar dispuesto al cambio en beneficio de la organización, considerando la importancia.

### 6.1.7. Valores

- **Liderazgo:** Es la toma de iniciativa en alguna cuestión es decir gestionar, convocar, promover al equipo de trabajo.
- **Responsabilidad:** Demostrar responsabilidad en la realización de las diferentes actividades del trabajo.
- **Compromiso:** Entrega incondicional a la microempresa demostrando el interés en el logro de los objetivos.

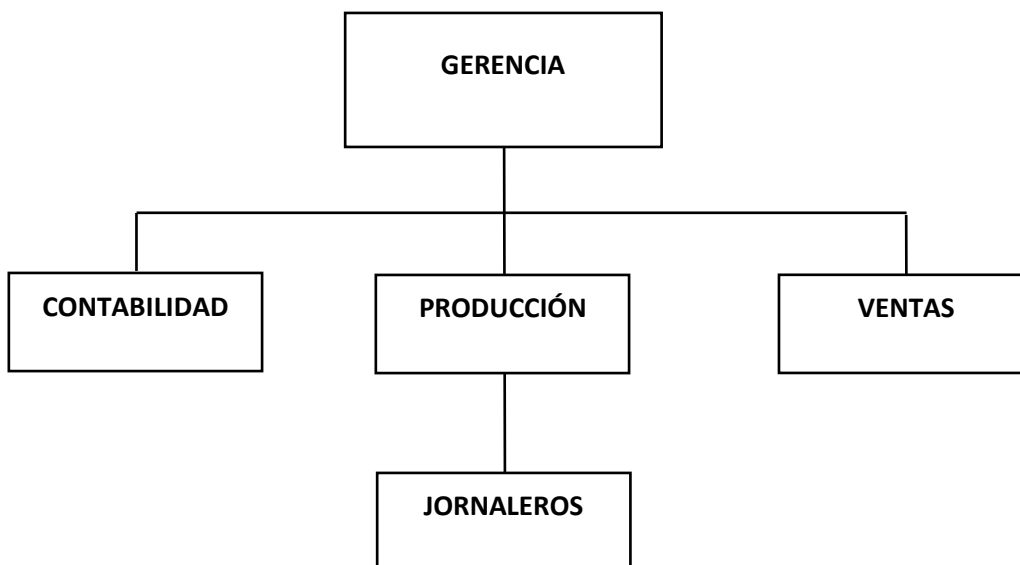
- **Excelencia:** Demostrar en su trabajo la eficiencia y efectividad en el cumplimiento de sus funciones.
- **Perseverancia:** La perseverancia significa conseguir logros, que se hayan planteado para mejoramiento de la organización.
- **Honestidad:** Estar encaminado por la sinceridad y la coherencia de las acciones realizadas en la microempresa.

## 6.2. Aspecto organizativo

### 6.2.1. Organización Estructural

La estructura orgánica cuenta con la descripción de niveles y las respectivas responsabilidades que cada empleado debe cumplir.

### 6.2.2. Organigrama Estructural



### 6.3. Identificación de puestos y funciones

En este punto se detalle el cargo y funciones que deben desempeñar cada trabajador, con la finalidad de dar cumplimiento a los objetivos y metas específicas que la microempresa se ha propuesto.

#### ADMINISTRADOR

	<b>LA GRANJA DEL MARACUYÁ</b>
<b>CARGO: GERENTE</b>	
<b>OBJETIVO:</b> El administrador o gerente es quien se encarga de realizar la gestión administrativa financiera de la microempresa.	
<b>PERFIL</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Liderazgo.</li><li>• Trabajo bajo presión.</li><li>• Buen manejo de relaciones humanas.</li><li>• Disponibilidad de tiempo.</li></ul>	
<b>FUNCIONES :</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Dirigir y motivar a empleados a través de los canales de comunicación más efectivos y resolver conflictos.</li><li>• Controlar las actividades para asegurarse de que se están cumpliendo como se plantearon en su distribución.</li><li>• Verificar que los parámetros fijados se estén cumpliendo, así como corregir las desviaciones del plan.</li><li>• Establecer los objetivos organizacionales, metas parámetros, políticas y hoja de ruta por la cual la microempresa se rige.</li><li>• Presentar informes y análisis financieros a los socios de le microempresa.</li><li>• Velar por el cumplimiento de los objetivos en el tiempo determinado.</li><li>• Planificar, organizar y ejecuta las actividades que se ha planteado.</li></ul>	

- Verificar los estados financieros que presenta el contador.

**ANÁLISIS DE PUESTO**

**REQUISITOS :**

**TITULO:** Ing. Administración de Empresas, Licenciado en Administración de Empresas

**EXPERIENCIA:** 2 años de experiencia como gerente

**FORMACIÓN:** Planeación estratégica, Procesos de administrativos generales, Desarrollo organizacional, Paquetes informáticos.

**CONTADOR**

***LA GRANJA DEL MARACUYÁ***

**CARGO: CONTADOR**

**OBJETIVO.** El contador se encarga de la parte contable del microempresa quien da a conocer como se encuentra la parte económica.

**PERFIL:**

- Agilidad de pensamiento
- Estudios en contabilidad
- Conocimiento leyes tributarias.

**FUNCIONES :**

- Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la microempresa al Gerente.
- Preparar y presentar las declaraciones tributarias en las fechas prevista para evitar multas tributarias.
- Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas explicativas.
- Asesorar a la Gerencia en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno.
- Llevar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información.
- Clasificar, guardar y resumir información numérica y financiera para recopilar asientos contables en los libros.
- Llenar y enviar formularios de compensación a todos los trabajadores en fechas designadas.

<b>ANÁLISIS DE PUESTO</b>
<b>REQUISITOS :</b>  <b>TITULO:</b> Ing. Contabilidad y Auditoría CPA, Licenciado en Contabilidad CPA.  <b>EXPERIENCIA:</b> 2 años de experiencia  <b>FORMACIÓN:</b> Desarrollo organizacional, Paquetes informáticos.

## JEFE DE PRODUCCIÓN

	<b><i>LA GRANJA DEL MARACUYÁ</i></b>
<b>CARGO: JEFE DE PRODUCCIÓN</b>	
<b>OBJETIVO.</b> El jefe de producción se encarga de controlar las diferentes actividades agrícolas que se realizaran en la microempresa.	
<b>PERFIL:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de recursos agrícolas</li> <li>• Excelentes conocimientos.</li> <li>• Buenas relaciones humanas.</li> <li>• Identificación de problemas agrícolas</li> </ul>	
<b>FUNCIONES :</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparar y presentar el presupuesto que necesita el departamento de producción para dar inicio con las actividades.</li> <li>• Calificar al personal idóneo para el trabajo de campo.</li> <li>• Controlar el proceso productivo del maracuyá en la aplicación de técnicas.</li> <li>• Aplicar estrategias de minimización de costos de producción.</li> <li>• Realizar el mantenimiento previo a las instalaciones que se encuentren a su cargo.</li> <li>• Ordenar la recolección del producto en el tiempo adecuado.</li> <li>• Presentar informes sobre las actividades productivas que se han realizados con sus respectivos resultado.</li> </ul>	



<b>ANÁLISIS DE PUESTO</b>
<p><b>REQUISITOS :</b></p> <p><b>TITULO:</b> Ing. Agrónomo</p> <p><b>EXPERIENCIA:</b>2 años de experiencia</p> <p><b>FORMACIÓN:</b>Planeación estratégica, Desarrollo organizacional, trabajo en equipo</p>

## JORNALERO

	<b><i>LA GRANJA DEL MARACUYÁ</i></b>
<b>CARGO: JORNALERO</b>	
<b>OBJETIVO.</b> Se encarga de las labores y actividades agrícolas	
<b>PERFIL:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos básicos en la agricultura</li> <li>• Buenas relaciones humanas</li> </ul>	
<b>FUNCIONES :</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar los cuidados pertinentes del producto.</li> <li>• Aplicar las técnicas descritas por el Técnico Agrónomo.</li> <li>• Informar cualquier anomalía que se presente en el cultivo.</li> <li>• Cuidar que la producción se encuentre libre de plagas y enfermedades.</li> <li>• Asegurarse que la aplicación de insumos agrícolas se aplique correctamente.</li> <li>• Estar pendiente de las necesidades que presente el cultivo en su etapa de crecimiento.</li> <li>• Realizar la recolección del fruto de acuerdo a las ordenanzas descritas.</li> </ul>	
<b>ANÁLISIS DE PUESTO</b>	

**REQUISITOS :**

**TITULO:** No necesario

**EXPERIENCIA:**1 año de experiencia en actividades agrícolas

**FORMACIÓN:** Trabajo en equipo

**VENDEDOR**

	<b><i>LA GRANJA DEL MARACUYÁ</i></b>
<b>CARGO: VENDEDOR</b>	
<b>OBJETIVO.</b> El vendedor se encarga de ofrecer el producto a los diferentes mercado y comercializarlo.	
<b>PERFIL:</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Buenas relaciones humanas.</li><li>• Conocimientos básicos del producto</li><li>• Analista del Mercado</li></ul>	
<b>FUNCIONES :</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Realizar las ventas del producto.</li><li>• Recaudar el dinero por las ventas realizadas.</li><li>• Mantener continuo contacto con el cliente mediante visitas periódicas.</li><li>• Presentar informes sobre el crecimiento de ventas mensuales.</li><li>• Transportar el producto a los diferentes puntos de ventas.</li><li>• Conducir el vehículo de la microempresa en las diferentes actividades.</li><li>• Brindar constante mantenimiento al vehículo de la microempresa.</li></ul>	

<b>ANÁLISIS DE PUESTO</b>
<b>REQUISITOS :</b> <b>TITULO:</b> Bachiller <b>EXPERIENCIA:</b> 2 años de experiencia <b>FORMACIÓN:</b> Procesos efectivos de ventas.

#### **6.4. Aspecto legal de funcionamiento**

Para iniciar con el funcionamiento de la microempresa de producción y comercialización de maracuyá se debe cumplir con los siguientes requisitos legales.

##### **6.4.1. Constitución jurídica**

La microempresa será de carácter unipersonal.

##### **6.4.2. Permisos de funcionamiento**

#### **El registro único de contribuyente (RUC)**

##### **Requisitos:**

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

##### **Patente municipal**

- Copia de la cédula y certificado de votación
- Nombre (Apellidos y nombres) del dueño del predio donde funciona la actividad económica
- Copia del RUC
- Declaración juramentada de inicio de actividades
- Copia de cédula de identidad del representante legal
- Inspección

#### **6.4.3. Para obtener el permiso**

##### **Requisitos:**

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

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS DEL PROYECTO

Es indispensable desarrollar el análisis a los principales impactos que se presenta durante el desarrollo del proyecto. Los impactos que se tomaran en cuenta son los siguientes:

- Impacto socio-económico
- Impacto empresarial
- Impacto educativo
- Impacto ambiental
- Impacto general

Para el análisis se tomará en cuenta la matriz que permitirá dar un valor a cada indicador que se considere en cada evaluación.

**CUADRO No.95**  
**MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS**

<b>POSITIVO</b>	<b>NIVEL</b>
1	Bajo
2	Medio
3	Alto
<b>NEGATIVO</b>	<b>NIVEL</b>
-1	Bajo
-2	Medio
-3	Alto

Elaborado por: La autora

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

### 7.1. Impacto Socio-económico

**CUADRO No. 96  
IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Mejoramiento económico							X	3
Nuevas fuentes de trabajo.						X		2
Estabilidad laboral							X	3
Eliminación de la migración						X		2
<b>TOTAL</b>						4	6	10

Elaborado por: La autora

$$\text{NI(SOCIO – ECONÓMICO)} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

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

$$\text{NI} = 2,5 = 3$$

#### **ANÁLISIS:**

Con la creación de la microempresa productora y comercializadora de maracuyá se fortalecerá el mejoramiento económico del sector, además abra nuevas oportunidades de trabajo lo que incide a una estabilidad laboral para la mano de obra que se utilizará, la misma permitirá eliminar la migración de las personas a otras ciudades por cuestiones de trabajo.

## 7.2. Impacto Empresarial

**CUADRO No.97  
IMPACTO EMPRESARIAL**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Fortalecimiento microempresarial						X		2
Mejoramiento competitivo						X		2
Incremento productivo						X		2
Crecimiento agrícola							X	3
<b>TOTAL</b>						6	3	9

Elaborado por: La autora

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

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

$$NI = 2,25 = 2$$

### ANÁLISIS:

El impacto empresarial genera un nivel medio positivo en el sector, porque principalmente está encaminado al fortalecimiento microempresarial, a través del mejoramiento competitivo con el que desarrolla sus actividades, permitiendo un incremento productivo en el sector agrícola.

### 7.3. Impacto Educativo

**CUADRO No.98  
IMPACTO EDUCATIVO**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de conocimiento						X		2
Mejoramiento tecnológico						X		2
Capacitación continua						X		2
Interés por el producto							X	3
<b>TOTAL</b>						6	3	9

Elaborado por: La autora

$$NI(\text{EDUCATIVO}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

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

$$NI = 2,25 = 2$$

#### **ANÁLISIS:**

El impacto educativo genera un nivel medio positivo, porque el propósito que persigue este proyecto es generar conocimientos básicos que ayuden a los habitantes del sector a mejorar el proceso productivo de los cultivos, además se aplicará capacitaciones que ayuden a facilitar la aplicación de nuevas técnicas en el manejo agrícola.



## 7.4. Impacto Ambiental

**CUADRO No. 99  
IMPACTO AMBIENTAL**

<b>FACTORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Trabajo sin tóxicos			X					-1
Producción natural			X					-1
Manejo de los desechos			X					-1
Contaminación del ambiente			X					-1
<b>TOTAL</b>			-4					-4

Elaborado por: La autora

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

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

$$NI = -1$$

### **ANÁLISIS:**

El proyecto a desarrollarse presenta un impacto ambiental negativo, porque la microempresa ha tomado medidas necesarias para el tratamiento de desechos y poder controlar las reacciones negativas que se puedan generar durante el desarrollo de las actividades de la microempresa.

## 7.5. Impacto General

**CUADRO No. 100  
IMPACTO GENERAL**

<b>FACTORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO							X	3
IMPACTO EMPRESARIAL						X		2
IMPACTO EDUCATIVO						X		2
IMPACTO AMBIENTAL			X					-1
<b>TOTAL</b>						4	3	6

Elaborado por: La autora

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

$$NI = \frac{6}{4}$$

$$NI = 1,5 = 2$$

### **ANÁLISIS:**

El análisis realizado a cada uno de los impactos propuestos ha sido una base fundamental para concluir que las reacciones que presentan son positivas y benefician al sector.

## CONCLUSIONES

- El análisis realizado en la parroquia de Lita permito determinar que este lugar es idóneo para la creación de la microempresa productora y comercializadora de maracuyá.
- El estudio de mercado permitió conocer al mercado meta al cual va dirigido el producto y su nivel de aceptación por la fruta, además diferenciar los gustos y preferencias que el consumidor.
- El estudio técnico analizado presenta que la parroquia de Lita es el lugar idóneo para la creación de la microempresa, porque tiene factores importantes que son tomados en cuenta en él, desarrollo de cada etapa del proyecto.
- El estudio financiero determinó que el proyecto es factible en las condiciones analizadas, debido a que los resultados de los evaluadores demuestran que los ingresos que se obtendrán por la actividad respaldan la inversión.
- La parte organizativa garantiza un excelente funcionamiento de la microempresa, porque se efectuó un análisis adecuado al talento humano que colaborará con el proyecto.
- Los impactos que se analizaron en el proyecto presentan efectos positivos para el sector y su inversionista.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda tomar en cuenta todos los beneficios del sector para mejorar los resultados del proyecto y garantizar que su creación llegue al final.
- Aplicar estrategias de comercialización del producto, para garantizar al cliente el cumplimiento de la entrega inmediato del maracuyá.
- Sacar ventajas a los factores que el sector dispone para mejorar la producción y comercialización del maracuyá y poder extender el mercado a nivel nacional.
- Controlar constantemente los ingresos y gastos, para mantener una estabilidad de la microempresa y poder tomar decisiones correctas a tiempo.
- Velar por el cumplimiento de políticas y reglamentos para garantizar un desarrollo efectivo dentro y fuera de la microempresa y poder asegurar su estabilidad.
- Vigilar que se cumpla con las medidas de precaución necesarias para evitar alteraciones que provoque problemas al medio ambiente y al sector.

## BIBLIOGRAFÍA

ANZOLA, R. S. (2010). Administración de Pequeñas Empresas, Tercera Edición, Editorial Mc Graw Hill, México D.F

ACHING, G. C. (2007). En su obra guía Rápida Ratios Financieros y Matemáticas de la Mercadotecnia, Edición electrónica gratuita.

BRAVO, M. (2009). Contabilidad General, Editorial Nuevo Día, 7ma. Edición, Quito-Ecuador

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

D' ALESSIO I. F. (2008) El Proceso Estratégico un Enfoque de Gerencia, Primera Edición Pearson Educación México.

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

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

GALINDO, R. C. J. (2008). Manual para la Creación de Empresas. Tercera Edición, Ecoe Ediciones. Colombia

JANY CASTRO J. N. (2009) Investigación Integral de Mercados Avances para el Nuevo Milenio, Cuarta Edición, Editorial McGrawHill, Bogotá Colombia

KOTLER, Philip. (2009) Principios de Marketing. Doceava Edición, Prentice Hall, México.

KOONTZ, Harold, Heinz W., Mark C. (2008). Administración una Perspectiva Global y Empresarial, Décimo Tercera Edición, Mac Graw Hill,

MUNCH Lourdes, (2010). Administración Gestión Organización Enfoques y Procesos Administrativo, Primera Edición, Editorial Prentice Hall Pearson, México

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

PALAO Jorge, GOMEZ GARCIA V, (2009). Administre sus Recursos Humanos, Primera Edición, Editorial PALAO EDITORES SAC

RIVERA MARTINEZ F., HERNANDEZ CHAVEZ G. (2010). Administración de Proyectos, Primera Edición, Editorial Prentice Hall, PEARSON, Estado de México.

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

VASQUEZ, L. H. (2006). Organización aplicada Segunda Edición, Graficas Vásquez

WHEELEN, Thomas L. HUNDER, D. J. (2007) Administración Estratégica y Política de Negocios Décima Edición, Pearson Educación México.

ZAPATA, S. P., (2008), *Contabilidad general*, Sexta edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V., México, D. F.

## LINCOGRAFIA

<http://huitoto.udea.edu.co/FrutasTropicales/maracuya.html>.

<http://ssmofruit.com/propiedaesmaracuya>:

<http://www.olx.com.ec/q/maracuya/c-210>.

<http://www.monografias.com/produccion-maracuya-peru/produccion-maracuya-peru2.shtml>.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Fruticultura>.

<http://www.buenastareas.com/importancias-De-La-Fruticultura.html>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Agricultura>.

<http://udecagriculturaladino.blogspot.com/p/ventajas-y-desventajas-de-la.html>.

**ANEXOS**



**ANEXO A: FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES FAMILIARES DE EXTRACTO SOCIAL MEDIO, MEDIO ALTO Y ALTO, DE LA CIUDAD DE IBARRA.**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**1. ¿Adquiere fruta para consumo familiar?**

- |              |     |
|--------------|-----|
| Siempre      | ( ) |
| Casi siempre | ( ) |
| Nunca        | ( ) |

**2. ¿Cuál de las siguientes frutas es de su preferencia?**

- |          |     |
|----------|-----|
| Naranja  | ( ) |
| Banano   | ( ) |
| Maracuyá | ( ) |
| Piña     | ( ) |
| Mango    | ( ) |
| Manzana  | ( ) |
| Pera     | ( ) |
| Otros    | ( ) |

**3. ¿Adquiere maracuyá para su consumo familiar?**

- |              |     |
|--------------|-----|
| Siempre      | ( ) |
| Casi siempre | ( ) |
| Nunca        | ( ) |

**4. ¿Ha escuchado o tiene conocimiento de las propiedades alimenticias que posee el maracuyá?**

- Si ( )
- No ( )
- Parcialmente ( )

**5. ¿De qué formas alimenticias ha consumido el maracuyá?**

- Natural ( )
- Mermeladas ( )
- Concentrados de jugos ( )
- Yogurt ( )
- Otros ( )

**6. ¿Dónde prefiere adquirir frutas?**

- Supermercados ( )
- Mercados ( )
- Tiendas ( )
- Vendedores ambulantes ( )
- Otros ( )

**7. ¿Cuál es el factor más importante al adquirir el producto?**

- Calidad ( )
- Presentación ( )
- Bajo precio ( )
- Otros ( )

**8. ¿Qué cantidad de maracuyá consume en la semana?**

- 1/2 Libra ( )
- 1 libras ( )
- 1 kilo ( )
- 2 kilos en adelante ( )

**9. ¿Cuál es la frecuencia de consumo de la maracuyá?**

- Diario ( )
- Una vez a la semana ( )
- Dos veces a la semana ( )
- Quincenal ( )

**10. ¿Cómo considera usted el precio del kilo de maracuyá?**

- Alto ( )
- Mediano ( )
- Bajo ( )

**11. ¿Qué precio está dispuesto a pagar por un kilo de maracuyá?**

- Menos de 1 dólar ( )
- Entre 1 y 2 dólares ( )
- Más de 2 dólar ( )

**12. ¿De los siguientes medios de comunicación cual es de su preferencia?**

- Radio ( )
- Prensa escrita ( )
- Trípticos ( )
- Internet ( )
- Otros ( )

**ANEXO B: FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES DE FRUTAS DE LA CIUDAD DE IBARRA.**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**1. ¿En su puesto de venta comercializa maracuyá?**

Si ( )

No ( )

**2. ¿ Su cliente al momento de seleccionar la maracuyá cual es el atributo que prefiere**

Calidad ( )

Presentación ( )

Precios ( )

Procedencia ( )

**3. ¿Cuál es la frecuencia de ventas de la maracuyá?**

Diario ( )

Una vez a la semana ( )

Dos veces a la semana ( )

Quincenal ( )

**4. ¿Cuál es el promedio de ventas del maracuyá diariamente?**

Entre 20 y 40 kilos ( )

Entre 40 y 60 kilos ( )

Entre 60 y 80 kilos ( )

**5. ¿Cuál es el costo por el kilo de maracuyá?**

Menos de 1 dólar ( )

Entre 1 y 2 dólares ( )

Más de 2 dólar ( )

**6. ¿La producción local le abastece en forma permanente?**

Si ( )

No ( )

**7. ¿Si su respuesta de la pregunta es no, que cantidad necesita para satisfacer la demanda?**

Entre 20 y 40 kilos ( )

Entre 40 y 60 kilos ( )

Entre 60 y 80 kilos ( )

**8. ¿Su proveedor de maracuyá es?**

Productor ( )

Intermediario ( )

Ambos ( )

**9. ¿Cuenta usted con un proveedor de maracuyá permanente?**

Si ( )

No ( )

## ANEXO C: DETERMINACIÓN DEL PRECIO

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{36.228,53}{29.100}$$

$$CFu = 1,24$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{8.619,85}{29.100}$$

$$CVu = 0,30$$

$$\text{PRECIO} = CFu + CVu + 30\%CTu$$

$$\text{PRECIO} = 1,24 + 0,30 + 30\%CTu$$

$$\text{PRECIO} = 1,24 + 0,30 + 30\%(1,54)$$

$$\text{PRECIO} = 1,24 + 0,30 + 0,46$$

$$\text{PRECIO} = 2 \text{ dólares}$$

El precio de cada Kilo de maracuyá será de 2 dólares

## ANEXO D: ROL DE PAGO

### SUELDOS EN PRODUCCIÓN

Índice de crecimiento del 9,9%, corresponde a la tendencia del sueldo básico de los últimos 5 años

SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL						
No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Técnico agrónomo	450,00	494,55	543,51	597,32	656,45
	MENSUAL	450,00	494,55	543,51	597,32	656,45
	ANUAL	<b>5.400,00</b>	<b>5.934,60</b>	<b>6.522,13</b>	<b>7.167,82</b>	<b>7.877,43</b>

PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	5.400,00	5.934,60	6.522,13	7.167,82	7.877,43
Aporte Patronal	656,10	721,05	792,44	870,89	957,11
Fondos de Reserva		494,55	543,51	597,32	656,45
Vacaciones	225,00	494,55	543,51	597,32	656,45
Décimo Tercero	450,00	494,55	543,51	597,32	656,45
Décimo Cuarto	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89
Total costo de mano de obra	7.049,10	8.488,79	9.329,18	10.252,76	11.267,79

## ANEXO E: CÁLCULO DE CANTIDAD DE JORNALES Y CANTIDAD DE KILOS DE INSUMOS PARA EL CONTROL FITOSANITARIO

### PRIMER AÑO CANTIDAD DE JORNALES

Actividad	No. aplicaciones	jornal por hectárea	número de hectáreas	año 1
Siembra	1	7	1	7
Aplicación de fertilizantes	2	4	1	8
Aplicación de insecticidas	3	3	1	9
Aplicación control de malezas	2	2	1	4
Cosecha	1	4	1	4

### SEGUNDO AÑO CANTIDAD DE JORNALES

Actividad	No. aplicaciones	jornal por hectárea	número de hectáreas	año 2
Aplicación de fertilizantes	2	4	1	8
Aplicación de insecticidas	3	3	1	9
Aplicación control de malezas	2	2	1	4
Cosecha	1	5	1	5

### TERCER AÑO CANTIDAD DE JORNALES

Actividad	No. aplicaciones	jornal por hectárea	número de hectáreas	año 3
Aplicación de fertilizantes	2	4	1	8
Aplicación de insecticidas	3	3	1	9
Aplicación control de malezas	2	2	1	4
Cosecha	1	5	1	5



#### CUARTO AÑO CANTIDAD DE JORNALES

Actividad	No. aplicaciones	jornal por hectárea	número de hectáreas	año 4
Aplicación de fertilizantes	2	4	1	8
Aplicación de insecticidas	3	3	1	9
Aplicación control de malezas	2	2	1	4
Cosecha	1	5	1	5

#### QUINTO AÑO CANTIDAD DE JORNALES

Actividad	No. aplicaciones	jornal por hectárea	número de hectáreas	año 5
Aplicación de fertilizantes	2	4	1	8
Aplicación de insecticidas	3	3	1	9
Aplicación control de malezas	2	2	1	4
Cosecha	1	5	1	5

#### PRIMER AÑO CANTIDAD DE KILOS DE INSUMOS

Actividad	No. aplicaciones	kilos por hectárea	número de hectáreas	AÑO 1
Fertilizante	2	75	1	150
Insecticidas y fungicidas	3	1	1	3
Herbicidas	2	2	1	4

#### SEGUNDO AÑO CANTIDAD DE KILOS DE INSUMOS

Actividad	No. aplicaciones	kilos por hectárea	número de hectáreas	AÑO 2
Fertilizante	2	100	1	200
Insecticidas y fungicidas	3	1,5	1	4,5
Herbicidas	2	2,25	1	4,5

### TERCER AÑO CANTIDAD DE KILOS DE INSUMOS

<b>Actividad</b>	<b>No. aplicaciones</b>	<b>kilos por hectárea</b>	<b>número de hectáreas</b>	<b>AÑO 3</b>
Fertilizante	2	100	1	200
Insecticidas y fungicidas	3	1,5	1	4,5
Herbicidas	2	2,25	1	4,5

### CUARTO AÑO CANTIDAD DE KILOS DE INSUMOS

<b>Actividad</b>	<b>No. aplicaciones</b>	<b>kilos por hectárea</b>	<b>número de hectáreas</b>	<b>AÑO 4</b>
Fertilizante	2	100	1	200
Insecticidas y fungicidas	3	1,5	1	4,5
Herbicidas	2	2,25	1	4,5

### QUINTO AÑO CANTIDAD DE KILOS DE INSUMOS

<b>Actividad</b>	<b>No. aplicaciones</b>	<b>kilos por hectárea</b>	<b>número de hectáreas</b>	<b>AÑO 5</b>
Fertilizante	2	100	1	200
Insecticidas y fungicidas	3	1,5	1	4,5
Herbicidas	2	2,25	1	4,5

## ANEXO F: COSTOS Y GASTOS

### SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	35	420
Agua	15	180
<b>TOTAL</b>		<b>600</b>

### SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Teléfono	30	360
Internet	25	300
<b>TOTAL</b>		<b>660</b>

### MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento computación	16	192
<b>TOTAL</b>		<b>192</b>

### PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Radio	125	250
Prensa	80	160
Tripticos	30	240
Internet	25	300
<b>TOTAL</b>		<b>950</b>

### EMPAQUES

AÑO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Empaque y etiquetas	1.455	1,7550	2.553,53
2	Empaque y etiquetas	1.940	1,8280	3.546,34
3	Empaque y etiquetas	2.425	1,9041	4.617,33
4	Empaque y etiquetas	2.425	1,9833	4.809,41
5	Empaque y etiquetas	1.940	2,0658	4.007,58

### COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Combustible vehículo	130	1560
Mantenimiento vehículo	30	360
<b>TOTAL</b>		<b>1920</b>