



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CEREZA EN LA PARROQUIA MONTE OLIVO CANTÓN BOLÍVAR PROVINCIA DEL CARCHI”.

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

AUTORA: Padilla León María Gabriela
DIRECTOR: Ing. Walter Jácome V. PhD.

IBARRA, JUNIO, 2013

RESUMEN EJECUTIVO

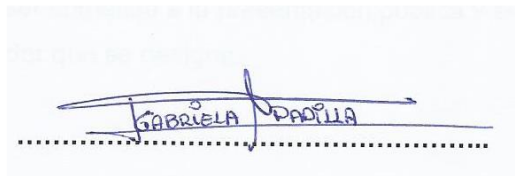
El presente trabajo titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CEREZA EN LA PARROQUIA MONTE OLIVO CANTÓN BOLÍVAR PROVINCIA DEL CARCHI”, tiene como finalidad determinar si es o no un emprendimiento que dinamizará el sector agrícola de la zona de influencia. Efectuada la investigación en sus distintas etapas, se ha establecido los siguientes hallazgos: El sector donde se llevará a cabo el proyecto cumple con todos los requerimientos agronómicos para el cultivo de la cereza, los agricultores de la zona tiene buena predisposición de colaborar con la microempresa. Del estudio de mercado se puede manifestar que existe una demanda significativa para el consumo de la fruta, debido a que no existen suficientes proveedores de la cereza en el área de investigación, cabe indicar que la cereza que se comercializa en Ibarra es de otras regiones y del extranjero. El estudio técnico permitió establecer principalmente la capacidad que tendrá el proyecto para producir y entregar un producto de calidad al mercado. Efectuado el estudio financiero se pudo establecer los ingresos y egresos del proyecto, los cuales respaldan a la inversión efectuada, para medir la rentabilidad se aplicó índices financieros que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo, arrojando resultados favorables para la gestión del proyecto, En la parte organizativa se estableció un modelo administrativo con el que la microempresa contará para un buen manejo de sus recursos tanto materiales como el recurso humano. La evaluación de impactos efectuada determina que el proyecto afecta en forma positiva en el lugar donde se llevará a cabo.

EXECUTIVE SUMMARY

This paper entitled "FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF A SMALL BUSINESS PRODUCER AND DISTRIBUTOR OF CHERRY ON MOUNT OLIVE CHURCH OF CANTON BOLIVAR CARCHI province", is aimed at determining whether or not an enterprise that will stimulate the agricultural sector in the area of influence. Carried out research in its various stages, has established the following findings: The area where will be held the project meets all requirements for growing agronomic cherry, farmers in the area have willingness to work with microenterprises . Market research can say that there is a significant demand for the consumption of the fruit, because there are not enough suppliers of cherry in the research area, it should be noted that the cherry that Ibarra is marketed in other regions and abroad. The technical study mainly allowed to establish the project will have capacity to produce and deliver a quality product to market. Done the financial study could establish the income and expenses of the project, which supports the investment made, to measure profitability financial ratios was applied taking into account the value of money over time, yielding favorable results for project management, in the organizational management model was established by which the micro will for good management of resources both material and human resources. The impact assessment carried out determines that the project affects positively in the place will be held.

AUTORÍA

Yo, **María Gabriela Padilla León**, portadora de la cédula de ciudadanía **No. 1003009634**, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no han sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información

A photograph of a handwritten signature in blue ink. The signature is written over a horizontal line that has a dotted line underneath it. The name 'GABRIELA PADILLA' is clearly legible in the signature.

Gabriela Padilla

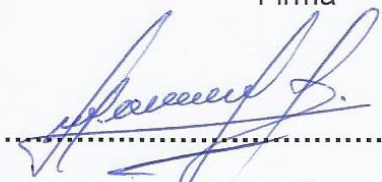
1003009634

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada **María Gabriela Padilla León**, con cédula de identidad No. **1003009634** para optar por el Título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.** cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CEREZA EN LA PARROQUIA MONTE OLIVO CANTÓN BOLÍVAR PROVINCIA DEL CARCHI”**. Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 20 días del mes de Junio de 2013.

Firma



.....

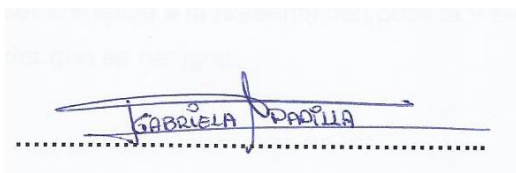
ING. WALTER JÁCOME V. PhD.

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, **María Gabriela Padilla León**, con cédula de identidad **No. 1003009634**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CEREZA EN LA PARROQUIA MONTE OLIVO CANTÓN BOLÍVAR PROVINCIA DEL CARCHI”**. , 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.

A handwritten signature in blue ink, reading "GABRIELA PADILLA", is written over a horizontal line. The signature is stylized and includes a large flourish that extends upwards and to the right. Below the signature line is a dotted line.

Gabriela Padilla

1003009634

Ibarra a los 20 días del mes de Junio de 2013



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

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003009634		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Padilla León María Gabriela		
DIRECCIÓN:	Ibarra Juan De Velasco 2-64 y Salinas		
EMAIL:	gavytosjl_04@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062-611-218	TELÉFONO MÓVIL:	0980253345
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CEREZA EN LA PARROQUIA MONTE OLIVO CANTÓN BOLÍVAR PROVINCIA DEL CARCHI".		
AUTORA :	Padilla León María Gabriela		
FECHA: AAAAMMDD	20/06/2013		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO		

TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Walter Jácome V. PhD

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

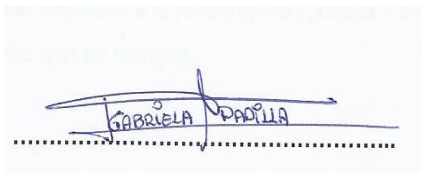
Yo, **María Gabriela Padilla León**, con cédula de identidad No. **1003009634** en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los...20.... días del mes de...Junio. de 2013

EL AUTOR:



(Firma).....

Nombre: **María Gabriela Padilla León**

C.C.:**1003009634**

Facultado por resolución de Consejo Universitario

ACEPTACIÓN:



(Firma).....

Nombre: Ing. Betty Chávez

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

DEDICATORIA

Este trabajo está dirigido de manera especial a mi Madre que con mucho esfuerzo y paciencia me alentó a culminar una etapa de mi vida profesional, a mi hermano, y a mi hijo, en síntesis a mi familia, quienes me brindan diariamente su apoyo incondicional en este proceso, y el resto de mis metas trazadas a futuro.

Gaby Padilla

AGRADECIMIENTO

De manera especial a Dios, en su grado universal, generador de vida y oportunidades. A mis profesores guías, base primordial en mi formación profesional y personal, al transmitirme en las aulas, valores ético-profesionales, para así contribuir con responsabilidad, profesionalismo y solidaridad al entorno social en el cual me desarrollare. De manera particular a mi tutor Ing. Walter Jácome PhD, por su acogida, y a todas las personas capacitadas dentro y fuera del campo en cual me desenvuelvo, ya que supieron orientarme adecuadamente frente a las inquietudes surgidas en el desarrollo del presente trabajo de grado.

Gaby Padilla

PRESENTACIÓN

El presente trabajo fue desarrollado para determinar la FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CEREZA EN LA PARROQUIA MONTE OLIVO CANTÓN BOLÍVAR PROVINCIA DEL CARCHI”, por tal motivo se desarrolló los siguientes capítulos.

Capítulo I Diagnóstico Situacional: En este capítulo se efectuó una investigación de campo a los agricultores de la parroquia, como también se caracterizó el lugar donde se llevará a cabo el proyecto.

Capítulo II Marco Teórico: En esta parte se contextualizó los aspectos que se van a utilizar en el proyecto, con la finalidad de sentar conocimientos de las distintas temáticas a abordarse en el desarrollo del estudio de factibilidad.

Capítulo III Estudio de Mercado: Dentro del estudio de mercado se cuantificó y cualificó la demanda y la oferta de la fruta, a través de una investigación de campo efectuada a los fruteros de la ciudad de Ibarra como también a los proveedores de frutas de los diferentes mercados.

Capítulo IV Estudio Técnico: En este capítulo se encuentran los aspectos técnicos que tendrá el proyecto, tales como; su localización, tamaño, distribución de instalaciones, proceso de producción, e inversiones.

Capítulo V Estudio Financiero: El estudio económico financiero se realiza el análisis de ingresos y egresos para establecer los respectivos estados

financieros para posteriormente aplicar los evaluadores financieros y determinar la factibilidad.

Capítulo VI Organización del a Microempresa: Se presenta el modelo administrativo con el que la microempresa efectuará sus operaciones, para un buen manejo de sus recursos tanto materiales como recursos humanos.

Capítulo VII Impactos: Se realizó el análisis de impactos que genera la creación de la microempresa para determinar el nivel de influencia en el entorno.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
RESUMEN EJECUTIVO.....	II
EXECUTIVE SUMMARY	III
AUTORÍA	IV
CERTIFICACIÓN.....	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO.....	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	VII
DEDICATORIA	IX
AGRADECIMIENTO	X
PRESENTACIÓN	XI
ÍNDICE GENERAL	13
ÍNDICE DE CUADROS.....	21
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	25
INTRODUCCIÓN	28
JUSTIFICACIÓN	29
OBJETIVO DEL PROYECTO.....	30
OBJETIVO GENERAL	30
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	30
CAPÍTULO I.....	31
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	31
ANTECEDENTES	31
OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	32
General	32
Específicos.....	33

VARIABLES DIAGNÓSTICAS	33
Variables.....	33
INDICADORES	33
Socioeconómico.....	33
Producción	34
Comercialización.....	34
Rentabilidad y costos.....	34
Talento Humano	34
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	35
MECÁNICA OPERATIVA DEL DIAGNÓSTICO	36
Población a Investigar.....	36
Cálculo de la Muestra	36
INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	37
Información Primaria.....	37
Información Secundaria.....	37
ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DIAGNÓSTICAS	37
Socioeconómico.....	37
TABULACIÓN Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	41
Resultado de la encuesta dirigida a los agricultores de la parroquia de Monte Olivo.....	41
MATRIZ (ALIADOS, Oponentes, Oportunidades, Riesgos).....	60
CRUCES ESTRATÉGICOS.....	61
Cruce aliados – oportunidades	61
Cruce aliados –riesgos	61
Cruce oponentes – oportunidades	61
Cruce oponentes – riesgos	62
IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN	62
CAPÍTULO II.....	63
MARCO TEÓRICO	63

LA EMPRESA	63
Clasificación de las Empresas	63
MICROEMPRESA	64
Importancia	65
Características	65
Clasificación de la microempresa	66
LA AGRICULTURA	67
Concepto	67
El sector Agrícola en el Carchi.....	67
LEGALIDAD PARA LA MICROEMPRESA	68
Permiso Sanitario.....	68
Patente Municipal	69
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	69
Misión	70
Visión	70
Estructura Orgánica	71
Funciones de los Empleados.....	72
Mercado Objetivo.....	73
Oferta.....	73
Demanda	74
Precio.....	74
Producto	75
Distribución	75
Promoción.....	75
Comercialización.....	76
Plan de Comercialización	76
Estrategias de Comercialización.....	77
Control de Calidad	78
ESTADOS FINANCIEROS	79
Estado de Situación Inicial.....	80
Estado de Resultados.....	80
Estado de Flujo de Caja.....	81
Punto de Equilibrio.....	82

Tasa Interna de Retorno	83
Valor Actual Neto	83
Periodo de Recuperación de la Inversión	84
Beneficio Costo	84
Sensibilidad del Proyecto	85
FRUTALES DE HUESO	86
La Cereza	86
Clasificación Agronómica	88
Características	89
Adaptación Ecológica	89
Técnicas de Cultivo	90
Manejo del Suelo	92
Recomendaciones para su Plantación	93
CAPÍTULO III.....	94
ESTUDIO DE MERCADO	94
PRESENTACIÓN.....	94
OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	94
Objetivo General	94
Objetivos específicos	94
VARIABLES	95
INDICADORES	95
MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO	97
MECÁNICA OPERATIVA DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	98
Identificación de la población	98
Muestra	98
Técnicas de investigación	99
TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	99
Encuesta efectuada a los comerciantes minoristas de frutas de la ciudad de Ibarra.	100

Encuesta efectuada a los proveedores de frutas de los mercados de la ciudad de Ibarra	110
IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO	120
Características Generales	120
Composición nutricional.....	120
Usos	121
MERCADO META.....	121
ANÁLISIS DE LA DEMANDA	121
Identificación de la demanda actual.....	121
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	122
ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	123
Oferta Actual.....	124
Proyección de la Oferta	124
DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER	125
DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO	125
ANÁLISIS DE PRECIOS	126
Determinación del precio	126
Proyección de precios.....	126
CANAL DE COMERCIALIZACIÓN.....	127
ESTRATEGIAS COMERCIALES	127
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	127
CAPÍTULO IV	129
ESTUDIO TÉCNICO.....	129
PRESENTACIÓN.....	129
LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO.....	129
Macrolocalización	129
Microlocalización.....	130
TAMAÑO DEL PROYECTO.....	131
Variables Determinantes.....	132
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	133

Distribución de la Planta	135
Diseño de la Instalaciones	136
PROCESO DE PRODUCCIÓN	137
Preparación de la tierra.....	137
Distanciamiento	138
Hoyado	138
Siembra	138
Podas.....	138
Polinización.....	139
La fertilización.....	139
Fertilización Foliar.....	140
Control de Maleza.....	140
Sistemas de Riego.....	141
Cosecha.....	141
Postcosecha	141
Diagrama de Producción	142
Diagrama del flujo de procesos de comercialización	143
Descripción de cada paso del proceso de comercialización.....	143
INVERSIONES DEL PROYECTO.....	144
Inversión Fija.....	144
Inversión Diferida	148
Inversión variable o capital de trabajo.....	148
Inversión Inicial	149
Financiamiento.....	150
Requerimiento de talento humano	150
CAPÍTULO V	151
ESTUDIO FINANCIERO.....	151
INGRESOS	151
Proyección de Ingresos	151
EGRESOS	152

Costos de Producción.....	152
Gastos Administrativos	153
Gastos de Ventas	157
Gastos Financieros	160
Depreciación y Amortización.....	162
Resumen de Egresos	164
ESTADOS PROFORMA	164
Estado de Situación Inicial.....	164
Estado de Resultados.....	165
Flujo de Caja.....	166
EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN	168
Costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio.....	168
Valor Actual Neto.....	169
Tasa Interna de Retorno	169
Periodo de Recuperación de la Inversión	170
Punto de Equilibrio del Proyecto.....	172
Resumen de la evaluación financiera	173
CAPÍTULO VI.....	174
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA MICROEMPRESA	174
ASPECTO ESTRATÉGICO	174
Nombre de la Microempresa.....	174
Logotipo.....	174
Tipología	175
Slogan.....	175
Logotipo.....	175
Misión	176
Visión	176
Objetivos Empresariales	176
Políticas	176
Principios	177

Valores.....	178
ASPECTO ORGANIZACIONAL	179
Estructura Orgánica	179
Organigrama Estructural	179
Identificación de Puestos y Funciones.....	179
ASPECTO LEGAL	186
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO.....	187
Patente Municipal	187
Registro único de Contribuyentes.....	187
Plan de Comercialización de la Cereza	187
Objetivo.....	187
Grupo Objetivo.....	188
Estrategias de Comercialización.....	188
Canal de Distribución.....	188
La Comunicación	189
CAPÍTULO VII	190
IMPACTOS DEL PROYECTO	190
IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO.....	191
IMPACTO EMPRESARIAL	192
IMPACTO EDUCATIVO-CULTURAL.....	193
IMPACTO AMBIENTAL	194
IMPACTO GENERAL.....	195
CONCLUSIONES	196
RECOMENDACIONES.....	197
BIBLIOGRAFÍA	198
LINCOGRAFÍA	201
ANEXOS.....	201

ÍNDICE DE CUADROS

Pág.	No.
1. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	35
2. POBLACIÓN DE MOTE OLIVO	37
3. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	39
4. PLANES DE VIVIENDA	40
5. ACTIVIDAD ECONÓMICA	40
6. TIPO DE CULTIVO	41
7. ACTIVIDAD AGRÍCOLA	42
8. ALIMENTOS DE MAYOR PRODUCCIÓN	43
9. ÁREA DE TERRENO	44
10. FORMA DE COMERCIALIZACIÓN	45
11. MERCADO DIRIGIDO	46
12. NIVEL DE LA DEMANDA	47
13. LA COMPETEN	48
14. DETERMINACIÓN DEL PRECIO	49
15. NIVEL DE RENTABILIDAD	50
16. ACCESO AL FINANCIAMIENTO	51
17. DIFICULTADES FINANCIERAS	52
18. CONOCIMIENTOS DE LA ACTIVIDAD	53
19. ACTIVIDAD AGRÍCOLA DE LA PARROQUIA	54
20. TIEMPO DE CAPACITACIÓN	55
21. ACTIVIDAD AGRÍCOLA FUTURA	56
22. CLIMA DE LA PARROQUIA	57
23. CULTIVO DE CEREZA	58
24. PRODUCTO ALTERNATIVO	59
25. MATRIZ DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades, RIEGOS	60
26. MATRIZ DE RELACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO	94
27. COMERCIALIZACIÓN DE LA CEREZA	97
28. CALIDAD DEL PRODUCTO	98
29. PRECIO DE COMPRA	99

30. FACTOR DE COMPRA	100
31. SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA	101
32. FRECUENCIA DE COMPRA	102
33. TIPO DE PROVEEDOR	103
34. PROVEEDOR PERMANENTE	104
35. INCREMENTO DE PROVEEDORES	105
36. MEDIOS DE COMUNICACIÓN	106
37. TIEMPO EN LA ACTIVIDAD	107
38. RENTABILIDAD DEL NEGOCIO	108
39. COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS	109
40. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	110
41. PESO DE COMERCIALIZACIÓN	111
42. PRECIO DE LA CAJA	112
43. FRECUENCIA DE COMERCIALIZACIÓN	113
44. ORIGEN DEL PRODUCTO	114
45. SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA	115
46. ASPECTOS PARA EL PRECIO	116
47. COMPOSICIÓN NUTRICIONAL	117
48. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	119
49. CÁLCULO DEL ÍNDICE DE CRECIMIENTO	119
50. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE CEREZA EN KILOS	120
51. OFERTA ANUAL DE CEREZA EN KILOS	121
52. PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE CEREZA EN KI	122
53. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER	122
54. DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO	123
55. PROYECCIÓN DE PRECIOS	124
56. EXISTENCIA DEL MERCADO	129
57. ANÁLISIS DE PRODUCTIVIDAD	132
58. PRODUCCIÓN DE LA MICROEMPRESA	132
59. PRODUCCIÓN DE FRÉJOL	133
60. DISTRIBUCIÓN DE CEREZA	133
61. INFRAESTRUCTURA	143
62. MAQUINARIA Y EQUIPO	143

63. HERRAMIENTAS PARA LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA	144
64. VEHÍCULO	144
65. MUEBLES Y ENSERES	145
66. EQUIPO DE COMPUTACIÓN	145
67. EQUIPO DE OFICINA	146
68. RESUMEN DE LA INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	146
69. GASTOS DE CONSTITUCIÓN	146
70. CAPITAL DE TRABAJO	147
71. INVERSIÓN TOTAL	148
72. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	148
73. REQUERIMIENTO DEL TALENTO HUMANO	149
74. PROYECCIÓN DE INGRESO	150
75. INGRESO POR CULTIVO ASOCIADO	151
76. RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	152
77. SUELDOS ADMINISTRATIVOS	153
78. PROYECCIÓN DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS	153
79. SUMINISTROS DE OFICINA	154
80. SERVICIOS BÁSICOS	155
81. MANTENIMIENTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN	155
82. RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	155
83. SUELDO EN VENTAS	156
84. PROYECCIÓN DE SUELDO EN VENTAS	156
85. PUBLICIDAD	157
86. EMPAQUES	157
87. COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO	158
88. RESUMEN GASTOS DE VENTAS	158
89. DATOS DEL FINANCIAMIENTO	159
90. AMORTIZACIÓN	159
91. GASTO INTERÉS DE LA DEUDA	161
92. DEPRECIACIÓN	162
93. AMORTIZACIÓN DIFERIDA	162
94. RESUMEN DE EGRESOS	163
95. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	164

96. ESTADO DE RESULTADOS	165
97. FLUJO DE CAJA	166
98. COSTO DE OPORTUNIDAD	167
99. VALOR ACTUAL NETO	168
100. TASA INTERNA DE RETORNO	169
101. PRI CON VALORES CORRIENTES	169
102. PRI CON VALORES CONSTANTES	170
103. COSTO BENEFICIO	170
104. RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA	172
105. MATRIZ DE VALORACIÓN	187
106. IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO	188
107. IMPACTO EMPRESARIAL	189
108. IMPACTO SOCIO-CULTURAL	190
109. IMPACTO AMBIENTAL	191
110. IMPACTO GENERAL	192

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Pàg.	No.
1. TIPO DE CULTIVO	41
2. ACTIVIDAD AGRÍCOLA	42
3. ALIMENTOS DE MAYOR PRODUCCIÓN	43
4. ÁREA DE TERRENO	44
5. FORMA DE COMERCIALIZACIÓN	45
6. MERCADO DIRIGIDO	46
7. NIVEL DE LA DEMANDA	47
8. LA COMPETENCIA	48
9. DETERMINACIÓN DEL PRECIO	49
10. NIVEL DE RENTABILIDAD	50
11. ACCESO AL FINANCIAMIENTO	51
12. DIFICULTADES FINANCIERAS	52
13. CONOCIMIENTOS DE LA ACTIVIDAD	53
14. ACTIVIDAD AGRÍCOLA DE LA PARROQUIA	54
15. TIEMPO DE CAPACITACIÓN	55
16. ACTIVIDAD AGRÍCOLA FUTURA	56
17. CLIMA DE LA PARROQUIA	57
18. CULTIVO DE CEREZA	58
19. PRODUCTO ALTERNATIVO	59
20. COMERCIALIZACIÓN DE LA CEREZA	97
21. CALIDAD DEL PRODUCTO	98
22. PRECIO DE COMPRA	99
23. FACTOR DE COMPRA	100
24. SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA	101
25. FRECUENCIA DE COMPRA	102
26. TIPO DE PROVEEDOR	103
27. PROVEEDOR PERMANENTE	104
28. INCREMENTO DE PROVEEDORES	105
29. MEDIOS DE COMUNICACIÓN	106
30. TIEMPO EN LA ACTIVIDAD	107

31. RENTABILIDAD DEL NEGOCIO	108
32. COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS	109
33. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	110
34. PESO DE COMERCIALIZACIÓN	111
35. PRECIO DE LA CAJA	112
36. FRECUENCIA DE COMERCIALIZACIÓN	113
37. ORIGEN DEL PRODUCTO	114
38. SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA	115
39. ASPECTOS PARA EL PRECIO	116

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Pág.	No.
1. MAPA PROVINCIA DEL CARCHI	127
2. MICROLOCALIZACIÓN	128
3. DISEÑO DE INSTALACIONES	134
4. LOGOTIPO	173

INTRODUCCIÓN

La provincia del Carchi fue creada el 19 de Noviembre de 1880, con su capital Tulcán que fue fundada el 11 de Abril de 1851 por decreto legislativo, su ubicación es determinada por los límites: NORTE: Límite Internacional con Colombia - SUR: Provincia de Imbabura -ESTE: Provincia de Sucumbíos -OESTE: Provincia de Esmeraldas y su extensión territorial es de 3 790 km². Esta provincia posee seis (6) cantones como son: Tulcán, Espejo, Montufar, Mira, Bolívar y San Pedro de Huaca. Su población asciende a 152 939 habitantes de los cuales 72152 es Urbana y 80787 es población Rural. El clima de la Provincia del Carchi es diverso como; templado, frio, cálido subtropical, destacándose en su porcentaje mayor, el clima frio, por lo que en esta zona carchense la principal actividad es la agropecuaria, creando así una economía basada en de cultivo de alimentos, y en menor proporción el comercio.

Al Nor-orienté de la provincia de Tulcán, se encuentra la población de Bolívar que constituye la antepuerta del turismo por su balneario y santuario de las lajas de Rumichaca de la Paz. Aquí se tiene la Parroquia Monte Olivo, este es un lugar privilegiado por su clima, ya que se rescata la producción de frutos dulces que generan empleo y economía tanto para el cantón como la provincia.

Para implantar el cultivo de cereza, en la Parroquia Monte Olivo se conoce que reúne las condiciones necesarias, como el clima, el suelo, el cual está considerado dentro de los requerimientos para el cultivo, la ubicación del proyecto, posee varias características como vías de acceso, además; servicios básicos como: energía eléctrica, agua potable y de riego, talento humano disponible lo cual ayudará para que el proyecto se desarrolle con éxito.

Los productores de esta zona desconocen las técnicas para el cultivo de la fruta, y también que al implementar una microempresa se puede brindar

un producto con altos niveles de calidad para comercializar en los mercados locales y regionales. En consecuencia se plantea el desarrollo de una microempresa de producción y comercialización de cereza, siendo promotores de actividades nuevas y organizadas de cultivos, además es importante destacar que la microempresa generará plazas de trabajo.

JUSTIFICACIÓN

Es importante dar a conocer ésta información acerca de la Provincia del Carchi ya que refleja que el cantón Bolívar, parroquia Monte Olivo tiene un clima templado, propicio para el cultivo de frutas dulces entre ellas tenemos la cereza. Con este proyecto se pretende incentivar a los agricultores, para tener una mayor producción de frutas, esto a su vez estimula a que se produzca la participación de los habitantes con su mano de obra y así generar ingresos que ayuden a mejorar su calidad de vida.

El presente proyecto es factible ya que existen condiciones óptimas para el cultivo, además del mercado para la comercialización de la fruta. Se prevé que las entidades financieras interesadas en el desarrollo de la agricultura, inviertan capital para el crecimiento del sector agrícola y también de la provincia.

Los principales beneficiarios con la creación de la microempresa son los habitantes de la parroquia Monte Olivo, ya que la mayor parte de las personas se dedican a la agricultura. Además tenemos a los consumidores del producto que lo prefieren no solo por su sabor sino también por sus beneficios para la salud, (vitaminas A C y potasio).

Este estudio es de interés local por su incentivo de buscar alternativas de cultivo que no perjudique a la naturaleza y conservarla. Además que la provincia entrará a formar parte de la competencia agrícola de este producto a nivel nacional.

OBJETIVO DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de cereza en la Parroquia Monte Olivo, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional de la parroquia de Monte Olivo para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto al momento de su gestión.
- Elaborar un marco teórico que sustente el estudio mediante la investigación bibliográfica y documental.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda potencial a satisfacer de cereza en la ciudad de Ibarra.
- Efectuar un estudio técnico para determinar, la localización, el tamaño, distribución de instalaciones, procesos productivos, e inversiones.
- Realizar el estudio financiero que permita determinar la factibilidad del proyecto, a través de criterios tales como: el VAN, TIR, C/B, PRI y punto de equilibrio.
- Diseñar una propuesta organizacional de la microempresa para la operación de la misma.
- Determinar los principales impactos que generará la nueva unidad productiva.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

El cerezo es un fruto muy apetecido por la gran mayoría de las personas que habitan en el Ecuador, por su dulce sabor, además de sus beneficios para la salud en especial la parte anémica del ser humano.

El cerezo dulce tuvo origen probablemente en el mar Negro y en el mar Caspio, propagándose hacia Europa y Asia, llevado por los pájaros y migraciones humanas. Fue uno de los frutos más apetecidos por los griegos. En la actualidad, el cerezo se encuentra difundido por numerosas regiones y países del mundo con clima templado.

Los países de mayor producción son Rusia, Estados Unidos, Alemania, Italia, Francia y España, siendo este, el más destacado por su producción. La producción de este fruto es muy rentable ya que su precio de venta es alto pero sus costos de inversión son medianos, dando así una rentabilidad muy positiva a quien lo produzca.

El cerezo posee varias propiedades positivas para la salud, el consumo diario o periódico de este fruto contribuye para: reducir los niveles de ácido úrico en la sangre (deformación en las articulaciones), elimina las toxinas por su 85% de agua, contiene fibra y un alto nivel de vitamina C, A y potasio.

Pero lo realmente significativo de este fruto es su capacidad para proteger contra el cáncer, este inhibe la capacidad de reproducción de células cancerígenas.

El cerezo tiene una capacidad de adaptación climatológica en áreas templadas. Puede cultivarse desde la mínima altura sobre el nivel del mar hasta los 500 m. de altitud, siempre primando las áreas bajas para garantizar su cosecha. Su plantación se debe realizar en suelos ricos, buen drenaje, buena iluminación, aireación y fresco. Su cuidado no es tan exigente como otros frutos ya se solo requiere de un monitoreo regular para su crecimiento.

Debido a todas estas características del fruto y su plantación, la parroquia Monte Olivo perteneciente a la Provincia del Carchi, es una zona apropiada para el desarrollo del mismo, por su suelo fértil para la producción agrícola además por su gente emprendedora y trabajadora en el campo de la agricultura.

En esta investigación se pretende conocer las oportunidades de crear una microempresa productora y comercializadora del cerezo, esto beneficiará doblemente a las personas de esta localidad, a los involucrados, por sus beneficios económicos, y a los consumidores por que contribuirá con efectos favorables para la salud.

Aparte de los beneficios para la zona agrícola de esta área, también será o formará parte de la competencia a nivel nacional con este fruto, propagando así el suelo fértil que tiene este lugar y la capacidad de superación de los pequeños empresarios.

1.2 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1 General

Realizar un diagnóstico situacional de la parroquia de Monte Olivo para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto al momento de su gestión.

1.2.2 Específicos

- Analizar la situación actual de la parroquia de Monte Olivo a nivel socio económico.
- Conocer la producción agrícola de la parroquia de Monte Olivo.
- Proponer los sistemas de comercialización de la actividad agrícola.
- Identificar los niveles de rentabilidad y costos de la producción agrícola.
- Investigar la calidad del talento humano que labora en las actividades agrícolas.

1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

1.3.1 Variables

- Socioeconómico
- Producción
- Comercialización
- Rentabilidad y costos
- Talento humano

1.4 INDICADORES

1.4.1 Socioeconómico

- Población
- Servicios básicos
- Pobreza
- Educación
- Salud

- Vivienda
- Tipo de actividad

1.4.2 Producción

- Tipo de producto
- Productividad
- Área de terreno
- Incursión en el cultivo
- Expectativas del cultivo

1.4.3 Comercialización

- Canal de distribución
- Mercado meta
- Demanda y oferta
- Intermediarios
- Precios

1.4.4 Rentabilidad y costos

- Costo de insumos
- Costo de semillas
- Precio final
- Rentabilidad
- Financiamiento
- Capital de trabajo

1.4.5 Talento Humano

- Experiencia
- Organización
- Capacitación
- Asistencia técnica

1.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO No. 1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLE	ASPECTO O INDICADOR	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS	INFORMANTE
Analizar la situación actual de la parroquia Monte Olivo a nivel socio económico	Socioeconómico	<ul style="list-style-type: none"> • Población • Servicios Básicos • Pobreza • Educación • Salud • Vivienda • Tipo de actividad 	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Ordenamiento Territorial de Monte Olivo
Conocer la producción agrícola actual de la parroquia Monte Olivo	Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de producto • Productividad • Área de terreno • Incursión en el cultivo • Expectativas del cultivo 	Primaria Secundaria	Encuesta Observación Directa Bibliográfica	Agricultores Documentos e internet
Establecer los sistemas de comercialización de la actividad agrícola	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Canal de distribución • Mercado meta • Demanda y oferta • Intermediario • precios 	Primaria	Encuesta	Agricultores
Identificar los niveles de rentabilidad y costos de la producción agrícola	Rentabilidad y costos	<ul style="list-style-type: none"> • Costos de insumos • Costos de semillas • Precio final • Rentabilidad • Financiamiento • Capital de trabajo 	Primaria	Encuesta	Agricultores
Investigar la calidad del talento humano que labora en las actividades agrícolas	Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia • Organización • Capacitación • Asistencia Técnica 	Primaria Secundaria	Encuesta Observación directa Bibliográfica	Agricultores Documentos e internet

Elaborado por: La Autora

1.6 MECÁNICA OPERATIVA DEL DIAGNÓSTICO

Para la presente investigación se utilizó el siguiente procedimiento:

1.6.1 Población a Investigar

La población a investigar para el diagnóstico son los agricultores de la parroquia Monte Olivo, siendo 728 según la Junta Parroquial.

1.6.2 Cálculo de la Muestra

Considerando que la población en estudio es significativa se ha decidido obtener una muestra representativa utilizando 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)

σ = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Datos:

N = 728

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(728)}{(0,05)^2 (728 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

e = 5%

n= 252

1.7 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

1.7.1 Información Primaria.

Para obtener de la información de fuente primaria se aplicó:

- **Encuestas:** fueron aplicadas a los agricultores de la parroquia de Monte Olivo para indagar acerca de la situación actual del sector.
- **La Observación directa:** consiste en visitar directamente el lugar en estudio.

1.7.2 Información Secundaria.

La información de fuente secundaria es: Plan de Ordenamiento Territorial, libros, documentos especializados, revistas e internet.

1.8 ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DIAGNÓSTICAS

1.8.1 Socioeconómico

- **Población**

La población de la Parroquia de Monte Olivo asciende a 1690 habitantes distribuidos de la siguiente manera:

CUADRO No.2 POBLACIÓN DE MONTE OLIVO

EDAD	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
Entre 0 y 96 años.	889	801	1690

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial de Monte Olivo
Elaborado por: La autora
Año 2013

- **Servicios básicos**

Servicio de Agua Potable

La gran mayoría de poblados y comunidades disponen de pequeños sistemas de agua de consumo humano. Algunos tienen sus pequeñas plantas de cloración y tratamiento, otros reciben simplemente agua entubada.

Servicio de Electricidad

En su mayoría las comunidades tienen acceso a la energía eléctrica a través del Sistema Interconectado, cuyas torres de transmisión atraviesan la zona.

Servicio de Alcantarillado

Por ser un sector rural, este no es un servicio muy asequible. Las cabeceras parroquiales y poblaciones de mayor densidad poblacional tienen sus sistemas de alcantarillado. Existen sistemas aunque incompletos en las comunidades de Monte Olivo, El Aguacate, Pueblo Nuevo.

Servicio de Telecomunicaciones

En la cabecera parroquial de Monte Olivo existen apenas 7 líneas telefónicas aunque existe el posible incremento de más líneas.

Servicio de Transporte

Existen dos líneas de transporte (Ibamonti y Valle del Chota) con 10 turnos diarios de ingreso y salida en el sector, dando este servicio a las

comunidades de Caldera, San Rafael, Pueblo Nuevo, El Aguacate, Monte Olivo.

- **Población Económicamente Activa**

En la Parroquia de Monte Olivo existen personas que son activas en el ámbito de los negocios, sea este de cualquier tipo, y otras no se desempeñan en ninguna área.

En este cuadro se muestra la población activa y no activa del sector:

CUADRO No. 3 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

MONTE OLIVO	PEA	PEI	PET
Hombre	488	206	694
Mujer	185	445	630
Total	673	651	1324

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial de Monte Olivo

Elaborado por: La autora

Año 3013

- **Educación**

La educación en esta parroquia rural es considerada como deficiente y no se encuentra al mismo nivel de las ciudades por las condiciones propias de su ubicación geográfica.

Existen 12 centros educativos de las cuales 5 son pluridocentes. Sin embargo, en su calidad de escuelas rurales, son poco atendidas por el Ministerio de Educación y posiblemente su calidad, no es la óptima. En la zona, pese a que su actividad fundamental es agrícola, no existe un colegio técnico agropecuario.

- **Salud**

En lo relacionado al servicio de salud, cuenta con su respectivo Sub centro de Salud y Puesto de Salud (casa asistencial). Cabe recalcar que

la salud es un derecho de los seres humanos vivan estos en zonas rurales o urbanas.

- **Vivienda**

Los moradores del sector cuentan con planes de viviendas para comodidad y bienestar de su familia, y para tener una mejor percepción estética de la Parroquia Monte Olivo.

CUADRO No. 4 PLANES DE VIVIENDA

Plan de vivienda Monte Olivo	Vivienda
Plan de vivienda Nuevo Amanecer	Vivienda

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial de Monte Olivo
Elaborado por: La autora
Año 2013

- **Tipo de actividad**

La producción agropecuaria y agrícola se desarrolla en diferentes zonas de la localidad, ya que estas comunidades son óptimas por su clima y suelo de esta manera se mejorará la economía de la parroquia Monte Olivo. En el siguiente cuadro se muestra el porcentaje de producción de cada área y su mercado.

CUADRO No.5 ACTIVIDAD ECONÓMICA

ACTIVIDAD ECONÓMICA	ORDEN DE IMPORTANCIA		MERCADO AL QUE SE DESTINA
	%	Orden	
Agricultura	50%		Ibarra
Ganadería	50%		San Gabriel - Ibarra

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial de Monte Olivo
Elaborado por: La Autora
Año 2013

1.9 TABULACIÓN Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

1.9.1 Resultado de la encuesta dirigida a los agricultores de la parroquia de Monte Olivo.

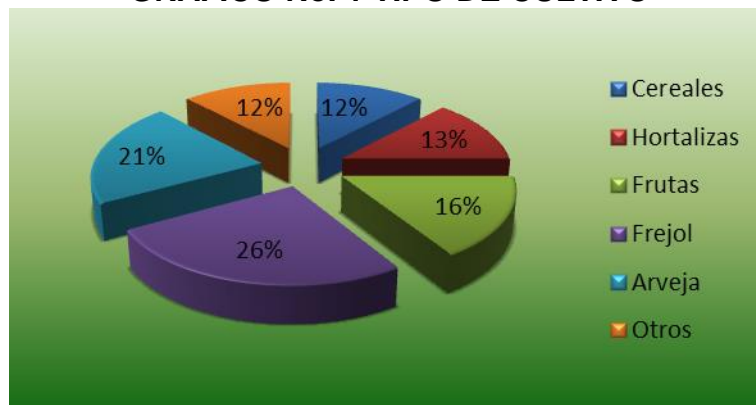
1. ¿Qué tipo de cultivos produce actualmente?

CUADRO No. 6 TIPO DE CULTIVO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Cereales	30	12
Hortalizas	33	13
Frutas	40	16
Fréjol	66	26
Arveja	53	21
Otros	30	12
TOTAL	252	100

Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

GRÁFICO No. 1 TIPO DE CULTIVO



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

ANÁLISIS:

Los productos que más se produce es el fréjol y arveja, porque son leguminosas que presenta mayor demanda en el mercado consumidor, sin dejar de lado a otros productos alimenticios que ahí se producen

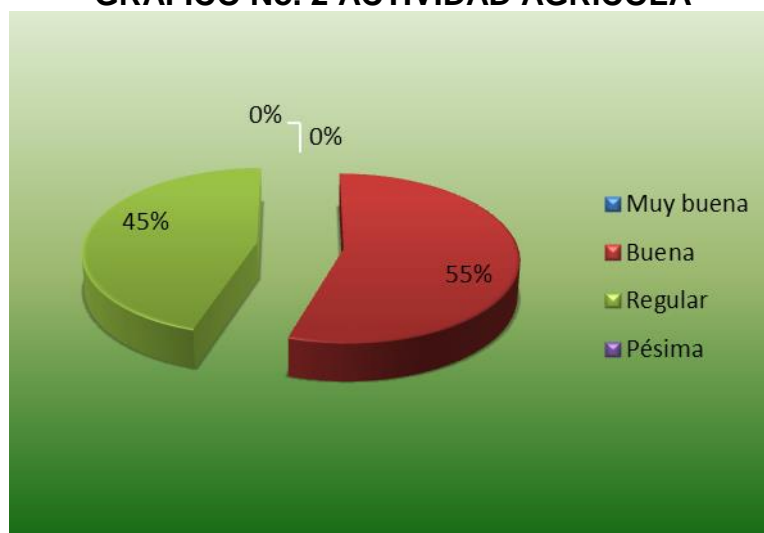
2. ¿Considera usted que la actividad agrícola es?

CUADRO No. 7 ACTIVIDAD AGRÍCOLA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy buena	0	0
Buena	139	55
Regular	113	45
Pésima		0
TOTAL	252	100

Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

GRÁFICO No. 2 ACTIVIDAD AGRÍCOLA



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

ANÁLISIS:

La mayor parte de agricultores consideran que esta actividad es buena debido a que la zona presenta un clima favorable para la agricultura, como también por la existencia de la demanda de los productos en el mercado consumidor, otros manifiestan que es regular porque las ganancias que se obtienen no cubren en muchas veces los gastos que han realizado.

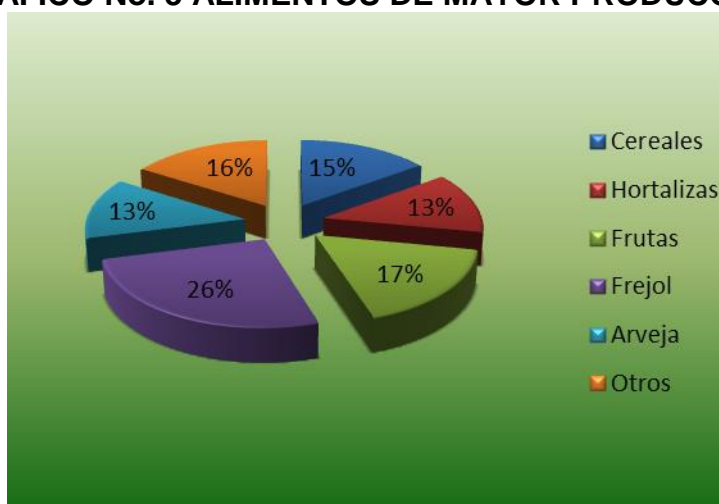
3. ¿Cuáles son los alimentos de mayor productividad?

CUADRO No. 8 ALIMENTOS DE MAYOR PRODUCCIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Cereales	38	15
Hortalizas	33	13
Frutas	43	17
Fréjol	66	26
Arveja	33	13
Otros	40	16
TOTAL	252	100

Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

GRÁFICO No. 3 ALIMENTOS DE MAYOR PRODUCCIÓN



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

ANÁLISIS:

Los productos que más cultivan en la zona es el fréjol y distintas frutas, porque el clima del sector es apto para este tipo de cultivo, además presenta una gran demanda en el mercado, en porcentajes menores también realizan el cultivo de otros productos.

4. ¿Cuál es el área de terreno que posee?

CUADRO No. 9 ÁREA DE TERRENO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de ¼ de hectárea	8	3
De ¼ a 1	76	30
De 2 a 4 hectáreas	121	48
Más de 4 hectáreas	48	19
TOTAL	252	100

Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

GRÁFICO No. 4 ÁREA DE TERRENO



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

ANÁLISIS:

Es indispensable para la agricultura contar con un extenso terreno, para el cultivo de cualquier producto en este caso la mayoría de los encuestados tienen de 2 a 4 hectáreas que les permite trabajar con variedad de productos, seguido por 1 hectárea quienes distribuyen esta área para trabajar.

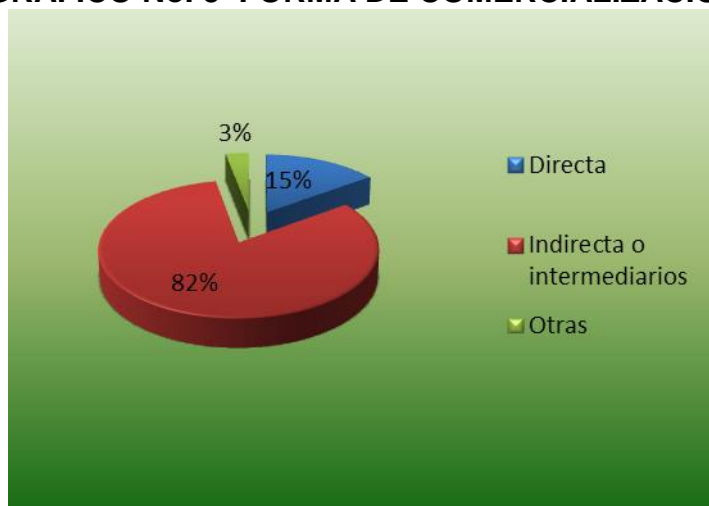
5. ¿La comercialización de los productos lo hace?

CUADRO No. 10 FORMA DE COMERCIALIZACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Directa	38	15
Indirecta o intermediarios	207	82
Otras	8	3
TOTAL	252	100

Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

GRÁFICO No. 5 FORMA DE COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

ANÁLISIS:

La forma más utilizada por los productores para realizar la comercialización de sus productos es a través de intermediarios, quienes tienen la posibilidad de dirigirse a varios sectores en donde compran los cultivos para llevar a los distintos mercados, son pocos quienes los realizan directamente.

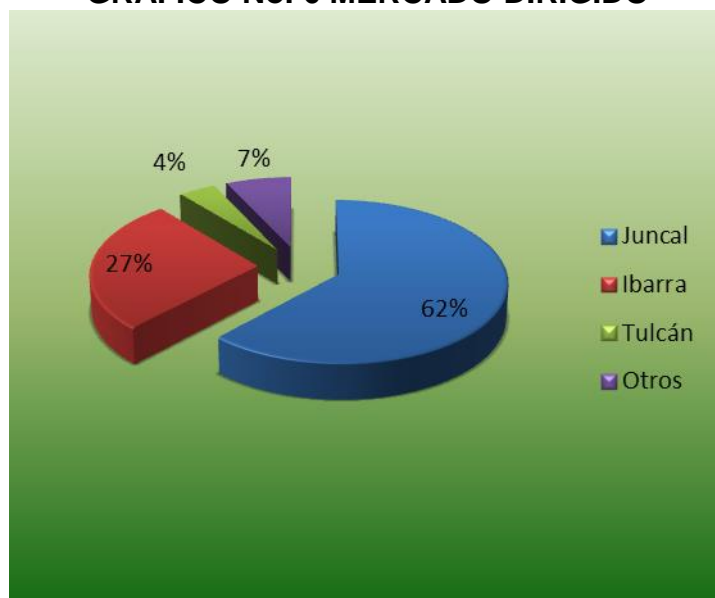
6. ¿Los productos de la Parroquia, a qué mercado atienden actualmente?

CUADRO No. 11 MERCADO DIRIGIDO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Juncal	156	62
Ibarra	68	27
Tulcán	10	4
Otros	18	7
TOTAL	252	100

Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

GRÁFICO No. 6 MERCADO DIRIGIDO



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

ANÁLISIS:

El objetivo de todos los productores es expandirse con sus productos más aún si estos son alimentos, por que crece su producción y su demanda, de esta forma contribuye con la economía. En este caso la mayoría de los productores de la parroquia Monte Olivo se dirigen hacia la zona de Juncal por su cercanía y entregan a intermediarios quienes se encargan en comercializar en los distintos mercados de Ibarra.

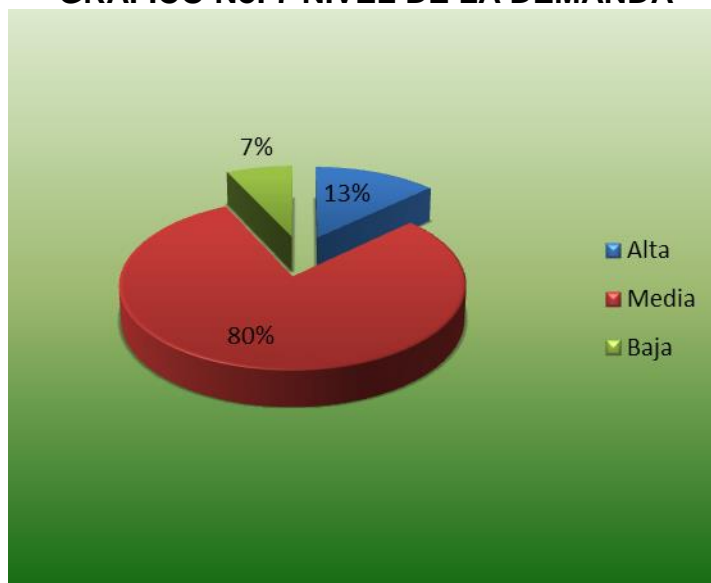
7. ¿La demanda de los productos de la Parroquia es?

CUADRO No. 12 NIVEL DE LA DEMANDA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Alta	33	13
Media	202	80
Baja	18	7
TOTAL	252	100

Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

GRÁFICO No. 7 NIVEL DE LA DEMANDA



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

ANÁLISIS:

Por ser una parroquia que goza de un clima y terreno óptimos para la agricultura, la mayoría de los productos que ahí se desarrollan tienen una acogida favorable ya que existen consumidores que demandan todos los alimentos que se producen, generando una economía estable.

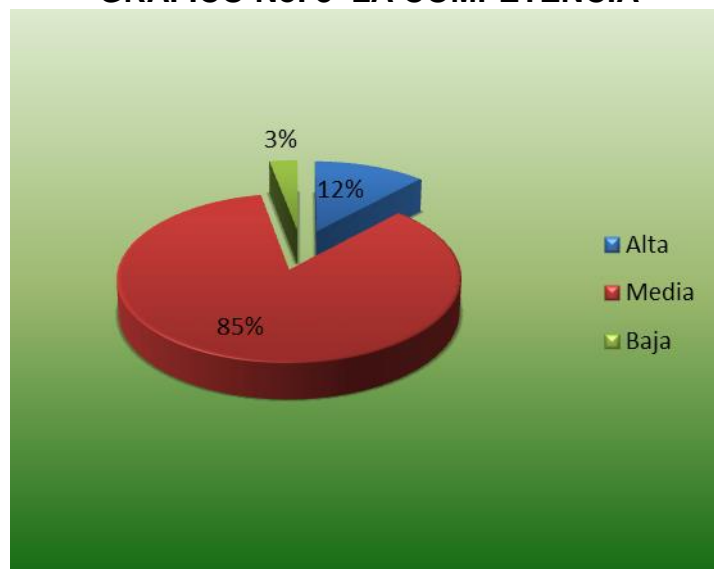
8. ¿La competencia que tiene es?

CUADRO No. 13 LA COMPETENCIA

ALTERNATIVA		%
Alta	30	12
Media	214	85
Baja	8	3
TOTAL	252	100

Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

GRÁFICO No. 8 LA COMPETENCIA



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

ANÁLISIS:

Al ser una provincia y parroquia conocida por la actividad agrícola, es inevitable que exista un porcentaje moderado de competencia entre productores. Para esto se debe incursionar en otros alimentos no tradicionales para obtener un nivel alto en producción agrícola.

9. ¿Los precios de sus productos se determina por?

CUADRO No. 14 DETERMINACIÓN DEL PRECIO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Por los costos	18	7
Por el mercado	189	75
Por los intermediarios	45	18
TOTAL	252	100

Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

GRÁFICO No. 9 DETERMINACIÓN DEL PRECIO



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

ANÁLISIS:

En el mercado actual la venta de los productos agrícolas son fijados por varias razones (consumidores, gusto, etc.), en este caso la mayoría de productores coincide que los precios son establecidos por el mercado ya que tiene altas y bajas medidas económicas.

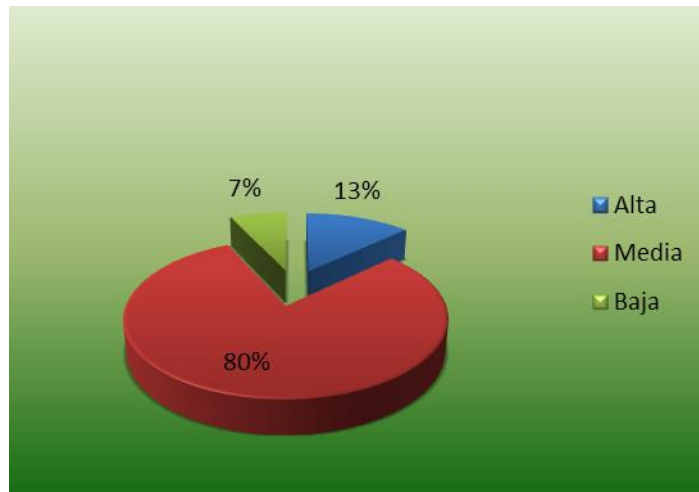
10. ¿La rentabilidad que obtienen los agricultores de la Parroquia de es?

CUADRO No. 15 NIVEL DE RENTABILIDAD

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Alta	45	18%
Media	189	75%
Baja	18	7%
TOTAL	252	100

Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

GRÁFICO No. 10 NIVEL DE RENTABILIDAD



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

ANÁLISIS:

Por el hecho de existir variedades en productos alimenticios los agricultores manifiestan que los beneficios de ésta actividad son moderados, debido a la competencia informal que existe en la mayoría de los casos.

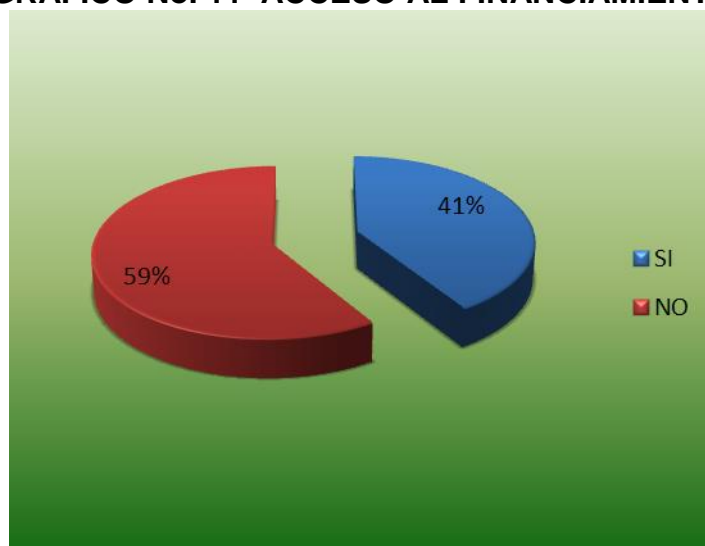
11. ¿Tiene acceso al financiamiento de su actividad?

CUADRO No. 16 ACCESO AL FINANCIAMIENTO

ALTERNATIVA		%
Si	103	41
No	149	59
TOTAL	252	100

Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

GRÁFICO No. 11 ACCESO AL FINANCIAMIENTO



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

ANÁLISIS:

Los productores de la actividad agrícola no reciben el total apoyo económico, ya que esta actividad tiene riesgos, por los inesperados cambios climáticos que pueden darse afectando a la siembra, los mismos no permiten recuperar la inversión realizada.

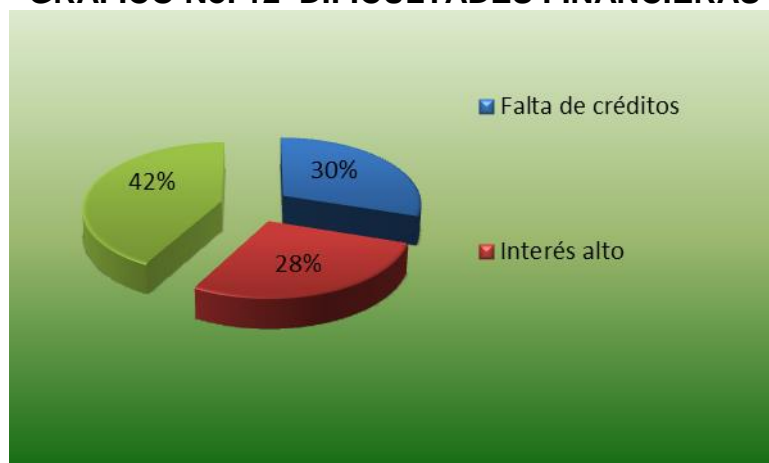
12. ¿Qué dificultades financieras enfrenta actualmente?

CUADRO No. 17 DIFICULTADES FINANCIERAS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Falta de créditos	76	30
Interés alto	71	28
Actividad de supervivencia que merma la capacidad de pago	106	42
TOTAL	252	100

Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

GRÁFICO No. 12 DIFICULTADES FINANCIERAS



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

ANÁLISIS:

Las personas que se dedican a la agricultura enfrentan dificultades financieras, debido a que la inversión solo está dispuesta para los costos de compra y no para los inconvenientes que se pueden presentar, como el clima que puede ocasionar pérdida del sembradío, limitando así los créditos para el crecimiento agrícola.

13. ¿La actividad que realiza usted es basada en?

CUADRO No. 18 CONOCIMIENTO DE LA ACTIVIDAD

ALTERNATIVA		%
Únicamente por experiencia	239	95
Por capacitación	13	5
Otras	0	0
TOTAL	252	100

Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

GRÁFICO No. 13 CONOCIMIENTO DE LA ACTIVIDAD



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

ANÁLISIS:

Existe un gran segmento de los agricultores que laboran únicamente basados en la experiencia, ya que no tuvieron la posibilidad de estudiar a fondo el tema de la agricultura, esto merma de una pequeña manera la posibilidad de crecimiento agrícola, ya que desconocen las formas más recientes de cultivo y como mejorarla.

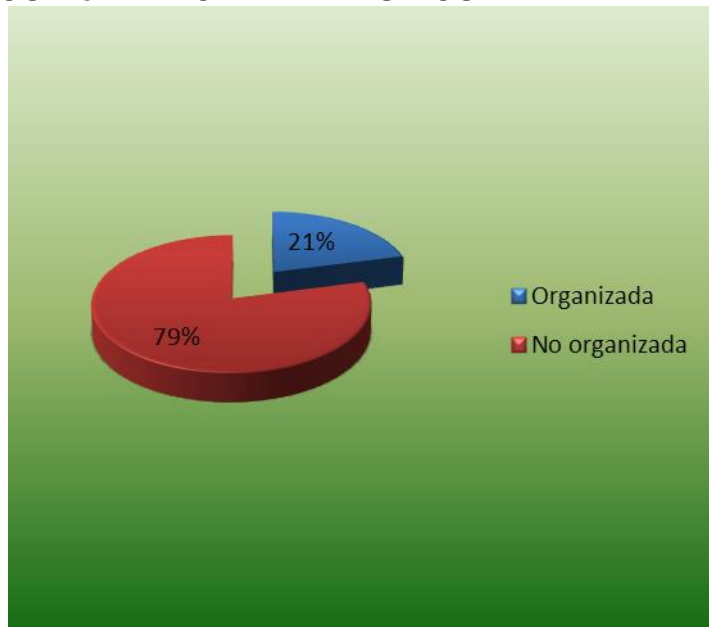
14. ¿La actividad agrícola en la parroquia se encuentra?

CUADRO No. 19 ACTIVIDAD AGRÍCOLA DE LA PARROQUIA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Organizada	53	21
No organizada	199	79
TOTAL	252	100

Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

GRÁFICO No. 14 ACTIVIDAD AGRÍCOLA DE LA PARROQUIA



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

ANÁLISIS:

En su gran mayoría los agricultores son empíricos y por ende no tienen una organización adecuada para la producción de los alimentos, esta puede ocasionar sembríos en fechas equivocadas, acarreado a una mala cosecha o pérdida de ésta en su totalidad, dejando también desfavorables resultados económicos.

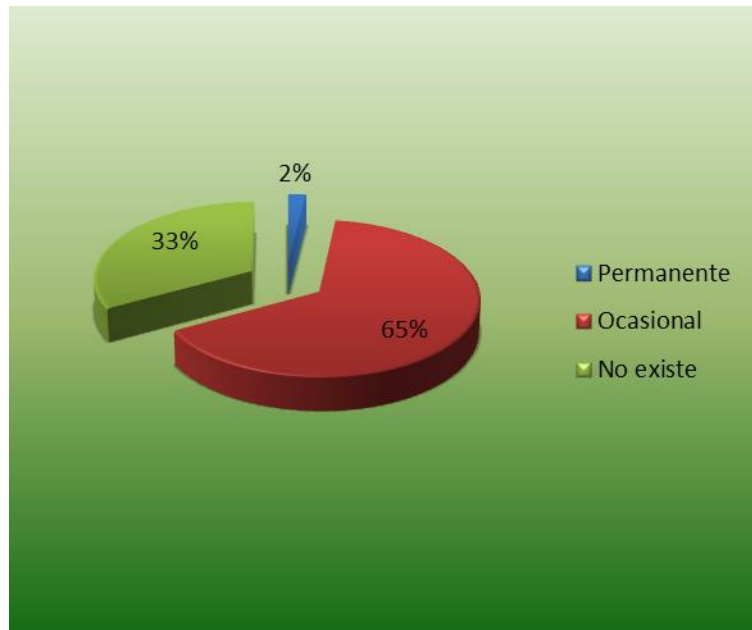
15. ¿Recibe asistencia técnica para sus cultivos en forma?

CUADRO No. 20 TIEMPO DE CAPACITACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Permanente	5	2
Ocasional	162.5	65
No existe	82.5	33
TOTAL	250	100

Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

GRÁFICO No. 15 TIEMPO DE CAPACITACIÓN



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

ANÁLISIS:

Los agricultores de la parroquia Monte Olivo manifiestan que trabajan única con su experiencia aprendida de sus progenitores, ellos no reciben una capacitación en el área de la agricultura, lo que produce que los alimentos no sean tratados de mejor forma para una presentación de mejor calidad para los consumidores.

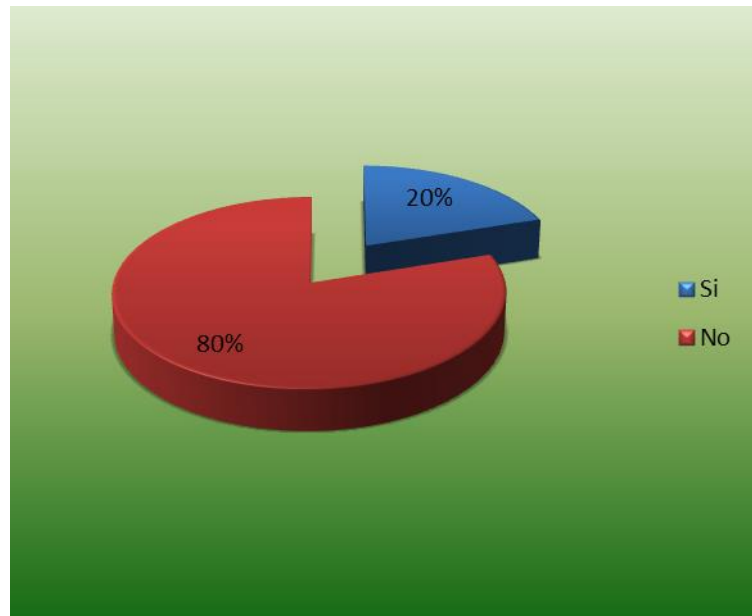
16. ¿Considera usted que las nuevas generaciones optaran por la actividad agrícola?

CUADRO No. 21 ACTIVIDAD AGRÍCOLA FUTURA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	50	20
No	202	80
TOTAL	252	100

Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

GRÁFICO No. 16 ACTIVIDAD AGRÍCOLA FUTURA



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año 2013

ANÁLISIS:

Debido a que en la actualidad existen muchas personas dedicadas a la agricultura, ellos manifiestan que se esfuerzan por brindar mejores oportunidades de vida a sus familias dándoles una educación que les permita ser profesionales, son pocos quien seguirá en esta actividad

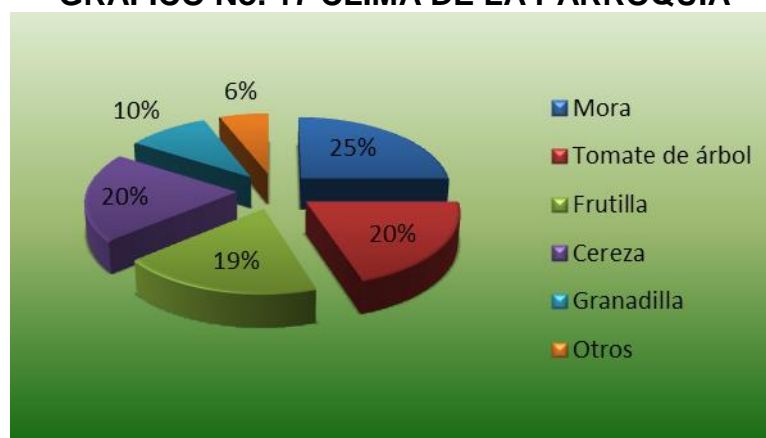
17. ¿Considera usted que el clima de la Parroquia favorece el cultivo de frutas cómo?

CUADRO No. 22 CLIMA DE LA PARROQUIA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Mora	63	25
Tomate de árbol	50	20
Frutilla	48	19
Cereza	50	20
Granadilla	25	10
Otros	15	6
TOTAL	252	100

Fuente: Encuesta a los agricultores
 Elaborado por: La autora
 Año 2013

GRÁFICO No. 17 CLIMA DE LA PARROQUIA



Fuente: Encuesta a los agricultores
 Elaborado por: La autora
 Año 2013

ANÁLISIS:

Como ya se ha mencionado anteriormente el clima es un factor importante para el desarrollo de la producción de alimentos, y esta localidad tiene una temperatura apta para todos estos productos. Esto implica que se puede obtener grandes beneficios en su producción.

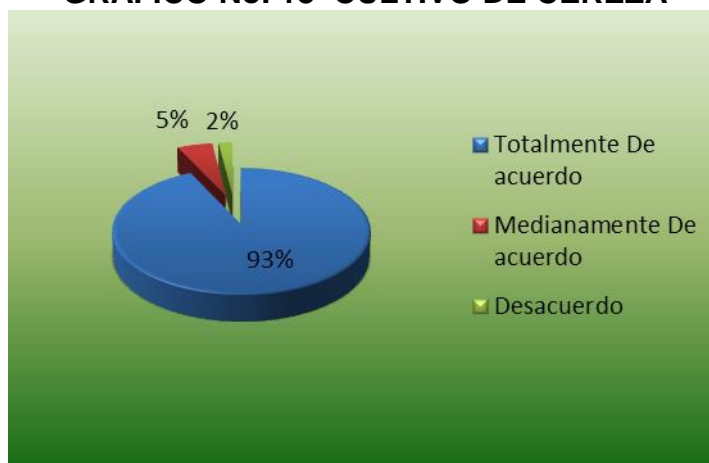
18. ¿Le gustaría incursionar en el cultivo de la cereza con asistencia técnica del MAGAP?

CUADRO No. 23 CULTIVO DE CEREZA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Totalmente de acuerdo	234	93
Medianamente de acuerdo	13	5
Desacuerdo	5	2
TOTAL	252	100

Fuente: Encuesta a los agricultores
 Elaborado por: La autora
 Año 2013

GRÁFICO No. 18 CULTIVO DE CEREZA



Fuente: Encuesta a los agricultores
 Elaborado por: La autora
 Año 2013

ANÁLISIS:

En los proyectos agrícolas es necesario que exista un apoyo económico y de capacitación para el desarrollo del mismo ya sea grande mediano o pequeño. Es decir que los agricultores tienen una aceptación bastante favorable al conocer que tendrán la colaboración periódica o permanente del MAGAP.

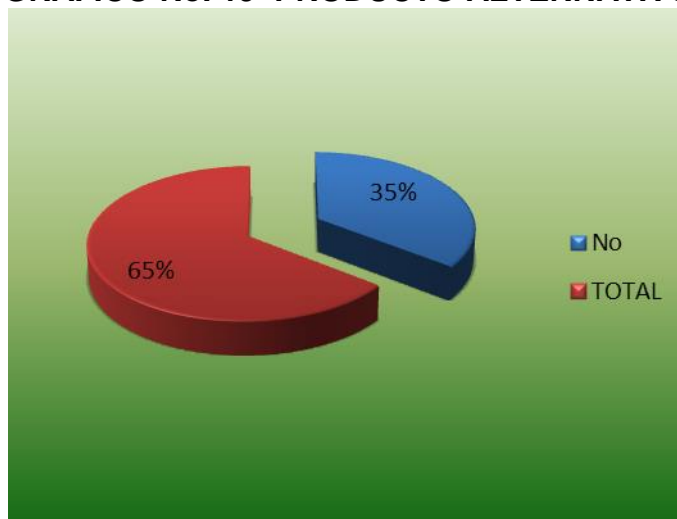
19. ¿Usted tiene conocimiento que en la actualidad la cereza es un fruto considerada como un producto alternativo el cual tiene acogida en el mercado nacional e internacional?

CUADRO No. 24 PRODUCTO ALTERNATIVO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	113	45
No	139	55
TOTAL	252	100

Fuente: Encuesta a los agricultores
 Elaborado por: La autora
 Año 2013

GRÁFICO No. 19 PRODUCTO ALTERNATIVO



Fuente: Encuesta a los agricultores
 Elaborado por: La autora
 Año 2013

ANÁLISIS:

La mayor parte de los agricultores no conocen sobre la importancia de este producto por tal razón se ven acostumbrados a seguir produciendo los mismos cultivos, son pocos quienes han investigado sobre la importancia de la cereza en los mercados nacionales y extranjeros.

1.10 MATRIZ (ALIADOS, Oponentes, Oportunidades, Riesgos)

CUADRO No. 25 MATRIZ ALIADOS, Oponentes, Oportunidades, Riesgos

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Buena ubicación climática, zona templada propicia para el crecimiento del fruto. • La zona es apta para el cultivo de diferentes productos. • El cultivo de las frutas es considerado de mayor productividad. • La mayor parte de agricultores posee áreas grandes de terreno. • Los mercados para comercializar los productos son cercanos. • Existe alta demanda de la producción del lugar. • Existe experiencia en la actividad agrícola. • Alta predisposición por parte de los agricultores para ser parte del proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actualmente la rentabilidad de la agricultura es regular. • La comercialización de la producción es a través de intermediarios. • Los precios de los productos están determinados por el mercado. • No poseen acceso a financiamiento. • El sector agrícola no se encuentra organizado en su totalidad. • La asistencia técnica para la actividad es ocasional. • Existe descontento por la actividad agrícola. • No tienen conocimiento de que la cereza en un cultivo alternativo de gran rentabilidad.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Nuevas tecnologías agrícolas para mejorar la productividad. • Trabajo estratégico con los agricultores de la zona para la producción de cereza • Demanda local y regional del producto • Alianzas estratégicas con cadenas de supermercados. • Existencia de medios alternativos para comercializar productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Factores climáticos (impredecibles) que pueden ocasionar pérdida de la cosecha. • Ataque de plagas propias de las plantas • Inestabilidad política provoca inseguridad en las inversiones. • Incremento de los precios de los insumos agrícolas • Altas tasas de interés del sistema financiero, trunca la generación de nuevos emprendimientos.

1.11 CRUCES ESTRATÉGICOS

1.11.1 Cruce aliados – oportunidades

- Las condiciones climáticas son favorables para el cultivo de cereza, esto constituye un atractivo para los potenciales fruticultores, que le ven como un cultivo de baja inversión y alto rendimiento.
- El trabajo con los agricultores permitirá socializar de mejor manera las cualidades y bondades de la cereza.

1.11.2 Cruce aliados –riesgos

- La experiencia de los agricultores y el apoyo de los departamentos del Ministerio de agricultura, permitirá disminuir el riesgo de enfermedades en los cultivos de la cereza.
- Las condiciones climáticas que el sector presenta son los más adecuados para este tipo de fruta, ya que para tener una excelente producción se requiere de un clima no variable.

10.11.3 Cruce oponentes – oportunidades

- La falta de apoyo financiero restringe la actividad futura de los fruticultores, perdiéndose de esta manera oportunidades de mejorar sus ingresos.
- El no utilizar la tecnología en el proceso productivo hace que los agricultores tengan baja productividad y no cuenten con la cantidad apropiada para el abastecimiento del mercado

1.11.4 Cruce oponentes – riesgos

- El mantener el monocultivo de productos tradicionales afecta y propaga la presencia de plagas y enfermedades en la producción, ya que no toman las medidas adecuadas que eviten el problema.
- La ausencia de créditos destinados a la fruticultura inciden en la falta de producciones alternativas que mejoren los ingresos del sector analizado.

1.12 Identificación de la Oportunidad de Inversión

Efectuado el diagnóstico en la zona donde se implantará el proyecto, se puede mencionar que la falta de asistencia técnica y la ausencia de créditos a desestimulado la producción frutícola, desaprovechando la creciente demanda que existe para ciertas frutas como es el caso de la cereza, esto ha provocado que los potenciales fruticultores tengan actividades agrícolas de subsistencia e incluso pierden el interés por la actividad por falta de rentabilidad.

Con este antecedente se plantea la **CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CEREZA, EN LA PARROQUIA DE MONTE OLIVO, CANTÓN BOLIVAR, PROVINCIA DEL CARCHI**", siendo promotores de nuevos emprendimientos y ejemplo de superación para la comunidad en actividades alternativas, que aprovechen la ventaja comparativa y competitiva del sector.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

Para que los conceptos del presente trabajo de investigación sean correctos y precisos nos sustentamos en varias fuentes de información como; textos, revistas instituciones públicas acreditadas, fuentes electrónicas, entre otros, demostrado claridad en los argumentos propuestos en torno al problema.

2.1 LA EMPRESA

VALDIVIESO, Mercedes (2013) Expresa: *“Es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a la actividad de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad”*. Pág. 3

Una empresa es una organización, sea esta grande, mediana, o pequeña, que produce y ofrece bienes y servicios para una población significativa, para satisfacer sus necesidades y obtener beneficios económicos.

2.1.1 Clasificación de las Empresas

Existen algunos criterios para clasificar las empresas, para efectos contables se consideran más útiles los siguientes:

Por su Naturaleza

Industriales.- aquellas que se dedican a la transformación de materias primas en nuevos productos.

Comerciales.- se dedican a la compra-venta de productos, convirtiéndose en intermediarias entre productores y consumidores.

Servicios.- se dedican a la venta de servicios a la colectividad.

Por el Sector al que Pertenecen

Empresas Públicas.- son aquellas cuyo capital pertenecen al sector público (Estado)

Empresas Privadas.-son aquellas cuyo capital pertenecen al sector privado (personas naturales o jurídicas)

Empresas Mixtas.- son aquellas cuyo capital pertenecen tanto al sector público como al sector privado (personas jurídicas)

Por la integración del Capital

Unipersonales.- son aquellas cuyo capital pertenece a una persona natural

Pluripersonales.-son aquellas cuyo capital pertenece a dos o más personas naturales

2.2 LA MICROEMPRESA

CÓRDOVA, Marcial (2010), Manifiesta: “microempresa es una unidad económica, pública o privada, que mediante la combinación de factores productivos brinda bienes o servicios. Es una organización de seres humanos orientados a la obtención de resultados que producen beneficios o contribuyen a producirlos mediante la realización de negocios”. Pág. 287.

En conclusión, el concepto de microempresa permite conocer a toda organización como un conjunto de elementos tangibles (humanos, bienes materiales, elementos financieros, producción y/o prestación de servicios) e intangibles (aspiraciones, realizaciones y capacidad técnica); cuyo

objetivo es la satisfacción de las necesidades y deseos del mercado para la obtención de utilidades positivas.

Es una agrupación de personas con un tamaño pequeño, aunque esta definición varía de acuerdo a cada país, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados. Por otra parte, el dueño de la organización puede trabajar en la misma como un colaborador inagotable, para obtener resultados favorables.

La microempresa está enmarcada dentro de las pequeñas y medianas empresas (pymes). Se trata de compañías que no tienen una huella significativa en el mercado (no vende en grandes volúmenes), y cuyas actividades no requieren de grandes sumas de inversión (pero, predomina la mano de obra). Aunque estas sean pequeñas, tienen gran importancia en el desarrollo económico de un país, y que con el pasar del tiempo si llega a tener éxito puede convertirse en una pyme de mayor extensión.

2.2.1 Importancia

DE ACUERDO CON ANZOLA ROJAS (2010). Nos dice que: la importancia que tiene la microempresa es: "...organizar a una pequeña empresa es coordinar todas las actividades o trabajos que se realizan en la misma para alcanzar los objetivos propuestos en la planeación." Pag. 52

Lo más trascendente en una organización es la unión de esfuerzos, coordinación, la planeación, y control dentro de los procesos para llegar a cumplir las metas. En una asociación también se habla de la división de trabajo que es una de las bases importantes para el crecimiento de la misma, para alcanzar los objetivos establecidos y en un futuro superarlos.

2.2.2 Características

- 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.

2.2.3 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 de tipo:

- **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.

2.3 LA AGRICULTURA

2.3.1 Concepto

“Procede del vocablo agricultura, que está conformado por la suma de dos partes: el término agri que es sinónimo de “campo de cultivo” y el concepto cultura que puede traducirse como “cultivo o cultivado”. La agricultura es la labranza o cultivo de la tierra e incluye todos los trabajos relacionados al tratamiento del suelo y a la plantación de vegetales. Las actividades agrícolas suelen estar destinadas a la producción de alimentos y a la obtención de verduras, frutas hortalizas y cereales”.
<http://definicion.de/agricultura/>

La agricultura, engloba a todos los trabajos relacionados al cuidado del suelo para mejorar su productividad, estas actividades agrícolas están dirigidas a la producción de alimentos como por ejemplo verduras, frutas, hortalizas y cereales para el consumo humano.

La agricultura también implica la transformación y conservación del medio ambiente, así contribuye a que no exista una contaminación ambiental.

2.3.2 El sector Agrícola en el Carchi

La provincia del Carchi, se caracteriza por su abundante producción del tubérculo (papa) que en algunas ocasiones genera pérdidas; sin embargo se cultivan otros productos como arveja, maíz, fréjol, zanahoria, entre

otros que ayudan a la economía de los pequeños y medianos agricultores de la Provincia

La agricultura se limita a las tierras altas: maíz, avena, cebada, trigo. En las zonas más bajas, cálidas y abrigadas, se cultiva café, caña de azúcar y una gran variedad frutícola. La agricultura se acompaña con una ganadería vacuna y lanar. Sobre estas bases hay algunas industrias agroalimentarias y textiles.

2.4 LEGALIDAD PARA LA MICROEMPRESA

2.4.1 Permiso Sanitario

Esta autorización es un requisito necesario para todos los alimentos que se producen. Tanto los Microempresarios como los artesanales tienen la obligación de obtener esta credencial que respalde la distribución de sus productos de forma legal.

2.4.2 Registro Único de Contribuyentes

Al igual que el permiso sanitario, el registro único de contribuyentes es un elemento imprescindible para estar dentro del marco legal. Para la obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC), de una persona jurídica, se deben presentar los siguientes documentos en las oficinas del servicio de rentas internas:

- Copia del estatuto de creación con la certificación de inscripción correspondiente; ley de creación o acuerdo ministerial según corresponda.
- Nombramiento del representante legal con la certificación de inscripción correspondiente.
- Fotocopia de la cédula de identidad del representante legal.

- Fotocopia del certificado de votación
- Fotocopia de un documento que certifique donde se desarrolla la actividad económica (recibo de luz, agua o teléfono).
- Presentar el formulario 01-RUC SC, con toda la información en él requerida.

2.4.3 Patente Municipal

La patente es un derecho otorgado por el Estado a un inventor o a su causa habiente (titular secundario).

Este derecho permite al titular de la patente, impedir que terceros hagan uso de su innovador producto. El titular de la patente es el único que puede utilizar de la manera más conveniente su producto o servicio. El autor tiene la facultad de reivindicarse en la patente o autorizar a terceros a implementarla bajo las condiciones que el titular fije.

Las patentes son otorgadas por los Estados por un tiempo limitado que actualmente, según normas del ADPIC¹ es de veinte años. Después de la caducidad de la patente cualquier persona puede hacer uso del producto sin la necesidad del consentimiento del titular de éste.

2.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Es el mundo donde se desenvuelve la organización, aquí se delegan las tareas que son divididas, agrupadas, coordinadas y controladas, para el logro de objetivos. Desde otra percepción una asociación comprende una estructura formal (que incluye todo lo físico de la misma), como la estructura informal (que surge de la interacción entre los miembros de la organización y con el exterior) dando lugar a la estructura real de la organización.

Kast y Rosenzweig consideran a una estructura como el patrón establecido de relaciones entre las partes de la organización. Lo más importante en una organización es su desarrollo interno algo que no está visible hacia el mercado, pero este influye para que la microempresa surja de una manera positiva brindando lo mejor para sus clientes.

2.5.1 Misión

Según WHEELLEN, Thomas L. (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

Toda organización tiene el deber de estructurar una Misión, la cual permite conocer a la empresa a través de preguntas como ¿A qué se dedica este negocio? y ¿Qué ofrece la empresa?,.....

La formulación de una misión muestra que es una empresa, el plazo para su desarrollo, describe sus productos o servicios, las herramientas a utilizar y a quien se va a dirigir.

2.5.2 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

La visión abarca lo que se espera a futuro de la organización, cual es el alcance en cuanto al sector, crecimiento y reconocimiento efectivo, y el porqué de ese reconocimiento. Son ideas generales de lo que desea la empresa en un futuro pre-establecido.

La visión señala el camino que la alta gerencia establece para lograr el desarrollo esperado de la organización en el futuro.

Elementos:

- a) Formulada por los líderes de la organización.
- b) Dimensión del tiempo.
- c) Integradora.
- d) Amplia y detallada.
- e) Positiva y alentadora.
- f) Realista -Posible.
- g) Consistente.

2.5.3 Estructura Orgánica

En consecuencia se puede establecer que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella

El valor de una jerarquía bien definida consiste en que reduce la confusión respecto a quien da las órdenes y quien las obedece. Define como se dividen y coordinan formalmente las tareas en los puestos

www.monografias.com

En toda organización se cuenta con una línea jerárquica asignada a todos los trabajadores o componentes de la misma. En consecuencia se puede establecer que la estructura organizativa de una empresa es el cargo o función del talento humano y por ende sus actividades.

Jerarquizar es establecer autoridad de arriba hacia abajo a través de los diversos niveles y delimitar la responsabilidad de cada empleado ante solo un superviso inmediato.

2.5.4 Funciones de los Empleados

Para ubicar una determinada función de la Administración de Personal es necesario empezar a recordar algunos conceptos. Existen múltiples definiciones, más o menos concordantes, para el propósito de esta investigación diremos que es:

- La disciplina que persigue la satisfacción de objetivos organizacionales contando para ello una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado.
- Así pues, la administración de recursos humanos (personal) es el proceso administrativo aplicado al incremento y conservación del esfuerzo, las experiencias, la salud, los conocimientos, las habilidades, etc., de los miembros de la organización, en beneficio del individuo, de la propia organización.
- Se puede apreciar que el esfuerzo humano es de vital importancia para todo el funcionamiento de cualquier organización, destacando siempre que sin este recurso tan importante la empresa estaría estancada, debido a esto es primordial dar un trato o atención especial al talento humano para que este tenga un excelente desempeño y por ende la organización.

2.6 ESTUDIO DE MERCADO

BACA, Urbina Gabriel (2010), Manifiesta: *“Es la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.”* Pág. 7

Un estudio de mercado es una recolección de datos, que permite tener una idea clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el

bien o servicio que se piensa exponer, dentro de un espacio concreto en un plazo y determinar el precio justo para su venta.

Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Finalmente, el estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

2.6.1 Mercado Objetivo

El mercado objetivo, es el área total designada donde acuden la oferta y la demanda para el intercambio de bienes y servicios, para la satisfacción de sus necesidades.

Uno de los elementos más importantes es el área geográfica, las vías de distribución, los diversos productos expuestos, los competidores directos e indirectos, las condiciones de intercambio y la demanda, (clientes, consumidores).

2.6.2 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

El concepto más clásico de la oferta se conoce como, la cantidad de bienes o servicios que se presenta a la venta en un lugar determinado. Este producto puede ser cualquier cosa que de una utilidad (artefacto) o satisfaga (alimentos) al cliente/consumidor.

2.6.3 Demanda

Según BACA, Gabriel. (2010). Dice: Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. Pág. 17

La demanda es el número de bienes o servicios que las personas quieren adquirir en un determinado momento y lugar. Una gran parte de los seres humanos necesitan de un bien o un servicio, oro, arroz, zumo de naranja, educación superior o cualquier otra cosa que colme sus necesidades.

2.6.4 Precio

PALAO Jorge, GÓMEZ GARCÍA 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

Generalmente se indica que el precio es la retribución determinada al conseguir un bien o servicio o en general, una mercancía cualquiera.

A pesar que el pago no siempre es en dinero es necesario tener determinado una moneda referencial. Antiguamente se realizaba el trueque intercambio de productos, sin necesidad de dinero, en la actualidad el trueque se ha convertido en el intercambio de bienes o servicios por una cantidad de dinero denominada precio. Hoy con el trabajo el precio depende de la utilidad que el individuo le otorgue al servicio o bien.

2.6.5 Producto

Según STANTON, William J., (2007), Menciona: *“Es un conjunto de atributos fundamentales unidos en una forma identificable”* Pág. 220,

El producto es un conjunto de varios elementos visibles como son; color, textura, marca, calidad, precio), todos estos aspectos hacen que el producto sea atractivo a los compradores para satisfacer sus necesidades.

2.6.6 Distribución

KOTLER, Philip (2008), Cita: “Las actividades que hace la empresa para que el producto esté disponible para sus clientes objetivo”. Pág. 61,

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

La distribución es una herramienta de la mercadotecnia, nos indica paso a paso cómo llegar al mercado para ofertarlo, desde su producción. Utilizando varias actividades, estrategias disponibles para llegar hasta el consumidor en buenas condiciones de consumo o uso, en las cantidades correctas y en momento que las personas lo esperan.

2.6.7 Promoción

BAACK. Clow (2010) Manifiesta “...La promoción de venta consiste en todos los incentivos ofrecidos a los clientes y miembros del canal para estimular las compras de productos. La promoción adopta dos formas: la promoción para consumidores y la promoción comercial...”. Pág. 326

En conclusión este es un imprescindible instrumento dentro de la organización, cuando se trata de ofrecer un servicio o producto. Por medio de la promoción, que se lo hace a través de medios escritos, radiales, televisivos y virtuales, el producto o servicio se presenta al público consumidor para su conocimiento e interés en adquirirlo.

2.6.8 Comercialización

“La comercialización es el conjunto de acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales”. empresactualidad.blogspot.com

La comercialización son pasos que una organización, grande, mediana o pequeña, debe seguir para que la empresa se de a conocer a nivel local, regional y nacional. Este instrumento es aplicable en las diversas empresas que existen en nuestro medio, sean estas de servicios o productos, pero siempre enfocados en la satisfacción del consumidor.

2.6.9 Plan de Comercialización

El Plan de Marketing o también denominado Plan de Comercialización es un documento escrito, en el cual se establecen los planes comerciales de la empresa para un periodo determinado, por lo general este plan varía según el tipo de negocio o empresa, los productos o servicios que ofrece y los objetivos propuestos, en este documento debe presentar los siguientes puntos:

- Definir el mercado o grupo objetivo al cual se quiere llegar
- Definir los objetivos del Plan para corto y largo plazo
- Determinar las fortalezas y debilidades que presenta la empresa y su competencia

- Investigar el desarrollo y proyección del sector al cual pertenece la empresa
- Definir las estrategias para alcanzar las metas de venta

2.6.10 Estrategias de Comercialización

Producto/Servicio

Aquí se señala cómo se va a manejar el desarrollo a lo largo de los próximos dos años. ¿piensa agregar atracciones adicionales a su producto / servicio en forma gradual a medida que comience a ganar más dinero? ¿Piensa tener un producto piloto para probar el mercado? ¿Piensa agregar más productos a la línea en el futuro?

Un factor importante es establecer la forma en que piensa diferenciarse de la competencia - ¿qué tiene usted que ellos no tengan? ¿Por qué los clientes van a preferirlo a usted en lugar de otros negocios del mismo rubro?

Precio

Para establecer el precio del producto o servicio, se deben detallar los elementos que van a contribuir a su fijación (costos fijos y variables), puesto que éste se determinará en función de distintos factores, que con carácter general se pueden englobar en dos grandes grupos:

Costos Fijos: Aquellos que no dependen de la producción como arriendo, agua, luz, teléfono, etc.

Costos Variables: Aquellos que tienen directa relación con la producción como materias primas, insumos y mano de obra entre otros...

Analizados y tenidos en consideración estos factores, se puede llegar a fijar un precio aproximado para sus productos y/o servicios.

Distribución

No vale la pena producir un producto excelente si no lo puede hacer llegar al cliente. Este punto es tan crucial como cualquier otro, entre los aspectos a considerar se encuentran los siguientes:

¿Venderá directamente a sus clientes o a través de distribuidores?

¿Cómo se van a transportar los ítems al lugar de venta?

La distribución representa el canal a través del cual se va a hacer llegar sus productos a los clientes o consumidores, estableciendo quiénes y cuántos serán sus intermediarios, las áreas de distribución, rutas óptimas, costos de transportes.

La Comunicación

El microempresario necesita definir, hasta donde pueda, qué es exactamente lo que está ofreciendo al cliente. Se debe plantear en términos de los beneficios que están asociados al producto más que en el producto o servicio en sí.

Para dar a conocer el producto o servicio a la clientela se deben utilizar una serie de herramientas o medios de comunicación, respecto a los que se debe conocer, los que resulten más rentables. Es recomendable analizar no sólo el precio, sino también su impacto sobre el público objetivo, (puede que un anuncio en páginas amarillas sea barato, pero los posibles clientes a captar a través de este medio serán escasos, sus resultados son a más largo plazo, y difícilmente se podrá contar con una clientela que permita así introducirse en el mercado.) *www.microfinanzas.org*.

2.6.11 Control de Calidad

El control de calidad son todos los mecanismos, acciones, herramientas realizadas para detectar la presencia de errores. La función del control de

calidad existe primordialmente como una organización de servicio, para conocer las especificaciones establecidas por la ingeniería del producto y proporcionar asistencia al departamento de fabricación y este alcance las especificaciones.

Para controlar la calidad de un producto se realizan inspecciones o pruebas de muestreo para verificar que las características del mismo sean óptimos. http://es.wikipedia.org/wiki/Control_de_calidad

2.7 ESTADOS FINANCIEROS

También se los conoce como: estados contables, informes financieros, son registros que utilizan las instituciones para informar de la economía actual financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado. Esta información es útil para la administración, gestores, reguladores, accionistas, acreedores o propietarios.

- **Objetivo**

El objetivo de los estados financieros es dar información sobre el patrimonio de la organización a una fecha y su crecimiento económico en el período que se halle, para tomar las mejores decisiones.

- **Características**

La información en los estados financieros debería reunir, para ser útil a sus usuarios, las siguientes características:

- Pertinencia
- Confiabilidad
- Aproximación a la realidad
- Esencialidad

- Neutralidad
- Integridad
- Verificabilidad
- Sistemática
- Comparabilidad
- Claridad

2.7.1 Estado de Situación Inicial

“Informe Esquema que explica las partes de un balance contable. El estado de situación inicial, también llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado.

Los componentes del estado de situación inicial comprenden tres partes, el activo, el pasivo, y el patrimonio; cada uno de ellos con un desglose de cuentas, presentando los elementos integradores.
<http://es.scribd.com/doc/58262224/Estado-de-situacion-inicial>

2.7.2 Estado de Resultados

Según SCOTT Besley. (2009), Manifiestan: “Que también se le conoce como estado de pérdidas y ganancias, presenta los resultados de las operaciones de negocios durante un periodo específico, como un trimestre o un año y resume los ingresos generados y los gastos en que la empresa incurrió durante un periodo contable”. Pág. 41

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.

El estado de pérdidas o ganancias como también se lo conoce muestra en forma ordenada los ingresos y gastos, que has generado dentro de un tiempo, para resolver si existe o no una utilidad.

En la primera parte se encuentran todos los elementos que entran en la compra-venta de mercadería, en la segunda mitad están todos los gastos en la elaboración del producto. Esto quiere decir la diferencia entre el precio de costo y de venta de las mercancías vendidas.

Para determinar la utilidad o pérdida en ventas, es necesario conocer los siguientes resultados

- VENTAS NETAS
- COMPRAS TOTALES O BRUTAS
- COMPRAS NETAS
- COSTO DE LO VENDIDO

2.7.3 Estado de Flujo de Caja

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

Es una de las herramientas de información más importante, este indica cuánto dinero se necesita para iniciar la organización y mantenerla funcionando.

También nos indica cuándo ingresa el dinero al negocio y qué gastos deben cancelarse este resultado, que puede ser favorable o no, se

presenta al final del mes o del año. También nos indica que si al existir pérdida debemos incrementar los ingreso para cubrirlos.

Este estado de flujo de caja nos manifiesta cuatro cosas:

- Ingresos: De dónde viene el efectivo (ventas, inversiones, otros).
- Gastos: En qué se usa el efectivo (costos, intereses, impuestos).
- Programa: Cuándo tuvieron lugar las actividades (qué mes o trimestre).
- Ganancia o Pérdida: Cuánto queda al final del análisis.

2.7.4 Punto de Equilibrio

Según GITMAN, Laurence J. (2007), Afirma: Es el nivel de ventas que se requiere para cubrir todos los costos operativos. Pág. 439,

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

El punto de equilibrio, es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, que no existe ni pérdida ni ganancia. Con el análisis del Punto de Equilibrio se llega a tomar decisiones para la organización.

Hallar y analizar el punto de equilibrio nos permite:

- Obtener una primera simulación que nos permita saber a partir de qué cantidad de ventas empezaremos a generar utilidades.

- Conocer la viabilidad de un proyecto (cuando nuestra demanda supera nuestro punto de equilibrio).
- Saber a partir de qué nivel de ventas puede ser recomendable cambiar un Costo Variable por un Costo Fijo o viceversa, por ejemplo, cambiar comisiones de ventas por un sueldo fijo en un vendedor.

2.7.5 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.

La tasa interna de retorno o de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como el rendimiento esperado de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". A mayor TIR, mayor rentabilidad. Con esta herramienta se toma decisiones de inversión utilizada para conocer la factibilidad de diferentes opciones de inversión.

2.7.6 Valor Actual Neto

Según el autor SAPAG, CH. Nassir (2007), afirma: “Mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.” Pág. 253.

El Valor actual neto también conocido como valor actualizado neto, es una forma que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

El valor actual neto es muy importante para la valoración de inversiones en activos fijos. Si su valor es mayor a cero, el proyecto es rentable, considerándose el valor mínimo de rendimiento para la inversión.

2.7.7 Periodo de Recuperación de la Inversión

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

El periodo de recuperación de la inversión - PRI – es un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo, permite anticipar los eventos en el corto plazo. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado. Este es un método que en el corto plazo puede ser del agrado de las personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión.

Esta herramienta al igual que los mencionados estados, permiten optimizar la toma de decisiones para la organización.

2.7.8 Beneficio Costo

SAPAG, CH. Nassir (2007). Manifiesta: “Compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión”. Pág. 256,

La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados. Al mencionar los egresos presentes netos se toman aquellas partidas que generarán salidas de efectivo durante los diferentes periodos. Como se puede apreciar el estado de flujo neto de efectivo es la herramienta que suministra los datos necesarios para el cálculo de este indicador.

¿Cómo se calcula la relación beneficio costo?

- Se toma como tasa de descuento la tasa social en vez de la tasa interna de oportunidad.
- Se trae a valor presente los ingresos netos de efectivo asociados con el proyecto.
- Se trae a valor presente los egresos netos de efectivo del proyecto.
- Se establece la relación entre el VPN de los Ingresos y el VPN de los egresos.

2.7.9 Sensibilidad del Proyecto

Para BACA, U. Gabriel. (2010), Dice: “Es el Análisis de sensibilidad al procedimiento, por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta (qué tan sensible es) la TIR ante cambios en determinadas variables del Proyecto”. Pág. 235

El análisis de sensibilidad de un proyecto de inversión, nos ayuda a determinar la mejor decisión para el proyecto, dependiendo del riesgo que la empresa asuma.

La base para aplicar este método es identificar los posibles escenarios del proyecto de inversión, los cuales se clasifican en los siguientes:

- **Pesimista:** Es el peor panorama de la inversión, es decir, es el resultado en caso del fracaso total del proyecto.
- **Probable:** Éste sería el resultado más probable que supondríamos en el análisis de la inversión, debe ser objetivo y basado en la mayor información posible.
- **Optimista:** Siempre existe la posibilidad de lograr más de lo que proyectamos, el escenario optimista normalmente es el que se presenta para motivar a los inversionistas a correr el riesgo.

La importancia del análisis de sensibilidad se manifiesta en el hecho de que los valores de las variables que se han utilizado para llevar a cabo la evaluación del proyecto pueden tener desviaciones con efectos de consideración en la medición de sus resultados.

2.8 FRUTALES DE HUESO

Los frutales de hueso son especies originales de Asia Oriental, aunque unas pocas proceden de Europa y Asia del Norte, y su difusión por la cuenca mediterránea se remota a los tiempos de los griegos y romanos. En Europa encontraron las condiciones de clima y suelo ideales para satisfacer sus exigencias y garantizar una producción constante, ya que precisan de climas benignos, sin excesivos descensos térmicos, ya sea en invierno o en primavera. FRUTICULTURA. MANUEL AGUSTÍ 2010

2.8.1 La Cereza

Tuvo origen en el mar Negro y en el mar Caspio, difundiéndose después hacia Europa y Asia, llevado por los pájaros y las migraciones humanas. Fue uno de los frutales más apreciados por los griegos y con el imperio Romano se extendió a regiones muy diversas.

En la actualidad, el cerezo se encuentra difundido por numerosas regiones y países del mundo con clima templado. El cerezo tiene una gran capacidad de adaptación a distintas áreas climáticas de la zona templada. Se trata de una especie muy delicada en cuanto a climatología, aunque tolerante al frío.

Puede cultivarse desde la mínima altura sobre el nivel del mar hasta los 500 m de altitud, aunque su cultivo es más propio de situaciones más bajas, para poder garantizar la cosecha. Es uno de los frutales más resistentes a las bajas temperaturas invernales.

Requiere muchas hora-frío para la floración(900-1800), de forma que florece muy tarde, escapando a las heladas primaverales a las que es sensible, presenta escasas necesidades de unidades de calor para el desarrollo del fruto, que es muy rápido (100 días de la floración a la recolección), lo que le permite ser el primero en el mercado.

Es el único fruto de hueso no climatérico, por lo que si se recolecta con anticipación o anterioridad, no madura fuera del árbol. Prefiere inviernos largos y fríos y veranos cortos y calurosos pero de noches frescas y primaveras templadas, pues a partir de la floración y del cuajado del fruto un cambio brusco de temperatura puede comprometer la cosecha.

La exposición de las yemas a las altas temperaturas o a la radiación directa del sol durante la inducción floral tiene como resultado la formación de pistilos dobles. Si ambos pistilos de flores afectadas son polinizadas y los óvulos son fertilizados, los ovarios con semillas se funden a lo largo de las suturas ventrales y se hacen dobles. Algunos cultivares son más propensos a la duplicación que otros. El riego por aspersión cuando la temperatura pasa de los 30°C ha reducido el problema.

Cuando las precipitaciones toman valores próximos a 1.200 mm/año es posible su cultivo sin llevar a cabo riegos, aunque el empleo de distintos

patrones modifica los requerimientos hídricos, pudiendo cultivarse tanto en seco como en regadío.

El cerezo es un árbol caducifolio, vigoroso, grande, que puede alcanzar hasta 10m de altura, de porte erecto, tronco robusto, madera de color oscuro, brillante, con lenticelas, dura, fácil de trabajar y muy apreciada en la industria del mueble. Flores pentámeras, en policasio, de color blanco o rosa, generalmente autoestériles, de péndulo largo, agrupadas de 2 a 4 y situadas, mayoritariamente, en ramos de mayo. El fruto una drupa con un largo péndulo, de tamaño pequeño y forma globosa o acorazonada, con el exocarpo de color rojo intenso, más o menos oscuro, el mesocarpo jugoso, de color rojo, y el endocarpo(hueso) liso, pequeño y casi esférico.

La producción mundial de cerezas supera las $1,6 \times 10^6$ t anuales (datos de FAOSTAT de 2003). En España se destinan 22.000 al cultivo de cerezo que producen más de 64.000 t anuales, ocupando el sexto lugar en el mundo. Cataluña, Andalucía y la Comunidad Valencia, con 3.500 cada una, aproximadamente, y una producción global de 24.000t, le siguen en importancia. Alrededor del 15% de la producción se exporta a otros países de UE. FRUTICULTURA. MANUEL AGUSTÍ 2010

2.8.2 Clasificación Agronómica

Una clasificación general de las variedades de cerezo los agrupa en a) Mollares, pulpa blanda, dulce y fina, precoces; y b) Garrafales, de pulpa firme y crujientes. Se conocen más de un millar de cultivares de cerezo, la mayoría de interés local.

Actualmente, sin embargo, la mayor parte de ellos han sido situados por selecciones comerciales de gran producción y calidad. En España, los más importantes son “Burlat” y “Marvin”, precoces, “Sunburst”, “Stark Hardy Giant”, “Hedelfinger” y “Summit”, de entre las de media estación, y

“Ambrunes” y “Picotas” (Pico Colorado, Pico Negro y Pico Limón Negro).

FRUTICULTURA. MANUEL AGUSTÍ 2010

2.8.4 Características

En todas las categorías, las cerezas deben estar:

- Enteras.
- Con aspecto fresco.
- Sanas. Se excluyen en todos los casos, los frutos atacados de podredumbre o de alteraciones tales que los hagan impropios para el consumo.
- Firmes (en función de la variedad).
- Limpias, prácticamente exentas de materias extrañas visibles.
- Exentas de humedad exterior anormal.
- Exentas de olores y/o sabores extraños.
- Provistas de su pedúnculo (salvo para las variedades en las que se desprende de modo natural al ser recolectadas).

Las cerezas presentarán un desarrollo suficiente y un grado de madurez que les permita:

- Soportar la manipulación y el transporte.
- Responder en el lugar de destino a las exigencias comerciales.

2.8.5 Adaptación Ecológica

El área de cultivo de cerezo es bastante amplia, englobado toda la zona templada, las zonas templado-cálidas y las áreas subtropicales.

Su cultivo debe localizarse a altitudes entre los 600 y 800m, buscando cubrir sus necesidades de frío invernal y evitar, al mismo tiempo, las heladas primaverales.

Es una especie exigente en agua durante el verano, para mantener la vegetación: en áreas con una pluviometría inferior a los 600mm anuales presenta problemas de desarrollo y producción. Por ello, son cada día más numerosas las plantaciones en regadío, en particular con riego localizado. En general, los riesgos deben ser abundantes y frecuentes desde el cuajado del fruto hasta la recolección, eliminarlos a continuación, hasta que el árbol deje de crecer, y reiniciarlos posteriormente en intensidad acorde al mantenimiento de la actividad vegetativa. FRUTICULTURA. MANUEL AGUSTÍ 2010

2.8.6 Técnicas de Cultivo

Las técnicas utilizadas para el cultivo de este fruto dulce son las siguientes:

Plantación

Las densidades de plantación puede oscilar entre 350- 400-500 árboles/ha en secano y los 600-900 árboles/ha en regadío. Los marcos de plantación se diseñan en función del vigor de la planta (a mayor vigor disminuye la densidad de plantación).

Las estrategias a llevar a cabo para controlar el vigor son las siguientes: no abonar ni regar en exceso, realizar un corte radical con sierra mecánica (topping) cuando superen los 2,5 m de altura (aunque el árbol sufre mucho, sigue dando producción en las partes bajas) y siempre que sea posible utilizar patrones que disminuyan el vigor de la variedad.

Abonado

Es uno de los frutales menos exigentes en fertilizantes. En general, se prefiere reducir las aportaciones de nitrógeno y aumentar las de potasio, sin embargo, como ocurre con la mayoría de los frutales, no parece necesitar grandes aportes de fósforo.

Durante el periodo de formación se abonará a base de nitrógeno, fósforo y potasio en forma equilibrada, y a partir de la entrada en fructificación, aumentar la dosis de fósforo y potasio y reducir el nitrógeno. Los fertilizantes fosfatados y potásicos se aplicarán a la caída de la hoja y los nitrogenados antes de la entrada en vegetación.

El aporte de calcio es frecuente para evitar problemas de agrietado, ya que reduce la absorción de agua, aunque también se pueden llevar a cabo otras estrategias de forma conjunta o independiente como son la selección de variedades tolerantes y la aplicación de giberelinas para retrasar la maduración y poder escapar a las lluvias.

Riego

Las necesidades hídricas del cerezo son muy inferiores respecto a la mayoría de las especies frutales. Dependiendo de la variedad y del patrón utilizados, puede cultivarse tanto en secano fresco como en regadío, en este último cuidando no regar en exceso para evitar los problemas de agrietado, con aportes de 1.000-1.200 mm/año.

Los cerezos tienden a ser sensibles a cantidades excesivas de boro, cloruros, sodio y sales totales en el agua de riego. Los riegos deben suprimirse por completo poco antes de entrar el fruto en envero, ya que de abusar de ellos puede provocar el agrietamiento del fruto.

Poda

Es una especie que en general responde muy mal a la poda de formación, ya que sufre bastante. Lo normal es la formación en vaso o pirámide con forma más o menos libre, siendo más adecuada la formación en pirámide debido a la tendencia apical del árbol y a que el vaso suele retrasar más la entrada en producción.

El momento oportuno para la poda es tan pronto se haya despojado de las hojas, y en último caso momentos antes de entrar en vegetación, ya que entonces cicatrizarán mejor las heridas.

La poda de regeneración no debe ser muy intensa y debe favorecerse la formación principalmente de ramilletes de mayo, mediante la reducción de ramos mixtos vigorosos.

En las nuevas plantaciones, se ha comenzado a difundir un nuevo sistema llamado "vaso bajo" (Spanish bush): consiste en el descabezamiento inicial del plantón, en la primavera de su primer verde, aproximadamente a unos 25-35 cm de altura con respecto al suelo. Este corte provoca la emisión de varias ramas principales que mediante sucesivos despuntes en verde, originan una copa de aspecto globoso. A continuación, se van eliminando algunas ramas por aclareo suave para facilitar la iluminación y aireación del árbol. También se realiza el arqueado de algunas ramas para inducir un mayor fructificación.

En los años sucesivos, ya en plena producción, la poda es muy ligera, excepto en altura. Mediante cortes mecánicos o manuales, realizados a finales de verano, se frena el desarrollo del árbol y se limita su altura máxima a 2.5 m.

2.8.7 Manejo del Suelo

Los cerezos son tan exigentes al nitrógeno y al cultivo limpio como los durazneros. La primera carpida puede hacerse varias semanas antes de la floración o luego del cuajado de la fruta. La superficie del suelo deberá estar compactada por acción de lluvia (que nunca queda suelta y preferiblemente sin cubierta vegetal en momentos de la floración, para permitir la radiación del calor del suelo a fin de evitar el posible daño por la helada.

Los abonos verdes empleados frecuentemente en huertos de cerezos son mijo, centeno, avena, alforfón y sudangrás. FRUTICULTURA MODERNA NORMAN F. CHILDERS TOMO II

2.8.8 Recomendaciones para su Plantación

Un buen lugar para el huerto de los durazneros, también lo es para los cerezos. Se prefieren plantas vigorosas de un año provenientes de viveros.

En los climas más templados se recomienda plantar en otoño. En los más fríos se aconseja hacerlo a comienzos de primavera para evitar los daños producidos por el frío invernal, excepto donde la nieve puede proteger a la planta durante las postrimerías del invierno. FRUTICULTURA MODERNA NORMAN F. CHILDERS TOMO II

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PRESENTACIÓN

El estudio de mercado permite cuantificar y cualificar las variables demanda y oferta, que definen el éxito de un producto o servicio en el mercado. Para el presente estudio es importante definir el área donde se introducirá el producto, siendo esta la ciudad de Ibarra, por encontrarse geográficamente cerca del lugar de producción de la cereza, como también existe una población significativa que puede llegar a ser los consumidores potenciales de 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 cereza en la ciudad de Ibarra.

3.2.2 Objetivos específicos

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

3.3 VARIABLES

- Demanda
- Oferta
- Precio
- Estrategias comerciales

3.4 INDICADORES

Demanda

- Comercialización de la cereza
- Calidad del producto
- Factor de compra
- Satisfacción de la demanda
- Frecuencia de compra
- Cantidad de compra
- Tipo de proveedor
- Proveedor permanente
- Incremento de proveedores
- Medio de comunicación

Oferta

- Tiempo en la actividad
- Rentabilidad del negocio
- Comercialización de frutas
- Presentación de producto
- Peso de comercialización
- Frecuencia de comercialización
- Origen del producto
- Satisfacción de la demanda

Precio

- Precio de compra
- Aspectos para el precio
- Determinación del precio

Estrategias Comerciales

- Producto
- Precio
- Publicidad
- Plaza

3.5 MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO

CUADRO No.26 MATRIZ DE RELACIÓN DEL ESTUDIO MERCADO

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuente	Técnica	Informante
Identificar la demanda potencial de cereza en la ciudad de Ibarra	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Comercialización de la cereza • Calidad del producto • Factor de compra • Satisfacción de la demanda • Frecuencia de compra • Cantidad de compra • Tipo de proveedor • Proveedor permanente • Incremento de proveedores • Medio de comunicación 	Primaria	Encuesta	Comerciantes de frutas
Conocer la oferta del producto en el área de influencia del proyecto	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo en la actividad • Rentabilidad del negocio • Comercialización de frutas • Presentación de producto • Peso de comercialización • Frecuencia de comercialización • Origen del producto • Satisfacción de la demanda 	Primaria	Encuesta	Proveedores de frutas
Establecer el precio idóneo para la comercialización de la fruta.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Precio de compra • Aspectos para el precio • Determinación del precio 	Primaria	Encuesta	Comerciantes de frutas Proveedores de frutas
Diseñar estrategias comerciales para introducir y posicionar la cereza en el mercado.	Estrategias comerciales	<ul style="list-style-type: none"> • Producto • Precio • Publicidad • Plaza 	Primaria	Bibliográfica Opinión de expertos	Libros especializados Ing. Marketing.

Elaborado por: La autora de la investigación

3.6 MECÁNICA OPERATIVA DEL ESTUDIO DE MERCADO

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

3.6.1 Identificación de la población

Para el estudio de mercado se tomó en cuenta a dos poblaciones:

La primera población corresponde a los demandantes de la fruta, que para el caso en estudio, son los fruteros o comerciantes minoristas de los mercados de la ciudad de Ibarra, mercado Amazonas, La Playa, Santo Domingo y Mercado mayorista, quienes son los que comercializan frutas para el consumo a la población en general. Siendo 154 comerciantes, según datos proporcionados por la administración de los mercados, y por observación directa.

La segunda población objeto de estudio son los ofertantes de la fruta, que están representados por los proveedores mayoristas de los mercados de la ciudad de ciudad de Ibarra, existiendo 17 proveedores dato extraído de los registros de la administración del mercado mayorista.

3.6.2 Muestra

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

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

siguiente fórmula:

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

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

σ = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Datos:

N = 154

$d^2 = 0,25$

$$Z = 95\% \quad 1,96 \quad n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(154)}{(0,05)^2 (154 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

e = 5%

n= 110

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

3.6.3 Técnicas de investigación

Las técnicas a utilizar son:

Información primaria:

- **Encuesta:** se la realizó a los comerciantes minoristas de frutas y a los proveedores de frutas de la Ciudad de Ibarra.
- **Observación directa:** consistió en visitar personalmente los lugares en estudio.

Información secundaria: se la obtuvo de libros, revistas especializadas, documentos del MAGAP, folletos, INEC e internet.

3.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

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

3.7.1 Encuesta efectuada a los comerciantes minoristas de frutas de la ciudad de Ibarra.

1. ¿En su puesto de venta comercializa cereza?

CUADRO No. 27 COMERCIALIZACIÓN DE LA CEREZA

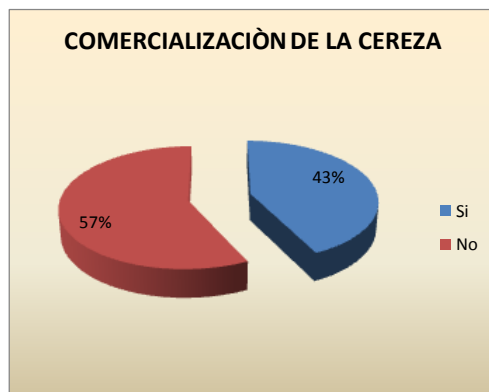
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	47	43
No	63	57
TOTAL	110	100

Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

Año 2013

GRÁFICO No. 20 COMERCIALIZACIÓN DE LA CEREZA



Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

Año 2013

ANÁLISIS:

Según los datos obtenidos de los comerciantes en su mayoría comercializan la cereza, porque es muy importante presentar al mercado consumidor una variedad de frutas a su elección, otros no la comercializa, debido a su poca oferta existente los pocos productores que existe no pueden cubrir todo el mercado consumidor.

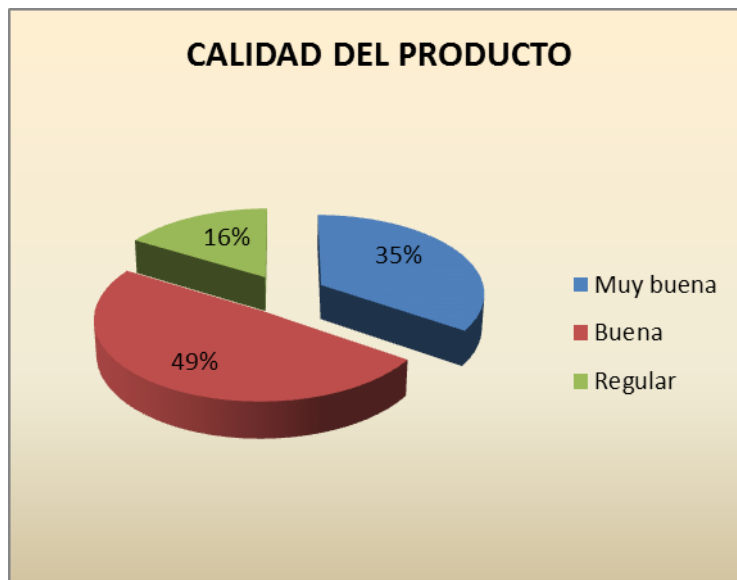
2. ¿La calidad de la cereza que se oferta en el mercado es?

CUADRO No. 28 CALIDAD DEL PRODUCTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy buena	38	35
Buena	54	49
Regular	18	16
TOTAL	110	100

Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La autora
Año 2013

GRÁFICO No. 21 CALIDAD DEL PRODUCTO



Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La autora
Año 2013

ANÁLISIS:

La calidad de la cereza que ofertan en el mercado la consideran que se encuentra en un nivel bueno, ya que este tipo de fruta es muy delicado para su comercialización, sin embargo sus ofertantes cuidan que llegue en buen estado al mercado para complacer las expectativas del consumidor.

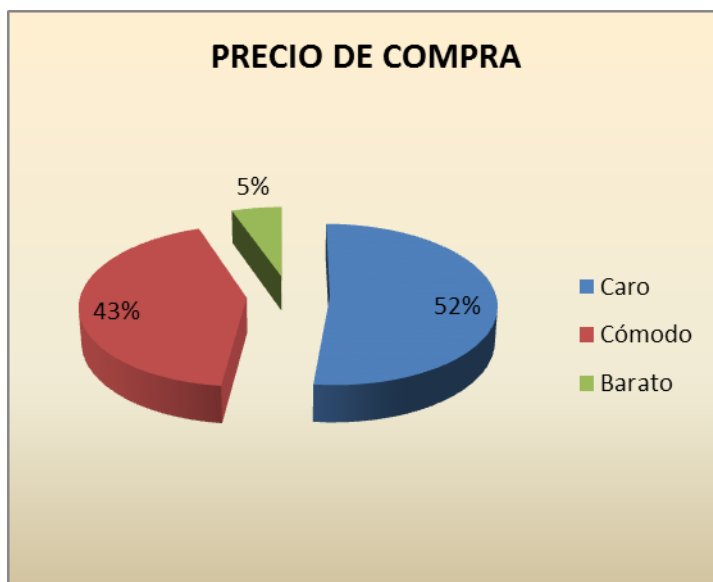
3. ¿El precio de compra de la cereza lo considera?

CUADRO No. 29 PRECIO DE COMPRA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Caro	57	52
Cómodo	47	43
Barato	6	5
TOTAL	110	100

Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La autora
Año 2013

GRÁFICO No. 22 PRECIO DE COMPRA



Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

En la actualidad el precio de la cereza es caro debido a que los intermediarios que comercializan el producto lo traen de otras provincias del país lo que requiere más costos para su trasportación, esto se debe a la falta de cultivo de la fruta en la provincia, y por medios de investigaciones se ha concluido la poca producción de la cereza.

4. ¿Cuál es el factor más importante al adquirir la fruta?

CUADRO No. 30 FACTOR DE COMPRA

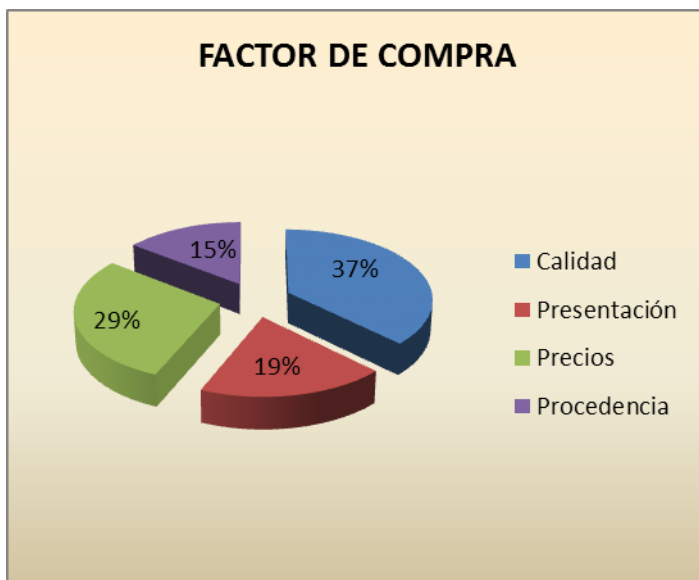
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Calidad	41	37
Presentación	21	19
Precios	32	29
Procedencia	16	15
TOTAL	110	100

Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

Año 2013

GRÁFICO No. 23 FACTOR DE COMPRA



Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

Año 2013

ANÁLISIS:

Para la adquisición del producto el factor más importante que toman en cuenta es la calidad porque el consumidor es muy exigente al comprar el producto, también consideran el precio para que el cliente se encuentre satisfecho y la fruta esté al alcance de su bolsillo.

5. ¿Actualmente, cubre la necesidad de consumo de la fruta por parte de sus clientes?

CUADRO No. 31 SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mucho	2	2
Poco	89	81
Nada	19	17
TOTAL	110	100

Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

Año 2013

GRÁFICO No. 24 SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA



Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

Año 2013

ANÁLISIS:

Debido a la poca oferta del producto los comerciantes no logran cubrir por completo la demanda de la fruta, siempre se encuentra el mercado en escases del producto, otros comerciantes como son los del mercado Santo Domingo manifiestan que en nada cubren a su mercado porque el producto no llega.

6. ¿Cuál será la frecuencia de compra de una caja de cereza de 10 kg para comercializar y satisfacer las necesidades del mercado?

CUADRO No. 32 FRECUENCIA DE COMPRA

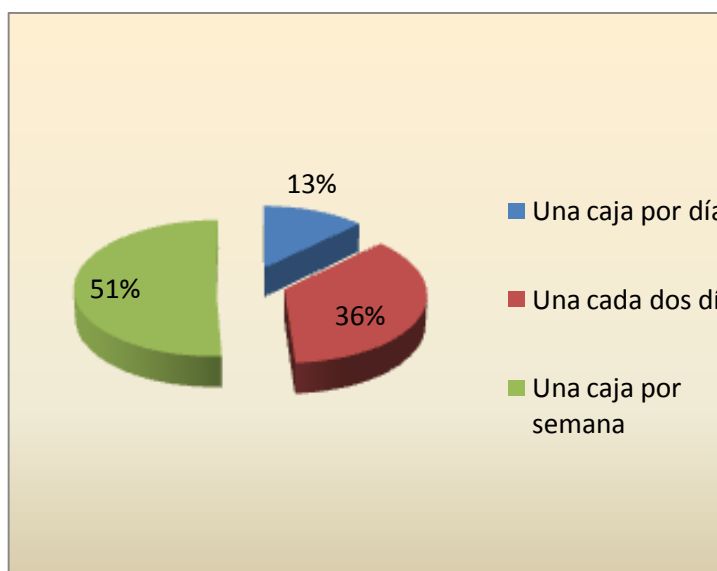
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Una caja por día	14	13
Una cada dos días	40	36
Una caja por semana	56	51
TOTAL	110	100

Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

Año 2013

GRÁFICO No. 25 FRECUENCIA DE COMPRA



Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

Año 2013

ANÁLISIS:

Los comerciantes del mercado mayorista manifiestan que la frecuencia de compra de una caja de 10 kilos de cereza sería cada semana, porque no hay mucha concurrencia de los consumidores, en el mercado amazonas manifiestan que la presencia de muchos consumidores ellos tienen que adquirir el producto cada día para poder cubrir la demanda que se presenta.

7. ¿Su proveedor de cereza es?

CUADRO No. 33 TIPO DE PROVEEDOR

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Productor	1	1
Intermediario	106	96
Ambos	3	3
TOTAL	110	100

Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

Año 2013

GRÁFICO No. 26 TIPO DE PROVEEDOR



Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

Año 2013

ANÁLISIS:

Para la adquisición del producto lo realizan a través de los intermediarios no solamente en este tipo de fruta esto se da para todas las frutas que ellos vende, porque es imposible traerlo directamente dl productor esa es una de las razones más importantes para que la fruta tenga un costo más caro.

8. ¿Cuenta usted con un proveedor de cereza permanente?

CUADRO No. 34 PROVEEDOR PERMANENTE

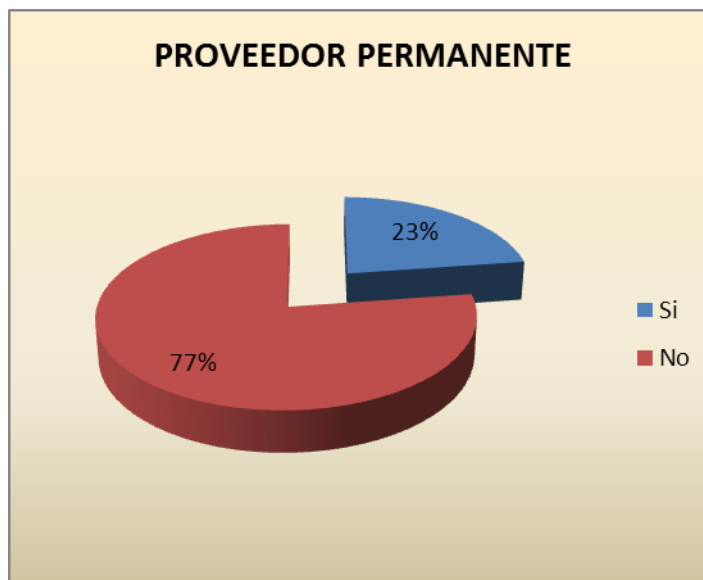
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	25	23
No	85	77
TOTAL	110	100

Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

Año 2013

GRÁFICO No. 27 PROVEEDOR PERMANENTE



Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

Año 2013

ANÁLISIS:

Los comerciantes de los mercados encuestados comentan que no cuentan con un proveedor permanente cada día se presentan diferente y de distintas provincias, algunos pueden ser constantes porque son productores pequeños de la provincia pero no logran cubrir las expectativas del mercado.

9. ¿Le gustaría incrementar sus proveedores?

CUADRO No. 35 INCREMENTO DE PROVEEDORES

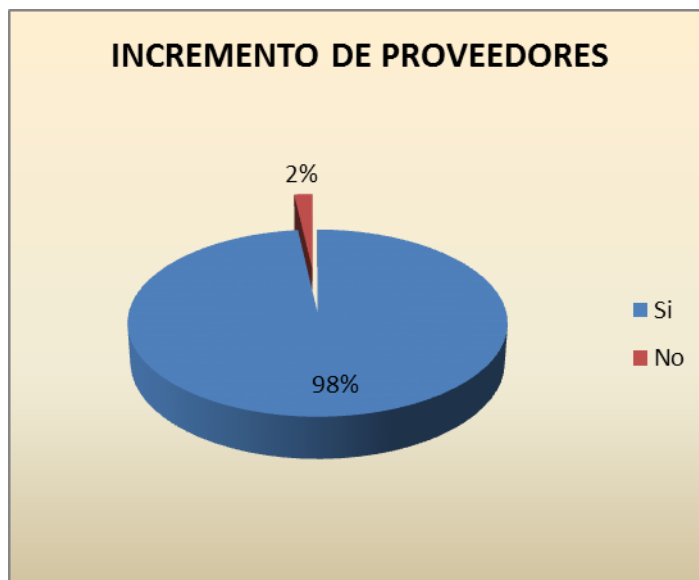
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	108	98
No	2	2
TOTAL	110	100

Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

Año 2013

GRÁFICO No. 28 INCREMENTO DE PROVEEDORES



Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

Año 2013

ANÁLISIS:

La mayoría de los comerciantes les gustaría que se incremente el número de proveedores, porque se garantizaría la oferta del producto en el mercado a un costo razonable para el consumidor, y los comerciantes obtendrían mejores ganancias por la venta de la fruta.

10. ¿De los siguientes medios de comunicación cual prefiere?

CUADRO No. 36 MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Radio	37	34
Prensa	29	26
Trípticos	20	18
Hojas volantes	15	14
Internet	9	8
TOTAL	110	100

Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

Año 2013

GRÁFICO No. 29 MEDIO DE COMUNICACIÓN



Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

Año 2013

ANÁLISIS:

El medio de comunicación de su preferencia es la radio por la facilidad de sincronizar los anuncios importantes en cualquier momento del día, también es importante la prensa escrita porque se dedica a informar los casos más insólitos que sucede a nuestro alrededor.

3.7.2 Encuesta efectuada a los proveedores de frutas de los mercados de la ciudad de Ibarra

1. ¿Cuánto tiempo lleva en el negocio?

CUADRO No. 37 TIEMPO EN LA ACTIVIDAD

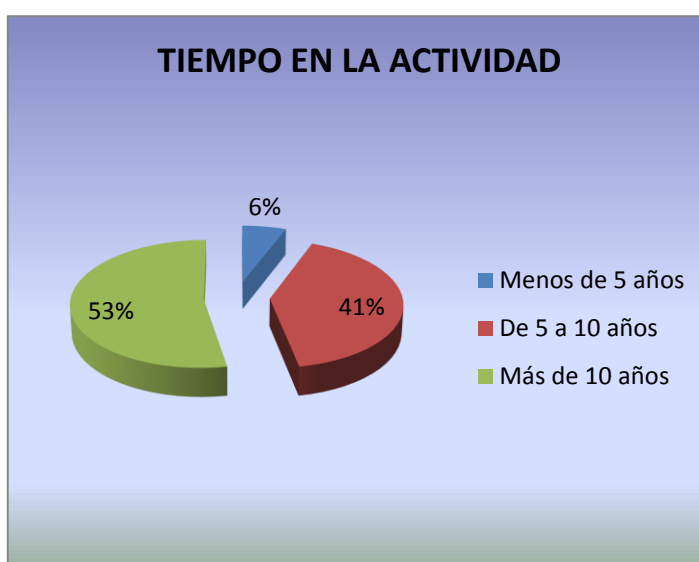
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 5 años	1	6
De 5 a 10 años	7	41
Más de 10 años	9	53
TOTAL	17	100

Fuente: Proveedores de frutas

Elaborado por: La autora

Año 2013

GRÁFICO No. 30 TIEMPO EN LA ACTIVIDAD



Fuente: Proveedores de frutas

Elaborado por: La autora

Año 2013

ANÁLISIS:

Los proveedores de este tipo de negocios manifiestan que llevan más de 10 años, porque es una actividad rentable ya que ellos comercializan en todos los mercados no solo un producto son varios, otros llevan de 5 a 10 en la actividad su permanencia ha sido porque poseen conocimientos para su comercialización.

2. ¿La actividad es rentable?

CUADRO No. 38 RENTABILIDAD DEL NEGOCIO

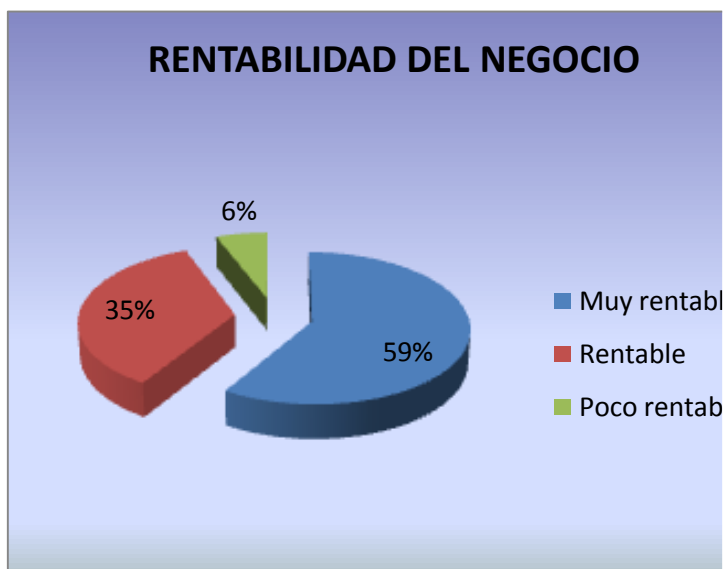
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy rentable	10	59
Rentable	6	35
Poco rentable	1	6
TOTAL	17	100

Fuente: Proveedores de frutas

Elaborado por: La autora

Año 2013

GRÁFICO No. 31 RENTABILIDAD DEL NEGOCIO



Fuente: Proveedores de frutas

Elaborado por: La autora

Año 2013

ANÁLISIS:

Tanto proveedores como comerciantes afirman que este negocio es muy rentable, porque ellos se dedican a traer directamente los productos de productor esto representa que además cuentan con transporte propios que les deja ingresos muy buenos, son pocos quienes piensa lo contrario, ya que son proveedores minoristas.

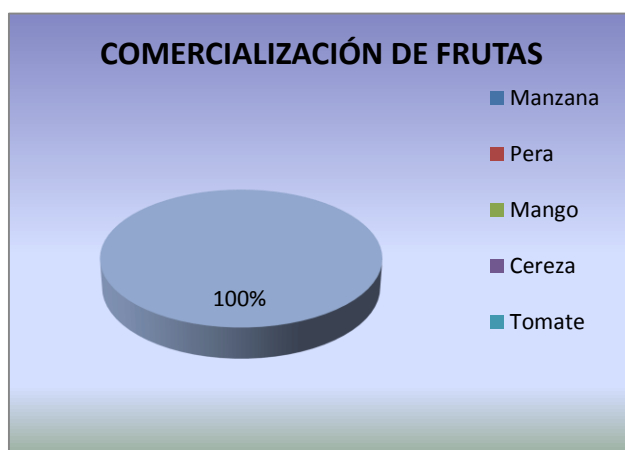
3. ¿Cuáles frutas comercializa?

CUADRO No. 39 COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Manzana		
Pera		
Mango		
Cereza		
Tomate		
Piña		
Todas las anteriores	17	100
TOTAL	17	100

Fuente: Proveedores de frutas
Elaborado por: La autora
Año 2013

GRÁFICO No. 32 COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS



Fuente: Proveedores de frutas
Elaborado por: La autora
Año 2013

ANÁLISIS:

Los proveedores comercializan todas las frutas mencionada, porque su propósito es cubrir en un cien por ciento las necesidades del mercado, esto lo pueden realizar con la presentación de las distintas variedades de frutas existentes.

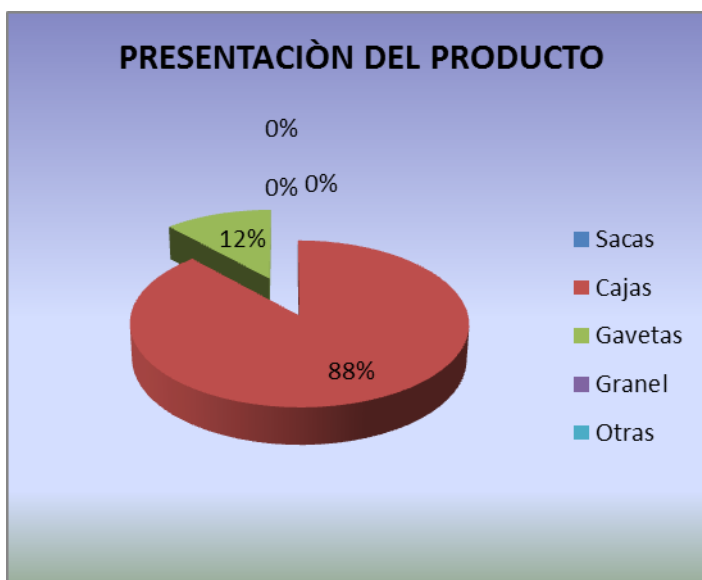
4. ¿Qué presentación utiliza para la comercialización de la cereza?

CUADRO No. 40 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Sacas	0	
Cajas	15	88
Gavetas	2	12
Granel	0	
Otras	0	
TOTAL	17	100

Fuente: Proveedores de frutas
Elaborado por: La autora
Año 2013

GRÁFICO No. 33 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO



Fuente: Proveedores de frutas
Elaborado por: La autora
Año 2013

ANÁLISIS:

Para la presentación de la cereza lo realizan en cajas debido a su comodidad porque la fruta es muy delicada y requiere de un tratamiento especial al ser comercializada, otros lo realizan en gavetas, ya que la comercialización es cercana a los mercados.

5. ¿Cuál es el peso de comercialización de la cereza?

CUADRO No. 41 PESO DE COMERCIALIZACIÓN

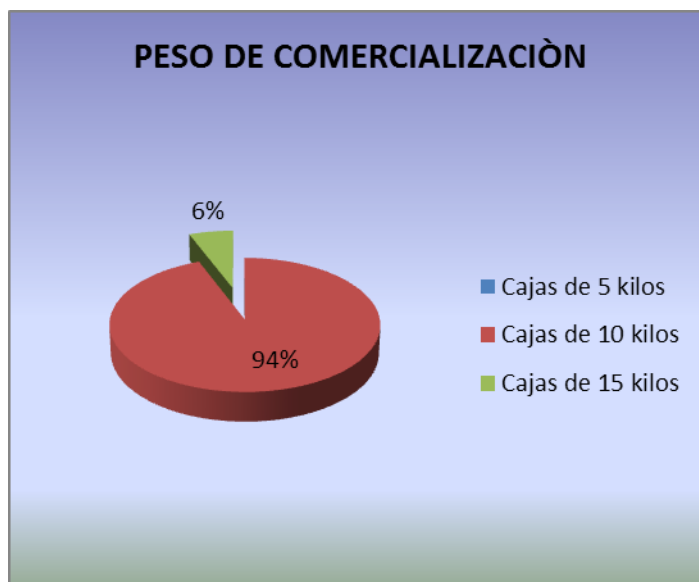
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Cajas de 5 kilos		
Cajas de 10 kilos	16	94
Cajas de 15 kilos	1	6
TOTAL	17	100

Fuente: Proveedores de frutas

Elaborado por: La autora

Año 2013

GRÁFICO No. 34 PESO DE COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Proveedores de frutas

Elaborado por: La autora

Año 2013

ANÁLISIS:

El peso de comercialización de la cereza en su mayoría lo realizan en cajas de 10 kilos porque el mercado lo exige de esta manera como también por la comodidad del producto para poderlo vender en perfecto estado, son pocos quienes lo realizan en cajas de 15 kilos.

6. ¿El precio de una caja de cereza de 10 kilos es?

CUADRO No. 42 PRECIO DE LA CAJA

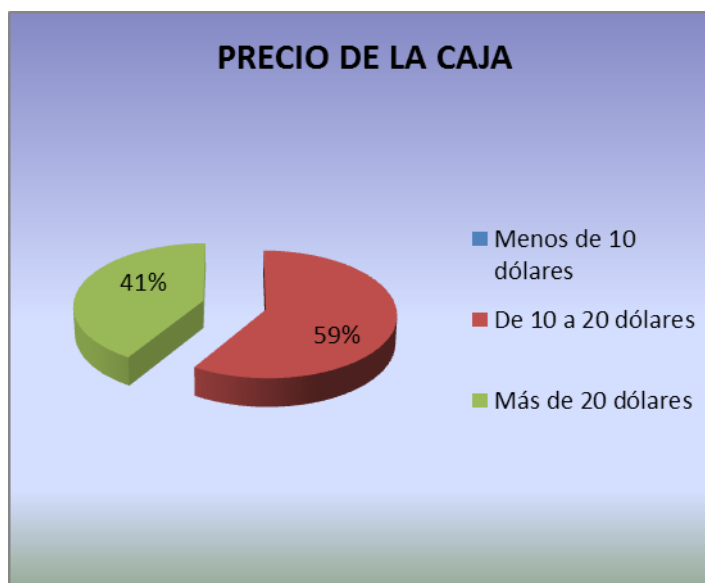
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 10 dólares		
De 10 a 20 dólares	10	59
Más de 20 dólares	7	41
TOTAL	17	100

Fuente: Proveedores de frutas

Elaborado por: La autora

Año 2013

GRÁFICO No. 35 PRECIO DE LA CAJA



Fuente: Proveedores de frutas

Elaborado por: La autora

Año 2013

ANÁLISIS:

El precio también es variable a poca oferta mayor precio y mucha pero se puede decir que el valor se da entre 10 a 20 dólares la caja de 10 kilos, en ocasiones extremas donde la producción es muy baja la caja llega a costar a más de 20 dólares.

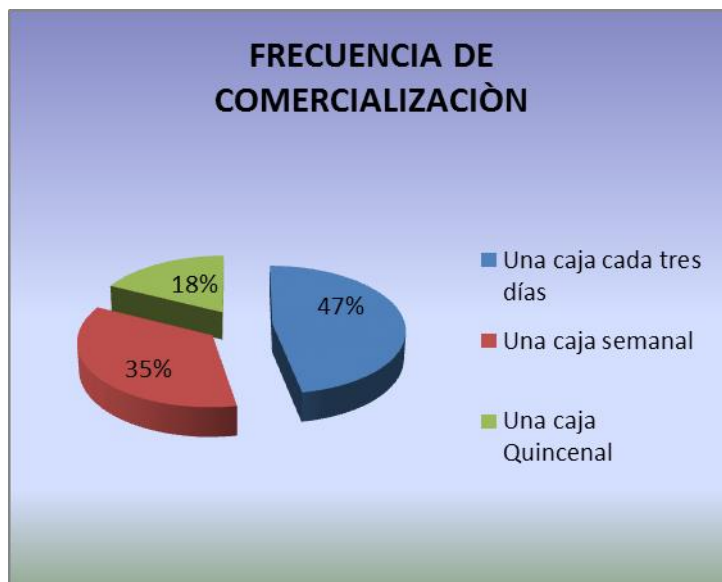
7. ¿Cuál es la frecuencia de comercialización de una caja de cereza de 10 Kilos?

CUADRO No. 43 FRECUENCIA DE COMERCIALIZACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Una caja cada tres días	8	47
Una caja semanal	6	34
Una caja Quincenal	3	19
TOTAL	17	100

Fuente: Proveedores de frutas
Elaborado por: La autora
Año 2013

GRÁFICO No. 36 FRECUENCIA DE COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Proveedores de frutas
Elaborado por: La autora
Año 2013

ANÁLISIS:

Muchas veces depende del mercado para comercializar más o menos la fruta, pero en su mayoría se lo realiza una caja cada tres días, como también las ventas bajan y los pedidos son de una caja por semana dependiendo la adquisición de los consumidores.

8. ¿Cuál es el origen de la fruta?

CUADRO No. 44 ORIGEN DEL PRODUCTO

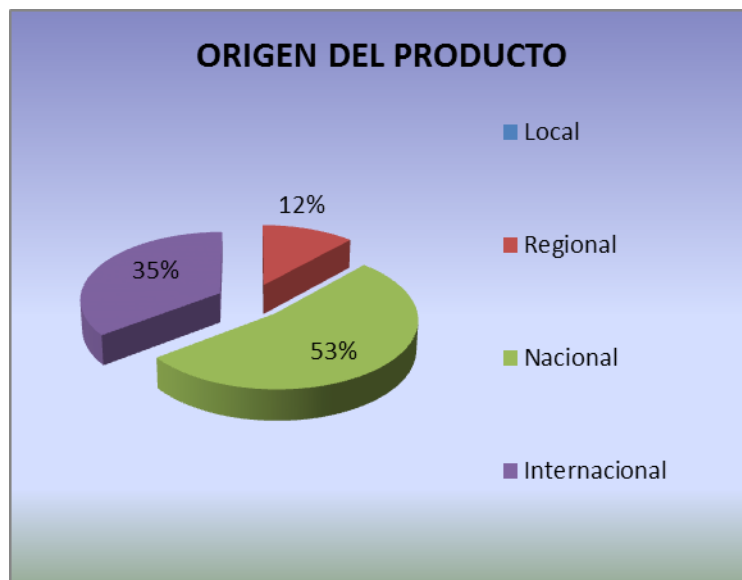
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Local		
Regional	2	12
Nacional	9	53
Internacional	6	35
Hablar de Ambato, Latacunga, Colombia chile		0
TOTAL	17	100

Fuente: Proveedores de frutas

Elaborado por: La autora

Año 2013

GRÁFICO No. 37 ORIGEN DEL PRODUCTO



Fuente: Proveedores de frutas

Elaborado por: La autora

Año 2013

ANÁLISIS:

La fruta es comercializada de todo el país de las diferentes provincias, en ocasiones cuando existe mucha escases del producto es traída de países vecinos quienes tienen la disponibilidad de vender el producto, es esta una de las razones porque la fruta se encuentra a un costo elevado, esto genera desconformidades en el comerciante minorista y los consumidores finales.

9. ¿Actualmente satisfacen la demanda?

CUADRO No. 45 SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mucho	1	6
Poco	11	65
Nada	5	29
TOTAL	17	100

Fuente: Proveedores de frutas

Elaborado por: La autora

Año 2013

GRÁFICO No. 38 SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA



Fuente: Proveedores de frutas

Elaborado por: La autora

Año 2013

ANÁLISIS:

Debido a que en la provincia es muy poca la producción del producto es imposible satisfacer por completo la demanda, con el producto que se trae de otros lugares se cubre una parte, ya que la población crece constantemente y requiere cada días más el producto.

10. ¿Los precios de la fruta de que aspectos depende?

CUADRO No .46 ASPECTOS PARA EL PRECIO

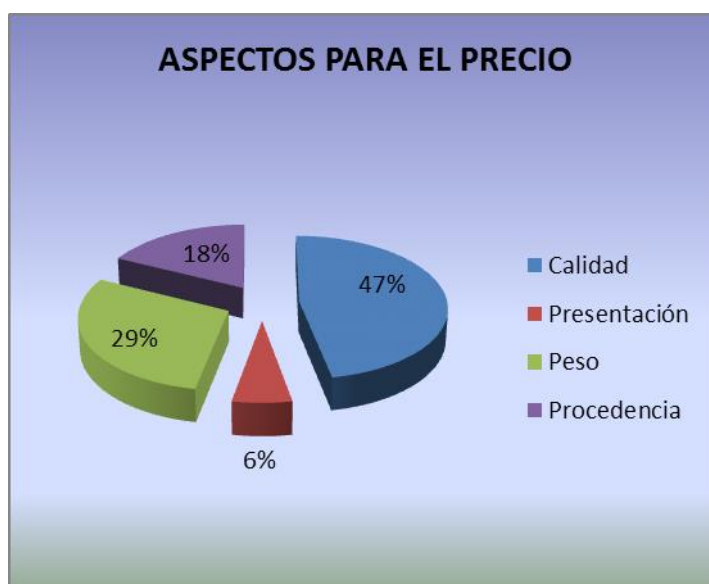
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Calidad	8	47
Presentación	1	6
Peso	5	29
Procedencia	3	18
TOTAL	17	100

Fuente: Proveedores de frutas

Elaborado por: La autora

Año 2013

GRÁFICO No. 39 ASPECTOS PARA EL PRECIO



Fuente: Proveedores de frutas

Elaborado por: La autora

Año 2013

ANÁLISIS:

Para una mejora acogida la fruta debe presentar una buena calidad, ya que este producto está dirigido al consumo humano, otro aspecto es el peso porque de eso depende que llegue en perfecto estado, también está el lugar de procedencia y la presentación que cada proveedor aplica.

3.8 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

La fruta es reconocida por su sabor agradable y su gran contenido de minerales, vitaminas C, vitaminas A, proteínas, hidrato de carbono, calcio, hierro, niacina, tiamina y riboflavina.

3.8.1 Características Generales

Este fruto dulce tiene las siguientes particularidades:

- Es un fruto pequeño
- Tiene una consistencia suave y dulce
- Es de rápido cultivo
- Su crecimiento se desarrolla mejor en el clima templado
- Su recolección es fácil

3.8.2 Composición nutricional

CUADRO No. 47 COMPOSICIÓN NUTRICIONAL

(Cada 100 g)		
Componentes	Unidad	Cantidad
Calorías	Kcal.	59
Proteínas	g	0.68 - 1.00
Fibras	g	0.60 - 1.20
Carbohidratos	g	6.98 - 14.00
Calcio	mg	8.20 - 34.00
Fósforo	mg	16.20 - 37.50
Hierro	mg	0.17 - 1.11
Caroteno	mg	0.003 - 0.408
Vitamina A	IU	408 – 1000
Tiamina	mg	0.024 - 0.040
Riboflavina	mg	0.038 - 0.079
Niacina	mg	0.34 - 0.526
Vitamina C	mg	1100 – 4000

Fuente: bibliográfica
Elaborado por: La autora

3.8.3 Usos

El consumo principal de la cereza es en la fabricación de jugo, consumo fresco, dulces, helados, mermeladas y vino. Se le atribuye cualidades medicinales, para la convalecencia de personas con desgaste físico y mental, antianémico, antiinflamatorio, diurético, antioxidante, colesterol elevado, reumatismo y tuberculosis.

3.9 MERCADO META

El mercado meta para el proyecto está representado por los comerciantes minoristas de frutas de la ciudad de Ibarra, cuando la microempresa gane reconocimiento se comercializará en mercados de otras ciudades.

3.10 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para el análisis de la demanda se tomó en cuenta a los comerciantes minoristas de la ciudad de Ibarra, por considerar que ellos están en contacto directo con el consumidor final, por tanto necesitan de la fruta.

3.10.1 Identificación de la demanda actual

La investigación de campo a través de las encuestas permitió cuantificar la cantidad de cereza que necesitan para comercializar, cuyo dato fue extraído de la pregunta No. 6. A continuación se presenta la demanda anual de cereza.

CUADRO No. 48 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL DE CEREZA EN KILOS

TOTAL DE COMERCIANTES	COMERCIANTES DE CEREZA 44%	CANTIDAD DE COMPRA	%	No. DE COMERCIANTES	PERIODO DE COMPRA	PESO DE CADA CAJA EN KG.	CONSUMO ANUAL DE CEREZA EN KG.
154	68	Una caja por día	13%	9	360	10	32.400,00
		Una cada dos días	36%	24	180		43.200,00
		Una caja por semana	51%	35	52		18.200,00
TOTAL			100%	68	592		93.800,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

3.11 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para efectuar la proyección de la demanda se utilizó la tendencia del crecimiento de los comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra, datos proporcionados por los administradores de los mercados, de ahí se calculó el índice de crecimiento promedio anual utilizando el siguiente procedimiento:

CUADRO No. 49 CÁLCULO DEL ÍNDICE DE CRECIMIENTO

AÑO	Ibarra N° de comerciantes de frutas	$i = \frac{C_n}{C_o} - 1$
2008	127	
2009	133	0,047
2010	138	0,038
2011	142	0,029
2012	149	0,049
		0,0408

Elaborado por: La autora

$$ICA = \frac{i}{n}$$

$$ICA = \frac{0,1631}{4}$$

$$ICA = 0,0408$$

$$ICA = 4,08\%$$

La tasa promedio del crecimiento de los comerciantes de frutas se utilizó para proyectar el consumo de cereza en los comerciantes minoristas, utilizando la siguiente fórmula:

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

Dónde:

D_n= Demanda Futura

D_o= Demanda actual

i= Tasa de Crecimiento

n= Año Proyectado

CUADRO No.50 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE CEREZA EN KG.

AÑO	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE CEREZA EN KG.
2014	97.627
2015	101.610
2016	105.756
2017	110.071
2018	114.562

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

3.12 ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta corresponde en identificar la competencia que tendrá la fruta en el mercado, la cual está representada por los proveedores de frutas que abastecen a los mercados con producto de otros lugares.

3.12.1 Oferta Actual

Para plantear la oferta de cereza se aplicó encuestas a los proveedores mayoristas de frutas de los mercados de la ciudad de Ibarra. Tomando como referencia la pregunta No. 7 se obtuvo la oferta en kilos de cereza al año.

CUADRO No. 51 OFERTA ANUAL DE CEREZA EN KG

No. TOTAL DE COMERCIANTES MAYORISTAS	CANTIDAD DE VENTA	%	No. DE COMERCIANTES	PERIODO DE VENTA	PESO DE CADA CAJA EN KG.	OFERTA ANUAL DE CEREZA EN KG.
17	Una caja cada tres días	47%	8	120	10	9.600,00
	Una caja semanal	34%	6	52		3.120,00
	Una caja Quincenal	19%	3	24		720,00
TOTAL		100%	17	196		13.440,00

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

3.12.2 Proyección de la Oferta

Para la proyección de la oferta de cereza se utilizó la tasa promedio de crecimiento de la demanda (ver el cuadro Nro 49) 4,08%, debido a la no existencia de datos históricos de la producción de cereza para determinar la tendencia de crecimiento.

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

Donde:

O_n= Oferta Futura

O_o= Oferta actual

i= Tasa de Crecimiento

n= Año Proyectado

CUADRO No. 52 PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE CEREZA EN KILOS

AÑO	PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE CEREZA EN KG.
2014	13988
2015	14559
2016	15153
2017	15771
2018	16415

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: La autora

3.13 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 el producto propuesto.

CUADRO No. 53 DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

AÑO	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE CEREZA EN KG.	PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE CEREZA EN KG.	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE CEREZA EN KG.
2014	97627,00	13988,00	83639,00
2015	101610,00	14559,00	87051,00
2016	105756,00	15153,00	90603,00
2017	110071,00	15771,00	94300,00
2018	114562,00	16415,00	98147,00

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: La autora

Como se puede apreciar en el cuadro anterior ratifica la existencia suficiente mercado para la cereza.

3.14 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 cereza aptos para la venta.

CUADRO No. 54 DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO

AÑO	PRONÓSTICO DE VENTAS	NIVEL DE CAPTACIÓN
2016	31.360	35%

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: La autora

Como se puede apreciar el nivel que satisface el proyecto es aproximadamente del 35% en comparación a la demanda insatisfecha identificada.

3.15 ANÁLISIS DE PRECIOS

Mediante observación directa se pudo identificar que en el mercado el precio de una caja de 10 kilos de cereza se ubica entre 20 y 30 dólares esto depende de muchos factores como temporada, inclemencias de tiempo, importaciones entre otras. Con este antecedente se puede manifestar que el precio de la cereza es volátil.

3.15.1 Determinación del precio

Para determinar el precio de cada caja de cereza de 10 kilos, que entregará la microempresa al mercado se analizó los costos y gastos más un margen de utilidad, tomado en cuenta la competencia. Para el primer año de comercialización de la cereza el precio será de 20 dólares.

3.15.2 Proyección de precios

Para la proyección del precio de la caja de cereza de 10 kilos, aplicó la inflación del 4,16% del 2012.

CUADRO No. 55 PROYECCIÓN DE PRECIOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Precio de la caja de cereza de 10 kg	20,00	20,83	21,70	22,60	23,54	24,52	25,54	26,60

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: La autora

3.16 CANAL DE COMERCIALIZACIÓN

La microempresa utilizará el canal indirecto, esto significa que el producto llegará primeramente a los comerciantes minoristas y finalmente al consumidor final.

3.17 ESTRATEGIAS COMERCIALES

- Se diseñará un empaque (caja) con capacidad para 10 kilos, este llevará el nombre la microempresa, el logo, certificación de agro calidad, tiempo de consumo.
- El precio estará establecido de acuerdo al mercado, y al análisis de costos y gastos.
- Introducir al mercado el producto con un precio bajo para incentivar en consumo.
- Colocar anuncios en diarios, revistas o internet, acerca de la nueva empresa.
- Participar en ferias para promocionar el producto e informar sobre los beneficios.
- Hacer uso de intermediarios a futuro y, de ese modo, lograr una mayor cobertura del producto.

3.18 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Los hallazgos más importantes del capítulo son:

- La demanda de cereza es muy significativa, los comerciantes minoristas están dispuestos y necesitan en ampliar el número de proveedores de la fruta, para poder cubrir las necesidades de los clientes.
- La oferta de cereza en la ciudad de Ibarra es mínima no cubre con la gran demanda que existe, 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 una caja de 10 kilos de cereza se ubica entre 20 y 30 dólares esto depende de muchos factores como temporada, inclemencias de tiempo, importaciones entre otras. Con este antecedente se demuestra la variabilidad del precio
- La demanda a captar por el proyecto satisface aproximadamente en un 35% en comparación a la demanda insatisfecha identificada, esto depende al área de producción.
- Las estrategias propuestas están destinadas a incentivar el consumo de cereza y captar nuevos mercado.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 PRESENTACIÓN

El estudio técnico consiste en realizar un breve análisis de los aspectos operativos, que son necesarios para la utilización adecuada de los recursos disponibles.

Para un análisis eficiente del estudio, se ha tomado en cuenta los siguientes puntos:

- **LOCALIZACIÓN**
- **TAMAÑO**
- **DISEÑO**
- **PROCESO**
- **INVERSIÓN**

4.2 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

La localización del proyecto consiste en determinar el sector estratégico para crear la microempresa de producción y comercialización de cereza.

4.2.1 Macrolocalización

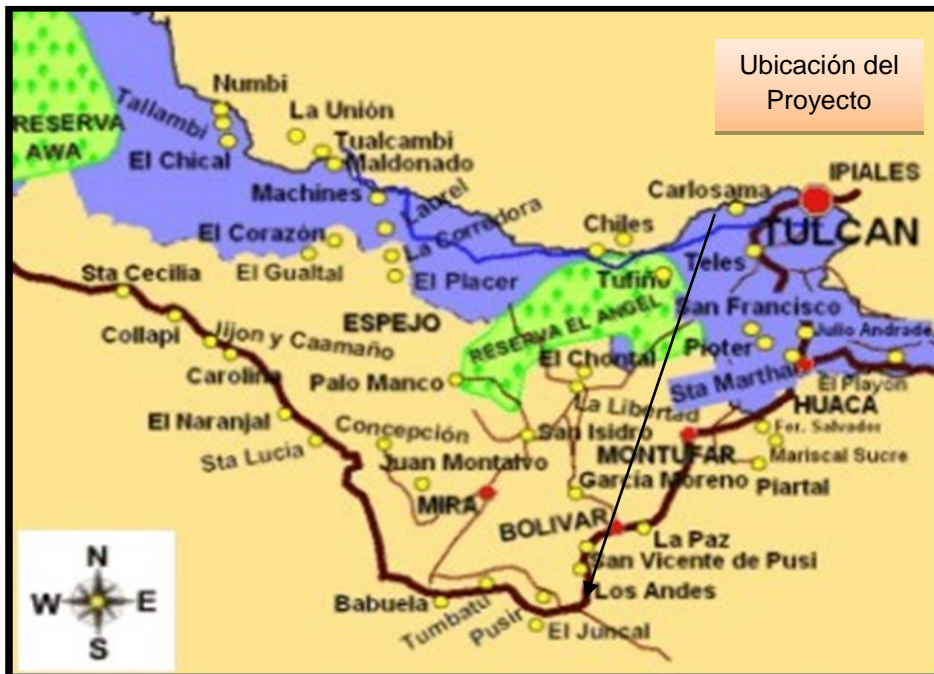
La macrolocalización del proyecto queda definida de la siguiente manera:

País: Ecuador

Provincia: Carchi

Cantón: Bolívar

ILUSTRACIÓN No. 1 MAPA PROVINCIA DEL CARCHI

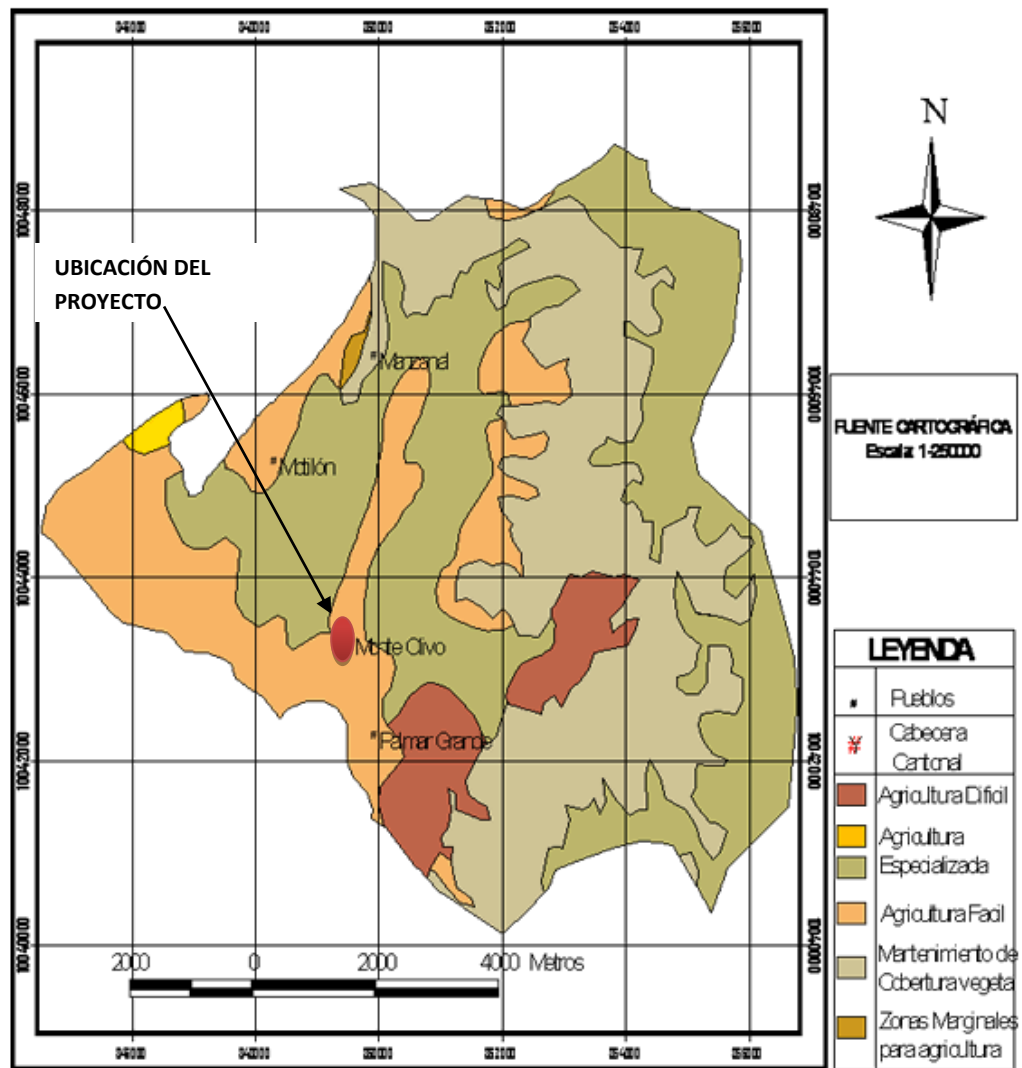


Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

4.2.2 Microlocalización

La parroquia de Monte Olivo se ha seleccionado como la microlocalización del proyecto específicamente en el sector denominado Miraflores, porque cuenta con varias ventajas como condiciones agronómicas adecuadas, 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 de cereza.

ILUSTRACIÓN No.2 MICROLOCALIZACIÓN



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

4.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño del proyecto se ha realizado el análisis de las siguientes variables:

Las variables que se toman en cuenta para el análisis del tamaño del proyecto son las siguientes:

- Mercado
- Mano de obra
- Vías de acceso
- Tecnología
- Inversión

4.3.1 Variables Determinantes

Se considera importante realizar el análisis a cada uno de las variables que forman parte para la determinación del tamaño del proyecto

- **Mercado:** Se identificó el gran consumo del producto en el mercado así lo manifiestan los comerciantes minoristas., debido a su gran contenido nutricional, las personas la utilizan como parte de su alimentación y es un producto que presenta grandes oportunidades tanto en el mercado nacional como internacional. Mediante investigación de campo se pudo establecer que existe mercado para la fruta, como se muestra a continuación.

CUADRO No. 56 EXISTENCIA DE MERCADO

AÑO	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE CEREZA EN KG.
2014	83639,00
2015	87051,00
2016	90603,00
2017	94300,00
2018	98147,00

Fuente: Estudio de mercado
 Elaborado por: La autora
 Año 2013

- **Mano de obra:** El sector cuenta con la disponibilidad de la mano de obra quienes tienen cuentan con conocimientos básicos de la agricultura, esto es una ventaja para la producción de cereza
- **Vías de acceso:** Además el sector donde se creará la microempresa cuenta con vías de segundo orden en buen estado llegando a la carretera donde facilita la comercialización del producto a los diferentes lugares de expendio.
- **Tecnología:** La microempresa para mejores resultados aplicará la tecnología amigable con el ambiente con productos de sello verde, que le permita mejorar el proceso de producción de la cereza y obtener un producto de calidad que esté garantizado para el consumo humano.
- **Inversión:** Existe oportunidad de inversión porque se cuenta con la presencia de las financieras quienes otorgan créditos microempresariales para el sector agro a tasas de interés razonables donde el agricultor pueda fácilmente pagar su préstamo.

4.4 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Para determinar la capacidad del proyecto se ha tomado en cuenta lo siguientes:

Horizonte de vida del proyecto 10 años

Análisis de productividad, no comercial y comercial

Área de producción 4 hectáreas, tomando en cuenta que existe suficiente espacio en el sector se ha decidido arrendar el terreno para la producción de la fruta, esta decisión ayudará a amortiguar la inversión fija mientras lleguen las primeras cosechas de la cereza.

Para el análisis de productividad y producción de la nueva microempresa se tomó en cuenta la opinión de un experto en el tema.

CUADRO No. 57 ANÁLISIS DE PRODUCTIVIDAD

DESCRIPCIÓN	PRODUCCIÓN NO COMERCIAL		PRODUCCIÓN COMERCIAL							
	ESCENARIO NULO		ESCENARIO NORMAL		ESCENARIO NORMAL				ESCENARIO NORMAL	
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Producción promedio por hectárea	0	0	8.000	8.000	10.000	10.000	10.000	10.000	8.000	8.000
Número de hectáreas	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Total de producción	0	0	32.000	32.000	40.000	40.000	40.000	40.000	32.000	32.000

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

CUADRO No. 58 PRODUCCIÓN DE LA MICROEMPRESA

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Producción Total	100%	32.000	32.000	40.000	40.000	40.000	40.000	32.000	32.000
Apta para la venta	98%	31.360	31.360	39.200	39.200	39.200	39.200	31.360	31.360
No apta	2%	640	640	800	800	800	800	640	640
Cereza en cajas de 10 kg		3.136,00	3.136,00	3.920,00	3.920,00	3.920,00	3.920,00	3.136,00	3.136,00

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: La autora

Según un experto en el cultivo de frutas, para hacer uso eficientemente del espacio físico y tomando en cuenta que la producción comercial de la cereza inicia a partir del 3 años se decidió realizar un cultivo asociado de ciclo corto, el cual ayudará a minimizar las posibles pérdidas que genera el proyecto en los primeros años de producción.

El experto recomienda el cultivo de ciclo corto que se puede realizar en sociedad con la fruta es el fréjol, ya que este puede cubrir los espacios dejados por la plantación de fruta, la variedad de fréjol a cultivarse es el TOA, este tiene mayor valor comercial y es muy resistente a las inclemencias del tiempo.

CUADRO No. 59 PRODUCCIÓN DE FRÉJOL

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
HECTÁREAS PARA EL CULTIVO	4
PRODUCCIÓN POR HECTÁREA	70
PRODUCCIÓN TOTAL	280

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La autora

4.4.1 Distribución de la Planta

La infraestructura tendrá las siguientes dependencias:

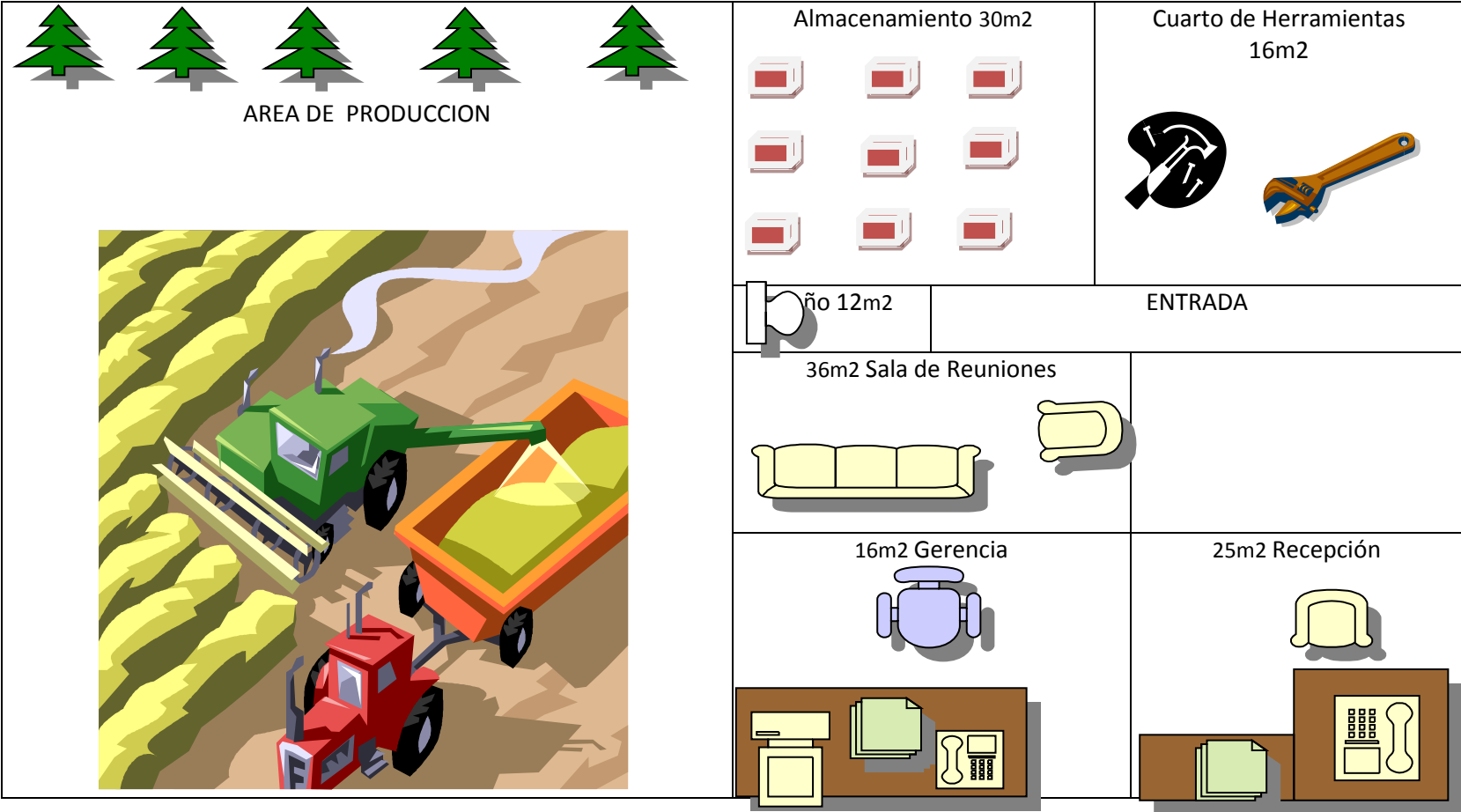
CUADRO NO. 60 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Nº	ÁREA	m ²
1	GERENCIA	16
2	RECEPCIÓN	25
3	BODEGA DEL PRODUCTO	30
4	CUARTO DE HERRAMIENTAS	16
5	SALA DE REUNIONES	36
6	BAÑO	12
TOTAL		135

Elaborado por: La Autora

4.4.2 Diseño de la Instalaciones

ILUSTRACIÓN No.3 DISEÑO DE INSTALACIONES



Elaborado por: La autora

4.5 Proceso de Producción

La variedad de cereza a cultivarse es Stella por sus características como; semiprecoz y autocompatible, muy productiva, y tolerancia al agrietado y el transporte. Según el asesoramiento de un Ing. Agrónomo.

Las etapas del proceso de cultivo son:

4.5.1 Preparación de la tierra

La preparación de tierra tiene contemplado las siguientes actividades: corte, cruce, rastreo, Surcos y drenajes.

Corte: Preferiblemente debe realizarse con arado de disco o vertedera, a una profundidad de unos 30 cm. dependiendo del horizonte del suelo.

Cruce: Se realiza después de unas dos o tres semanas de realizarse el corte, si las condiciones de humedad lo permiten. Es recomendable realizar las labores de preparación de tierra en la época de sequía.

Rastra: Con la finalidad de desmoronar el suelo y ayudar al posterior control de malezas, se recomienda el pase de rastra, después de unas dos semanas del cruce del terreno.

Surcos: Entre las hileras de plantas debe realizarse un surcos, para construcción de una parte central, que debe quedar más elevada, con la finalidad de que el agua no se acumule

Drenaje: Es fundamental en el cultivo de cereza drenar todas las aguas en exceso, por lo cual se requiere la construcción de drenajes principales y secundarios, los cuales dependen de la topografía del terreno.

4.5.2 Distanciamiento

Existen diferentes recomendaciones de marcos de siembra como son: 5 x 5 m hasta 7 x 7m, la que se utilizará es la de 5x5 m.

4.5.3 Hoyado

Una vez definido el distanciamiento de siembra se procede a realizar el ahoyado con las dimensiones de 0.30m x 0.30m x 0.30m, es recomendable realizarlo un mes antes de la siembra. Cuando se siembran plantas reproducidas a raíces dirigidas, las dimensiones del hoyo pueden ser menores, dejando debajo de fondo de la planta un espacio de 15 cm., con la finalidad de colocar fertilizantes y plaguicidas.

4.5.4 Siembra

Las plantas de cereza esta lista para la siembra cuando alcance una altura de 40cm., esto ocurre entre 4 a 6 meses después de la siembra de la semilla en el vivero. En el fondo del hoyo se colocan 6 onzas de fertilizante de 151515 y 5 libras de abono orgánico, los que se mezclan con tierra y luego se coloca una capa de 5cm. de tierra y posteriormente se coloca la planta de cereza, procurando que el cuello no quede enfundado para evitar encharcamientos de agua que puedan ocasionar la penetración de hongos. En el cultivo de cereza orgánica se utiliza 1libra de cal y 5 libras de abono orgánico. La época de siembra más apropiada es al inicio de la época de lluvia. Para el cultivo se adquirirá plantas listas para la siembra.

4.5.5 Podas

- **Poda de formación:** Aproximadamente a los 6 meses de la siembra se podan las ramas orientadas hacia el suelo como los chupones y los hijos basales, localizados en la parte inferior del tronco.

- **Poda de mantenimiento:** Después de cada cosecha deben eliminarse todas las ramas muertas o secas, ramas quebradas y aquellas que se dirigen hacia el suelo

4.5.6 Polinización

En la planta de cereza una flor necesita el polen de otra flor para poder producir el fruto. La polinización es realizada por abejas y las moscas.

4.5.7 La fertilización

Para desarrollare el sistema radicular de la planta, se logra con aplicaciones de materiales orgánicos y fertilizantes minerales al hoyo antes de la siembra.

El principal beneficio de los materiales orgánicos de su aplicación es la de mejorar las condiciones físicas y químicas del suelo, logrando mejorar la retención de humedad, adecuada aireación y mayor capacidad de intercambio catiónico lo que permite que el suelo retenga una mayor cantidad de nutrientes.

Después de los seis meses de la siembra es necesario fertilizar periódicamente la plantación. La dosis recomendada depende del análisis de suelo inicial.

Una adecuada fertilización basada en los análisis de suelo y foliar de la plantación en producción asegura la rentabilidad del cultivo y la aplicación de las dosis de nutrientes que requieren las plantas.

4.5.8 Fertilización Foliar

Se deben realizar análisis foliares para detectar deficiencias nutricionales y así poder hacer las correcciones necesarias. Las muestras para el análisis lo constituyen la cuarta o quinta hoja contadas desde el ápice, de plantas vigorosas, seleccionado cuatro hojas por plantas, para un total de 5 a 6 hojas por tarea.

La composición de nutriente en la hoja es el resultado de la interacción de todos los factores que intervienen en la nutrición de la planta, como son: Tipo de suelo, fertilizante y cal aplicado, variedad lluvia, temperatura, control de maleza, riego, plagas y enfermedades.

4.5.9 Control de Maleza

La competencia de las malezas con las plantas de cereza, es uno de los factores que afectan la productividad ocasionando la disminución de los rendimientos y aumentando los costos de producción.

El control de maleza puede realizarse de la siguiente forma:

- **Manual**
- **Mecánico.**
- **Químico.** Las aplicaciones de herbicidas selectivos que eliminan las plantas dañinas disminuyen los costos y simplifican los trabajos. Debe evitar el contacto con las plantas, principalmente en los dos primeros meses.
- **Combinación.** El control integrado, por medio manual, químico y mecánico, resulta a veces más económico.

4.5.10 Sistemas de Riego

La cereza para una producción óptima requiere de 1,200 a 2,000 mm de lluvia bien distribuida durante el año. Para la siembra de cereza en zonas con menos de 1,200 mm de pluviosidad, se requiere de proporcionar agua a través de sistema de riego. Los sistemas más recomendados son:

- Gravedad
- Riego a Presión
- Aspersión
- Microaspersión
- Goteo

4.5.11 Cosecha

Las cerezas pueden ser recolectadas mecánicamente y a mano.

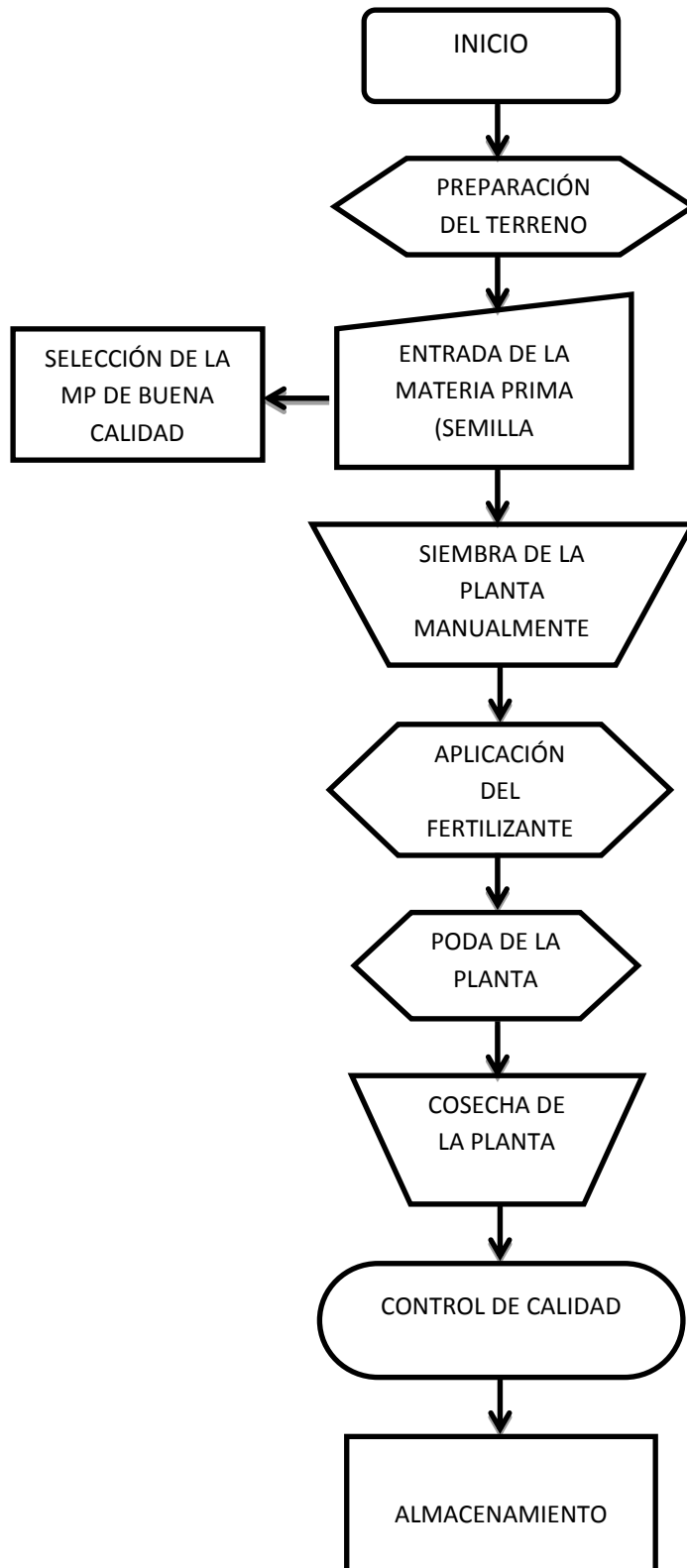
- **La recolección mecanizada:** Se la realiza empleando vibradores de árboles.
- **La recolección a mano:** Consiste en recoger con el pedicelo intacto para minimizar el potencial de pudrición de la fruta por hongos.

Las cerezas son recogidas lo más maduras posible, porque el azúcar no aumenta después de la recolección.

4.5.12 Postcosecha

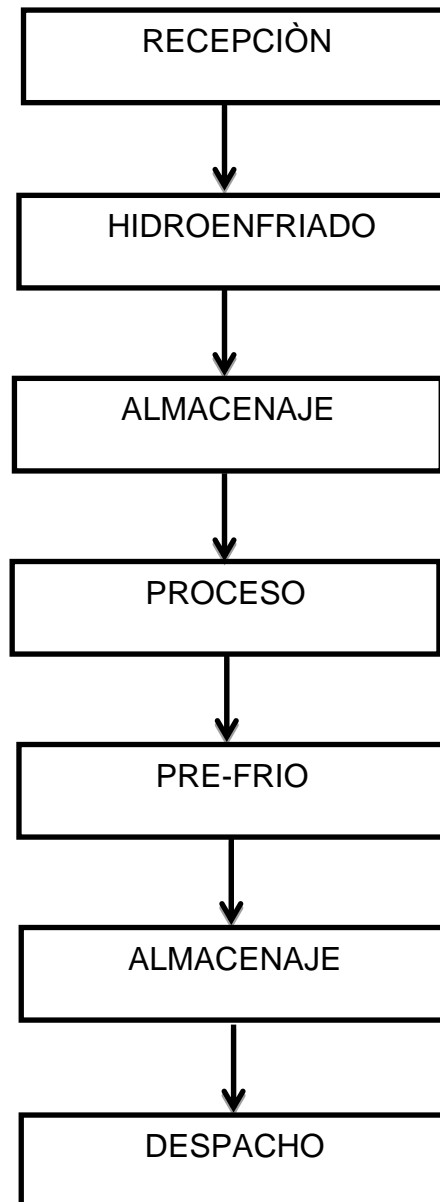
- **Calidad:** Está en función del sabor, el cual está relacionado con el contenido de sólidos solubles, acidez titulable.

4.5.13 Diagrama de Producción



Elaborado por: La Autora

4.5.14 Diagrama del flujo de procesos de comercialización



Elaborado por: La Autora

4.5.15 Descripción de cada paso del proceso de comercialización

- **Recepción:** Siendo esta la primera etapa del proceso, en ella se controla el ingreso del transporte con la materia prima, verificando que los pesos de la carga coincidan con los datos de la guía de ingreso.

- **Hidrogenado:** En esta etapa del proceso la fruta se coloca en un riel de hidrogenado (mesa) donde se aplica una ducha con agua clorada a 0 °C.
- **Almacenaje a granel:** los pallets de fruta son almacenados en cámaras de frío que se encuentran a 0 °C.
- **Proceso:** en esta etapa los packing de frutas avanzan por agua clorada, la cual además contiene fungicida y se encuentra a 0 °C.
- **Pre-frío:** El método alternativo se puede realizar en las primeras horas del día utilizando agua.
- **Almacenaje:** se almacena en compartimiento separado mediante la utilización de gavetas de plástico o madera.
- **Despacho:** se revisa que el camión se encuentre en buen estado tanto pisos limpios y en buen estado, como también que funcione bien el equipo de frío.

4.6 INVERSIONES DEL PROYECTO

Las inversiones del proyecto se detallan a continuación:

4.6.1 Inversión Fija

Para la gestión del proyecto es necesaria la adquisición de activos fijos indispensables para la actividad.

- **Infraestructura**

Para el desempeño productivo y administrativo es necesario la construcción de algunas áreas como: área administrativa, recepción bodegas, baños. El material utilizado para la construcción será de bloque las paredes y la cubierta de eternit con terminados rústicos, esto ayudará a disminuir el costos en la construcción.

CUADRO No. 61 INFRAESTRUCTURA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Infraestructura	m2	135	60,00	8.100,00
TOTAL				8.100,00

Fuente: Maestro Albañil
Elaborado por: La autora

- **Maquinaria y equipo**

Será necesario adquirir maquinaria y equipo, para la realizar el trabajo en el cultivo.

CUADRO No. 62 MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo de Fumigación a motor	1	850,00	850,00
Carro Transportador	1	350,00	350,00
TOTAL			1.200,00

Fuente: FARMA AGRO
Elaborado por: La autora

- **Herramientas agrícolas**

Se necesita adquirir las herramientas para las labores agrícolas

**CUADRO No. 63 HERRAMIENTAS PARA LA PRODUCCIÓN
AGRÍCOLA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Carretilla	1	120,00	120,00
Azadones	15	12,00	180,00
Palas	2	5,00	10,00
Botas	8	14,00	112,00
Rastrillos	6	5,00	30,00
Trinches	6	4,25	25,50
Guantes	20	1,20	24,00
Cubetas	80	3,75	300,00
TOTAL			801,50

Fuente: Comercial Vaca
Elaborado por: La autora

- **Vehículo**

Para la distribución del producto se debe comprar una camioneta la misma que se utilizará tanto para trasladar los productos como para otras labores necesarias en la microempresa, esta será de segunda mano.

CUADRADO No. 64 VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vehículo	1	8.500,00	8.500,00
TOTAL			8.500,00

Fuente: Patios de venta de vehículos
Elaborado por: La autora

- **Mueble y enseres**

Son los muebles y enseres que corresponde a cada área administrativa, de producción y comercialización de la microempresa.

CUADRO No. 65 MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	2	175,00	350,00
Archivador	2	110,00	220,00
Sillas giratorias	3	45,00	135,00
Sillas de visita	8	25,00	200,00
TOTAL			905,00

Fuente: Línea Nueva
Elaborado por: La autora

- **Equipo de computación**

La microempresa requiere también de equipos de computación.

CUADRO No. 66 EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador PC	2	750,00	1.500,00
TOTAL			1.500,00

Fuente: La Ganga
Elaborado por: La autora

- **Equipo de Oficina**

Entre los equipos de oficina se tiene impresora y teléfono los cuales son necesarios para las actividades productivas y comerciales de la microempresa.

CUADRO No. 67 EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Impresora Multifunción	1	140,00	140,00
Teléfono	2	80,00	160,00
USB	2	15,00	30,00
TOTAL			330,00

Fuente: La Ganga
Elaborado por: La autora

CUADRO No. 68 RESUMEN DE LA INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Infraestructura	8.100,00
Maquinaria y equipo	1.200,00
Herramientas para la producción	801,50
Vehículo	8.500,00
Muebles y enseres	905,00
Equipo de computación	1.500,00
Equipo de oficina	330,00
TOTAL	21.336,50

Elaborado por: La autora

4.6.2 Inversión Diferida

Son las erogaciones por estudios y constitución

CUADRO No. 69 GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR
Estudio de factibilidad	1.200,00
Trámites de constitución	280,00
TOTAL	1.480,00

Elaborado por: La autora

4.6.3 Inversión variable o capital de trabajo

Es el conjunto de recursos, constituidos por activos corrientes, utilizados para la operación normal del proyecto durante el plazo en el cual el proyecto genere recursos

El capital de trabajo para el presente proyecto es de 10 meses.

CUADRO No. 70 CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN		
Preparación del suelo	225,00	
Mano de obra	8.071,00	
Insumos	6.351,67	
Arriendo	4.000,00	
Pago de agua	120,00	
Subtotal (CP)		18.767,67
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos administrativos	10.530,12	
Suministros de oficina	159,36	
Servicios básicos	620,00	
Mantenimiento Computación	150	
Subtotal total (GA)		11.459,48
GASTOS DE VENTAS		
Sueldo en ventas	4.481,92	
Publicidad	400	
Combustible	1.000,00	
Mantenimiento Vehículo	300,00	
Subtotal total (GV)		6.181,92
Total		36.409,06
Imprevistos 2%		728,18
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		37.137,24

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

4.6.4 Inversión Inicial

La inversión total del proyecto es:

CUADRO No. 71 INVERSIÓN TOTAL

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Activos Fijos	21.336,50
Activos Diferidos	1.480,00
Capital de Trabajo	37.137,24
TOTAL	59.953,74

Elaborado por: La autora

4.6.5 Financiamiento

Para dar inicio las actividades de microempresa se necesita una inversión que asciende a 59.953,74 dólares, de los cuales 19.953,74 será de origen propio, y el financiado será de 40.000 dólares, el cual se lo obtendrá a través de la Corporación Financiera Nacional.

CUADRO No. 72 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	19.953,74	33,28
Capital Financiado	40.000,00	66,72
TOTAL	59.953,74	100,00

Elaborado por: La autora

4.6.6 Requerimiento de talento humano

El talento humano es considerado como el recurso principal para de la microempresa, es por ello que se considera la importancia de contratar dependiendo las necesidades de las áreas que se distribuirán en el microempresa.

CUADRO No. 73 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

Este capítulo tiene como finalidad establecer los ingresos, egresos, para estructurar los respectivos estados financieros y posteriormente aplicar la evaluación financiera que determinara la factibilidad o no del proyecto.

5.1 INGRESOS

Los ingresos de la microempresa están representados por la venta de cereza y del cultivo asociado.

5.1.1 Proyección de Ingresos

Para plantear el pronóstico de venta se analizó la capacidad de producción de la plantación, como se detalló en el capítulo técnico.

Las ventas esta representadas por la cantidad de cajas de cereza de 10 Kilos c/u, el precio de la fruta se fijó en base al análisis de costos y gastos de producción (ver anexo), estos crecen según la tendencia de inflación del 4,16% registrada en el año 2012.

CUADRO No. 74 PROYECCIÓN DE INGRESOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Cereza en cajas de 10 kg	3.136,00	3.136,00	3.920,00	3.920,00	3.920,00	3.920,00	3.136,00	3.136,00
Precio	20,00	20,83	21,70	22,60	23,54	24,52	25,54	26,60
Total de ingresos proyectados	62.720,00	65.322,88	85.064,00	88.592,00	92.276,80	96.118,40	80.093,44	83.417,60

Elaborado por: La autora

➤ Ingresos por el cultivo asociado

Los ingresos del cultivo asociado representan al fréjol que se producirá durante los dos primeros años de la plantación de cereza, aprovechando así los espacios de terreno que existe de planta a planta, ingresos que servirán para amortiguar las erogaciones que se presenten en el cuidado de la plantación.

CUADRO No. 75 INGRESO POR CULTIVO ASOCIADO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2
Quintales de fréjol TOA	280,00	280,00
Valor	190,00	197,90
TOTAL	53.200,00	55.413,12

Elaborado por: La autora

5.2 Egresos

Los egresos son las erogaciones 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 corresponden al valor 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 desglose de los costos de producción se encuentra en el anexo.

➤ **RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN**

CUADRO No. 76 RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS DIRECTOS										
Preparación del suelo	270,00									
Mano de obra	9.685,20	10.711,26	10.699,01	11.594,81	12.572,48	13.639,87	14.805,56	16.078,96	17.470,43	18.991,32
Insumos	7.622,00	6.605,83	5.936,74	6.183,71	6.440,95	6.708,89	6.987,98	7.278,68	7.581,48	7.896,87
COSTOS INDIRECTOS										
Arriendo de una ha/año	4.000,00	4.166,40	4.339,72	4.520,25	4.708,30	4.904,16	5.108,18	5.320,68	5.542,02	5.772,56
Pago de agua de riego	120,00	124,99	130,19	135,61	141,25	147,12	153,25	159,62	166,26	173,18
Reposición herramientas	80,15	83,48	86,96	90,57	94,34	98,27	102,36	106,61	111,05	115,67
TOTAL	21.777,35	21.691,96	21.192,62	22.524,95	23.957,32	25.498,32	27.157,32	28.944,55	30.871,23	32.949,60

Elaborado por: La autora

5.2.2 Gastos Administrativos

En los gastos administrativos se encuentran los sueldos, suministros de oficina, servicios básicos, mantenimiento computación. Para su proyección se ha utilizado la tasa de inflación del 4,16%, excepto los sueldos administrativos, los cuales crecen al 9,9%.

➤ **Sueldos Administrativos.**

Son los pagos que se realizan a los empleados del área administrativa.

CUADRO No. 77 SUELDOS ADMINISTRATIVOS

PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Gerente	480,00	527,52	579,74	637,14	700,22	769,54	845,72	929,45	1021,46	1122,59
Contadora	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57	561,12	616,67	677,72	744,82	818,55
MENSUAL	830,00	912,17	1002,47	1101,72	1210,79	1330,66	1462,39	1607,17	1766,28	1941,14
ANUAL	9960,00	10946,04	12029,70	13220,64	14529,48	15967,90	17548,72	19286,05	21195,36	23293,70

Elaborado por: La autora

CUADRO No. 78 PROYECCIÓN DEL SUELDO ADMINISTRATIVO

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Salario Básico Unificado	9.960,00	10.946,04	12.029,70	13.220,64	14.529,48	15.967,90	17.548,72	19.286,05	21.195,36	23.293,70
Aporte Patronal	1.210,14	1.329,94	1.461,61	1.606,31	1.765,33	1.940,10	2.132,17	2.343,25	2.575,24	2.830,19
Fondos de Reserva		912,17	1.002,47	1.101,72	1.210,79	1.330,66	1.462,39	1.607,17	1.766,28	1.941,14
Décimo Tercero	830,00	912,17	1.002,47	1.101,72	1.210,79	1.330,66	1.462,39	1.607,17	1.766,28	1.941,14
Décimo Cuarto	636,00	698,96	768,16	844,21	927,79	1.019,64	1.120,58	1.231,52	1.353,44	1.487,43
Total costo de sueldos administrativos	12.636,14	14.799,29	16.264,42	17.874,59	19.644,18	21.588,95	23.726,26	26.075,16	28.656,60	31.493,60

Elaborado por: La autora

➤ **Suministros de Oficina**

Dentro de los suministros se encuentran:

CUADRO No. 79 SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Calculadora	1,00	25,00	25,00	26,04	27,12	28,25	29,43	30,65	31,93	33,25	34,64	36,08
Perforadora	1,00	1,11	1,11	1,16	1,20	1,25	1,31	1,36	1,42	1,48	1,54	1,60
Grapadora	1,00	3,12	3,12	3,25	3,38	3,53	3,67	3,83	3,98	4,15	4,32	4,50
Papel resma	10,00	3,50	35,00	36,46	37,97	39,55	41,20	42,91	44,70	46,56	48,49	50,51
Carpetas	30,00	0,30	9,00	9,37	9,76	10,17	10,59	11,03	11,49	11,97	12,47	12,99
Esferográfico	20,00	0,30	6,00	6,25	6,51	6,78	7,06	7,36	7,66	7,98	8,31	8,66
Tinta impresora	4,00	12,00	48,00	50,00	52,08	54,24	56,50	58,85	61,30	63,85	66,50	69,27
Cuaderno	6,00	1,50	9,00	9,37	9,76	10,17	10,59	11,03	11,49	11,97	12,47	12,99
Lápiz	12,00	1,50	18,00	18,75	19,53	20,34	21,19	22,07	22,99	23,94	24,94	25,98
Borrador	8,00	0,25	2,00	2,08	2,17	2,26	2,35	2,45	2,55	2,66	2,77	2,89
Basureros	3,00	5,00	15,00	15,62	16,27	16,95	17,66	18,39	19,16	19,95	20,78	21,65
Libretines (facturas)	5,00	4,00	20,00	20,83	21,70	22,60	23,54	24,52	25,54	26,60	27,71	28,86
TOTAL			191,23	199,19	207,47	216,10	225,09	234,46	244,21	254,37	264,95	275,97

Elaborado por: La autora

➤ **Servicios básicos**

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

CUADRO No. 80 SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Luz	336,00	349,98	364,54	379,70	395,50	411,95	429,09	446,94	465,53	484,90
Agua	120,00	124,99	130,19	135,61	141,25	147,12	153,25	159,62	166,26	173,18
Teléfono	288,00	299,98	312,46	325,46	339,00	353,10	367,79	383,09	399,03	415,62
TOTAL	744,00	774,95	807,19	840,77	875,74	912,17	950,12	989,65	1.030,81	1.073,70

Elaborado por: La autora

➤ **Mantenimiento Computación**

El mantenimiento de computación se lo debe realizar periódicamente, porque está en juego el equipo de trabajo más importante de la microempresa.

CUADRO No. 81 MANTENIMIENTO DEL EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Mantenimiento computación	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87	220,69	229,87	239,43	249,39	259,77

Elaborado por: La autora

CUADRO No. 82 RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Sueldos	12.636,14	14.799,29	16.264,42	17.874,59	19.644,18	21.588,95	23.726,26	26.075,16	28.656,60	31.493,60
Suministros de Oficina	191,23	199,19	207,47	216,10	225,09	234,46	244,21	254,37	264,95	275,97
Servicios Básicos	744,00	774,95	807,19	840,77	875,74	912,17	950,12	989,65	1.030,81	1.073,70
Mantenimiento Computación	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87	220,69	229,87	239,43	249,39	259,77
TOTAL	13.751,37	15.960,91	17.474,36	19.134,88	20.956,89	22.956,27	25.150,46	27.558,60	30.201,76	33.103,04

Elaborado por: La autora

5.2.3 Gastos de Ventas

Los gastos de ventas incluyen sueldos, publicidad, empaques, combustible y mantenimiento. Estos crecen en función de la inflación del 4,16%

➤ **Sueldo en Ventas.**

CUADRO No. 83 SUELDO EN VENTAS

PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Vendedor	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57	561,12	616,67	677,72	744,82	818,55
MENSUAL	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57	561,12	616,67	677,72	744,82	818,55
ANUAL	4200,00	4615,80	5072,76	5574,97	6126,89	6733,45	7400,06	8132,67	8937,80	9822,65

Elaborado por: La autora

CUADRO No. 84 PROYECCIÓN DEL SUELDO DE VENTAS

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Salario Básico Unificado	4.200,00	4.615,80	5.072,76	5.574,97	6.126,89	6.733,45	7.400,06	8.132,67	8.937,80	9.822,65
Aporte Patronal	510,30	560,82	616,34	677,36	744,42	818,11	899,11	988,12	1.085,94	1.193,45
Fondos de Reserva		384,65	422,73	464,58	510,57	561,12	616,67	677,72	744,82	818,55
Décimo Tercero	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57	561,12	616,67	677,72	744,82	818,55
Décimo Cuarto	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89	509,82	560,29	615,76	676,72	743,71
Total sueldo en ventas	5.378,30	6.295,40	6.918,65	7.603,59	8.356,35	9.183,63	10.092,81	11.091,99	12.190,10	13.396,92

Elaborado por: La autora

➤ **Publicidad.**

CUADRO No. 85 PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Radio	480,00	499,97	520,77	542,43	565,00	588,50	612,98	638,48	665,04	692,71
Prensa	320,00	333,31	347,18	361,62	376,66	392,33	408,65	425,65	443,36	461,81
Trípticos	240,00	249,98	260,38	271,22	282,50	294,25	306,49	319,24	332,52	346,35
Internet	216,00	224,99	234,35	244,09	254,25	264,82	275,84	287,32	299,27	311,72
TOTAL	1.256,00	1.308,25	1.362,67	1.419,36	1.478,41	1.539,91	1.603,97	1.670,69	1.740,19	1.812,58

Elaborado por: La autora

➤ **Empaques**

CUADRO No. 86 EMPAQUES

AÑO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
3	Caja y etiquetas	3.136,00	0,25	793,41
4	Caja y etiquetas	3.136,00	0,26	826,41
5	Caja y etiquetas	3.920,00	0,27	1.075,99
6	Caja y etiquetas	3.920,00	0,29	1.120,75
7	Caja y etiquetas	3.920,00	0,30	1.167,38
8	Caja y etiquetas	3.920,00	0,31	1.215,94
9	Caja y etiquetas	3.136,00	0,32	1.013,22
10	Caja y etiquetas	3.136,00	0,34	1.055,37

Elaborado por: La autora

➤ **Combustible Mantenimiento Vehículo**

Este gasto se lo utilizará para el combustible y mantenimiento del vehículo que se utilizará para la comercialización de la cereza.

CUADRO No. 87 COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Combustible vehículo	1.200,00	1.249,92	1.301,92	1.356,08	1.412,49	1.471,25	1.532,45	1.596,20	1.662,60	1.731,77
Mantenimiento vehículo	360,00	374,98	390,58	406,82	423,75	441,37	459,74	478,86	498,78	519,53
TOTAL	1.560,00	1.624,90	1.692,49	1.762,90	1.836,24	1.912,62	1.992,19	2.075,06	2.161,39	2.251,30

Elaborado por: La autora

➤ **Resumen de gastos de ventas**

CUADRO No. 88 RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Sueldo en ventas	5.378,30	6.295,40	6.918,65	7.603,59	8.356,35	9.183,63	10.092,81	11.091,99	12.190,10	13.396,92
Publicidad	480,00	499,97	520,77	542,43	565,00	588,50	612,98	638,48	665,04	692,71
Empaques			793,41	826,41	1.075,99	1.120,75	1.167,38	1.215,94	1.013,22	1.055,37
Combustible y Mantenimiento	1.560,00	1.624,90	1.692,49	1.762,90	1.836,24	1.912,62	1.992,19	2.075,06	2.161,39	2.251,30
TOTAL	2.040,00	2.124,86	3.006,67	3.131,74	3.477,22	3.621,87	3.772,54	3.929,48	3.839,64	3.999,37

Elaborado por: La autora

5.2.4 Gastos Financieros

➤ Financiamiento

Para la gestión del proyecto se necesita un préstamo de 40.000 el mismo será financiado por la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés del 10%.

CUADRO No. 89 DATOS DEL FINANCIAMIENTO

PRÉSTAMO	40.000
TIEMPO	10 años
INTERÉS	10%
PERIODOS DE PAGO	TRIMESTRALES

Elaborado por: La autora

CUADRO No. 90 AMORTIZACIÓN

trimestre	cuota	intereses	amortización	amortizado	pendiente
0					40.000,00
1	1.593,45	1.000,00	593,45	593,45	39.406,55
2	1.593,45	985,16	608,29	1.201,73	38.798,27
3	1.593,45	969,96	623,49	1.825,23	38.174,77
4	1.593,45	954,37	639,08	2.464,31	37.535,69
5	1.593,45	938,39	655,06	3.119,36	36.880,64
6	1.593,45	922,02	671,43	3.790,80	36.209,20

7	1.593,45	905,23	688,22	4.479,02	35.520,98
8	1.593,45	888,02	705,42	5.184,44	34.815,56
9	1.593,45	870,39	723,06	5.907,50	34.092,50
10	1.593,45	852,31	741,14	6.648,64	33.351,36
11	1.593,45	833,78	759,67	7.408,30	32.591,70
12	1.593,45	814,79	778,66	8.186,96	31.813,04
13	1.593,45	795,33	798,12	8.985,08	31.014,92
14	1.593,45	775,37	818,08	9.803,16	30.196,84
15	1.593,45	754,92	838,53	10.641,69	29.358,31
16	1.593,45	733,96	859,49	11.501,18	28.498,82
17	1.593,45	712,47	880,98	12.382,16	27.617,84
18	1.593,45	690,45	903,00	13.285,16	26.714,84
19	1.593,45	667,87	925,58	14.210,74	25.789,26
20	1.593,45	644,73	948,72	15.159,46	24.840,54
21	1.593,45	621,01	972,44	16.131,90	23.868,10
22	1.593,45	596,70	996,75	17.128,64	22.871,36
23	1.593,45	571,78	1021,67	18.150,31	21.849,69
24	1.593,45	546,24	1047,21	19.197,51	20.802,49
25	1.593,45	520,06	1073,39	20.270,90	19.729,10
26	1.593,45	493,23	1100,22	21.371,12	18.628,88
27	1.593,45	465,72	1127,73	22.498,85	17.501,15
28	1.593,45	437,53	1155,92	23.654,77	16.345,23
29	1.593,45	408,63	1184,82	24.839,59	15.160,41
30	1.593,45	379,01	1214,44	26.054,03	13.945,97
31	1.593,45	348,65	1244,80	27.298,83	12.701,17
32	1.593,45	317,53	1275,92	28.574,75	11.425,25
33	1.593,45	285,63	1307,82	29.882,57	10.117,43

34	1.593,45	252,94	1340,51	31.223,08	8.776,92
35	1.593,45	219,42	1374,03	32.597,11	7.402,89
36	1.593,45	185,07	1408,38	34.005,48	5.994,52
37	1.593,45	149,86	1443,59	35.449,07	4.550,93
38	1.593,45	113,77	1479,68	36.928,75	3.071,25
39	1.593,45	76,78	1516,67	38.445,42	1.554,58
40	1.593,45	38,86	1554,58	40.000,00	0,00

Elaborado por: La autora

CUADRO No. 91 GASTO INTERÉS DE LA DEUDA

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Intereses	3.909,49	3.653,66	3.371,28	3.059,58	2.715,52	2.335,74	1.916,54	1.453,82	943,06	379,28

Elaborado por: La autora

5.2.5 Depreciación y Amortización

El cálculo de la depreciación se la realizará tomando en cuenta la vida útil y el porcentaje de depreciación anual.

CUADRO No. 92 DEPRECIACIÓN

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	% DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Infraestructura	8.100,00	5%	405,00	405,00	405,00	405,00	405,00	405,00	405,00	405,00	405,00	405,00
Maquinaria y Equipo	1.200,00	10%	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Muebles y Enseres	905,00	10%	90,5	90,5	90,5	90,5	90,5	90,5	90,5	90,5	90,5	90,5
Equipo de Computación	1.500,00	33%	500,00	500,00	500,00							
Renovación de equipo de Computación	1.562,40	33%				520,80	520,80	520,80				
Equipo de Oficina	330,00	10%	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33
Vehículo	8.500,00	20%	850	850	850	850	850	850	850	850	850	850
TOTAL	22.097		1.999	1.999	1.999	2.019	2.019	2.019	1.499	1.499	1.499	1.499

Elaborado por: La autora

➤ **Amortización diferida****CUADRO No. 93 AMORTIZACIÓN DIFERIDA**

DESCRIPCIÓN	VALOR INICIAL	AMORTIZACIÓN ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo Diferidos	1.480,00	20%	296	296	296	296	296

Elaborado por: La autora

5.2.6 Resumen de Egresos

CUADRO No. 94 RESUMEN DE EGRESOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Costos de Producción	21.777,35	21.691,96	21.192,62	22.524,95	23.957,32	25.498,32	27.157,32	28.944,55	30.871,23	32.949,60
Gastos de Administrativos	13.751,37	15.960,91	17.474,36	19.134,88	20.956,89	22.956,27	25.150,46	27.558,60	30.201,76	33.103,04
Gastos de Ventas	2.040,00	2.124,86	3.006,67	3.131,74	3.477,22	3.621,87	3.772,54	3.929,48	3.839,64	3.999,37
Gastos por depreciación	1.998,50	1.998,50	1.998,50	2.019,30	2.019,30	2.019,30	1.498,50	1.498,50	1.498,50	1.498,50
Gastos Financieros	3.909,49	3.653,66	3.371,28	3.059,58	2.715,52	2.335,74	1.916,54	1.453,82	943,06	379,28
Gasto de Amortización Diferidos	296,00	296,00	296,00	296,00	296,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	43.772,71	45.725,90	47.339,43	50.166,45	53.422,25	56.431,51	59.495,36	63.384,96	67.354,20	71.929,79

Elaborado por: La autora

5.3 ESTADOS PROFORMA

Una vez establecido los, 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.

CUADRO No. 95 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVO			PASIVO		
ACTIVOS CORRIENTE		37.137,24	PASIVOS LARGO PLAZO		40.000,00
Capital de trabajo	37.137,24		Préstamo por pagar	40.000,00	
ACTIVOS NO CORRIENTE		21.336,50			
Infraestructura	8.100,00		CAPITAL		19.953,74
Maquinaria y equipo	1.200,00		Inversión propia	19.953,74	
Herramientas para la producción	801,50				
Vehículo	8.500,00				
Muebles y enseres	905,00				
Equipo de computación	1.500,00				
Equipo de oficina	330,00				
ACTIVO DIFERIDO			1.480,00		
Gastos de Constitución	1.480,00				
TOTAL ACTIVOS		59.953,74	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL		59.953,74

Elaborado por: La autora

5.3.2 Estado de Resultados

El estado de resultado representa la posición económica de la microempresa reflejada en la utilidad o pérdida que ha logrado el proyecto.

CUADRO No. 96 ESTADO DE RESULTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos Proyectados cereza			62.720,00	65.322,88	85.064,00	88.592,00	92.276,80	96.118,40	80.093,44	83.417,60
Ingresos Proyectados fréjol	53.200,00	55.413,12								
Costos de Producción cereza	17.195,35	16.919,35	21.192,62	22.524,95	23.957,32	25.498,32	27.157,32	28.944,55	30.871,23	32.949,60
Costos de Producción fréjol	4.582,00	4.772,61								
(=)Utilidad Bruta	31.422,65	33.721,16	41.527,38	42.797,93	61.106,68	63.093,68	65.119,48	67.173,85	49.222,21	50.468,00
Gastos Administrativos	13.751,37	15.960,91	17.474,36	19.134,88	20.956,89	22.956,27	25.150,46	27.558,60	30.201,76	33.103,04
Gastos de Venta	2.040,00	2.124,86	3.006,67	3.131,74	3.477,22	3.621,87	3.772,54	3.929,48	3.839,64	3.999,37
Depreciación	1.998,50	1.998,50	1.998,50	2.019,30	2.019,30	2.019,30	1.498,50	1.498,50	1.498,50	1.498,50
Amortización Diferidos	296,00	296,00	296,00	296,00	296,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)Utilidad Operativa Proyectada	13.336,78	13.340,88	18.751,84	18.216,01	34.357,27	34.496,23	34.697,98	34.187,26	13.682,31	11.867,09
(-)Gastos Financieros Intereses	3.909,49	3.653,66	3.371,28	3.059,58	2.715,52	2.335,74	1.916,54	1.453,82	943,06	379,28
Utilidad Neta Proyectada	9.427,29	9.687,22	15.380,57	15.156,43	31.641,75	32.160,49	32.781,44	32.733,44	12.739,24	11.487,81

Elaborado por: La autora

5.3.3 Flujo de Caja

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

CUADRO No.97 FLUJO DE CAJA

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS											
Inversión Inicial	-59.953,74										
INGRESOS											
(=) Utilidad Neta Proyectada		9.427,29	9.687,22	15.380,57	15.156,43	31.641,75	32.160,49	32.781,44	32.733,44	12.739,24	11.487,81
Depreciación		1.998,50	1.998,50	1.998,50	2.019,30	2.019,30	2.019,30	1.498,50	1.498,50	1.498,50	1.498,50
(=) Total Ingresos		11.425,79	11.685,72	17.379,07	17.175,73	33.661,05	34.179,79	34.279,94	34.231,94	14.237,74	12.986,31
EGRESOS											
Pago al Principal		2.464,31	2.720,13	3.002,52	3.314,22	3.658,28	4.038,05	4.457,26	4.919,98	5.430,73	5.994,52
Reinversión					1.562,40						
(=) Total Egresos		2.464,31	2.720,13	3.002,52	4.876,62	3.658,28	4.038,05	4.457,26	4.919,98	5.430,73	5.994,52
(=) FLUJO DE CAJA DE NETO PROYECTADO	-59.953,74	8.961,48	8.965,59	14.376,55	12.299,11	30.002,77	30.141,74	29.822,68	29.311,96	8.807,01	6.991,79

Elaborado por: La autora

5.4 EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

Para evaluar el proyecto se aplicó 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. 98 COSTO DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	19.953,74	33,28	4,60	153,10
Capital Financiado	40.000,00	66,72	10,00	667,18
TOTAL	59.953,74	100,00	14,60	820,28

Elaborado por: La autora

Ck = 8,20%

5.1.1. Tasa de Rendimiento Medio

DATOS:

Ck(costo de oportunidad) = 8,20%

if(inflación) = 4,16%

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

TRM=0, 1270

TRM=12,70%

5.4.2 Valor Actual Neto

Este evaluar representa la rentabilidad del proyecto en términos absolutos a tiempo real.

CUADRO No.99 VALOR ACTUAL NETO

AÑO	FL NETOS	FL ACTUAL 12,70%
0	-59.953,74	-59.953,74
1	8.961,48	7.951,63
2	8.965,59	7.058,80
3	14.376,55	10.043,45
4	12.299,11	7.623,92
5	30.002,77	16.502,20
6	30.141,74	14.710,41
7	29.822,68	12.914,55
8	29.311,96	11.262,99
9	8.807,01	3.002,71
10	6.991,79	2.115,19
	VAN	33.232,09

Elaborado por: La autora

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

$$VAN = 33.232,09$$

Con la aplicación del VAN, el estudio propuesto alcanza 33.232,09, valor que es mayor a cero por tal razón quiere decir que el proyecto es factible.

5.4.3 Tasa Interna de Retorno

Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es igual a cero (0).

CUADRO No. 100 TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	FL NETOS	FLUJO 12,70%	FLUJO 24%
0	-59.953,74	-59.953,74	-59.953,74
1	8.961,48	7.951,63	7.227,00
2	8.965,59	7.058,80	5.830,90
3	14.376,55	10.043,45	7.540,32
4	12.299,11	7.623,92	5.202,20
5	30.002,77	16.502,20	10.234,18
6	30.141,74	14.710,41	8.291,60
7	29.822,68	12.914,55	6.615,99
8	29.311,96	11.262,99	5.244,11
9	8.807,01	3.002,71	1.270,67
10	6.991,79	2.115,19	813,53
VAN		33.232,09	-1.683,26

Elaborado por: La autora

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

TIR = 23,25%

La Tasa Interna de Retorno que se obtuvo, en este caso es del 23,25%, por tanto el proyecto se lo considera factible.

5.4.4 Periodo de Recuperación de la Inversión

➤ **PRI con valores corrientes**

CUADRO No. 101 PRI CON VALORES CORRIENTES

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	59.953,74	8.961,48	8.961,48	1	AÑO
2		8.965,59	8.965,59	2	AÑO
3		14.376,55	14.376,55	3	AÑO
4		12.299,11	12.299,11	4	AÑOS
5		30.002,77	15.351,01	2	MESES

Elaborado por: La autora

La inversión de recupera en 4 años, 2 meses.

➤ PRI con valores constantes

CUADRO No. 102 PRI CON VALORES CONSTANTES

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	59.953,74	7.951,63	7.951,63	1	AÑO
2		7.058,80	7.058,80	2	AÑO
3		10.043,45	10.043,45	3	AÑO
4		7.623,92	7.623,92	4	AÑO
5		16.502,20	16.502,20	5	AÑOS
6		14.710,41	14.710,41	8	MESES

Elaborado por: La autora

La inversión se recupera en 5 años, 8 meses.

5.1.2. Costo beneficio.

CUADRO No. 103 COSTO BENEFICIO

AÑOS	FNE	FNEA
		0,1270
1	8.961,48	7.951,63
2	8.965,59	7.058,80
3	14.376,55	10.043,45
4	12.299,11	7.623,92
5	30.002,77	16.502,20
6	30.141,74	14.710,41
7	29.822,68	12.914,55
8	29.311,96	11.262,99
9	8.807,01	3.002,71
10	6.991,79	2.115,19
SUMAN...		93.185,83

Elaborado por: La autora

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

$$C/B = \frac{93.185,83}{59.953,74}$$

$$C/B = 1,55$$

Este análisis indica que por cada dólar invertido en el proyecto generará 0,55 dólares adicionales.

5.4.5 Punto de Equilibrio del Proyecto

Este análisis determina el nivel de ventas que se necesita realizar para obtener equilibrio operativo

$$PEP = \frac{CostosFijos}{PVu - CVu}$$

$$\text{Costos Fijo} = 26.146,81$$

$$\text{Precio de Venta} = 20,00$$

$$\text{Costo de venta} = 6,76$$

$$PEP = \frac{26.146,81}{20 - 6,76}$$

PEP = 1.975 CAJAS DE 10 KILOS

El punto de Equilibrio del proyecto indica que la microempresa necesita vender 1.975 cajas de 10 kilos c/u, para no presentar perdidas.

5.4.6 Resumen de la evaluación financiera

CUADRO No. 104 RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA

RATIO EVALUADOR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM =		12,70%	
VAN =	VAN > 0	33.232,09	Aceptable
TIR % =	TIR >TRM	23,25%	Aceptable
PRI con valores corrientes		4,2	Años muy bueno
PRI con valores constantes		5,8	Años bueno
B/C =	R B/C > 1	1,55	Aceptable

Elaborado por: La autora

En conclusión el proyecto es factible en las condiciones analizadas, para sugestión es necesario realizar ajustes de presupuesto.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA MICROEMPRESA

6.1 ASPECTO ESTRATÉGICO

En este capítulo del proyecto se especifica los aspectos que tienen relación con la estructura de la organización funcional de la microempresa.

6.1.1 Nombre de la Microempresa

El nombre de la microempresa es **“PRODUCTORA DE CEREZA MONTE OLIVO”**

6.1.2 Logotipo

ILUSTRACIÓN No. 4 LOGOTIPO



Elaborado por: La autora

6.1.3 Tipología

Imagen

Fruta Cereza

Significado de los colores

Rojo: este es el color característico de la cereza, además representa fortaleza, energía y determinación.

El color rojo tiene un alto nivel de visibilidad, causando atracción inmediata del público.

Verde: este color representa la naturaleza, crecimiento, frescura y además que intervienen con la seguridad en la parte emocional del ser humano.

6.1.4 Slogan

“Cereza, la fruta favorita de tu mesa”

Es una frase o slogan corto que da a conocer el producto “Cereza”, incentivando a las personas para que este alimento forma parte de la alimentación en sus diferentes presentaciones, y así disfrutar de un fruto dulce.

6.1.5 Logotipo

Este logotipo presenta a la fruta como su producto a ofrecer, debido a que los consumidores se guían por una representación gráfica del producto.

6.1.6 Misión

“Nuestro objetivo es promover el desarrollo y el crecimiento de la fruticultura en la localidad de Monte Olivo con la producción de cereza, para satisfacer al mercado consumidor del producto”.

6.1.7 Visión

“Para el año 2018 la Pproductora Monte Olivo logrará un alto reconocimiento a nivel nacional, por la excelente calidad de nuestro producto CEREZA”.

6.1.8 Objetivos Empresariales

- La empresa estará encaminada a buscar nuevas técnicas de producción que mejoren la calidad del producto
- Incrementar el porcentaje de ventas a través de la captación de nuevos clientes
- Capacitar al personal tanto administrativo como operativo para mejorar su conocimiento y obtener mejores resultados
- Buscar nuevos mercados para garantizar la permanencia de la producción de cereza

6.1.9 Políticas

Las políticas a considerarse en la empresa son las siguientes:

- No se contratara a personas que tengan algún tipo de parentesco con las personas que ya trabajen en ella.

- Todo trabajador deberá cumplir con el horario establecido respetando las horas de entrada y salida
- 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 respetara los días de feriados y de descanso para que el personal pueda disponer del tiempo
- Fomentar un buen ambiente laboral entre los ejecutivos y los empleados.

6.1.10 Principios

Son la base que la microempresa considera importante para tener éxito en sus actividades, sobre la que se construye la organización.

- **Productividad:** Este principio está basado en las expectativas de mejoramiento en el desarrollo de las actividades, para obtener resultados positivos.
- **Cumplimiento:** Se deberá cumplir con las expectativas dando pronta respuesta a los clientes internos como externos.
- **Eficacia:** El propósito de la microempresa es cumplir de manera efectiva con los clientes.
- **Liderazgo:** Dirigir y mantener un ambiente en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos

- **Trabajo en equipo:** Fomentar la unidad, basado en confianza y respeto, para que los objetivos sean cumplidos de acuerdo a lo establecido.
- **Compromiso:** Involucrarse con el trabajo y la organización en todo momento, para llegar al mercado y permanecer en el mismo

6.1.11 Valores

Los valores corporativos son las actitudes que cada persona presenta en su personalidad y en su vivir diario.

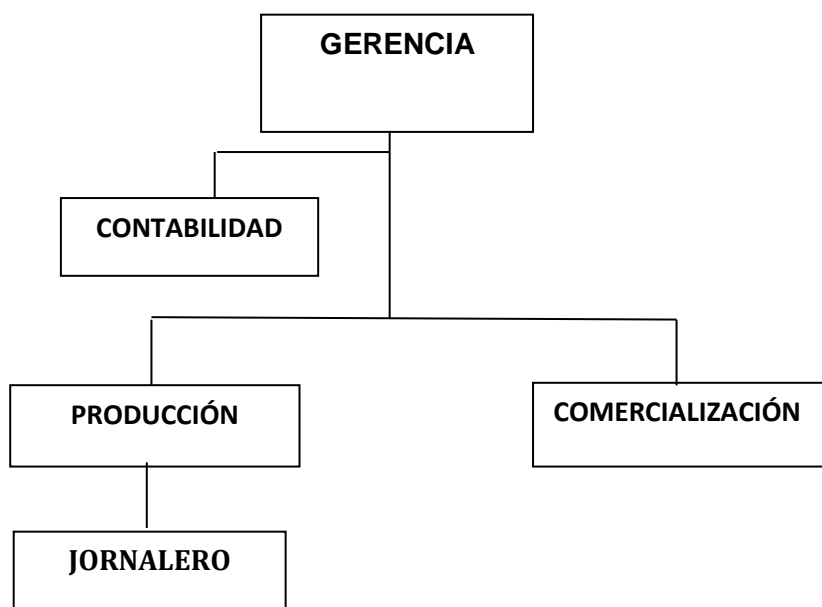
- **Honestidad:** Actuar con la debida transparencia cuidando los intereses de la microempresas.
- **Lealtad:** Velar por la confiabilidad de la información y cuidar los intereses de la microempresa.
- **Convivencia:** Mantener el diálogo cordial entre los trabajadores, para conseguir mejores resultados en el desarrollo de las actividades
- **Respeto:** Mantener un trato correcto para cada uno de los trabajadores dentro y fuera de la organización.
- **Solidaridad:** Estar dispuestos a ayudar y apoyar a los compañeros de trabajo en todos los momentos necesarios.
- **Justicia:** Dar un trato justo de acuerdo a los méritos y los derechos que le asisten a cada empleado
- **Tolerancia:** Valorar, respetar y ser paciente con la forma de pensar de cada uno de los integrantes de la microempresa.

6.2 ASPECTO ORGANIZACIONAL

6.2.1 Estructura Orgánica

La estructura orgánica se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las diferentes actividades a realizarse en la organización

6.2.3 Organigrama Estructural



6.2.4 Identificación de Puestos y Funciones

GERENTE

El gerente general es la persona que representa a la microempresa y contribuye con ideas nuevas a la misma para su desarrollo, y este cumple con varias actividades.

PERFIL

- Liderazgo.
- Trabajo bajo presión.
- Buen manejo de relaciones humanas
- Disponibilidad de tiempo

COMPETENCIAS

- Trabajo en equipo
- Destreza matemática
- Monitoreo y control
- Pensamiento analítico y conceptual.

FUNCIONES

- Dirigir, coordinar, supervisar y dictar normas para el eficiente desarrollo de las actividades de la microempresa
- Presentar los planes que se requieran para desarrollar los programas de la Entidad en cumplimiento de las políticas adoptadas.
- Dar a conocer los planes de desarrollo a corto, mediano y largo plazo, para aprobación.
- Representar legal y judicialmente a la microempresa en cualquier momento
- Presentar informes y análisis financieros a los socios de la microempresa
- Velar por el cumplimiento de los objetivos en el tiempo determinado

- Planificar, organizar y ejecuta las actividades que se han planteado
- Verificar los estados financieros que presenta el contador
- Evalúa el desempeño que realiza cada trabajador y programa capacitaciones que le permitan mejorar
- Planificar estrategias de mercadeo.

REQUISITOS:

- **Título:** ING. En Administración de Empresas
- **Experiencia:** Mínimo de 2 años de experiencia en empresas comercializadoras
- **Edad:** 27 años en adelante

CONTADOR

PERFIL

- Agilidad de pensamiento
- Estudios en contabilidad
- Conocimiento leyes tributarias.
- Capacidad para desenvolverse
- Buenas relaciones humanas

COMPETENCIAS

- Trabajo en equipo
- Destreza matemática
- Monitoreo y control

- Pensamiento analítico y conceptual.

FUNCIONES

- Llevar y presentar los registros contables en la fechas previstas por los directivos
- Elaborar el cronograma de pagos de cada uno de los trabajadores.
- Registrar constantemente las actividades financieras que la microempresa realiza
- Efectuar las respectivas declaraciones en las fechas previstas
- Asesorar en las dudas contables que requieran los demás departamentos
- El contador debe tener una estrecha relación con los departamentos.
- Presentar los estados financieros con sus respectivos respaldos que garantice su contenido
- Garantizar por el cumplimiento de las leyes tributarias.
- Recibir cordialmente a los visitantes, atender llamadas

REQUISITOS

- **Título:** Ing. Contabilidad y Auditoría
- **Experiencia.** Mínimo de 1 años de experiencia

- **Edad:** 25 años en adelante

TÉCNICO AGRÓNOMO

PERFIL

- Manejo de recursos agrícolas
- Excelentes conocimientos.
- Buenas relaciones humanas.
- Identificación de problemas agrícolas

COMPETENCIAS

- Utilizar el razonamiento matemático para resolver problemas
- Ética profesional
- Trabajo en equipo
- Generar ideas, concretar

FUNCIONES

- Preparar y presentar el presupuesto que necesita el departamento de producción para dar inicio con las actividades
- Calificar al personal idóneo para el trabajo de campo
- Controlar el proceso productivo de la cereza con aplicación de técnicas
- Aplicar estrategias de minimización de costos de producción
- Realizar el mantenimiento previo a las instalaciones que se encuentren a su cargo
- Ordenar la recolección del producto en el tiempo adecuado

- Presentar informes sobre las actividades productivas que se han realizados con sus respectivos resultados

REQUISITOS

- **Título:** Ing. Agrónomo
- **Experiencia:** Mínimo 1 años de experiencia
- **Edad:** 25 años en adelante

JORNALERO

PERFIL

- Conocimientos básicos en la agricultura
- Buenas relaciones humanas

COMPETENCIAS

- Conocimientos en el proceso productivo de la cereza
- Conocer sobre el manejo de cada una de las herramientas a utilizarse

FUNCIONES

- Realizar los cuidados pertinentes del producto
- Aplicará las técnicas descritas por el Técnico Agrónomo
- Informar cualquier anomalía que se presente en el cultivo
- Cuidar que la producción se encuentre libre de plagas y enfermedades

- Asegurarse que la aplicación de insumos agrícolas se aplique correctamente
- Estar pendiente de las necesidades que presente el cultivo en su etapa de crecimiento
- Realizar la recolección del fruto de acuerdo al proceso descrito

REQUISITOS

- **Título:** No necesaria
- **Experiencia:** Mínimo 1 año en actividades similares
- **Edad:** 21 años en adelante

VENDEDOR

PERFIL

- Buenas relaciones humanas.
- Conocimientos básicos del producto

COMPETENCIAS

- Habilidades de convencimiento
- Trabajo en equipo
- Monitoreo y control
- Análisis del Mercado
- Trabajo a presión
- Capacidad para socializar

FUNCIONES

- Mantener continuo contacto con el cliente mediante visitas periódicas.
- Elaborar las estrategias de precios de la empresa y políticas de implementación de las mismas.
- Cumplir con los requisitos de la empresa en cuanto a documentación y reportes.
- Trasladar las herramientas de trabajo e insumos agrícolas para su cultivación
- Llevar el producto a los distintos lugares de entrega
- Entregar al contador las facturas correspondientes que se realizan en los distintos locales donde adquieren el producto
- Dar el mantenimiento adecuado al vehículo
- Informar si se presenta algún desperfecto
- Presentar informes sobre los gastos ocasionados por el mantenimiento del vehículo

REQUISITOS

- **Título:** Ventas
- **Experiencia:** Mínimo 1 año en actividades similares
- **Edad:** 25 años en adelante
- Licencia de conducir

6.3 ASPECTO LEGAL

Se formará como una microempresa unipersonal

6.4 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

Para tener el permiso de funcionamiento se debe cumplir con los siguientes requisitos:

6.4.1 Patente Municipal

Requisitos

- Recibo del último pago del impuesto predial
- Copia del RUC
- Documentos personales del representante legal

6.4.2 Registro único de Contribuyentes

Requisitos

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

6.4.3 Plan de Comercialización de la Cereza

6.4.3.1 Objetivo

La microempresa “Productora de Cereza Monte Olivo”, desea dar a conocer el producto a los consumidores de la ciudad de Ibarra en los

próximos seis meses, para llegar a cumplir con las metas anheladas de los clientes y la microempresa.

6.4.3.2 Grupo Objetivo

Este producto está dirigido en especial para los consumidores del sector de Ibarra, por ser una población significativa.

Además está encaminado a que las personas, desde los más pequeños hasta los más grandes incorporen la cereza en su mesa.

6.4.3.3 Estrategias de Comercialización

Por ser un producto alimenticio se tomará en cuenta los aspectos más importantes para oferta el producto

Producto.- este fruto dulce al ser de temporada, se dará aviso a los intermediarios (comerciantes), en la fecha oportuna, para que estos comuniquen a los consumidores la llegada de la fruta y sus características.

Precio: la fijación del precio depende de los costos fijos y variables, este valor será accesible para el del consumidor. (20\$ la caja de 10kg).

Presentación.-la forma de ofrecer el producto será a través de cajas propicias para la fruta, que no se maltrate, llegue en buen estado y sea apetecible al consumidor.

6.4.3.4 Canal de Distribución

Este producto llegará a los comerciantes a través del vehículo propio de la microempresa, así el producto llega en buen estado al consumidor y atractivo a la vista, del mismo.

6.4.3.5 La Comunicación

Esta microempresa se dará a conocer a través del mensaje masivo utilizando varias técnicas:

Publicidad.- este se centrará en las características físicas del fruto y los beneficios al consumirla. Mediante hojas volantes, ferias inclusivas, medios electrónicos (página web) e inscribiéndose al portal de Compras Pública.

Promoción.- se reforzará a través de degustaciones en varios sitios públicos para mejor conocimiento de las personas.

Relaciones Públicas.- por medio del departamento de comercialización se realizará las acciones pertinentes para la difusión de la microempresa, y darse a conocer a nivel regional y local.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

Es indispensable hacer el análisis a los principales impactos que se presenta durante el desarrollo del proyecto, con la aplicación de indicadores que demuestren que nivel de huella que ocasionan.

Además se tomará en cuenta la matriz de valoración de impactos, la misma permitirá conocer el nivel de impactos que ocasiona cada uno de los indicadores analizarse.

CUADRO No. 105 MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS

POSITIVO	NIVEL
1	Bajo
2	Medio
3	Alto
NEGATIVO	NIVEL
-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. 106 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
TOTAL						4	6	10

Elaborado por: La autora

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

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

$$NI = 2,5 = 3$$

ANÁLISIS:

- **Mejoramiento económico:** El proyecto a desarrollarse presenta un mejoramiento para los habitantes del sector y para sus inversionistas porque se trata de la producción de un fruto que tiene gran demanda en el mercado.
- **Nuevas fuentes de trabajo:** La gestión de realizar la microempresa genera nuevas plazas de trabajo en donde ocupará mano de obra del sector.
- **Estabilidad laboral:** La microempresa brindará estabilidad laboral a sus trabajadores porque se dedicará a gestionar de manera efectiva su comercialización.

- **Eliminación de la migración:** Fortalece la economía del sector evitando que las personas salgan a otros lugares por trabajo y dejen sus hogares.

7.2 IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO No. 107 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
TOTAL						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:

- **Fortalecimiento microempresarial:** Con la nueva propuesta se incrementa el fortalecimiento microempresarial que le permita al sector crecer comercialmente.
- **Mejoramiento competitivo:** La microempresa tomara en cuenta estrategias de ventas y técnicas de cultivo que le permita fortalecer la producción y comercialización del producto.

- **Incremento productivo:** El nuevo emprendimiento de la microempresa conlleva a incentivar nuevas ideas de producción que pueden poner en práctica los habitantes del sector.
- **Crecimiento agrícola:** Presenta una ventaja positiva porque se está generando el crecimiento agrícola en la producción de nuevas alternativas de productos.

7.3 IMPACTO EDUCATIVO-CULTURAL

CUADRO No. 108 IMPACTO EDUCATIVO-CULTURAL

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
TOTAL						6	3	9

Elaborado por: La autora

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

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

$$NI = 2,25 = 2$$

ANÁLISIS:

- **Generación de conocimientos:** La producción de la cereza genera nuevos conocimientos en aplicación de técnicas de cultivo que pueden tomar en cuenta los agricultores.
- **Mejoramiento tecnológico:** Para obtener mejores resultados la microempresa se basará en la aplicación de la tecnología en los procesos de producción.

- **Capacitación continua:** La microempresa permanentemente estará capacitando a su personal para mejorar las actividades que realizan.
- **Interés por el producto:** La cereza es un producto de interés, por tal razón genera una gran importancia en el sector productivo de la fruticultura.

7.4 IMPACTO AMBIENTAL

CUADRO No. 109 IMPACTO AMBIENTAL

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

Elaborado por: La autora

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

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

$$NI = -1$$

ANÁLISIS:

- **Trabajo sin tóxicos:** La producción de la cereza estará basada en un proceso técnico donde se aplicará fertilizantes naturales para no provocar tóxicos que afecten al entorno.
- **Producción natural:** La microempresa plantea realizar un proceso de producción natural donde el producto este netamente garantizado para el consumo humano.

- **Manejo de desechos:** Para el manejo de desechos se contará con el personal idóneo, que se encargue de aplicar los métodos adecuados de reciclaje.
- **Contaminación ambiental:** Durante la gestión del proyecto se tomará en cuenta todas las medidas preventivas para evitar contaminar el medio ambiente.

7.5 IMPACTO GENERAL

CUADRO No. 110 IMPACTO GENERAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto socio-económico							X	3
Impacto empresarial						X		2
Impacto cultural						X		2
Impacto ambiental			X					-1
TOTAL						4	3	6

Elaborado por: La autora

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

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

$$NI = 1,5 = 2$$

ANÁLISIS:

En general el proyecto presenta impactos positivos, favoreciendo a moradores del sector e inversionistas interesados en la agricultura por que mejoran la parte económica-social de la parroquia Monte Olivo, y a su vez formar parte de la economía agrícola del país.

CONCLUSIONES

- El diagnóstico realizado determinó la situación actual de la parroquia Monte Olivo, obteniendo como resultados que la zona cuenta con factores climáticos, vías de acceso adecuadas para la producción y comercialización de la fruta.
- El estudio de mercado confirma la gran aceptación del consumo de la fruta, según los comerciantes minoristas, necesitan que se les abastezca en mayor cantidad.
- El estudio técnico realizado presenta que la parroquia Monte Olivo es el lugar idóneo, porque tiene las características climatológicas precisas para el desarrollo del producto, y a su vez para la creación del proyecto garantizando una buena producción y comercialización del mismo.
- El análisis financiero realizado se establece que la proyección de ingresos justifica la inversión a realizarse, además los estados financieros e indicadores confirman que es un proyecto factible de realizarlo.
- La organización que manejará la microempresa estará basada en el talento humano idóneo que se contratará para iniciar las actividades, además presentan objetivos que están encaminados al cumplimiento de metas.
- Los impactos analizados en el proyecto determinaron que generan efectos positivos para el sector.

RECOMENDACIONES

- Para la realización del proyecto es recomendable aprovechar de manera eficiente los recursos que dispone el sector para una mejor producción y comercialización de la cereza.
- Atraer a los principales consumidores, a través de la aplicación de estrategias de ventas que cumplan con la finalidad de captar nuevas ventas para el producto
- Tomar en cuenta todos los factores que el sector dispone para la producción y comercialización de la cereza para poder incrementar la área de producción y garantizar mayor cobertura al mercado meta.
- Controlar constantemente los movimientos financieros que la microempresa realiza para conocer su situación financiera y poder determinar las utilidades que están obteniendo.
- Cuidar que el personal cumpla con los reglamentos y políticas que se ha planteado en la microempresa para obtener mejores resultados en su desempeño laboral.
- Vigilar que se apliquen las medidas preventivas correctamente para evitar daños al medio ambiente e impedir problemas que dañen a la microempresa.

BIBLIOGRAFÍA

ANZOLA ROJAS Sérvulo, 2010). Administración de Pequeñas Empresas, Tercera Edición, Editorial Mc Graw Hill, México D.F

ACHING, Guzmán C. 2007, en su obra guía Rápida Ratios Financieros y Matemáticas de la Mercadotecnia, Edición electrónica gratuita.

BAACK, Clow. 2010 Publicidad, Promoción y Comercialización Integral en Marketing. Cuarta Edición

BACA URBINA, Gabriel. (2010) Evaluación de Proyectos. Quinta Edición Mac Graw Hill, México

BRAVO VALDIVIESO, Mercedes (2013). Contabilidad General. Decimo Primera Edición

CORDOVA PADILLA. Marcial. Formulación y evaluación de proyectos. Eco. Ediciones. Bogotá Colombia (2010).

D' ALESSIO I. Fernando 2008 El Proceso Estratégico un Enfoque de Gerencia Primera Edición Pearson Educación México.

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

FONTAINE R. Ernesto, 2008 Evaluación Social de Proyectos, Decimotercera Edición, Editorial PEARSON.

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

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

GITMAN, Laurence J. (2007) Principios de Administración financiera.
Décimo Primera Edición, Pearson Educación, México.

JANY CASTRO José Nicolás, 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.

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

NÚÑEZ, Z. Rafael 2007 Manual de Evaluación de Proyectos de
Inversión, Primera Edición, Editorial Trillas. México.

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

RIVERA MARTINEZ Francisco, HERNANDEZ CHAVEZ Gisel, 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.

STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J., Año 2007, Fundamentos de Marketing, Decimocuarta edición en español, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C. V., México

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

ZAPATA, Sánchez Pedro, Año 2008, Contabilidad general, Sexta edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V., México, D. F.

LINCOGRAFÍA

- <http://www.salonhogar.com/materias/administracion/macroambiente.htm>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Macroambiente_empresa
- <http://www.joseacontreras.net/direstr/cap490d.htm>
- <http://definicion.de/micro-empresa/>
- <http://www.infoagro.com/>
- <http://blogpyc.wordpress.com/2008/11/15/%C2%BFcomo-hacer-la-mision-y-vision-de-mi-empresa>
- <http://www.crecenegocios.com/el-punto-de-equilibrio/>
- <http://www.misrespuestas.com/que-es-el-valor-actual-neto-van.html>
- <http://pymesfuturo.com/pri.htm>
- empresactualidad.blogspot.com
- www.microfinanzas.org
- <http://definicion.de/agricultura/>
- <http://elagricultor-chibchombiano.blogspot.com/2008/09/perfil-del-administrador-agropecuario.html>
- <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>
- <http://www.monografias.com>

ANEXOS

**FORMATO DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS AGRICULTORES DE
LA PARROQUIA DE MONTEOLIVO**

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Objetivo: La presente encuesta tiene por objeto conocer la situación actual de la actividad agrícola de Monteolivo

1. ¿Qué tipo de cultivos produce actualmente?

ALTERNATIVA	
Cereales	
Hortalizas	
Frutas	
Fréjol	
Arveja	
Otros	
TOTAL	

2. ¿Considera usted que la actividad agrícola es?

ALTERNATIVA	
Muy buena	
Buena	
Regular	
Pésima	
TOTAL	

3. ¿Cuáles son los productos de mayor productividad y demanda ?

ALTERNATIVA	
Cereales	
Hortalizas	
Frutas	
Fréjol	
Arveja	
Otros	
TOTAL	

4. ¿Cuál es el área de terreno que posee?

ALTERNATIVA	
Menos de ¼ de hectárea	
De ¼ a 1	
De 2 a 4 hectáreas	
Más de 4 hectáreas	
TOTAL	

5. ¿La comercialización de los productos lo hace?

ALTERNATIVA	
Directa	
Indirecta o intermediarios	
Mixta	
TOTAL	

6. ¿Los productos de la Parroquia, a qué mercado atienden actualmente?

ALTERNATIVA	
La parroquia	
Juncal	
Ibarra	
Tulcán	
Otros	
TOTAL	

7. ¿La demanda de los productos de la Parroquia de es?

ALTERNATIVA	
Alta	
Media	
Baja	
TOTAL	

8. ¿La competencia que tiene es?

ALTERNATIVA	
Alta	
Media	
Baja	
TOTAL	

9. ¿Los precios de sus productos determina?

ALTERNATIVA	
Por los costos	
Por el mercado	
Por los intermediarios	
TOTAL	

10. ¿La rentabilidad que obtienen los agricultores de la Parroquia de es?

ALTERNATIVA	
Alta	
Media	
Baja	
TOTAL	

11. ¿Tiene acceso al financiamiento de su actividad?

ALTERNATIVA	
Si	
No	
TOTAL	

12. ¿Qué dificultades financiera enfrenta actualmente?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Falta de créditos	
Interés alto	
Actividad de supervivencia que merma la capacidad de pago	
TOTAL	

13. ¿La actividad que realiza usted es basada en?

ALTERNATIVA	
Únicamente por experiencia	
Por capacitación	
Otras	
TOTAL	

14. ¿La actividad agrícola en la parroquia se encuentra?

ALTERNATIVA	
Organizada	
No organizada	
TOTAL	

15. ¿Recibe asistencia técnica para sus cultivos en forma?

ALTERNATIVA	
Permanente	
Ocasional	
No existe	
TOTAL	

16. ¿Considera usted que las nuevas generaciones optaran por la actividad agrícola?

ALTERNATIVA	
Si	
No	
TOTAL	

17. ¿Le gustaría incursionar en el cultivo de la cereza con asistencia técnica del MAGAP ?

ALTERNATIVA	%
Totalmente de acuerdo	
Medianamente acuerdo	
Desacuerdo	

18. ¿Ha considerado la posibilidad de cambiar el cultivo de productos tradicionales por los alternativos?

ALTERNATIVAS	
Si	
No	
TOTAL	

19. ¿Usted tiene conocimiento que en la actualidad cereza es una fruta considerada como un producto alternativo el cual tiene acogida en el mercado nacional e internacional?

ALTERNATIVAS	
Si	
No	
TOTAL	

**FORMATO DE LA ENCUESTA EFECTUADA A LOS COMERCIANTES
MINORISTAS DE FRUTAS DE LA CIUDAD DE IBARRA.**

**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

1. ¿En su puesto de venta comercializa cereza?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Si	
No	

2. ¿La calidad de la cereza que se oferta en el mercado es?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Muy buena	
Buena	
Regular	

3. ¿El precio de compra de la cereza lo considera?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Caro	
Cómodo	
Barato	

4. ¿Cuál es el factor más importante al adquirir la fruta?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Calidad	
Presentación	
Precios	
Procedencia	

5. ¿Actualmente, cubre la necesidad de consumo de la fruta por parte de sus clientes?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Mucho	
Poco	
Nada	

6. ¿Cuál será la frecuencia de compra de una caja de cereza de 10 kg para comercializar y satisfacer las necesidades del mercado?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Una caja por día	
Una cada dos días	
Una caja por semana	

7. ¿Su proveedor de cereza es?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Productor	
Intermediario	
Ambos	

8. ¿Cuenta usted con un proveedor de cereza permanente?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Si	
No	

9. ¿Le gustaría incrementar sus proveedores?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Si	
No	

10. ¿De los siguientes medios de comunicación cual prefiere?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Radio	
Prensa	
Trípticos	
Hojas volantes	
Internet	

**FORMATO DE LA ENCUESTA EFECTUADA A LOS PROVEEDORES
DE FRUTAS DE LOS MERCADOS DE LA CIUDAD DE IBARRA**

**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

1. ¿Cuánto tiempo lleva en el negocio?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Menos de 5 años	
De 5 a 10 años	
Más de 10 años	

2. ¿La actividad es rentable?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Muy rentable	
Rentable	
Poco rentable	

3. ¿Cuáles frutas comercializa?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Manzana	
Pera	
Mango	
Cereza	
Tomate	
Piña	
Todas las anteriores	

4. ¿Qué presentación utiliza para la comercialización de la cereza?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Sacas	
Cajas	
Gavetas	
Granel	
Otras	

5. ¿Cuál es el peso de comercialización de la cereza?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Cajas de 5 kilos	
Cajas de 10 kilos	
Cajas de 15 kilos	

6. ¿El precio de una caja de cereza de 10 kilos es?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Menos de 10 dólares	
De 10 a 20 dólares	
Más de 20 dólares	

7. ¿Cuál es la frecuencia de comercialización de una caja de cereza de 10 Kilos?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Una caja cada tres días	
Una caja semanal	
Una caja Quincenal	

8. ¿Cuál es el origen de la fruta?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Local	
Regional	
Nacional	
Internacional	
Hablar de Ambato, Latacunga, Colombia chile	

9. ¿Actualmente satisfacen la demanda?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Mucho	
Poco	
Nada	

10. ¿Los precios de la fruta de que aspectos depende?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Calidad	
Presentación	
Peso	
Procedencia	

ANEXO: DETERMINACIÓN DEL PRECIO

➤ DETERMINACIÓN DEL PRECIO

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{26.146,81}{3.136}$$

$$CFu = 8,34$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{21.192,62}{3.136}$$

$$CVu = 6,76$$

$$PRECIO = CFu + CVu + 32\%CTu$$

$$PRECIO = 8,34 + 6,76 + 32\%CTu$$

$$PRECIO = 8,34 + 6,76 + 32\%(15,10)$$

$$PRECIO = 8,34 + 6,76 + 4,90$$

$$PRECIO = 20 \text{ dólares}$$

El precio por cada caja de cereza de 10 kilos será 20,00 dólares

ANEXO: COSTOS DE PRODUCCIÓN DE LA CEREZA

JORNALES

Actividad	No. aplicaciones	jornal por hectárea	número de hectáreas	año 1	año 2
Siembra	1,00	5,00	4,00	20,00	0,00
Aplicación de fertilizantes	4,00	2,00	4,00	32,00	32,00
Aplicación de insecticidas	6,00	3,00	4,00	72,00	72,00
Deshierba	4,00	7,00	4,00	112,00	112,00
Aporque	4,00	3,00	4,00	48,00	48,00

Actividad	No. aplicaciones	jornal por hectárea	número de hectáreas	año 3 hasta 10
Aligación de fertilizantes	4,00	3,00	4,00	48,00
Aplicación de insecticidas	6,00	5,00	4,00	120,00
Deshierba	4,00	7,00	4,00	112,00
Aporque	4,00	3,00	4,00	48,00
Cosecha	16,00	10,00	4,00	640,00

INSUMOS

Actividad	N° aplicaciones	kilos por hectárea	número de hectáreas	AÑO 1	AÑO 2
Fertilizante	4,00	200,00	4,00	3.200,00	3.200,00
Insecticidas y fungicidas	6,00	2,00	4,00	48,00	48,00

Actividad	N° aplicaciones	kilos por hectárea	número de hectáreas	AÑO 3 hasta 10
Fertilizante	4,00	300,00	4,00	4.800,00
Insecticidas y fungicidas	6,00	6,00	4,00	144,00

PRIMER AÑO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
A. COSTOS DIRECTOS				
1. Preparación del suelo				
Arada y rastrada	horas/tractor	16,00	15,00	240,00
Surcado	horas/tractor	2,00	15,00	30,00
Subtotal preparación del suelo				270,00
2. Mano de Obra				
Técnico de producción	Sueldo			6.101,20
Siembra	jornal	20,00	8,00	160,00
Fertilización	jornal	32,00	8,00	256,00
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	72,00	8,00	576,00
Deshierba	jornal	112,00	8,00	896,00
Aporque	jornal	48,00	8,00	384,00
Subtotal mano de obra				8.373,20
3. Insumos				
Plantas	unidades	1.600,00	0,80	1.280,00
Fertilizante	kg	3.200,00	0,78	2.496,00
Insecticidas, fungicidas	kg	48,00	12,00	576,00
Subtotal insumos				4.352,00
SUBTOTAL (CD)				12.995,20
B. COSTOS INDIRECTOS				
Arriendo	Hectárea	4	1.000,00	4.000,00
Pago del agua de riego	Hectárea	4	30,00	120,00
Reposición herramientas				80,15
SUBTOTAL (CI)				4.200,15
TOTAL DE COSTOS				17.195,35

SEGUNDO AÑO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
A. COSTOS DIRECTOS				
2. Mano de Obra				
Técnico de producción	Sueldo			7.144,82
Fertilización	jornal	32,00	8,33	266,65
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	72,00	8,33	599,96
Deshierba	jornal	112,00	8,33	933,27
Aporque	jornal	48,00	8,33	399,97
Subtotal mano de obra				9.344,68
3. Insumos				
Fertilizante	kg	3.200,00	0,81	2.599,83
Insecticidas, fungicidas	kg	48,00	12,50	599,96
Subtotal insumos				3.199,80
SUBTOTAL COSTOS DIRECTOS				12.544,47
B. COSTOS INDIRECTOS				
Arriendo	Hectárea	4,00	1.041,60	4.166,40
Pago del agua de riego	Hectárea	4,00	31,25	124,99
Reposición herramientas				83,48
SUBTOTAL COSTOS INDIRECTOS				4.374,88

TERCER AÑO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
A. COSTOS DIRECTOS				
2. Mano de Obra				
Técnico de producción	Sueldo			7.852,16
Fertilización	jornal	48,00	8,68	416,61
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	120,00	8,68	1.041,53
Deshierba	jornal	112,00	8,68	972,10
Aporque	jornal	48,00	8,68	416,61
Subtotal mano de obra				10.699,01
3. Insumos				
Fertilizante	kg	4.800,00	0,85	4.061,98
Insecticidas, fungicidas	kg	144,00	13,02	1.874,76
Subtotal insumos				5.936,74
SUBTOTAL COSTOS DIRECTOS				16.635,75
B. COSTOS INDIRECTOS				
Arriendo	Hectárea	4,00	1.084,93	4.339,72
Pago del agua de riego	Hectárea	4,00	32,55	130,19
Reposición herramientas				86,96
SUBTOTAL COSTOS INDIRECTOS				4.556,87
TOTAL DE COSTOS				21.192,62

COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL FRÉJOL

JORNALES

Actividad	No. aplicaciones	jornal por hectárea	número de hectáreas	año 1	año 2
Siembra	1,00	5,00	4,00	20,00	20,00
Aplicación de fertilizantes	2,00	2,00	4,00	16,00	16,00
Aplicación de insecticidas	4,00	3,00	4,00	48,00	48,00
Deshierba	2,00	7,00	4,00	56,00	56,00
Aporque	2,00	3,00	4,00	24,00	24,00

INSUMOS

Actividad	No. aplicaciones	kilos por hectárea	número de hectáreas	AÑO 1	AÑO 2
Fertilizante	2,00	150,00	4,00	1.200,00	1.200,00
Insecticidas y fungicidas	4,00	1,00	4,00	16,00	16,00

PRIMER AÑO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
Mano de Obra				
Siembra	jornal	20,00	8,00	160,00
Fertilización	jornal	16,00	8,00	128,00
Aplicación de insecticida/fungicida	jornal	48,00	8,00	384,00
Deshierba	jornal	56,00	8,00	448,00
Aporque	jornal	24,00	8,00	192,00
Subtotal mano de obra				1.312,00
Insumos				
Semilla	Kg	400,00	4,00	1.600,00
Fertilizante	kg	1.200,00	0,80	960,00
Insecticidas, fungicidas	kg	16,00	40,00	640,00
Costales	Unidades	280,00	0,25	70,00
Subtotal insumos				3.270,00
TOTAL DE COSTOS				4.582,00

SEGUNDO AÑO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
<i>Mano de Obra</i>				
Siembra	jornal	20,00	8,33	166,66
Fertilización	jornal	16,00	8,33	133,32
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	48,00	8,33	399,97
Deshierba	jornal	56,00	8,33	466,64
Aporque	jornal	24,00	8,33	199,99
Subtotal mano de obra				1.366,58
<i>Insumos</i>				
Semilla	kg	400,00	4,17	1.666,56
Fertilizante	kg	1.200,00	0,83	999,94
Insecticidas, fungicidas	kg	16,00	41,66	666,62
Costales	unidades	280,00	0,26	72,91
Subtotal insumos				3.406,03
TOTAL DE COSTOS				4.772,61

ANEXO COSTOS Y GASTOS

DETERMINACIÓN DEL SUELDO DEL TÉCNICO AGRONOMO

PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Técnico agrónomo	400,00	439,60	483,12	530,95	583,51	641,28	704,77	774,54	851,22	935,49
MENSUAL	400,00	439,60	483,12	530,95	583,51	641,28	704,77	774,54	851,22	935,49
ANUAL	4800,00	5275,20	5797,44	6371,39	7002,16	7695,37	8457,22	9294,48	10214,63	11225,88

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Salario Básico Unificado	4.800,00	5.275,20	5.797,44	6.371,39	7.002,16	7.695,37	8.457,22	9.294,48	10.214,63	11.225,88
Aporte Patronal	583,20	640,94	704,39	774,12	850,76	934,99	1.027,55	1.129,28	1.241,08	1.363,94
Fondos de Reserva		439,60	483,12	530,95	583,51	641,28	704,77	774,54	851,22	935,49
Décimo Tercero	400,00	439,60	483,12	530,95	583,51	641,28	704,77	774,54	851,22	935,49
Décimo Cuarto	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89	509,82	560,29	615,76	676,72	743,71
Total costo de mano de obra	6.101,20	7.144,82	7.852,16	8.629,52	9.483,84	10.422,74	11.454,59	12.588,60	13.834,87	15.204,52

GASTOS

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	28,00	336,00
Agua	10,00	120,00
Teléfono	24,00	288,00
TOTAL		744,00

MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento computación	15,00	180,00
TOTAL		180,00

PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Radio	120	480
Prensa	80	320
Trípticos	30	240
Internet	18	216
TOTAL		1256

COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Combustible vehículo	100,00	1.200,00
Mantenimiento vehículo	30,00	360,00
TOTAL		1.560,00

ANEXO: LA CEREZA

