

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS
NACIONALES E IMPORTADAS, EN LA CIUDAD DE LATACUNGA,
PROVINCIA DE COTOPAXI.”**

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Extensión Latacunga

Pallo Moreno Diego Wladimir

*Departamento de Ciencias Económicas Administrativas y del Comercio de la Universidad
de las Fuerzas Armadas ESPE Extensión Latacunga*

e-mail: wladimir_dp@yahoo.es

Resumen: En el 2012 en el Ecuador se importaron 78 millones de toneladas de frutas. Los principales proveedores del mercado ecuatoriano son Chile (69%), en el caso de las frutas, al igual que el resto de importaciones nacionales, mostraron un aumento desmesurado entre 2000 y 2007, para luego descender en 2008 a casi la mitad de las importaciones del año anterior, como resultado de la crisis económica que afectó todos los renglones de la economía, al 2012 las importaciones de frutas disminuyó en un 8% con relación al 2011. El presente proyecto comprende la evaluación del mercado, el estudio técnico, financiero, y comercial para la instalación de una empresa dedicada a la comercialización de frutas provenientes de la sierra, costa y oriente del país, así como también de frutas importadas desde Chile adquiridas a las importadoras, con el fin de comercializarlas y distribuir las en los distintos negocios particulares de venta de frutas que existen en la ciudad de Latacunga, así como también en los supermercados y tiendas que ofertan éstos productos.

Se evaluó el proyecto validando la factibilidad económica-financiera del mismo, estableciendo factores positivos para su ejecución como la Tasa Interna de Retorno superior al costo de oportunidad del mercado, el valor actual neto positivo, un período de recuperación inferior al tiempo de análisis del proyecto, y el beneficio costo mayor a uno, es así, que esta microempresa se desarrollará para abastecer a la ciudadanía de frutas las cuales serán aptas para el consumo humano.

Palabras Claves: Factibilidad, Frutas; Comercialización; Importación

Abstrac - In 2012 in Ecuador 78 million tonnes of fruits were imported. The main suppliers of Ecuadorian market are Chile (69%), in the case of fruit, like other national imports showed a disproportionate increase between 2000 and 2007, then fell in 2008 to nearly half of imports the previous year as a result of the economic crisis that affected all areas of the economy, the 2012 fruit imports decreased by 8% compared to 2011.

This project includes market assessment, the technical study, financial, and commercial installation of a company dedicated to the marketing of fruit from the mountains, coast and east, as well as fruits imported from Chile acquired importing, to commercialize and distribute in various private business selling fruit that exist in the city of Latacunga, as well as in supermarkets and shops that offer these products. The project validating the economic-financial thereof, feasibility establishing positive factors for execution as the Internal Rate of Return above the opportunity cost market, the positive net present value, payback period shorter than the analysis of the project was evaluated and the largest one cost, benefit so that this project will be developed to supply the population of the city of Latacunga.

Key Words: Feasibility, Fruits; Marketing; Import.

I. Introducción

En el objetivo 3., del Plan Nacional del Buen Vivir se trata acerca de "Mejorar la calidad de vida de la población, buscando condiciones para la vida satisfactoria y saludable de todas las personas, familias y colectividades respetando su diversidad. Fortaleciendo la capacidad pública y social para lograr una atención equilibrada, sustentada y creativa de las necesidades de ciudadanas y ciudadanos" (Senplades, 2013).

En Ecuador existen 541.889 establecimientos económicos según el último Censo del 2010, en la provincia existen 12.309 establecimientos económicos visibles y en Latacunga existen 6.893 establecimientos económicos que generaron 566 millones de dólares en ventas, lo que implica un crecimiento constante del 2,1%. (Censo INEC, 2010).

La industria, agricultura, ganadería, comercio y transporte son los pilares que sustentan el desarrollo económico de Cotopaxi. Se suman la construcción, floricultura, artesanía y otras actividades que en 2012 generaron USD 875 millones según al Banco Central del Ecuador (BCE), cuenta con 27.331 hectáreas de cultivos de plátano, café, cacao, caña de azúcar y cítricos en los cantones La Maná y Pangua.

A esto se suma 53.111 hectáreas de fréjol, arveja, maíz, papas, yuca y brócoli. "El 58% de la población se dedica a la agricultura. Adicionalmente gran parte de las frutas que se venden en la ciudad de Latacunga provienen de la provincia del Tungurahua, que es una provincia de flores y de frutas. En 1985 Tungurahua abasteció el mercado ecuatoriano en más de 55% y en algunos casos el 80% de algunas frutas como babaco, tomate de árbol, claudia, durazno, manzana, mora, pera y taxo (MICIP, 2012). El dato más importante de la producción de frutas es el de la manzana que se cultiva de modo especial en los cantones Ambato y Píllaro. Por lo que los productores acuden al mercado mayorista de

Latacunga a entregarlas para su comercialización y cerca de éste se buscará la ubicación del centro de acopio de frutas para poder distribuirlos en la zona urbana de la ciudad.

Al principio, la humanidad tuvo que optar por consumir los productos en el lugar donde se encontraban o transportarlos a un lugar determinado, almacenarlos allí para uso posterior. Como no existía un sistema desarrollado de logística, el movimiento de los productos se limitaba a lo que una persona podía acarrear, y el almacenamiento de los productos perecederos era posible solamente un período corto. Este sistema obligaba a las personas a vivir cerca de los lugares de producción y a consumir una gama bastante pequeña de productos o servicios.

Cuando los sistemas logísticos empezaron a mejorar, el consumo y la producción fueron separándose geográficamente. Las distintas zonas se especializaron en lo que podían producir más eficientemente. Así, el exceso de producción se pudo enviar de forma rentable a otras regiones y los productos que no se fabricaban en la zona pudieron importarse. Ballou, Ronald H. (2004).

Dado que en la ciudad de Latacunga el consumo de frutas es abundante, hemos tomado como punto de partida el realizar el siguiente proyecto, diseñar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de frutas nacionales e importadas en la ciudad de Latacunga, a fin de ofrecer

productos de calidad alimenticia para el consumo humano.

II. Metodología

Se aplicó un Estudio de Mercado dirigido a la población que habita en la zona urbana de la ciudad de Latacunga, con el fin de establecer el consumo de frutas, así mismo se aplicó otra encuesta a los distribuidores de frutas que se ubican en el cantón, para establecer la demanda insatisfecha y el nivel de ventas que puede llegar a alcanzar la nueva empresa. Se utilizó el Método Aleatorio Simple para la selección de las muestras, y se aplicó la fórmula de cálculo del tamaño de la muestra para poblaciones finitas, con un error del 5% y un nivel de confianza del 95%.

Obteniendo una muestra de 265 familias de la zona urbana de la Ciudad de Latacunga.

Con la información obtenida de mercado se pudo determinar la localización óptima y los recursos que se requieren para la implementación y puesta en marcha del nuevo negocio. Con los datos de mercado y del estudio técnico, se estructuraron los estados financieros presupuestados, y el cálculo de los evaluadores financieros como el Van, TIR, Período de recuperación y Beneficio Costo, con el fin de establecer la factibilidad del proyecto.

III. Análisis y discusión de los resultados

Diagnóstico Situacional

Se realizó el análisis de los factores externos e internos para determinar las fortalezas, debilidades oportunidades y amenazas que impactan al proyecto, así se determinó que existen muchos factores favorables como el conocimiento del mercado por parte de los inversionistas, disponibilidad de recursos financieros, se dispone de personal calificado para el negocio y existe facilidad para manejar tecnologías de punta. De igual manera se identificaron los siguientes aspectos:

Fortalezas

Conocimiento del mercado por parte de los inversionistas.

Disponibilidad de recursos financieros.

Se dispone de personal calificado para el negocio.

Facilidad para manejar tecnologías de punta.

Oportunidades

Mercado local es consumidor de frutas en sus dietas alimenticias.

Existen facilidades para obtener financiamiento a través de la banca pública como Corporación Financiera Nacional.

El código de la producción y el MIES favorecen a los nuevos negocios productivos en el país.

Los consumidores adquieren frutas importadas.

Existe tecnología al alcance para conservación y limpieza de frutas.

Aranceles mínimos para realizar importaciones.

Debilidades

Falta de capacitación en área de importaciones y comercio exterior.

Es una empresa nueva que requiere de inversión en canales de distribución y publicidad para posicionarse en el mercado.

Amenazas

Alza de precios de los productos importados.

Crisis del cambio climático que puede afectar a la producción de frutas en los países que se importarán.

Competencia local de frutas nacionales.

Estudio de Mercado

Mediante la realización del estudio de mercado, una vez calculado el tamaño de la muestra, con un 95% de confianza y un error muestral de 0,5 siendo esta de 265 encuestas, dirigidas a personas que residen en la zona urbana de la ciudad de Latacunga. Los principales resultados son:

El 100% de las familias encuestadas consumen frutas en la ciudad de Latacunga. La concentración del consumo de frutas se halla de manera decreciente en

manzanas (22,64%), cítricos, duraznos y peras, en menor proporción están las cerezas, ciruelas y nueces, mientras que en el consumo promedio las uvas, ver tabla 1.

Tabla N°1. Tipos de Frutas

FRUTAS	PORCENTAJE
Manzanas	22,64%
Uvas	8,80%
Cítricos	19,31%
Peras y Membrillos	15,02%
Duraznos y damascos	19,42%
Nueces y avellanas	5,58%
Ciruelas	3,54%
Cerezas	1,29%
Otras Frutas	4,40%
TOTAL	100,00%

Fuente: Pallo (2014)

El 64,53% de la muestra establece que consumen diariamente frutas, el 24,15% lo hacen de manera semanal, el 8,68% quincenalmente, el 1,89% de manera mensual y el 0,75% en otro período de consumo. Por lo tanto la empresa debe enfocarse a una venta diaria de frutas, ver Tabla 2.

Tabla N°2. Frecuencia de Compras

	FREC.	PORCENT.	% ACUMULADO
Diaria	171	64,53%	64,53%
Semanal	64	24,15%	88,68%
Quincenal	23	8,68%	97,36%
Mensual	5	1,89%	99,25%
Otra	2	0,75%	100,00%
Total	265	100,00%	

Fuente: Pallo (2014)

De acuerdo a la Tabla 3., el 43,40% de la muestra consume ambos tipos de frutas, el 32,08% prefiere frutas nacionales y un 24,53% de las familias adquieren frutas importadas. Por lo tanto, se deben vender frutas

tanto de procedencia nacional como las procedentes del extranjero.

Tabla N°3. Origen de las Frutas

PROCED.	FREC.	PORCENT.	% ACUMULADO
Nacionales	85	32,08%	32,08%
Importadas	65	24,53%	56,60%
Ambas	115	43,40%	100,00%
Total	265	100,00%	

Fuente: Pallo (2014)

El 38,11% de las familias realizan las compras de frutas en los distribuidores de frutas, el 37,74% lo hacen en los mercados, un 13,58% compran en supermercados y despensas, el 8,68% lo hacen en las tiendas, como se muestra en la tabla 4.

Tabla N°4. Lugar de Compra

LUGARES	FREC.	PORCENT	% ACUMULADO
Supermercados	36	13,58%	13,58%
Mercados	100	37,74%	51,32%
Tiendas	23	8,68%	60,00%
Distribuidores de frutas	101	38,11%	98,11%
Otro	5	1,89%	100,00%
Total	265	100,00%	

Fuente: Pallo (2014)

Por su parte, mensualmente las familias gastan en promedio en la compra de frutas 45,50 dólares, el valor máximo destinado para frutas es de 80 dólares por mes, el gasto mínimo es de 16 dólares, y existe una desviación de más menos 1,10 dólares en los gastos mensuales, ver tabla 5.

Tabla N°5. Gasto Mensual Frutas

	USD
Media	45,50
Máximo	80,00
Mínimo	16,00
Desviación STD	1,10

Fuente: Pallo (2014)

Continuando con el estudio de mercado enfocado a los distribuidores se aplicaron 72 encuestas a los distribuidores de frutas, como se trata de un tamaño de población inferior a 100 unidades, y el tamaño de muestra es muy pequeño, se procedió a aplicar un censo, y los principales resultados son:

El 62,50% de los distribuidores de frutas adquieren tanto producto nacional como importado, el 22,22% compran sólo frutas importadas y el 15,28% adquieren únicamente frutas de procedencia nacional. Entonces para el distribuidor es necesario vender en mayor cantidad frutas importadas.

El 58,33% de los distribuidores de frutas adquieren los productos de mayoristas, el 30,56% compran en el mercado mayorista, y el 9,72% son productores propios de frutas. Por lo tanto, la empresa deberá tener buenos contactos con los mayoristas para poder llegar a los distribuidores.

En promedio los distribuidores que comercializan frutas en la ciudad de Latacunga gastan 8.250.00 dólares mensuales, la compra máxima identificada es de 16.000 dólares y el

valor mínimo de compra de frutas de los comerciantes de de 2.000 dólares por mes.

El 72,22% de comercializadores, si desea una nueva empresa de proveedores de frutas, y el 27,78% considera que no es necesario, justificando así la demanda insatisfecha, y haciendo viable el proyecto.

Mediante la diferencia entre la Oferta y la Demanda estimadas de acuerdo a los resultados de las encuestas, se determinó la Demanda Insatisfecha por años, tal como se muestra en la Tabla 6.

Tabla N°6. Estimación de la Demanda insatisfecha

AÑO	Demanda Mes	Oferta Mes	Demanda Insatisfecha Mes
2013	726.225,50	594.000,00	132.225,50
2014	763.263,00	623.700,00	139.563,00
2015	802.189,41	654.885,00	147.304,41
2016	843.101,07	687.629,25	155.471,82
2017	886.099,23	722.010,71	164.088,52
2018	931.290,29	758.111,25	173.179,04

Fuente: Pallo (2014)

Estudio Técnico

Para la selección se analizó la matriz de ponderación con tres alternativas, y se seleccionó como localización óptima en el sector de la Panamericana Norte por el sector del Mercado Mayorista.

Se formularon la siguiente Visión y Misión:

Visión 2018:

Ser una empresa líder en la importación y comercialización de frutas de primera calidad para el consumo humano, en la zona central del país.

Misión:

Brindar frutas de calidad en peso, color, sabor, puramente orgánicas a la comunidad para su distribución y consumo.

Estudio Financiero

Las finanzas nos dicen que la meta primordial de los administradores es maximizar la riqueza de los dueños de la empresa: los accionistas. La mejor y más sencilla medida de la riqueza del accionista es el precio de las acciones de la compañía, de manera que se recomienda a los administradores hacer lo necesario para incrementar el precio de las acciones de la empresa. (Gitman & Zutter, 2012).

Para la ejecución del presente proyecto se requieren 423.723,50 dólares, cuya mayor concentración se halla en la inversión de los activos fijos que es de 354.264,00 dólares.

Tabla N°7. Inversión Total del Proyecto

ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS	USD
Terreno	70.000,00
Construcción	125.000,00
Vehículos	102.000,00
Maquinaria y Equipo	47.700,00
Equipos Computación y Oficina	6.050,00
Muebles y Enseres	3.514,00
SUBTOTAL	354.264,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos Preoperativos	26.640,00
Gastos de Constitución	2.500,00
Imprevistos (5% de activos diferidos)	1.457,00
SUBTOTAL	30.597,00
CAPITAL DE TRABAJO	38.862,50
INVERSIÓN TOTAL	423.723,50

Fuente: Pallo (2014)

Evaluación Financiera

Una condición básica de la administración financiera es que exista un equilibrio entre el rendimiento (flujo de efectivo) y el riesgo. El rendimiento y el riesgo son, de hecho, factores determinantes clave del precio de las acciones, el cual representa la riqueza de los dueños de la empresa. (Gitman & Zutter, 2012)

El proyecto es factible de ejecución, ya que presenta resultados favorables como son un VAN mayor que cero de 334.868,04 dólares, una TIR superior al costo de oportunidad tanto financiera como del inversionista de 34,92% y de 39,50% respectivamente; el Período de Recuperación de la Inversión menor a los cinco años de vida útil del proyecto que se recupera en 2,69 años, y una tasa de costo

beneficio superior a uno, se ganan 49 centavos de dólar por cada dólar invertido. En el siguiente tabla 8., se observa el resumen de factores de evaluación financiera:

Tabla N°8. Evaluación Financiera

RETORNO	INDICADOR	DECISIÓN
Tasa interna de retorno financiera (TIRF)	34,90%	Favorable
Tasa interna de retorno del inversionista (TIRI)	39,50%	Favorable
Valor actual neto (VAN)	334.868,04	Favorable
Período de recuperación (nominal)	2,69	Favorable
Coefficiente costo/beneficio	1,48	Favorable

Fuente: Pallo (2014)

IV. Conclusiones y trabajo futuro

Se puede concluir que realizado el análisis de los factores externos e internos para determinar las fortalezas, debilidades oportunidades y amenazas que impactan al proyecto, así se determinó que existen muchos factores favorables como el conocimiento del mercado por parte de los inversionistas, disponibilidad de recursos financieros, se dispone de personal calificado para el negocio y existe facilidad para manejar tecnologías de punta.

Por su parte el estudio de mercado con la finalidad de conocer la oferta, demanda, la demanda insatisfecha, aspectos generales del sector, se determinó que existe una demanda adecuada que se puede atender con la nueva empresa.

Asimismo, el estudio técnico permitió establecer la localización, como también el tamaño óptimo de la empresa comercializadora y distribuidora de frutas, donde se establecieron los recursos necesarios para su ejecución.

Se desarrolló el estudio financiero donde se analizó: la inversión, financiamiento, presupuestos, capital del trabajo, depreciaciones, estados financieros para períodos de cinco años, se identificó la situación financiera de la empresa durante la ejecución del proyecto que es favorable.

Finalmente se determinó que el proyecto es factible de manera económica, financiera y técnica, así como también existe un mercado favorable para la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de frutas nacionales e importadas, en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, y con esto ofrecer productos de calidad alimenticia para el consumo humano.

Bibliografía

- Ayala, M. R. (2014). El mercado Farmacético en el Ecuador: Diagnóstico y Perspectiva. *ESPAE-EMPRESA*(4), 23-27.
- Besley, S., & Brigham, E. (2001). *Fundamentos de la Administración Financiera*. Mexico: McGraw-Hill.
- Fondevila, E. (1986). El diagnóstico financiero. *Revista Española de la*

Financiación y Contabilidad, Vol XVI, 89-112.

Gitman, L., & Zutter, C. (2012). *Principios de Administración Financiera*. Mexico: Prentice Hall.

Hernández, R., Fernández, C., & Batista, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (Vol. IV). México: McGraw Hill Interamericana.

Herrera Carvajal & Asociados CIA. LTDA. (2008). *Análisis Financiero*. Obtenido de sitio web de safi-software: http://www.safi-software.com.ec/pdf/analisis_financiero.pdf

Lawrence J., G., & Chad J., Z. (2012). *Principios de Administración Financiera. Décimo Segunda, 726.*

Van Horne, J., & Wachowicz, J. M. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. Mexico: Prentice Hall.

BIBLIOGRAFÍA

Diego Wladimir Pallo Moreno



Nació en Latacunga, provincia de Cotopaxi. En el 2004 obtiene el título de Bachiller en Ciencias, Especialización

Físico Matemáticas en el Colegio “Ciencias y Vida”. En el 2014 termina sus estudios en la Carrera de Ingeniería Comercial en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.