



TECNOLOGICO SUPERIOR
“CORDILLERA”

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
CENTRO DE ACOPIO DE HORTALIZAS DE CALIDAD PARA DISTRIBUIR A
PEQUEÑOS, MEDIANOS Y GRANDES CONSUMIDORES, UBICADO EN EL
SECTOR SAN VICENTE DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO.

Proyecto de incubadora previo a la obtención de título de tecnólogo en
Administración Bancaria y Financiera

Autor: Chasi Pérez Mariela Natali

Tutor: Ing. Napoleón Castro. MsC.

Quito, Octubre 2014

Declaratoria

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se ha citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Mariela Natali Chasi Pérez

CC. 1724295546

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante *Mariela Natali Chasi Pérez* por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de análisis de sistemas que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE HORTALIZAS DE CALIDAD PARA DISTRIBUIR A PEQUEÑOS MEDIANOS Y GRANDES CONSUMIDORES, UBICADO EN EL SECTOR SAN VICENTE DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**”, el cual incluye la creación y desarrollo e instalación de un Centro de Acopio de Hortalizas, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación de un centro de acopio de hortalizas, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los

derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del centro de acopio de hortalizas descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el proyecto por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción de in centro de acopio de hortalizas por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del centro de acopio de hortalizas; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del proyecto; d) Cualquier transformación o modificación del proyecto; e) La protección y registro en el IEPI del proyecto a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del proyecto; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del centro de acopio de hortalizas que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 13 días del mes de Octubre del dos mil catorce.

f) _____

f) _____

Mariela Natali Chasi Pérez

C.C. N 1724295546

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CEDENTE

CESIONARIO

Agradecimiento

Doy gracias a dios, por su bondad y sabiduría para conmigo, por mostrarme el camino correcto y no permitir que decaiga a lo largo de mi vida.

Gracias a todo el personal docente, mis queridos maestros que al fin verán los frutos de su enseñanza.

Dedicatoria

Primeramente a mis padres por su apoyo incondicional para conmigo, a las personas especiales, por su amistad, apoyo, ánimo, perseverancia y compañía en la etapa de mi subsistencia. Si es cierto que algunas personas están conmigo y otras en mis más hermosos recuerdos sin saber dónde estén, quiero darles las gracias por formar parte de mi vida.

Índice General

Declaratoria	ii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL	iii
Agradecimiento	vii
Dedicatoria.....	viii
Índice General	ix
Resumen Ejecutivo.....	xx
Abstract.....	xxi
Capítulo I	1
1. Introducción	1
1.01 Antecedentes	3
1.02 Justificación	6
Capítulo II.....	8
2. Análisis Situacional.....	8
2.02 Los factores que se analizan en la microempresa son:	9
2.03 Los factores que se caracterizan son los siguientes:.....	10
2.01.01 Factor Económico.....	13
02.01.01.01 El PIB	13

2.01.01.02 La Inflación.....	15
2.01.01.03 Canasta Básica.....	16
2.01.02 Factor Social	17
2.01.02.01 Tasa de Desempleo	17
2.01.03 Factores Legales	19
2.01.04 Factores Tecnológicos	23
2.02 Entorno Local	24
2.02.01 Clientes	24
2.02.02 Proveedores.....	25
2.02.03 Competidores.....	26
2.03 Análisis Interno	27
2.03.01 Propuesta Estratégica	27
2.03.01.01 Misión.....	27
2.03.01.02 Visión.....	28
2.03.01.03 Objetivos	28
2.03.01.03.01 Objetivo General	29
2.03.01.03.02 Objetivos Específicos	29
2.03.01.04 Principios y Valores	29
2.03.02 Gestión Administrativa.....	31
2.03.02.01 Organización.....	31

2.03.02.02 Director General	31
2.03.02.03 Finanzas	32
2.03.02.04 Administrador del personal	32
2.03.02.04 Producción	33
2.03.02.05 Mercadeo.....	33
2.03.03 Gestión Operativa	34
2.03.03.01 Caracterización del producto y servicio.....	34
2.03.03.02 Clasificación de las hortalizas	35
2.03.04 Gestión Comercial.....	37
2.03.04.01 Producto.....	37
2.03.04.01.01 Logotipo de la empresa.....	38
2.03.04.01.02 Esquema de colores	39
2.03.04.02 Precio.....	39
2.03.04.03 Plaza	40
2.03.04.04 Promoción	41
2.04 Análisis FODA.....	42
Capítulo III	44
3. Estudio de Mercado.....	44
3.01 Análisis del Consumidor.....	44
3.01.01 Determinación de la Población y Muestra.....	45

3.01.01 Población	45
3.01.02 Muestra	46
3.01.02.01 Diseño de la Muestra	47
3.01.02.02 Tamaño de la Muestra	48
3.01.02 Técnicas de Obtención de la Información Encuesta	49
3.01.03 Análisis de la Información	51
3.02 Oferta	62
3.02.01 Oferta Histórica	62
3.02.02 Oferta Actual	62
3.02.03 Oferta Proyectada	63
3.03 Productos Sustitutos	63
3.04 Demanda	63
3.04.01 Demanda Histórica	63
3.04.02 Demanda Actual	63
3.04.03 Demanda Proyectada	65
3.05 Balance Oferta-Demanda	65
3.05.01 Balance Actual	66
Capítulo IV	67
4. Estudio Técnico	67
4.01 Tamaño del Proyecto	67

4.01.01 Capacidad Instalada	68
4.01.02 Capacidad Óptima	68
4.02 Localización	69
4.02.01 Macro localización	70
4.02.02 Micro localización	71
4.02.03 Localización Óptima	72
4.03 Ingeniería del Producto	73
4.03.01 Definición del B y S	73
4.03.02 Distribución de Planta	74
4.03.03 Proceso Productivo.....	75
4.03.04 Maquinaria	77
4.03.05 Equipos.....	77
Capítulo V.....	80
5. Estudio Financiero.....	80
5.01 Ingresos Operacionales y no Operacionales	80
5.02 Costos	81
5.02.01 Costo Directo	81
5.02.02 Costos Indirectos	84
5.02.03 Gastos Administrativos.....	84
5.02.04 Gastos de Venta.....	85

5.02.05 Gastos Financieros	86
5.02.06 Costos Fijos y Variables	86
5.03 Inversiones	88
5.03.01 Inversión Fija.....	88
5.03.02 Activos Fijos.....	89
5.02.01.02 Activos Nominales	91
5.02.02 Capital de Trabajo	91
5.02.03 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos	92
5.02.04 Amortización de financiamiento (tabla de amortizaciones).....	93
5.20.05 Depreciaciones (tabla de depreciaciones).....	94
5.02.06 Estado de Situación Inicial	95
5.02.07 Estado de Resultados (proyectado a 5 años)	96
5.03 Evaluación.....	97
5.03.01 Tasa de Descuento	97
5.03.02 VAN	98
5.03.03 TIR.....	99
5.03.04 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)	100
Elaborado por: Mariela Chasi	101
5.03.05 RBC (Relación Costo Beneficio)	101
5.03.06 Punto de Equilibrio	102

5.03.07 Análisis de Índices Financieros	104
Capítulo VI	105
6.01 Impacto Ambiental	105
6.02 Impacto Económico.....	106
6.03 Impacto Productivo.....	107
6.04 Impacto Social	107
Capítulo VII.....	109
7. Conclusiones y Recomendaciones	109
7.01 Conclusiones	109
7.02 Recomendaciones	110
• Bibliografía	112
• Anexos # 1	114

Tablas

Tabla # 1 Proveedores.....	25
Tabla # 2 Competidores.....	26
Tabla # 3 análisis FODA.....	43
Tabla # 4 Demanda Insatisfecha.....	66
Tabla # 5 Demanda Actual.....	65
Tabla # 6 Oferta Actual.....	62
Tabla # 7 Localización Optima.....	72
Tabla # 8 Localización Optima.....	72
Tabla # 9Equipo.....	77
Tabla # 10 Equipo de Computacion.....	78
Tabla # 11 Equipo de Oficina.....	78
Tabla # 12 Muebles y Enceres.....	79
Tabla # 13 Vehiculo.....	79
Tabla # 14 Edificio.....	79
Tabla # 15Gastos Operacionales.....	81
Tabla # 16 Rol de Pagos.....	82
Tabla # 17 Rol de Provisiones.....	82
Tabla # 18 Equipo de Procesamiento.....	83
Tabla # 19 Gastos Administrativos.....	85

Tabla # 20 Gastos de Venta	86
Tabla # 21 Materiales de Limpieza.....	87
Tabla # 22 Útiles de Oficina	87
Tabla # 23 Inversión Fija.....	88
Tabla # 24 Equipo de Procesamiento	89
Tabla # 25 Equipo de Computación	90
Tabla # 26 Muebles y Enceres.....	90
Tabla # 27 Vehículo.....	90
Tabla # 28 Edificio	90
Tabla # 29 Capital de Trabajo	91
Tabla # 30 Fuentes de financiamiento.....	92
Tabla # 31 Tabla de Amortización	93
Tabla # 32 Depreciaciones	94
Tabla # 33 Estado de Situación Inicial.....	95
Tabla # 34 Estado de Resultados	96
Tabla # 35 Tasa de Descuento	97
Tabla # 36 VAN.....	98
Tabla # 37 TIR.....	99
Tabla # 38 PRI.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla # 39 Costo Beneficio	101

Tabla # 40 Punto de Equilibrio	102
Tabla # 41 Índices Financieros.....	104

Figuras

Figura # 1 PIB en el Ecuador	14
Figura # 2 Inflación en el Ecuador	15
Figura # 3 Canasta Básica en el Ecuador.....	16
Figura # 4 Tasa de Desempleo en el Ecuador	18
Figura # 5 Pregunta 1	51
Figura # 6 Pregunta 2	52
Figura # 7 Pregunta 3	53
Figura # 8 Pregunta 4	54
Figura # 9 Pregunta 5	55
Figura # 10 Pregunta 6	56
Figura # 11 Pregunta 7	57
Figura # 12 Pregunta 8	58
Figura # 13 Pregunta 9	59
Figura # 14 Pregunta 10	60
Figura # 15 Pregunta 11	61
Figura # 16 Macro localización.....	70
Figura # 17 Material de Limpieza	78
Figura # 18 Micro localización.....	71

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto busca aportar un valor agregado a un producto orgánico, en un mercado globalizado y emprendedor, el proyecto se encamina a la creación de una microempresa que se desarrollará en el Sector San Vicente de Guyllabamba.

Se detallan las generalidades del producto, su proceso de comercializar, continuando con la determinación de objetivos de la investigación de mercado, estableciendo la oferta e identificando la demanda insatisfecha que permite fundamentar las posibilidades de entrar en el mercado, luego se indica el aspecto productivo, la estructura administrativa.

El origen de la inversión será del 60% de aporte propio y el restante 40% a través de un crédito bancario. El monto del préstamo será cancelado en un plazo de 2 años con cuotas fijas; a una tasa de interés conveniente.

El análisis financiero y económico para el proyecto resulto muy favorable; en cuanto a sus índices financieros más significativos se obtuvo un capital de trabajo positivo para efectuar gastos corrientes e inversiones inmediatas; así como la microempresa podrá cubrir los intereses de la deuda con las utilidades obtenidas en los periodos citados, estos indicadores son muy importantes para que las instituciones financieras nos otorguen créditos futuros.

Abstract

Executive Summary

This project seeks to add value to an organic product, in a globalized, entrepreneurial market; the project is aimed at creating a small business that will take place in San Vicente de Guyllabamba Sector.

An overview of product features, the process of marketing, continuing the targeting of market research, establishing supply and identifying unmet demand allowing substantiate the possibilities of entering the market, then indicated the production side, administrative structure.

The origin of the investment will be 60% of own contribution and the remaining 40% through a bank loan. The loan amount will be repaid within 2 years with fixed fees; a desirable interest rate.

The financial and economic analysis for the project turned out very favorable; in their most significant financial indices positive working capital was obtained to make immediate investments and running costs; and microenterprise may cover debt interest revenues earned during the periods mentioned, these indicators are very important for financial institutions give us future receivables.

Capítulo I

1. Introducción

San Vicente de Guyllabamba sector bajo cuenta con áreas dedicadas a cultivos que a través de los años han constituido, los mayores sitios geográficos dedicados a la agricultura como es el caso de las hortalizas. En la actualidad la necesidad de cultivar para obtener mayores ingresos económicos ha impulsado a los agricultores adoptar otras alternativas para distribuir sus productos con una mejor calidad e higiene.

Este proyecto se desarrollara con la iniciativa de promover a la organización de los pequeños agricultores del barrio san Vicente de Guyllabamba del sector bajo con la finalidad de brindar un trabajo digno, ya que los cultivos altamente rentables no requieren de gran extensión de terreno ni tampoco de fuertes inversiones, poseen un periodo vegetativo relativamente corto y de gran aceptación en el mercado.

El propósito es determinar la rentabilidad económica a través de la determinación de los ingresos y egresos económicos de los productores de lechuga, brócoli, col, y coliflor con la producción, variedad, área de siembra, manejo

agronómico, clima y riesgo en la zona de estudio, considerando que la ganancia total de los productores depende de la relación entre los costos de producción y el ingreso total alcanzado. Y de esta manera realizar la implementación del Centro de Acopio en donde se llevará a cabo la clasificación de los productos, es decir el lavado, empaque y sellado con el fin de distribuir y vender a los pequeños, medianos y grandes consumidores. Brindando a la ciudadanía productos de calidad.

El precio de venta por el cual comercializaron sus productos determinarán los ingresos de los productores por lo tanto los costos e ingresos resultan ser dos elementos fundamentales para determinar el nivel de rentabilidad.

La agricultura es una parte fundamental del sector económico primario junto con la ganadería, por lo tanto la actividad agrícola aporta con el 10% al Producto Interno Bruto, siendo una base importante para el crecimiento de la economía de los países. En la actualidad millones de personas se sustentan gracias a la agricultura fomentando la seguridad alimentaria e impulsando las economías de los países en vías de desarrollo.

El Plan del Buen Vivir establece la construcción de un sistema económico justo el que propicia el intercambio de productos en el mercado y el acceso a recursos productivos evitando así la dependencia de importación de alimentos con mejor precio y calidad.

1.01 Antecedentes

En los antecedentes se considera a toda información publicada sobre el tema que se trata de investigar para obtener datos reales, “Los antecedentes orientan el trabajo de investigación, debido a que son referencias de trabajos realizados o de publicaciones científicas que comprueba teorías sobre ciertos fenómenos.” (Juan, 2012).

Mediante una evaluación de aspectos sociales, económicos y agronómicos se ha apreciado que el cultivo es manejado de manera práctica con técnicas básicas por lo que es evidente y de suma importancia el desarrollo de un Centro de Acopio de Hortalizas que consiste en reunir productos para luego venderlos de una forma en la que se destaque la presentación del producto.

Un centro de acopio para hortalizas tiene que considerar como factor determinante la peresibilidad de estos productos que varía de forma muy significativa entre ellos. En efecto, factores como temperatura, clima, ventilación y manejo los afectara en forma muy diferente y habrá que conocer con exactitud su influencia en cada uno de los productos, a comercializar para fijar las especificaciones de manejo. (Bolívar, 1983).

En la Provincia de Pichincha existen pequeños productores de diferentes tipos de alimentos; algunos barrios se dedican a la siembra y cosecha de hortalizas de calidad ya que son una acceso a diversas fuentes de trabajo e ingreso económico como es el caso del Barrio San Vicente de Guyllabamba sector bajo.

La compraventa de un producto, es una actividad de transformación que debe seguir una serie de pasos en el sistema de comercialización que se inicia desde el productor, acopiadores rurales, mercado mayorista, mercado detallista y consumidor

final; ya que el margen de comercializar tiene por objeto favorecer los costos y riesgos del mercado, generando un ingreso para quien produce y la distribución de un producto de calidad. (Oballe, 1974)

Los agricultores utilizan sus propias herramientas en la producción, cosecha y transporte para la comercialización, debido a la falta de un lugar específico que proporcione la facilidad de recolectar, almacenar y distribuir las hortalizas ya que existen casos en los que pagan el flete para llevar las hortalizas al lugar en donde distribuyen; y por tal motivo el Centro de Acopio permitirá a los agricultores recolectar, procesar y entregar inmediatamente si correr el riesgo de que los productos se deterioren o no sean vendidos.

El estudio de factibilidad de implementación del Centro de Acopio tiene como objeto mejorar las condiciones socioeconómicas y organizar a los productores de San Vicente de Guyllabamba en la entrega de lechuga, brócoli, col y coliflor para realizar la selección, lavado sanitario, secado, procesamiento y empaque de los mismos para tener una competencia en calidad y cantidad, y de esta manera poder distribuir a los pequeños, medianos y grandes consumidores.

El Centro de Acopio conlleva a la comercialización y procesamiento, con el objeto de desarrollar elementos de contratos de compra con supermercados aumentando las posibilidades a los productores de ser competitivos y mantenerse en el mercado nacional e implementar sus ingresos. Así como también se promoverá una agricultura sustentable como base estratégica del desarrollo rural integral con el fin de garantizar la seguridad alimentaria en el ámbito nacional y el acceso oportuno y permanente por parte del público consumidor.

Los centros de acopio son estructuras físicas y organizativas, equipadas de recursos materiales, humanos y financieros para desempeñar la función de recolectar los productos; constituyéndose el primer contacto de la producción agrícola con el proceso de comercialización de las cosechas. La utilización del centro es el inicio de múltiples actividades del proceso productivo, lo que podría contribuir a la certificación de la agricultura, calidad integral y el valor agregado a los productos dentro de las cadenas agroindustriales.

1.02 Justificación

El sector productivo y la siembra de hortalizas de calidad son un acceso a diversas fuentes de trabajo e ingresos que los moradores del barrio San Vicente de Guyllabamba realizan día a día, impulsando de esta manera a sus hijos y nietos a continuar con la tradición de trabajo ya que cuentan con propiedades que han sido herencias de sus padres, la ayuda familiar fue y es clave en el modo de vida; también cabe recalcar que los esfuerzos puestos en el cultivo es con el fin de mejorar la productividad y calidad, generando una superficie amplia de siembra que sirve para establecer un mejor desarrollo de las familias.

A pesar de los inconvenientes que surgen por la misma naturaleza tales como el clima ya que en esta parte de la región es muy variable, la falta de agua que hace que los cultivos no desarrollen en igualdad y las plagas que siempre están presentes pero son manejables; quienes trabajan en esto buscan la manera de que sus cultivos sean cosechados y vendidos con la calidad posible.

El Estudio de factibilidad tiene la intención de crear y organizar a los pequeños productores a la implementación de un centro de acopio de hortalizas en el barrio San Vicente de Guyllabamba sector bajo en el que se pueda suplir la necesidad de mantener los productos en buen estado y distribuirlos con calidad y presentación de una estrategia que permita desarrollar el estudio de factibilidad de la mejor manera.

La falta de un lugar en el que los productos sean seleccionados y procesados para la venta al consumidor final llevará a la implementación del Centro de Acopio de Hortalizas ya que con el apoyo y colaboración de los moradores y agricultores se ha intercambiado conocimientos que permiten el desenvolvimiento del mismo para de esta

manera contribuir al desarrollo económico y el Plan del Buen vivir que ayuda a que se consuma productos de calidad y alimenticios sin necesidad de químicos.

Una vez constituido el centro se establecerá un estudio que permita analizar los costos de maquinaria para procesamiento y selección de las hortalizas, del mismo modo los precios dentro del mercado para constituir el mismo de cada uno de los productos ya que llevarán un empaque y sellado con el nombre y lugar en el que se ha producido.

Capítulo II

2. Análisis Situacional

Ambiente Externo

El ambiente externo son aquellos factores del medio que influyen en todas o en casi todas las organizaciones de un determinado país o región.” (Magayare, 2010)

Factores que se analizan en la microempresa

El objetivo de analizar los factores de las microempresas es para determinar el emprendimiento y el éxito competitivo, el motivo principal es la mejora de los ingresos que tiene la microempresa.

Este trabajo tiene como objetivo el análisis de los diversos factores que la literatura económica y psicológica ha recogido como condicionantes de la creación de pequeñas empresas. En primer lugar, se analizan aquellas características que definen la figura de empresario, tanto las relacionadas con los rasgos de su personalidad (las

denominadas habilidades innatas) como aquellas otras adquiridas a través de la formación y de la experiencia. (Fernandez Sanchez, 2001)

2.02 Los factores que se analizan en la microempresa son:

Capital social.- es un conjunto de relaciones sociales entre individuos, dichas relaciones apoyada en el conocimiento que las personas tienen entre sí y en la naturaleza de su capital social provienen del individuo como ser social al desear satisfacer necesidades y obtener beneficios.

Infraestructuras.- La infraestructura de una planta de procesamiento de frutas y hortalizas se puede dividir, para los fines del análisis, en dos aspectos, las necesidades en obras civiles y servicios básicos disponibles, y la disponibilidad de equipamiento.

Tecnología.- Todo negocio cuyo objetivo es estar al día con la tecnología en el mercado, sea a través de los productos o servicios que ofrece, la relación que mantiene con sus clientes o de la forma de venderles, o a la forma como administra el negocio, debe promover la creatividad de su gente.

Estructura sectorial.- la estructura organizacional puede ayudar a las personas a obtener recursos adecuados para llevar a cabo el trabajo, seguridad, y condiciones laborales bastante dependientes pero débil en el apoyo psicológico lo que hace necesario.

2.03 Los factores que se caracterizan son los siguientes:

- **Sectorial:** La innovación a los mercados mayoristas para ofrecer un producto terminado de calidad y a un bajo costo.
- **Rreligión:** En sentido general relación moral que existe entre el hombre y dios, conjunto de verdades y normas que nos unen a dios.

Dentro de estas tenemos las siguientes religiones que son:

- **El Judaísmo.-** La alimentación judía se caracteriza por la densidad de su simbolismo y por sus escritas obligaciones alimentarias. En la casa de la religión judía, todo alimento a toda prohibición tiene una profunda dimensión simbólica. Para los judíos, como dios conoce la función propia de cada alimento, dio al pueblo un conjunto de leyes y preceptos que han regido su alimentación.
- **El Catolicismo.-** En las culturas marcadas ideológicamente por el cristianismo, determinados comportamientos alimentarios se considera pecaminosos o, al contrario, un medio para lograr la santidad. Así, por ejemplo, la gula-comer y beber desordenadamente, en exceso- constituye para la moral católica uno de los pecados capitales. En el sentido contrario, el ayuno, la restricción, sobre todo de ciertas sustancias, como la carne el alcohol, incluso la sangre representan la bondad. En términos generales, el sistema alimentario propio de catolicismo implica una cierta ascesis, traducida en un conjunto de prescripciones y prohibiciones repartidas en los diferentes periodos y fiestas litúrgicas situadas a

lo largo del calendario gregoriano, como son el periodo de adviento, navidad, la epifanía la cuaresma y la pascua.

- **El Islam.**- Está prohibido el animal muerto la sangre, la carne de cerdo, animal ahogado, animal muerto a golpes salvo aquellas que degollé antes de que muera. En buena medida, las prescripciones alimentarias propias del Islam se construyen de un modo bastante explícito contra el judaísmo y sus cuantiosas prohibiciones alimentarias.
- **El Hinduismo.**- Desempeñan un importante papel los puntos de vista religiosos, el quien como algo depende de numerosos criterios los vaishnavas son vegetarianos y los saivas, en general no. En momentos diferentes comen cosas diferentes, los criterios son momento del día, y las épocas del año, el clima, los días festivos.

PRESCRIPCIONES ALIMENTARIAS DE DIVERSAS RELIGIONES DEL MUNDO				
ALIMENTOS	JUDAISMO	CATOLISISMO	ISLAM	HINDUISMO
Huevos	Si	Si	Si	Algunos
Leche, Yogurt	Cuajada		Cuajada	Cuajada
Queso	No	Si	No	No
Gallina	Kosher	Algunos	Halal	Algunos
Cordero	Kosher	No los comen	Halal	Algunos
Cerdo	Kosher	Durante la cuaresma	No	Rraro
Pescado		Si	Halal	
Mariscos	No	Si	Halal	
Alcohol	Si	La mayoría	No	No
Tè, Cafè	Si	Si	Si	Si
Legumbres	Si	Si	Si	Si
Verduras	Si	Si	Si	Si
Frutas	Si	Si	Si	Si
Ayuno	Yon Kippur	Algunos	Ramadan	Algunos

Ppolítico: Es una actividad orientada en forma ideal a la toma de decisiones de un grupo de trabajo para alcanzar ciertos objetivos (Uruguay, Definición de políticas y estrategias, 2009, pág. 77)

Dentro del Centro de Acopio tenemos las siguientes políticas:

- Ofrecer un producto y brindar un mejor servicio de calidad a los consumidores de la localidad.
- Promover la enseñanza y el mejoramiento continuo en todas las áreas y las actividades a realizarse, con el fin de ofrecer un producto que satisfaga plenamente las necesidades del cliente.
- Proporcionar estrategias competitivas y elementos adecuados para llevar a cabo un eficiente funcionamiento y administración del centro de acopio.
- Se impulsará el desarrollo empresarial y humanístico en el sector de San Vicente de Guyllabamba a través del presente proyecto.
- Brindar calidad e higiene en los procesos de elaboración.
- Alcanzar la máxima rentabilidad a través de la utilización óptima de los recursos.
- Se incentivará la cultura y prácticas ecológicas
- Establecer principios y valores para mantener un buen ambiente de trabajo y un excelente clima laboral

Ambiental: El impacto ambiental considerado a la naturaleza en un entorno amigable, en materia de conservación de los recursos naturales, dentro del desarrollo del proyecto se debe considerar el grado de afectación que este genere al contexto, para lo cual se hace necesario adoptar políticas en gestión y preservación del medio ambiente, dando un buen tratamiento a los desechos orgánicos e inorgánicos que se genere durante la vida del proyecto, aprovechando de mejor manera los recursos naturales existentes.

2.01.01 Factor Económico

El entorno económico más amplio de una empresa es un factor que puede afectar al entorno de negocios de la misma. Durante una recesión, los consumidores gastan menos en elementos opcionales, tales como automóviles y electrodomésticos. Como resultado, el entorno comercial sufre. Por otro lado, si el entorno económico es próspero, los consumidores son más propensos a gastar dinero, no sólo en las necesidades sino también en artículos más grandes.

02.01.01.01 El PIB

En macroeconomía, el producto interno bruto (PIB), es una medida macroeconómica que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de demanda final de un país durante un periodo determinado de tiempo (normalmente un año)

El PIB es usado como una medida de bienestar material de una sociedad y es objeto de estudio de la macroeconomía. Su cálculo se encuentra dentro de la contabilidad nacional. Tras el pertinente ajuste de los resultados obtenidos en los mismos, al menos parcialmente resulta incluida en su cálculo la economía sumergida.

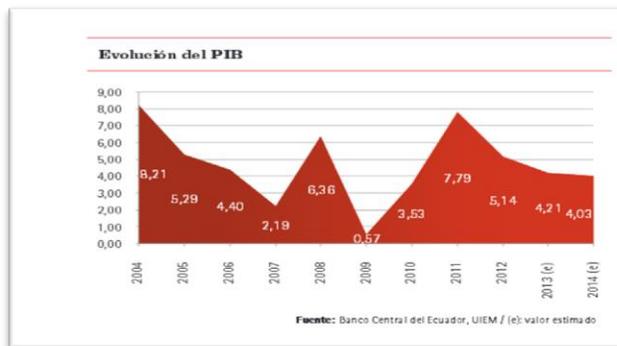
No obstante, existen limitaciones a su uso. Además de los mencionados ajustes necesarios para la economía sumergida, el impacto social o ecológico de diversas actividades puede ser importante para lo que se esté estudiando, y puede no estar recogido en el PIB. Existen diversas medidas alternativas al PIB que pueden ser más útiles que este para determinadas comparaciones y estudios. (Stiglitz, 2008)

La evolución del PIB en el 2004 fue de 8.21% y en el 2014 fue de 4.03% la diferencia en 10 años es de 4.18, en la cual la evolución que presenta la economía fue buena, en el 2009 fue de 0.55% y en el 2014 fue de 4.03% la diferencia en 5 años es de 3.48%, a diferencia de los otros años la economía ecuatoriana a disminuido, en el año 2011 fue de 7.79% y el 2014 fue de 4.03% la diferencia en 3 años es de 3.76% fue un año que se caracterizó por un proceso de desaceleración en la economía ecuatoriana, en este nacimiento 2014, es necesario evaluar los factores más determinantes dentro de la economía en los años previos.

En los últimos años, el crecimiento en el país se ha dado como resultado de la importante inversión que se ha originado desde el sector público.

(Fuente: Banco Central del Ecuador).

Figura # 1 PIB en el Ecuador

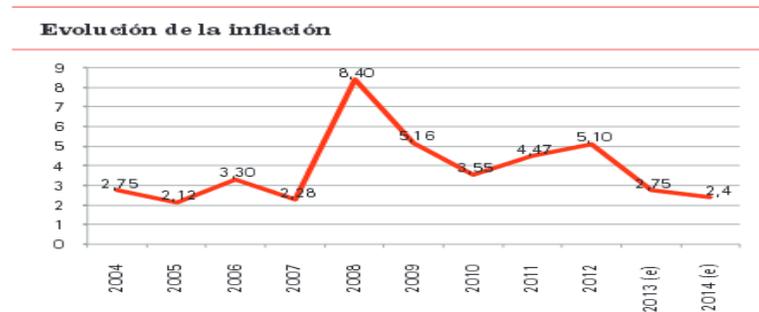


Fuente: (Ecuador, Banco Central del Ecuador, 2014)

2.01.01.02 La Inflación

Distorsiona los precios relativos y por ello desestabiliza la economía. Un país con tasa altas de inflación debe enfrentar un bajo crecimiento económico, altas de interés y una disminución en la inversión como consecuencia de la incertidumbre que se genera. Dicha disminución provoca una caída en la producción y en la tasa de crecimiento de la economía.

Figura # 2 Inflación en el Ecuador



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

En el 2004 la inflación se ubicó en 2.75% mientras que en 2014 la inflación llegó a 2.4% lo que se puede observar la diferencia es de 0.35%, en el 2008 la inflación aumentó al 8.40% mientras que en el 2014 la inflación bajó al 2.4% y la diferencia en estos 5 años es del 6% como se puede ver es una diferencia muy alta.

2.01.01.03 Canasta Básica

La canasta es el conjunto de bienes y servicios indispensables para que una persona o una familia puedan cubrir sus necesidades básicas a partir de sus ingresos, en otras palabras, una canasta básica es aquella que tiene todos los productos necesarios para poder tener una vida sana, tanto física como mental.

Figura # 3 Canasta Básica en el Ecuador



Fuente:(Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2014)

El costo de la canasta básica en enero se ubicó en \$ 628,27 frente a un ingreso familiar con 1,6 perceptores de \$634,67 es decir 6,40 dólares más, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Inec.)

Este comportamiento no se había visto en el Ecuador desde 1982 cuando el ingreso superó al costo de la canasta con 0,01 centavos de dólar.

2.01.02 Factor Social

Se refiere a las actividades, deseos, expectativas, grado de inteligencia y educación de las personas o una determinada sociedad; sus principales modalidades son organización empresarial junto con un mercado consumidor.

Con la instalación del centro de acopio de hortalizas se logre la unión de los productores del Sector San Vicente de Guyllabamba ya que es un beneficio para la sociedad logrando así que cada beneficiario pueda ir involucrando a sus familiares y a más de tener un beneficio económico puedan pasar más tiempo con sus hijos.

Durante el tiempo de trabajo se capacitara a cada uno de los productores en temas referentes a servicios y atención al cliente para relacionarse con los mismos.

“Los factores sociales, son aquellas cosas que afectan a los seres humanos en su conjunto, sea en el lugar y en el espacio en el que se encuentren. En que está afectando a la sociedad.” (Abad Gomez, 2009)

2.01.02.01 Tasa de Desempleo

La Tasa de Desempleo se calcula como el número de personas desocupadas dividido la Población Económicamente Activa (PEA), siendo esta la población o edad de trabajar que en el período de referencia o bien tienen una ocupación en la que producen bienes o servicios económicos (Ocupados) o bien sin tenerla la buscan activamente (Desocupados).

La Tasa de Desempleo se puede encontrar también con la denominación de Tasa de Desocupación o Tasa de Desempleo Abierto.

Al registrarse importantes niveles de crecimiento en los últimos años, la tasa de desempleo en el país también se ha reducido, ubicándose por debajo del 5%. El nivel de desempleo se ha reducido desde el año 2009 en el que se ubicó en 7,93%. Al seguir presentándose crecimiento y bajo el nivel de desempleo, no se espera que éste se reduzca mayormente en 2014. El mayor inconveniente sigue siendo el subempleo que bordea el 50%.

Fuente: Banco Central del Ecuador

Figura # 4 Tasa de Desempleo en el Ecuador



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

En el 2007 la tasa de desempleo se ubicó en el 6.07% mientras que en el 2014 se ubicó en 5% esto quiere decir que el nivel de desempleados bajo y a diferencia del 2007 y del 2014 que da un promedio de 1.07%, en el 2009 la tasa de desempleo subió al 7.93%, en este año se puede observar que el país existió más fuentes de trabajo al contrario del 2014 que se encuentra en 5% y la diferencia en estos 7 años es de 2.93% esto es la diferencia del 2009 al 2014.

2.01.03 Factores Legales

Se habla de todo tipo de leyes, reglamentos que pone el gobierno en el país para realizar trámites legales ya sea para la importación o exportación de materiales o productos que en algunos países están regidos por gobiernos centralistas y no es fácil comercializar con las demás economías por sus dificultades en el sistema legal.

El centro de acopio será la unidad de producción económica legalmente constituida, conformada por varios productores quienes toman las decisiones y responden por las obligaciones que contraiga la misma contando con una serie de elementos personales y materiales, los que están asentados en un lugar determinado para obtener un bienestar económico, ofreciendo bienes para satisfacer las necesidades del consumidor. “Factores legales, los cuales hacen referencia a todas las normas que las empresas nacionales como las internacionales tienen que pasar para entrar en operaciones en ese país.”
(Dominguez, 2004)

Los siguientes requisitos son los que necesitaremos para la ubicación del Centro de Acopio de Hortalizas:

1.-Registro Único de Contribuyentes RUC.

Los requisitos para obtener el Registro Único de Contribuyentes RUC es

El siguiente:

- Original y copia de la cedula vigente
- Original del certificado de votación.
- Planilla de Servicios Básicos actualizada
- Estado de cuenta bancario, tarjeta de crédito o telefonía celular

- Factura por el servicio de televisión pagada o de internet.
- Cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la Dirección del contribuyente.
- Contrato de arrendamiento.
- Escritura de propiedad o compra y venta del inmueble, debidamente escrita en el Registro de la propiedad.
- Certificado de la junta parroquial más cercana al lugar de domicilio, solo en casa de que el predio no este catastrado.
- Copia de Registro de escrituras en el Registro Mercantil 156

2.- Patente Municipal.

Para la Patente Municipal los requisitos son los siguientes:

- Copia de la cedula vigente.
- Copia del certificado de votación.
- Copia de Planilla de Servicios Básicos actualizada.
- Nombramiento del Gerente o del Representante Legal.

3.- Certificado de Salud.

El permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública se detalla a

Continuación:

- Copia del registro único de contribuyentes (RUC Sociedades)
- Copia de la cédula de identidad y copia del certificado de votación del propietario del establecimiento
- Permiso del cuerpo de bomberos

- Copia de certificados de salud conferidos por los Centros de Salud del MSP

4.- Permiso de Bomberos.

- Solicitud de inspección.
- Informe de la inspección.
- Copia del RUC.
- Copia de la cedula.
- Copia del permiso del año anterior.
- Copia de la patente municipal.

5.-Obtener la Calificación Persona Natural

- Formulario de la declaración de Patente Municipal debidamente lleno. Este se puede obtener en la página del municipio del Cantón.
- Original y copia de cedula de identidad.
- Original y copia de papeleta de votación vigente.
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos:
 - Planilla del servicio eléctrico
 - Consumo telefónico, o consumo de agua potable de uno de los tres meses anteriores a la fecha de realización del trámite.

Procedimiento:

El contribuyente se acerca a cualquier ventanilla de atención al contribuyente del Servicio de Rentas Internas a nivel nacional portando los requisitos antes mencionados e inscribe el Registro Único de Contribuyente (RUC).

6.- Permiso de Funcionamiento

El permiso de funcionamiento es el documento otorgado por la autoridad sanitaria nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumple con todos los requisitos para su funcionamiento, establecido en la ley Orgánica de Salud, este reglamento y los demás reglamentos específicos.

Con los siguientes datos:

- Nombre del propietario o representante legal.
- Nombre o razón social o denominación del establecimiento.
- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) y cedula de ciudadanía del propietario o responsable legal del establecimiento.
- Actividad o actividades que se realicen en el establecimiento.
- Ubicación del establecimiento: Cantón, Parroquia, Sector, Calle principal e intersecciones, teléfono, fax, Correo electrónico si lo tuviere.

7.- Medio Ambiente

El proponente debe solicitar al subsecretario de calidad Ambiental, el Certificado de Intersección con el Sistema de Áreas Protegidas (SNAP), Bosques Protectores y Patrimonio Forestal del Estado. Esta solicitud debe contener:

- Fecha de la solicitud del Certificado de Intersección
- Razón social del proponente
- Apellidos y nombres del Representante legal
- Dirección
- Ciudad

- Calle No.
- Teléfono No.
- E-mail
- Nombre del proyecto
- Actividad y una breve descripción del proyecto

Papeleta de depósito en Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente en el Banco Nacional del Fomento, de la tasa correspondiente de US/ 50.00, de conformidad con lo dispuesto en el libro IX del Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria.

2.01.04 Factores Tecnológicos

El Centro de Acopio de hortalizas contará con tecnología adecuada para el buen funcionamiento del mismo y minimizar gastos operativos, dicha tecnología será adquirida a través de los diferentes proveedores de la ciudad.

La tecnología se ha convertido en parte fundamental para el desarrollo del país y de las empresas. La tecnología permite dejar volar la imaginación para desarrollar productos o servicios totalmente nuevos que pueden significar finales y comienzos de eras importantes en las destinas área.

“Es una barra de entrada que se presenta a los microempresarios. Las tecnologías a aplicar son, en general, sencillas en su diseño, en su instalación, aplicación y uso. Las instituciones ejecutoras cuentan con las competencias necesarias para asesorar y acompañar el proceso de instalación, capacitación en el uso y transferencia; en el medio existe a los recursos humanos actuales o en potencia, suficientes como para asegurar la sostenibilidad de los elementos tecnológicos de equipos o sistemas”. (Galindo Ruiz, 2006)

La tecnología que se maneja en el Centro de Acopio de Hortalizas será:

- ❖ Una máquina para el empaclado al vacío
- ❖ Una máquina para el etiquetado adhesivo
- ❖ Una máquina para el sellado
- ❖ Una computadora

2.02 Entorno Local

El Centro de Acopio de Hortalizas será construido con el fin de satisfacer las necesidades de las personas ya que no habrá desperdicio del producto, se trabajará con altos índices de calidad habrá organización entre los productores, ya no habrá competencia de productos, se brindará a la ciudadanía productos orgánicos de calidad y aun precio económico.

Las personas tienen muchas necesidades, pero son diferentes dependiendo del lugar donde vivan, el nivel social, el dinero que posean, etc. Las necesidades suelen ser ilimitadas, pero los recursos son limitados y escasos. Por ello los bienes tienen un valor y quien los quiera tiene que pagarlos. Supone una gran diversidad tanto de realidades, problemáticas y expectativas a la que corresponde. (Lopez Lita, 2004)

2.02.01 Clientes

“Constituido por los grupos de personas o instituciones que compran los bienes y usan los servicios de la organización.” (Guerrero Rosas, 2006)

Nuestros principales clientes seran:

- ❖ El TIA (Cayambe)
- ❖ SANTA MARIA (Cayambe)
- ❖ GRAN AKI (Cayambe)
- ❖ Locales de verduras (Cayambe)
- ❖ Restaurantes (Cayambe)

El cliente es una oportunidad porque de acuerdo al volumen de ventas que se lleguen a obtener la microempresa tendrá ingresos el cual permitirá crecer y ser más competitivo en el mercado.

2.02.02 Proveedores

Serán las personas que entreguen los productos al por mayor para el manejo del producto entre ellos se destaca las fundas, etiquetas, detergentes y desinfectantes. "Son los abastecedores específicos de la empresa, tanto de información y financiamiento, como la materia prima que la empresa necesita para operar." (Dominguez G. , 2006)

Nuestros principales proveedores serán de las siguientes empresas:

Tabla # 1 Proveedores

EMPRESA	PRODUCTO/ SERVICIO	TIPO DE ENTREGA	TIPO DE PAGO
	Rollos y Fundas Plasticas	Fundas	Inmediata
Impresora Zebra	Etiquetas	2 Dias	Contado
LOCANEX	Detergetes y Desinfectantes	Inmediata	Contado

Elaborado por: Mariela Chasi

Al contar con productos e insumos de buena calidad y que aseguren un servicio de calidad representa una oportunidad debido a que los clientes estarán satisfechas y el nivel de ventas crecerá

2.02.03 Competidores

Los principales competidores en los mercados mayoristas, el centro de acopio de hortaliza brindara un producto terminado y aun bajo costo se lograra la preferencia del público que lo consume. “Empresas específicas que ofertan bienes y servicios iguales o similares a los mismos grupos de consumidores o clientes, la debilidad de los competidores principales representa oportunidades externas, las fortalezas de los competidores principales representan amenazas.” (Fred, 2003)

Tabla # 2 Competidores

CENTROS DE ACOPIO	OFRECE
POSTCOSECHA EN HORTALIZAS	Acelga, Ajo, cebolla. Col Rizada Coliflor etc
CENTROS DE ACOPIO URCUQUI	Maiz, Tomate de Arbol, Tomate de Riñon
CENTRO DE ACOPIO DE AMBATO	Pimiento, Tomate, Cebolla, Abichuela

Elaborado por: Mariela Chasi

2.03 Análisis Interno

2.03.01 Propuesta Estratégica

Desarrollar un estudio de factibilidad en el Sector San Vicente de Guayllabamba al norte del Distrito Metropolitano de Quito, con el fin de cubrir una demanda insatisfecha, mejorando la calidad de alimentación en las personas y complementando su dieta con hortalizas.

La propuesta estratégica es la elaboración, desarrollo de distintos planes operativos por parte de las empresas con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas. “El éxito de una estrategia depende de que la organización tenga la capacidad estratégica para actuar con la calidad necesaria para alcanzar el éxito.”

(Jordan , Santiago de Chile)

2.03.01.01 Misión

El Centro de Acopio de Hortalizas está dedicado al cultivo y comercialización de hortalizas orgánicas para aquellas personas que deseen cuidar su salud con alimentos saludables, comprometida con el cuidado de la salud y con la conservación del medio ambiente. “Es la razón de ser de la empresa considerando sobre todo la atractividad del negocio.” (Albrecht, 1996)

2.03.01.02 Visión

En el transcurrir del tiempo el Centro de Acopio de Hortalizas llegara a ser la primera microempresa en la distribución de hortalizas de calidad y ser reconocida a nivel nacional. Consolidados como una empresa líder en la producción de hortalizas y ser preferidos por los mercados nacionales e internacionales, al generar en el consumidor confianza y bienestar a su organismo al consumir nuestros productos.

“Se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.” (Guerrero Rosas P. M., 2005)

2.03.01.03 Objetivos

Realizar un análisis de mercado, enfocado en la creación de un centro de acopio que se dedique a la Comercialización de Productos Agrícolas, ubicado en el sector San Vicente de Guyllabamba al Norte del Distrito Metropolitano de Quito, con el objetivo de determinar la aceptación del mercado hacia el centro de acopio y conocer la posible oferta y demanda.

“Un objetivo es el planteo de una meta o un propósito a alcanzar, y que, de acuerdo al ámbito donde sea utilizado, o más bien formulado, tiene cierto nivel de complejidad.” (Garcia Echeverria, 1994)

2.03.01.03.01 Objetivo General

Innovar a los pequeños productores, mediante un estudio de factibilidad para la implementación de un Centro de Acopio de Hortalizas de Calidad ubicado en el sector de San Vicente de Guyllabamba al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.03.01.03.02 Objetivos Específicos

Se deriva de los objetivos generales y los concretan, señalando el camino que hay que seguir para conseguirlos. Indican los efectos específicos que se quieren conseguir aunque no explicitan acciones directamente medibles mediante indicadores.

- Realizar un estudio de mercado que defina la aceptación del servicio en el sector de San Vicente de Guyllabamba, mediante la aplicación de encuestas.
- Determinar las fuentes de financiamiento que permita la implementación del Centro de Acopio de Hortalizas en el Sector San Vicente de Guyllabamba.
- Evaluar mediante indicadores financieros la viabilidad y factibilidad del proyecto y su sustentación y sostenibilidad en un determinado horizonte de tiempo, bajo un análisis del VAN y la TIR.

2.03.01.04 Principios y Valores

Dentro de la empresa los principios y valores que se brindara serán los más adecuados para tener un ambiente adecuado entre los trabajadores, productores y los clientes en general.

“Los principios y valores de la empresa o de las personas que la componen aún más concretamente los principios y valores que tienen las personas tienen poder para tomar las decisiones en la empresa”. (Gimbert, El Enfoque Estratégico de la Empresa, 2006, pág. 24)

Los principales principios y valores que se aplicaran en el centro de acopio de hortalizas serán:

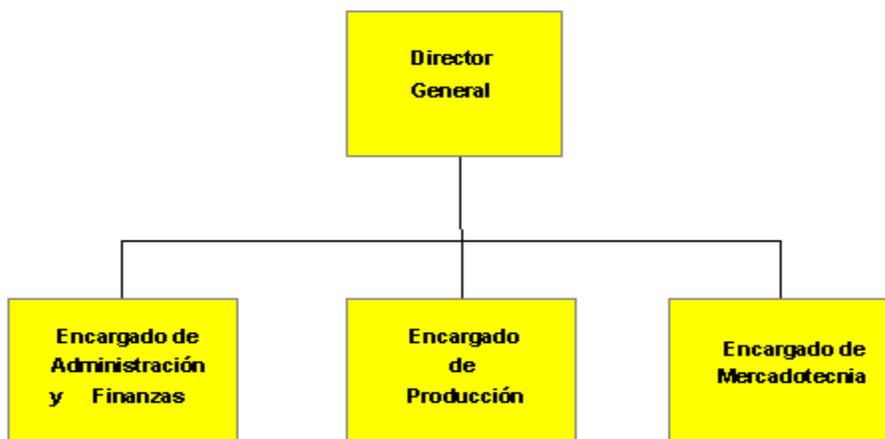
- ✓ Lealtad.- defender el producto con honor y fidelidad.
- ✓ Honestidad.- Obrar con rectitud, sin alterar los códigos de la verdad.
- ✓ Respeto.- mantener relación con los demás enalteciendo la dignidad de las personas y sus bienes.
- ✓ Compromiso.- desempeñar responsabilidades y funciones con sentido de pertenencia, generando excelentes resultados.
- ✓ Ética.- efectuar dentro de los lineamientos de la moral y la profesión, representándola con decoro
- ✓ Mejoramiento continuo.- comprometido con la perfección, actualizando su conocimiento para contribuir y ser más competitivos.

2.03.02 Gestión Administrativa

La tarea de construir una sociedad económicamente mejor, normas sociales mejoradas y un gobierno más eficaz, es el reto de la gestión administrativa.

2.03.02.01 Organización

El proceso para ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización, de tal manera que estas pueden alcanzar las metas de la organización.



2.03.02.02 Director General

Es el encargado de planifica, organizar, motivar y controlar. En cuanto a la función de planificación, consiste en decidir cuáles son los objetivos de la organización y la manera como llegar a cumplir los objetivos planteados.

Organizar.- determina las actividades que hay que llevar a cabo y coordinarlas dentro de una estructura organizativa. Las actividades que ofrece la microempresa y que hay que llevar a cabo son actividades deportivas enfocadas a la formación empresarial.

Motivación.- consiste en satisfacer las necesidades sociales y psicológicas de los trabajadores durante el desempeño de los objetivos de la empresa.

Control.- debe evaluar los resultados respecto a los objetivos fijados y de la toma de decisiones para su mejora.

2.03.02.03 Finanzas

Es la persona de confianza del director general para que controle toda la parte económica en relación con las entidades de créditos, para la obtención y negociación de los préstamos, descuentos, compras y ventas de la empresa.

2.03.02.04 Administrador del personal

La función de administrador del personal está compuesta por diversas actividades como el reclutamiento, selección de personal, la contratación y la permanencia del personal en la empresa.

Dirección.- es un conjunto de principios y valores que procuran la mejor selección, mandar, ordenar y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales. (Castillo Aponte, 2006)

- Designación de cargos.

- Comunicación, liderazgo y motivación de personal.
- Dirección de los objetivos.

Control.- el gerente debe estar seguro de los actos de los miembros de la organización que, de hecho, la conducen hacia las metas establecidas.

2.03.02.04 Producción

El encargado de producción será quien esté pendiente de las hortalizas que estén en buen estado, bien empacadas, selladas, y si le hace falta del valor agregado para que los clientes se sientan satisfechos del producto que será entregado.

2.03.02.05 Mercadeo

Es el primer medidor con el cliente, realiza estudios de mercado, busca clientes y da a conocer a través de la publicidad, de la página web, la asistencia a ferias, etc. Pone en contacto al cliente con la microempresa y está a disposición del durante toda la actividad que se lleve a cabo en la microempresa.

- ✓ El establecimiento de las líneas generales del plan de marketing y en concreto el marketing mix.
- ✓ La política del producto.
- ✓ La política del precio.
- ✓ La política de distribución.
- ✓ La política de comunicación.
- ✓ El seguimiento de la ejecución del plan de marketing.
- ✓ El control de los gastos de marketing.

2.03.03 Gestión Operativa

La gestión operativa de proyectos consiste en desarrollar técnicas para la ejecución de un proyecto o actividad. Con la utilización de esta técnica se tiene de una forma resumida todos y cada uno de los pasos que es necesario dar para llegar a cabo la ejecución de los programas y proyectos.

2.03.03.01 Caracterización del producto y servicio

El proyecto consiste en elaborar un estudio de factibilidad de un centro de acopio de hortalizas, en el que se reunirá la producción de los finqueros hortícolas pequeños o medianos de la parroquia de Guyllabamba, por tratarse de una zona que por sus cualidades climáticas, edáficas, etc. son aptas para el cultivo de una gran variedad de hortalizas;

Posteriormente los productos recopilados serán distribuidos al mercado de consumo más cercano – Distrito Metropolitano de Quito Zona Norte.

Con el centro de acopio, los pequeños productores de la zona podrán ganar un acceso directo a un mercado al que no podrían llegar en forma individual, tanto por volumen, así como por variedad y continuidad de productos. El centro de acopio les permitirá disponer de una producción mayor durante un período del año más largo y de una más amplia selección de productos que ofrecer; esto les permitirá participar y mantenerse en el mercado.

Con el presente estudio se pretende definir para el centro de acopio, las características del lugar en cuanto a requerimientos de: espacio físico, bodega,

tecnología y mano de obra. En cuanto a las hortalizas serán medidas en base a: tipo, tiempo de cosecha, tamaño, textura, forma y duración en percha acorde a la variedad.

Características de los productos a continuación se detallarán las hortalizas que se utilizarán para el presente proyecto.

2.03.03.02 Clasificación de las hortalizas

Las hortalizas son plantas anuales cultivadas en campos, huertos al aire libre y en invernaderos; utilizados casi exclusivamente como alimento. Las hortalizas se pueden clasificar según varios criterios como veremos a continuación:

Según su uso y aplicación:

Para fines de alimentación directa:

- Semillas-granos: fréjol, haba, arveja, vainita, choclo (maíz suave y duro)
- Frutos: tomate, pimiento, pepinillo, berenjena, pepino, zapallo.
- Hojas: coles, lechugas, acelga, espinaca, col china, nabo, berro.
- Flores: coliflor, brócoli, alcachofa.
- Tallos: espárragos, apio.
- Raíces: rábano, remolacha, zanahoria, papa nabo.
- Bulbos: cebollas, puerros, ajo.

- **Hortalizas para la condimentación:**

- Por su aroma: perejil, cilantro, orégano, hierbabuena.
- Por su gusto: ají

Según el medio de conservación:

- Hortalizas frescas: Se venden a granel o envasadas.
- Hortalizas congeladas: Prácticamente tienen las mismas propiedades que frescas.
- Hortalizas deshidratadas o desecadas: Se les ha eliminado el agua.

Según el color:

- Hortalizas de hoja verde: Son las verduras y aportan pocas calorías y tienen un gran valor alimenticio por su riqueza en vitaminas A, C, el complejo B, E y K, minerales como el calcio y el hierro y fibra.

El color verde se debe a la presencia de la clorofila. Son ejemplo de verduras: lechuga, escarola, repollo, achicoria, berro, acelga y espinaca.

- Hortalizas amarillas: Estas hortalizas son ricas en caroteno, sustancia que favorece la formación de vitamina A.
- Hortalizas de otros colores: Contienen poco caroteno pero son ricas en vitamina C y en las vitaminas del complejo B". 4

Beneficios generales de las hortalizas:

- Las hortalizas juegan un papel importante en la alimentación humana, constituyen un grupo especial de alimentos por su alto contenido vitamínico (vitaminas A, B, C, D, E, K y P) y mineralógico (calcio, fósforo, potasio, sodio, cloro, azufre, magnesio, hierro, yodo, etc).
- Son cultivos que demandan bastante mano de obra y por lo tanto en parte es la solución para la falta de empleo en las áreas rurales.
- En los procesos productivos rurales, permite la utilización de mano de obra familiar.
- Cultivados adecuadamente, son altamente rentables en pequeñas superficies.
- Son cultivos adecuados para la producción.

2.03.04 Gestión Comercial

2.03.04.01 Producto

Diferenciar las hortalizas orgánicas mediante empaques bolsas con marca registrada propia. La etiqueta deberá contener una breve descripción de lo que son los productos orgánicos y los beneficios que proporcionan al consumidor. Implementar un sistema de trazabilidad en el producto empacado por medio de números de lote, los cuales permitan el rastreo de finca y fecha, ante un eventual reclamo por parte de los consumidores.

El objetivo de la empresa es fomentar una confianza con el cliente para que pueda comprar los productos a un buen precio y en la cantidad que necesite, esto

permitirá al cliente tener en su mesa siempre un producto de buena calidad y producido orgánicamente.

Los productos que brinda el Centro de Acopio de Hortalizas son: Lechuga, Brócoli, Col y Coliflor, garantizando la más alta calidad respaldada por los soportes técnicos de los mismos y caracterizándonos por ser un excelente equipo de trabajo.

2.03.04.01.01 Logotipo de la empresa



El logotipo es el sello distintivo, está relacionado con los conceptos de la marca, está vinculado al servicio que brinda al cliente, antes de la venta, durante la venta y durante la utilización del servicio.

2.03.04.01.02 Esquema de colores

Los colores que se han elegido para el logotipo son parte del mensaje que se desea transmitir:

Amarillo: Se asocia con la innovación

Azul: Representa la tecnología

Celeste: Es un adjetivo que indica que algo es perteneciente o relativo al cielo.

Blanco: Representa la claridad y transparencia de nuestro servicio

Café: El color café significa las personas físicas. El color de la tierra, lo neutro.

Verde: El verde tiene una fuerte afinidad con la naturaleza y nos conecta con ella, nos hace empatizar con los demás encontrando de una forma natural las palabras justas.

Slogan

El proyecto busca a través de este eslogan implantar la marca en la mente del cliente logrando la fidelidad, sin dejar un lado la misión y visión de la microempresa.

2.03.04.02 Precio

Negociar con supermercados un margen de ganancia similar al de los productos convenidos para que el precio al consumidor no sea tan alto en comparación a los convenidos. Aplicar un sobreprecio o premio en vista que estos productos poseen un certificado que garantiza que su producción cumple las normas de agricultura orgánica.

Es la variable más importante en marketing y es donde se toma decisiones con mayor frecuencia.

El precio que tendrán los productos del Centro de Acopio de Hortalizas está encaminado hacia el posicionamiento a través del servicio exclusivo para los clientes del Sector San Vicente de Guyllabamba, dando un valor importante a la experiencia de compra y a la personalización como aspecto diferenciador del servicio.

Es necesario tomar en cuenta que la determinación del precio final será de acuerdo a la experiencia competitiva de la microempresa.

2.03.04.03 Plaza

Se refiere a la distribución del producto o servicio el cual se hará directamente en la microempresa

Se proponen varios canales de comercialización, entre ellos están los supermercados, locales y restaurantes.

.El proyecto inicia en una edificación de alrededor de 21 m² los cuales se destinara para las oficinas, se puede notar que en este sector no hay la existencia de otro Centro de Acopio de hortalizas, es muy beneficioso crear la microempresa dedicada a la distribución de hortalizas de calidad ya que existe una demanda acelerada y por ende es factible.

2.03.04.04 Promoción

La promoción de ventas es una herramienta de la mezcla de promoción consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores, que buscan incrementar la compra o la venta de los servicios que se están ofreciendo.

Existen numerosas herramientas utilizadas en la promoción de ventas pero las que utilizaremos para nuestra empresa con el fin de posicionarnos y ganar clientes son:

- **Cupones:** serán utilizados como una herramienta, esto se realizará dando cupones de descuento para conseguir clientes fieles quienes primero prueban el producto de forma gratuita o con un descuento en su precio original.
- **Premios:** Productos gratuitos o a un precio de costo por compras extras a las comúnmente pedidas por los clientes.
- **Descuentos:** Reducción del precio de un producto o servicio, valido por un tiempo, esta herramienta se va utilizar en la época de verano ya que es cuando las ventas van a tener una disminución y también se aplicará en feriados con el fin de que las ventas nos disminuyan.

La publicidad

La utilización de los medios pagados por una empresa para informar, convencer y recordar a los consumidores un producto, es una poderosa herramienta de promoción.

La publicidad hoy en día se ha convertido en una herramienta muy importante para las empresas, microempresas ya que hacen llegar al público su producto ya sea:

- ❖ A través de la radio, dar a conocer la ubicación del centro de acopio y los productos que los demandantes podrán adquirir.

- ❖ Dar a conocer las ventajas de las hortalizas al adquirir los productos agrícolas en el centro de acopio por medio de volantes.
- ❖ A través de tarjetas de presentación
- ❖ A través de la televisión promocionando al producto.

Forma de pago

- Será de manera efectiva
- Cheques
- Transacciones

Son los relacionados con el comportamiento de la economía, el flujo de dinero, de bienes y servicios, tanto a nivel nacional o internacional. Se considera la política monetaria y fiscal de los gobiernos, el nivel de ingresos, el producto interno bruto, el ahorro, la inversión, los precios, el nivel de empleo, etc. (Brayan, 2011)

2.04 Análisis FODA

Este análisis FODA permite realizar un diagnóstico dinámico de la institución. Lo importante a tener en cuenta es que antes de comprar meterse a obtener un tipo de resultado, es fundamental analizar si la organización estará en condiciones de asumir con dicho desafío.

Como metodología de trabajo, se realizó una Planificación Estratégica, cuya base fue constituida por el diagnóstico estratégico, el cual se llevó a cabo metodológicamente a través de un análisis FODA (Misión, Visión, Objetivos, Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), definido y explicado anteriormente en la revisión bibliográfica y basado en (Muchico, 1999).

Tabla # 3 análisis FODA

ANÁLISIS FODA				
ANÁLISIS EXTERNO		IMPACTO		
VARIABLES		BAJO	MEDIO	ALTO
AMENAZAS				
1	Crecimiento de empresas competidoras en el mercado.			x
2	El manejo de maquinaria requiere costos de capacitación.		x	
3	No conseguir financiamiento por carecer de bienes propios.		x	
4	Aumento en el precio de insumos.	x		
5	No contar con la cantidad suficiente de productos.		x	
OPORTUNIDADES				
1	Constituye una fuente de trabajo a los mismos productores.			x
2	Posicionamiento de un producto de calidad en el mercado.			x
3	Adquisición de materia prima a bajo costo desde proveedores directos.		x	
4	Es un producto accesible a diferentes tipos de consumidores.		x	
5	Prestamos y créditos de instituciones financieras.		x	

Elaborado por: Mariela Chasi

Capítulo III

3. Estudio de Mercado

El estudio de mercado facilita la toma de decisiones empresariales, ayuda a escoger la alternativa más acertada para la viabilidad del proyecto de factibilidad y aumentar nuestra probabilidad de éxito.

El estudio de mercado para un proyecto específico no se debe confundir con los estudios por productos que se realizan fuera del contexto de cualquier proyecto. En efecto, es frecuente realizar estudios de mercado de productos para definir programas sectoriales de producción u orientar medidas de política económica nacional o regional. (Martinea, 2006, pág. 72)

3.01 Análisis del Consumidor

Es el estudio del comportamiento de los consumidores para detectar las necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar hábitos de compra, lugares, momentos, y preferencias. “Estudia como seleccionan, compran, utilizan y desechan bienes servicios,

ideas o experiencias los individuos, grupos y organizaciones con el fin de satisfacer sus necesidades y deseos". (Vertice, 2006, pág. 33)

3.01.01 Determinación de la Población y Muestra

La determinación de la población y la muestra son representadas estadísticamente para poder determinar datos reales de una población en general.

3.01.01 Población

La población es un grupo formado por las personas que viven en un determinado lugar o incluso en el planeta en general. "Es el conjunto de individuos que tiene ciertas características o propiedades que se debe estudiar, cuando se conoce el número de individuos que la componen, se habla de población finita y cuando no se conoce su número, se habla de población infinita." (Icart Isern, 2006, pág. 55)

- **TARGET**

El target ayuda a determinar un nuevo producto o servicio asegurado la calidad, rentabilidad y otros requisitos que satisfagan al consumidor. "Se define target como anglicismos que suelen traducirse al español por público objetivo, grupo objetivo, mercado objetivo o mercado meta. Este término se utiliza habitualmente en publicidad para designar al destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio." (Gknight, 2011)

- **NIVEL SOCIOECONOMICO**

Se utiliza para referirse a los logros ocupacionales, educativos y de ingresos de los individuos o los grupos, cada una de estas categorías tienen un nivel de prestigio o poder social.

El objetivo de una medida de clasificación de socioeconómica de los individuos en la investigación sobre la desigualdad en salud es mostrar la distribución de los problemas de salud en las diferentes categorías de la clasificación. Aunque sean utilizados diferentes medidas del nivel socio económico de los individuos, las más utilizadas en la investigación socio sanitaria han sido la clase social basada en la ocupación, el nivel de estudio y los negocios. (Estebanez, 2005, pág. 79)

3.01.02 Muestra

La muestra es una representación significativa de las características de una población. Es el grupo de individuos que realmente se estudiarán, en un subconjunto de la población. Para que se pueda generalizar los resultados obtenidos, dicha muestra ha de ser representativa de la población. Para que sea representativa se han de definir muy bien los criterios de inclusión y exclusión y sobre todo, se han de utilizar las técnicas de muestreo apropiadas. (Icart Isern, 2006, pág. 55)

Para el proyecto se reunirá cuatro fuentes de información que van a permitir la obtención de los datos que serán utilizados en el desarrollo del proyecto.

Entre las principales fuentes de información se encuentran las siguientes:

- INEC
- Cámara de Comercio

- Cámara de la pequeña industria
- Ministerio de relaciones laborales

UNIDAD DE ANALISIS

Está enfocado al número de habitantes entre hombres, mujeres, y niños del Sector San Vicente de Guyllabamba.

Total Población = 16213

3.01.02.01 Diseño de la Muestra

Este diseño se lo realizo con el muestreo aleatorio simple de proporciones. Este método nos permitirá llevar el muestreo de modo que todas las unidades tengan las mismas probabilidades de ser seleccionadas. Los procedimientos de selección aleatoria más utilizados son los sorteos y las tablas de números aleatorios.

Las tablas funcionan d la siguiente manera: una vez enumerado la muestra se escoge una tabla de números aleatorios al azar y se van seleccionando las unidades muéstrales que coinciden con los números de la tabla.

3.01.02.02 Tamaño de la Muestra

Para la muestra se ha tomado en cuenta lo siguiente:

Población= 16213

FORMULA

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

$$n = \frac{16213 (0,50*0,50) (1,96)^2}{(16213-1) (0,05)^2 + 0,50*0,50 (1,96)^2}$$

$$n = \frac{15570,97}{41,49}$$

$$n = 375$$

Con los datos tomados el tamaño de la muestra es de 375 encuestas.

DONDE:

N= Población

n= Muestra

e= Margen de Error (5%)

P= Población Éxito (50%)

Q=Población Fracaso (50%)

Z=Nivel de Confianza 95% = 1,96

3.01.02 Técnicas de Obtención de la Información Encuesta

Reciba un cordial saludo por parte del Instituto Tecnológico Cordillera

El objetivo de esta encuesta es para obtener información sobre la implementación de un centro de acopio de hortalizas ubicado en el Sector San Vicente de Guayllabamba.

GENERO:

M

EDAD: 18-25 26-33 34-42 Otras edades

OCUPACION: Trabaja Donde Trabaja

Estudia Donde Estudia

NIVEL DE INGRESOS: \$ 340-500 501-700 701-En adelante

1.- Estaría de acuerdo que en san Vicente de Guayllabamba se ubicara un centro de acopio de hortalizas?

a) Si

b) No

2.- En que horario le gustaría que le atiendan el centro de acopio?

-De 7 am a 2 pm

-De 9 am a 3 pm

-De 10 am a 4 pm

-Todo el día

3.- Piensa usted que las hortalizas aportan nutrientes esenciales para nuestro organismo cómo?

a) Vitaminas

b) Minerales

c) Aminoácidos

d) Otros

4.- Que tipo de hortalizas consume usted en el seno familiar?

a) Col

b) Lechuga

c) Brócoli

d) Coliflor

e) Otros

5.- Que tipo de hortalizas consume usted en el seno familiar?

- a) Col b) Lechuga c) Brócoli
d) Coliflor e) otros

6.- Que valor estaría dispuesto a pagar por cada hortaliza que compraría?

- a) 0, 50 ctvs. b) 0, 75 ctvs.
c) 1, 00 dólar d) Otro valor

7.- Usted piensa que los niños deberían consumir hortalizas?

- a) Si b) No c) Otros

8.- Usted piensa que las hortalizas siendo de alta calidad sean aptas para la exportación?

- a) Si b) No

9.- Piensa usted que mediante la organización de la gente de San Vicente de Guayllabamba el centro de acopio de hortalizas se ubique en?

- a) San Vicente Bajo b) El Quinche
c) Cayambe d) otros

10.- Como le gustaría que sea la presentación de las hortalizas?

- a) Solo en funda sin Etiqueta b) Solo en Funda y con Etiqueta
c) Con Empaque al Vacío y con Etiqueta d) otros

11.- A qué edad y hasta que edad piensa que se debe consumir las hortalizas?

- a) De 2 a 10 años b) de 10 a 20 años
c) 30 a 65 años d) todas las edades

¡GRACIAS POR SU COLABORACION!

3.01.03 Análisis de la Información

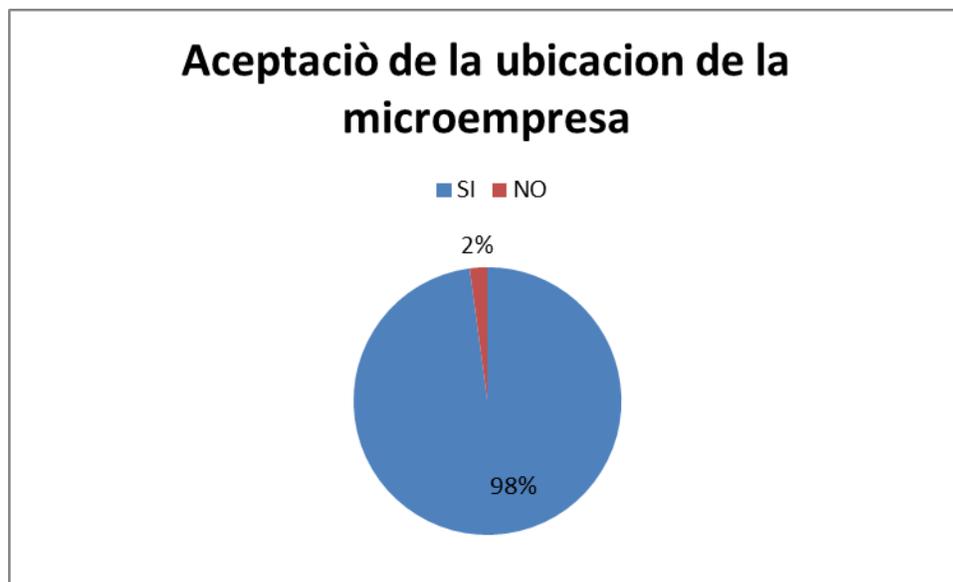
Tabulación de la Encuesta

Pregunta 1

1.- Estaría de acuerdo que en San Vicente de Guayllabamba se ubicará un Centro de Acopio de Hortalizas?

SI	NO
367	8

Figura # 5 Pregunta 1



Fuente: Encuestas Realizadas

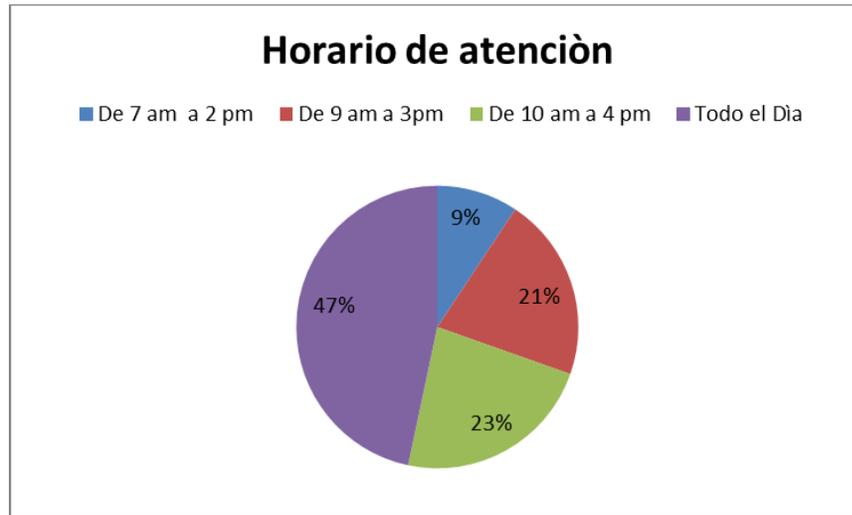
Elaborado por: Mariela Chasi

El resultado de las encuestas permiten apreciar en la primera pregunta que el 98% de las personas encuestadas están de acuerdo que en San Vicente de Guayllabamba se ubique un Centro de Acopio de Hortalizas, este es un indicador que el Estudio es factible. El 2% restante no están de acuerdo con la ubicación del Centro de Acopio de Hortalizas.

2.- En que horario le gustaría que le atienda el Centro de Acopio?

De 7 am a 2 pm	De 9 am a 3pm	De 10 am a 4 pm	Todo el Día
35	79	86	175

Figura # 6 Pregunta 2



Fuente: Encuestas Realizadas

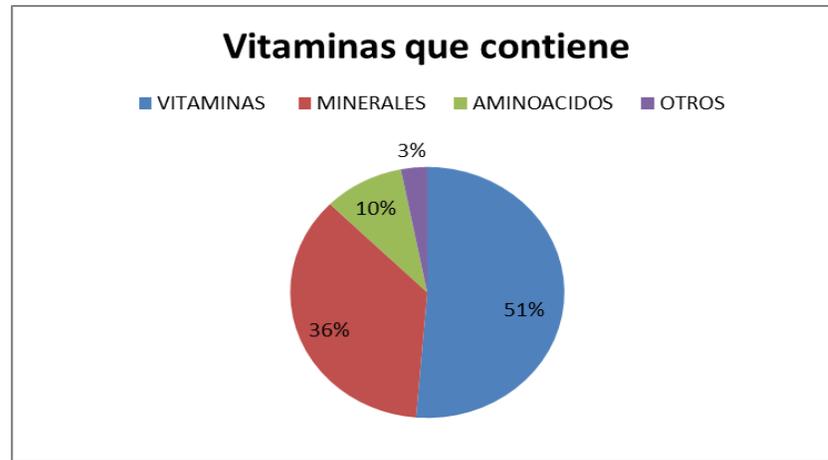
Elaborado por: Mariela Chasi

El resultado que arroja la encuesta con la segunda pregunta formulada indica que del cien por ciento de las personas encuestadas, el 47% desean que el Centro de acopio de hortalizas les atienda todo el día. El 23% esperan que les atiendan de 10 am a 4 pm. El 21% esperan que les atiendan de 9 am a 3 pm. Y el 9% restante esperan que les atiendan de 7 am a 2 pm.

3.- Piensa usted que las hortalizas aportan nutrientes esenciales para nuestro organismo cómo?

VITAMINAS	MINERALES	AMINOACIDOS	OTROS
331	233	61	20

Figura # 7 Pregunta 3



Fuente: Encuestas Realizadas

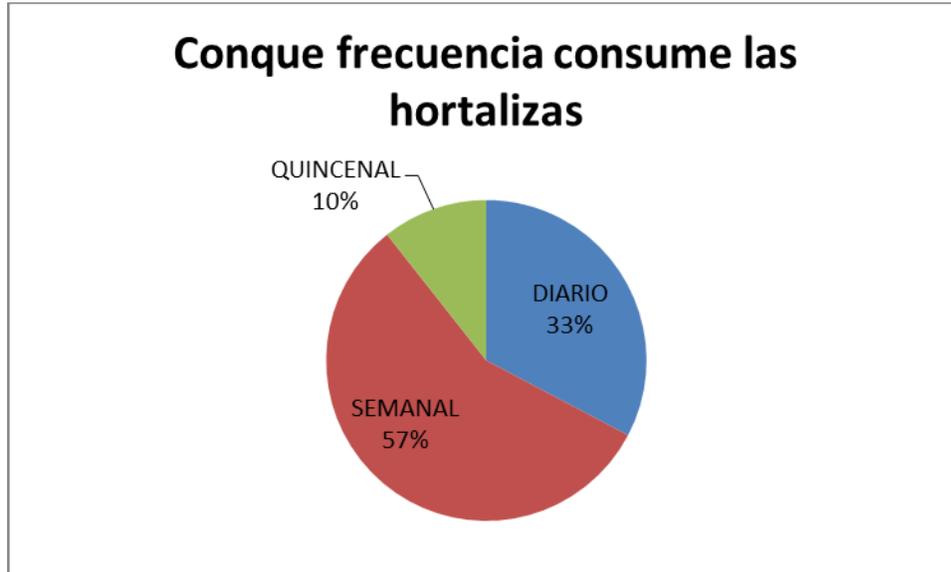
Elaborado por: Mariela Chasi

Las encuestas nos arrojan como resultado que el 51% de las personas encuestadas piensan que las hortalizas tienen vitaminas y que son muy buenas para la salud. El 36% de las personas tienen en conocimiento que las hortalizas tienen mineral. El 10% de las personas encuestadas piensan que las hortalizas tienen aminoácidos. Y el 3% de las personas encuestadas piensan que las hortalizas tienen otro tipo de vitaminas.

4.- Usted consume hortalizas?

DIARIO	SEMANAL	QUINCENAL	ANUAL	OTROS
123	213	40		

Figura # 8 Pregunta 4



Fuente: Encuestas realizadas

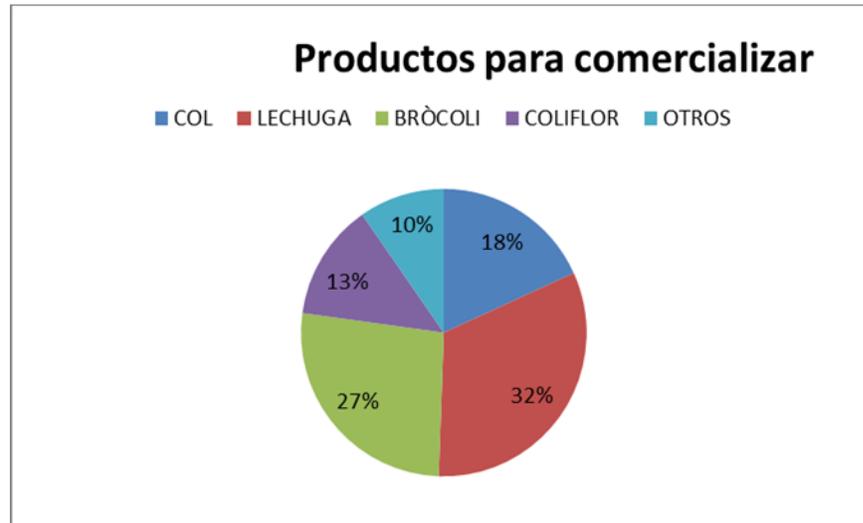
Elaborado por: Mariela Chasi

El resultado de la encuesta indica que el 57% de las personas encuestadas consumen semanal mente las hortalizas. El 37% consume las hortalizas diariamente ya que las hortalizas con sus vitaminas ayudan a que las personas se mantengan sanas y fuertes. El 10% restante consumen quincenalmente.

5.- Que tipo de hortalizas consume usted en el seno familiar?

COL	LECHUGA	BRÒCOLI	COLIFLOR	OTROS
173	308	253	125	92

Figura # 9 Pregunta 5



Fuente: Encuestas realizadas

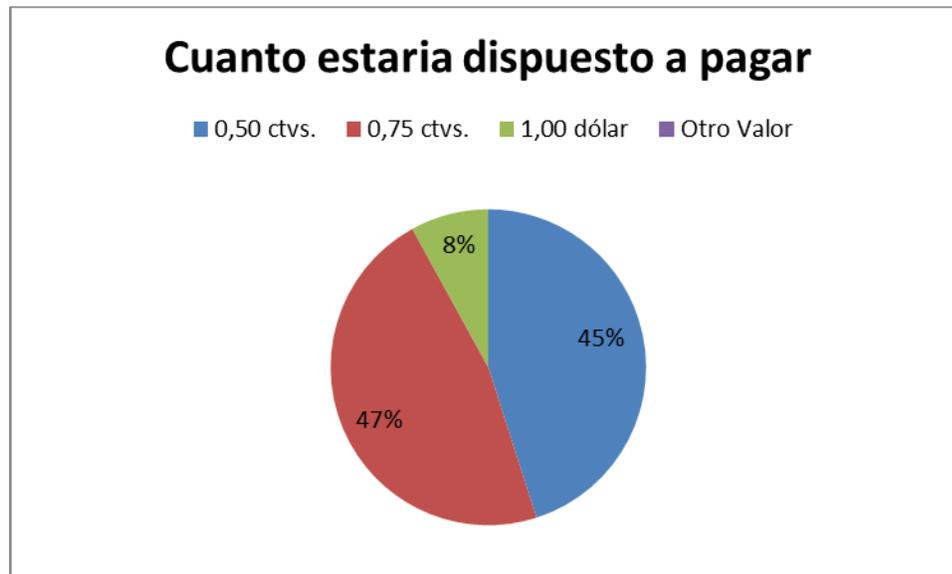
Elaborado por: Mariela Chasi

El resultado que arroja la cuarta pregunta es que el 32% de las personas encuestadas consumen lechuga ya que la lechuga tiene muchas vitaminas. El 27% consumen bròcoli ya que esta hortaliza es muy buena para la salud. El 18% de las personas encuestadas consumen col ya que contiene minerales. El 13% consume coliflor. Y el 10% de las personas encuestadas consumen otro tipo de hortalizas.

6.- Que valor estaría dispuesto a pagar por cada hortalizas que compraría?

0,50 ctvs.	0,75 ctvs.	1,00 dólar	Otro Valor
169	176	30	

Figura # 10 Pregunta 6



Fuente: Encuestas realizadas

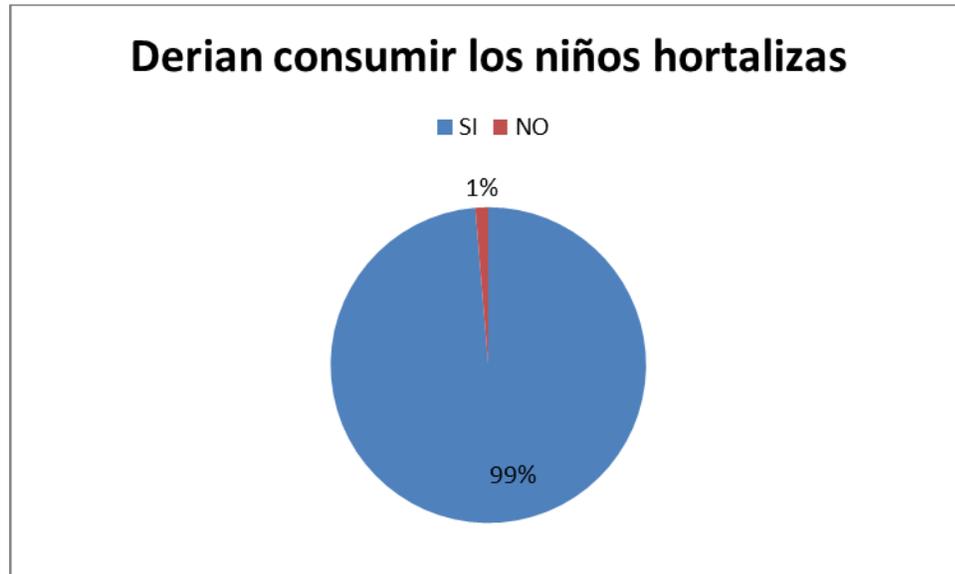
Elaborado por: Mariela Chasi

El resultado de las encuestas indica que el 47% de las personas encuestadas están dispuestas a pagar 0.75 centavos por cada hortaliza que van a comprar ya que las hortalizas son muy buenas para el seno familiar. El 45% de las personas encuestadas están dispuestas a pagar 0,50 centavos por cada hortaliza. Y el 8% restante están dispuestos a pagar 1 dólar por cada hortaliza.

7.- Usted piensa que los niños deberían consumir hortalizas?

SI	NO
370	5

Figura # 11 Pregunta 7



Fuente: Encuestas realizadas

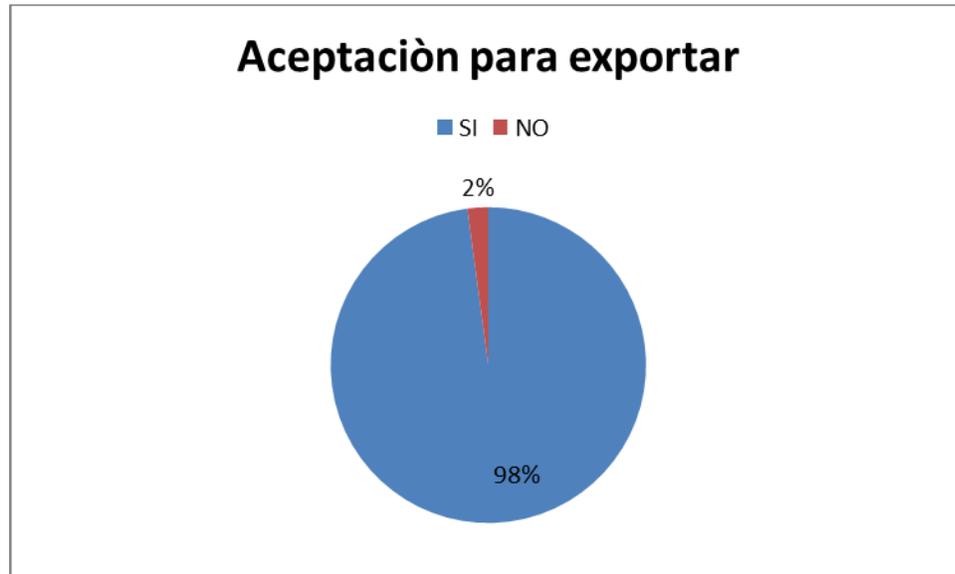
Elaborado por: Mariela Chasi

Las encuestas dan a conocer que el 99% de las personas encuestadas están de acuerdo que los niños consuman hortalizas, ya que las hortalizas tienen vitaminas y minerales y es muy bueno para su crecimiento. El 1% no están de acuerdo ya que no tienen conocimiento de las vitaminas que tienen.

8.- Usted piensa que las hortalizas de alta calidad sean aptas para la exportación?

SI	NO
367	8

Figura # 12 Pregunta 8



Fuente: Encuestas Realizadas

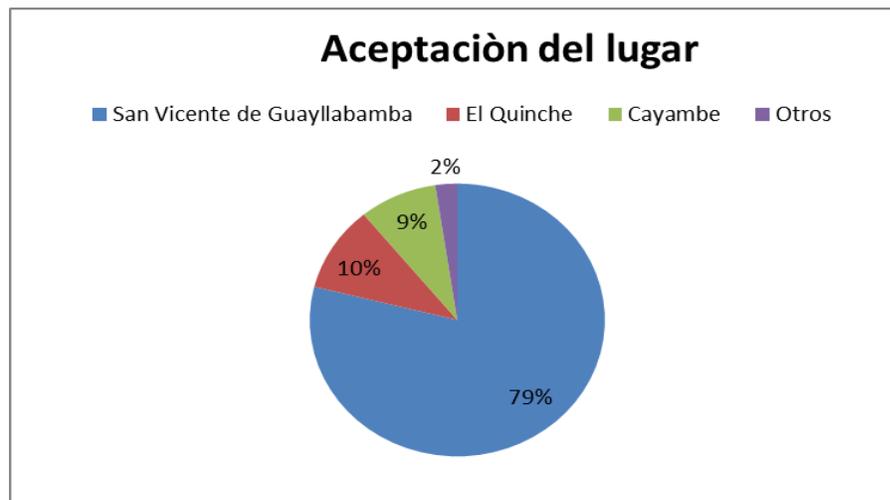
Elaborado por: Mariela Chasi

El resultado de las encuestas indica que el 98% de las personas encuestadas están de acuerdo que las hortalizas sean exportadas ya que por su calidad y variedad tendrán acogida en los mercados extranjeros. El 2% restante no están de acuerdo ya que no tienen el conocimiento suficiente de lo que son las hortalizas.

9.- Piensa usted que mediante la organización de la gente de San Vicente de Guayllabamba el Centro de Acopio de Hortalizas se ubique en?

San Vicente de Guayllabamba	El Quinche	Cayambe	Otros
296	38	32	9

Figura # 13 Pregunta 9



Fuente: Encuestas realizadas

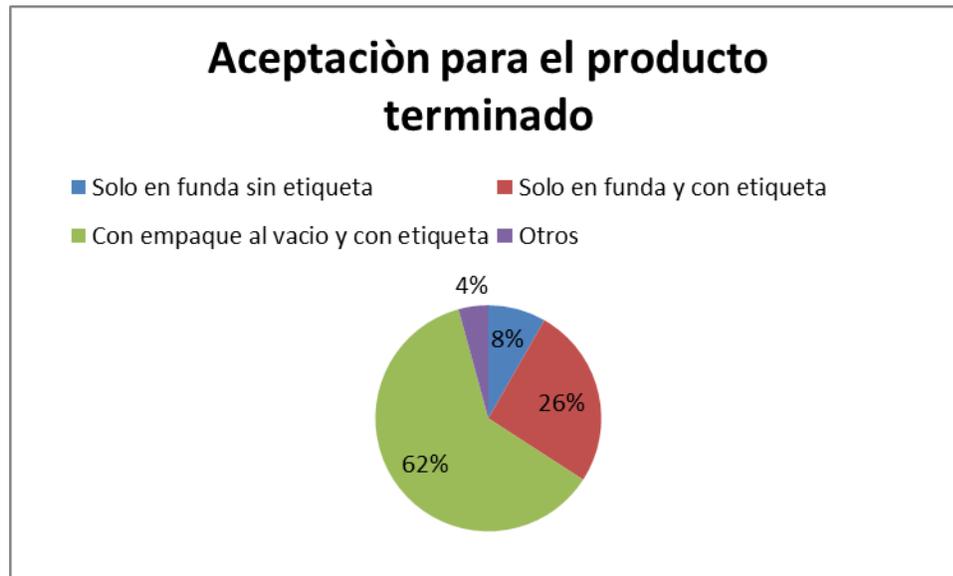
Elaborado por: Mariela Chasi

El resultado de las encuestas indica que el 79% de las personas encuestadas están de acuerdo que el Centro de Acopio se ubique en el Sector San Vicente de Guayllabamba ya que esas tierras están aptas para la producción de las hortalizas. El 10% piensan que estaría bien que este ubicado en el Quinche. El 9% de las personas encuestadas piensan que estaría bien que se ubique en Cayambe y el 2% restante piensan que estaría bien ubicarlo en la Ciudad.

10.- Como le gustaría que sea la presentación de las hortalizas?

Solo en funda sin etiqueta	Solo en funda y con etiqueta	Con empaque al vacio y con etiqueta	Otros
31	97	231	16

Figura # 14 Pregunta 10



Fuente: Encuestas Realizadas

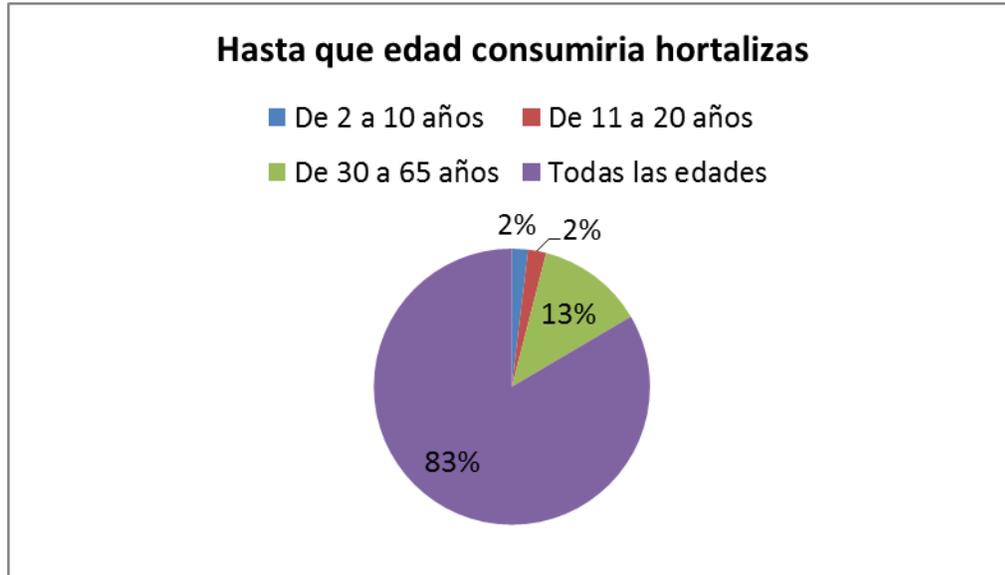
Elaborado por: Mariela Chasi

El resultado que arroja la encuesta de la décima pregunta nos indica que el 62% de las personas encuestadas están de acuerdo que la presentación de las hortalizas sea con empaque al vacío y con etiqueta. El 26% piensan que la presentación de las hortalizas sea solo en funda y con etiqueta. El 8% piensan que se vería bien solo en funda y sin etiqueta. El 4% restante no están de acuerdo con las opciones anteriores y esperan algo mejor para su presentación.

11.- A qué edad y hasta que edad piensa que se debe consumir las hortalizas?

De 2 a 10 años	De 11 a 20 años	De 30 a 65 años	Todas las edades
7	8	47	313

Figura # 15 Pregunta 11



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Mariela Chasi

El resultado de la encuesta indica que el 83% de las personas encuestadas están de acuerdo que todas las personas de todas las edades deben consumir hortalizas ya que gracias a sus vitaminas y minerales ayuda a tener una vida saludable y sana. El 30% piensan que es bueno para las personas de 30 a 65 años. El 2% piensan que es bueno para las personas de 11 a 20 años. Y el 2% de las personas encuestadas piensan que es bueno para las personas de 2 a 10 años ya que para los niños es más bueno por las vitaminas y minerales que tiene.

3.02 Oferta

Es la cantidad que asciende de ofertantes que compiten en el mercado de servicios para captar la atención de potenciales clientes.

La oferta es el fenómeno correlativo a la demanda. Se le considera como la cantidad de mercancías que se le ofrece a la venta a un precio dado por unidad de tiempo. La oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y aptos para ofrecer en el mercado, en función de varios niveles de precio, en un periodo dado. (Avila Macedo, 2006, pág. 45)

3.02.01 Oferta Histórica

Microempresa en proceso

3.02.02 Oferta Actual

Tabla # 4 Oferta Actual

AÑO	DEMANDA PROYECTA	PIB SECTORIAL	OFERTA PROYECTADA
2014	353212,47	0,38	353212,47
2015	353212,47	0,38	354554,68
2016	354554,68	0,38	355901,99
2017	355901,99	0,38	357254,42
2018	357254,42	0,38	358611,99
2019	358611,99	0,38	359974,72

Elaborado por: Mariela Chasi

Para la oferta actual la tasa de aceptación se realizó con datos de la cámara de producción de Guayllabamba que es del 0.38% para las hortalizas.

3.02.03 Oferta Proyectada

Como podemos observar en el cuadro la oferta ha sido proyectada para 5 años, se ha tomado en cuenta para la proyección datos de la cámara de producción de Guayllabamba.

3.03 Productos Sustitutos

Son bienes o servicios que compiten en el mismo mercado, es decir son sustitutos cuando satisfacen una misma necesidad. “Las presiones competitivas que surgen de los productos sustitutos aumentan conforme el precio relativo de estos productos declina y conforme el costo por el cambio de clientes se reduce”. (Fred, 2005, pág. 101)

3.04 Demanda

Un comprador puede adquirir y desea hacerlo en un periodo de tiempo dado y a diferentes precios. “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”. (Baca Urbina , 2006, pág. 16)

3.04.01 Demanda Histórica

Microempresa en proceso

3.04.02 Demanda Actual

Para la demanda actual se tomó en cuenta la muestra obteniendo información de fuentes primarias como son las encuestas que se aplicó en el Sector San Vicente de Guayllabamba.

Aceptación

SI 367 98%

NO 8 2%

Población de San Vicente de Guayllabamba 16213

$$16213 * 98\% = 15889$$

Frecuencia

Diario 123 33%

Semanal 213 57%

Quincenal 40 10%

Anual - -

$$15889 * 0,57 * 52 = 470949,96 \text{ cantidad de servicio}$$

PRECIO

0,50 169 45%

0,75 176 47%

1,00 30 8%

$$0,75 * 470949,96 = 353212,47 \longrightarrow \text{Demanda actual 2014}$$

Demanda Actual 2014

Tabla # 5 Demanda Actual

AÑO	DEMANDA ACTUAL	% TASA DE CRECIMIENTO	DEMANDA PROYECTADA
2014	353212,47	1,015	353212,47
2015	353212,47	1,015	356797,58
2016	356797,58	1,015	360419,08
2017	360419,08	1,015	364077,33
2018	364077,33	1,015	367772,71
2019	367772,71	1,015	371505,6

Elaborado por: Mariela Chasi

La tasa de crecimiento que se obtuvo para elaborar la demanda actual es del 1,015% ya que este porcentaje se les da a todas las microempresas.

3.04.03 Demanda Proyectada

Para calcular la tasa de crecimiento el porcentaje que se obtuvo fue del 1,015% ya que este porcentaje se les da a todas las microempresas.

3.05 Balance Oferta-Demanda

El balance oferta-demanda se realiza para determinar la demanda insatisfecha.

3.05.01 Balance Actual

Demanda Insatisfecha

Oferta-Demanda=Demanda Insatisfecha

Tabla # 6 Demanda Insatisfecha

AÑO	OFERATA PROYECTADA	DEMANDA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2014	353212,47	353212,47	
2015	354554,68	356797,58	-2242,9
2016	355901,99	360419,08	-4517,09
2017	357254,42	364077,33	-6822,91
2018	358611,99	367772,71	-9160,72
2019	359974,72	371505,6	-11530,88

Capítulo IV

4. Estudio Técnico

La mayor incidencia en un proyecto son los aspectos relacionados con la ingeniería del mismo, ya que de esto depende la capacidad de los costos o inversiones que deberá efectuarse si se implementa el proyecto. “Lo sustantivo en la formación de un proyecto es llegar a diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea este un bien o un servicio.”

(Martinez, 2006)

En todo proyecto debe existir el estudio de viabilidad técnica, para determinar las posibilidades materiales y físicas, de producir el bien o el servicio que desea generarse en el proyecto.

4.01 Tamaño del Proyecto

El tamaño que tendrá el proyecto es de suma importancia ya que depende principalmente de la incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen del retorno financiero potencial de la inversión.

Así mismo las decisiones que se tomaran al respecto del tamaño del proyecto dependerán del nivel de operación que explicara la estimación de ingresos por venta.

4.01.01 Capacidad Instalada

Corresponde a la capacidad máxima disponible de producción permanentemente de la microempresa.

Es un indicador que nos refleja el número de unidades producidas en un tiempo determinado, además está condicionado al número de máquinas o equipos que posee la empresa y volumen de producción que pueden llegar a generar en condiciones óptimas.

(Ruiz, 2006, pág. 81)

4.01.02 Capacidad Óptima

Uno de los métodos que nos permite determinar la capacidad óptima es el método de Escalación, el cual considera la capacidad de los equipos disponibles en el mercado y con esto analiza las ventajas y desventajas de trabajo un cierto número de turnos de trabajo y horas extras.

La capacidad de la producción en una planta se relaciona directamente con la inversión realizada y la demanda de producción que posea la planta. “Esta es una determinación clave en el diseño de la planta; existen algunos factores que limitan su tamaño”. (Baca Urbina, 2006, pág. 132)

4.02 Localización

El estudio y análisis de la localización de un proyecto puede ser útil para determinar el éxito de o fracaso de un negocio, ya que la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto no solo considera criterios económicos, sino también criterios estratégicos, técnicos, sociales, entre otros.

4.02.02 Micro localización

Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y relimitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona. (Dios, 2012)

Análisis

El proyecto se ubicara en el sector de San Vicente de Guayllabamba al Norte del Distrito Metropolitano de Quito en una edificación de una planta la cual está ubicada en la calle 15 de junio junto a la casa social del sector.

Figura # 18 Micro localización



4.02.03 Localización Óptima

El objetivo general es donde va a estar localizada específicamente la microempresa. El centro de acopio va a estar ubicado en el sector San Vicente de Guayllabamba al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

“La localización óptima de un proyecto, es la que le proporciona la mayor diferencia entre los ingresos y los costos; es decir, la mejor localización es la que le permite obtener la máxima rentabilidad o el nivel máximo en sus utilidades”. (Valbuena, 2000, pág. 253)

La localización óptima

Datos Generales del Sector San Vicente de Guayllabamba

Tabla # 6 Localización Óptima

FACTOR	%
1.- Disponibilidad del servicio del Centro de Acopio de Hortalizas	10%
2.- Cercanía con el cliente	15%
3.- Espacio físico	15%
4.- Infraestructura	20%
5.- Vías de acceso	10%
6.- Clima	15%
7.- Permisos legales	15%
TOTAL	100%

Elaborado por: Mariela Chasi

Método de Localización por puntos ponderados

Tabla # 7 Localización Óptima

Se ha establecido una cuantificación en base a los puntos de condiciones

Factor	%	CLASIFICACION		CLASIFICACION PONDERADA	
		San Vicente de Guayllabamba	Cusubamba	San Vicente de Guayllabamba	Cusubamba
1.- D. del servicio del centro de acopio de H.	10%	8	5	0,80	0,50
2.- Cercanía con el cliente	15%	7	7	1,05	1,05
3.- Espacio físico	15%	8	8	1,20	1,20
4.- Infraestructura	20%	8	6	1,60	1,20
5.- Vías de acceso	10%	7	5	0,70	0,50
6.- Clima	15%	9	9	1,35	1,35
7.- Permisos legales	15%	9	7	1,35	1,05
TOTAL	100%			8,05	6,85

4.03 Ingeniería del Producto

Es una disciplina de la ingeniería cuyo objeto es el diseño y desarrollo de productos desde su inicio hasta su puesta en el mercado. “Entre la investigación y la producción real están los escalones de afinación del producto y de planificación y de su manufactura. Industrialmente hablando, estas fases son conocidas como ingeniería del producto e ingeniería de fabricación, respectivamente”. (Vallhonrat, 2007, pág. 23)

4.03.01 Definición del B y S

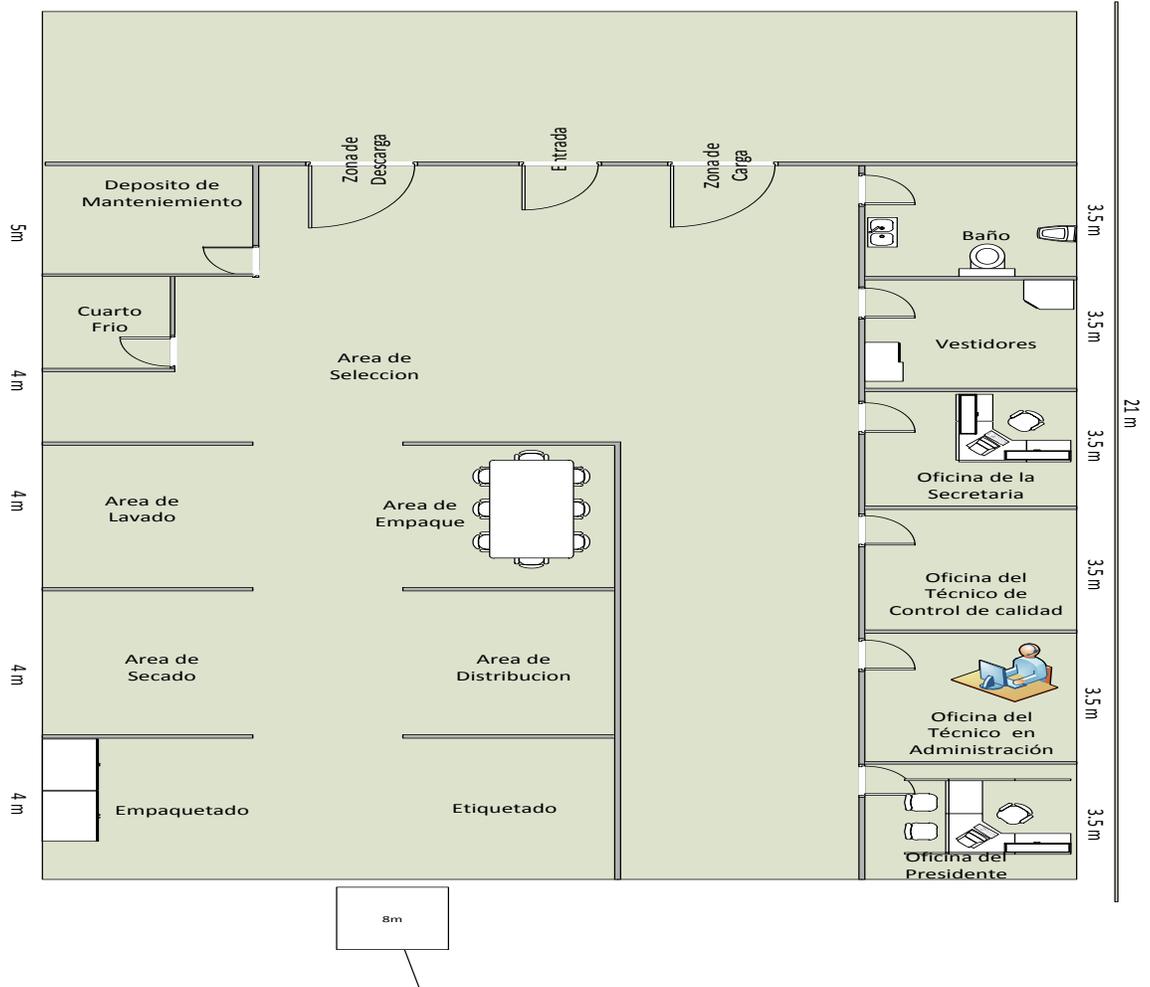
BIENES.- Los bienes están representados en objetos materiales que permite satisfacer las necesidades de forma directa o indirecta. “Es el resultado tangible de una actividad transformadora en distinto grado”. (Grande Esteban, 2005, pág. 26)

SERVICIOS.- los servicios son trabajos que otras personas realizan para satisfacer las necesidades. “Es una prestación, un esfuerzo o una acción”. (Grande Esteban, 2005, pág. 26)

Sea definido que la propuesta preliminar para ingresar en el mercado será obteniendo la suficiente información sobre el tema y se espera obtener resultados en un corto plazo, ubicando mejor el servicio, alcanzando la fidelidad de los clientes.

4.03.02 Distribución de Planta

La distribución en planta consiste en la ordenación de los departamentos que participan en el proceso productivo de la empresa. "Un diseño o distribución de planta consiste en la disposición o configuración de los departamentos, estaciones de trabajo y equipos que conforme el proceso de producción. En la distribución espacial de los recursos físicos prevista para fabricar el producto". (Ebert, 2006, pág. 277)



4.03.03 Proceso Productivo

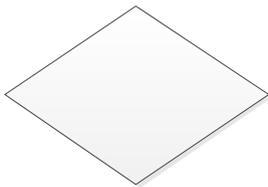
“El propósito de esta fase es obtener una visión global de todas las plantas, esto es, un conocimiento integral del proceso productivo propiamente dicho de sus tecnologías y métodos de producción”. (Valderrama, 2001, pág. 152)



INICIO - FIN



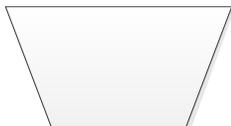
ACTIVIDAD



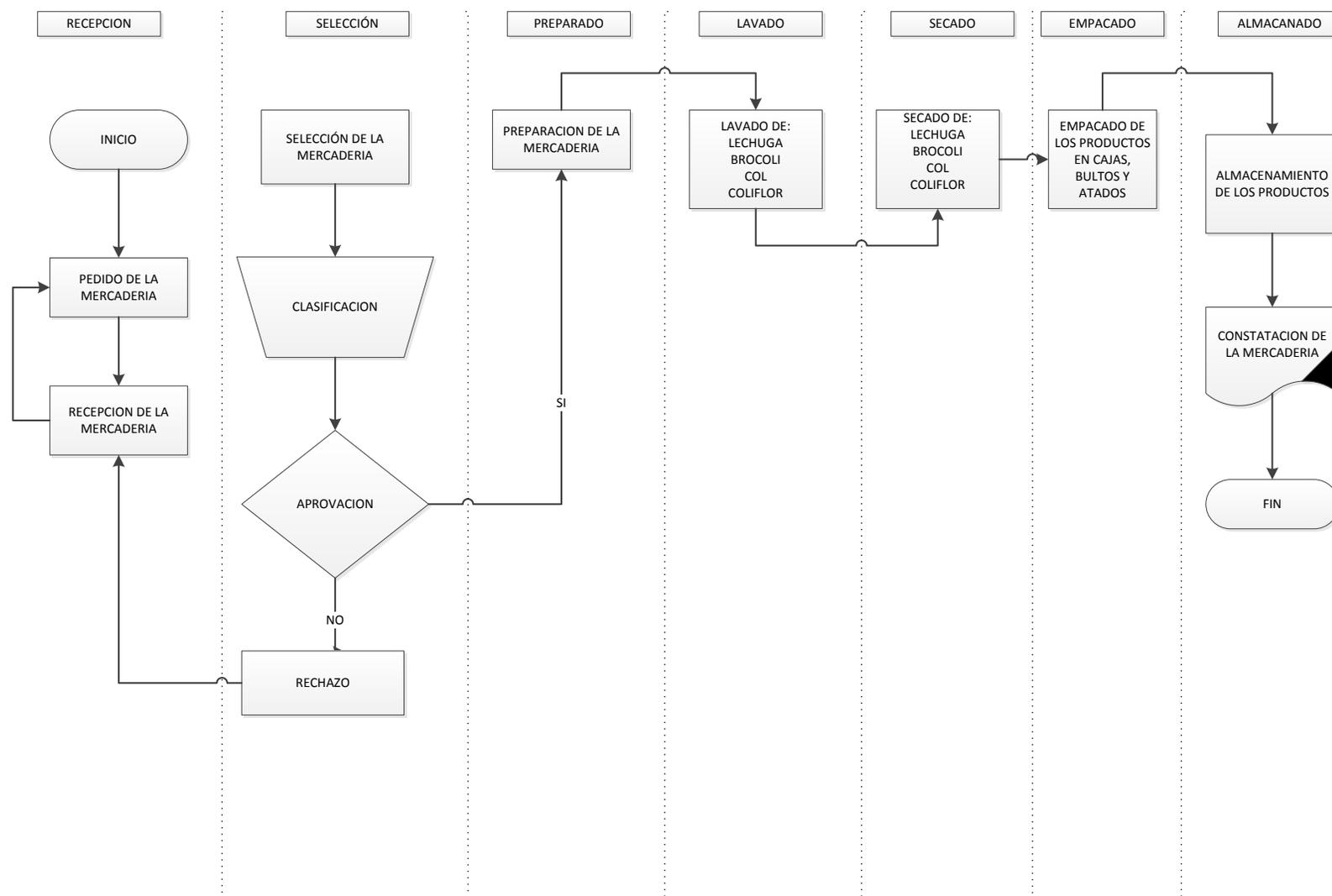
DECISIÓN



DOCUMENTO



PERZONALIZA



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE COPIO DE HORTALIZAS DE CALIDAD PARA DISTRIBUIR A PEQUEÑOS, MEDIANOS Y GRANDES CONSUMIDORES, UBICADO EN EL SECTOR SAN VICENTE DE GUAYLLABAMBAAL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

4.03.04 Maquinaria

La maquinaria en cualquier empresa o microempresa es muy importante para el proceso productivo de la misma. “Conjunto de partes o componentes vinculados entre sí, de los cuales al menos uno es móvil, asociados para una aplicación determinada, provisto o destinado a estar provisto de un sistema de accionamiento distinto de la fuerza humana o animal. (Prado, 2006, pág. 8)

4.03.05 Equipos

En base a las investigaciones realizadas, se ha considerado adecuado el requerimiento necesario de los siguientes equipos.

Tabla # 8 Equipo

EQUIPO DE PROCESAMIENTO			
CANTIDAD	DETALLE	P. UNITARIO	P.TOTAL
1	Cuarto Frio	10.000,00	10.000,00
1	Carretilla Hidraulica	411,95	411,95
10	Gavetas de Plastico	4,00	40,00
2	fundas para el empaque al vacio(plastico Estresh)	19,90	39,80
1	Balanza Digital Electronica	90,00	90,00
4	Cuchillos	2,30	9,20
6	Oberoles	30,00	180,00
6	Guantes Plasticos	1,52	9,12
6	Pares de Botas Plasticas	7,55	45,30
1	Mesa metalica para Procesamiento	300,00	300,00
1	Empacadora al vacio	335,50	335,50
1	Impresora de etiquetas Autoadhesivas	389,00	389,00
TOTAL		\$ 11.591,72	11.849,87

Elaborado por: Mariela Chasi

Figura # 8 Material de Limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
CANTIDAD	DETALLE	P. UNITARIO	P. TOTAL
2	Escobas de Nylon Duro	1,95	3,90
1	Escobas de Jardín	4,55	4,55
2	Recogedor de Basura	5,92	11,84
1	Mangera expandible reguladra mas pistola	29,99	29,99
2	Trapiadores	2,08	4,16
1	Basureros de Reciclaje	18,85	18,85
2	Paquetes de fundas de Basura	1,00	2,00
TOTAL		64,34	75,29

Elaborado por: Mariela Chasi

Tabla # 9 Equipo de Computacion

EQUIPOS DE COMPUTACION			
CANTIDAD	DETALLE	P. UNITARIO	P. TOTAL
2	Computadoras	380,00	760,00
2	Impresora Multifuncion	105,00	210,00
1	Telefono Fax	120,00	120,00
3	Telefonos	14,13	42,39
TOTAL			1.132,39

Elaborado por: Mariela Chasi

Tabla # 10 Equipo de Oficina

EQUIPO DE OFICINA			
CANTIDAD	DETALLE	P. UNITARIO	P. TOTAL
1	Resma de Papel Bond	3,70	3,70
12	Caja de Esferos	0,25	3,00
12	Caja de Lapices	0,20	2,40
4	Borradores de Queso	0,25	1,00
4	Sacapuntas	0,30	1,20
4	Cuadernos Universitarios	1,16	4,64
3	Grapadoras	6,80	20,40
3	Perforadoras	4,50	13,50
10	Carpetas Archivadoras	2,75	27,50
1	Calculadora Cientifica	9,00	9,00
1	Libretin Facturero x 100	24,00	24,00
TOTAL			111,60

Elaborado por: Mariela Chasi

Tabla # 11 Muebles y Enceres

MUEBLES Y ENCERES			
CANTIDAD	DETALLE	P. UNITARIO	P. TOTAL
4	Escritorios	79,98	319,92
10	Sillas	25,00	250,00
4	Estanterias	90,00	360,00
2	Archivador Aereo	50,00	100,00
	TOTAL	244,98	1.029,92

Elaborado por: Mariela Chasi

Tabla # 12 Vehiculo

VEHICULO			
CANTIDAD	DETALLE	P. UNITARIO	P. TOTAL
1	Camion Nrk	13.767,61	13.767,61
	TOTAL		13.767,61

Elaborado por: Mariela Chasi

Tabla # 13 Edificio

EDIFICIO		
CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR TOTAL
1	EDIFICIO	8.820,00
	TOTAL	8.820,00

Elaborado por: Mariela Chasi

Capítulo V

5. Estudio Financiero

Es la parte del análisis económico que determina cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de inversión para poner en marcha la microempresa.

5.01 Ingresos Operacionales y no Operacionales

En una empresa existen dos tipos de ingresos, operacionales y no operacionales. Los ingresos operacionales son los productos de la actividad económica principal de la empresa, ya que las empresas están dedicadas a una o más actividades y dichos ingresos son considerados como operacionales.

El Centro de Acopio el Agricultor tiene como actividad la comercialización de productos agrícolas como lechuga, brócoli, coliflor y col que están a disposición del público en general.

Tabla # 14 Gastos Operacionales

INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES							
Nº			100	600	1200	2600	31200
HORTALIZAS	CANTIDAD	PVP	VALOR DIARIO	VALOR SEMANAL	VALOR QUINCENA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
LECHUGAS	600	0,75	75	450	900,00	1.950,00	23.400,00
COL	600	0,75	75	450	900,00	1.950,00	23.400,00
BROCOLI	600	0,75	75	450	900,00	1.950,00	23.400,00
COLIFLOR	600	0,75	75	450	900,00	1.950,00	23.400,00
			300	1800	3.600,00	7.800,00	93.600,00

Elaborado por: Mariela Chasi

5.02 Costos

“Se entiende por costo la suma de las erogaciones en que incurre una persona para la adquisición de un bien o servicio, con la intención de que genere un ingreso en el futuro”. (Rojas Medina, 2007, pág. 9).

Análisis

El costo de un producto o servicio está formado por el precio de la materia prima, el precio de la mano de obra directa empleada en un producto o servicio.

5.02.01 Costo Directo

“Son las erogaciones que hace el contratista por los elementos que intervienen directamente en la ejecución de los conceptos de trabajo del proyecto que se está considerando”. (Trinidad Torres, 2005, pág. 7)

Análisis

Los costos directos de un producto se dividen en costos de materiales directos y de mano de obra directa, estos dos elementos se pueden determinar con facilidad y exactitud para la elaboración de un producto o servicio.

Nomina General de los Trabajadores del Centro de Acopio el "Agricultor"

Tabla # 15 Rol de Pagos

ROL DE PAGOS								
NOMBRES	SUELDO	CARGO	H.EXTRAS		COMISION	TOTAL INGRE	APORTE PERS	LIQUIDO A RESIVIR
			Complem.	Suplem.				
CARLOS PEREZ	340	GERENTE				450,00	42,53	407,48
FERNANDA PEREZ	450	ASISTENTE CONTABLE				340,00	32,13	307,87
LUIS PUMA	340	CONTROL DE CALIDAD				340,00	32,13	307,87
ERIKA PEREZ	340	VENDEDOR				340,00	32,13	307,87
ALFREO LANCHIM	340	OBRERO 1				340,00	32,13	307,87
JORGE VICENTE	340	OBRERO 2				340,00	32,13	307,87
PABLO CASTILLO	340	OBRERO 3				340,00	32,13	307,87
MARIA CHALACA	340	OBRERO 4				340,00	32,13	307,87
TOTAL MENSUAL			-	-		2.830,00	267,44	2.562,57
TOTAL ANUAL						33.960,00	3.209,22	30.750,78

Elaborado por: Mariela Chasi

Tabla # 16 Rol de Provisiones

ROL DE PROVISIONES								
NOMBRES	TOTAL DE ING.	DECIMO TERCE	DECIMO CUAR	VACACIONES	FONDOS DE RESER	TOTAL PROV.	APORTE PATRONAL	TOTAL PRESTACIONES
CARLOS PEREZ	340,00	28,33	28,33	14,17	28,33	99,17	41,31	140,48
FERNANDA PEREZ	450,00	37,50	28,33	14,17	37,50	117,50	54,68	172,18
LUIS PUMA	340,00	28,33	28,33	14,17	28,33	99,17	41,31	140,48
ERIKA PEREZ	340,00	28,33	28,33	14,17	28,33	99,17	41,31	140,48
ALFREO LANCHIMBA	340,00	28,33	28,33	14,17	28,33	99,17	41,31	140,48
JORGE VICENTE	340,00	28,33	28,33	14,17	28,33	99,17	41,31	140,48
PABLO CASTILLO	340,00	28,33	28,33	14,17	28,33	99,17	41,31	140,48
MARIA CHALACAN	340,00	28,33	28,33	14,17	28,33	99,17	41,31	140,48
TOTAL MENSUAL	2.830,00	235,83	226,67	113,33	235,83	811,67	343,85	1.155,51
TOTAL ANUAL	33.960,00	2.830,00	2.720,00	1.360,00	2.830,00	9.740,00	4.126,14	13.866,14

Elaborado por: Mariela Chasi

Análisis

La nómina empresarial nos permite verificar todos los ingresos financieros de los empleados que laboran en la microempresa, aquí se incluyen bonificaciones y deducciones. Se toma en consideración los fondos de reserva, décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo, aportes al IESS, estos ingresos nos permiten provisionar el total de dinero que la empresa paga por cada uno de sus trabajadores.

Equipo y Maquinaria

Tabla # 17 Equipo de Procesamiento

EQUIPO DE PROCESAMIENTO			
CANTIDAD	DETALLE	P. UNITARIO	P.TOTAL
1	Cuarto Frio	10.000,00	10.000,00
1	Carretilla Hidraulica	411,95	411,95
10	Gavetas de Plastico	4,00	40,00
2	fundas para el empaque al vacio(plastico Estresh)	19,90	39,80
1	Balanza Digital Electronica	90,00	90,00
4	Cuchullos	2,30	9,20
6	Oberoles	30,00	180,00
6	Guantes Plasticos	1,52	9,12
6	Pares de Botas Plasticas	7,55	45,30
1	Mesa metalica para Procesamiento	300,00	300,00
1	Empacadora al vacio	335,50	335,50
1	Impresora de etiquetas Autoadhesivas	389,00	389,00
TOTAL		\$ 11.591,72	11.849,87

Elaborado por: Mariela Chasi

El equipo a utilizar es propio para la comercialización de los productos como lechuga, brócoli, coliflor y col. Esta permite realizar de manera adecuada, protege la integridad de los trabajadores cuidando siempre el lugar donde se realiza el trabajo.

5.02.02 Costos Indirectos

“Es la suma de gastos técnicos, administrativos necesarios para la correcta realización de cualquier proceso productivo”. (Carlos Javier, 2005, pág. 25)

Análisis

Los costos indirectos del proceso del Centro de Acopio de Hortalizas vienen hacer los que indirectamente influyen y aumentan el coste del servicio final como el combustible del camión que será utilizado para movilización, repuestos, lubricantes, seguros, alquileres, amortizaciones.

5.02.03 Gastos Administrativos

“Se denominan gastos de administración a aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización, o las operaciones de producción”. (Financiera, 2002)

Análisis

Los gastos administrativos son gastos que no están directamente relacionados con la venta o distribución de bienes y servicios.

Tabla # 18 Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS			
DESCRIPCION	CANTIDAD	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
SUELDO PERSONAL ADMINISTRACION	4	1.130,00	17.640,00
SUMINISTROS DE OFICINA	1	111,60	334,80
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	1	56,44	677,28
DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	1	4.871,12	4.871,12
AGUA POTABLE	1	48,00	576,00
TELEFONO	1	29,84	358,08
INTERNET	1	27,00	324,00
TOTAL		6.274,00	24.781,28

Elaborado por: Mariela Chasi

Los gastos administrativos del Centro de Acopio de Hortalizas que se incurren y se toman en cuenta son personal de administración, suministros de oficina, limpieza, servicios básicos como el agua potable, luz eléctrica e internet. La depreciación se basa en la vida útil de la maquinaria, muebles y encerres, equipo de oficina, equipo de computación, vehículos, los mismos que se deprecian en 10,3 y 5 años respectivamente y en base a lo cual se ha realizado la depreciación.

5.02.04 Gastos de Venta

“Son aquellos en que se incurre para la promoción y venta de los productos que fábrica la empresa, tales como salarios de vendedores, comisiones en ventas, Etc.”. (Mendoza Roca , 2004, pág. 147)

Análisis

Son todos los gastos que tienen relación directa con la promoción, realización y desarrollo de las ventas.

Tabla # 19 Gastos de Venta

GASTOS DE VENTA				
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
COMBUSTIBLE			160,00	1.920,00
MATERIAL PUBLICITARIO			80,00	960,00
TOTAL			240,00	2.880,00

Elaborado por: Mariela Chasi

Los gastos de venta en los que se van a incurrir son los gastos de combustible, utilizados para la movilización del vehículo. El material publicitario se utilizará para la promoción de la microempresa.

5.02.05 Gastos Financieros

“Son los relacionados con la obtención de fondos para las operaciones de la empresa; estos gastos incluyen los intereses que la empresa debe pagar por los préstamos recibidos, así como los gastos relacionados con el otorgamiento de créditos a los clientes”. (Mendoza Roca , 2004, pág. 147)

Análisis

El costo financiero representa las erogaciones destinadas a cubrir los intereses, comisiones y gastos que de un crédito o contrato respectivo.

5.02.06 Costos Fijos y Variables

Costo Fijo.- permanece sin cambios en total por un periodo dado, pese a grandes cambios en el nivel relacionado con la cantidad o volumen total.

Costos Variables.- Cambia en total en proporción a los cambios en el nivel relacionado del volumen o actividad total. (Foster, 2007, pág. 30)

Materiales de Limpieza

Tabla # 20 Materiales de Limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
CANTIDAD	DETALLE	P. UNITARIO	P. TOTAL
2	Escobas de Nylon Duro	1,95	3,90
1	Escobas de Jardin	4,55	4,55
2	Recogedor de Basura	5,92	11,84
1	Mangera expandible reguladra mas pistola	29,99	29,99
2	Trapiadores	2,08	4,16
1	Basureros de Reciclaje	18,85	18,85
2	Paquetes de fundas de Basura	1,00	2,00
TOTAL		64,34	75,29

Elaborado por: Mariela Chasi

Útiles de Oficina

Tabla # 21 Útiles de Oficina

EQUIPO DE OFICINA			
CANTIDAD	DETALLE	P. UNITARIO	P. TOTAL
1	Resma de Papel Bond	3,70	3,70
12	Caja de Esferos	0,25	3,00
12	Caja de Lapices	0,20	2,40
4	Borradores de Queso	0,25	1,00
4	Sacapuntas	0,30	1,20
4	Cuadernos Universitarios	1,16	4,64
3	Grapadoras	6,80	20,40
3	Perforadoras	4,50	13,50
10	Carpetas Archivadoras	2,75	27,50
1	Calculadora Cientifica	9,00	9,00
1	Libretin Facturero x 100	24,00	24,00
TOTAL			111,60

Elaborado por: Mariela Chasi

5.03 Inversiones

5.03.01 Inversión Fija

También se conoce como formación bruta de capital fija. La palabra fija se usa para destacar que, contrariamente a los inventarios, estos bienes estarán fijos en la economía durante un tiempo largo y se usara para producir nuevos bienes. En consecuencia, la inversión es la adición de bienes de capital al stock existente. (De Gregorio , 2007, pág. 18)

Análisis

La inversión fija que tiene una vida útil mayor a un año se deprecian, tal es el caso de las maquinarias, equipos, edificios, muebles, encerres, vehículos, instalaciones y otros.

Tabla # 22 Inversión Fija

CUADRO DE INVERSIONES						
INVERSION FIJA						
						Valor de Recuperacion Valor de Salvamento
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vehículo	-12.767,61					0,00
Equipo y maquinaria	-11.849,87					5.924,94
Muebles y Enseres	-669,92					334,96
Equipos de Oficina	-111,60					55,80
Edificio	-8.820,00					4.410,00
Equipos de Computación	-1.132,39			-1.132,39		377,46
TOTAL	-35.351,39	0,00	0,00		0,00	11.103,16

Elaborado por: Mariela Chasi

5.03.02 Activos Fijos

Son activos producidos que se utilizan repetida o continuamente en proceso de producción durante más de un año. La característica que distingue a un activo fijo no es que sea durable en algún sentido fijo sino que puede utilizarse repetida o continuamente en la producción por un tiempo largo. (Donadi, 2001, pág. 128)

Análisis

Los activos fijos son los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones.

Tabla # 23 Equipo de Procesamiento

EQUIPO DE PROCESAMIENTO			
CANTIDAD	DETALLE	P. UNITARIO	P.TOTAL
1	Cuarto Frio	10.000,00	10.000,00
1	Carretilla Hidraulica	411,95	411,95
10	Gavetas de Plastico	4,00	40,00
2	fundas para el empaque al vacio(plastico Estresh)	19,90	39,80
1	Balanza Digital Electronica	90,00	90,00
4	Cuchullos	2,30	9,20
6	Oberoles	30,00	180,00
6	Guantes Plasticos	1,52	9,12
6	Pares de Botas Plasticas	7,55	45,30
1	Mesa metalica para Procesamiento	300,00	300,00
1	Empacadora al vacio	335,50	335,50
1	Impresora de etiquetas Autoadhesivas	389,00	389,00
TOTAL		\$ 11.591,72	11.849,87

Elaborado por: Mariela Chasi

Tabla # 24 Equipo de Computación

EQUIPOS DE COMPUTACION			
CANTIDAD	DETALLE	P. UNITARIO	P. TOTAL
2	Computadoras	380,00	760,00
2	Impresora Multifuncion	105,00	210,00
1	Telefono Fax	120,00	120,00
3	Telefonos	14,13	42,39
TOTAL			1.132,39

Elaborado por: Mariela Chasi

Tabla # 25 Muebles y Enceres

MUEBLES Y ENCERES			
CANTIDAD	DETALLE	P. UNITARIO	P. TOTAL
4	Escritorios	79,98	319,92
10	Sillas	25,00	250,00
4	Estanterias	90,00	360,00
2	Archivador Aereo	50,00	100,00
TOTAL			1.029,92

Elaborado por: Mariela Chasi

Tabla # 26 Vehículo

VEHICULO			
CANTIDAD	DETALLE	P. UNITARIO	P. TOTAL
1	Camion Nrk	13.767,61	13.767,61
TOTAL			13.767,61

Elaborado por: Mariela Chasi

Tabla # 27 Edificio

EDIFICIO		
CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR TOTAL
1	EDIFICIO	8.820,00
TOTAL		8.820,00

Elaborado por: Mariela Chasi

5.02.01.02 Activos Nominales

“Es la presentación esquematizada tales como servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha de un proyecto” (Sema Jurado, 2001, pág. 142)

Análisis

Son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son aptos de ser recuperados, por la empresa, en ningún momento. Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos.

5.02.02 Capital de Trabajo

“Equivale al activo corriente de la empresa. Representa las inversiones a corto plazo (inversiones que se pueden convertir en efectivo en un plazo de hasta un año)”. (Tanaka Nakasone, 2005, pág. 210)

Análisis

El capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar.

Tabla # 28 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO				
DESCRIPCION	1 MES	2 MESES	3 MESES	TOTAL
Sueldos y Salarios	2.562,57	2.562,57	2.562,57	7.687,70
Servicios Basicos	162,84	162,84	162,84	488,52
TOTAL	2.725,41	2.725,41	2.725,41	8.176,22

Elaborado por: Mariela Chasi

El capital de trabajo que la microempresa necesitara para la operación entre los cuales está el sueldo del personal, servicios básicos, que estarán disponibles desde el inicio de la actividad económica y que cubrirán estas necesidades a corto plazo.

5.02.03 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos

“Aquí se trata de aclarar el origen, la cronología y las formas de participación previstas en el financiamiento total del proyecto, para el capital fijo y el capital de trabajo”. (Martinez , 2006, pág. 134)

Análisis

El financiamiento empresarial es la obtención de recursos o medios de pago que se destinan a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines.

Tabla # 29 Fuentes de financiamiento

FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
Inversion :	100%	43.527,61
Cap. Propio :	60%	26.116,57
Financiamiento :	40%	17.411,04

Elaborado por: Mariela Chasi

En razón de que el presente estudio de factibilidad no dispone de recursos propios para financiar su totalidad se ha considerado necesario solicitar un crédito al Banco Nacional del Fomento por el valor de \$ 17.411,04 valor que cubre el capital de trabajo requerido.

5.02.04 Amortización de financiamiento (tabla de amortizaciones)

Con el paso del tiempo la empresa se acumulan cantidades importantes provenientes de la amortización, las cuales, en teoría, deberían ser utilizadas en el momento de reposición del bien amortizado. (Crespo Ramos , 2004, pág. 86)

Análisis

La amortización es la imputación al coste del producto de la depreciación sufrida por los elementos de activo fijo.

Tabla # 30 Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
	Inversion :	100%	43.527,61		
	Cap. Propio :	60%	26.116,57		
	Financiamiento :	40%	17.411,04		
	Plazo :		24	MESES	
	Interes :		11%	0,00458	
	Pagos :		MENSUAL		
Periodo	Capital	Interes	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0		0,00	0,00	0,00	17.411,04
1	17.411,04	79,80	767,75	687,95	16.723,09
2	16.723,09	76,65	767,75	691,10	16.031,99
3	16.031,99	73,48	767,75	694,27	15.337,72
4	15.337,72	70,30	767,75	697,45	14.640,26
5	14.640,26	67,10	767,75	700,65	13.939,61
6	13.939,61	63,89	767,75	703,86	13.235,75
7	13.235,75	60,66	767,75	707,09	12.528,67
8	12.528,67	57,42	767,75	710,33	11.818,34
9	11.818,34	54,17	767,75	713,58	11.104,75
10	11.104,75	50,90	767,75	716,85	10.387,90
11	10.387,90	47,61	767,75	720,14	9.667,76
12	9.667,76	44,31	767,75	723,44	8.944,32
13	8.944,32	40,99	767,75	726,76	8.217,56
14	8.217,56	37,66	767,75	730,09	7.487,47
15	7.487,47	34,32	767,75	733,43	6.754,04
16	6.754,04	30,96	767,75	736,80	6.017,24
17	6.017,24	27,58	767,75	740,17	5.277,07
18	5.277,07	24,19	767,75	743,56	4.533,51
19	4.533,51	20,78	767,75	746,97	3.786,53
20	3.786,53	17,35	767,75	750,40	3.036,14
21	3.036,14	13,92	767,75	753,84	2.282,30
22	2.282,30	10,46	767,75	757,29	1.525,01
23	1.525,01	6,99	767,75	760,76	764,25
24	764,25	3,50	767,75	764,25	0,00

Elaborado por: Mariela Chasi

El préstamo solicitado se pagara una parte que corresponde a los intereses por el capital recibido, el cual es del 11% de interés en un plazo de 24 meses el valor del préstamo bancario es de 17.411,04 dólares.

5.20.05 Depreciaciones (tabla de depreciaciones)

“La depreciación es un costo contable por concepto de recuperación de los gastos en los activos durante el curso normal de sus vidas”. (Everett, 2007, pág. 69)

Análisis

La depreciación consiste en reconocer de una manera ordenada el valor d los bienes a lo largo de su vida útil.

Tabla # 31 Depreciaciones

TABLA DE DEPRECIACIONES								
Descripción	Año 0	Vida Util	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	vs
Vehículo	13.767,61	5	2753,522	2.753,52	2.753,52	2.753,52	2.753,52	0
Equipo y maquinaria	11.849,87	10	1.184,99	1.184,99	1.184,99	1.184,99	1.184,99	5.924,94
Muebles y Enseres	1.029,92	10	102,99	102,99	102,99	102,99	102,99	514,96
Equipos de Oficina	111,60	10	11,16	11,16	11,16	11,16	11,16	55,80
Equipos de Computación	1.132,39	3	377,46	377,46	377,46			0
Edificio	8.820,00	20	441,00	441,00	441,00	441,00	441,00	6.615,00
TOTAL	15.013,78		4.871,12	4.871,12	4.871,12	4.493,66	4.493,66	13.110,70

Elaborado por: Mariela Chasi

5.02.06 Estado de Situación Inicial

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.

(Chico, 2013)

Análisis

Es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado.

Tabla # 32 Estado de Situación Inicial

CENTRO DE ACOPIA "EL AGRICULTOR"					
ESTADO DE SITUACION INICIAL					
DEL 1 ENERO DEL 2015 AL 31 DICIEMBRE DEL 2015					
ACTIVOS		10.023,45	PASIVOS		
Capital de trabajo	43.527,61				
ACTIVO FIJO			PASIVOS CORRIENTES		17.411,04
Vehículo	13.767,61		Prestamo Bancario	17.411,04	
Equipo y maquinaria	11.849,87				
Muebles y Enseres	1.029,92		PATRIMONIO		54.007,96
Estanterías	0,00		Capital propio	71.419,00	
Equipos de Oficina	111,60				
Equipos de Computación	1.132,39				
TOTAL ACTIVOS		71.419,00	TOTAL Pasivos +Patrimonio	71.419,00	

Elaborado por: Mariela Chasi

El estado de situación inicial comprende todos los activos fijos, inversiones y capital con los que va a iniciar la microempresa que comercializara productos de calidad.

5.02.07 Estado de Resultados (proyectado a 5 años)

Es el concepto financiero que muestra el aumento o la disminución que sufre el capital contable o patrimonio de la empresa como consecuencia de las operaciones practicadas durante un periodo de tiempo, mediante la descripción de los diferentes conceptos de ingresos, costos, gastos y productos que las mismas provocaron. (Avila Macedo, 2007)

Análisis

Conocido como estado de pérdidas y ganancias nos muestra de forma ordenada la forma de cómo se obtuvieron los resultados en intervalos de un año calendario hasta el plazo de 5 años determinando los costos y gastos que permite tomar decisiones confiables.

Tabla # 33 Estado de Resultados

CENTRO DE ACOPIA "EL AGRICULTOR"						
ESTADO DE RESULTADOS						
DEL 1 ENERO DEL 2015 AL 31 DICIEMBRE DEL 2015						
VENTAS		\$ 86.400,00	\$ 91.217,32	\$ 96.303,23	\$ 101.672,71	\$ 107.341,58
(-) Costo Ventas		\$ 57.600,00	\$ 59.155,20	\$ 60.752,39	\$ 62.392,70	\$ 64.077,31
(=) Utilidad Bruta en ventas		\$ 28.800,00	\$ 32.062,12	\$ 35.550,84	\$ 39.280,01	\$ 43.264,27
(-) Gastos Operacionales						
Gastos Administrativos		\$ 24.340,28	\$ 24.997,47	\$ 25.672,40	\$ 26.365,56	\$ 27.077,43
Gastos de Ventas		\$ 2.880,00	\$ 2.957,76	\$ 3.037,62	\$ 3.119,64	\$ 3.203,87
Gastos financieros		\$ 268,70	\$ 268,70	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Utilida Operacional		\$ 1.311,02	\$ 3.838,19	\$ 6.840,82	\$ 9.794,82	\$ 12.982,98
(+) Otros ingresos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Otros egresos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Utilidad A.P.E.I		\$ 1.311,02	\$ 3.838,19	\$ 6.840,82	\$ 9.794,82	\$ 12.982,98
(-) 15 Aportacion laboral		\$ 196,65	\$ 575,73	\$ 1.026,12	\$ 1.469,22	\$ 1.947,45
(=) Utilidad I.R		\$ 1.114,36	\$ 3.262,46	\$ 5.814,69	\$ 8.325,59	\$ 11.035,53
(-) Impuesto a la renta		\$ 245,16	\$ 717,74	\$ 1.279,23	\$ 1.831,63	\$ 2.427,82
(=) Utilidad neta		\$ 869,20	\$ 2.544,72	\$ 4.535,46	\$ 6.493,96	\$ 8.607,71
(+) depreciaciones)		\$ 4.430,12	\$ 4.430,12	\$ 4.430,12	\$ 4.052,66	\$ 4.052,66
(+) Amortizacion		\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00
(=) Excedente de Operacional		\$ 5.459,33	\$ 7.134,84	\$ 9.125,59	\$ 10.706,62	\$ 12.820,37

Elaborado por: Mariela Chasi

5.03 Evaluación

5.03.01 Tasa de Descuento

“La tasa de descuento puede ser usado como un mecanismo para comparar el valor del dinero en el tiempo”. (Seijo , 2006, pág. 73)

Análisis

La tasa de descuento es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro.

Tabla # 34 Tasa de Descuento

TASA DE DESCUENTO	
TASA ACTIVA	7,96%
TASA PASIVA	4,98%
TMAR=	12,94%

Elaborado por: Mariela Chasi

Este punto es el principal a determinar en el análisis económico. La TEMAR o tasa mínima de aceptable de rendimiento, la tasa de rendimiento mínima aceptable, es del 1980%

5.03.02 VAN

Este indicador de evaluación permite conocer el valor del dinero actual neto que va a recibir el proyecto en el futuro a fin de comparar este valor con la inversión inicial. (Paredes , 2005, pág. 172)

Análisis

El VAN permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros originado por una inversión.

Tabla # 35 VAN

FLUJO NETO DE EFECTIVO						
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversion Total	\$ (43.527,61)					\$ 13.110,70
Excedente Operacional		\$ 13.245,70	\$ 7.275,56	\$ 9.258,20	\$ 10.830,91	\$ 12.936,11
FLUJOS NETOS	\$ (43.527,61)	\$ 13.245,70	\$ 7.275,56	\$ 9.258,20	\$ 10.830,91	\$ 26.046,81
TMAR	T.A + T.P				T. Activa	7,96%
TMAR	12,94%				T. Pasiva	4,98%
						0,0796
						0,0498
VAN	-I	+ FNE	+ FNE	+ FNE	+ FNE	+ FNE + VS
		(1+TMAR)^1	(1+TMAR)^2	(1+TMAR)^3	(1+TMAR)^4	(1+TMAR)^5
VAN	\$ (43.527,61)	+ \$ 13.245,70	+ \$ 7.275,56	+ \$ 9.258,20	+ \$ 10.830,91	+ \$ 26.046,81
		1,1294	1,27554436	1,4405998	1,627013414	1,83754895
VAN	\$ (43.527,61)	+ \$ 11.728,09	+ \$ 5.703,89	+ \$ 6.426,63	+ \$ 6.656,93	+ \$ 14.174,76
VAN	\$ 1.162,68					

Elaborado por: Mariela Chasi

El valor de 5.892.74 constituye una ganancia que genera el proyecto, después de descontar la inversión inicial de los flujos netos de fondos de los 5 años de vida del proyecto.

Para calcular el van se utilizó el costo ponderado de capital que permitió calcular al valor presente los valores de los flujos a ser percibidos en el futuro.

5.03.03 TIR

“El método de tasa interna de retorno determina la tasa de descuento a la cual el valor presente de los ingresos de efectivo esperados en un proyecto es igual al valor presente de los egresos de efectivo esperados.” (Horngren, 2007, pág. 728)

Análisis

La tasa interna de retorno de una inversión o proyecto es la tasa efectiva anual compuesto de retorno o tasa de descuento que hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo de una determinada inversión sea igual a cero.

Tabla # 36 TIR

FLUJO NETO DE EFECTIVO						
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversion Total	\$ (72.003,55)					\$ 9.550,95
Excedente Operacional		\$ 31.414,70	\$ 34.848,01	\$ 38.517,58	\$ 41.050,10	\$ 45.015,32
TOTAL	\$ (72.003,55)	\$ 31.414,70	\$ 34.848,01	\$ 38.517,58	\$ 41.050,10	\$ 54.566,27
TIR	42,31%					
	42%					
VAN	-I	+ FNE	+ FNE	+ FNE	+ FNE	+ FNE + VS
		(1+TMAR)¹	(1+TMAR)²	(1+TMAR)³	(1+TMAR)⁴	(1+TMAR)⁵
VAN	\$ (72.003,55)	+ \$ 31.414,70	+ \$ 34.848,01	+ \$ 38.517,58	+ \$ 41.050,10	+ \$ 54.566,27
		1,423100512	2,025215067	2,882084598	4,101496067	5,836841152
VAN	\$ (72.003,55)	+ \$ 22.074,83	+ \$ 17.207,06	+ \$ 13.364,49	+ \$ 10.008,57	+ \$ 9.348,60
VAN	\$ 0,00					

Elaborado por: Mariela Chasi

La TIR calculado en basa a los flujos netos de fondos del cuadro del mismo nombre es de
42.31% TIR= 42.31%

La TIR en el rango del 42.31% permite cubrir los gastos financieros del pasivo corriente y el rendimiento del capital propio invertido.

5.03.04 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)

Es un método muy simple de aplicar, es una medida que relaciona los ingresos netos anuales de un proyecto (ingresos netos anuales es la diferencia entre el ingreso total y los costos, gastos e impuestos, todo en efectivo, del proyecto en análisis) con la inversión requerida con el mismo. (Levy, 2007, pág. 255)

Análisis

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

Tabla # 37 PRI

Año	FNE	Sumatoria	Factor	FNED	Sumatoria
0	\$ (43.527,61)	\$ (43.527,61)	1	\$ (43.527,61)	\$ (43.527,61)
1	\$ 13.245,70	\$ (30.281,91)	0,88230	\$ 11.686,70	\$ (31.840,91)
2	\$ 7.275,56	\$ (23.006,34)	0,77846	\$ 5.663,70	\$ (26.177,21)
3	\$ 9.258,20	\$ (13.748,14)	0,68683	\$ 6.358,83	\$ (19.818,38)
4	\$ 10.830,91	\$ (2.917,23)	0,60599	\$ 6.563,45	\$ (13.254,93)
5	\$ 26.046,81	\$ 23.129,58	0,53467	\$ 13.926,39	\$ 671,45
Año	Valores	Valor Recuperable			
0	\$ 26.046,81	\$ (2.917,23)			
1	\$ 2.170,57	\$ (746,66)			
2	\$ 2.170,57	\$ 1.423,91			
3	\$ 2.170,57	\$ 3.594,47			
4	\$ 2.170,57	\$ 5.765,04			
5	\$ 2.170,57	\$ 7.935,61			
6	\$ 2.170,57	\$ 10.106,18			
7	\$ 2.170,57	\$ 12.276,74			
8	\$ 2.170,57	\$ 14.447,31			
9	\$ 2.170,57	\$ 16.617,88			
10	\$ 2.170,57	\$ 18.788,45			
11	\$ 2.170,57	\$ 20.959,01			
12	\$ 2.170,57	\$ 23.129,58			

Elaborado por: Mariela Chasi

5.03.05 RBC (Relación Costo Beneficio)

“Relación costo beneficio muestra la cantidad de dinero que retorna por cada unidad monetaria invertida.” (Herrera, 2005, pág. 43)

Análisis

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado para determinar cuáles son sus beneficios por cada dólar que se sacrifique en la microempresa.

Tabla # 38 Costo Beneficio

COSTO BENEFICIO		
PERIODO	VALOR	INVERSION
año 1	25.091,00	43527,61
año2	7.669,08	
año 3	9.656,70	
año 4	11.234,52	
año 5	13.344,98	
SUMAN	66.996,28	
COSTO BENEFICIO	1,54	

Elaborado por: Mariela Chasi

La relación costo beneficio del proyecto, determina que por cada dólar invertido se recupera como beneficio 1.54

5.03.06 Punto de Equilibrio

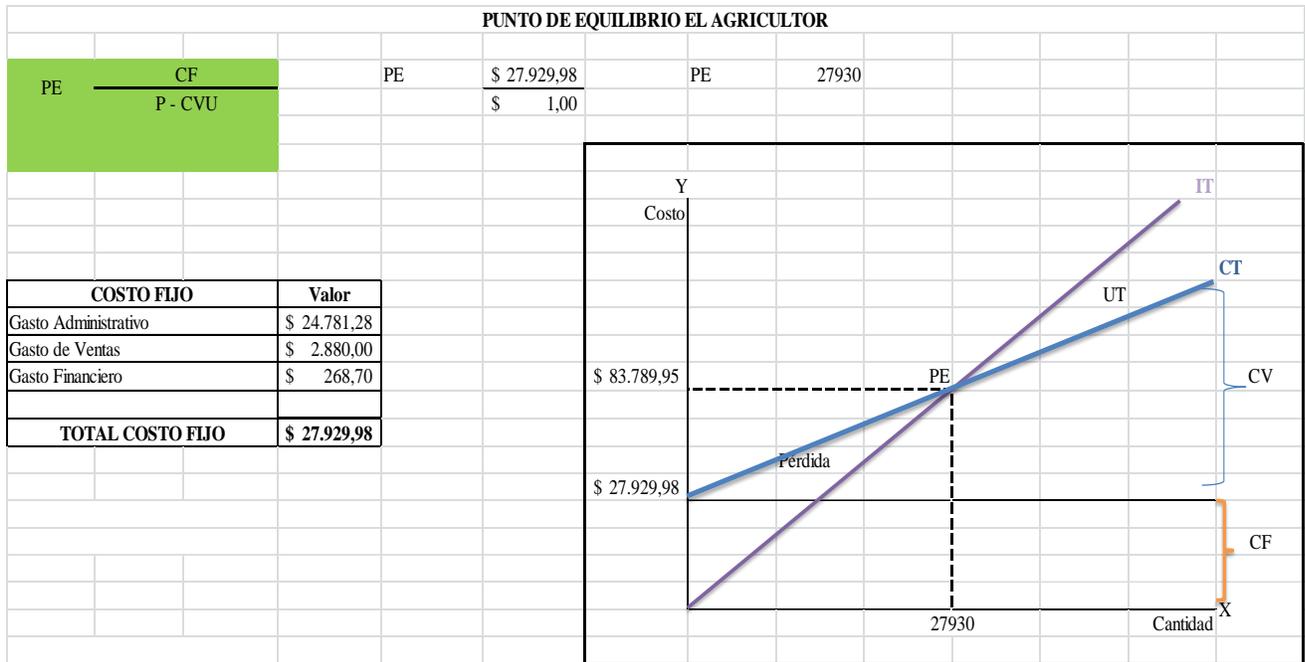
“Es un cálculo simple, su valor radica en que señala la relación entre ingresos, costos y utilidades. Para calcular el punto de equilibrio hay que conocer el precio unitario de venta, el costo variable por unidad y los costos fijos”. (Stephen, 2005, pág. 216)

Análisis

El punto de equilibrio permite calcular con mucha facilidad el punto mínimo de comercialización al que debe operarse para no incurrir en pérdidas.

Tabla # 39 Punto de Equilibrio

Característica		Lechuga	Brocoli	Col	Coliflor
	Precio	0,75	0,75	0,75	0,75
	Cvu	0,5	0,5	0,5	0,5
	MC	0,25	0,25	0,25	0,25
Encuestas	Nivel óptimo de mercado				
	MC medio	0	0	0	
	MC medio	1			
	PE	CF		MC =	P - Cvu
		P - Cvu			
	PE	CF			
		MC			
	PE	\$ 27.929,98		27929,98427	
		1			
Características		Lechuga	Brocoli	Col	Coliflor
	Cantidad	27.929,98	27.929,98	27.929,98	27.929,98
	Porcentaje de mercado	-	-	-	
	Producción	-	-	-	
	Precio	0,75	0,75	0,75	0,75
	Ingresos Totales	20.947,49	20.947,49	20.947,49	20.947,49
Características		Lechuga	Brocoli	Col	Coliflor
	Cantidad	27.929,98	27.929,98	27.929,98	27.929,98
	Porcentaje de mercado	-	-	-	
	Producción	-	-	-	
	Precio	0,50	0,50	0,50	0,50
	Ingresos Totales	13.964,99	13.964,99	13.964,99	13.964,99
	Ventas	83.789,95			
	Costo Producción	55.859,97			
	UBV	27.929,98			
	Costo Fijo	\$ 27.929,98			
	Utilidad	\$ -			



Elaborado por: Mariela Chasi

El análisis punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, costos variables y los beneficios.

No constituye una herramienta de evaluación económica, porque no considera la inversión inicial que da origen a los beneficios proyectados

5.03.07 Análisis de Índices Financieros

Tabla # 40 Índices Financieros

RELACION COSTO BENEFICIO	
RCB	$\frac{\text{Sumatoria Flujos Actualizados}}{\text{Inversion}}$
RCB	\$ 83.416,55
	\$ 43.527,61
RCB	1,92
RAZON CORRIENTE	
Razon Corriente	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$
Razon Corriente	\$ 43.527,61
	\$ 17.411,04
Razon Corriente	2,50

INDICE DE ENDEUDAMIENTO		ROA			ROE	
Nivel de Endeudamiento	$\frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Total Activo}}$	ROA	$\frac{\text{UTILIDAD}}{\text{ACTIVOS}} \times 100$		ROE	$\frac{\text{UTILIDAD}}{\text{PATRIMONIO}}$
Nivel de Endeudamiento	\$ 17.411,04	ROA	\$ 25.091,00		ROE	\$ 25.091,00
	\$ 73.508,60		\$ 73.508,60			\$ 56.097,56
					ROE	44,73
Nivel de Endeudamiento	23,69	ROA	34,13			

Elaborado por: Mariela Chasi

Capítulo VI

Análisis de Impactos

6.01 Impacto Ambiental

No se suele aplicar el término impacto a las alteraciones ambientales producidas por fenómenos naturales, como los daños causados por una tormenta, por un tornado, por un sismo o por la explosión de un volcán.

La alteración se mide y el impacto se evalúa por la diferencia entre la evolución en el tiempo que tendría el entorno, o alguno de los factores que lo constituyen, en ausencia de la actividad causante y la que tiene en presencia de esta. (Gomez Orea, 2013, pág. 156)

Asegurarse de estar cumpliendo con todos los permisos que le otorgue la ley, obtener la licencia de funcionamiento otorgado por el Ministerio del Medio Ambiente, el mismo que ha creado el Sistema Único de Información Ambiental, luego del mismo se obtendrá la categoría en la cual se ubique el proyecto de factibilidad dando cumplimiento a un cronograma de actividades anuales exigido por la entidad competente.

Capacitar a los empleados sobre medidas necesarias para proteger el medio ambiente, conocer las leyes que regulan a las empresas y microempresas.

6.02 Impacto Económico

De acuerdo a las proyecciones el negocio va a reportar una rentabilidad importante para el desarrollo y sostenimiento de la empresa con un esfuerzo que incrementa la inversión.

El impacto económico corresponde a la comercialización de servicios y el empleo que se genera gracias al consumo de bienes y servicios que realizan los empleados de los sectores que se benefician directa o indirectamente.

Para esta medición se estimó, como se mencionó, principalmente el valor agregado, el producto interno bruto (PIB) y el empleo generados por la actividad de las entidades culturales y comerciales. (Zuleta , 2003, pág. 42)

La proyección de ingresos y egresos refleja el comportamiento económico del proyecto durante su horizonte del análisis.

Los empleados que reciben beneficios salariales y ganancias, mejoran sus calidad de vida y su poder adquisitivo al poder comprar bienes y contratar servicios los mismos que ayudan al proceso productivo del país.

6.03 Impacto Productivo

El proyecto está enfocado a la comercialización de hortalizas como col, lechuga, brocoli, coliflor para brindar a la ciudadanía un producto de calidad.

Como ámbito territorial, de espacio de decisión y de asignación de recursos que permitan vincular los diferentes ejes del desarrollo rural. Al mismo tiempo se trata de articular lo micro y lo macro como elementos centrales para la generación de políticas y de inversiones. (Salazar, 2002, pág. 156)

Hablamos por un ambiente saludable el lugar donde los trabajadores desarrollan sus actividades sin correr el riesgo de perjudicar su salud en el procesamiento del producto. Tomar medidas de precaución evitan enfermedades y disminuyen el autoestima del trabajador por ir a realizar evaluaciones médicas y faltas al lugar de trabajo o causas de enfermedades.

El trabajador que se desempeña en un ambiente propicio aumenta los índices de rendimiento y la productividad dentro de la microempresa.

6.04 Impacto Social

El proyecto de factibilidad tendrá un impacto directo sobre las condiciones de vida de la población trabajadora del área de influencia, lugares donde se producen fuentes de trabajo para la distribución de productos de calidad.

“El impacto se refiere a los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general”. Los autores sustentan el criterio de que el impacto como concepto es más amplio que el concepto de eficacia, porque va más allá del estudio del alcance de los efectos

previstos y del análisis de los efectos deseados, así como del examen de los mencionados efectos sobre la población beneficiaria.” (Liberia Bonilla , 2007)

El proyecto al producir exitosamente puede ofrecer empleo y bienestar a las familias en la zona, y reconociendo esta necesidad los mecanismos para generar riqueza sin olvidar este componente empresarial y de mercado.

Capítulo VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

Al investigar el Sector San Vicente de Guayllabamba, se descubre que existen pocos Centros de Acopio de Hortalizas dedicados a la comercialización de productos como: Lechuga, Brócoli, Col y Coliflor. Que se encuentren construidas legalmente y cumplan con las leyes, normas exigidas por el Estado.

Para la futura implementación del Estudio de Factibilidad, se realizó una investigación de mercado al sector que puede demandar la comercialización de hortalizas de calidad, así como empresas que son exigidas por el estado para cumplir con estos requisitos.

La puesta en marcha de la microempresa en el Sector de San Vicente de Guayllabamba, satisfacer las necesidades de los consumidor, ya que actualmente las personas están perdiendo su habito de consumo por los productos saludables ya sea por trabajo, estudios o diferentes rutinas diarias lo cual forja a que las personas busquen alternativas con facilidad y comodidad

por eso y demás elaborar un estudio de mercado para determinar las necesidades del grupo objetivo y cuantifique tanto la oferta como la demanda de un Centro de Acopio de Hortalizas de Calidad.

Mediante la encuesta realizada a las personas de San Vicente de Guayllabamba se obtuvo información referente a la aceptación del Centro de Acopio de Hortalizas de Calidad, cuanto estaría dispuesto a pagar por las hortalizas, si las hortalizas serían aptas para la exportación etc. Los indicadores del proyecto como son el VAN y la TIR informan de la viabilidad del proyecto, se obtenemos en valor actual neto la cantidad de \$ 12.780,61 y en la Tasa Interna de Retorno El 19,80%.

7.02 Recomendaciones

Capacitar al personal para dar un buen servicio, su capacitación será referente a la atención al cliente, la seguridad.

Realizar una campaña publicitaria para dar a conocer los productos que se van a ofrecer a las personas y a las microempresas para que conozcan los beneficios que estos productos de calidad le ofrecen.

Estar actualizados en las nuevas normas que implanta el Estado a las microempresas en temas relacionados a la seguridad y medio ambiente mediante sus diversos organismos como lo son el Ministerio del Medio Ambiente y el Sistema Único de Información Ambiental, Ministerio de Relaciones Laborales y el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Estar constantemente realizando un estudio de mercado para verificar el crecimiento de la competencia, la variación del precio de servicio, los nuevos proveedores y actuales microempresas contratantes.

Mediante el crecimiento de la microempresa se deberá contar con personal mucho más capacitado ya que con el progreso continuo deberá ir surgiendo de igual manera.

- **Bibliografía**

- Avila Macedo, J. (2006). *Economía* . Mexico.
- Avila Macedo, J. (2007). *Introducción de la Contabilidad*. Mexico: Umbral .
- Baca Urbina , G. (2006). *Evaluación de Proyectos* . Mexico: Mexicana .
- Baca Urbina, G. (2006). *Evaluación de Proyectos* . Mexico: Mexicana .
- Carlos Javier, S. (2005). *Costo y tiempo en Edificación* . Mexico: LIMUSA Noriega.
- Chico, A. (Abril de 2013). <http://angelchico87.blogspot.com/2013/04/estado-de-situacion-inicial.html>. Recuperado el 17 de 09 de 20014, de <http://angelchico87.blogspot.com/2013/04/estado-de-situacion-inicial.html>: https://www.google.com.ec/search?tbm=bks&hl=es&q=CONCEPTO+DE+ESTADO+DE+SITUACION+INICIAL+&gws_rd=ssl#q=CONCEPTO+DE+ESTADO+DE+SITUACION+INICIAL&hl=es
- Crespo Ramos , T. (2004). *Administración de empresas volumen III*. España : MAD S.L.
- De Gregorio , J. (2007). *Macroeconomía teorías y políticas* . Mexico: Maria Fernanda Catillo.
- Dios, J. d. (24 de Enero de 2012). <http://macroymicrolocalizacion.blogspot.com/>. Recuperado el 16 de 07 de 2014, de <http://macroymicrolocalizacion.blogspot.com/>: <https://www.google.com.ec/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=definicion%20de%20macrolocalizacion>
- Dios, J. d. (24 de 01 de 2012). <http://macroymicrolocalizacion.blogspot.com/>. Recuperado el 16 de 07 de 2014, de <http://macroymicrolocalizacion.blogspot.com/>: <https://www.google.com.ec/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=definicion%20de%20MICROLOCALIZACION>
- Donadi, R. (2001). *Manual de estadísticas de finanzas públicas* . Estados Unidos .
- Ebert, R. (2006). *Administración de Producción y las Operaciones*. Boston.
- Estebanez, P. (2005). *Medicina Humanitaria*. España: Dias de Santo.
- Everett, A. (2007). *Administración de la producción y las operaciones*. Boston.
- Finnciera, E. (18 de noviembre de 2002). www.encyclopediafinanciera.com/. Recuperado el 04 de septiembre de 2014, de www.encyclopediafinanciera.com/: https://www.google.com.ec/?gfe_rd=cr&ei=B_kIVO3rCie7sAffuoDQDA&gws_rd=ssl#q=definicion+de+gasto+administrativo
- Foster, G. (2007). *Contabilidad de costos* . España : Español.
- Fred, D. (2005). *Concepto de Administración Estratégica* . Mexico.
- Gknight. (03 de 01 de 2011). www.definicionesde.com/e/target/. Recuperado el 04 de 10 de 2014, de www.definicionesde.com/e/target/: https://www.google.com.ec/search?tbm=bks&hl=es&q=CONCEPTO+DE+target&gws_rd=ssl#q=CONCEPTO+DE+target&hl=es
- Gomez Orea, D. (2013). *Evaluación de Impacto Ambiental*. España : Mundi-Prensa.
- Grande Esteban , I. (2005). *Marketing de los servicios* . Madrid: ESIC.
- Grande Esteban, I. (2005). *Marketing de los Servicios* . Madrid: ESIC.
- Herrera, F. (2005). *Fundamento de Análisis Económico*. Costa Rica .
- Horngren, C. (2007). *Contabilidad de Costos* . Mexico.

- Icart Isern, T. (2006). *Elaboracion y Presentacion de un Proyecto de Investigacion y una Tesina*. Barcelona.
- Icart Isern, T. (2006). *Elaboracion y Presentacion de un Proyecto de Investigacion y una Tesina*. Barcelona .
- Levy, L. (2007). *Planeacion Financiera en la Empresa Moderna* . España.
- Libera Bonilla , B. (15 de 03 de 2007).
www.google.com.ec/?gfe_rd=cr&ei=QAYjVOWDOIG99Abh8IGIDQ&gws_rd=ssl#q=i+mpacto+social. Recuperado el 24 de 09 de 2014, de
www.google.com.ec/?gfe_rd=cr&ei=QAYjVOWDOIG99Abh8IGIDQ&gws_rd=ssl#q=i+mpacto+social: http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol15_3_07/aci08307.htm
- Martinea, M. (2006). *Guia para la presentacion de proyectos*. España: vigesimoseptima.
- Martinez , M. (2006). *Guia para la presentacion de Proyectos* . Mexico .
- Martinez, M. (2006). *Guia para la presentacion de un Proyecto*. España : vigesimoseptima.
- Mendoza Roca , C. (2004). *Presupuesto para Empresas de Manufactura* . Colombia: Uninorte.
- Mendoza Roca , C. (2004). *Presupuestos para empresas de Manufactura*. Colombia : Uninorte.
- Paredes , A. (2005). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos Tecnologicos*. Andres Bello.
- Prado, J. (2006). *Certificados de profesionalidad*. españa.
- Rojas Medina, R. (2007). *Sistemas de Costos un proceso para su implementacion* . Colombia:
Primera edicion .
- Ruiz, J. (2006). *Contabilidad* . España.
- Salazar, R. (2002). *Memoria del primer seminario Nacional*. Venezuela : Boliviana .
- Seijo , J. (2006). *Bioeconomia*. Mexico: Mexicana .
- Sema Jurado, M. (2001). *Estrategias de produccion y mercado para los servicios de salud* .
Bogota.
- Stephen, R. (2005). *Administracion* . Mexico.
- Tanaka Nakasone, G. (2005). *Analisis de estados Financieros para la toma de decisiones*. Peru:
FONDO 2005.
- Trinidad Torres, M. (2005). *Precios Unitarios*. Tanasco: Primera edicion .
- Valbuena, R. (2000). *La Evaluacion del Proyecto en la Decision del Empresario*. Mexico:
Mexicana.
- Valderrama, J. (2001). *Informacion tecnologica*. Santiago de Chile.
- Vallhonrat, J. (2007). *Introduccion a la Ingenieria Industrial*. Barcelona: Reverte, S.A.
- Vertice, P. (2006). *Analisis de mercados* . España : española .
- Zuleta , L. (2003). *Impacto economico del patrimonio del Centro Historico de Bogota* . Bogota .

- Anexos # 1

Equipo de procesamiento Cuarto Frio



U\$S 10.000⁰⁰

Gavetas de Plástico



U\$S 4⁰⁰

Guantes Plásticos



U\$S 1⁵²

U\$S 7⁵⁵

Balanza Digital Electrónica

Carretilla Hidráulica



U\$S 411⁹⁵

Overoles



U\$S 30⁰⁰

Botas de Caucho



Empacadora al vacío



U\$S 90⁰⁰



U\$S 335⁵⁰

- El equipo de procesamiento son los complementos y accesorios, que se utilizan para la elaboración del producto terminado.

- Anexos # 2

Muebles de Oficina Escritorio para Oficina

Línea Mix



U\$S 79⁹⁸

U\$S 25⁰⁰

Sillas para Oficina



Archivador Aéreo



U\$S 50⁰⁰

- Los muebles de oficina se emplean para realizar las tareas propias de las empresas, microempresa u organización.

- Anexos # 3

Equipo de Computación

Computadora de Escritorio



- **U\$S 380⁰⁰**

Teléfono Fax



U\$S 120⁰⁰

Impresora Cano Multifunciones



U\$S 105⁰⁰

Teléfono



U\$S 14¹³

- Con el equipo de computación se realiza elecciones y nuevas estrategias para poder promocionar el producto que saldrá al mercado.

- Anexos # 4

Materiales de limpieza

Basureros de Reciclaje



U\$S 18⁸⁵

Escobas de Jardín



U\$S 4⁵⁵

Trapiadores



U\$S 2⁰⁸

Escobas de Nylon Duro



U\$S 1⁹⁵

Manguera Expandible reguladora



U\$S 29⁹⁹

Recogedor de Bsurra



U\$S 5⁹²

Fundas de Basura



U\$S 1⁰⁰

- Para poder desarrollar muy bien cualquier trabajo es necesario tener siempre limpio los materiales y espacio donde se va a trabajar o a elaborar el producto

- Anexos # 5

Útiles de Oficina

Borrador



U\$S 0.20

Cuaderno Universitario



U\$S 1¹⁶

Esferos



U\$S 0.25

Lápices



U\$S 0.20

Sacapuntas



U\$S 0.30

Grapadoras



U\$S 6⁸⁰

Resma de Papel Bond



U\$S 3⁷⁰

Carpetas Archivadores



U\$S 2⁷⁵

Calculadora Científica



U\$S 9⁰⁰

Perforadoras



U\$S 4⁵⁰

- Materiales que se utilizan para realizar cualquier tarea administrativa en el campo laboral.