



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

APOYAR A LOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS MEDIANTE UN ESTUDIO
DE FACTIBILIDAD CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
MICRO-EMPRESA EMPACADORA Y COMERCIALIZADORA DE
PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN LA PARROQUIA PUÉLLARO ZONA NORTE
DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2016"

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en
Administración Bancaria y Financiera

Autor: Quishpe Cacuango Cristian Fernando

Tutor: Ing. Ávila María

Quito, Abril 2016

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se han 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.

Quishpe Cacuango Cristian Fernando

CC: 1725551400

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, **Cristian Fernando Quishpe Cacuango** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1725551400 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: “APOYAR A LOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO-EMPRESA EMPACADORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN LA PARROQUIA PUÉLLARO ZONA NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016”, facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA _____

NOMBRE QUISHPE CACUANGO CRISTIAN FERNANDO

CÈDULA 1725551400

Quito, a los 25 días del mes de Abril del 2016

AGRADECIMIENTO

A Dios y a la Virgen del Quinche que me dio la vida y sabiduría, a mis padres Luis y María, que me han brindado su apoyo incondicional, dando las fuerzas necesarias para sobresalir día a día y que han estado motivándome en este camino para poder cumplir mis objetivos.

A mis tíos(as) Pedro, Ramiro, Wilson, Juan, Rosa y Leticia, Antonio y mis primos Klever, Juan, Freddy y Nathaly que siempre han estado conmigo apoyándome y confiaron en mí que iba a cumplir la meta.

A todos los docentes que me brindaron su tiempo y dedicación en el transcurso de estos semestres en especial a mi tutora, enseñándome valores y principios los cuales desde ya me han servido para crecer de manera personal y profesionalmente.

A mi mejores amigos (as) Luis, Darwin, Santiago, Juan, Stalin, Fernanda, Karen, Jenny, Patricia, Priscila, Ericka, Mayra y Diana que ha estado en los bueno y malos momentos apoyándome en el lapso de esta etapa de mi vida.

DEDICATORIA

A Dios por haberme dado su apoyo infinito

A mis Padres por su apoyo incondicional.

A toda mi familia y amigos con quien estuve en todo este caminado para lograrlo.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto busca implementar un canal de comercialización en la Parroquia Puéllaro además de aportar con la Matriz Productiva y el Plan Nacional del Buen Vivir generando fuentes de empleo directas e indirectas emprendiendo una microempresa en el Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito Parroquia Puéllaro, con la comercialización de productos agrícolas como es el de fréjol, vaina, pepinillo tomate riñón, ají, lechugas, aguacates, chirimoyas, cítricos, pepino, mismos productos que son de calidad y tratados con normas de higiene para su consumo.

En el estudio de mercado se detallan métodos y técnicas, para determinar la frecuencia de consumo, determinación de la oferta y demanda que son factores principales para argumentar la factibilidad del proyecto emprendido.

Mediante el estudio técnico se define el lugar donde estará ubicada la microempresa en donde será el acopio de los productores de la Parroquia Puéllaro para su posterior distribución en la Parroquia De San Antonio, además en el estudio técnico se determina la maquinaria y el equipo necesario para que entre en funcionamiento la microempresa "CPAP".

El estudio financiero realizado permite establecer los costos y gastos que incurrirán al momento de emprender la microempresa, se determina el costo de comercialización y la utilidad esperada obtener en la ejecución del proyecto.

El equipo de trabajo de "CPAP" cuenta en total con cinco personas que brindaran un servicio de calidad y aptos a satisfacer las necesidades de los clientes motivando a un trabajo en equipo, de los cuales dos personas son operarios de dar el proceso adecuado a la materia prima, un contador encargado de llevar la contabilidad y declaraciones correctamente, un gerente que será la persona quien dirija la empresa y también apoyará a la ventas, juntos con el vendedor.

Los resultados esperados para "CPAP" son positivos de acuerdo al estudio financiero, la inversión realizada será recuperable en 3 años, 3 meses lo cual es favorable para la creación de la microempresa.

ABSTRACT

This project seeks to implement a marketing channel in the Puellaro Parish besides contributing to the Matrix Production and the National Plan for Good Living generating sources of direct and indirect employment undertaking a small business in the North Sector of the Metropolitan District of Quito Parish Puellaro with marketing of agricultural products as that of beans , pod, kidney gherkin tomato , peppers , lettuce , avocados , custard apples , citrus , cucumber, same products are of quality and hygiene standards treated for consumption..

In the market research detailed methods and techniques to determine the frequency of consumption, determination of supply and demand are key to argue the feasibility of the project undertaken factors.

Through technical study the place to be located microenterprise which will be gathering producers Puellaro Parish for distribution in the parish of San Antonio also in the technical study the machinery and equipment needed is determined to enter is defined running microenterprise "CPAP".

The financial study allows for costs and expenses incurred when undertaking microenterprise, the cost of marketing and contain the expected utility in project implementation is determined.

The team of "CPAP" has a total of five people who provide quality service and able to meet customer needs motivating a team, of which two are operators give proper process to raw material, an accountant responsible for bookkeeping and statements correctly, a manager who will be the person who directs the company and also support the sales together with the seller.

Expected to "CPAP" results are positive according to the financial study conducted, the investment will be recovered in 3 years, 3 months, which is favorable for the creation of microenterprises

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN EJECUTIVO	v
ABSTRACT	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE FIGURAS	xix
CAPÍTULO I.....	1
1.0 Introducción.....	1
1.01 Antecedentes	2
1.02 Justificación.....	4
CAPITULO II	6
2.0 Análisis situacional.....	6
2.01 Ambiente Externo.....	6
2.01.01 Factor económico.....	7
2.01.02 Factor social.....	12
2.01.03 Factor legal	16
2.01.04 Factor tecnológico.....	19
2.02 ENTORNO LOCAL.....	20
2.02.01 Clientes	20



2.02.02 Proveedores.....	20
2.02.03 Competidores	21
2.03 AMBIENTE INTERNO	23
2.03.01 Propuesta estratégica.....	23
2.03.02 Gestión Administrativa	26
2.03.03 Gestión operativa	32
2.03.04 Gestión comercial	35
2.04 ANÁLISIS FODA	39
CAPITULO III	41
3.0 Estudio de mercado	41
3.01 Análisis del Consumidor.....	41
3.01.03 Técnicas de obtención de información	44
3.01.03 Análisis de la Información	49
3.02 OFERTA	65
3.02.01 Oferta Histórica.....	65
3.02.02 Oferta Actual.....	65
3.02.03 Oferta Proyectada	66
3.03 DEMANDA.....	66
3.03.01 Demanda histórica	67
3.03.02 Demanda Actual	67

3.03.03 Demanda Proyectada	69
3.04 BALANCE OFERTA- DEMANDA.....	69
3.04.01 Balance Oferta- Demanda Actual	69
3.04.02 Balance Oferta- Demanda Proyectado.....	70
CAPITULO IV.....	71
4.0 Estudio técnico	71
4.01. Tamaño del proyecto	71
4.01.01 Capacidad instalada	72
4.01.02 Capacidad Óptima.....	72
4.02 Localización	73
4.02.01 Macro- localización	73
4.02.02 Micro- localización	74
4.02.03 Localización óptima.....	75
4.03 Ingeniería del producto	77
4.03.01 Definición de bien y servicio	77
4.03.02 Distribución de la Planta.....	78
4.03.03 Proceso productivo	80
4.03.04 Maquinaria	83
4.03.05 Muebles Y Enseres	85
4.03.05 Equipo de Computación.....	87

4.03.06 Equipo de Oficina	88
CAPITULO V	90
5.0 Estudio financiero.....	90
5.01 Ingresos Operacionales.....	90
5.01.02 Proyección de ingresos Operacionales	94
5.1.3 Ingresos no operacionales.....	94
5.02 Costos	95
5.3 Costos Directos	95
5.02.02 Costos indirectos.....	98
5.02.03 Gasto de administración.....	98
5.05.04 Gasto de venta.....	98
5.02.05 Gasto financiero	99
5.02.06 Costo fijo.....	100
5.02.07 Costo variable	101
5.02 Inversiones.....	101
5.2.1 Inversión fija	102
5.02.02 Capital de trabajo	103
5.02.03 Fuentes de financiamiento y uso de fondos	104
5.02.04 Amortización	105
5.02.05 Depreciación	106

5.02.06 Estado de Situación inicial.....	107
5.02.07 Estado de resultados Proyectado a 5 años	108
5.02.08 Flujo de Caja.....	109
5.03 Evaluación del Proyecto	110
5.03.01 Tasa de Descuento	110
5.03.02 Valor Actual Neto (VAN).....	111
5.03.04 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	112
5.03.05 Periodo De Recuperación de la Inversión (PRC)	113
5.03.06 Relación costo beneficio	113
5.03.07 Punto de Equilibrio	114
5.03.07 Análisis de índices financieros	116
CAPITULO VI.....	118
6.0 Análisis de impactos.....	118
6.01 Impacto Ambiental	118
6.02 Impacto Económico.....	119
6.03 Impacto Productivo	119
6.04 Impacto Social.....	119
CAPITULO VII	121
7.0 Conclusiones y recomendaciones.....	121
7.01 Conclusiones	121

7.02 Recomendaciones	122
Bibliografía	123
ANEXOS	128
Anexo A: Localización de la Micro-empresa.....	128
Anexo B: Parroquia Puéllaro.....	128
Anexo C: Productos Agrícolas que se comercializaran	129
Anexo D: Proveedores.....	133
Anexo E: Solicitud de Inspección del local.....	134
Anexo F: Licencia Metropolitana.....	135
Anexo G: Proforma de Maquinaria	136
Anexo H: Proforma de Muebles.....	137
Anexo I: Proforma de Equipo de computación	138

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Inflación.....</i>	<i>7</i>
<i>Tabla 2: Riesgo País.....</i>	<i>10</i>
<i>Tabla 3. Tasa de Interés Activa.....</i>	<i>11</i>
<i>Tabla 4. Tasa Pasiva.....</i>	<i>12</i>
<i>Tabla 5: Desempleo.....</i>	<i>15</i>
<i>Tabla 6: Pobreza en Quito.....</i>	<i>16</i>
<i>Tabla 7: Clientes.....</i>	<i>20</i>
<i>Tabla 8: Proveedores.....</i>	<i>21</i>
<i>Tabla 9: Competencia.....</i>	<i>22</i>
<i>Tabla 10: Matriz Foda Oportunidades- Amenazas.....</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 11: Matriz Foda Fortalezas-Debilidades.....</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 12: Segmentación de Mercado.....</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 13: Tamaño Del Universo.....</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 14: Técnicas de obtención de información.....</i>	<i>44</i>
<i>Tabla 15: Genero.....</i>	<i>49</i>
<i>Tabla 16: Edad.....</i>	<i>50</i>
<i>Tabla 17: Ocupación.....</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 18: Frecuencia de Consumo.....</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 19: ¿ Que tipo de producto consume con mayor frecuencia?.....</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 20: Consumo de Productos provenientes.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 21: Lugares de adquisición.....</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 22 Presupuesto en Frutas.....</i>	<i>57</i>

<i>Tabla 23 Presupuesto en Hortalizas</i>	58
<i>Tabla 24 :Presupuesto Legumbres</i>	59
<i>Tabla 25: Al momento de adquirir productos agrícolas en que se fija?</i>	60
<i>Tabla 26: ¿En que presentación le gustaría recibir el producto?</i>	61
<i>Tabla 27: ¿Tiene 1 proveedor o marca preferida de productos agrícolas?</i>	62
<i>Tabla 28: ¿Estaría dispuesto a que una micro-empresa sea la proveedora de frutas, hortalizas y legumbres en San Antonio de Pichincha?</i>	63
<i>Tabla 29: Aceptaría el consumo de productos agrícolas (frutas, hortalizas y legumbres) provenientes de la Parroquia Puéllaro?</i>	64
<i>Tabla 30:Oferta Histórica</i>	65
<i>Tabla 31: Oferta Proyectada</i>	66
<i>Tabla 32:Demanda Histórica</i>	67
<i>Tabla 33: Demanda Actual</i>	67
<i>Tabla 34: Demanda Proyectada</i>	69
<i>Tabla 35: Balance Oferta- Demanda Actual</i>	69
<i>Tabla 36:Balance Oferta- Demanda</i>	70
<i>Tabla 37: Capacidad Instalada</i>	72
<i>Tabla 38: Capacidad Óptima</i>	72
<i>Tabla 39: Macro-localización</i>	74
<i>Tabla 40: Matriz de Localización óptima</i>	76
<i>Tabla 41: Códigos de Cercanía</i>	78
<i>Tabla 42: Razones de Cercanía</i>	78
<i>Tabla 43: Simbología del proceso</i>	80
<i>Tabla 44: Proceso</i>	81

<i>Tabla 45: Maquinaria.....</i>	<i>83</i>
<i>Tabla 46: Muebles y Enseres</i>	<i>85</i>
<i>Tabla 47: Equipos de Computación.....</i>	<i>87</i>
<i>Tabla 48: Equipo de Oficina.....</i>	<i>88</i>
<i>Tabla 49: Presentación de venta al público</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 50: Ventas Anuales</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 51: Ingresos Operacionales.....</i>	<i>94</i>
<i>Tabla 52: Materia Prima</i>	<i>95</i>
<i>Tabla 53: Materia prima en unidades</i>	<i>96</i>
<i>Tabla 54: Materiales Directos</i>	<i>96</i>
<i>Tabla 55: Mano de Obra Directa</i>	<i>97</i>
<i>Tabla 56: Provisiones de mano de obra directa.....</i>	<i>97</i>
<i>Tabla 57: Costos Directos</i>	<i>98</i>
<i>Tabla 58: Gastos De Administración.....</i>	<i>98</i>
<i>Tabla 59: Costo de Ventas</i>	<i>99</i>
<i>Tabla 60: Gasto Financiero.....</i>	<i>99</i>
<i>Tabla 61: Costo Fijo.....</i>	<i>100</i>
<i>Tabla 62. Costo Variable.....</i>	<i>101</i>
<i>Tabla 63: Activos Fijos.....</i>	<i>102</i>
<i>Tabla 64: Activos Nominales</i>	<i>102</i>
<i>Tabla 65: Capital De Trabajo</i>	<i>103</i>
<i>Tabla 66: Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos</i>	<i>104</i>
<i>Tabla 67: Detalle del Préstamo</i>	<i>105</i>
<i>Tabla 68: Amortización</i>	<i>105</i>

<i>Tabla 69: Depreciación</i>	<i>106</i>
<i>Tabla 70: Estado De Situación Inicial.....</i>	<i>107</i>
<i>Tabla 71: Estado de Resultados.....</i>	<i>108</i>
<i>Tabla 72: Flujo de Caja.....</i>	<i>109</i>
<i>Tabla 73: Flujo De Caja Neto Financiero.....</i>	<i>110</i>
<i>Tabla 74: Tasa Mínima aceptable de Rentabilidad.....</i>	<i>110</i>
<i>Tabla 75: VAN</i>	<i>111</i>
<i>Tabla 76: TIR.....</i>	<i>112</i>
<i>Tabla 77: Periodo De Recuperación de la Inversión</i>	<i>113</i>
<i>Tabla 78: Relación costo beneficio.....</i>	<i>114</i>

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1: PIB</i>	8
<i>Figura 2: Contribuciones de las industrias al PIB</i>	9
<i>Figura 3: Tasa de Crecimiento Poblacional en Pichincha</i>	13
<i>Figura 4: PEA</i>	14
<i>Figura 5: Organigrama</i>	26
<i>Figura 6: Cadena de Valor</i>	32
<i>Figura 7: Logotipo</i>	35
<i>Figura 8: Productos a Comercializar</i>	36
<i>Figura 9: Publicidad</i>	38
<i>Figura 10: Género</i>	49
<i>Figura 11: Edad</i>	50
<i>Figura 12: Ocupación</i>	52
<i>Figura 13: Frecuencia de Consumo de Productos Agrícolas Fuente: Encuesta</i>	53
<i>Figura 14: ¿Que tipo de producto consume con mayor frecuencia? Fuente: Encuesta</i>	54
<i>Figura 15: Cuales productos agrícolas prefiere?</i>	55
<i>Figura 16: ¿En que lugares adquiere con mayor frecuencia, frutas hortaliza y legumbres?</i>	56
<i>Figura 17:¿ Cuanto de su presupuesto asigna en la adquisición de frutas?</i>	57
<i>Figura 18: ¿Cuanto de su presupuesto asigna en la adquisición de hortalizas?</i>	58
<i>Figura 19: ¿Cuanto de su presupuesto asigna en la adquisición de legumbres?</i>	59
<i>Figura 20: ¿Al momento de adquirir productos agrícolas en que se fija?</i>	60
<i>Figura 21: ¿En que presentación le gustaría recibir el producto?</i>	61

<i>Figura 22: ¿Tiene 1 proveedor o marca preferida de productos agrícolas?.....</i>	<i>62</i>
<i>Figura 23: ¿Estaría dispuesto a que una micro-empresa sea la proveedora de frutas, hortalizas y legumbres en San Antonio de Pichincha?.....</i>	<i>63</i>
<i>Figura 24: ¿Aceptaría el consumo de productos agrícolas (frutas, hortalizas y legumbres) provenientes de la Parroquia Puéllaro?.....</i>	<i>64</i>
<i>Figura 25: Macro-localización.....</i>	<i>74</i>
<i>Figura 26: Micro-localización.....</i>	<i>75</i>
<i>Figura 27: Matriz SLP.....</i>	<i>79</i>
<i>Figura 28: Distribución de la planta.....</i>	<i>79</i>
<i>Figura 29: Proceso.....</i>	<i>82</i>
<i>Figura 30: Punto De Equilibrio frutas.....</i>	<i>115</i>
<i>Figura 31: Punto De Equilibrio legumbres.....</i>	<i>115</i>
<i>Figura 32: Punto De Equilibrio hortalizas.....</i>	<i>116</i>

CAPÍTULO I

1.0 Introducción

La comercialización de productos agrícolas en Pichincha está dado por las grandes empresas como son: Supermaxi, Megamaxi, Tía, Santa María y Akí, hoy en día la competencia entre empresas es dinámico porque el mundo del comercio se ha tornado más competitivo y por otro lado el cliente es lo más importante, puesto que es quien impone las condiciones, y las empresas son las que satisfacen las necesidades, las que permanecen dentro del mercado tienen que estar en constante innovación. El presente proyecto tiene como propósito implementar un micro-empresa empacadora y comercializadora de productos agrícolas en la Parroquia Puéllaro sector Norte del Distrito Metropolitano. Los productos agrícolas a comercializar son: fréjol, vaina, pepinillo tomate riñón, ají, lechugas, aguacates, chirimoyas, cítricos, pepino, mismos productos que son de calidad y tratados con normas de higiene para su consumo.

En la Parroquia Puéllaro lugar a implementar la microempresa existe una diversidad de climas desde el templado, seco y frío. La temperatura promedio es de 18,1°C lo cual es ventajoso para la disponibilidad de diferentes productos en el mercado. La actividad agrícola representa un 87% de las actividades productivas de la Parroquia Puéllaro, tal producción no tiene una correcta distribución de los productos en el mercado por lo que se origina pérdidas económicas por parte de los productores. En el estudio a realizar se determinará el análisis financiero para que la microempresa sea sustentable, viable y rentable en el tiempo puesto que el estudio financiero es muy importante para la inversión del proyecto y la liquidez que se va a tener además está interrelacionado con el estudio técnico para poseer una buena logística interna.

1.01 Antecedentes

La agricultura es una de las actividades primarias, que consiste en la extracción de alimentos y otros elementos útiles provenientes de la siembra. Esta palabra de origen latino, significa cultivar, y justamente, la agricultura consiste en el cultivo de diversos vegetales, y es, en la actualidad, una industria importante, en la cual muchos países invierten en tecnología. Por otro lado, en los países más subdesarrollados, la agricultura y la ganadería constituyen la economía, dejando poco lugar para el progreso y las ganancias necesarias, pues las actividades primarias son las que poseen el menor valor agregado, debido a que no se procesan los productos. La

agricultura nace hace aproximadamente 10.000 años, cuando la gente comienza a asentarse en ciertas zonas, en vez de ser nómadas y no vivir en un lugar fijo; pues el cultivo de la tierra requiere de mucho tiempo y esfuerzo. Antes de ello, la gente subsistía con los alimentos obtenidos por medio de la caza, los frutos y plantas silvestres. En sus orígenes, la agricultura era de subsistencia, pues se producía sólo lo necesario para el consumo propio; luego, cuando se empezó a elaborar más de lo necesario, los productos fueron comercializados (<http://www.academia.edu>, 2013).

Puéllaro es una Parroquia Rural que se encuentra en el Sector Noroeste del Cantón Quito provincia de Pichincha. La población fue fundada por Pedro de Puelles (de ahí su nombre), a finales de 1534, sobre asentamientos indígenas que ya existían desde antes de los Incas. Es una zona volcánica producida por las erupciones del Pululahua y el Mojanda, Puéllaro posee un suelo terroso, fértil y productivo, de clima templado y cálido siendo una riqueza estos factores para el cultivo de los productos. Según el Censo del 2010, la Parroquia de Puéllaro registra una población total de 5.488 habitantes y una superficie de 59,23 km².

La actividad agrícola representa un 87% de las actividades productivas de la Parroquia (Pichincha, 2012), siendo la primera actividad económica que genera fuentes de ingresos para la subsistencia para los pobladores de la Parroquia Puéllaro. Los productos que se comercializarán son: frejol, vaina, pepinillo, ají, lechuga, aguacate, chirimoya y cítricos.

1.02 Justificación

La agricultura según datos del Banco Central del Ecuador hasta el segundo trimestre del 2015 ha contribuido al crecimiento del PIB con un 0.11% demostrando que el sector se encuentra contribuyendo a la economía del país y que existe una oportunidad de mercado. En la parroquia existe una diversidad de climas desde el templado, seco y frío. La temperatura promedio es de 18,1°C. La actividad agrícola representa un 87% de las actividades productivas de la Parroquia Puéllaro siendo el primer ingreso más importante de la parroquia para el desenvolvimiento de la vida diaria de las personas inmersas en esta actividad económica, pero el desconocimiento del mercado y la carencia de canales de distribución de parte de los agricultores está originando durante estos años pérdidas económicas para los productores de ahí surge la necesidad del presente proyecto de implementar una micro-empresa empacadora y comercializadora de productos agrícolas en la Parroquia Puéllaro sector Norte del Distrito Metropolitano. Con la puesta en marcha del presente proyecto se implementara un canal de comercialización y de forjar nuevas fuentes de empleo con la microempresa a efectuar, además los productores tendrán aumento de su rentabilidad por los gastos efectuados en el cultivo de los diferentes productos.

En el mercado existe una gran necesidad de parte de los consumidores de buscar una vasta variedad de productos agrícolas que sean productos frescos y saludables a precios accesibles, se comercializara en el norte de Quito por considerarle un mercado potencial (fruterías, restaurantes y hoteles). Dato obtenido de acuerdo con las estadísticas del INEC (2010), las mismas que nos indican que existe una

oportunidad de mercado para la microempresa a implementar "CPAP" dado el incremento del Sector Norte de Quito.

El proceso de comercialización se comienza con el pedido de los consumidores se procede a adquirir los productos directamente de los proveedores que serán los agricultores de la Parroquia de Puéllaro, quienes cultivan una variedad de productos agrícolas, se verificará que los productos estén en óptimas condiciones para luego entrar al área de limpieza y realizar una correcta asepsia de los productos seguido se procede al empaclado de acuerdo con las especificaciones de los consumidores, para luego ser etiquetado y su posterior comercialización en el Norte de Quito.

Además este proyecto está alineado con el objetivo 3 del Plan Nacional del Buen Vivir que consiste en mejorar la calidad de vida de la población permitiendo el desarrollo económico de los agricultores de la Parroquia Puéllaro.

CAPITULO II

2.0 Análisis situacional

“Es un método que permite analizar dificultades, fallas, oportunidades, y riesgos para definirlos, clasificarlos, desglosarlos, jerarquizarlos y ponderarlos, permitiendo así actuar eficientemente con base a criterios y/o planes establecidos” (Valle & González, 2004, pág. 16).

2.01 Ambiente Externo

Según (Martínez, Daniel, 2011) menciona que “El ambiente externo hace referencia a las fuerzas e instituciones fuera de la organización que hasta cierto punto pueden modificar o influir en el desempeño y crecimiento de la empresa” entonces se concluye que el ambiente externo no se le puede controlar y puede representar una amenaza o una oportunidad.

2.01.01 Factor económico

Según (Robbins & Coulter, 2005) señala que: “Condiciones económicas tasa de interés, inflación, cambio en el ingreso disponible oscilaciones de la bolsa de valores y el estado general del ciclo comercial son algunos de los factores que repercuten en las actividades gerenciales de la organización”. (pag.66) Como menciona los autores engloba todos los elementos que forma parte del factor económico.

2.01.01.01 Inflación

“Es un incremento en la cantidad de dinero necesaria para obtener la misma cantidad de producto o servicio antes de la presencia del precio inflado, ocurre porque el valor del dinero ha cambiado, se ha reducido y como resultado se necesitan más dólares para menos bienes” (Leland, 2007, pág. 127) .

Tabla 1: Inflación

INFLACIÓN ANUAL	
AÑO	VALOR
2015	3.38%
2014	3.67 %
2013	2,70 %
2012	4.16 %

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Análisis:

Es un factor importante dentro de una empresa, porque al incrementarse el porcentaje en la inflación sube también los precios en la adquisición de los productos agrícolas que generarán mayores gastos de comercialización, pero según los datos

obtenidos se muestra que en el 2015 ha bajado la inflación, con respecto al 2014 no obstante sigue siendo una amenaza.

2.01.01.02 PIB

El Producto Interno Bruto (PIB) es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período. Su cálculo -en términos globales y por ramas de actividad- se deriva de la construcción de la Matriz Insumo-Producto, que describe los flujos de bienes y servicios en el aparato productivo, desde la óptica de los productores y de los utilizadores finales.

(BancoCentralDelEcuador, 2015).

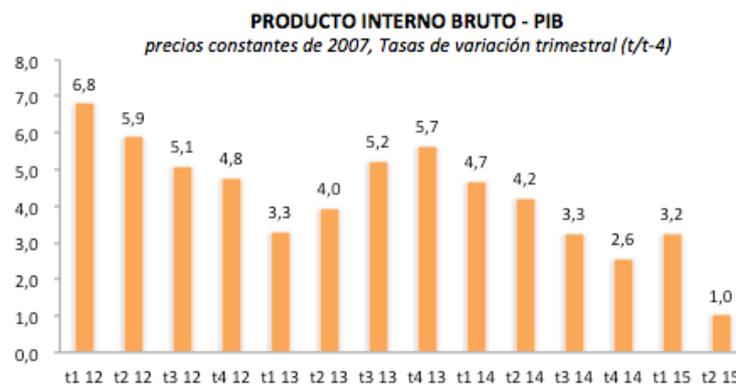


Figura 1PIB

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Análisis:

El producto interno Bruto ha tenido a comparación del segundo trimestre del 2014 un decrecimiento considerable esto se debe al fenómeno del sector petrolero por la baja del precio del barril en mercados internacionales, la actual variación del PIB en el segundo trimestre del 2015 es de 1,0.



Figura 2: Contribuciones de las industrias al PIB
Fuente: Banco Central Del Ecuador

Análisis:

El PIB por contribuciones sirve para medir el desarrollo y la competitividad que tienen las empresas en el país y cuál es el aporte de cada uno de los sectores al PIB, el sector en el cual la microempresa está involucrada es la agricultura el cual aportado con un 0,11 a la variación trimestral del PIB hasta el segundo trimestre del 2015

2.01.01.03 Riesgo País

Tabla 2: Riesgo País

AÑO	VALOR
2012	826
2013	532
2014	883
2015	1266

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Análisis:

Como se observa el riesgo país en el año 2013 tiene el valor de 532 pero en el transcurso de dos años se ha duplicado el riesgo teniendo en el 2015 un valor de 1266, esto se debe a la caída del precio del petróleo, siendo una amenaza de impacto bajo.

2.01.01.04 Tasas de interés

“La tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero. Al igual que el precio de cualquier producto, cuando hay más dinero la tasa baja y cuando hay escasez sube” (BancoCentralDelEcuador, 2015)

2.01.01.04.01 Tasa Activa

“Es la que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. Esta última siempre es mayor, porque la diferencia con la tasa

de captación es la que permite al intermediario financiero cubrir los costos administrativos, dejando además una utilidad” (BancoCentralDelEcuador, 2015)

Tabla 3.Tasa de Interés Activa

TASA ACTIVA	
AÑO	VALOR
2015	9,12 %
2014	8,19 %
2013	8,17 %
2012	8.17 %

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Análisis:

Según lo observado en la tabla de la tasa activa anual se puede concluir que en el transcurso de tres años ha existido una estabilidad pero con referencia al último año que es el 2015 se aumentó considerablemente esto sucedió por la inestabilidad económica que está pasando el gobierno en donde del 8.19% incremente al 9.12% siendo no favorable para que la micro empresa pueda realizar un préstamo bancario para la inversión en maquinaria y equipos que ayudará al proceso productivo en la empresa.

2.01.01.04.02 Tasa Pasiva

“Es la que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado” (BancoCentralDelEcuador, 2015)

Tabla 4. Tasa Pasiva

TASA PASIVA

FECHA	VALOR
2015	5.14 %
2014	5.18 %
2013	4.53 %
2012	4.53 %

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Análisis:

De acuerdo a las estadísticas presentadas por El Banco Central Del Ecuador la tasa de interés pasiva en el 2015 ha disminuido levemente con 5,14%, respecto al 2014 que presenta un 5,18%, pero esto no afectaría a la microempresa por la razón que la empresa no se dedicará ahorrar en los bancos sino que con la utilidad generada se realizará mejoras en la infraestructura de la microempresa.

2.01.02 Factor social

2.01.02.01 Crecimiento Poblacional

“Es el promedio porcentual anual del cambio en el número de habitantes, como resultado de un superávit (o déficit) de nacimientos y muertes, y el balance de los migrantes que entran y salen de un país” (www.indexmundi.com, 2014).

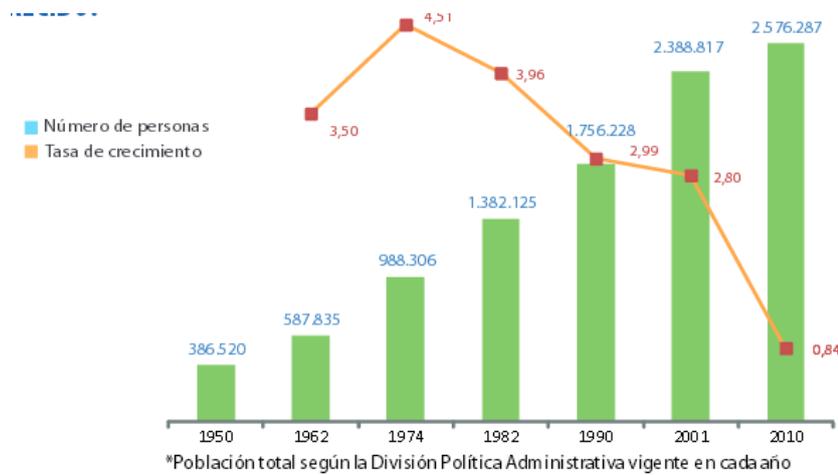


Figura 3: Tasa de Crecimiento Poblacional en Pichincha
Fuente: INEC

Análisis:

La Tasa de crecimiento poblacional en Pichincha para el año 2010 ha tenido una reducción considerable en comparación con el último censo realizado en 2001 en donde existió un crecimiento poblacional del 2,80 pero existe un gran mercado potencial en la provincia de Pichincha por la razón que tiene un total de 2'576.287 personas siendo una de las provincias más grandes del Ecuador.

2.01.02.02 Población económicamente activa (PEA)

Personas de 15 años y más que trabajaron al menos una hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (ocupados); o bien aquellas personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desocupados). (INEC, 2015)

Figura 3. PET y PEA por ciudades auto-representadas, septiembre 2015. (En miles de personas).

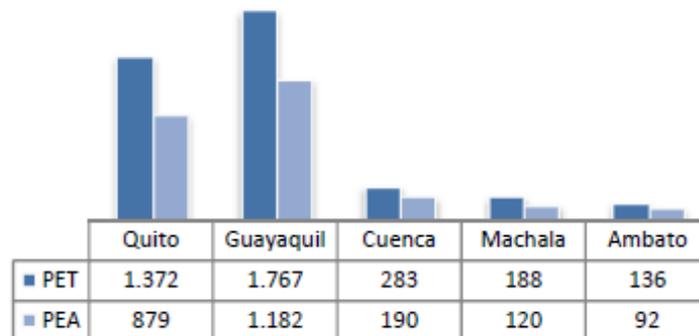


Figura 4: PEA

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo y Subempleo

Análisis:

Las población económicamente activa son base para las ventas de la microempresa porque ellos son los que tienen el poder adquisitivo para la compra de los productos, de acuerdo al gráfico presentado por el ENES hasta septiembre del 2015 la población económicamente activa Quito tiene 879.000 personas quienes constituyen una oportunidad para la microempresa por la razón que son nuestros clientes potenciales los cuales tiene el poder adquisitivo.

2.01.02.03 Tasa de desempleo

“Cuando hablamos de desempleo desde el punto de vista económico, se refiere a la no utilización de todos los factores de producción disponibles en la economía es decir del factor recursos naturales, como del factor del trabajo, como del factor capital” (Navalproto, Unamuno, Cazares, & Rubio, 2003, pág. 75).

Tabla 5: Desempleo

DESEMPLEO QUITO	
FECHA	VALOR
Septiembre-30-2015	5.21 %
Junio-30-2015	4.77 %
Marzo-31-2015	4.39 %
Diciembre-31-2014	3.22 %
Septiembre-30-2014	4.90 %
Junio-30-2014	4.16 %
Marzo-31-2014	4.30 %
Diciembre-31-2013	4.04 %

Fuente: ENEMDU

Análisis:

La tasa de desempleo en Quito hasta septiembre muestra que existió un incremento de un 0,44% a comparación con Junio del 2015 esto se debe a que empresas han reducido personal, determinando una amenaza para la empresa porque el aumento del desempleo en las personas disminuyendo los ingresos para solventar sus necesidades y la disminución en las ventas.

2.01.02.04 Pobreza

Según (Estèbanez, 2005) manifiesta que: “La pobreza entendida como carencia de las necesidades primarias o básicas: alimento, vestido, cobijo, abrigo y relaciones afectuosas y sociales que satisfagan el nivel mínimo de subsistencia” (pág. 694).

Tabla 6: Pobreza en Quito

POBREZA EN QUITO	
sep-14	7,07%
sep-15	5,55%

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Análisis:

La pobreza es un indicador social y económico que afecta a los hogares que son el motor para la dinamización de la economía, constituye una amenaza a la microempresa por razón que nuestro enfoque son las necesidades de la sociedad y si estas no tienen ingresos no podrán adquirir los productos a comercializar tales como las frutas legumbres y hortalizas.

2.01.03 Factor legal

El Servicio de Rentas Internas (SRI) es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la Normativa Vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes. (SRI, 2015)

2.01.03.01 Permiso de funcionamiento

Art. 3.El Permiso de Funcionamiento es el documento otorgado por la Autoridad Sanitaria Nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente. (Ministerio De Salud Publica, 2015)

Requisitos para Obtener Permiso de Funcionamiento (Acuerdos Ministeriales 4712 y 4907)

1. Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
2. Registro único de contribuyentes (RUC).
3. Cédula de identidad, identidad y ciudadanía, carné de refugiado, o documento equivalente a éstos, del propietario o representante legal del establecimiento.
4. Documentos que acrediten la personería Jurídica del establecimiento, cuando corresponda.
5. Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda.
6. Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,
7. Otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes. (Pública, 2015)

RUC

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en

forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos (SRI 2015).

Requisitos Ruc

- Cédula.
- Papeleta de votación.
- Planilla de servicios básico

Ministerio de Salud pública

- Cédula
- Formulario de solicitud
- Ruc
- Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda.
- Comprobante de pago por Derecho de Funcionamiento.
- Otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

Licencia Metropolitana Única para el ejercicio de Actividades Económicas.

- Formulario único de solicitud de Licencia Metropolitana para el ejercicio de actividades económicas.
- Ruc.

- Cédula y papeleta de votación.

Permiso de bomberos

- Ruc.
- Solicitud de inspección del local.
- Informe favorable de la inspección.

Análisis:

El factor legal es una de las bases primordiales para la empresa pueda estar en funcionamiento y así evita sanciones, cumpliendo correctamente el factor legal es una oportunidad.

2.01.04 Factor tecnológico

Según (Chain Nassir, 2007) dice que: “El entorno tecnológico busca identificar las tendencias de innovación tecnológica en los procesos de producción y apoyo a la administración y el grado de adopción que de ella hagan los competidores” (pág.22).

Análisis:

El factor tecnológico hoy en día es una ventaja competitiva, la implementación de la tecnología es importante para la actividad de la empresa porque ayuda a optimizar procesos, mejorar tiempos en la producción y brindar un mejor servicio a la sociedad siempre y cuando se cuente con el capital se la considera una oportunidad.

2.02 ENTORNO LOCAL

2.02.01 Clientes

“Denominación que se aplica a las personas naturales o jurídicas que mediante las operaciones mercantiles de compra-venta entregan en forma habitual mercaderías, productos o servicios a una empresa o sociedad” (Martinez, Diccionario Practico de Terminos Economicos Financieros, 2009, pág. 69)

Tabla 7: Clientes

CLIENTES POTENCIALES
Fruterías
Restaurantes
Tiendas del Barrio
Mini-mercados
Hoteles

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Cristian Quishpe

2.02.02 Proveedores

“Persona o empresas que abastecen mercancías o los servicios necesarios al proceso productivo empresarial en forma corriente para su posterior venta sin realizar ninguna transformación” (Martinez, Diccionario Practico de Terminos Economicos Financieros, 2009, pág. 254).

Tabla 8: Proveedores

Proveedor	UBICACIÓN	TELÉFONO	PRODUCTO
José Cárdenas	Tuquerez	2775129	Chirimoya- aguacate
Luz Buestan	Rumipamba	2775607	Vaina –frejol
Cirilo Muñoz	Alchipichi	2775094	Cítricos
Ramón Lara	La merced		Tomate riñón
Carlos Enríquez	Sienea		Ají
Efraín Muñoz	Alchipichi	2168712	Pepino
Carmen Campaña	San Fernando	2775356	Pepinillo
Darío	Alchipichi	2168439	Lechuga
Mosquera			

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Cristian Quishpe

Análisis:

Los proveedores serán los agricultores de diferentes barrios de la Parroquia Puéllaro quienes tienen producción variada de productos agrícolas de calidad, siendo una oportunidad para la micro-empresa CPAP.

2.02.03 Competidores

La competitividad es la capacidad de una empresa u organización de cualquier tipo para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permiten disfrutar

y sostener una posición destacada en el entorno socio económico en que actúan (Perez Valietti, 2008).

Tabla 9: Competencia

EMPRESAS	PRODUCTOS	CALIDAD	PRECIO	FORMA DE VENTA
Supermaxi, Megamaxi, Tia, Santa María y Akí	Hortalizas Legumbres Futas	Altos estándares de calidad y frescura	Extra alto	Al por mayor y menor
Mercados	Hortalizas Legumbres Futas	Bajo Estándar de Calidad ningún tipo de Valor Agregado	Moderado y Alto	Al por mayor y menor
Comerciantes informales en lugares no Establecidos	Hortalizas Legumbres Futas	Producto Sin Valor Agregado	Alto	Al por menor
Tiendas del barrio	Hortalizas Legumbres Futas	Producto Desmejorado	Alto	Al por menor

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Cristian Quishpe

2.03 AMBIENTE INTERNO

2.03.01 Propuesta estratégica

2.03.01.01 Misión

“Término que hace referencia a la razón de ser de la empresa, su esencia misma, el motivo de para qué existe en el mundo” (Duval, 2013)

Elementos de la misión: Descripción del producto, target, factor diferenciador, principio.

“CPAP tiene como misión satisfacer las exigencias de los clientes con la comercialización de una gran variedad de productos agrícolas en el Norte del Distrito Metropolitano de Quito con un compromiso de calidad a precios económicos”.

2.03.01.02 Visión

“Situación futura que desea alcanzar la organización; tiene que ser una situación realmente alcanzable con el paso del tiempo y hay que luchar por conseguirla” (Duval, 2013).

“Llegar a consolidarse en el mercado mostrando ser uno de los principales proveedores de productos agrícolas como frutas, legumbres y verduras de la calidad trabajando con responsabilidad social”.

2.03.01.03 Objetivo

“Es una actividad primordial en la gestión de las organizaciones. Un objetivo es el fin que se pretende alcanzar y hacia la que se dirigen los esfuerzos y recursos”
(www.aiteco.com, 2015).

Existen dos tipos de objetivos el general y el específico.

2.03.01.03.01 Objetivo General

Ofrecer una variedad de productos agrícolas con frescura y calidad a precios accesibles en el Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.03.01.03.02 Objetivos Específicos

- Consolidarse en el mercado como una de las principales comercializadora de productos agrícolas.
- Generar y mantener en toda la empresa una cultura de servicio al cliente interno y externo
- Obtener una rentabilidad que le permita a la empresa competir eficientemente.
- Asumir una responsabilidad social, contribuyendo y participando en el desarrollo social de la comunidad.

2.03.01.04 Principios y/o valores

Principios

“Un principio moral es una idea regulativa que sirve de guía para la acción dándonos orientación en nuestra actuación cotidiana” (Herrera Martinez, 2011, pág. 9).

- Calidez humana: Que los clientes pueden contar con un trato amable y personalizado, para fomentar relaciones comerciales cordiales y amistosas.
- Ética: Se considera que los productos que se comercializarán serán frescos y de calidad para un beneficio de la sociedad,
- Honestidad: Siempre se priorizara la verdad, justicia, respeto propio y a los demás.
- Trabajo en Equipo: Buscar la práctica de ayuda mutua, para ofrecer una mejor calidad de servicio a los consumidores.

2.03.01.05 Valores

“Los valores morales son aquellos que permiten construir relaciones dignas con los demás seres humanos, con el mundo de las cosas, con lo espiritual y con nosotros mismos” (Herrera Martinez, 2011, pág. 7).

- Confianza
- Respeto
- Solidaridad
- Puntualidad
- Responsabilidad

2.03.02 Gestión Administrativa

Según (Cuartas Hurtado, 2008) menciona que: “La gestión administrativa es una acción humana que depende del conocimiento de las ciencias administrativas, del arte, de las habilidades personales y del liderazgo”. (pág.47) como señala el autor la gestión administrativa es la base de la administración y planteamiento de las actividades.

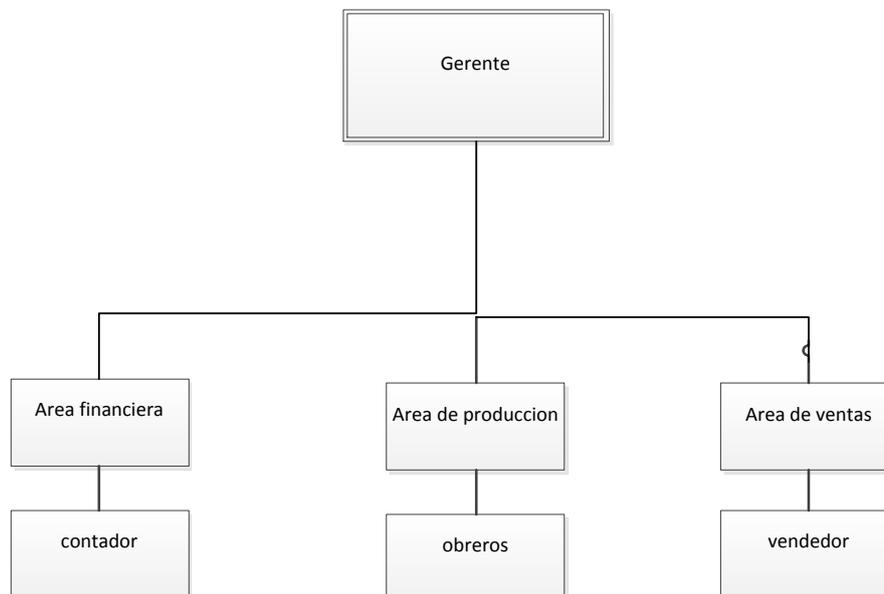


Figura 5: Organigrama
Elaborado por: Cristian Quishpe

Perfil de cargo: Administrador General

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Actúa como representante legal de la empresa, es el encargado de establecer las políticas operativas, administrativas y de calidad de la empresa.	
Cargo:	Administrador general (Propietario)
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1)
Sueldo: \$425	
<p>Función principal</p> <ul style="list-style-type: none"> Planificar, coordinar, controlar y organizar las actividades de la organización <p>Funciones secundaria</p> <ul style="list-style-type: none"> Colaborar manejando el vehículo junto con el vendedor. Supervisar el cumplimiento de las funciones de las diferentes áreas. Liderar conjuntamente con cada área las estrategias establecidas. Analizar y tomar decisiones oportunas para la mejora de la empresa. <p>Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> Determinar las responsabilidades y funciones de cada departamento Vigilar el buen funcionamiento de la empresa. 	
Requisitos de Educación:	Graduado en Ingeniería o Tecnología en Administración de empresas.
Requisitos de Experiencia	

Perfil de cargo: Contador

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Cargo:	Contador
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1)
Sueldo: \$400,00	
<p>Función principal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentar estados de resultados y asesorar al gerente en el aspecto económico. • Elaborar declaraciones tributarias <p>Funciones secundaria</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procesar, codificar y contabilizar toda la información contable que se genere cada día. • Registrar las facturas recibidas de los proveedores, a través del sistema computarizado administrativo para mantener actualizadas las cuentas por pagar. • Prepara los pagos de servicios básicos y nomina • Cierre contable anual para la presentación de estados financieros <p>Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • De cumplir con el código de ética del contador. • Mantener un control adecuado con la cartera de la empresa 	
Requisitos de Educación:	Graduado en contabilidad
Requisitos de Experiencia	Un (1) año de experiencia .

Perfil de cargo: Vendedor

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Cargo:	Vendedor
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1)
Sueldo: \$380,00	
<p>Función principal</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Facturar correctamente y cobrar los montos al cliente por los productos entregados. <p>Funciones secundaria</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer un nexo entre el cliente y la empresa. • Vender todos los productos que la empresa determine, en el orden de prioridades establecidas. • Administrar el territorio de ventas • Colaborar en la distribución y/o colocación de material publicitario en los locales. • Tener identificado a la competencia <p>Responsabilidades</p> <p>Entregar el dinero recaudado en el día al contador</p> <p>Abrir nuevos mercados</p>	
Requisitos de Educación:	Administración en marketing
Requisitos de Experiencia	Un (1) año de experiencia .

Perfil de cargo: Obrero de lavado

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Cargo:	Obrero de lavado
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1)
Sueldo: \$ 366,00	
<p>Función principal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Examina e inspecciona los productos para garantizar que el proceso de lavado se lleve correctamente. <p>Funciones secundaria</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordina con el gerente la producción los pedidos a entregar. • Mantiene un registro de los productos que ingresan al lavado • Limpia los productos con soluciones para limpieza y herramientas de mano. <p>Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantener una coordinación adecuada con el empacador. 	
Requisitos de Educación:	Bachiller
Requisitos de Experiencia	Un (1) año de experiencia .

Perfil de cargo: Empacador

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Cargo:	Empacador
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1)
Sueldo:\$ 366,00	
<p>Función principal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar correctamente el proceso de etiquetado y empaque de los productos agrícolas para la venta al consumidor final. <p>Funciones secundaria</p> <ul style="list-style-type: none"> • Registra información sobre el producto y empaque en formas y registros específico • Etiqueta los productos. • Pesa y cuenta productos a ser empacados • Registra información sobre el producto y empaque en formas y registros específicos. • Arma y forra cartones de embalaje con herramientas de mano. • Informar permanentemente sobre los avances y problemas detectados. • Carga los productos la bien empaquetados al área de almacenaje <p>Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verificar que los productos estén bien empacados y pesados, antes de ser entregados a los clientes. 	
Requisitos de Educación:	Bachiller
Requisitos de Experiencia	Un (1) año de experiencia .

2.03.03 Gestión operativa

Cadena de valor: Según (Hernandez Mangonez, 2006) menciona que:

“Concepto expuesto por Michael Porter para realizar un examen interno de la organización con el único propósito de alcanzar una fortaleza empresarial”. (pág. 53)

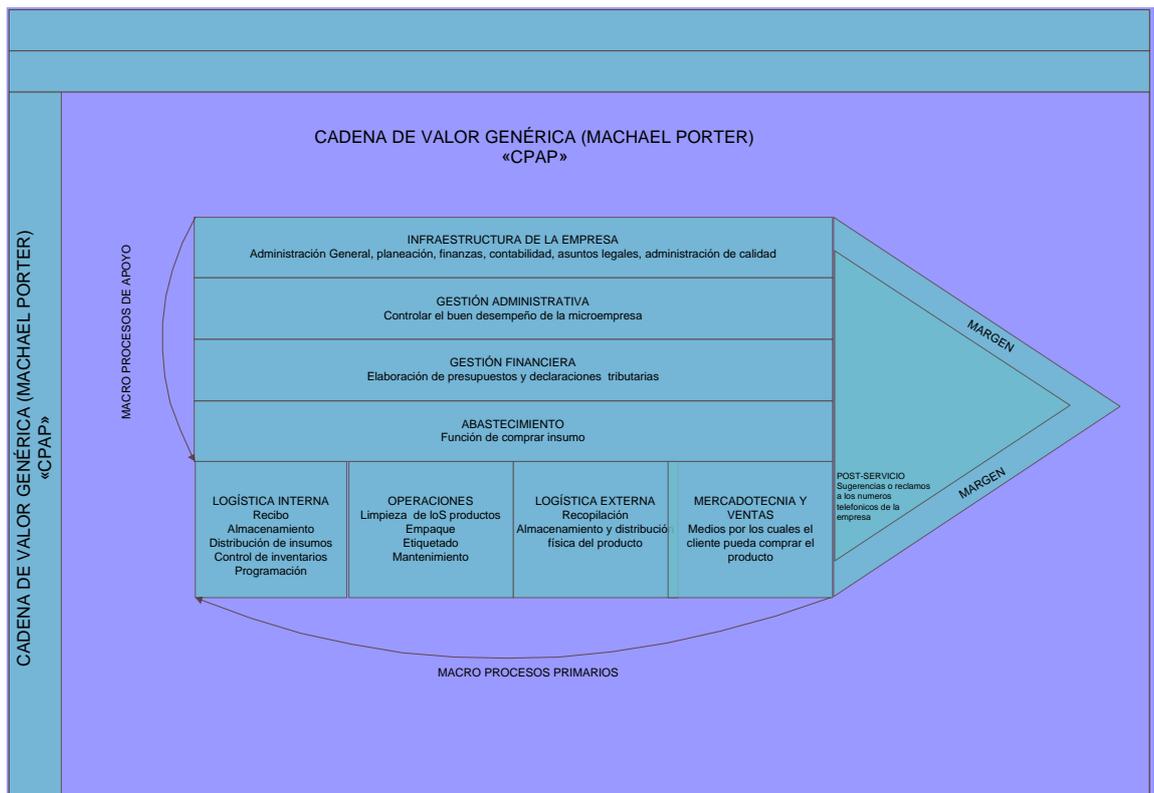


Figura 6: Cadena de Valor
Fuente: Investigación propia

Análisis:

Logística interna

CPAP empresa dedicada a la comercialización de productos agrícolas tiene dentro de su logística interna como primera actividad la de recoger la variedad de productos agrícolas de calidad del campo de los productores y transportarlos a las instalaciones de la micro-empresa con un registro y fecha de ingreso de los productos.

Operaciones

Dentro del área de funciones operativas cada operario se encargará de limpiar y clasificar a los diversos productos para que seguidamente otro operario empaque con el peso adecuado manteniendo un control de limpieza y frescura a los productos.

Logística externa

Mantener a los productos debidamente ordenados por fecha de ingreso en el cuarto frío, para su posterior comercialización; además se utilizará un camión para el transporte de los productos debidamente equipado con un sistema de enfriamiento para que el producto no sufra ningún daño hasta la llegada al consumidor

Mercadotecnia y ventas

Se comercializará y venderá los productos, manteniendo cada día diferentes rutas para poder cubrir el Norte de Quito, la publicidad que se mantendrá es aprovechar las múltiples vitaminas que tienen los productos a comercializar, con la ayuda de

trípticos, afiches, volantes, redes sociales y el camión a utilizar en la comercialización servirá como medio publicitario todo esto a fin de dar a conocer la microempresa y aumentar las ventas.

Servicio-Posventa

Se realizara un seguimiento a los clientes para conocer su satisfacción, además se aceptaran quejas y sugerencias a nuestra línea telefónica.

Infraestructura

Se tendrá una infraestructura amplia, para ello es necesario considerar que cada área es independiente en cuanto al desarrollo de actividades, la maquinaria y equipo serán ubicados en función de una línea de producción evitando así tiempos muertos y demoras en la selección, empaquetamiento y almacenamiento del producto.

Gestión Financiera

Es el encargado de tener a la empresa con todos los impuestos pagados al día para evitar sanciones por parte de los entes reguladores, además de realizar presupuestos y de mantener un control con la cartera de créditos de la empresa.

Abastecimiento

Área en donde se tendrá todos los insumos para que no paralice la producción.

2.03.04 Gestión comercial

“Función comercial comprende las actividades relacionadas con la venta de los productos que fabrica o comercializa, tales como el estudio de mercado, distribución del producto, publicidad, promociones, etc” (Escudero Serrano, 2011, pág. 2).



Figura 7: Logotipo
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Cristian Quishpe

Cada color tiene un significado para el logotipo se consideraron 4 colores diferentes que son:

Café: la tierra del campo en donde son cosechados los productos

Blanco: Seguridad, pureza y limpieza.

Amarillo: la luz del sol que refleja la producción agrícola.

Verde: frescura del medio ambiente que rodea los campos

2.03.04.01 Eslogan

“Alimentos ricos y Deliciosos” representa la procedencia y el sabor de los productos comercializados incentivando al consumo.

Productos que serán comercializados:

Los productos se comercializarán son: aguacate, tomate riñón, frejol, tomate de árbol, vaina, frejol, ají y cítricos.



Figura 8: Productos a Comercializar
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Cristian Quishpe

Precio

El precio será establecido de acuerdo al peso de cada producto, teniendo en cuenta los precios de la competencia, para que al precio de venta al público sea más bajo y tener una buena acogida y poder posicionarse en el mercado.

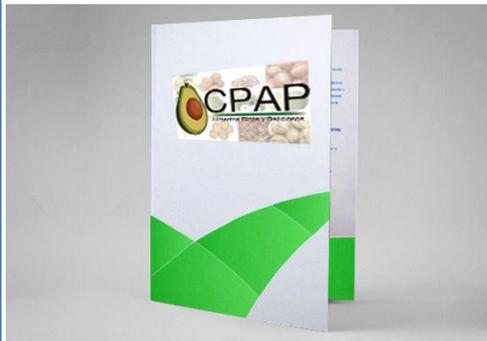
Plaza:

La plaza será el Norte del Distrito Metropolitano de Quito por la existencia del mercado potencial como lo es hoteles, restaurantes, mini-mercados, tiendas de barrio y por la ubicación de la microempresa.

Promoción

Las promociones serán de acuerdo a la frecuencia de compra del consumidor, también existirá en momentos de temporada de los productos el 2x1 con el objetivo de fidelizar al consumidor con la micro-empresa.

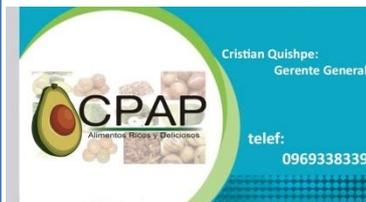
Carpetas:



Esferos



Tarjetas De Presentación



Publicidad Móvil



Red Social



Figura 9: Publicidad

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Cristian Quishpe

2.04 ANÁLISIS FODA

Es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos de la empresa. El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas (www.lceunikino.blogspot.com, 2011).

Tabla 10: Matriz Foda Oportunidades- Amenazas

Indicadores	OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
	Alta	Media	Bajo	Alta	Media	Bajo
Inflación					X	
Tasa de interés			X			
PIB		X				
Riesgo País						X
Crecimiento Poblacional		X				
PEA		X				
Desempleo					X	
Pobreza						X
Factor Legal		X				
Factor tecnológico		X				
TOTAL		5	1		1	3
ALTA	0					
MEDIA	5					
BAJA	1					

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Cristian Quishpe

Análisis:

Los resultados obtenidos en la Tabla 10 de la Matriz Foda Oportunidades- Amenazas son favorables para el presente proyecto con un puntaje mayoritario en las

oportunidades con 5 puntos de oportunidad con impacto medio y 1 punto con impacto baja de acuerdo a los indicadores establecidos.

Tabla 11: Matriz Foda Fortalezas-Debilidades

Indicadores	FORTALEZAS			DEBILIDADES		
	Alta	Media	Bajo	Alta	Media	Bajo
Clientes			X			
Proveedores	X					
Filosofía Corporativa			X			
Gestión Administrativa		X				
Gestión Operativa			X			
Gestión Comercial						
Producto	X					
Precio					X	
Promoción		X				
Plaza		X				
TOTAL	2	3	3		1	
ALTA	2					
MEDIA	3					
BAJA	3					

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Cristian Quishpe

Análisis

Los resultados obtenidos mediante la calificación de la tabla 11 de la Matriz FODA de las fortalezas y debilidades se obtuvieron resultados positivos en las fortalezas con 2 puntos de impacto alto, 3 puntos de impacto medio y 3 puntos de baja para el presente proyecto de la comercialización de productos agrícolas.

CAPITULO III

3.0 Estudio de mercado

3.01 Análisis del Consumidor

Todas las personas actúan como consumidores activos, tomando decisiones sobre qué, cuánto, cómo, dónde comprar los bienes y servicios que satisfagan sus necesidades. Los productos agrícolas que serán comercializados serán frescos y de calidad para cumplir con la necesidad existente en el mercado..

Objetivo del estudio de mercado

- Identificar las preferencias de los consumidores al momento de adquirir productos agrícolas.
- Analizar la demanda insatisfecha en la comercialización de productos agrícolas.

- Estimar los precios a los cuales los consumidores estarán dispuestos a adquirir los productos agrícolas.

Segmentación de mercado

“Es un proceso de división del mercado en subgrupos homogéneos con el objetivo de llevar a cabo una estrategia comercial para cada una de ellos, que permita satisfacer de forma más efectiva sus necesidades y alcanzar los objetivos comerciales de la empresa” (Belbeze, 2008, pág. 58)

Es preciso segmentar el mercado al que se dirigen los productos agrícolas a comercializar de la micro-empresa “CPAP”, para de esta manera determinar necesidades, preferencias y nivel de consumo de la población de estudio.

Tabla 12: Segmentación de Mercado

CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS	CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS
Provincia: Pichicha	Género: Indistinto
Cantón: Quito	Población: PEA
Localidad: Parroquia San Antonio	Nacionalidad: Indistinto
	Nivel Socio económico: bajo-medio

Fuente: INEC

Elaborado por: Cristian Quishpe

3.01.01 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

“Es el conjunto de personas que componen un país, región ciudad o centro poblado. La información sobre la población es fundamental en economía pues a partir de ella pueden conocerse las necesidades que hay que satisfacer en el consumo” (Delgado, 2009, pág. 248).

Muestra

“Es una parte o subconjunto de la población en el que se observa el fenómeno a estudiar y de donde sacaremos unas conclusiones generalizables a toda la población” (Sábado, 2009, pág. 22).

Tabla 13: Tamaño Del Universo

UNIVERSO	N°
POBLACIÓN QUITO	2.576.287
POBLACIÓN DE SAN ANTONIO	32.367
PEA SAN ANTONIO	28.531

Fuente: INEC

Elaborado por: Cristian Quishpe

Formulación de la muestra

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

Nomenclatura:

n= Tamaño de la muestra

N= Población o universo (32367)

P= Posibilidad de éxito (50%)

Q= Posibilidad de fracaso (50%)

E^2 =Margen de error (5%)

Z^2 =Nivel de confianza (1,96)

$$n = \frac{28,531 \cdot 0,50 \cdot 0,50 \cdot 1,96^2}{(28,531 - 1)0,05^2 + 0,50 \cdot 0,50 \cdot 1,96^2}$$

$$n = \frac{27401,17}{72,29} = 379$$

El número de encuestas a realizar en la Parroquia San Antonio es de 379.

3.01.03 Técnicas de obtención de información

Tabla 14: Técnicas de obtención de información

Técnica cualitativa	Entrevista
Técnica cuantitativa	Encuesta
Técnica mixta	Observación

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Cristian Quishpe

Entrevista:

Consiste en un vínculo que sostienen, cara a cara la persona muestreada y el entrevistador, quien se auxilia de un cuestionario.

Encuesta:

“Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa para averiguar estados de opinión o diversas cuestiones de hecho, en este sentido las encuestas constituyen una herramienta importante para investigaciones en las que la búsqueda de información” (Gonzales, 2009, pág. 109).

Observación:

“Es la captación previamente planeada y el registro controlado de datos con una determinada finalidad para la investigación, mediante la percepción visual o acústica de un acontecimiento” (Heinemann, 2003, pág. 135).

3.01.04 Modelo de la encuesta

ENCUESTA

GÉNERO: EDAD: 15-25 26-35 36-45 MAS DE 46

OCUPACIÓN: _____

Con el fin de conocer y determinar el consumo de productos agrícolas en la Parroquia de San Antonio de Pichicha sírvase a contestar las siguientes preguntas .Recuerde que de la veracidad de sus respuestas depende el éxito en la obtención de la información para emprender el proyecto.

CUESTIONARIO:

1.¿Con qué frecuencia usted adquiere productos agrícolas (frutas, hortalizas y legumbres).?

Diario	
2 veces por semana	
Cada semana	
Cada 15 días	
Cada mes	

2. ¿Qué tipo de productos consume con mayor frecuencia (1 más, 3 menos) ?

Frutas	
Hortalizas	
Legumbres	

3. Cuales productos agrícolas prefiere?

De campo De invernadero

4. ¿En qué lugares adquiere con mayor frecuencia frutas, hortalizas y legumbres?.

Supermercados	
Mercados	
Tiendas de barrio	
Distribuidores informales	

5. ¿Cuánto de su presupuesto asigna en la adquisición de frutas?.

1.00 – 3.00 \$	
3.01 – 5.00 \$	
5.01– 7.00 \$	
Más de 7.01 \$	

6. ¿Cuánto de su presupuesto asigna en la adquisición de hortalizas?

1.00 – 3.00 \$	
3.01 – 5.00 \$	
5.01– 7.00 \$	
Más de 7.01 \$	

7. ¿Cuánto de su presupuesto asigna en la adquisición de legumbres?

1.00 – 3.00 \$	
3.01 – 5.00 \$	
5.01– 7.00 \$	
Más de 7.01 \$	

8. ¿Al momento de adquirir productos agrícolas en que se fija?

Tamaño	
Precio	
Calidad	
Limpieza	

9. ¿En que presentación le gustaría recibir el producto?

Canasta	
Fundas plásticas reciclables	
Gavetas plásticas	
Cartón	

10. ¿Tiene 1 proveedor o marca preferida de productos agrícolas?

Sí No

11. ¿Estaría dispuesto a que una micro-empresa sea la proveedora de frutas, hortalizas y legumbres en San Antonio de Pichincha?

Sí No

12. ¿Aceptaría el consumo de productos agrícolas (frutas, hortalizas y legumbres) provenientes de la Parroquia Puéllaro?

Sí No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN ;

3.01.03 Análisis de la Información

Una vez realizado las encuestas en la Parroquia de San Antonio se procede a efectuar la tabulación de cada pregunta realizada y así determinar si el efecto de dichos resultados son positivos o negativos para la comercialización de productos agrícolas (frutas, legumbres y hortalizas) en la Parroquia de San Antonio.

Datos Generales

Tabla 15: Genero

GENERO	TOTAL ENCUESTAS	%
Masculino	94	24,80%
Femenino	285	75,20%
TOTAL	379	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

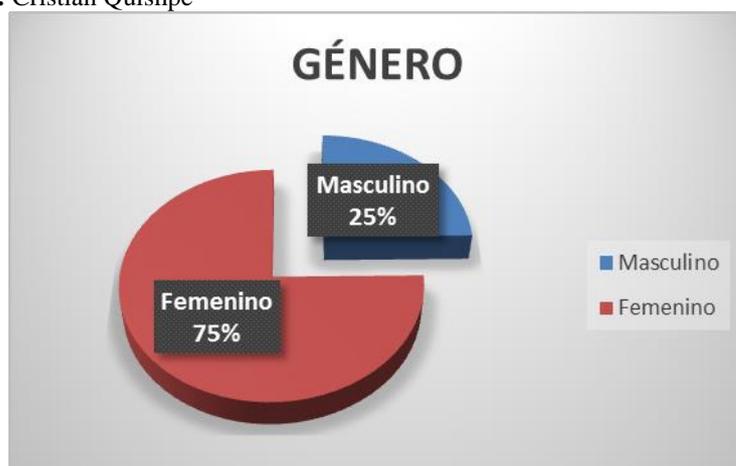


Figura 10: Género

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

Análisis:

La figura 10 representa el género de las personas encuestadas en donde se determina que un 75% de fue femenino y el restante 25% fue masculino, por lo tanto se observa que el mayor valor representa al género femenino.

Tabla 16: Edad

RANGOS DE EDAD	TOTAL ENCUESTAS	%
15-25	88	23,22%
26-35	98	25,86%
36-45	124	32,72%
MAS DE 46	69	18,20%
TOTAL	379	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

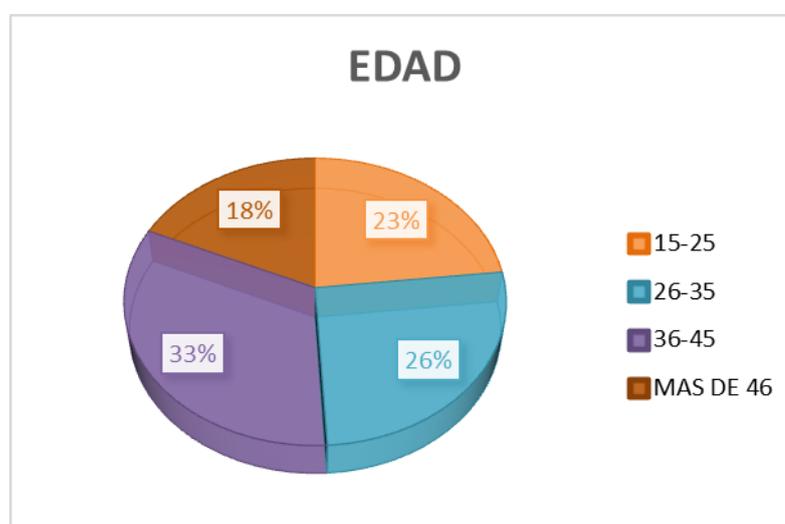


Figura 11: Edad

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

Análisis:

Las encuestas fueron realizadas indistintamente en las cuales se llegó a determinar que un mayor porcentaje se realizaron a personas en el rango de 36-45 años con un 33%, seguido con un 26% el rango de edad de 26-35 años.

Tabla 17: Ocupación

OCUPACIÓN	ENCUESTAS	%
ALBAÑIL	21	5,54
AMA DE CASA	107	28,23
ARTESANA	1	0,26
BAILARINA	1	0,26
BODEGUERO	2	0,53
CAJERO	4	1,07
CARPINTERO	3	0,79
CHEF	1	0,26
CHOFER	19	5,01
COMERCIANTE	58	15,31
CONSERJE	1	0,26
CONTRATISTA	1	0,26
DOCTORA	1	0,26
ELECTRICISTA	1	0,26
EMPLEADA	22	5,81
ENFERMERA	25	6,6
ESTUDIANTE	27	7,12
GALPONERO	7	1,85
GUARDIA	1	0,26
GUÍA TURÍSTICO	1	0,26
JORNALERO	1	0,26
MECÁNICO	6	1,58
MENSAJERO	1	0,26
OBRERO	5	1,32
PINTOR	1	0,26
POLICÍA	5	1,33
PROFESORA	20	5,28
RECICLADORA	9	2,38
SECRETARIA	18	4,75
SOLDADOR	2	0,53
SUPERVISOR	1	0,26
SURTIDOR	2	0,53
VENDEDOR	4	1,06
TOTAL	379	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

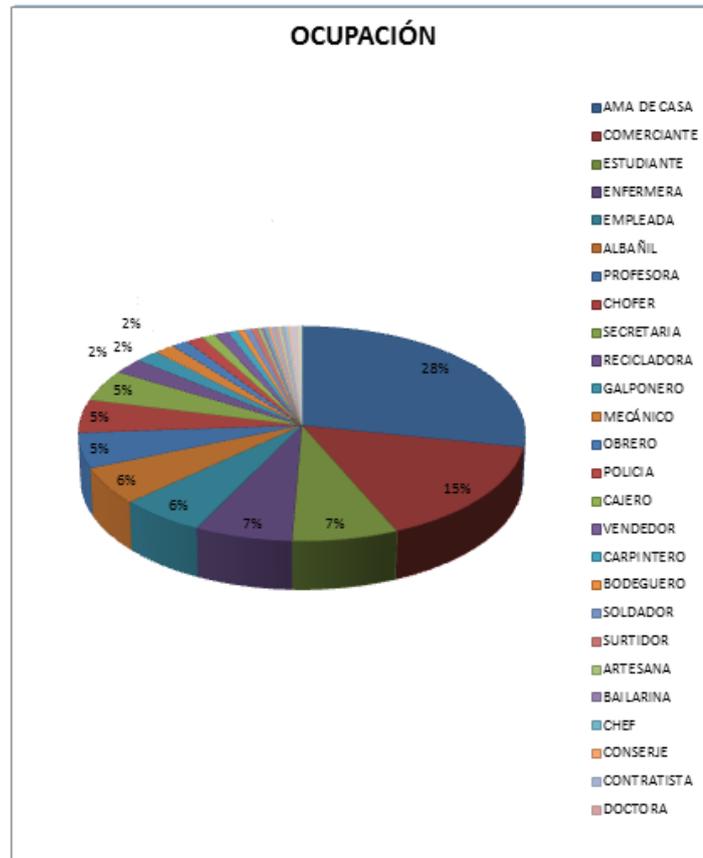


Figura 12: Ocupación
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Cristian Quishpe

Análisis:

Del 100% de los encuestados se determina que un 28% de los encuestados fueron amas de casas, seguido con un 15% comerciantes siendo todos los antes mencionados futuros clientes de nuestra micro-empresa comercializadora de productos agrícolas.

Cuestionario:

1. ¿Con qué frecuencia usted adquiere productos agrícolas (frutas, hortalizas y legumbres)?

Tabla 18: Frecuencia de Consumo

FRECUENCIA DE CONSUMO	TOTAL ENCUESTAS	%
Diario	66	17,41%
2 veces cada semana	146	38,52%
cada semana	100	26,39%
cada 15 días	37	9,76%
cada mes	30	7,92%
TOTAL	379	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

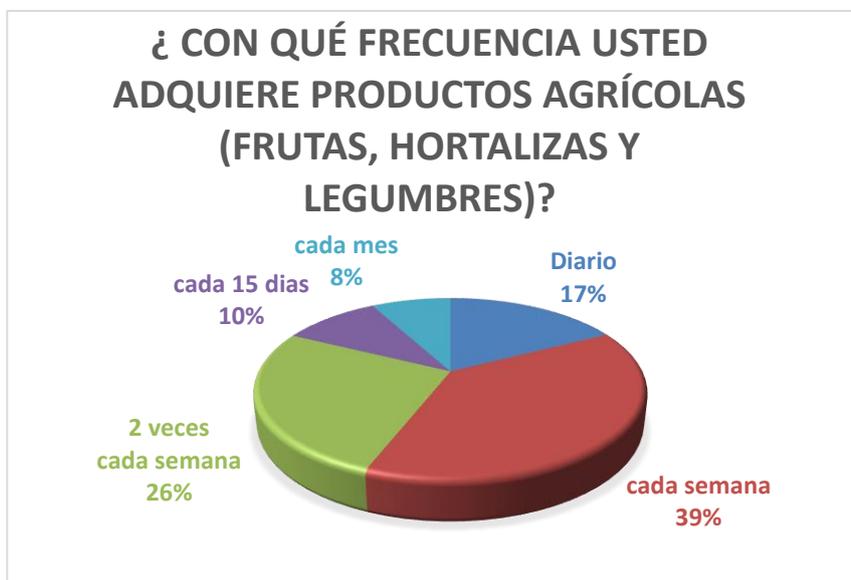


Figura 13: Frecuencia de Consumo de Productos Agrícolas

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

Análisis:

Del 100% de los encuestados se determina que de la frecuencia de consumo de los productos agrícolas un 8% consume cada mes, un 10% cada 15 días, con un 17% lo consumen diariamente, un 26% lo consume 2 veces a la semana y el mayor porcentaje es el 39% que representa el consumo una vez a la semana este monto nos servirá para calcular el consumo.

2. Tipo de productos consume con mayor frecuencia (1 más, 3 menos)

Tabla 19: ¿Que tipo de producto consume con mayor frecuencia?

Que tipo de producto consume con mayor frecuencia?	TOTAL ENCUESTAS	%
frutas	205	54,00%
Hortalizas	34	9,00%
Legumbres	140	37,00%
TOTALES	379	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

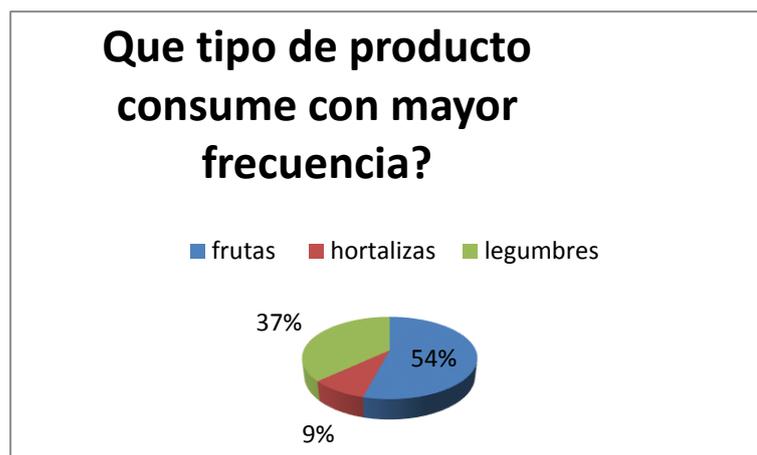


Figura 14: ¿Que tipo de producto consume con mayor frecuencia?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

Análisis:

Del total de encuestados un 54% consume con mayor frecuencia frutas, un 37% hortalizas y el porcentaje más bajo tiene las hortaliza con un 9%.

3. ¿Cuáles productos agrícolas prefiere?

Tabla 20: Consumo de Productos provenientes

PRODUCTO	TOTAL ENCUESTAS	%
CAMPO	321	84,70%
INVERNADERO	58	15,30%
TOTAL	379	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe



Figura 15: Cuales productos agrícolas prefiere?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

Análisis:

Se determina que un 85% de las personas encuestadas prefieren consumir productos del campo y el restante 15% prefieren consumir los productos agrícolas provenientes de invernadero.

4. ¿En qué lugares adquiere con mayor frecuencia frutas, hortalizas y legumbres?

Tabla 21: Lugares de adquisición

LUGARES DE ADQUISICIÓN	TOTAL ENCUESTAS	%
SUPERMERCADO	133	35,09%
MERCADO	103	27,18%
TIENDAS DE BARRIO	116	30,61%
DISTRIBUIDORES INFORMALES	27	7,12%
TOTAL	379	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

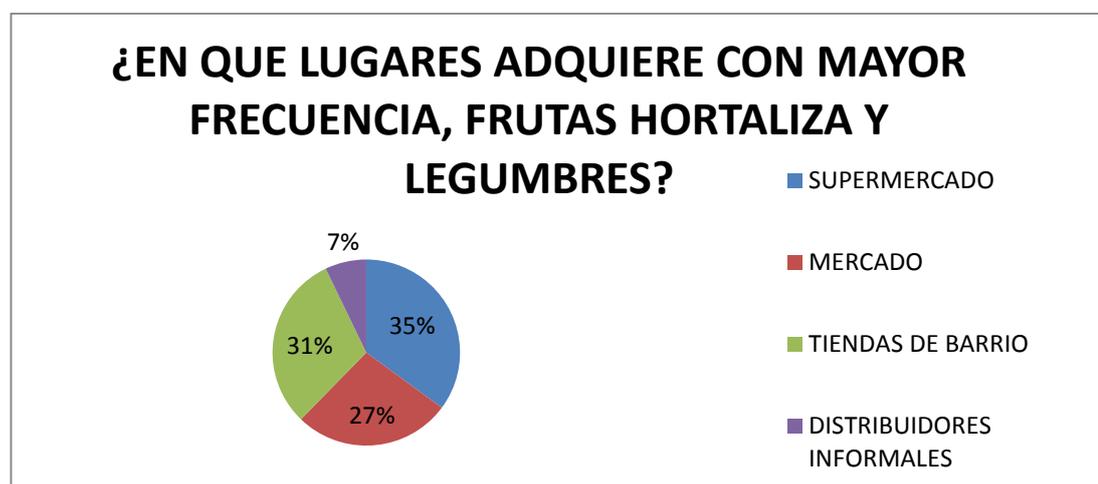


Figura 16: En que lugares adquiere con mayor frecuencia, frutas hortaliza y legumbres.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

Análisis:

El sitio en donde se adquieren estos productos con mayor frecuencia es en los supermercados, con un 35%. Seguidamente, con un 31% lo adquieren en las tiendas de barrio y con un 27% lo adquieren en los mercados.

5. ¿Cuánto de su presupuesto asigna en la adquisición de frutas?

Tabla 22 Presupuesto en Frutas

PRESUPUESTO EN FRUTAS	TOTAL ENCUESTAS	%
1,00-3,00	35	9,23%
3,01-5,00	110	29,03%
5,01-7,00	120	31,66%
MAS DE 7,01	114	30,08%
TOTALES	379	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe



Figura 17: ¿Cuanto de su presupuesto asigna en la adquisición de frutas?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

Análisis:

En la asignación del presupuesto para la adquisición de frutas un 32% destina de 5 a 7 dólares, posteriormente con un 30% de personas que destinan más de 7 dólares en la adquisición de frutas.

6. ¿Cuanto de su presupuesto asigna en la adquisición de hortalizas?

Tabla 23 Presupuesto en Hortalizas

PRESUPUESTO EN HORTALIZAS	TOTAL ENCUESTAS	%
1,00-3,00	213	56,20%
3,01-5,00	43	11,35%
5,01-7,00	84	22,16%
MAS DE 7,01	39	10,29%
TOTALES	379	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

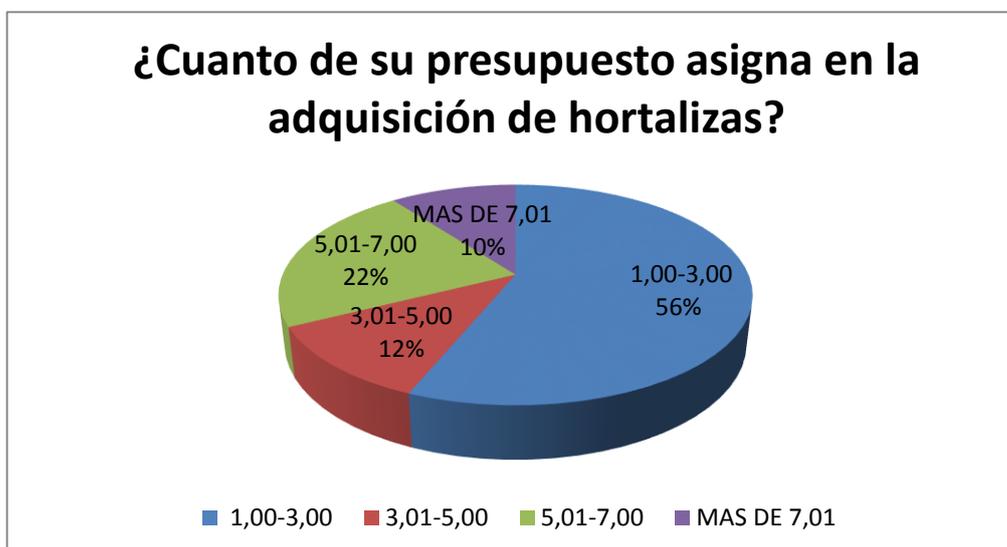


Figura 18: ¿Cuanto de su presupuesto asigna en la adquisición de hortalizas?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

Análisis:

En la asignación del presupuesto para la adquisición de hortalizas un 56% destina de 1 a 3 dólares, posteriormente con un 22% existen personas que destinan de 5 a 7 dólares en la adquisición de hortalizas.

7. Cuanto de su presupuesto asigna en la adquisición de legumbres.

Tabla 24 :Presupuesto Legumbres

PRESUPUESTO EN LEGUMBRES	TOTAL ENCUESTAS	%
1,00-3,00	42	11,08%
3,01-5,00	176	46,44%
5,01-7,00	141	37,20%
MAS DE 7,01	20	5,28%
TOTALES	379	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

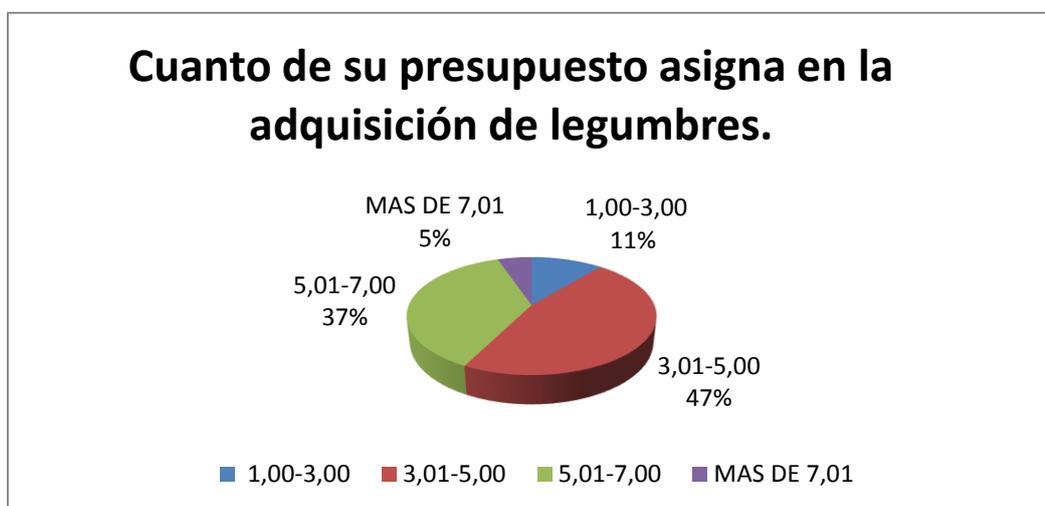


Figura 19: ¿Cuanto de su presupuesto asigna en la adquisición de legumbres?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

Análisis:

Se puede observar que la asignación del presupuesto para la adquisición de legumbres un 47% de personas destina de 3 a 5 dólares, posteriormente con un 37% existen personas que destinan de 5 a 7 dólares en la adquisición de legumbres.

8. ¿Al momento de adquirir productos agrícolas en que se fija?

Tabla 25: Al momento de adquirir productos agrícolas en que se fija?

EN QUE SE FIJAN	TOTAL ENCUESTAS	%
TAMAÑO	12	3,17%
PRECIO	159	41,95%
CALIDAD	174	45,91%
LIMPIEZA	34	8,97%
TOTALES	379	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

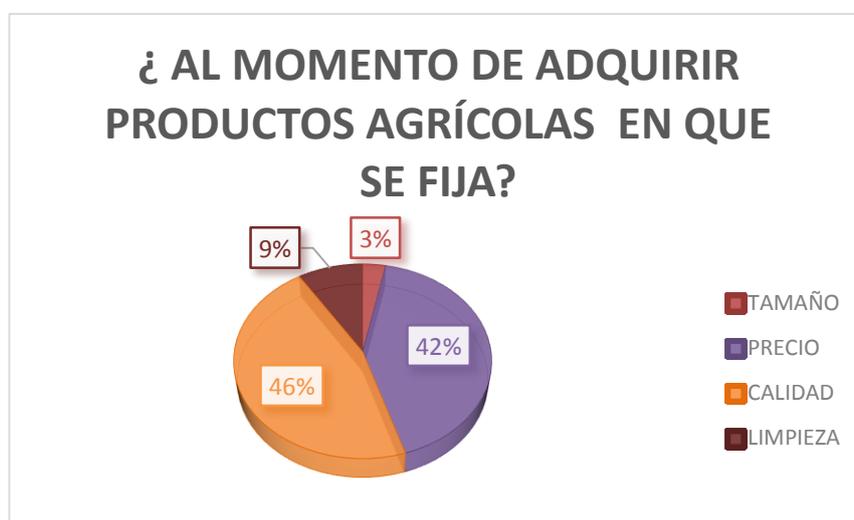


Figura 20: ¿Al momento de adquirir productos agrícolas en que se fija?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

Análisis:

Al momento de adquirir productos agrícolas un 46% de personas se fijan en la calidad, un 42 % se fija en lo que es el precio y el 9% en la limpieza.

9. ¿En que presentación le gustaría recibir el producto?

Tabla 26: ¿En que presentación le gustaría recibir el producto?

PRESENTACIÓN	TOTAL ENCUESTAS	%
CANASTA	46	12,14%
FUNDAS PLÁSTICAS RECICLABLE	275	72,56%
GAVETAS	25	6,60%
CARTÓN	33	8,70%
TOTALES	379	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe



Figura 21: ¿En que presentación le gustaría recibir el producto?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

Análisis

De acuerdo a cifras obtenidas se observa que la presentación en la que les gustaría recibir al producto un 72% de personas determina en fundas reciclables, el 12% en canasta y un 9% en cartón.

10. ¿Tiene 1 proveedor o marca preferida de productos agrícolas?

Tabla 27: ¿Tiene 1 proveedor o marca preferida de productos agrícolas?

PROVEEDOR DE CONFIANZA	TOTAL ENCUESTAS	%
SI	139	36,68%
NO	240	63,32%
TOTALES	379	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe



Figura 22: ¿Tiene 1 proveedor o marca preferida de productos agrícolas?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

Análisis:

Del total de personas encuestadas un 63% no poseen proveedor de confianza lo cual demuestra la existencia de una oportunidad de mercado con nuestro futuros clientes y con un 37 % de los encuestados si tiene un proveedor de confianza.

11. ¿Estaría dispuesto a que una micro-empresa sea la proveedora de frutas, hortalizas y legumbres en San Antonio de Pichincha?

Tabla 28: ¿Estaría dispuesto a que una micro-empresa sea la proveedora de frutas, hortalizas y legumbres en San Antonio de Pichincha?

ACEPTACIÓN DE LA MICRO	TOTAL ENCUESTAS	%
SI	341	89,97%
NO	38	10,03%
TOTALES	379	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe



Figura 23: ¿Estaría dispuesto a que una micro-empresa sea la proveedora de frutas, hortalizas y legumbres en San Antonio de Pichincha?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

Análisis:

Un masivo 90% de las personas encuestadas concuerdan que exista una micro-empresa proveedora de productos agrícolas en la Parroquia San Antonio, mientras que un 10% no está de acuerdo.

12. ¿Aceptaría el consumo de productos agrícolas (frutas, hortalizas y legumbres) provenientes de la Parroquia Puéllaro?

Tabla 29: Aceptaría el consumo de productos agrícolas (frutas, hortalizas y legumbres) provenientes de la Parroquia Puéllaro?

CONSUMO PRODUCTOS DE PUÉLLARO	TOTAL ENCUESTAS	%
SI	307	81,00%
NO	72	19,00%
TOTALES	379	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

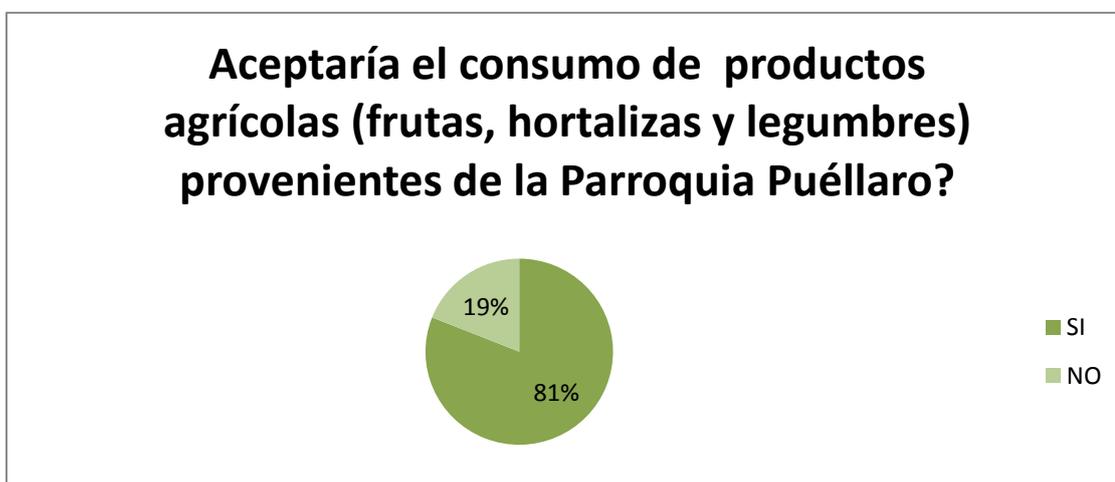


Figura 24: ¿Aceptaría el consumo de productos agrícolas (frutas, hortalizas y legumbres) provenientes de la Parroquia Puéllaro?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

Análisis:

Se observa que un 81% de las personas encuestadas aceptan el consumo de productos agrícolas de la Parroquia Puéllaro, pero un 19% se negó al consumo de los productos agrícolas.

3.02 OFERTA

“Cantidad de bienes y servicios disponibles en un mercado para su venta a un precio dado en ciertas condiciones y en un momento determinado” (Martinez, Diccionario Practico de Terminos Economicos Financieros, 2009, pág. 227).

3.02.01 Oferta Histórica

Para determinar la demanda histórica de los productos agrícolas (frutas, legumbres y hortalizas) se toma en cuenta el factor de la tasa de inflación referente a cada año.

Tabla 30:Oferta Histórica

OFERTA HISTÓRICA

AÑO	FACTOR PROYECCIÓN	OFERTA
2015	3,40%	\$ 255.116,00
2014	3,67%	\$ 245.753,24
2013	2,70%	\$ 239.117,91
2012	4,16%	\$ 229.170,60

Fuente: Banco Central

Elaborado por: Cristian Quishpe

3.02.02 Oferta Actual

Fórmula Oferta Actual= Demanda actual x porcentaje de personas que poseen un proveedor de preferencia.

Oferta actual: \$ 713.770,92 *37% = \$ 264.095,24

La oferta actual en el mercado de frutas hortalizas y legumbres en el sector de San Antonio es de \$ 264.095,24.

3.02.03 Oferta Proyectada

Para proyectar la oferta a lo largo de los 5 años futuros, se toma en cuenta la tasa de inflación del año actual.

Tabla 31: Oferta Proyectada

OFERTA PROYECTADA		
AÑO	FACTOR PROYECCIÓN	OFERTA
	Inflación anual	
2017	3,38%	\$ 273.021,66
2018	3,38%	\$ 282.249,79
2019	3,38%	\$ 291.789,83
2020	3,38%	\$ 301.652,33
2021	3,38%	\$ 311.848,18

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado por: Cristian Quishpe

3.03 DEMANDA

“Cantidad de bienes y servicios que los consumidores en un momento dado están dispuestos y en condiciones de adquirirlos en el mercado en función, del precio de otros bienes, de sus necesidades, preferencias y de la satisfacción que pueden ofrecerles” (Martinez, Diccionario Practico de Terminos Economicos Financieros, 2009, pág. 103).

3.03.01 Demanda histórica

Para determinar la demanda histórica de los productos agrícolas (frutas, legumbres y hortalizas) se toma en cuenta el factor de crecimiento poblacional referente a cada año.

Tabla 32: Demanda Histórica

DEMANDA HISTÓRICA		
AÑO	FACTOR PROYECCIÓN	DEMANDA
2015	1,37%	\$ 703.992,26
2014	1,37%	\$ 694.347,56
2013	1,40%	\$ 684.626,70
2012	1,42%	\$ 674.905,00

Fuente: INEC

Elaborado por: Cristian Quishpe

3.03.02 Demanda Actual

Para determinar la demanda actual se ha tenido en cuenta los resultados obtenidos en la encuesta.

Tabla 33: Demanda Actual

Fórmula demanda actual frutas: 54%

Población x porcentaje consumo aparente	$15,407 * 81\% = 12479,67$
X porcentaje de la frecuencia de compra	$12479,67 * 39\% = 4867,07 * 48$
X porcentaje valor de precio	$233619,36 * 32\% = 74758,19 * 6 =$
	448549,17

X aceptación de la microempresa $448549.17 * 90\% = 403694,25$
 = demanda actual en frutas \$ 403694,25

Fórmula demanda actual legumbres: 37%

Población x porcentaje consumo aparente $10556 * 81\% = 8550,36$

X porcentaje de la frecuencia de compra $8550,36 * 39\% = 3334,64$ X

48 = 160062,72

X porcentaje valor de precio

$160062,72 * 47\% = 75229,47 * 4 = 300917,91$

X aceptación de la microempresa $300917,91 * 90\% = 270826,12$

= demanda actual legumbres \$ 270826,12

Fórmula demanda actual hortalizas 9%

Población x porcentaje consumo aparente $2568 * 81\% = 2080,08$

X porcentaje de la frecuencia de compra $2080,08 * 39\% = 811,23$ X 48 =

38939,04

X porcentaje valor de precio 38939,04

$* 56\% = 21805 * 2 = 43611,72$

X aceptación de la microempresa $43611,72 * 90\% = 39250,55$

= demanda actual hortalizas 39250,55

Demanda total Actual = \$ 713770,92

3.03.03 Demanda Proyectada

Para realizar la demanda histórica de los productos agrícolas (frutas, legumbres y hortalizas) se toma en cuenta el factor de crecimiento poblacional referente al presente año.

Tabla 34: Demanda Proyectada

DEMANDA PROYECTADA		
AÑO	FACTOR PROYECCIÓN	DEMANDA
2017	1,38%	\$ 723.620,96
2018	1,38%	\$ 733.606,93
2019	1,38%	\$ 743.730,70
2020	1,38%	\$ 753.994,19
2021	1,38%	\$ 764.399,31

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

3.04 BALANCE OFERTA- DEMANDA

3.04.01 Balance Oferta- Demanda Actual

Tabla 35: Balance Oferta- Demanda Actual

AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
2016	\$ 264.095,24	\$ 713.770,92	\$ 449.675,68

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

Para determinar la demanda insatisfecha se toma en cuenta las proyecciones futuras tanto de la oferta y demanda.

3.04.02 Balance Oferta- Demanda Proyectado

Tabla 36: Balance Oferta- Demanda

AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
2017	\$ 273.021,66	\$ 723.620,96	\$ 450.599,30
2018	\$ 282.249,79	\$ 733.606,93	\$ 451.357,14
2019	\$ 291.789,83	\$ 743.730,70	\$ 451.940,87
2020	\$ 301.652,33	\$ 753.994,19	\$ 452.341,86
2021	\$ 311.848,18	\$ 764.399,31	\$ 452.551,13

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristian Quishpe

Como se observa en la tabla del balance Oferta-Demanda se determina que existe una oportunidad de mercado por la demanda insatisfecha existente por parte de las empresas que no logran cubrir la demanda de frutas, legumbres y hortalizas.

CAPITULO IV

4.0 Estudio técnico

“Con el estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto o producción del servicio para lograr los objetivos del proyecto, el estudio técnico comprende aspectos fundamentales como: tamaño, localización del proyecto y la ingeniería del producto” (Orozco, 2013, pág. 23).

4.01. Tamaño del proyecto

“Hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto y consiste en determinar las dimensiones de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar el volumen de producción” (Orozco, 2013, pág. 25).

El presente proyecto dispone con 114,10 m² totales los cuales están distribuidos en las área administrativa, área de producción, área de servicios higiénicos y el área de parqueadero.

4.01.01 Capacidad instalada

“La capacidad instalada corresponde a la capacidad máxima disponible permanentemente” (Miranda, 2005, pág. 119).

La capacidad instalada del presente proyecto es de 114,10 m² los cuales están distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 37: Capacidad Instalada

ÁREAS	MEDIDAS	TOTAL
ÁREA ADMINISTRATIVA	3,40m X 2,80m	9,50 m ²
ÁREA DE CONTABILIDAD	3,40m X 2,50m	8,50m ²
ÁREA DE EMPACADO	10m x 4m	40,00m ²
ÁREA DE VENTAS	3,40m X 2,80m	9,50m ²
ÁREA DE ALMACENAMIENTO	4,5m X 4m	18,00m ²
BAÑO(2)	2,20m X 1,10m	4,60m ²
PARQUEADERO	6m X 4m	24 m ²
TOTAL M2		114,10 m²

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Cristian Quishpe

4.01.02 Capacidad Óptima

“Es el espacio físico que es indispensable para la producción de un bien o servicio” (Urbina, 2010, pág. 75).

Tabla 38: Capacidad Óptima

ÁREAS	MEDIDAS	TOTAL
-------	---------	-------

ÁREA ADMINISTRATIVA	3,40m X 2,80m	9,50 m ²
ÁREA DE CONTABILIDAD	3,40m X 2,50m	8,50m ²
ÁREA DE EMPACADO	10m x 4m	40,00m ²
ÁREA DE VENTAS	3,40m X 2,80m	9,50m ²
ÁREA DE ALMACENAMIENTO	4,5m X 4m	18,00m ²
BAÑO(2)	2,20m X 1,10m	4,60m ²
TOTAL M²		90,10m²

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Cristian Quishpe

Para el presente proyecto la capacidad óptima es de 90,10m² porque estas áreas son indispensables para el funcionamiento.

4.02 Localización

“El objetivo que persigue la localización del proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos, la localización se orienta hacia dos sentidos hacia el mercado consumidor o hacia el mercado materias primas” (Orozco, 2013, pág. 24).

En la localización de un proyecto se suele seguir dos etapas básicas que son: macro localización y micro localización.

4.02.01 Macro- localización

(Álvarez, 2000, pág. 257) Señala “en esta primera etapa se selecciona el área general en que se ubicará el proyecto a través del análisis de sus condiciones

generales económicas, su población e indicadores y características económicas y sociales importantes”.

Tabla 39: Macro-localización

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Ciudad	Quito
Sector	Norte

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Cristian Quishpe



Figura 25: Macro-localización
Fuente: Google Maps

4.02.02 Micro- localización

“Define la ubicación precisa que tendrá el proyecto, en ella identificaremos claramente el lugar, terreno, vías de acceso” (Álvarez, 2000, pág. 257).

Es el lugar específico donde se llevara a cabo la ejecución del presente proyecto será avenida 24 mayo y José Rodríguez N132



Figura 26: Micro-localización
Fuente: Google Maps

4.02.03 Localización óptima

“Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (costo social)” (Urbina, 2010, pág. 86).

4.02.03.01 Método cualitativo por puntos

“Consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de factores que se consideran relevantes para la localización, esto conduce a una comparación cuantitativa de diferentes sitios. El método permite ponderar factores de preferencia para el investigador al tomar la decisión” (Urbina, 2010, pág. 86).

Para la localización óptima del proyecto se ha tomado en cuenta los siguientes factores:

- ❖ Cercanía con el cliente
- ❖ Cercanía con los proveedores

- | | |
|--------------------------|-----------------|
| ❖ Servicio de Transporte | ❖ Transporte |
| ❖ Mano de obra | ❖ Costo de vida |
| ❖ Clima | ❖ Seguridad |

Tabla 40: Matriz de Localización óptima

FACTORES RELEVANTES	PONDERACIÓN	PUÉLLARO		TANLAGUA		SAN ANTONIO	
		Calificación	Calificación Ponderada	calificación	Calificación ponderada	calificación	Calificación ponderada
Cercanía con el Cliente	0,15	7	1,05	8	1,2	10	1,5
Cercanía con los proveedores	0,2	10	2	7	1,4	6	1,2
Servicios Básicos	0,15	8	1,2	7	1,05	8	1,2
Mano de Obra	0,1	8	0,8	6	0,6	6	0,6
Clima	0,15	9	1,35	7	1,05	6	0,9
Transporte	0,08	7	0,56	8	0,64	9	0,72
Costo de Vida	0,07	8	0,56	7	0,49	7	0,49
Seguridad	0,1	9	0,9	8	0,8	8	0,8
TOTAL	1		8,42		7,23		7,41

Fuente: (Urbina, 2010, pág. 107)

La matriz de localización se realiza en tres sectores escogidos para el presente estudio, considerando factores relevantes como, cercanía con el cliente, proveedores, servicios básicos, mano de obra entre otros. Obteniendo una mayor ponderación de 8,42 en la Parroquia Puéllaro, siendo el lugar más aceptable para la ubicación del presente proyecto.

4.03 Ingeniera del producto

“Resuelve todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, distribución óptima de la planta hasta la organización que habrá de tener la planta productiva” (Urbina, 2010, pág. 89).

4.03.01 Definición de bien y servicio

“Un bien es el resultado tangible de una actividad transformadora en cualquier grado. Un servicio es una prestación, un esfuerzo o una acción” (Esteban, 2005, pág. 2)

“Toda actividad empresarial conduce a un producto, que puede ser un bien o servicio. Podemos entender entonces que los bienes y servicios son materializaciones de actividades diferentes” (Esteban, 2005, pág. 2).

La comercialización de los productos agrícolas (frutas, legumbres y hortalizas) aumenta cada día por la razón que son productos de consumo masivo utilizados para la alimentación del ser humano.

La micro-empresa CPAP ofrecerá a sus clientes potenciales, productos agrícolas como: frejol, vaina, pepinillo, ají, lechuga, aguacate, chirimoya y cítricos. La característica principal de los productos agrícolas es que son cultivos en campos sanos libres de químicos proporcionado a los clientes alimentos nutricionales de calidad a precios accesibles porque serán trasladados hasta el consumidor final higiénicamente. Para lograr productos frescos se contará con la tecnología adecuada tanto en el proceso y transporte con aire acondicionado que ayudaran a mantener una

temperatura adecuada del producto para que no se dañe y mantenga el sabor original.

4.03.02 Distribución de la Planta

“Consistirá en la ordenación física (dónde) de factores y elementos industriales que participan en el proceso productivo de la empresa, en la distribución del área (cuanto) en la determinación de las figuras, formas (como) relativas, y ubicación de distintos departamentos”(Fernández & García, 2008, pág. 176).

Códigos de Cercanía

Tabla 41: Códigos de Cercanía

CÓDIGOS DE CERCANÍA	
CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
A	Absolutamente necesario que esté cerca
E	Especialmente importante que esté cerca
I	Importante que esté cerca
O	Cercanía Ordinaria o Normal
U	Cercanía sin importancia
X	Cercanía indeseable
XX	Muy Indeseable

Fuente: (Urbina, 2010, pág. 127)

Tabla 42: Razones de Cercanía

RAZONES DE CERCANÍA	
CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
1	Por proceso
2	Por Control
3	Por Conveniencia
4	Por Seguridad
5	Higiene

Fuente: (Urbina, 2010, pág. 127).

1.- Departamento Administrativo	A2
2.- Departamento de Contabilidad	E3
3.- Área de Empacado	A2 E2 O3
4.- Departamento de Ventas	A2 I5 O3
5.- Área de Acopio y Almacenamiento	A1 O5 U5 I1
6.- Baños	E1 O3 U5
7.- Parqueadero	O5 O5 X4 I1 E1 O3

Figura 27: Matriz SLP
Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Cristian Quishpe

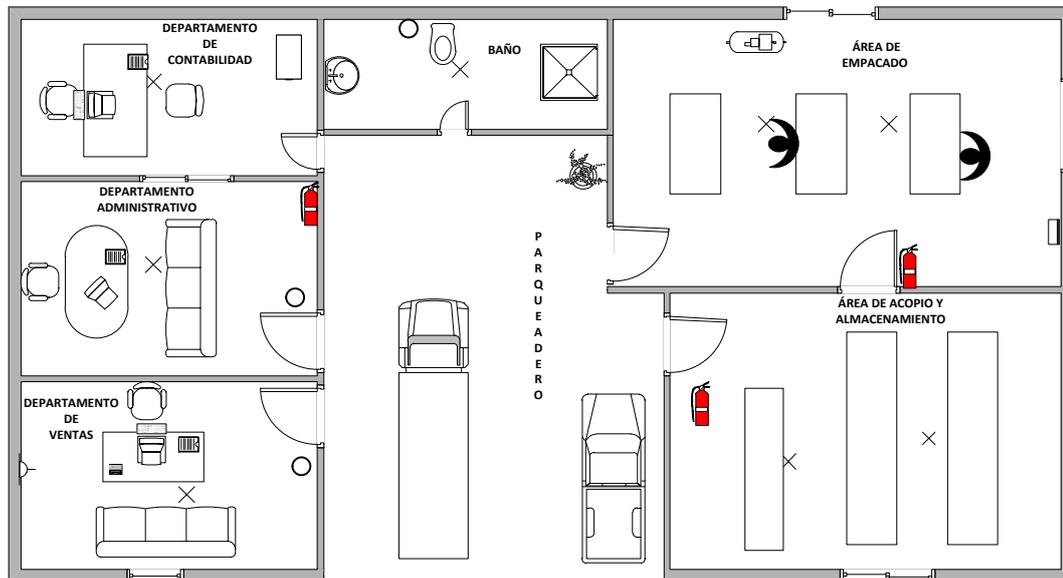


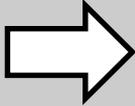
Figura 28: Distribución de la planta
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Cristian Quishpe

4.03.03 Proceso productivo

“Está relacionado con un conjunto de operaciones y actividades que se ejecutan para crear valor. Este conjunto de operaciones busca satisfacer las necesidades de los clientes mediante la transformación de unos insumos o materias primas en un producto o servicio” (Retamoso, 2007, pág. 37).

Simbología del proceso

Tabla 43: Simbología del proceso

INICIO/ FIN	
OPERACIÓN/ ACTIVIDAD	
DECISIÓN	
TRANSPORTE	
DEMORA	
ALMACENAMIENTO	

Fuente: (Urbina, 2010, pág. 127).

Tabla 44: Proceso

ACTIVIDAD	DETALLE	T FRUTAS 1200 unidades	T LEGUMBRES 200 libras	T HORTALIZAS 500 Unidades
Registro de Salida de productos de almacenaje para proceso	La materia prima se trasportara a produción para su proceso.	5 minutos	5 minutos	3 Minutos
Lavado	Se lava lo que es frutas, legumbres y hortalizas en una disolución de agua y vinagre. Se dejara en la disolución a los productos por 10 minutos posteriormente se lavara los productos y escurrirá el agua	30 minutos	50 minutos	15 Minutos
Secado	Se procederá a secar los productos con toallas para tener a los productos frescos libre de agua para evitar deterioros.	40 minutos	35 Minutos	20 Minutos
Empacado (Pesado o Contado y enfundado)	Se procederá a pesar lo que son legumbres en cada una de las presentaciones, lo que son frutas y hortalizas se contara para cada una de las presentaciones.	55 minutos	115 minutos	30 Minutos
Etiquetado	Se etiquetara una vez que ya este pesado listo para la venta,	30 minutos	30 minutos	15 Minutos
Almacenaje	Se procederá al área de almacenaje para su posterior distribución.	20 minutos	25 minutos	10 Minutos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Cristian Quishpe

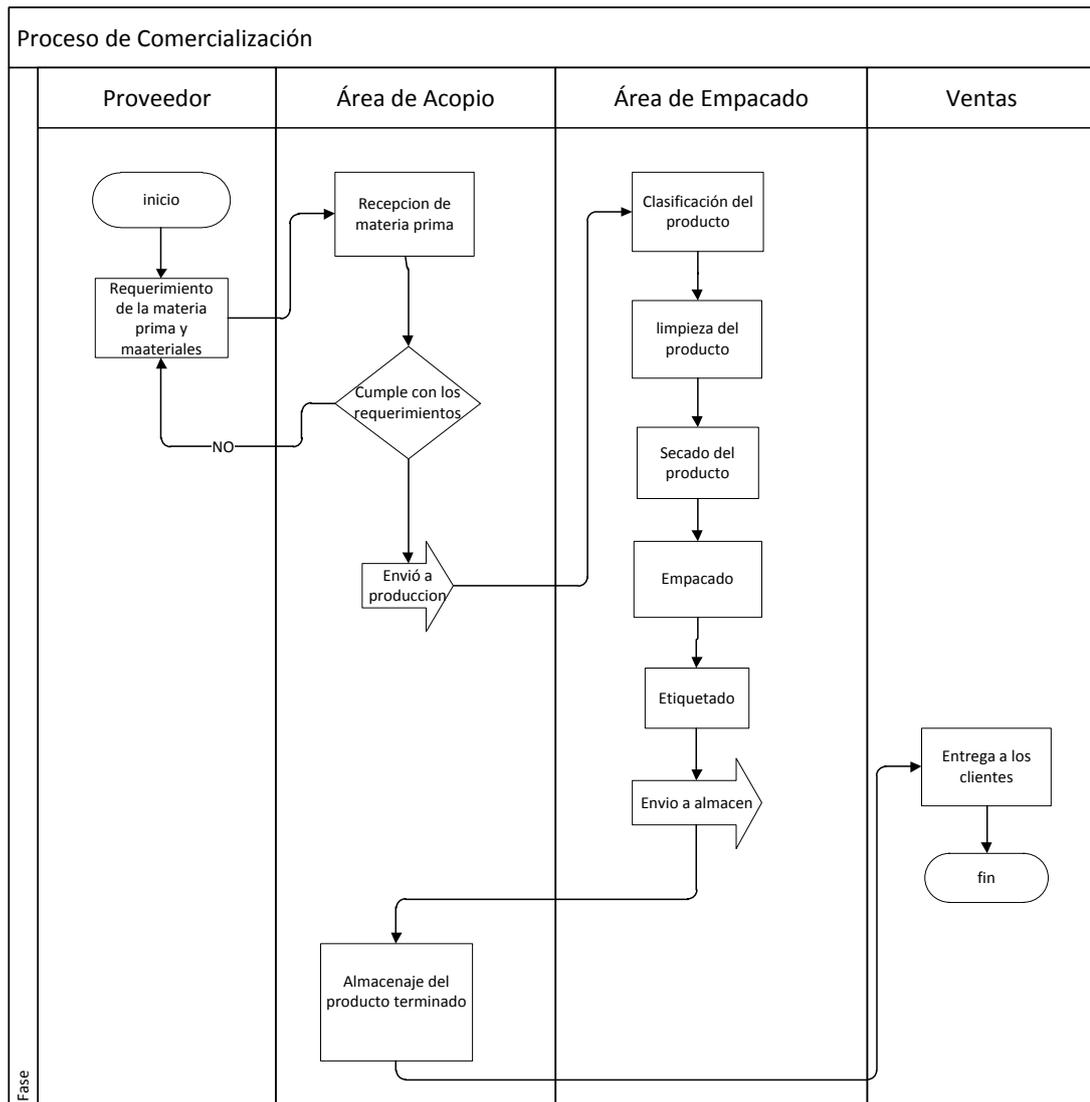


Figura 29: Proceso

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Cristian Quishpe

4.03.04 Maquinaria

Tabla 45: Maquinaria

UNIDAD	MAQUINARIA	IMAGEN	VALOR TOTAL
1	Enfriador para almacenamiento		\$ 1800
1	Bomba estacionaria de fumigar		\$ 350,00
1	Balanza industria 1		\$ 200

1	Balanza	\$ 65
---	---------	-------



1	Selladora a pedal de fundas 60cm	\$ 99,50
---	-------------------------------------	----------



40	Gavetas Plásticas	\$ 320,00
----	----------------------	-----------

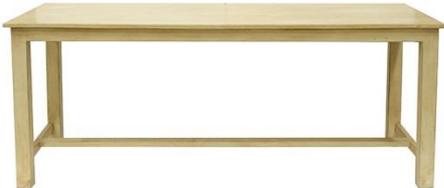


TOTAL		\$ 2834,50
--------------	--	-------------------

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Cristian Quishpe

4.03.05 Muebles Y Enseres

Tabla 46: Muebles y Enseres

UNIDADES	MUEBLES/ENSERES	IMAGEN	VALOR TOTAL
3	ESCRITORIOS		\$510,00
3	MESAS DE TRABAJO DE MADERA		\$210,00
4	SILLA GIRATORIA		\$ 205,00

3	ESTANTERÍAS		\$ 390,00
2	Archivador Metálico		\$214,00
3	Papeleras		\$27, 00
2	Silla de visita		\$270,00
TOTAL			\$ 1826,00

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Cristian Quishpe

4.03.05 Equipo de Computación

Tabla 47: Equipos de Computación

UNIDADES	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	IMAGEN	VALOR TOTAL
1	COMPUTADOR		\$ 515,32
2	Portátil ACER		\$ 1265,00
2	IMPRESORA MULTIFUNCIÓN		\$ 340,00
TOTAL			\$ 2120,32

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Cristian Quishpe

4.03.06 Equipo de Oficina

Tabla 48: Equipo de Oficina

UNIDADES	EQUIPO DE OFICINA	IMAGEN	VALOR TOTAL
3	TELÉFONO		\$ 54,03
1	REGULADOR DE VOLTAJE		\$ 29,95
2	SUMADORAS		\$ 58,00
4	GRAPADORAS		\$ 5,40
TOTALES			\$ 147,38

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Cristian Quishpe

Análisis:

Con respecto a las tablas anteriores se detalló la maquinaria y equipo que serán necesarios para las actividades de la micro-empresa que representan los Activos fijos

de la misma con la finalidad de optimizar tiempo y costos entregando un producto de calidad y poder satisfacer las necesidades de los clientes, también se detalla los muebles y enseres, equipos de computación y equipos de oficina que se utilizarán para el buen desenvolvimiento de las actividades diarias en la administración.

CAPITULO V

5.0 Estudio financiero

“Es determinar, por medio de indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalle los ingresos, así como los costos de inversión inicial y los costos de operación del proyecto” (Fernandez, 2007, pág. 45).

5.01 Ingresos Operacionales

“Son aquellos están directamente asociados a la razón ser del negocio. Se originan por el objeto social para el cual fue creada la empresa” (Romero, 2005, pág. 111).

Tabla 49: Presentación de venta al público

Frutas	Unidades	precio	valor total
Pepino	6	1,00	\$ 6,00
tomate de árbol	6	1,00	
Aguacate	5	1,00	
Chirimoya	2	1,00	
Mandarina	8	1,00	
Limón	9	1,00	
Legumbre			
Frejol	2lb	2,10	\$ 4,00
Vaina	1 lb	0,60	
Ají	0,5 lb	0,70	
Pepinillo	1 lb	0,60	
Hortalizas			
Lechuga	2	1	\$ 2,00
tomate riñón	6	1	

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

Tabla 50: Ventas Anuales

Frutas

DESCRIPCIÓN	
Población del Distrito Metropolitano	15.407
Nivel de aceptación del producto	90%
TOTAL CONSUMO	13.866,30
DESCRIPCIÓN	
Mercado Potencial	13.866
Aceptación del precio	32,0%
TOTAL CLIENTES	4.437,12
DESCRIPCIÓN	
Clientes Consumidores	4.437,12
Consumo mensual	4
TOTAL CONSUMO ESTIMADO MENSUAL	17.748,48
personas diarias que consumen	887,00
CAPTACIÓN DE MERCADO	5,00%
TOTAL VENTAS DIARIAS PERSONAS	44,00

PRODUCCIÓN REAL DIARIA	40,00
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN VS DEMANDA	90%
Precio	6
Ventas Diarias	240
Días laborados al año	240
TOTAL VENTAS ANUALES	57.600,00

Legumbres

DESCRIPCIÓN

Mercado Potencial	9.500
Aceptación del precio	47,0%
TOTAL CLIENTES	4.465,00

DESCRIPCIÓN	Valor
Clientes Consumidores	4.465,00
Consumo mensual	4
TOTAL CONSUMO ESTIMADO MENSUAL	17.860,00
personas diarias que consumen	893,00
CAPTACIÓN DE MERCADO	5,00%
TOTAL VENTAS DIARIAS PERSONAS	45,00
PRODUCCIÓN REAL DIARIA	45,00
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN VS DEMANDA	100%
Precio	4
Ventas Diarias	180
Días laborados al año	240
TOTAL VENTAS ANUALES	43.200,00

Hortalizas

DESCRIPCIÓN

Mercado Potencial	2.311
Aceptación del precio	56,0%
TOTAL CLIENTES	1.294,00

DESCRIPCIÓN	Valor
Clientes Consumidores	1.294,00
Consumo mensual	4
TOTAL CONSUMO ESTIMADO MENSUAL	5.176,00
personas diarias que consumen	259,00
CAPTACIÓN DE MERCADO	10,00%
TOTAL VENTAS DIARIAS PERSONAS	25,00

PRODUCCIÓN REAL DIARIA	25,00
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN VS DEMANDA	100%
Precio	2
Ventas Diarias	50
Días laborados al año	240
TOTAL VENTAS ANUALES	12.000,00

Totales de ventas **\$ 112.800,00**

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

5.01.02 Proyección de ingresos Operacionales

Tabla 51: Ingresos Operacionales

Inflación Marzo: 2,32%

Crecimiento Poblacional: 1,52%

	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Cantidad	Precio	Ingreso T.												
frutas	9600	6	57600,00	9746	6,14	59832,15	9894	6,28	62150,81	10044	6,43	64559,31	10197	6,58	67061,16
legumbres	10800	4	43200,00	10964	4,09	44874,11	11131	4,19	46613,10	11300	4,28	48419,49	11472	4,38	50295,87
hortalizas	6000	2	12000,00	6091	2,05	12465,03	6184	2,09	12948,08	6278	2,14	13449,86	6373	2,19	13971,07
TOTAL			112800,00			117171,30			121711,99			126428,66			131328,10

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

5.1.3 Ingresos no operacionales

“No están relacionados con el objeto social del negocio. Proviene de actividades que realiza la empresa, pero no están relacionadas con la razón de ser con la razón de la misma” (Romero, 2005, pág. 112).

5.02 Costos

“Es un Desembolso en efectivo” (Urbina, 2010, pág. 139).

5.3 Costos Directos

5.03.01 Materia Prima

La materia prima directa constituye la cantidad de productos agrícolas a vender por el precio de compra.

Tabla 52: Materia Prima

	Presentación	Unidades	valor total	valor unidad
Frutas				
pepino	1 caja	130	\$ 9,00	\$ 0,07
tomate de árbol	1 caja	140	\$ 10,00	\$ 0,07
aguacate	1 costal	130	\$ 14,00	\$ 0,11
chirimoya	1 costal	200	\$ 55,00	\$ 0,28
mandarina	1 caja	180	\$ 7,00	\$ 0,04
limón	1 costal	350	\$ 12,00	\$ 0,03
Legumbre		libra		
frejol	100	100	\$ 42,00	\$ 0,42
vaina	1 caja	30	\$ 5,00	\$ 0,17
ají	1 caja	20	\$ 6,00	\$ 0,30
pepinillo	1 costal	160	\$ 20,00	\$ 0,13
Hortalizas				
lechuga	1 costal	24	\$ 7,50	\$ 0,31
tomate riñón	1 caja	140	\$ 9,00	\$ 0,06

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Cristian Quishpe

Tabla 53: Materia prima en unidades

MATERIA PRIMA DIRECTA						
DESCRIPCIÓN	MEDIDA	VALOR UNITARIO	DIA RIO	CONSUMO MES	VALOR MENSUAL	TOTAL ANUAL
Pepino	Unidades	\$ 0,07	237	4737	\$ 327,94	\$ 3.935,22
tomate de árbol	Unidades	\$ 0,07	276	5526	\$ 394,74	\$ 4.736,84
Aguacate	Unidades	\$ 0,11	197	3947	\$ 425,10	\$ 5.101,21
Chirimoya	Unidades	\$ 0,28	79	1579	\$ 434,21	\$ 5.210,53
Mandarina	Unidades	\$ 0,04	316	6316	\$ 245,61	\$ 2.947,37
Limón	Unidades	\$ 0,03	393	7863	\$ 269,59	\$ 3.235,06
Frejol	Libras	\$ 0,42	91	1827	\$ 767,34	\$ 9.208,08
Vaina	Libras	\$ 0,17	45	893	\$ 148,87	\$ 1.786,40
Ají	Libras	\$ 0,30	22	447	\$ 133,98	\$ 1.607,76
Pepinillo	Libras	\$ 0,13	45	893	\$ 111,65	\$ 1.339,80
Lechuga	Unidades	\$ 0,31	50	990	\$ 309,38	\$ 3.712,50
tomate riñón	Unidades	\$ 0,06	149	2970	\$ 190,93	\$ 2.291,14
TOTAL					\$ 3.759,33	\$ 45.111,92

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Cristian Quishpe

5.03.02 Materiales directos

Tabla 54: Materiales Directos

MATERIALES DE ENVASADO				
Concepto	Costo	Cant	Costo Mensual	Costo Anual
fundas plásticas	\$ 0,01	6.000,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Etiquetas	\$ 0,02	6.000,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
TOTAL	\$ 0,03	\$ 12.000,00	\$ 180,00	\$ 2.160,00

MATERIAL DE LIMPIEZA DEL PRODUCTO

Concepto	Costo	Cant	Costo Mensual	Costo Anual
Toallas	\$ 4,00	4,00	\$ 16,00	\$ 192,00
vinagre caneca	\$ 40,00	1,00	\$ 40,00	\$ 480,00
TOTAL	\$ 44,00	\$ 5,00	\$ 56,00	\$ 672,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Cristian Quishpe

5.03.03 Mano de Obra directa

La mano de obra directa está constituida por los dos operarios quienes son los encargados de limpiar, enfundar, etiquetar y almacenar los productos agrícolas para su posterior venta.

Tabla 55: Mano de Obra Directa

Nº	NOMBRE	CARGO	SBU	TOTAL INGRESOS	9,45% AP. PERS.	TOTAL DEDUCCIONES	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
4	Pedro Cacuangero	Obrero	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 34,59	\$ 34,59	\$ 331,41	\$ 4.392,00
5	Alex Lema	Obrero	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 34,59	\$ 34,59	\$ 331,41	\$ 4.392,00
TOTAL			\$ 732,00	\$ 732,00	\$ 69,17	\$ 69,17	\$ 662,83	\$ 8.784,00

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

Provisiones

Tabla 56: Provisiones de mano de obra directa

Nº	NOMBRE	CARGO	PROVISIONES			IESS				VALOR ANUAL
			XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	11,15% APOORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	VALOR MENSUAL		
4	Pedro Cacuangero	Obrero	30,50	30,50	15,25	40,81	15,25	132,31	1587,71	
5	Alex Lema	Obrero	30,50	30,50	15,25	40,81	15,25	132,31	1587,71	
TOTAL			61,00	61,00	30,50	81,62	30,50	264,62	3175,42	

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

5.02.02 Costos indirectos

Tabla 57: Costos Directos

COSTOS INDIRECTOS		\$ 1.567,65
Arriendo	\$ 285,60	\$ 285,60
material de seguridad	\$ 693,00	\$ 693,00
útiles de Aseo	\$ 20,00	\$ 20,00
Servicios Básicos	\$ 285,60	\$ 285,60
Depreciación de la Maquinaria y Herramientas	\$ 283,45	\$ 283,45

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

5.02.03 Gasto de administración

“Son como su nombre lo indica, los costos que provienen de realizar la función de administración de la empresa” (Urbina, 2010, pág. 142).

Tabla 58: Gastos De Administración

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		\$ 15.934,44
Sueldos y salarios	\$ 9.900,00	\$ 9.900,00
Prestaciones sociales	\$ 3.485,85	\$ 3.485,85
útiles de aseo	\$ 37,50	\$ 37,50
útiles de Oficina	\$ 84,00	\$ 84,00
Agua, luz, Teléfono	\$ 362,40	\$ 362,40
Depreciación Muebles y Enseres	\$ 91,30	\$ 91,30
Depreciación Equipo de Computación	\$ 353,39	\$ 353,39
Arriendo	\$ 360,00	\$ 360,00
Amortización	\$ 260,00	\$ 260,00
Gastos organización empresa	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

5.05.04 Gasto de venta

Son como su nombre lo indica, los costos que provienen de realizar las ventas que constituyen los ingresos de la empresa.

Tabla 59: Costo de Ventas

GASTOS DE VENTAS		\$ 11.418,50
Sueldos y salarios	\$ 4.560,00	\$ 4.560,00
Prestaciones sociales	\$ 1.634,44	\$ 1.634,44
útiles de oficina	\$ 20,00	\$ 20,00
Papelería	\$ 144,00	\$ 144,00
Agua, luz, teléfono	\$ 228,00	\$ 228,00
Gasolina	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Publicidad	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Arriendo	\$ 180,00	\$ 180,00
Depreciación muebles y enseres	\$ 91,30	\$ 91,30
Depreciación equipo de computo	\$ 7,37	\$ 7,37
Depreciación equipo de oficina	\$ 353,39	\$ 353,39

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

5.02.05 Gasto financiero

Constituyen aquellos valores de los intereses que la microempresa ha adquirido en financiamiento para poder operar .

Tabla 60: Gasto Financiero

GASTOS FINANCIEROS		8.041,21
Intereses a corto plazo	\$ 2.495,40	\$ 2.495,40
Intereses a largo plazo	\$ 5.545,81	\$ 5.545,81

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

5.02.06 Costo fijo

“Son los costos que a corto plazo no dependen de la cantidad que produzca la empresa” (Fernandez, 2007, pág. 59).

Tabla 61: Costo Fijo

COSTOS FIJO	
COSTO DIRECTO	
Mano de obra directa	\$ 8.784,00
Prestaciones Sociales	\$ 3.175,42
COSTOS INDIRECTOS	
Arriendo	\$ 285,60
material de seguridad	\$ 693,00
Depreciación de la Maquinaria y Herramientas	\$ 283,45
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	
Sueldos y salarios	\$ 9.900,00
Prestaciones sociales	\$ 3.485,85
Depreciación Muebles y Enseres	\$ 91,30
Depreciación Equipo de Computación	\$ 353,39
Arriendo	\$ 360,00
Amortización	\$ 260,00
Gastos organización empresa	\$ 1.000,00
GASTOS DE VENTAS	
Sueldos y salarios	\$ 4.560,00
Prestaciones sociales	\$ 1.634,44
Arriendo	\$ 180,00
Depreciación muebles y enseres	\$ 91,30
Depreciación equipo de computo	\$ 7,37
Depreciación equipo de oficina	\$ 353,39
GASTOS FINANCIEROS	
Intereses a corto plazo	\$ 2.495,40
Intereses a largo plazo	\$ 5.545,81
TOTAL	43.539,71

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

5.02.07 Costo variable

“Son los costos que depende del nivel de producción de la empresa” (Fernandez, 2007, pág. 60).

Tabla 62. Costo Variable

COSTOS VARIABLE	
COSTO DIRECTO	
Materia prima	\$ 45.111,92
Materiales Directos	\$ 2.832,00
COSTOS INDIRECTOS	
útiles de Aseo	\$ 20,00
Servicios Básicos	\$ 285,60
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	
útiles de aseo	\$ 37,50
útiles de Oficina	\$ 84,00
Agua, luz, Teléfono	362,4
GASTOS DE VENTAS	
útiles de oficina	\$ 20,00
Papelería	\$ 144,00
Agua, luz, teléfono	\$ 228,00
Gasolina	\$ 1.200,00
Publicidad	\$ 3.000,00
TOTAL	53.325,42

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

5.02 Inversiones

“Es la dedicación de unos recursos financieros a la modernización y expansión de los bienes de activo de la empresa” (Ferrer, 2014, pág. 349).

5.2.1 Inversión fija

5.02.01.01 Activos Fijos

Tabla 63: Activos Fijos

Equipos de Oficina	\$	147,48
Maquinaria y equipos	\$	2.834,50
Equipos de Computación	\$	2.120,32
Muebles y Enseres	\$	1.826,00
Vehículo	\$	17.000,00
	\$	23.928,30

Fuente: Análisis financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

5.02.01.02 Activo Nominal

“Corresponde a los recursos dedicados por la entidad en la etapa de organización, construcción de los cuales se espera tener beneficios económicos a futuro” (Cuenca, 2006, pág. 186).

Tabla 64: Activos Nominales

ACTIVOS NOMINALES		
Gastos de Constitución	\$	1.000,00
Gastos de Factibilidad	\$	300,00
TOTAL	\$	1.300,00

Fuente: Análisis financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

5.02.02 Capital de trabajo

“Se refiere a la cantidad de efectivo necesaria para la operación del proyecto”

(Fernandez, 2007, pág. 45).

Tabla 65: Capital De Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Costo de Producción	\$ 15.367,75
Gasto de Ventas	\$ 2.854,63
Gasto de Administración	\$ 3.474,34
TOTAL	\$ 21.696,71

Fuente: Análisis financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

5.02.03 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Tabla 66: Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

	FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
	USO DE FONDOS	RECURSOS PROPIOS	BANCO
INVERSIONES FIJAS	\$ 23.928,30	\$ 2.834,50	\$ 21.093,80
Equipos de Oficina	\$ 147,48		\$ 147,48
Materiales y equipos	\$ 2.834,50	\$ 2.834,50	
Equipos de Computación	\$ 2.120,32		\$ 2.120,32
Muebles y Enseres	\$ 1.826,00		\$ 1.826,00
Vehículo	\$ 17.000,00		\$ 17.000,00
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ -
Gastos de Organización	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
estudio de factibilidad	\$ 300,00	\$ 300,00	
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 22.205,98	\$ 22.205,98	\$ -
Costo de Producción	\$ 15.367,75	\$ 15.367,75	
Gasto de Ventas	\$ 2.854,63	\$ 2.854,63	
Gasto de Administración	\$ 3.983,61	\$ 3.983,61	
TOTAL	\$ 47.434,28	\$ 26.340,48	\$ 21.093,80

Fuente: Análisis financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

El recurso requerido de financiamiento es de \$21.093,80 el cual representa un 45% del total de uso de fondos .

5.02.04 Amortización

“Es la devolución o reintegro de los recursos ajenos recibidos a largo plazo para financiar equipos, no existe una depreciación o pérdida de valor, sino una devolución de los recursos financiados recibidos” (Casado, 2011, pág. 83).

Tabla 67: Detalle del Préstamo

DETALLE	
ENTIDAD	Banco de Guayaquil
MONTO DE	\$ 21.093,80
FINANCIAMIENTO	
TASA DE INTERÉS	11,83%
PLAZO	5 años

Tabla 68: Amortización

M =	\$	5.827,00				
K =	\$	21.093,80				
r =		0,12	11,83%			
n =		5				
AÑOS	PRÉSTAMO	INTERÉS VENCIDO	CAPITAL PAGADO	CUOTA DE PAGO	SALDO	
0					\$ 21.093,80	
1	\$ 21.093,80	\$ 2.495,40	\$ 3.331,61	\$ 5.827,00	\$ 17.762,19	
2	\$ 17.762,19	\$ 2.101,27	\$ 3.725,73	\$ 5.827,00	\$ 14.036,46	
3	\$ 14.036,46	\$ 1.660,51	\$ 4.166,49	\$ 5.827,00	\$ 9.869,97	
4	\$ 9.869,97	\$ 1.167,62	\$ 4.659,38	\$ 5.827,00	\$ 5.210,59	
5	\$ 5.210,59	\$ 616,41	\$ 5.210,59	\$ 5.827,00	\$ 0,00	
		\$ 5.545,81				

Fuente: Análisis financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

5.02.05 Depreciación

“La depreciación consiste en distribuir el costo de un activo tangible, menos su valor de desecho a través de la vida útil probable de la unidad, debido al desgaste o a la caída en desuso” (Solorio, 2012, pág. 104).

Tabla 69: Depreciación

TABLA DE DEPRECIACIÓN									
	VALOR INICIAL	AÑOS	1	2	3	4	5	DEP. ACUM	VALOR RESIDUAL
Equipos de Oficina	\$ 147,48	10	\$ 14,75	\$ 14,75	\$ 14,75	\$ 14,75	\$ 14,75	\$ 73,74	\$ 73,74
Maquinaria y equipos	\$ 2.834,50	10	\$ 283,45	\$ 283,45	\$ 283,45	\$ 283,45	\$ 283,45	\$ 1.417,25	\$ 1.417,25
Equipos de Computación	\$ 2.120,32	3	\$ 706,77	\$ 706,77	\$ 706,77			\$ 2.120,32	\$ -
Muebles y Enseres	\$ 1.826,00	10	\$ 182,60	\$ 182,60	\$ 182,60	\$ 182,60	\$ 182,60	\$ 913,00	\$ 913,00
Vehículo	\$ 17.000,00	5	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00	\$ 17.000,00	\$ -
TOTAL	\$23.928,30		\$4.587,57	\$4.587,57	\$4.587,57	\$3.880,80	\$3.880,80	\$21.524,31	\$ 2.403,99

Fuente: Análisis financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

5.02.06 Estado de Situación inicial

Tabla 70: Estado De Situación Inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	
"CPAP"	
ACTIVOS	
Corrientes	\$ 21.696,71
Bancos	\$ 21.696,71
No Corrientes	\$ 25.228,12
Vehículo	\$ 17.000,00
Muebles y enseres	\$ 1.826,00
Maquinaria y Equipos	\$ 2.834,32
Equipo de Computación	\$ 2.120,32
Equipo de Oficina	\$ 147,48
Otros Activos	\$ 1.300,00
Gasto de Constitución	\$ 1.000,00
Estudio de Factibilidad	\$ 300,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 48.224,83
PASIVOS	
No Corrientes	\$ 21.093,80
Préstamo Bancario por Pagar	\$ 21.093,80
TOTAL PASIVO	\$ 21.093,80
PATRIMONIO	
Capital	\$ 27.131,03
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	\$ 48.224,83

Fuente: Análisis financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

5.02.07 Estado de resultados Proyectado a 5 años

Tabla 71: Estado de Resultados

ESTADO PROFORMA DE RESULTADOS					
Inflación Marzo : 2,32%					
DETALLE	PERIODOS				
	2017	2018	2019	2020	2021
VENTAS	\$112.800,00	\$115.416,96	\$118.094,63	\$120.834,43	\$123.637,79
COSTO DE VENTAS	\$ 61.470,99	\$ 62.897,12	\$ 64.356,33	\$ 65.849,40	\$ 67.377,10
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 51.329,01	\$ 52.519,84	\$ 53.738,30	\$ 54.985,03	\$ 56.260,68
GASTOS DE VENTAS	\$ 11.418,50	\$ 11.683,41	\$ 11.954,46	\$ 12.231,81	\$ 12.515,59
GASTO DE ADMINISTRACIÓN	\$ 15.934,44	\$ 16.304,12	\$ 16.682,37	\$ 17.069,40	\$ 17.465,41
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.495,40	\$ 2.495,40	\$ 2.495,40	\$ 2.495,40	\$ 2.495,40
UTILIDAD BRUTA PARTICIPACIÓN EMPLEADOS (15%)	\$ 21.480,68	\$ 22.036,92	\$ 22.606,07	\$ 23.188,42	\$ 23.784,29
UTILIDAD ANTES DE RENTA	\$ 3.222,10	\$ 3.305,54	\$ 3.390,91	\$ 3.478,26	\$ 3.567,64
IMPUESTO A LA RENTA(22%)	\$ 18.258,57	\$ 18.731,38	\$ 19.215,16	\$ 19.710,16	\$ 20.216,65
UTILIDAD NETA	\$ 4.016,89	\$ 4.120,90	\$ 4.227,34	\$ 4.336,24	\$ 4.447,66
	\$ 14.241,69	\$ 14.610,48	\$ 14.987,82	\$ 15.373,93	\$ 15.768,98

Fuente: Análisis financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

5.02.08 Flujo de Caja

Tabla 72: Flujo de Caja

DETALLE	PERIODOS				
	2017	2018	2019	2020	2021
VENTAS					
	\$112.800,00	\$115.416,96	\$118.094,63	\$120.834,43	\$123.637,79
COSTO DE VENTAS	\$ 61.470,99	\$ 62.897,12	\$ 64.356,33	\$ 65.849,40	\$ 67.377,10
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 51.329,01	\$ 52.519,84	\$ 53.738,30	\$ 54.985,03	\$ 56.260,68
GASTOS DE VENTAS	\$ 11.418,50	\$ 11.683,41	\$ 11.954,46	\$ 12.231,81	\$ 12.515,59
GASTO DE ADMINISTRACIÓN	\$ 15.934,44	\$ 16.304,12	\$ 16.682,37	\$ 17.069,40	\$ 17.465,41
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.495,40	\$ 2.495,40	\$ 2.495,40	\$ 2.495,40	\$ 2.495,40
UTILIDAD BRUTA PARTICIPACIÓN EMPLEADOS (15%)	\$ 21.480,68	\$ 22.036,92	\$ 22.606,07	\$ 23.188,42	\$ 23.784,29
UTILIDAD ANTES DE RENTA	\$ 3.222,10	\$ 3.305,54	\$ 3.390,91	\$ 3.478,26	\$ 3.567,64
IMPUESTO A LA RENTA(22%)	\$ 18.258,57	\$ 18.731,38	\$ 19.215,16	\$ 19.710,16	\$ 20.216,65
UTILIDAD NETA (+)	\$ 4.016,89	\$ 4.120,90	\$ 4.227,34	\$ 4.336,24	\$ 4.447,66
DEPRECIACIONES (+)	\$ 14.241,69	\$ 14.610,48	\$ 14.987,82	\$ 15.373,93	\$ 15.768,98
AMORTIZACIONES (+)	\$ 4.587,57	\$ 4.587,57	\$ 4.587,57	\$ 3.880,80	\$ 3.880,80
(=) EXCEDENTE OPERACIONAL	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00
(=) EXCEDENTE OPERACIONAL	\$ 19.089,26	\$ 19.458,05	\$ 19.835,39	\$ 19.514,73	\$ 19.909,78

Fuente: Análisis financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

FLUJO DE CAJA NETO FINANCIERO

Tabla 73: Flujo De Caja Neto Financiero

FLUJO DE CAJA NETO FINANCIERO						
DESCRIPCIÓN	0	2017	2018	2019	2020	2021
INVERSIÓN	\$47.434,28					
TOTAL						
EXCEDENTE DE OPERACIONAL		\$19.089,26	\$19.458,05	\$ 19.835,40	\$ 19.514,72	\$22.313,77
FLUJOS DE CAJA	\$47.434,28	\$19.089,26	\$19.458,05	\$19.835,40	\$ 19.514,72	\$22.313,77

Fuente: Análisis financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

5.03 Evaluación del Proyecto

La evaluación de proyecto consiste en aplicar diferentes indicadores financieros quien nos permite observar si el proyecto es factible.

5.03.01 Tasa de Descuento

“La tasa mínima aceptable de rendimiento es la tasa de ganancia anual que solicita ganar el inversionista para llevar a cabo la instalación y operación de la empresa” (Urbina, 2010, pág. 168).

Tasa mínima aceptable de Rentabilidad

Tabla 74: Tasa Mínima aceptable de Rentabilidad

TASA ACTIVA (marzo)	8,86%
TASA PASIVA (marzo)	5,95%
TMAR	14,81%

Fuente: Banco Central Del Ecuador

5.03.02 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto (VAN) es uno de los métodos financieros que si toma en cuenta los flujos de efectivo a través del tiempo. Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo (Fernandez, 2007, pág. 130).

$$VAN = \frac{f_1}{(1+i)^{n_1}} + / - \frac{f_2}{(1+i)^{n_2}} \dots - I_0$$

Tabla 75: VAN

VAN=	-I	+									
			19089,26	+	19458,05	+	19835,40	+	19514,72	+	22313,77
			(1+0,1481)^1		(1+0,1481)^2		(1+0,1481)^3		(1+0,1481)^4		(1+0,1481)^5
VAN=	\$ (47.434,28)		16626,83	+	14761,82	+	13106,95	+	11231,65	+	13589,98
VAN=	\$ 21.882,95										

Fuente: Análisis financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

Análisis:

Mediante la aplicación del valor actual neto cuyo resultado es de \$ 21.882,95 este valor es mayor que cero lo que indica que el proyecto es viable por lo tanto se acepta el proyecto realizarlo.

5.03.04 Tasa Interna de Retorno (TIR)

“La TIR de un proyecto de inversión es la tasa de descuento, que hace el valor actual de los flujos de beneficio (positivos) sea igual al valor actual de los flujos de inversión negativos” (Fernandez, 2007, pág. 132).

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

Tabla 76: TIR

TASA ACTIVA	8,86%
TASA PASIVA	21,822%
TMAR	30,6824%

VAN =	-47434,28	+	19089,26		19458,05	+	19835,40	+	19514,72		22313,77
			1,306824	+	1,707789		2,231780		2,916543	+	3,811409

VAN =	-47434,28	+	14607,3687		11393,7085	+	8887,7040	+	6691,0448		5854,4675
				+						+	

VAN =	0,01
--------------	-------------

TIR=	30,6824%
-------------	-----------------

Fuente: Análisis financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

5.03.05 Periodo De Recuperación de la Inversión (PRC)

“Se define como el tiempo en años que tarda en recuperarse el monto de inversión inicial de un proyecto” (Fernandez, 2007, pág. 128)

Tabla 77: Periodo De Recuperación de la Inversión

PRC=	$\frac{100\%}{\text{TIR}}$		
PRC=	$\frac{100,00}{30,6824}$	=	3,26
			PRC
0,26	12	3,12	3 AÑOS
0,12	30	3,6	3 MESES
			4 DÍAS

Fuente: Análisis financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

Análisis:

Mediante la herramienta periodo de recuperación de la inversión se determinó que la recuperación de la inversión se lograra en 3 años , 3 meses y 4 días recuperación de la inversión.

5.03.06 Relación costo beneficio

“Es la relación entre la inversión y retorno económico. Este indicador expresa cuantas unidades monetarias se reciben por cada unidad monetaria invertida”

(Escobar, 2003, pág. 9).

Tabla 78: Relación costo beneficio

RCB	2016	2017	2018	2019	2020
INGRESOS ACTUALIZADOS	97586,30	86383,16	76466,18	67687,68	59916,98
EGRESOS ACTUALIZADOS	79002,79	69889,76	61828,76	54698,25	48390,71
RCB=	1,24	1,24	1,24	1,24	1,24

Fuente: Análisis financiero

Elaborado por: Cristian Quishpe

Análisis:

Mediante la herramienta relación costo beneficio se determinó que por cada dólar de ventas la empresa obtiene 24 centavos de utilidad.

5.03.07 Punto de Equilibrio

“Determina el punto de la actividad volumen-venta en que los ingresos y los costos son iguales a cero; o sea no hay ganancias ni pérdidas. Los ingresos que se perciben son suficientes para cubrir los costos variables y fijos” (Charles T. Horngren, 2007, pág. 65).

$$PE = \frac{COSTOS FIJOS}{1 - \frac{Costos Variables}{Ventas}}$$

Frutas

CFT = 20141,47
CVT = 24668,34
VT= 47520

PE \$ = \$41883,19 PE CANTIDAD = 6980

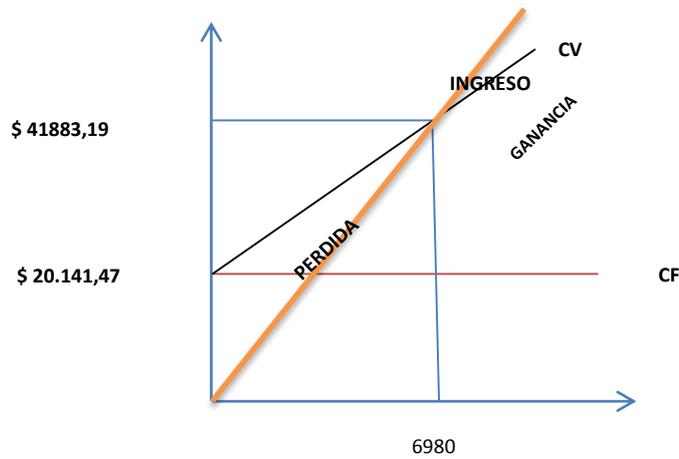


Figura 30: Punto De Equilibrio frutas

Legumbres

CFT = 18312,80
CVT = 22428,67
VT= 43200

PE \$ = \$38086,77 PE CANTIDAD = 9521

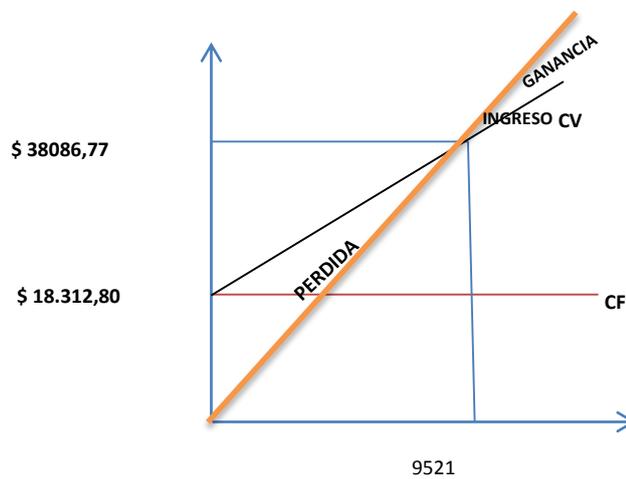


Figura 31: Punto De Equilibrio legumbres

Hortalizas

$$\begin{aligned} \text{CFT} &= 5085,44 \\ \text{CVT} &= 6228,41 \\ \text{VT} &= 12000 \end{aligned}$$

$$\text{PE} \$ = \begin{matrix} & \text{PE} \\ & \text{CANTIDAD} \\ \$10573 & & 5287 \end{matrix}$$

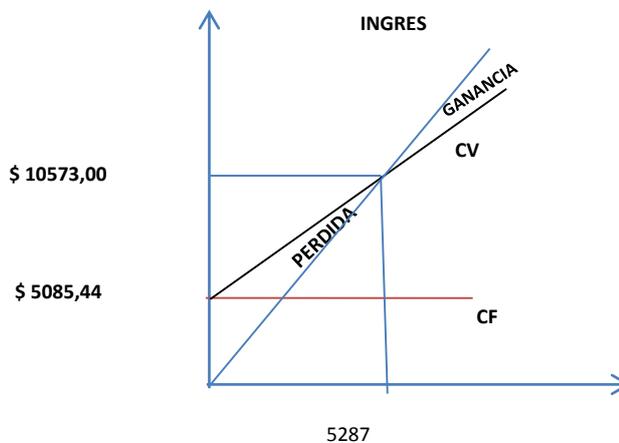


Figura 32: Punto De Equilibrio hortalizas

5.03.07 Análisis de índices financieros

5.03.07.01 Rentabilidad sobre patrimonio (ROE)

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} = \frac{\$ 14.241,69}{27131,03} = 0,53$$

Análisis:

El presente indicador permite detallar el nivel de rentabilidad que tiene la empresa en el año 1, es decir que por cada dólar de patrimonio, el propietario contará con 0.53 de rentabilidad en el proyecto.

5.03.07.02 Rentabilidad sobre el Activo (ROA)

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}} = \frac{14.241,69}{48224,83} = 0,30$$

Análisis:

El presente indicador permite detallar el nivel de rentabilidad que tiene la empresa en el año 1, relacionados directamente con los activos totales que tiene la empresa para la utilidad neta, cuyo valor es de 0,30.

5.03.07.03 Rentabilidad Sobre la Inversión (ROI)

$$\text{ROI} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión}} = \frac{14.241,69}{47.434,28} = 0.30$$

Análisis:

El presente indicador demuestra la rentabilidad que tiene la inversión en el primer año muestra que la inversión tuvo una utilidad de 30 centavos.

CAPITULO VI

6.0 Análisis de impactos

6.01 Impacto Ambiental

El impacto ambiental es el efecto que produce la actividad humana sobre el medio ambiente.

Para el proyecto se considera todas las condiciones amigables que en lo posible no afecten al medio ambiente, por eso se utilizara fundas reciclables para la comercialización, además el agua utilizada en el lavado de los productos volverá a ser utilizada en el regadío de los terrenos aledaños de la microempresa.

Con el objetivo de minimizar todos los efectos negativos con el ambiente se procederá a concientizar a los pequeños agricultores sobre el uso de químicos en la agricultura.

6.02 Impacto Económico

Ayudará a la economía del sector de la Parroquia Puéllaro con la generación de recursos económico mediante la comercialización de los productos agrícolas y así se evitara pérdidas económicas de los agricultores por falta de los canales de distribución.

Se apoyará a la Matriz Productiva y al Plan Nacional del Buen Vivir con la implementación de la microempresa.

6.03 Impacto Productivo

CPAP tiene un gran impacto productivo porque promueve la generación de fuentes de empleo directas que son los trabajadores de la microempresa y indirectas que son los agricultores de la Parroquia Puéllaro quienes se dedican a cultivar los campos para brindar al consumidor final productos agrícolas de calidad .

6.04 Impacto Social

El resultado de la implementación del proyecto es el cambio de la sociedad en la sociedad siendo este el involucrar a personas necesitadas de fuentes de ingreso económicas, quienes en la mayoría de casos son la sustentación y el pilar de los hogares.

Además con la comercialización de productos agrícolas los consumidores finales disfrutaran de alimentos sanos y saludables que ayudaran a mantener una buena salud.

CAPITULO VII

7.0 Conclusiones y recomendaciones

7.01 Conclusiones

- La iniciativa de poner en marcha la comercializadora de productos agrícolas en la Parroquia de Puéllaro, se realizó con el fin de apoyar al sector agrícola con un canal de distribución de sus productos y dar a conocer la Parroquia por su surtida producción.
- Con las encuestas realizadas se determinó que un 90% de la población de la Parroquia de San Antonio aceptaron el consumo de los productos provenientes de la Parroquia Puéllaro conociendo que serán productos frescos y de calidad a precios accesibles.
- En el estudio financiero se determinó la TIR del 30,68% siendo positivo para el proyecto porque la tasa interna de retorno es mayor a la tasa de descuento.

- El proyecto se considera viable de acuerdo al estudio financiero que determinó el Periodo de Recuperación de la inversión de 3 años 3 meses, además genera una utilidad por cada dólar invertido de 24 centavos siendo beneficioso para el proyecto.

7.02 Recomendaciones

- Se recomienda estudiar las posibilidades de poner en marcha el proyecto, por su viabilidad demostrada en los estudios anteriores.
- Manejar un control exhausto de calidad de los productos que se comercializa y en la atención al cliente, siendo este último uno de los factores más importantes en la fidelización de clientes.
- Es recomendable que después de haber puesto en marcha el proyecto utilizar las estrategias de mercadeo frente a la competencia y estar vigilante a los cambios en el entorno del mercado.

Bibliografía

Accion Democratica. (s.f.). Obtenido de Los principios son el conjunto de valores, creencias, normas, que orientan y regulan la vida de la organización.

Aguilar, J. G. (2008). *Cómo hacer un Plan Estratégico de Recursos Humanos.* España: Gesbiblo.

Álvarez, R. V. (2000). *La evaluación del proyecto en la decisión del empresario.* México: Mexico.

BancoCentralDelEcuador. (2015). *Preguntas frecuentes Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 23 de 12 de 2015, de <http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/156-preguntas-frecuentes-banco-central-del-ecuador>

Belbeze, P. L. (2008). *Dirección comercial: guía de estudio.* Julio: Servei Producciones.

Casado, F. L. (2011). *Contabilidad financiera para directivos.* España: Gráficas Dehon.

Chain Nassir, S. (2007). *Proyectos de inversion formulacion y evaluacion.* Naulcapan de Juarez , Estado de Mexico: PEARSON EDUCACION DE MEXICO S.A.

Charles T. Horngren, G. F. (2007). *Contabilidad de Costos: un enfoque gerencial.* México: Pearson Educación.

- Crearempresas*. (2015). Recuperado el 12 de 12 de 2015, de
<http://www.crearempresas.com/proyectos08/ecosolar/ecosolar/entorno/entornogeneral.htm>
- Cuarta Hurtado, D. (2008). *Principios de Administración*. Medellín Colombia:
Textos Academicos Instituto Tecnológico Metropolitano.
- Cuenca, H. C. (2006). *Auditoría del sector solidario*. Ecuador: ECOE EDICIONES.
- Duval, I. (07 de 05 de 2013). *www.marketingdirecto.com*. Recuperado el 12 de 12 de
2015, de www.marketingdirecto.com:
<http://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/mision-vision-y-valores-conceptos-fundamentales-para-el-buen-desarrollo-de-una-empresa/>
- Escobar, H. (2003). *Análisis de Costos para Hortalizas Ecológicas*. Bogotá:
Ultracolor Ltda.
- Escudero Serrano, J. (2011). *Gestión Comercial y servicio de atención al cliente*.
Madrid España: Ediciones Paraninfo S.A.
- Esteban, I. G. (2005). *Marketing de los Servicios*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Estèbanez, P. (2005). *Medicina Humanitaria*. España: Diaz de Santos.
- Fernandez, S. (2007). *Los Proyectos de Inversión*. Costa Rica: Editorial Tecnológica
de Costa Rica.
- Ferrer, M. I. (2014). *Fundamentos de dirección empresas*. España: Ediciones
Paraninfo S.A.

Gonzales, O. A. (2009). *Innovacion en Docencia Universitaria con moodle*. México: Club Universitario.

Heinemann, K. (2003). *Introducción ala metodologia de la investigación empirica en las ciencias del deporte*. España: Paidotribo.

Hernandez Mangonez, G. (2006). *Diccionario de Economia*. Medellin Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia.

Herrera Martinez, H. (2011). *Responsabilidad Social y Etica Empresarial*. BOGOTA DC: ECOE EDICIONES.

Herrera, H. (2011). *Responsabilidad Social y Etica Empresarial*. BOGOTA DC: ECOE EDICIONES.

INEC. (2015).

José Parreño Fernández & David De La Fuente García, I. Q. (2008). *Ingenieria de organización en la empresa: Dirección de operaciones*. España: Universidad De Oviedo.

Leland, B. (2007). *Ingenieria Económica*. Antony Bosch.

Martínez, Daniel. (30 de 05 de 2011). *www.gestiopolis.com*. Recuperado el 20 de diciembre de 2015, de *www.gestiopolis.com*: <http://www.gestiopolis.com/el-ambiente-externo-de-las-organizaciones-como-gestionarlo/>

Martinez, P. (2009). *Diccionario Practico de Terminos Economicos Financieros*. Quito: Kora Design.

Maya, M., & Martínez, H. (2007). *El Desafío De La Pobreza*. Bogotá: Panamericana
Formas e Ingresos.

Ministerio De Salud Pública. (13 de 3 de 2015). www.controlsanitario.gob.ec.

Recuperado el 12 de 12 de 2015, de <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/07/REGLAMENTO-PERMISOS-DE-FUNCIONAMIENTO-No.-4712.pdf>

Miranda, J. J. (2005). *Gestión de proyectos*. Bogotá: Guadalupe Ltda.

Navalproto, J. S., Unamuno, J. d., Cazares, J., & Rubio, M. (2003). *Teoría y modelos macroeconómicos*. Madrid: Esic.

Orozco, J. d. (2013). *Evaluación financiera de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Perez Valietti. (23 de 09 de 2008). www.degerencia.com. Recuperado el 12 de 12 de 2015, de www.degerencia.com:

http://www.degerencia.com/articulo/competitividad_empresarial_un_nuevo_concepto

Pichincha, G. d. (2012). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA PUELLARO 2012-2025*. Quito.

Pública, M. d. (2015). Obtenido de <http://www.salud.gob.ec/permiso-de-funcionamiento-de-locales/>

Retamoso, C. E. (2007). *Producción limpia, contaminación y gestión ambiental*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administracion Octava Edicion*. MEXICO:

PEARSON EDUCACION.

Romero, A. G. (2005). *Contabilidad Financiera*. Bogota: Javegraf.

Sábado, J. T. (2009). *Fundamentos de bioestadística y análisis de datos para enfermería*. España: Servei.

Solorio, E. R. (2012). *Contabilidad Financiera*. Estados Unidos: ISBN.

SRI. (2015). Obtenido de <http://patomarcyjessyxime.blogspot.com/p/el-sri.html>

Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Intereamericana Editores.

Valle, J. H., & González, M. H. (2004). *Análisis situacional II*. Azcapotzalco.

ANEXOS

Anexo A: Localización de la Micro-empresa



Anexo B: Parroquia Puéllaro



Anexo C: Productos Agrícolas que se comercializaran

Aguacate:



Mandarina:



Vaina:



Frejol:



Limón:



Naranja:



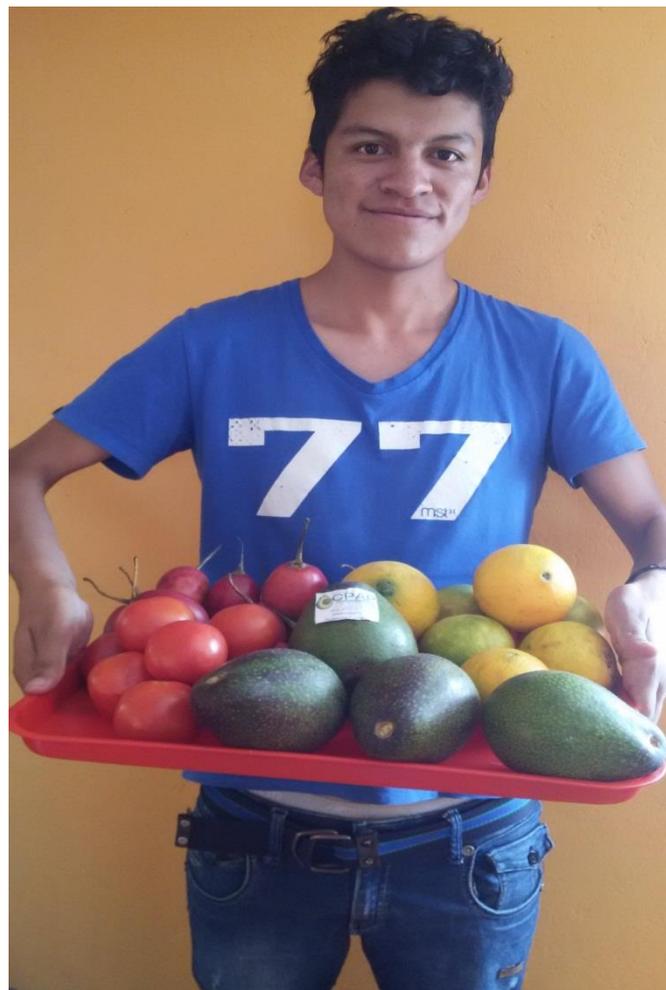
Chirimoya:



Tomate de árbol:



Ají:



Anexo D: Proveedores



Anexo E: Solicitud de Inspección del local



CUERPO DE BOMBEROS
DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
RUC 1758097350001

SOLICITUD DE SERVICIO

Quito, _____ de _____ 20__

Señores
Dirección de Prevención de Incendios
CUERPO DE BOMBEROS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Presente.-

De mi consideración
Yo, _____ Representado legal _____ con RUC # _____

RAZÓN SOCIAL: _____
ACTIVIDAD: _____ TELEFONOS: _____

DIRECCIÓN	
BARRIO-URBANIZACIÓN: _____	PARROQUIA: _____
CALLE: _____	Nº _____ INTERSECCIÓN: _____
EDIFICIO/PROYECTO: _____	PISO: _____ DEPARTAMENTO: _____
CONTACTARSECCIÓN: _____	TELÉFONO: _____

Por medio de la presente solicito a usted, se digne autorizar a quien corresponda, realice el siguiente trabajo:

INSPECCIÓN: <input type="checkbox"/>	VERBO BUENO DE PLANOS: <input type="checkbox"/>
INSPECCIÓN ESPECTÁCULO PÚBLICO: <input type="checkbox"/>	REBELLOS DE PLANOS: <input type="checkbox"/>
INSPECCIÓN EDIFICIO PÚBLICO/FUNDACIONES: <input type="checkbox"/>	Ocupación: <input type="checkbox"/>
FACTIBILIDAD DE GAS: <input type="checkbox"/>	
DEFINITIVO DE GAS: <input type="checkbox"/>	
OTROS: _____	

Atentamente,

Propietario:
Administrador:
Delegado del representante legal:

Firma: _____
Nombre: _____
Nº de Cédula: _____

NOTA

El CB-DMD se deslinda de responsabilidad si los datos proporcionados por el usuario son erróneos.

CROQUIS

II

O
E

S

Central Telefónica 3 953 700 / www.bomberosquito.gov.ec

Anexo F: Licencia Metropolitana

SOLICITUD PARA OBTENER LA LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS



TIPO DE PROCEDIMIENTO:		Emisión LUAE	Cambio de Actividad Económica
		Renovación LUAE	Cambio de Proveedor
		Inclusión Autorización Administrativa	Cambio de dirección del establecimiento

Denominación o Nombre Comercial: _____ Patente actual No. _____

RUC No. _____ Fecha inicio actividad económica: _____ dd/mm/aaaa Establecimiento No. _____

Predio No. _____ Licencia Única de Funcionamiento No. _____ Establecimiento: Principal

Actividad Económica: _____ Establecimiento: Sucursal

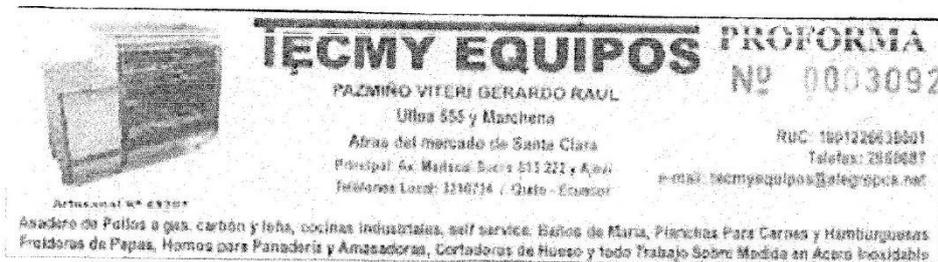
PERSONA NATURAL Nombres y Apellidos: _____ C.C. / Pasaporte: _____ Obligada a llevar contabilidad: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	PERSONA JURÍDICA Razón Social: _____ Nombres y Apellidos del Rep. Legal: _____ No. C.I. o Pasaporte Representante Legal: _____ Fecha de nombramiento del representante legal: _____ dd/mm/aaaa No. Resolución Superintendencia de Compañías/Bancos (Si aplica): _____ Fecha Constitución: _____ dd/mm/aaaa Fecha Resolución: _____ dd/mm/aaaa Capital suscrito: _____
--	---

PARA ARTESANOS CALIFICADOS:

Acuerdo Ministerial No. _____
 Calificación Artesanal No. _____
 Fecha de expedición: _____ dd/mm/aaaa

INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA	
BOMBARDOS (Factores riesgo) Área del local (m ²): _____ Material que utiliza o almacena: <input type="checkbox"/> Madera, papel, ropa, similares <input type="checkbox"/> Materiales y objetos explosivos <input type="checkbox"/> Líquidos o gases inflamables <input type="checkbox"/> Productos almacenados en palets de madera o cartón corugado. <input type="checkbox"/> GLP (Cilindro de gas) No. de 15kg _____ No. de 30kg _____ Total cilindros _____ TURISMO <input type="checkbox"/> Agencias de viaje <input type="checkbox"/> Transporte Turístico <input type="checkbox"/> Alojamiento <input type="checkbox"/> Alimentos y bebidas Categoría Turística: _____	AMBIENTE Escribir cantidades promedio de: Consumo de agua: _____ m ³ /mes Consumo de energía eléctrica: _____ kWh / mes Consumo de combustibles líquidos: Almacenamiento de combustibles líquidos: Diesel <input type="checkbox"/> Bunker <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Gal / mes Diesel <input type="checkbox"/> Bunker <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Gal / mes Escribir cantidades de residuos generados: Residuos Orgánicos: _____ Kg/año Residuos biotóxicos generados en atención médica: _____ Kg/año Aceites vegetales usados generados en procesos de frituras: _____ Gal/año Aceites, grasas, lubricantes usados: _____ Gal/año Material refrigerante en equipos de gas: _____ Kg/año Escorbuto: _____ Kg/año Residuos vacíos de sustancias químicas: _____ Kg/año Otros: _____ Kg/año Días de funcionamiento (marcar con una X): <input type="checkbox"/> L <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> J <input type="checkbox"/> V <input type="checkbox"/> S <input type="checkbox"/> D Horario de funcionamiento (marcar con una X): Diurno: <input type="checkbox"/> Vespertino: <input type="checkbox"/> Nocturno: <input type="checkbox"/>

Anexo G: Proforma de Maquinaria



Fecha: 03 de Marzo del 2016

Cliente: Cristian Quishpe

Telf: 2775077

Dirección: Puéllaro

C I: 1725551400

CANT	DESCRIPCIÓN	V.UNITARIO	V.TOTAL
1	ENFRIADOR PARA ALMACENAMIENTO	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
1	BOMBA ESTACIONARIA PARA FUMIGAR	\$ 350,00	\$ 350,00
1	BALANZA INDUSTRIAL	\$ 200,00	\$ 200,00
1	BALANZA MAX 45 KG	\$ 65,00	\$ 65,00
1	SELLADORA A PEDAL DE FUNDA 60 CM	\$ 99,50	\$ 99,50
TOTAL			\$ 2.514,50

Firma Autorizada

Cliente

Anexo H: Proforma de Muebles



MUEBLECOM
Somos expertos en Diseño y Fabricación de Modulares
MUEBLES DE OFICINA Y EL HOGAR
Propietaria Mirian Piedad Cueva Pacheco

R.L.C.: 1709307399001
FABRICAY ALMACEN PRINCIPAL: Av. América No.16-51 y Río de Janeiro Telefax: 2239-147 2525-513

PROFORMA
Nº 0000449

Fecha: 01 de Marzo del 2016

Cliente: Cristian Quishpe

Telf: 2775077

Dirección: Puéllaro

C I: 1725551400

CANT	DESCRIPCIÓN	V.UNITARIO	V.TOTAL
3	ESCRITORIOS	\$ 170,00	\$ 510,00
3	MESAS DE TRABAJO	\$ 70,00	\$ 210,00
4	SILLAS GIRATORIAS	\$ 51,25	\$ 205,00
2	ARCHIVADOR	\$ 107,00	\$ 214,00
3	ESTANTERIAS	\$ 130,00	\$ 390,00
3	PAPELERAS	\$ 9,00	\$ 27,00
2	SILLAS DE VISITA (3 ASIENTOS)	\$ 135,00	\$ 270,00
TOTAL			\$ 1.826,00


Firma Autorizada


Cliente



Anexo I: Proforma de Equipo de computación

DISTRIBUIDORA AM

FLORES LEON MARCO ANTONIO

R.U.C.: 1715549414001

Dir.: EL QUINCHE TULCAN

Y PICHINCHA

Teléfono: 0982881059

El Quinche - Quito - Ecuador

PROFORMA

N° 00345

Fecha: 02 de Marzo DEL 2016

Cliente: Cristian Quishpe

Dirección: Puéllaro

Telf: 2775077

C I: 1725551400

CANT	DESCRIPCION	V.UNITARIO	V.TOTAL
1	COMPUTADOR DE ESCRITORIO LG, INTEL C	\$ 515,32	\$ 515,32
2	PORTATIL ACER , PANTALLA DE 14 PULGA	\$ 632,50	\$ 1.265,00
2	IMPRESORAS EPSON MULTIFUNCIÓN L210	\$ 170,00	\$ 340,00
3	TELÉFONO PANASONIC SENCILLOS	\$ 18,01	\$ 54,03
1	REGULADOR DE VOLTAJE	\$ 29,95	\$ 29,95
2	SUMADORAS CASIO	\$ 29,00	\$ 58,00
4	GRAPADORAS	\$ 1,35	\$ 5,40
TOTAL			\$ 2.267,70


Firma Autorizada


Cliente