



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA, PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ABONO ORGÁNICO; A PARTIR DE LOS DESECHOS DE LA CAÑA DE AZÚCAR EN LA PARROQUIA IMBAYA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”.

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

AUTORA: CHIRIBOGA, Germania

DIRECTOR: Eco. CERVANTES, Luis

IBARRA, NOVIEMBRE DEL 2012

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa, productora y comercializadora de abono orgánico; a partir de los desechos de la caña de azúcar en la parroquia Imbaya, Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura, se lo realiza en función de la priorización del proyecto realizada durante un proceso de identificación, capacitación, determinación de iniciativas, propuestas y su elevación a nivel de perfil de proyecto. Este proyecto se lo realiza en la parroquia de Imbaya, donde se determinó la necesidad de cada agricultor y por otro lado el inducir a la organización de esta actividad productiva mediante el sistema de la pequeña empresa, como un mecanismo de integración en la capacidad de reunir capacidad, eficiencia y eficacia, mejorar las condiciones socio-económicas de la parroquia de Imbaya, a través de la implementación de la Pequeña empresa, que contribuya a que las familias de estos sectores, cuenten con fuentes alternativas de ingreso, basados en la potenciación de las habilidades técnicas para la elaboración del abono orgánico. Este documento cuenta con todas las etapas de la elaboración de un Estudio de Factibilidad, pues se inicia con el análisis organizacional para el cual se propone el funcionamiento de la pequeña empresa, se realiza un Estudio de Mercado examinando la información existente y levantando información de los agricultores mediante una encuesta dirigida a ellas como productoras, para la determinación del volumen de producción mediante el análisis de su capacidad individual, por otro lado, el análisis de la demanda, por no disponer de información oficial, se realizó una investigación a los posibles compradores, posteriormente se realiza la determinación del tamaño de la unidad de producción y las condiciones de los espacios físicos destinados para su funcionamiento, la evaluación financiera y económica de sus resultados y sus impactos como afectan económicamente, financieramente, educación, y ambiental.

SUMMARY

The feasibility study to create a Social Events Organiser Company, was conducted through a literature search and field applied in the seven chapters of its contents, after the technical diagnosis we can determine the risks, opportunities and competition to the creation of an event organizer. On the other hand was raised a scientific theoretical frame of this feasibility study which we determine through your information, the parameters needed to proceed with the proposed project.

The market research section of this research, with the pre determined project feasibility and acceptability of the product or service to be provided. Within the Technical Study was carried out the analysis of factors for determining the location, production capacity, labor requirements, raw materials, inputs and technological equipment the company needs to start his business.

Information obtained from the Financial Survey determined the profitability of the project, through the calculation of financial indicators.

With the Organizational structure is proposed and formulated as hierarchical levels will be organized, legal basis, corporate and strategies to implement.

AUTORÍA

Yo, Germania Lucía Chiriboga Moreno portadora de la cédula de ciudadanía Nro.100293202-6, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA, PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ABONO ORGÁNICO; A PARTIR DE LOS DESECHOS DE LA CAÑA DE AZÚCAR EN LA PARROQUIA IMBAYA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA.”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

.....
Srta: Germania Chiriboga

C.C. 100293202-6

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el egresado; Germania Lucía Chiriboga Moreno para optar por el Título de INGENIERO COMERCIAL, cuyo tema es **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA, PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ABONO ORGÁNICO; A PARTIR DE LOS DESECHOS DE LA CAÑA DE AZÚCAR EN LA PARROQUIA IMBAYA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA"**, Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 2 días del mes julio del 2012

.....
Eco. Luis Cervantes

C.C.



CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Germania Lucia Chiriboga Moreno, con Cédula de Identidad N° 100293202-6, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA, PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ABONO ORGÁNICO; A PARTIR DE LOS DESECHOS DE LA CAÑA DE AZÚCAR EN LA PARROQUIA IMBAYA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA"**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: INGENIERO COMERCIAL. En la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultad para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

f).....

AUTOR: Germania Chiriboga

C. C.: 100293202-6

Ibarra, 2012



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

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO		
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100293202-6	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Germania Lucia Chiriboga Moreno	
DIRECCIÓN:	Imbaya, Calle 23 de Enero	
EMAIL:	lucya_2chiris@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO:	062540050	095759138

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA, PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ABONO ORGÁNICO; A PARTIR DE LOS DESECHOS DE LA CAÑA DE AZÚCAR EN LA PARROQUIA IMBAYA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA "
AUTOR :	Germania Lucía Chiriboga Moreno
FECHA:	27/06/2012

SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERO COMERCIAL
ASESOR /DIRECTOR:	Eco. Luis Cervantes

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Germania Lucía Chiriboga Moreno, con cédula de identidad Nro.100293202-6, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 21 días del mes de mayo del 2012

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:

(Firma)..... (Firma).....

Nombre: Nombre: Lic. Ximena Vallejos

C.C.: Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Quiero dedicar este esfuerzo a mis seres queridos PADRES Y HERMANAS, que en todo momento han sabido estrechar sus cálidas manos en pos de la consecuencia de mis objetivos:

A mi madre, compañera inseparable en todo momento, porque siempre has estado a mi lado cuando más te he necesitado y porque simplemente gracias a ti madre estoy viva y soy quien soy en este momento.

A mi Padre, porque sin tu esfuerzo no ocuparía este sitio, por ser el causante de mi lucha y mi ejemplo a seguir. Por haber infundido en tus hijas valores como el respeto, la disciplina y la dedicación.

A mis hermanas, por su amistad su apoyo absoluto y porque el amor que invade mi ser hacia ellas, es suficiente impulso para seguir adelante

Para ellos todo mi amor, mi vida y mis esfuerzos para que nuestra unión permanezca y nuestros lazos sean cada vez más fuertes...

Germania Chiriboga

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a mi Dios, por haberme dado la oportunidad de ampliar mis horizontes a través del conocimiento académico, moral y espiritual.

Agradezco a mis padres por haberme dado la oportunidad de estudiar y desarrollarme como persona.

Además quiero agradecer de manera muy especial a todas las personas, que de una u otra manera se vieron involucrados en la realización de este proyecto; las cuales por medio de información valiosa o simplemente con una palabra de aliento fueron parte de este gran esfuerzo.

A todos mis maestros y compañeros por impartir sus conocimientos con responsabilidad y dedicación hacia nosotros, sus alumnas, dando la oportunidad de desarrollarnos como profesionales.

Germania Chiriboga

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación se encuentra estructurado de siete capítulos como son: Diagnóstico Técnico Situacional, Marco Teórico, Estudio de Mercado, Estudio Técnico e Ingeniería en el Proyecto, Estructura Organizativa, Estudio Financiero y Análisis de Impactos.

Sin embargo la aplicación indeterminada de nuestros nutrientes químicos ocasiona gastos cada vez mayores por el incremento de costos del fertilizante, así como también la degradación de los suelos por la aplicación de fuertes dosis, las mismas que desequilibran el suelo por el uso exclusivo de ellos.

Otro problema es la cantidad de residuos agrícolas resultantes de las cosechas levantadas, residuos que al no encontrarse alternativas de utilización, constituyen verdaderos focos de plagas y enfermedades que atacan a los nuevos cultivos.

Esta situación existe en el sector agrícola con el empleo de fertilizantes químicos, y al mal manejo de residuos agrícolas, nos permite plantear como una alternativa válida, que sin desechar el uso de fertilizantes químicos, den una solución para obtener mejores cosechas y permitan el reciclaje de los desechos agrícolas, dando una solución y permitan el reciclaje de los desechos agrícolas, y a la vez solución al problemas vital del agro, la que se podría obtener abono orgánico a partir de los desechos de la caña de azúcar.

ÍNDICE GENERAL	Pág.
Resumen Ejecutivo	ii
Summary	iii
AUTORÍA	iv
Certificado del Director	v
Cesión de derechos del autor del trabajo de grado a favor de la universidad Técnica del Norte	vi
Autorización de Uso y Publicación a Favor de la Universidad	vii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	X
Presentación	xi
Índice General	xii
Lista de Cuadros	xx
Lista de Gráficos	xxiii
Lista de Ilustraciones	xv
Lista de Anexos	xv
Introducción	26
Justificación	29
Objetivo General y específicos	31

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes	33
Objetivos del Diagnóstico	34
Objetivo General	34
Objetivos Específicos	34
Variables Diagnósticas	34

Indicadores o sub aspectos	35
Producción de caña	35
Productos y subproductos	35
Rentabilidad	36
Matriz de Relación Diagnóstica	37
Mecánica operativa	39
Población o universo	39
Cálculo de la muestra	39
Instrumentos de recolección de la información	40
Fuentes primarias	40
Información secundaria	40
Tabulación y análisis de la información	41
Resultados de Encuestas Aplicadas a los cañicultores	41
Determinación de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos	56
Identificación de la Oportunidad de la Inversión	58

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Abono Orgánico	60
Tipos de Abono	60
Abono Orgánico Sólido	60
Abono Aminoácidos	61
Abono Orgánico Mineral Sólido	61
Abono Orgánico Mineral Líquido	61
Abonos Especiales	61
Abono de Liberación Lenta	61
Abonos Recubiertos	61
Abonos de Baja Solubilidad	62
Formas de Uso del Abono Orgánico	62

Beneficios del Abono Orgánico	62
Ventajas del Abono Orgánico	63
Desventajas del Abono Orgánico	64
Propiedades de los Abonos Orgánicos	64
Propiedades Físicas	64
Propiedades Químicas	65
Propiedades Biológicas	65
Caña de Azúcar	66
Importancia de la Agricultura	66
Canales de Comercialización	66
Aspectos Sociales del cultivo de Caña	67
Aspectos importantes del procesamiento de caña de azúcar	67
La Empresa	68
Clasificación	69
La Microempresa	70
Características de la microempresa	71
Clasificación de la Microempresa	72
Requisitos para el funcionamiento de una Microempresa	73
Empresa Agropecuaria	74
Fundamentos de Mercado	75
Estudio de Mercado	75
Mercado Meta	76
Definición de Mercado	76
La Demanda	77
Clasificación de la Demanda	78
La Oferta	79
Análisis de la Oferta Actual	79
Características del mercado	80
Pronóstico de la Oferta	80
Plan de Mercadeo	81
Fundamentos Técnicos	81

Localización Óptima del Proyecto	81
Macrolización	82
Microlización	82
Diagrama de Bloque	83
Flujograma	83
Aspectos Organizacionales	84
Administración Estratégica	84
Misión	84
Visión	85
Organigrama Estructural	85
Fundamentos Financieros	85
Inversión	86
Inversión Fija	86
Inversión Diferida	87
Inversión Variable	87
Estados Financieros	88
Estado de Situación Inicial	88
Activos	89
Pasivos	89
Capital	89
Estados de Resultados	90
Estado de Flujo de caja	91
Evaluación de la Inversión	91
Valor actual neto (VAN)	91
Tasa Interna de Retorno	92
Relación beneficio / costo (b/c)	93
Periodo de Recuperación de la Inversión	94
Punto de Equilibrio	95
Sensibilidad del Proyecto	96
Riesgos	97
Impactos	98

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Antecedentes	98
Objetivos del Estudio de Mercado	99
Objetivo General	99
Objetivos Específicos	99
Variables e indicadores	99
Matriz de relación del estudio de mercado	101
Mecánica operativa del estudio de mercado	103
Identificación de la población objeto de estudio	103
Determinación de la Muestra	103
Identificación de la población	103
Determinación de la muestra	104
Fuentes de información	104
Información Primaria	104
Información Secundaria	104
Tabulación y análisis de la información	105
Encuesta a las familias que se dedican a la actividad agrícola	105
Resultados de la entrevista al centro de expendio	124
Identificación del Producto	126
Composición química	127
Mercado Meta	128
Análisis de la Demanda	128
Identificación de la demanda Actual	128
Proyección de la Demanda	129
Análisis de la Oferta	130
Identificación de la Oferta Actual	130

Proyección de la oferta	130
Demanda Insatisfecha	131
Demanda a captar por el proyecto	132
Análisis de Precios	132
Estrategias comerciales	134
Estrategias del Producto	134
Estrategias del Precio	137
Estrategias de publicidad y promoción	137
Estrategia de Plaza	138
Conclusiones del Estudio de Mercado	139

CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA PROYECTO

Antecedentes	141
Localización Optima del Proyecto	141
Macro Localización	141
Micro Localización	141
Tamaño del Proyecto	143
Distribución de Instalaciones	145
Diseño de Instalaciones	145
Descripción de los procesos de Producción	147
Diagrama del Bloque de Producción	150
Presupuesto de Inversiones	151
Tamaño del proyecto	151
Inversión fija	151
Inversión diferida	151
Inversión variable o de capital	154

CAPÍTULO V
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

Aspectos Estratégicos	158
Nombre de la Pequeña Empresa	158
Misión	158
Visión	158
Objetivos Estratégicos	158
Políticas de la Pequeña Empresa	159
Principios y Valores	159
Aspectos Organizacionales	160
Organigrama Estructural	160
Identificación de Puestos y Funciones	161
Aspectos Legales	165
Denominación Jurídica de la Pequeña Empresa	165
Permiso de Funcionamiento	166

CAPITULO VI
ESTUDIO FINANCIERO

Estructura de la Inversión	167
Presupuesto de Ingresos	168
Presupuesto de Egresos	168
Costo de Producción	168
Materia Prima	169
Mano de Obra Directa	169
Costos Generales de Producción	170
Insumos para la compostera	170

Mantenimiento Maquinaria y Equipo	170
Empaques	170
Gastos Administrativos	171
Sueldos Administrativos	171
Servicios Básicos	172
Suministros de Oficina	173
Mantenimiento de Computación	173
Resumen de gastos administrativos	173
Gastos ventas	174
Sueldo de Ventas	174
Publicidad	174
Resumen de gastos y ventas	175
Gastos financieros	175
Financiamiento	176
Depreciación y amortización	178
Balance de Situación Inicial	179
Estado de Resultados	180
Flujo de Caja proyectado	181
Evaluación de la Inversión	181
Determinación del costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio	181
Valor actual neto	182
Tasa Interna de Retorno	183
Costo beneficio	184
Punto de Equilibrio	185

CAPITULO VII

IMPACTOS

Matriz de Impactos	188
Impacto socioeconómico	189
Impacto empresarial	190
Impacto Educativo Cultural	191
Impacto Ambiental	192
Impacto General	193
Conclusiones	194
Recomendaciones	195
BIBLIOGRAFÍA	198
LINCONGRAFÍA	200
ANEXOS	202

LISTA DE CUADROS

CUADRO N° 1. Matriz de Relación Diagnostica
CUADRO N° 2. Variedad De Caña De Azúcar
CUADRO N° 3. Ciclo promedio de la cosecha
CUADRO N° 4. Rendimiento por hectárea
CUADRO N° 5. Área de cultivo
CUADRO N° 6. Enfermedades más comunes
CUADRO N° 7. Mercado principal
CUADRO N° 8. Venta del producto
CUADRO N° 9. Oferta de producto
CUADRO N° 10. Demanda del producto
CUADRO N° 11. Precios del producto
CUADRO N° 12. Costos de producción
CUADRO N° 13. Utilidad del cultivo
CUADRO N° 14. Apoyo financiero
CUADRO N° 15. Inversión del cultivo
CUADRO N° 16. Vida útil de la caña

CUADRO N° 17. Matriz de relación del Estudio de mercado
CUADRO N° 18. Tiempo de actividad agrícola
CUADRO N° 19. Productos que cultiva
CUADRO N° 20. Capacitación recibida
CUADRO N° 21. Considera la actividad
CUADRO N° 22. Precio del producto
CUADRO N° 23. Superficie a utilizar
CUADRO N° 24. Tipo de abono utiliza
CUADRO N° 25. Ventajas del abono
CUADRO N° 26. Frecuencia de utilización
CUADRO N° 27. Cantidad de abono químico
CUADRO N° 28. Cantidad de abono orgánico
CUADRO N° 29. Precio de abono
CUADRO N° 30. Precio adecuado del abono
CUADRO N° 31. Recibe asesoría
CUADRO N° 32. Donde adquiere el producto
CUADRO N° 33. Descuentos de compra
CUADRO N° 34. Disponibilidad para adquirir abono orgánico
CUADRO N° 35. Frecuencia y cantidad de compra
CUADRO N° 36. Características del abono
CUADRO N° 37. Comportamiento de la demanda actual
CUADRO N° 38. Proyección de la demanda en quintales
CUADRO N° 39. Oferta actual del abono orgánico
CUADRO N° 40. Proyección de la oferta
CUADRO N° 41. Demanda insatisfecha
CUADRO N° 42. Pronóstico de ventas
CUADRO N° 43. Contenido
CUADRO N° 44. Mercado potencial para el proyecto
CUADRO N° 45. Personal
CUADRO N° 46. Pronóstico de ventas
CUADRO N° 47. Distribución de instalaciones

CUADRO N° 48. Requerimientos de instalaciones	
CUADRO N° 49. Requerimientos de infraestructura	
CUADRO N° 50. Requerimientos de vehículo	
CUADRO N° 51 Requerimientos de herramientas	
CUADRO N° 52 Requerimiento de equipo de computación	
CUADRO N° 53 Requerimiento de equipo de oficina	
CUADRO N° 54 Requerimiento de equipo de muebles y enseres	
CUADRO N° 55 Resumen de activos fijos	136
CUADRO N° 56 Inversión diferida	136
CUADRO N° 57 Materia prima	137
CUADRO N° 58 Mano de obra	137
CUADRO N° 59 Insumos para compostera	137
CUADRO N° 60 Materiales para la construcción	137
CUADRO N° 61 Empaques	137
CUADRO N° 62 Mantenimiento de herramientas	138
CUADRO N° 63 Sueldos administrativos	138
CUADRO N° 64 Servicios básicos	138
CUADRO N° 65 Suministros de oficina	138
CUADRO N° 66 Mantenimiento de computación	138
CUADRO N° 67 Sueldos en ventas	139
CUADRO N° 68 Publicidad	139
CUADRO N° 69 Combustible y mantenimiento vehículo	139
CUADRO N° 70 Capital de trabajo	139
CUADRO N° 71 Estructura de la inversión	150
CUADRO N° 72 Proyección de ingresos	151
CUADRO N° 73 Materia prima directa	152
CUADRO N° 74 Proyección del salario unificado	152
CUADRO N° 75 Proyección del costo total de mano de obra	152
CUADRO N° 76 Insumos para la compostera	153
CUADRO N° 77 Materiales para la construcción	153
CUADRO N° 78 Empaques	153

CUADRO N° 79 Mantenimiento maquinaria y equipo	154
CUADRO N° 80 Resumen de costos de producción	154
CUADRO N° 81 Proyección del salario unificado	154
CUADRO N° 82 Proyección del costo total sueldos administrativos	155
CUADRO N° 83 Servicios básicos	171
CUADRO N° 84 Suministros de oficina	172
CUADRO N° 85 Mantenimiento de computación	172
CUADRO N° 86 Resumen gastos administrativos	172
CUADRO N° 87 Proyección del salario básico unificado	173
CUADRO N° 88 Proyección de sueldos en ventas	173
CUADRO N° 89 Publicidad	174
CUADRO N° 90 Combustible y mantenimiento	174
CUADRO N° 91 Resumen de gastos de ventas	174
CUADRO N° 92 Gastos financieros	175
CUADRO N° 93 Tabla de la amortización de la deuda	175
CUADRO N° 94 Depreciación	177
CUADRO N° 95 Gasto diferido	178
CUADRO N° 96 Resumen de egresos	178
CUADRO N° 97 Balance de situación inicial	179
CUADRO N° 98 Estado de pérdidas y ganancias	179
CUADRO N° 99 Flujo de caja	180
CUADRO N° 100 Costo de oportunidad	181
CUADRO N° 101 Valor actual neto	181
CUADRO N° 102 Tasa interna de retorno	182
CUADRO N° 103 Periodo de recuperación	183
CUADRO N° 104 Costo beneficio	183
CUADRO N° 105 Datos para el cálculo	184
CUADRO N° 107 Resumen de la evaluación financiera	185
CUADRO N° 108 Matriz de Impactos	187
CUADRO N° 109 Impacto socioeconómico	188
CUADRO N° 110 Impacto empresarial	189

CUADRO N° 111 Impacto educativo cultural	190
CUADRO N° 112 Impacto ambiental	191
CUADRO N° 113 Impacto general	192

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1. Variedad de Caña de azúcar	41
GRÁFICO N° 2. Ciclo promedio de la cosecha	42
GRÁFICO N° 3. Rendimiento por hectárea	43
GRÁFICO N° 4. Área de cultivo	44
GRÁFICO N° 5. Enfermedades más comunes	45
GRÁFICO N° 6. Mercado principal	46
GRÁFICO N° 7. Venta del producto	47
GRÁFICO N° 8. Oferta de producto	48
GRÁFICO N° 9. Demanda del producto	49
GRÁFICO N° 10. Precios del producto	50
GRÁFICO N° 11. Costos de producción	51
GRÁFICO N° 12. Utilidad del cultivo	52
GRÁFICO N° 13. Apoyo financiero	53
GRÁFICO N° 14. Inversión del cultivo	54
GRÁFICO N° 15. Vida útil de la caña	55
GRÁFICO N° 17. Tiempo de actividad agrícola	105
GRÁFICO N° 18. Productos que cultiva	106
GRÁFICO N° 19. Capacitación recibida	107
GRÁFICO N° 20. Considera la actividad	108
GRÁFICO N° 21. Precio del producto	109
GRÁFICO N° 22. Superficie a utilizar	110
GRÁFICO N° 23. Tipo de abono utiliza	111
GRÁFICO N° 24. Ventajas del abono	112
GRÁFICO N° 25. Frecuencia de utilización	113

GRÁFICO N° 26. Cantidad de abono químico	114
GRÁFICO N° 27. Cantidad de abono orgánico	115
GRÁFICO N° 28. Precio de abono	116
GRÁFICO N° 29. Precio adecuado del abono	117
GRÁFICO N° 30. Recibe asesoría	118
GRÁFICO N° 31. Donde adquiere el producto	119
GRÁFICO N° 32 Descuentos de compra	120
GRÁFICO N° 33. Disponibilidad para adquirir abono orgánico	121
GRÁFICO N° 34. Frecuencia y cantidad de compra	123
GRAFICO N° 35 Estructura de la Inversión	166
GRAFICO N° 36 Calculo del Punto de Equilibrio	185

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración N° 1 Logotipo	135
Ilustración N° 2 Diseño del empaque	135
Ilustración N° 3 Croquis de la Parroquia Imbaya	140
Ilustración N° 4 Croquis de la Ubicación del proyecto	141
Ilustración N° 5 Diseño de Instalaciones	145
Ilustración N° 6 Diagrama de Bloque	149
Ilustración N° 7 Organigrama Estructural	159

ANEXOS

Anexo A: Encuesta dirigida a los agricultores	202
Anexo B: Encuesta dirigida a los cañicultores	205
Anexo C: Entrevista aplicada al centro de acopio	208

Anexo D: Determinación del precio	209
Anexo E: Determinación de la tendencia del crecimiento	210
Anexo F: Costos y Gastos	211

INTRODUCCION

La provincia de Imbabura situada al norte del país a 115km del noroeste de Quito y 125Km del sur de Tulcán; limita al Norte con el Carchi separada por el río Chota, al Sur se extiende hasta el nudo de Mojanda- Caja separándose de Pichincha al Este la Provincia de Napo y al Oeste con Esmeraldas. Está conformada por seis cantones Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro y Urcuquí.

Imbabura, posee varios lugares turísticos que son de renombre nacional como internacionalmente y cada uno de ellos posee tradiciones, costumbres y culturas tanto alimenticias como gastronómicas.

En el Cantón Antonio Ante encontramos a la Parroquia de Imbaya en el año 1945 se le conoció con el nombre de San Luís de Cobuendo. Antes de la cantonización de Atuntaqui era un caserío perteneciente a la jurisdicción de la parroquia de San Antonio. En 1938 con el decreto de cantonización Cobuendo quedó incluido en el territorio del nuevo cantón Antonio Ante en calidad de anejo perteneciente a la parroquia de San José de Chaltura. Pero en enero de 1945 el Caserío San Luís de Cobuendo fue elevado al rango de parroquia civil con el nombre de Imbaya, mediante ordenanza municipal dictada el 23 de enero y aprobado por el Ministerio de Gobierno el 21 de febrero del mismo año.

La cabecera parroquial consta con las siguientes coordenadas geográficas: 0° 22' 13,06" de latitud norte y 78°09' 1,09" de longitud

oeste. Imbaya limita al norte con la delimitación territorial de la cabecera cantonal de Urcuquí, al Sur con la parroquia de San Antonio del Cantón Ibarra, al Este con la delimitación territorial de la cabecera cantonal de Ibarra y al Oeste con la parroquia de San José de Chaltura del Cantón Antonio Ante, 12,025 Km² (Doce con veinte y cinco kilómetros cuadrados) De acuerdo a su topografía, aproximadamente se encuentra entre los 1750 y 2240 m.s.n.m., y la Cabecera parroquial se encuentra aproximadamente a 2070 m.s.n.m.

Al existir gran cantidad de productos agrícolas que se produce en Imbaya y sus alrededores cultivan productos como son frejol, tomate riñón, culantros, lechuga y en general toda clase de hortalizas que se dedica cada habitante de esta parroquia, por no existir en la localidad esta clase de pequeña empresa para poder adquirir el producto.

La Parroquia de Imbaya presenta un clima templado en la parte alta y la cabecera parroquial, se encuentra desde los 2040 hasta los 2240 m.s.n.m, y clima cálido desde los 1750 hasta los 2040 m.s.n.m.; posee una pluviosidad de 500 a 750 mm, su temperatura anual aproximadamente es de 16°C en la parte alta y alcanza los 18°C en la parte baja. El centro poblado presenta un clima templado con una temperatura media aproximada de 24°C y una pluviosidad de 612 mm. Otro factor importante es el número de meses secos ya que en toda la franja noreste de la cabecera parroquial existe un máximo de 9 meses secos, así como también en la parte suroeste de la parroquia un mínimo de 8 meses secos esto es muy importante para tomar medidas que solucionen los problemas de la producción

(agricultura, ganadería, etc.) en épocas de estiaje; las alternativas pueden ser la construcción de reservorios de agua, proteger las fuentes de agua, manejo y uso del agua, etc

La caña de azúcar es un cultivo que permite una amplia diversidad productiva. Sin embargo, es posible identificar amenazas en el comportamiento del mercado de productos tradicionales asociados a este cultivo, las cuales se ilustran a través del comportamiento del mercado de algunos productos tradicionales (azúcar, tableros de partículas, papel y cartón, cultivos alternativos para alimento animal transformación de bagazo en abono orgánico, y que se contraponen al favorable impacto de la caña de azúcar.

Hoy en día la utilización de Abono Orgánico en la agricultura, es muy importante para el mejoramiento de nuestra salud y lo más fundamental la economía mediante el ahorro en el campo y a la vez capacidad de generar nuevos ingresos económicos que contribuyan al mejoramiento de los agros.

Los residuales y subproductos de esta industria, especialmente los mostos de las destilerías son relativamente contaminantes, al mismo tiempo que contienen una gran cantidad de nutrientes orgánicos e inorgánicos que permiten su reciclaje en forma de abono orgánico y alimento animal.

Los abonos orgánicos tienen unas propiedades, que ejercen unos determinados efectos sobre el suelo, que hacen aumentar la fertilidad de este

La venta de azúcar se inicia en los ingenios azucareros, quienes almacenan su producto en sus bodegas, para posteriormente vender el azúcar al por mayor a industriales, grandes mayoristas y a comisariatos. Los otros participantes en el mercado comercializan esta mercancía con los vendedores al detal: de los mercados, supermercados y tiendas, los mismos que se encargan de vender a los consumidores finales, La comercialización del azúcar se la efectúa a través de la empresa privada

La importancia de realizar este proyecto se ve reflejada en la necesidad de todos los agricultores ya que mediante esto podrán obtener un mayor ahorro al momento de sembrar sus plantas y a la vez poder producir.

JUSTIFICACIÓN

La efectividad transformación de bagazo en abono orgánico consiste en la eliminación de las sustancias tóxicas que envenenan el organismo, por esto la gran ventaja que ofrece el abono orgánico.

El uso de abono orgánico en la agricultura es muy importante para la salud y el ahorro para los agros.

Es por ello que se palpa la necesidad de crear nuevas alternativas empresariales para activar el aparato productivo generando fuentes de ingresos que contribuya en el progreso de sector de Imbaya, planteamos de esta manera la creación de una pequeña empresa productora y comercializadora de abono orgánico, a partir de los

desechos de la caña de azúcar en abono orgánico, con el fin de contribuir al mejoramiento de la salud.

Esta idea surge como una solución a sectores pobres que no tiene la facilidad de comprar abono, para transformar la tierra ya sea por falta de recursos económicos no pueden sembrar en sus tierras.

Además se plantea como una alternativa para incentivar a la parroquia de Imbaya, beneficiando a los pobladores y a los consumidores ya que esta población vive de la agricultura

Al no existir la venta y distribución de abono orgánico de este tipo de desechos ya que también ayudará a preservar el medio ambiente, el proyecto se hace factible ya que compite con la venta de este producto en los mercados locales, los cuales no tienen un lugar ni infraestructura adecuada, no realizan la clasificación ni limpieza de estos productos, por lo que incide en el rechazo de los consumidores cuando los van a adquirir.

Es factible el proyecto porque se lo desarrollara en base a la necesidad expresada por cada agricultor y especialmente el consumidor final, también se cuenta con el tiempo y el mercado al cual va dirigido el proyecto demanda.

Para la realización de este estudio existen bases bibliográficas y documentos que abalizan esta investigación, así como la ayuda de expertos en el tema que pueden ayudar con su contingente y opinión para lograr la realización de este estudio.

OBJETIVOS

GENERAL

Realizar un estudio factibilidad para la creación de una pequeña empresa productora y comercializadora de Abono Orgánico, a partir de los desechos de la caña de azúcar en la parroquia Imbaya, Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional de los cultivos de caña de la zona de salinas, Urcuqui y valle del chota e Imbaya para establecer aliados y oponentes que ayuden al desarrollo del presente proyecto.
- Elaborar las bases teóricas científicas, mediante una investigación bibliográfica para sustentar la realización del trabajo.
- Realizar un estudio de mercado para la producción y comercialización de abono orgánico a base de los desechos de la caña de azúcar en la parroquia Imbaya.
- Efectuar un estudio técnico para determinar el tamaño, la localización, procesos productivos, tecnología, maquinaria y equipo, obras civiles, inversiones y talento humano, requeridos para la operación del proyecto
- Diseñar una propuesta estratégica de la pequeña empresa para la operación de la misma

- Realizar el estudio financiero que permita determinar la factibilidad del proyecto, a través de criterios tales como: el VAN, TIR, C/B, PRI.
- Establecer los principales impactos socioeconómicos, cultural educativo, empresarial, ambiental, en la ejecución del proyecto planteado.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes

La provincia de Imbabura situada al norte del país a 115km del noroeste de Quito y 125Km del sur de Tulcán; limita al norte con el Carchi separada por el río Chota, al sur se extiende hasta el nudo de Mojanda- Caja separándose de Pichincha al este la Provincia de Napo y al oeste con Esmeraldas. Está conformada por seis cantones Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro y Urcuqui.

Imbabura, posee varios lugares turísticos que son de renombre nacional como internacionalmente y cada uno de ellos posee tradición, costumbre y culturas tanto alimenticias como gastronómicas

La caña de azúcar es un cultivo que permite una amplia diversidad productiva. Sin embargo, es posible identificar amenazas en el comportamiento del mercado de productos tradicionales asociados a este cultivo, las cuales se ilustran a través del comportamiento del mercado de algunos productos tradicionales (azúcar, tableros de partículas, papel y cartón, cultivos alternativos para alimento animal transformación de bagazo en abono orgánico, y que se contraponen al favorable impacto de la caña de azúcar.

Hoy en día la utilización de Abono Orgánico en la agricultura, es muy importante para el mejoramiento de nuestra salud y lo más fundamental la economía mediante el ahorro en el campo y a la vez

capacidad de generar nuevos ingresos económicos que contribuyan al mejoramiento de los agros.

La importancia de realizar este proyecto se ve reflejada en la necesidad de todos los agricultores ya que mediante esto podrán obtener un mayor ahorro al momento de sembrar sus plantas y a la vez poder producir.

OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

General

Realizar un diagnóstico situacional de los cultivos de caña de la zona de salinas, Urcuqui y Valle del Chota e Imbaya para establecer aliados y oponentes que ayuden al desarrollo del presente proyecto.

Específicos

- Analizar las condiciones actuales de la producción de la caña de azúcar
- Establecer la forma de comercialización de la caña de azúcar en la provincia
- Identificar los productos y subproductos que se obtienen en el procesamiento de la caña de azúcar
- Conocer los costos, inversiones y rentabilidad del cultivo de caña

VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Variables

- Producción de caña
- Comercialización
- Productos y subproductos derivados
- Rentabilidad

Indicadores

Producción de caña

- Variedades de caña
- Tiempo de cosecha
- Productividad
- Área cultivada
- Problemas de producción

Comercialización

- Forma de comercializar
- Mercado meta
- Oferta
- Demanda
- Precios

Productos y subproductos derivados

- Elaboración de la panela
- Rendimiento
- Precios
- Productos derivados
- Melaza
- Manejo de residuos o desechos

Rentabilidad

- Costos de producción
- Nivel de utilidad
- Financiamiento
- Inversiones
- Vida útil

MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO Nº 1
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Objetivos	Variable	Aspecto o Indicador	Fuente de información	Técnicas	Informante
Analizar las condiciones actuales de la producción de la caña de azúcar	Producción de caña	<ul style="list-style-type: none"> • Variedades de caña • Tiempo de cosecha • Productividad • Área cultivada • Problemas de producción 	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevista Opinión de Expertos	Cañicultores Procesadores de Caña Ingeniero Agrónomo
Establecer la forma de comercialización de la caña de azúcar en la provincia	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Forma de comercializar • Mercado meta • Oferta • Demanda • Precios 	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevista	Cañicultores Procesadores de Caña
Identificar los productos y subproductos que se obtienen en el procesamiento de la caña de azúcar	Productos y subproductos derivados	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de la panela • Rendimiento • Precios 	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevista Opinión de Expertos	Cañicultores Procesadores de Caña Ingeniero Agrónomo

		<ul style="list-style-type: none"> • Productos derivados • Melaza • Manejo de residuos o desechos 			
Conocer los costos, inversiones y rentabilidad del cultivo de caña	Rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Costos de producción • Nivel de utilidad • Financiamiento • Inversiones • Vida útil 	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevista	Cañicultores Procesadores de Caña

Elaborado por: La autora

MECÁNICA OPERATIVA DEL DIAGNÓSTICO

Para el desarrollo del presente diagnóstico, se decidió seguir el presente procedimiento:

Población a investigar

La población objeto del estudio son los cañicultores, siendo 350 dato proporcionado por la Asociación de Cañicultores de la ciudad de Ibarra.

Cálculo de la Muestra

Tomando en consideración que el Universo ha indagar, es muy significativo, se decidió sacar una muestra representativa.

La fórmula a utilizar es la siguiente:

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

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

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

σ = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Datos:

N = 350

$d^2 = 0,25$

$$Z = 95\% \quad 1,96 \quad n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(350)}{(0,05)^2 (350 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$e = 5\%$$

n= 183 cañicultores

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Información Primaria.

Para obtener de la información primaria se aplicó:

Encuestas: fue aplicada a los cañicultores de la zona de investigación

Observación directa: consistió en visitar personalmente el lugar en estudio

Información Secundaria.

La información secundaria a utilizar es:

- Libros: de Agricultura, Abonos, Administración, Contabilidad, Costos etc
- Documentos: especializados en investigación agrónoma
- Revistas: relacionados con artículos de agricultura, caña de azúcar, abono orgánico e inorgánico
- Internet: paginas actualizadas con el tema a tratarse

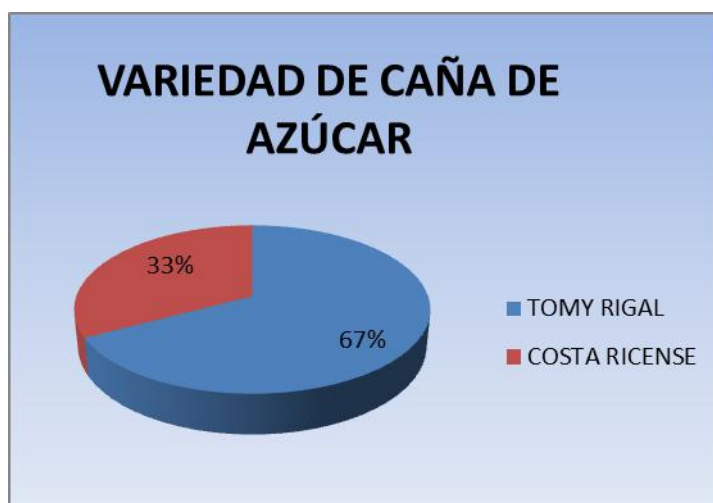
TABULACIÓN Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS
Resultado de la encuesta dirigida a los cañicultores

1.- ¿QUÉ VARIEDAD DE CAÑA DE AZÚCAR CULTIVA USTED?

CUADRO Nº 2
VARIEDAD DE CAÑA DE AZÚCAR

ASPECTO	FRECUENCIA	%
TOMY RIGAL	123	67
COSTA RICENSE	60	33
TOTAL	183	100

GRÁFICO NRO. 1



Fuente: Encuesta a cañicultores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Tomando en consideración la investigación de campo efectuada a los cañicultores, la mayor parte manifiesta que la variedad de caña de azúcar utilizada para el cultivo es Tommy Rigal, debido a que esta genera alta productividad y se adapta a las condiciones agronómicas del sector, existe un porcentaje mínimo de cañicultores que siembra

otro tipos de variedades como por ejemplo: Costa Ricense, esto se debe a la falta de conocimiento de la productividad de cada una de las especies.

2.- ¿CUÁL ES EL CICLO PROMEDIO PARA LA COSECHA DE LA CAÑA DE AZÚCAR EN NUESTRO MEDIO?

**CUADRO N° 3
CICLO PROMEDIO DE LA COSECHA**

ASPECTO	FRECUENCIA	%
1 año	0	0
Entre 1 y 1,5 años	0	0
Entre 1,5 y dos años	183	100
TOTAL	183	100,00

GRÁFICO NRO. 2



Fuente: Encuesta a cañicultores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

El análisis de la pregunta dos, hace referencia que el ciclo promedio de producción de la caña de azúcar es de aproximadamente de 1,5 a dos años, esto depende a muchos factores en los que se puede mencionar, variedad, clima, cuidados agronómicos del producto.

3.- ¿CÚAL ES RENDIMIENTO POR HECTÁREA QUE OBTIENE USTED?

**CUADRO N° 4
RENDIMIENTO POR HECTÁREA**

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Hasta 10 toneladas	12	6,56
De 10 a 20 toneladas	111	60,66

Mas de 20 toneladas	60	32,79
TOTAL	183	100,00

GRÁFICO NRO. 3



Fuente: Encuesta a cañicultores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Efectuada la investigación se puede manifestar que el mayor rendimiento por hectárea que obtiene cada agricultor es entre 10 a 20 hectáreas así lo afirman los encuestados, esto se da por la capacidad económica que tiene cada agricultor, para poder realizar sus cultivos de caña de azúcar, existiendo porcentajes menores que manifiestan obtener una producción menor y mayor a lo antes mencionado esto se debe a factores como la inversión en el cultivo, inclemencias del tiempo, entre otros.

4.- ¿CUÁNTAS HECTÁREAS DISPONE DE CULTIVO DE CAÑA DE AZÚCAR?

**CUADRO Nº 5
ÁREA DE CULTIVO**

ASPECTO	FRECUENCIA	%
De 1 a 5 hectáreas	38	20,77
De 5 a 10 hectáreas	120	65,57
Mas de 10 hectáreas	25	13,66
TOTAL	183	100,00

GRÁFICO NRO. 4



Fuente: Encuesta a cañicultores

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Con respecto al análisis de la pregunta 3 se puede indicar que el Número de hectáreas que tienen para cultivar es entre 5 a 10 hectáreas, así lo afirman la mayor parte de los encuestados, lo que garantiza la existencia suficiente de materia prima para el presente proyecto a implementarse.

5.- ¿CUAL SON LAS ENFERMEDADES MÁS COMUNES QUE TIENE EL CULTIVO DE LA CAÑA?

**CUADRO Nº 6
ENFERMEDADES MÁS COMUNES**

ASPECTO	FRECUENCIA	%
ROYA	108	59,02
PARÁSITOS DESDE BROCA	30	16,39
SALIVAZO	45	24,59
TOTAL	183	100,00

GRÁFICO NRO. 5



Fuente: Encuesta a cañicultores

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

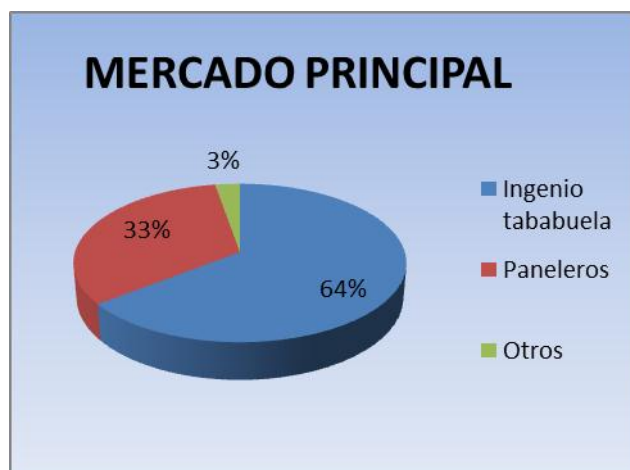
Las enfermedades más comunes de la caña de azúcar son Roya, Parásitos desde Broca y la Roya, siendo la Roya, la enfermedad fungosa que afecta el cultivo de caña de azúcar generando, mayor gasto en la plantación.

6.- ¿CUÁL ES EL MERCADO PRINCIPAL QUE TIENE USTED PARA SU CULTIVO?

**CUADRO N° 7
MERCADO PRINCIPAL**

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Ingenio tababuela	118	64,48
Paneleros	60	32,79
Otros	5	2,73
TOTAL	183	100

GRÁFICO NRO. 6



Fuente: Encuesta a cañicultores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Según la información recopilada se puede manifestar que la mayoría de cañicultores venden su producción al Ingenio Tababulea, debido a que su venta está asegurada, para varios periodos de producción, como también existen cañicultores que entregan su producción hacia otros destinos como paneleros, productores de alcohol, entre otros.

7.- ¿LA VENTA DE LA CAÑA DE AZÚCAR LO HACE POR?

**CUADRO Nº 8
VENTA DEL PRODUCTO**

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Toneladas	165	98,91
Hectáreas	18	1,09
Otros	0	0,00
TOTAL	183	100,00

GRÁFICO NRO. 7



Fuente: Encuesta a cañicultores

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Con la información recopilada se establece que la mayor parte de productores comercializa el producto utilizando la unidad de medida en toneladas, lo que facilita la comercialización del producto, existiendo una mínima parte de cañicultores que efectúa la venta por hectáreas.

8.- ¿CONSIDERA USTED QUE ACTUALMENTE EL CULTIVO DE CAÑA TIENE UNA OFERTA?

**CUADRO N° 9
OFERTA DEL PRODUCTO**

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Alta	42	22,95
Normal	129	70,49
Poca	12	6,56
TOTAL	183	100,00

GRÁFICO NRO.8



Fuente: Encuesta a cañicultores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

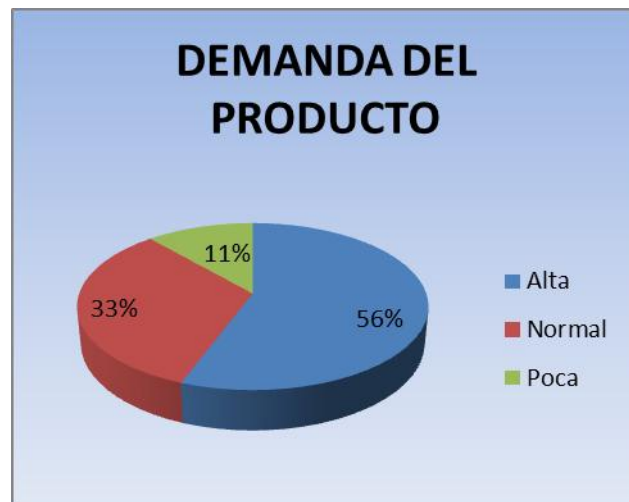
Según la encuesta realizada aproximadamente el 70% de los cañicultores que ofertan la caña de azúcar es normal, debido a que es un ingrediente indispensable para el consumo humano, cumpliendo así todas las expectativas de cada consumidor.

9.- ¿LA DEMANDA DE LA CAÑA DE AZÚCAR ES?

**CUADRO Nº 10
DEMANDA DEL PRODUCTO**

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Alta	102	55,74
Normal	60	32,79
Poca	21	11,48
TOTAL	183	100,00

GRÁFICO NRO. 9



Fuente: Encuesta a cañicultores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Según la encuesta realizada, existe un porcentaje alto que manifiesta que la demanda de la caña de azúcar es alta, lo que se puede concluir que hoy en día existe gran acogida para el producto, ya que se le puede dar valor agregado y diversidad de presentaciones a través de la industria, originando que cada día, aumente la demanda.

10.- ¿LOS PRECIOS QUE SE PAGAN CONSIDERA USTED QUE SON?

**CUADRO Nº 11
PRECIOS DEL PRODUCTO**

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Muy buenos	13	0,07
Buenos	109	59,56
Malos	61	33,33
TOTAL	183	100,00

GRÁFICO NRO. 10



Fuente: Encuesta a cañicultores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Los precios que consideran para la venta de la caña de azúcar según los agricultores es buena, ya que los costos de producción son mínimos, esto ayuda a obtener una rentabilidad aceptable por el producto.

11.- ¿CONSIDERA QUE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN DE LA CAÑA DE AZÚCAR?

**CUADRO N° 12
COSTOS DE PRODUCCIÓN**

ASPECTOS	FRECUENCIA	%
Altos	78	42,62
Normales	65	35,52
Bajos	40	21,86
TOTAL	183	100,00

GRÁFICO NRO. 11



Fuente: Encuesta a cañicultores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

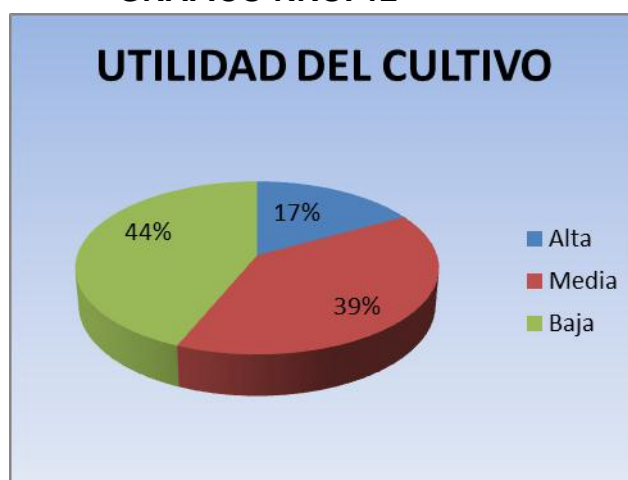
Según el análisis de esta pregunta se puede señalar que los costos de producción de la caña de azúcar son normales, es decir no se invierte mayor en el cultivo, debido a que los insumos se aplican en periodos largos, es por tal razón que este tipo de producto no genera altos egresos.

12.- ¿ LA UTILIDAD QUE RECIBE USTED POR LOS CULTIVOS DE LA CAÑA DE AZÚCAR ES?

**CUADRO Nº 13
UTILIDAD DEL CULTIVO**

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Alta	31	16,94
Media	72	39,34
Baja	80	43,72
TOTAL	183	100,00

GRÁFICO NRO. 12



Fuente: Encuesta a cañicultores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

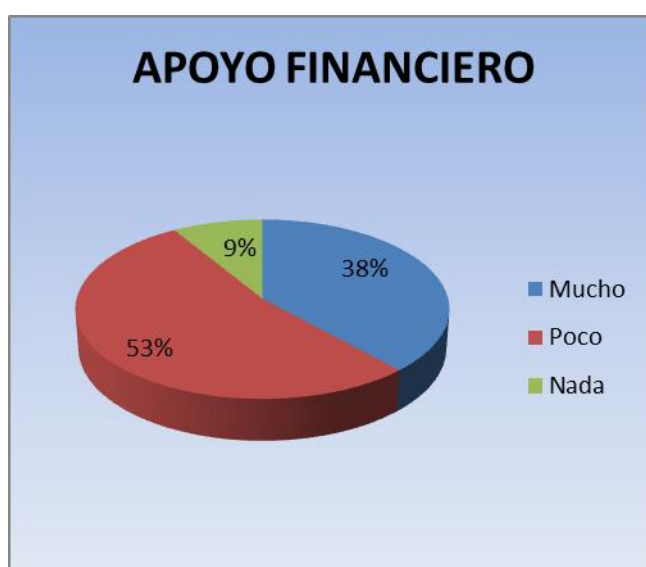
La utilidad que reciben los agricultores por el cultivo de la caña de azúcar es muy baja esto debido a que los precios son bajos y por lo tanto no existe una rentabilidad acorde a las expectativas de la situación actual-

13.- ¿EL CULTIVO DE CAÑA TIENE APOYO DE LAS INSTITUCIONES CREDITICIAS?

**CUADRO N° 14
APOYO FINANCIERO**

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Mucho	70	38,25
Poco	97	53,01
Nada	16	8,74
TOTAL	183	100,00

GRÁFICO NRO. 13



Fuente: Encuesta a cañicultores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

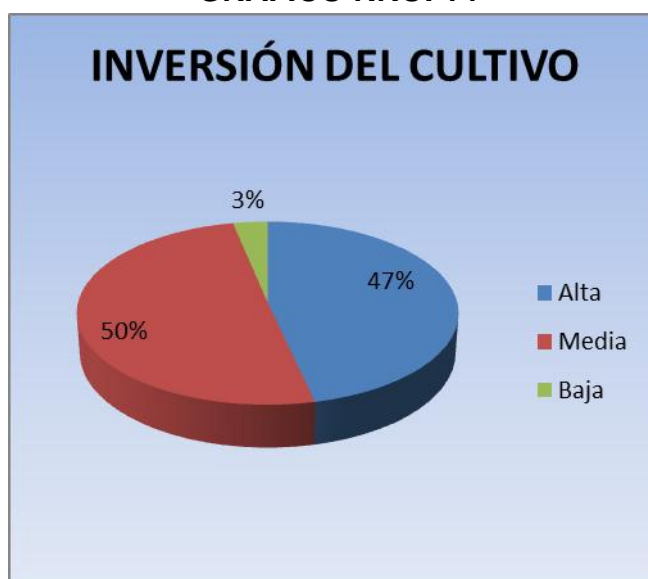
Según lo manifestado a través de las encuestas se puede determinar que la producción de la caña de azúcar no tiene apoyo por parte de las entidades gubernamentales como son el MAGAP, Banco del Fomento, por lo que los mismos cañicultores deben solventarse en la siembra de dicho producto.

14.- ¿LA INVERSIÓN QUE REQUIERE LA PRODUCCIÓN DE CAÑA DE AZÚCAR?

**CUADRO Nº 15
INVERSIÓN DEL CULTIVO**

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Alta	85	46,45
Media	92	50,27
Baja	6	3,28
TOTAL	183	100%

GRÁFICO NRO. 14



Fuente: Encuesta a cañicultores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Mediante la información recabada a través de encuestas se puede determinar que la inversión efectuada para el cultivo de caña de azúcar tiene un nivel medio, debido a la utilización de materiales e insumos, en el proceso de producción, esto genera descontento, para seguir en la actividad.

15.- ¿EL CULTIVO DE CAÑA DE AZÚCAR TIENE UNA VIDA ÚTIL?

CUADRO Nº 16
VIDA UTIL DE LA CAÑA

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Hasta dos años	0	0,00
Entre 1 y dos años	0	0,00
Más de tres años	183	1,00
TOTAL	183	100,00

GRAFICO Nº 15



Fuente: Encuesta a cañicultores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Mediante la información obtenida de la investigación de campo, los cañicultores en su totalidad manifiestan que el cultivo de caña tiene una vida útil de tres años en adelante, siendo un cultivo perenne, se puede realizar varias cosechas, claro está que se necesita efectuar periódicamente gastos en el cuidado de la planta.

DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.

Aliados

- El sector cañicultor cultiva la variedad de caña de azúcar denominada TomyRigal, debido a que esta genera mayor productividad.
- La mayor parte de cañicultores forman parte de la Asociación de Cañicultores de Imbabura.
- Existencia de suficientes áreas del cultivo de caña lo que garantiza la materia prima para el proyecto.
- El ciclo productivo de la caña de azúcar es a largo plazo.

Oponentes

- Desconocimiento de nuevas técnicas para el cultivo de la caña de azúcar.
- Falta de apoyo por parte de las Entidades Gubernamentales.
- Descontento de los cañicultores, por los bajos ingresos percibidos por el cultivo.
- Existencia a nivel local de pocos compradores del producto

Oportunidades

- Existencia de nuevas técnicas para el cultivo de caña de azúcar
- El auge de la industria para la caña de azúcar genera expectativas a futuro.
- Convenio con el Magap, para recibir asistencia técnica del cultivo de caña de azúcar.

- Diversificación en subproductos a base de caña de azúcar
- Existencia de nuevas variedades de caña de azúcar que mejorar la productividad del sector
- Desconocimiento de técnicas del cultivo generan mayores egresos en costos de producción.

Riesgos

- Inestabilidad política y económica, genera incertidumbre para el crecimiento del sector cañicultor.
- La volatilidad de la inflación truncan las inversiones en el sector agrícola.
- Aparecimiento de plagas y enfermedades.
- Inclemencias del tiempo genera pérdidas en el sector agrícola.
- Engorrosos trámites para obtener créditos en las Instituciones de Estado.

IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSION

El proyecto que se propone estudiar contempla la utilización de los residuos para la elaboración de abono orgánico para uso agrícola.

La producción del abono orgánico generara plazas de empleo contribuyendo al desarrollo económico, la recuperación y cuidado del medio ambiente, al mejoramiento de la salud y dando cumplimiento al derecho de tener una vida en condiciones dignas.

Producir abono orgánico a partir de los desechos de la caña de azúcar es una forma de reciclar ayudando a la conservación del

medio ambiente creando en la gente conciencia y más responsabilidad en lo que se refiere a los aspectos ambientales, salubridad, limpieza y agrícolas ya que su mayor incidencia radica en la baja producción.

Lo antes mencionado se debe a factores como la mala calidad de los suelos y la utilización inadecuada de fertilizantes químicos como también no existe un lugar donde distribuyan o vendan abono orgánico, lo que provoca que la mayoría de agricultores obtengan una baja rentabilidad en su actividad.

Con este antecedente se propone viabilizar un estudio de factibilidad para la producción y comercialización de abono orgánico a través de los desechos de la caña de azúcar en la Parroquia Imbaya; Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

ABONO ORGÁNICO

Son sustancias que están constituidas por desechos de origen animal, vegetal o mixto que se añaden al suelo con el objeto de mejorar sus características físicas biológicas y químicas

Según SÁNCHEZ, Cristian (2006), (pág. 43) manifiesta ***“Los Abonos orgánicos son todos los residuos animales o vegetales que son procesados naturalmente para mejorar la calidad del suelo y la población”***

Según AUBERT, Claude, (pág. 80), manifiesta ***“Los Abonos orgánicos hacen que el complejo húmico del suelo aumente, con lo que el suelo tiene una mayor capacidad de tampón, esto absorbe con mayor intensidad los diferentes excesos que en el pueden producirse”***.

Estos materiales permiten obtener fertilizantes eficaces, y serán seguros si se preparan adecuadamente. Incluso, cuando se aprovechan desechos orgánicos, se contribuye a la salud pública al evitar que se constituyan en fuente de contaminación.

TIPOS DE ABONOS

Abono Orgánico Sólido

Según AUBERT, Claude, (pág. 80), afirma ***“Producto sólido obtenido a partir de residuos animales o vegetales”***

Abono Aminoácidos

Según SÁNCHEZ, Cristian (2006), (pág. 80) afirma ***“Productos en solución acuosa obtenidos por alguno de los siguientes proceso: hidrolisis de proteínas, fermentación o síntesis”***.

Abonos Orgánico Mineral Solido

Según dice SÁNCHEZ, Cristian (2006), (pág. 80) ***“Producto solido obtenido por mezcla o combinación de abonos minerales y orgánicos”***

Abono Orgánico Mineral Líquido

Según afirma SÁNCHEZ, Cristian (2006), (pág. 80) ***“Producto en solución o en suspensión procedente de una mezcla o combinación de abonos minerales con materia orgánica de origen animal o vegetal”***

Abonos Especiales

Según SÁNCHEZ, Cristian (2006), (pág. 81) dice ***“Fertilizante o abono solido cuyo residuo insoluble en agua a 15 °C , es menor del 0.5% a la mayor dosis recomendada para su uso”***.

Abono de Liberación Lenta

Según SÁNCHEZ, Cristian (2006), (pág. 81) , afirma ***“Presentan el inconveniente de su elevado costo por unidad de nitrógeno contenido, por lo que sus uso se restringe a cultivos de primor con un periodo vegetativo largo o aquellos que se desarrollan en climas o suelos que favorecen las pérdidas de nitrógeno”***

Abonos Recubiertos

Según SÁNCHEZ, Cristian (2006), (pág. 81) explica ***“Son fertilizantes convencionales que se presentan en forma de gránulos envueltos en una membrana semipermeable que esta constituida por una sustancia insoluble o de baja solubilidad en agua***

Abonos de Baja Solubilidad

Según SÁNCHEZ, Cristian (2006), (pág. 83) indica “**Son abonos que requieren gran cantidad de agua para su completa solubilidad, asegurando una baja concentración de nitrógeno en la disolución nutritiva**”

FORMAS DE USO DEL ABONO ORGÁNICO

La cantidad y forma de aplicar el abono varía en función del cultivo, tipo y calidad del suelo, entre otros. Uso para almácigo o semillero Utilizar la mezcla del abono con el carbón pulverizado y cernido, para preparar un sustrato con proporciones que varían por tipo de cultivo. Lo recomendable es que el agricultor realice sus propias pruebas hasta encontrar la relación óptima.

Puede hacerse el abonado directamente en la base del hoyo donde se coloca la plántula, cubriéndolo con un poco de tierra para que la raíz no entre en contacto directo con el abono.

Puede abonarse a los lados de la planta. Sirve para una segunda y tercera abonada de mantenimiento al cultivo, y estimula el crecimiento de las raíces hacia los lados.

También puede hacerse un abonado directo a chorro continuo, al voleo o a golpes en el surco y mezclando con la tierra en donde quedará establecido el cultivo, Lo ideal será utilizar el abono inmediatamente, si lo va a guardar lo recomendable es protegerle del sol, agua, o viento , de preferencia en sacos o bajos techos.

Beneficios del abono Orgánico

Según SÁNCHEZ Cristian (2006), (pag. 44),señala “**El abonamiento consiste en aplicar la sustancias**

minerales u orgánicas al suelo con el objetivo de mejorar su capacidad nutritiva, mediante esta practica se distribuyen los elementos nutritivos extraídos por los cultivos, con el propósito de mantener una renovación de los nutrientes en el suelo, el uso de los abonos orgánicos se recomienda especialmente en suelos con bajo contenido de materia orgánica y degradados por el efecto de la erosión pero su aplicación puede mejorar la calidad de la producción de cultivos en cualquier tipo de suelo sin importar el materia de su composición”

Dando énfasis a los autores podemos dar a conocer que los Abonos Orgánicos hoy en día son muy útiles ya que nos otorga muchos beneficios El abono orgánico es un humus oscuro y rico, producto final de la descomposición natural de las plantas y vegetales en condiciones controladas. La elaboración de abono orgánico es una manera práctica y conveniente de volver a utilizar los desechos del jardín y de la cocina

VENTAJAS DEL ABONO ORGÁNICO

- *El uso del abono orgánico en el suelo, le ayuda en su resistencia contra plagas y patógenos debido a que producen nutrientes que mantienen el suelo sano.*
- *La fertilidad natural tiene que ser sostenida, debido a lo cual el abono debe producirse y mantenerse -preferentemente- en la misma parcela con los cuidados previamente señalados.*
- *Junto con los estiércoles, son útiles los rastrojos de la cosecha, así como las prácticas de asociaciones y rotaciones de cultivos.*
- *Las plantas son menos propensas al ataque de plagas y*

enfermedades.

- *Tienen un mayor contenido de materia seca (un mayor peso por volumen).*
- *Se conservan más tiempo en el almacén.*
- *Los productos alimenticios son más nutritivos y ayudan mejor a la salud.*

DESVENTAJAS DEL ABONO ORGÁNICO

- *Pueden ser fuentes de patógenos si no están adecuadamente tratados.*
- *También pueden provocar eutrofización. Por ejemplo, granjas con gran concentración de animales o por las aguas residuales humanas. Pero es más difícil que con fertilizantes inorgánicos.*
- *Pueden ser más caros, aunque puede salir gratis si es un residuo propio de la granja o es un problema para otra explotación. Es fácil que una explotación agrícola necesite fertilizante y otra de animales tenga problemas para desprenderse de los desechos que produce*
Actualmente el consumo de fertilizantes orgánicos está aumentando debido a la demanda de alimentos orgánicos y la concienciación en el cuidado del medio ambiente.

PROPIEDADES DE LOS ABONOS ORGÁNICOS.

Los abonos orgánicos tienen unas propiedades, que ejercen unos determinados efectos sobre el suelo, que hacen aumentar la fertilidad de este. Básicamente, actúan en el suelo sobre tres tipos de propiedad

PROPIEDADES FÍSICAS.

- El abono orgánico por su color oscuro, absorbe más las radiaciones solares, con lo que el suelo adquiere más temperatura y se pueden absorber con mayor facilidad los nutrientes.
- El abono orgánico mejora la estructura y textura del suelo, haciendo más ligeros a los suelos arcillosos y más compactos a los arenosos.
- Mejoran la permeabilidad del suelo, ya que influyen en el drenaje y aireación de éste.
- Disminuyen la erosión del suelo, tanto de agua como de viento.
- Aumentan la retención de agua en el suelo, por lo que se absorbe más el agua cuando llueve o se riega, y retienen durante mucho tiempo, el agua en el suelo durante el verano.

PROPIEDADES QUÍMICAS.

- Los abonos orgánicos aumentan el poder tampón del suelo, y en consecuencia reducen las oscilaciones de pH de éste.
- Aumentan también la capacidad de intercambio catiónico del suelo, con lo que aumentamos la fertilidad.

PROPIEDADES BIOLÓGICAS.

- Los abonos orgánicos favorecen la aireación y oxigenación del suelo, por lo que hay mayor actividad radicular y mayor actividad de los microorganismos aerobios.
- Los abonos orgánicos constituyen una fuente de energía para los microorganismos, por lo que se multiplican rápidamente.

Los abonos orgánicos no son substitutos de los fertilizantes sino complementarios de éstos y su origen es 100% de productos que antes tuvieron una forma de vida y ahora tienen otra, es decir, es materia viva: Composta, Humus, Estiércol y toda clase de vida orgánica en descomposición como restos vegetales (hojas, ramitas, etc.). Todos los abonos son fertilizantes pero los fertilizantes no son abonos. Fertilizar significa mejorar la fecundidad de la tierra

CAÑA DE AZÚCAR

Según SPENCER M. (1998), (pág. 13), manifiesta ***“La caña de azúcar es una hierba gigante que pertenece al género Saaccharum, las calas llamadas robles o nativas, que eran todas las cañas cultivadas en las regiones tropicales y semitropicales del mundo”.***

- Importancia de la agricultura

Como nos indica Silva E.. (1998) (pág. 3) *“El proceso azucarero comienza con la siembra de la caña de azúcar, esta se realzan en terrenos que tienen determinadas condiciones, que pueden ser creadas o naturales, se procede al cuidado de esta cosecha hasta que un índice de madurez indique al técnico agropecuario el momento en que se debe ser cortada, el corte siempre se programa y esta en función del campo”.*

- Canales de Comercialización.

La venta de azúcar se inicia en los ingenios azucareros, quienes almacenan su producto en sus bodegas, para posteriormente vender el azúcar al por mayor a industriales, grandes mayoristas y a comisariatos. Los otros participantes en el mercado comercializan esta mercancía con los vendedores al detal: de los mercados, supermercados y tiendas, los mismos que se encargan de vender a los consumidores finales, La comercialización del azúcar se la efectúa a través de la empresa privada (www.ingenios Azucareros)

- Aspectos sociales del cultivo de caña

Según Asociación Natura indica “Por su gran dimensión la industria comerciante de azúcar tiene una gran demanda de mano de obra. Sobre todo la mano de obra temporal y ocasional está peligrosamente expuesta a insuficiente trato social. Por ello se deben respetar no sólo los estándares de cultivo ecológico, sino también cumplir también las exigencias mínimas de los reglamentos de la IFOAM en cuanto al trato de los trabajadores de la zafra. La compleja política dumping de precios que se practica en el mercado mundial internacional hace que el logro de este objetivo sea difícil”.
(www.naturland.de)

- Aspectos importantes del procesamiento de caña de azúcar

Según Asociación Natura, comenta “El cultivo extensivo de caña está íntimamente relacionado a su procesamiento en plantas industriales. unas cuantas plantas grandes dominan el sector industrial de procesamiento de la caña. Allí el procesamiento - por separado - de la caña azúcar proveniente de cultivos ecológicos no sería posible o simplemente chocaría con problemas de

organización que, por su parte, dificultarían considerablemente la propagación del cultivo ecológico de este producto. La industria ecológica del azúcar pudo desarrollarse rápidamente debido a la disponibilidad de plantas que pese a ser antiguas y pequeñas se encontraban en un estado relativamente bueno para el procesamiento de caña de azúcar de cultivo ecológico.”
(www.naturland.de)

- Su cultivo: aspectos

Según la Asociación Natura dice “La caña ecológica es mayormente cultivada por pequeños agricultores en superficies de 0,1 - 3 ha. Todos los trabajos se hacen a mano o con la ayuda de bestias de labor. Para la zafra se selecciona y corta sólo la caña madura. Tanto hojas residuales como plantas inmaduras se quedan en el cañaverol. De esta forma la chacra nunca quedará vacía, el suelo siempre estará cubierto con una densa capa de rastrojo. Este sistema permite el cultivo sostenible de caña también en pendientes relativamente empinadas”. . (www.naturland.de)

LA EMPRESA

Las empresas son, al menos la mayor parte, sociedades, entidades jurídicas, que realizan actividades económicas gracias a las aportaciones de capital de personas ajenas a la actividad de la empresa, los accionistas.

De acuerdo a autores, de diferentes libros se puede dar a conocer lo siguiente:

Según La enciclopedia Encarta (2009), (www.ei.edu) indica ***“Las empresas son, al menos la mayor parte, sociedades, entidades jurídicas, que realizan actividades económicas gracias a las aportaciones de capital de personas ajenas a la actividad de la empresa, los accionistas”***

Según HERRERO J. Paraninfo P. (2002), (pág. 2), señala ***“La empresa son sujetos de derechos y obligaciones, creada libremente por el hombre, para ejercer una actividad en el mercado, bien sea como empresario individual o como sociedad”***

Según BRAVO B. Mercedes (2003), (pág. 1), indica ***“La empresa es una identidad compuesta por capital, trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad.***

De acuerdo a lo manifestado por los autores se puede dar a manifestar que la empresa es un conjunto de personas, que se integran para prestar un servicio o producto, con el fin de obtener un margen de utilidad para poder cubrir sus gastos, con el objetivo de cumplir todas las necesidades que lo requiera cada consumidor, esta organización lidera emprendimientos que genera una dinámica económica sostenible en el tiempo para la sociedad.

- Clasificación

La clasificación de las empresas se da a conocer cuando no se conoce con exactitud a qué tipo de clasificación nos encontramos en un grupo limitado de personas

- Empresa Publica

Como nos da conocer La enciclopedia Encarta

(2009) pág.(www.ei.edu), ***“Empresa pública, es entidad institucional con personalidad jurídica propia, constituida con capital de titularidad estatal en su totalidad o de modo parcial, cuya finalidad es la realización de actividades productivas o la prestación de un servicio en régimen de Derecho privado”.***

- Empresa Privada

Como nos da conocer, La enciclopedia Encarta (2009), pág.(www.ei.edu) ***“Empresa privada, entidad que desempeña una actividad económica dentro del sector privado (que se distingue del sector público).”***

- Empresa Mixta

Como nos da conocer La enciclopedia Encarta (2009) (www.ei.edu), ***“Economía mixta, sistema económico de mercado en el que participan tanto el sector privado como el sector público”.***

En concordancia con los demás escritores se puede decir que la clasificación de las empresas se dan de tres formas: Pública que pertenece al Gobierno estas pueden ser, CNT, Emelnorte; Privada es una organización con fines de lucro entre las que se encuentran: Petrocomercial y Mixtas es la unión de las dos tanto públicas como privadas se tiene como ejemplo: Mercado Mayorista, Banco Pacifico.

LA MICROEMPRESA

La Microempresas es la unión de un gran número de personas que utilizan sus conocimientos y habilidades para generar dinero.

Como se da a conocer según MONTEROS Edgar, (2001) (Pág.15), comenta ***“La Microempresa es una***

asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos o prestación de servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación”.

De acuerdo a CANTOS E. (2006) (Pág.18), señala ***“La Microempresa es la unidad económica operada por personas naturales, jurídico o de hecho, formales e informales que posee algunas características como actividades de producción, autoempleo, de capital y organización gremial”***

Contrastando los conceptos anteriores se puede decir algunos que las microempresas están formadas por un pequeño número de personas que se trabajan para obtener un beneficio económico mediante la prestación de servicios, y productos, a nivel local existen un sin números de microempresas las mismas que están administradas empíricamente por ser de corte familiar

CARACTERÍSTICAS DE LA MICROEMPRESA

De acuerdo a MONTEROS E. (2001) (pág. 16), expresa que las características de las microempresas son:

- Limitada cifra de obreros y empleados no superior a 50 trabajadores
- Una cifra reducida de negocios
- Un mercado pequeño
- Su forma jurídica es de sociedad individual o responsabilidad limitada

- Las relaciones entre empresario y colaboradores son personales y directas.
- Es la principal fuente de renta para los empresarios y propietarios

Según el argumento de algunos autores, la microempresa y sus características son fundamentales para poder constituir y poder en funcionamiento y así brindar un servicio transparente y con todas las leyes jurídicas, que esta necesitare.

CLASIFICACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS

- Producción

Según CANTOS E. (2006) (pág.: 19), expresa *“Son aquellas que transforman materias primas en productos elaborados y generan empleo productivo”*

- Comercio

Según CANTOS E. (2006) (pág.: 19), señala *“Son las que tienen como actividad la compra venta de bienes y productos elaborados”*

- Servicios

Según CANTOS E. (2006) (pág.: 19) comenta, *“La cualidad de estas microempresas es el hecho de ser inmateriales, es decir de consumo inmediato, es una acción que busca llenar o satisfacer una necesidad”*

Argumentando lo expuesto anteriormente se puede mencionar que las microempresas pueden ser: producción, comercio y servicios las cuales generan puestos de trabajo, siendo mitigadoras del escaso empleo.

REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UNA MICROEMPRESA

Lo que nos da a conocer CANTOS E. (2006)(pag20), indica a) El RUC, documento obligatorio para personas que realicen actividades económicas, b) Patente Municipal permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad , c) Seguro, sujetos de afiliación de Seguro Social obligatorio para todos los empleados, d) licencia Sanitaria de venta, para productos alimenticios, microempresariales y artesanales para que puedan distribuir sus productos

• MARCO LEGAL

Según CANTOS E. (2006) (pág. 21), señala “La microempresa no cuenta con un ley que regule su funcionamiento, conociéndose que un proyecto de ley se encuentra en el Congreso para su discusión y posterior aprobación”,

Según MONTEROS E. (2001) (pág. 16) afirma “Desde el momento que nace la idea de emprender una actividad económica es importante analizar factores que inciden en su funcionamiento y desarrollo, tales como el tipo de organización, los medios con que cuenta, la localización de su sede y sobre todo la forma jurídica que regía los destinos en la vida social.

• NORMATIVA

Registro y certificación a Microempresarios

Lo que señala CANTOS E. (2006) (pág. 21) dice “La MICIP, se encarga del asesoramiento en la elaboración de solicitudes y

certificados a los microempresarios previa la adquisición de la Licencia Sanitaria de Venta”

- **REGISTRO SANITARIO**

Lo que señala CANTOS E. (2006) (pág. 22), expone “De acuerdo a Registro Sanitario señala en el Art. 9 si se verifica que la microempresa dispone de una infraestructura para pequeña empresa podrá funcionar”

Dando énfasis a lo que dice cada escritor podemos determinar que en las microempresas toda persona natural o jurídica que constituya u opere una Microempresa, debe estar registrada en las Cámaras Cantonales, Parroquiales o comunales y con los respectivos permisos para poder funcionar correctamente y así no tener inconvenientes.

La forma jurídica que se adopte, deberá estar en función directa de los intereses de sus propietarios y ajustados a la legislación vigente, que oriente la actividad económica que realiza y sus administradores conduzcan a esta, dentro de una organización empresarial legalmente constituida.

EMPRESA AGROPECUARIA

Según Ings BERTONEC, Scala M (www.agrop.com). indica ***“La empresa es una unidad de producción cuyo objetivo es maximizar sus beneficios. Para lograr este objetivo se necesita la conjunción de los factores de producción: Tierra - Capital - Trabajo-Factor Empresarial”***

Según STATON W, J ETZE M(pág. 148), **comenta**

“La empresa agrícola o agropecuaria es una empresa de comercio de producto o equipo agrícola, puede estimar el poder de compra de su mercado granjera estudiando indicadores como el ingresos de efectos de cada granja, los precios de las productos básicos, la extensión de los sembríos en hectáreas o los rendimientos de las cosechas.

Considerando el criterio de los autores se puede decir que la actividad agropecuaria se basa en la productividad y sustentabilidad del terreno para la obtención de alimentos y materias primas de origen vegetal y animal. La empresa agropecuaria es la unidad económica donde se integran el esfuerzo humano con el uso de recursos naturales y así la obtención de productos agropecuarios que satisfagan las necesidades humanas requeridas.

FUNDAMENTOS DE MERCADO

ESTUDIO DE MERCADO

Al hablar de estudio de mercado se puede entender que es una investigación exhaustiva de parámetros y variables que define el éxito de un producto o servicio en el mercado

Según HAIR F. J (2010) (pág. 4), comenta ***“Función que enlaza una organización con su mercado, mediante la recopilación de información”.***

Según BACA Gabriel, (2010), (pág. 7) expresas **“Se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio consta de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, análisis de los precios y el estudio de la comercialización.**

Partiendo de los conceptos se puede mencionar que estudio de mercado, es un análisis cuantitativo y cualitativo de variables que son volátiles como por ejemplo: la demanda, la oferta, precio, estrategias; la información que se pretende recopilar se la puede realizar a través de encuestas, entrevistas o datos oficiales de entidades confiables.

MERCADO META

Según STATON W, BRUCE J W, (2004) (pág. 167) se refiere “ ***Al segmento de mercado al que una empresa dirige su programa de marketing. Segmento de mercado para que el vendedor diseña una mezcla de mercadotecnia***

Según LAMB H. (2006), (pág. 707) afirma “***Mercado es un grupo de personas para las que una compañía diseña implementa y mantiene una mezcla de marketing que pretende satisfacer las necesidades de ese grupo, lo que resulta en intercambios mutuamente beneficios.***

El mercado meta según los autores es una parte de consumidores, los cuales poseen características similares, estos deben ser persuadidos para la compra mediante un plan de mercadeo. Para tener éxito en el mercado de productos y servicios es importante definir exactamente el tipo de mercado meta al que se quiere llegar con el producto, dichos aspectos a definir son: geográfico, demográfico y comportamental.

Definición de Mercado

Según ARBOLEDA (2006) (pág. 47),manifiesta “***El mercado es el área en la cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio***

único y, por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar”.

Con el antecedente que emite Arboleda, el mercado es el lugar donde se encuentran oferentes y demandantes de productos y servicios, que necesitan adquirir o vender a precios determinados. La influencia de fuerzas externas del mercado pueden generar cambios en la oferta, demanda y precios, estos se pueden paliar mediante la aplicación y análisis de las variables del estudio de mercado

LA DEMANDA

Según ARBOLEDA (2006), indica ***“La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer necesidades, buscando maximizar su utilidad bienestar y satisfacción”***

Según LAMB, H,(2006) (pág. 703) señala ***“ Es la cantidad de un producto que se venderá en el mercado a varios precios durante un determinado tiempo”.***

Según FISCHER L. (2004) (pág. 240), se refiere ***“A las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado. El precio del producto estará determinado por la demanda ya que esta constituye una serie de relaciones y cantidades”.***

Tomando como base los conceptos mencionados acerca de la demanda se puede acotar que es una variable que representa los consumidores, los cuales necesitan de productos y servicios que satisfagan sus expectativas y necesidades. El análisis de la demanda dentro del mercado ayuda a identificar el perfil del consumidor.

- **CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA**

La demanda se clasifica de acuerdo con su probabilidad y de acuerdo con los consumidores o usuarios inmediatos.

- De acuerdo con su probabilidad

Como nos da a conocer ARBOLEDA (2006) (pag. 51)

- a) Demanda efectiva o real: es la demanda totalmente cierta
- b) Demanda aparente: es aquella demanda probable en la cual no se conocen las pérdidas mermas por comercialización.
- c) Demanda potencial: es la demanda probable que al satisfacer determinadas condiciones se le puede volver real.

- De acuerdo con los consumidores o usuarios inmediatos

Demanda Básica: cuando el uso o consumo es final

Demanda Derivada: Cuando los usuarios o consumidores son intermediarios, por ejemplo, la demanda de harina de la demanda de pan.

- **LA DEMANDA EN EL ESTUDIO DE MERCADO**

La demanda en el estudio de mercado puede ser:

Demanda Insatisfecha

De acuerdo con lo que dice Arboleda, (2006)
(Pag.51), “ **Es cuando la demanda total no está debidamente satisfecha**”.

Demanda por sustitución

De acuerdo con lo que dice Arboleda, (2006)

(Pag.51), **“Es cuando la producción o el servicio nuevo no amplía el volumen del mercado existente, sino que desplaza a otros proveedores de dicho mercado.**

Considerando el criterio de los autores se puede decir que la demanda puede ser insatisfecha o por sustitución debido a que existe diferentes tipos de consumidores entre los que se encuentran quienes no llenan las expectativas con el producto o servicio adquirido y quienes desean, adquirir otro producto de mejores características al actual.

LA OFERTA

Para Arboleda (2006) (pág. 52), ***“El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes o servicios similares al del proyecto.***

Según BACA Gabriel (2010)(pág. 15), afirma ***“Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.***

La oferta es la cantidad de bienes o productos que ponen los productores en el mercado, esta variable genera cambios cuando se incrementa o disminuye debido a las fuerzas que opera en el mercado como son demandad, precio, publicidad entre los mas importantes

ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL

Con este análisis se busca caracterizar la evolución de la oferta,

para lograrlo se requiere de

- Obtener series estadísticas básicas de producción e importancia
- Cuantificación de la oferta existente
- Inventario crítico de los principales proveedores.

CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

Con referencia los que indica Arboleda (2006)(pág. 52), “Consiste en recopilar, procesar y analizar la información que permita aclarar el régimen de mercado y lo caracterice en su estructura como de competencia perfecta monopólica o en una posición entre ambas”

PRONÓSTICO DE LA OFERTA

Con referencia los que indica Arboleda (2006) (pag. 52), Consiste en tratar de identificar, con la ayuda de distintas hipótesis, la probable evolución futura de la oferta. Para ello requiere conocer:

- La probable utilización de la capacidad ociosa que presta cada uno de los actuales proveedores.
- Los planes y proyectos de ampliación de la capacidad
- Un análisis detallado de los factores que determinan la evolución futura de la oferta.
- Pronóstico de la oferta basado en los factores.

Argumentando el comentario de algunos escritores se puede dar a conocer que la oferta es el comportamiento de la misma y la definición de cantidades que ofrecen o pueden proporcionar, consiste en recopilar, procesar y analizar la información que permita aclarar el régimen de mercado y lo caracterice en su estructura

como de competencia perfecta o monopólica o en una posición entre ambas.

PLAN DE MERCADEO

Según HAIR F. Josef (2010) (pág. 15) expresa ***“Especifica la meta estrategia y señalan como se va a alcanzar, la investigación de mercado, pone los cimientos del plan porque proporcional la información necesaria para analizar los mercados de productos, competencia, rendimiento de los mercados ejecución, estrategia y planeación de largo plazo”.***

Partiendo el concepto se puede decir que el plan de mercadeo ayuda al diseño de estrategias que generen cambios en la actitud de los consumidores, las estrategias deben ser planteadas en base a las cuatro P (producto, plaza, precio y publicidad)

FUNDAMENTOS TÉCNICOS

Localización Óptima del Proyecto

Según CORDOVA Marcial (2006) (pág. 86), ***Expresa “Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad, sobre el capital (criterio privado), a obtener el costo unitario mínimo(criterio social).***

Según CORDOVA Marcial (2006)(pág.24)., ***Dice “Consiste en fijar desde el punto de vista económica el establecimiento de la dimensión de la planta, es necesario definir donde se va a producir y considerar la localización del proyecto teniendo en cuenta la fuente de insumos (materia prima, energía, mano de obra); también se debe analizar el mercado de los productos”***

Considerando el criterio de los autores se puede argumentar que es necesario tomar en cuenta no solo factores cuantitativos como los costos de transporte, materia prima y del producto determinado, sino también los factores cualitativos, tales como apoyos fiscales, el clima, la actitud de la comunidad entre otros, cuyos factores deberán favorecer a la implantación del proyecto propuesto.

MACROLIZACIÓN

Según JÁCOME V. Walter (2005) (pág. 133), indica “***Se refiere a establecer con toda la precisión el lugar geográfico donde se va a llevarse a cabo el proyecto tomando en cuenta las siguientes consideraciones:***

- a) *Región*
- b) *Provincia*
- c) *Cantón*

La Macrolización consiste en definir la ubicación estratégica general que tendrá el proyecto para su desenvolvimiento exitoso, para esto se debe analizar muchos factores como: servicios básicos, infraestructura, condiciones ambientales, mercado, entre otros

MICROLIZACIÓN

Según JÁCOME V. Walter (2005) (pág. 133), indica “***En esta parte se establece condiciones específicas o particulares que permite fácilmente establecer el lugar donde va a obtener efecto el desarrollo del proyecto, para lo cual se adicional la siguientes información:***

- a) *Parroquia*
- b) *Calles longitudinales y transversales*
- c) *Dirección domiciliaria y telefónica de ser posible*
- d) *Croquis de ubicación*

La localización micro se refiere al punto exacto donde funcionará la nueva actividad económica para esto se analiza un sin número de

factores, que beneficien su implementación.

DIAGRAMA BLOQUE

Según BACA Gabriel, (2010) (pág. 90), manifiesta “**Es el elemento más sencillo para representar un proceso consiste en que cada operación unitaria ejercida sobre materia prima se encierra en un rectángulo; cada rectángulo o bloque se une con el anterior y el posterior por medio de flechas que indican tanto empezar en la parte superior derecha de la hoja.**

Según JÁCOME V. Walter (2005)(pág. 138), expresa “**Esquematizan el proceso en forma general y secuencial , de tal manera que la simple inspección de los mismos indican la finalidad o propósito del proyecto”.**

Comparando las definiciones anteriores se puede manifestar que el diagrama de bloque es una representación de actividades en forma cronológica, las cuales ayudan al correcto funcionamiento operativo dentro de la empresa.

FLUJOGRAMA

- Flujogramas Operativos

Según JÁCOME V. Walter (2005), dice “**Este tipo de flujogramas sirven para especificar las diferentes actividades en forma secuencial y con asignación de tiempos para poder controlar su cumplimiento. Existen dos versiones, la una que corresponde a procesos netamente de producción y la segunda que mezcla actividades productivas y administrativas.**

Según GÓMEZ Guillermo (1.997) comenta **El Flujograma o Fluxograma, es un diagrama que expresa gráficamente las distintas operaciones que**

componen un procedimiento o parte de este, estableciendo su secuencia cronológica. Según su formato o propósito, puede contener información adicional sobre el método de ejecución de las operaciones, el itinerario de las personas, las formas, la distancia recorrida el tiempo empleado, etc

El flujogramas consiste en representar las actividades específicas de las fases operativas, tanto de producción y comercialización esta deberá ser diseñada tomando en consideración aspectos como: disponibilidad del talento humano, materia prima, entre los más importantes, para ejecutar el trabajo en forma eficiente.

ASPECTOS ORGANIZACIONALES

Administración Estratégica

Según STATON Willian, BRUCE J. Walke, (2004) (pág. 413), indica ***“Proceso en que los administradores diseñan los componentes del sistema administrativo, para que sean congruentes entre si, con otros elementos de la arquitectura organizacional y con las estrategias y metas de la organización”***

Tomando en consideración el concepto del autor se puede decir que la administración estratégica ayuda a definir el camino, para conseguir las metas comunes propuestas por la organización, para una correcta gestión organizacional se debe primeramente formular misión y visión.

MISIÓN

Según STATON Willian, BRUCE J. Walke, (2004) (pág. 668), señala ***“La misión de una organización enuncia a que clientes sirve, que necesidades satisface y que tipos de productos, indica en***

términos generales, los límites de las actividades de una organización”

Según CORDOVA Marcial, (2006) (pág. 289), asevera ***“Es lo que cada subconjunto puede aportar al todo. Es el primer documento donde se empieza a plasmar la Unidad de dirección. Se debe considerar lo siguiente:***

- A qué negocio nos dedicaremos
- Que nos diferenciara de nuestra competencia ahora y en el futuro
- Que fabricaremos
- Qué nivel de calidad pretendemos para nuestros productos.
- Flexibilidad de nuestro proceso productivo
- Investigación básica si o no
- Desarrollo de productos propios o tercerizado
- Y cada división, gerencia o individuo con su misión

Según los autores la misión quiere decir reflejar, en el presente lo que la empresa está haciendo que produce, para que produce y en qué calidad, esto fortalecerá al talento humano para alcanzar las metas propuestas.

VISIÓN

Según Web and Macros ***“Define y describe la situación futura que desea tener la empresa, el propósito de la visión es guiar, controlar y alentar a la organización en su conjunto para alcanzar el estado deseable de la organización.***

- *La visión de la empresa es la respuesta a la pregunta, ¿Qué queremos que sea la organización en los próximos años?*
- *Los valores corporativos es la respuesta a la pregunta, ¿En que creemos y cómo somos?*

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Según VÁSQUEZ, Hugo,(2002)(pág.219), Indica ***“Representa el esquema básico de una organización lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes es decir, sus unidades administrativas y la relación de dependencia que existe entre ellas.***

FUNDAMENTOS FINANCIEROS

Inversión

Según OCHOA Guadalupe, (2009) (pág. 3), dice ***“Como hacer y administrar una inversión en activos financieros y en particular que hacer con un excedente de dinero cuando se desea invertirlo en el mercado financiero.***

Según CORDOVA P. Marcial, (2006) (pág. 319), Expresa ***“Comprende la inversión inicial constituida por todos los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo.***

Considerando el criterio de los autores se puede indicar que todo emprendimiento necesita realizar erogaciones para iniciar la actividad económica estas serán destinadas para la adquisición de activos fijos diferidas y capital de trabajo, necesarios para el desenvolvimiento de todas las dependencias administrativas.

INVERSIÓN FIJA

Según CORDOVA P. Marcial (2006) (pág. 319), dice ***“Los activos tangibles están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículo, herramientas, etc.***

Según JÁCOME V. Walter (2005) (pág. 161),

comenta *“La inversión fija corresponde a los activos productivos sujetos a depreciación, también se incluyen como inversión fija los gastos de constitución e investigación, patentes, franquicias goodwill, entre otros.*

Con referencia a los conceptos anteriores se puede afirmar que la inversión fija está representado por todo lo tangible, sujeto a la depreciación y a la generación de plusvalía, entre las que se encuentra, equipos infraestructura, vehículos, gastos de constitución e investigación, patentes, franquicias entre otros, cuyos rubros son indispensables para la actividad.

INVERSIÓN DIFERIDA

Según CORDOVA P. Marcial (2006) (pág. 320)., dice ***“Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, licencia, permisos, marcas, asistencia técnica, gastos pre operativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa.***

Esta inversión está representada por todo lo intangible sujeto amortización, esenciales para dar cumplimientos aspectos técnicos del proyecto o aspectos legales de constitución.

INVERSIÓN VARIABLE

Según JÁCOME, V. Walter (2005)(pág. 161), explica ***“La inversión variable es la referente a activos menores y que generalmente constituye el capital de***

trabajo, que debe estimarse para poner en marcha al proyecto”.

Según el prestigioso catedrático universitario Msc. Walter Jácome, el capital de trabajo de un proyecto representa a las erogaciones corrientes que se realizara durante el periodo de desfase del proyecto, donde todavía no se genera ingresos por la propia actividad estos pueden ser: gastos para cubrir mano de obra, materia prima, servicios baciscos, entre otros.

ESTADOS FINANCIEROS

Según HORNGREN Harrison (2003) (pág. 5), señala ***“Documentos que representan a una empresa en términos monetarios y brindan información útil que ayuda a las personas en la toma de decisiones de negocios con conocimiento.***

Después de recopilar información y plantear los respectivos ingresos y egresos es importante estructurar los respectivos balances proforma, que demuestre la operatividad financiera y económica del emprendimiento; al realizar un estudio de factibilidad los balances más utilizados son; Estado de situación inicial, Estado de resultados y estado de flujo de caja.

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

Según La Colección de Contabilidad General -Tomo 1(2007) (Pág. 81) ***“El balance de situación es un estado preparado para mostrar la situación económica y financiera de una empresa en un momento concreto”***

Según BRAVO V. Mercedes (2003) (pág. 56) , nos

indica “ Que se elabora las operaciones de las empresa con los valores que conforman el Activo, Pasivo y el Patrimonio de la misma, con este informe se procede a la apertura de libros

- **ACTIVOS**

Son todos los bienes, valores y servicios que posee o le adeudan a la empresa en un determinado período, el activo es un servicio económico, propiedades del mejoramiento, el cual se expresa en un beneficio para el futuro.

- **PASIVOS**

Es todo lo que se adeuda a otras personas (ajenas a la empresa, propietarios, socios, accionistas)

- **CAPITAL**

Es el aporte en dinero y/o bienes por el o los propietarios, socios o accionistas de la empresa

CONTENIDO DEL BALANCE

El esquema de un balance es de la siguiente forma

EMPRESA XYZ		
BALANCE DE SITUACIÓN		
AL 31 DE DICIEMBRE 2XX		
ACTIVO		PASIVO
xxxx		
BIENES	xxx	RECURSOS AJENOS
xxxx		
DERECHO	xxx	CAPITAL
xxxx		

TOTAL ACTIVOS xxx
+CAPITAL xxxx

TOTAL PASIVOS

Tomando en cuenta la opinión de los autores se puede decir que el Balance de Situación Inicial es el que representa la posición financiera de la empresa, tanto en activo y pasivos; este estado financiero tiene gran importancia para la toma de decisiones

ESTADO DE RESULTADOS

Según La Colección de Contabilidad General -Tomo 1(2000)(Pág. 86), ***“Es también llamado Estado de ingresos y egresos, resulta de comparar los valores de ventas, ingresos.***

Según STANLEY B Block, (2008) (Pag. G-6), expresa ***“ El Estado financiero que mide la rentabilidad de la empresa a lo largo de un periodo, todos los gastos se sustraen de las ventas para llegar a la utilidad neta.***

Tomando en cuenta lo expresado por los autores antes mencionados se puede afirmar que el Estado de Resultados es una representación de los ingresos y egresos tanto operativos, como fiscales, el cual indica la posición económica de la empresa representada en la utilidad neta.

ESTADO DE FLUJO DE CAJA

Según STANLEY B Block, (2008) (pág. G-7), comenta “ ***El propósito del estado de flujo de caja, es poner de relieve la naturaleza crítica del flujo de caja en las operaciones de la empresa. Este estado convierte la utilidad neta basada en rubros devengados en dólares reales en efectivo.*** ”

Según CORDOVA P. Marcial (2006) .(pág. 335), expresa “ ***Es un estado financiero que mide los movimientos de efectivo excluyendo aquellas operaciones que como la depreciación y amortización constituyen una salida de dinero. Reviste gran importancia en la evaluación de un proyecto, por lo tanto se debe dedicar la mayor atención en su elaboración*** ”

Contrastando los conceptos anteriores se puede decir que el estado de flujo de caja sirve para analizar la viabilidad financiera de la empresa o del proyecto desde el punto de vista del alcance suficiente de dinero, para cumplir sus obligaciones financieras y generar efectivo para la distribución de los inversionistas.

EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

Valor Actual Neto

Según CORDOVA P. Marcial (2006) (pág. 364), indica “ ***Es la diferencia entre los ingresos y egresos (incluida como ingreso la inversión), a valores actualizados o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial.*** ”

Según STANTEY B. Block, (2008) (pág. 380), expresa “ ***Es la devolución a descontar los flujos de*** ”

entrada a lo largo de la vida de la inversión para determinar si son iguales o excedentes a la inversión requerida”

FÓRMULA

$$VAN = -A + \sum_{t=1}^n \frac{Q_t}{(1+k)^t}$$

Donde:

A = desembolso inicial

Qt = flujo de tesorería en el período t

k = costo de capital

n = vida útil estimada para la inversión

El VAN es la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial, también se puede decir que representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no fundamental realizar la inversión.

TASA INTERNA DE RETORNO

Según OCHOA Guadalupe (2009) (pag. 354)., señala “ **Es la tasa de descuento que hace que el valor presente de las entradas sea igual al valor presente de las salidas, también se puede decir que la TIR, es la tasa que hace que el Valor Presente Neto sea igual a cero”**

Según BACA, Gabriel, (2005), manifiesta: “**La tasa interna de retorno es un método para la evaluación financiera de proyectos que iguala el valor presente de los flujos de caja esperados con la inversión**

inicial. La tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión con pagos (valores negativos) e ingresos (valores positivos) que ocurren en períodos regulares” Matemáticamente se expresa, como la tasa K requerida para que la siguiente expresión sea cero:

FÓRMULA

$$VPF_i = \sum_{j=1}^n \frac{F_j}{(1+K)^j} - F_0 = 0$$

F_0 = Inversión Inicial
 F_j = Flujos netos por período

Según el argumento de los autores se puede decir que la Tasa Interna de Rendimiento determina el rendimiento de una inversión en términos porcentuales, para que el proyecto sea factible esta tasa deberá ser mayor a la tasa de rendimiento medio o ideal.

BENEFICIO COSTO

“Es la relación que se obtiene cuando el valor actual de la corriente de beneficios se divide por el valor actual de la corriente de costos. Se aceptan proyectos con una relación mayor que 1”

Según BACA Gabriel (2010) (pág. 369), nos señala ***“La Razón beneficio costo llamado índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad***

Este parámetro sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos, para lo cual sirve de insumos de ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja.

Si B/C es mayor que 1, es viable el proyecto.

Si B/C es menor que 1, no es viable el proyecto.

Si B/C es igual a 1, significa indiferencia tampoco es aceptable porque equivale a no haber hecho nada.

FÓRMULA

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos } (1+i)^n}{\sum \text{Egresos } (1+i)^n}$$

Dando énfasis a lo señalado anteriormente los evaluadores financieros permiten conocer si el proyecto es factible y en qué tiempo se demorará en recuperar la inversión.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Según Jácome, Walter (2005)(Pág. 83),. dice que: ***“El Período de Recuperación permite conocer en que tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados, es un indicador bastante significativo siempre y cuando existe certidumbre en lo pronosticado, lo cual en la realidad no es muy cierto porque las condiciones económicas son flotantes y cambiantes”.***

Según CORDOVA P. Marcial (2006) (pág. 362), indica ***“También es reconocido como periodo de reembolso, se define como el numero esperado de periodos que se requieren para que se recupere una inversión original. El proceso es muy sencillo, se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto de capital quede por lo menos cubierto”***

Es el tiempo operacional que requiere el proyecto para recuperar el valor nominal del plan de inversiones inicial, reposiciones y ampliaciones previstas. Mientras más alto sea el coeficiente beneficio-costos y menor el período de recuperación se considera apropiado.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Según CHILQUINGA Manuel, (2007) indica ***“Es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde”***.

Según JÁCOME V. Walter (2005) (pág. 162), comenta ***“ El punto de equilibrio del proyecto establece el numero de productos o servicios que requiere el proyecto en su operación del año 1, para no tener ni pérdidas ni ganancias, es un supuesto de carácter lineal que funciona siempre que se cumplan los supuestos que sirvieron para estimar los ingresos y egresos.***

FÓRMULA

El análisis del punto de equilibrio determina el nivel de ventas que deberá generar la empresa para no perder ni ganar, es decir es el

punto donde existe equilibrio, entre ingresos y egresos.

SENSIBILIDAD DEL PROYECTO

Según CÓRDOVA P. Marcial (2006) (pág. 379), comenta “ **Con la ayuda del análisis de sensibilidad, es posible mostrar cómo se modifica la rentabilidad del proyecto bajo diferentes escenarios en los cuales se desenvolverá el mismo en las fases de inversión y operación.**”

Según BACA, Gabriel, (2010) (pág. 191), manifiesta: “**Se denomina al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta (cuan sensible es la TIR) ante cambios en determinadas variables del proyecto**”.

El análisis de sensibilidad de un proyecto indica, los cambios en la rentabilidad, cuando las condiciones externas generan volatilidad en los siguientes aspectos: ventas, precios, inflación, entre otros, este análisis servirá de referencia para minimizar el riesgo de pérdida en las actividades productivas.

RIESGOS

Según BACA, Gabriel, (2010) (pág. 211), dice “ **Determina con precisión cuál es el nivel mínimo de ventas que siempre se debe tener:**”

Según LAURENCE J. Ghman, (2007) (pág. 196), comenta “**Posibilidad de pérdida financiera o en un sentido mas definido el grado de variación de los rendimientos relacionados con una activo específico**”

Comparando los conceptos emitidos por los autores mencionados, el riesgo representa el nivel mínimo de ventas que puede alcanzar una

empresa, esta información ayuda en la toma de decisiones del área financiera y operativo

IMPACTOS

Según JÁCOME, V. Walter (2005) (pág. 171), comenta ***“Los impactos son posibles consecuencias que pueden presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificando y cuantificando, porque permite establecer la posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto.*”**

Tomando como referencia el concepto anterior acerca de impactos, se puede manifestar que es un análisis de los posibles escenarios que pueda originar el proyecto, en los ámbitos socioeconómicos, empresarial, cultural, ambiental, los cuales sirven de base para diseñar planes de contingencia .

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

Es decir permite determinar la posibilidad del éxito o fracaso de un producto a través de la obtención de información de fuentes primarias y secundarias fijando la demanda insatisfecha, tanto en términos potenciales como efectivos teniendo en cuenta la capacidad de la población de acceder al producto y estableciendo la viabilidad de este en el mercado.

Este documento refleja las actuales circunstancias en que se encuentra en la utilización del abono orgánico por los agricultores. Así mismo permitirá conocer y atender la demanda interna del producto y cuantificar sobre ello sus distintos usos y transformación que se viene obteniendo en el mercado local, agropecuario.

Con el objeto de llevar adelante la investigación de mercado de la venta de Abono Orgánico se dará a conocer las características del producto. La falta de cultura en los agricultores en la utilización de Abonos orgánicos no permite obtener productos garantizados en los mercados.

OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

Objetivo General

Realizar un estudio de mercado para la producción y comercialización de abono orgánico a base de los desechos de la caña de azúcar en la parroquia Imbaya.

Objetivos Específicos

- Determinar la demanda de Abono Orgánico por parte de los agricultores de la parroquia de Imbaya
- Establecer la oferta de Abono Orgánico dentro de la zona investigada.
- Identificar los precios del Abono orgánico, que se oferta actualmente.
- Diseñar las estrategias comerciales para incentivar a la compra del producto propuesto.

Variables e indicadores

Demanda

- Tipo de producto
- Cantidad de compra
- Frecuencia de compra
- Lugar de compra
- Descuentos
- Área de cultivo
- Ventaja del producto
- Disponibilidad de compra

Oferta

- Tiempo en la actividad
- Tipo de producto
- Volumen de ventas
- Precio del producto
- Rentabilidad
- Tipo de mercado
- Presentación del producto
- Servicio post venta

Precio

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

Estrategias

- Estrategias de comercialización
- Canales de distribución

Matriz de relación del estudio de mercado

CUADRO No. 17 MATRIZ DE RELACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICA	INFORMANTE
Determinar la demanda de Abono Orgánico por parte de los agricultores de la parroquia de Imbaya	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de producto • Cantidad de compra • Frecuencia de compra • Lugar de compra • Descuentos • Área de cultivo • Ventaja del producto • Disponibilidad de compra 	Primaria	Encuesta	Agricultores de Imbaya
Establecer la oferta de Abono Orgánico dentro de la zona investigada.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo en la actividad • Tipo de producto • Volumen de ventas • Precio del producto • Rentabilidad • Tipo de mercado • Presentación del producto • Servicio post venta 	Primaria	Entrevista Observación directa	Centro de expendio de abono
Identificar los precios del Abono orgánico, que se oferta actualmente.	Precios	<ul style="list-style-type: none"> • Precio de compra • Precio de venta • Determinación del precio 	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevista Observación directa	Agricultores de Imbaya Centro de expendio de abono

Diseñar las estrategias comerciales para incentivar a la compra del producto propuesto	Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de comercialización • Canales de distribución 	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevista Observación directa	Agricultores de Imbaya Centro de expendio de abono
----------------------------------------------------------------------------------------	-------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------	-----------------------------------------------	----------------------------------------------------

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

MECÁNICA OPERATIVA DEL ESTUDIO DE MERCADO

Identificación de la población objeto de estudio

La población a investigar está compuesto por el número de agricultores de la parroquia de Imbaya, siendo 767 personas que se dedica a la agricultura, dato proporcionado por la Junta Parroquial, se ha considerado a este sector como demandantes potenciales del producto (Abono Orgánico), debido a que utilizan en la producción de sus diferentes cultivos .

Como ofertante del producto se ha identificado a un centro de expendio en la parroquia de Imbaya.

Determinación de la muestra.

Considerando que la población objeto de estudio es muy significativa se procedió a obtener una muestra:

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

La fórmula a utilizar es la siguiente:

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

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

σ = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Datos:

N = 767

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(767)}{(0,05)^2 (767 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

e = 5%

n = 256

Después de aplicar la fórmula se obtuvo, que se necesita aplicar a 256 encuestas a los agricultores de la parroquia de Imbaya

Fuentes de información

Información primaria:

- **Encuesta:** La misma que fue aplicada a los agricultores de la parroquia de Imbaya.
- **Entrevista:** Al propietario del centro de expendio de abono de la parroquia de Imbaya.
- **Observación directa:** consistió en visitar personalmente los lugares objeto de análisis.

Información secundaria:

Folletos, revistas de especializadas, internet, libros actualizados, documentos de la junta parroquial

TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

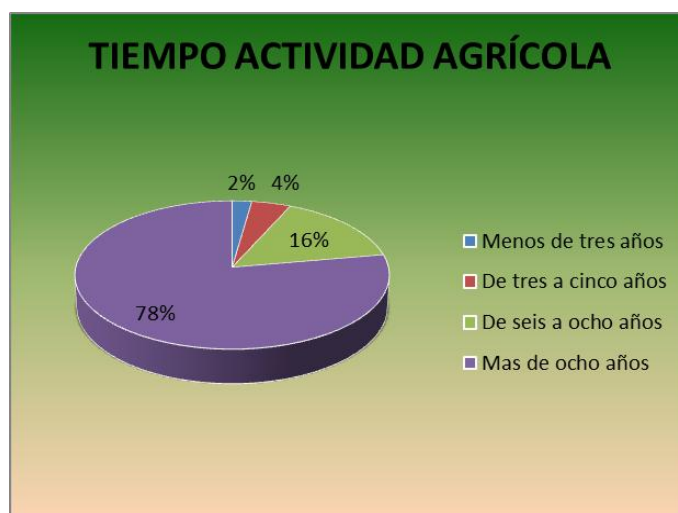
Encuestas a dirigida a las familias que se dedican a la actividad agrícola de la parroquia de Imbaya.

1. ¿CUÁNTO TIEMPO LLEVA EN LA ACTIVIDAD AGRÍCOLA?

CUADRO No.18
TIEMPO DE ACTIVIDAD AGRÍCOLA

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Menos de tres años	5	2
De tres a cinco años	10	4
De seis a ocho años	41	16
Más de ocho años	200	78
TOTAL	256	100

GRAFICO No. 17



Fuentes: Encuestas
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Tomando en consideración con la respuesta nos indica que los agricultores tienen mucha experiencia con la Agricultura de un promedio más de ocho años de experiencia, con lo que se puede dar a conocer que la mayoría de los encuestados viven de esta actividad económica.

2. ¿DE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS, CÚALES CULTIVA USTED?

CUADRO No.19
PRODUCTOS QUE CULTIVA

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Cereales	42	17
Hortalizas	92	36
Legumbres	92	36
Graminias	0	0
Otros	30	12
TOTAL	256	100

GRÁFICO No. 18



Fuentes: Encuestas
106

ANÁLISIS

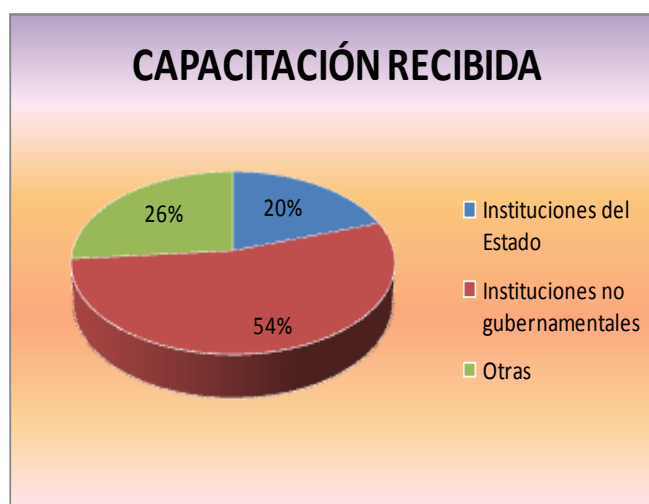
Mediante la tabulación de las encuestas se puede dar a conocer que los agricultores de la parroquia se dedican mayor parte a sembrar productos como son las legumbres y Hortalizas, lo cual resulta que estos productos se comercializa con mayor producción en el mercado.

3. ¿HA RECIBIDO CAPACITACIÓN POR?

**CUADRO No.20
CAPACITACIÓN RECIBIDA**

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Instituciones del Estado	51	20
Instituciones gubernamentales no	136	53
Otras	69	27
TOTAL	256	100

GRÁFICO No. 19



Fuentes: Encuestas
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

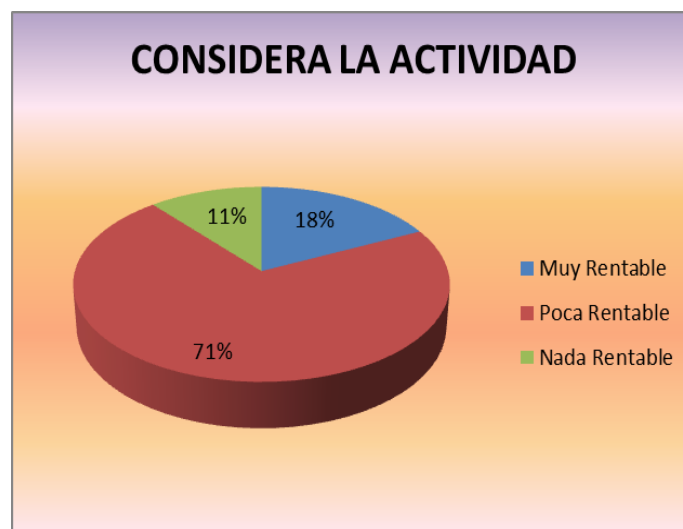
En relación a la pregunta realizada nos indican que los agricultores han recibida capacitación por parte de las instituciones gubernamentales, lo que significa que para realizar la siembra de sus productos cada agricultor está preparado para realizar la siembra y así obtener productos de calidad

4. ¿CÓMO CONSIDERA LA ACTIVIDAD AGRÍCOLA?

CUADRO No. 21
CONSIDERA LA ACTIVIDAD

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Muy Rentable	46	18
Poca Rentable	182	71
Nada Rentable	28	11
TOTAL	256	100

GRÁFICO No. 20



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

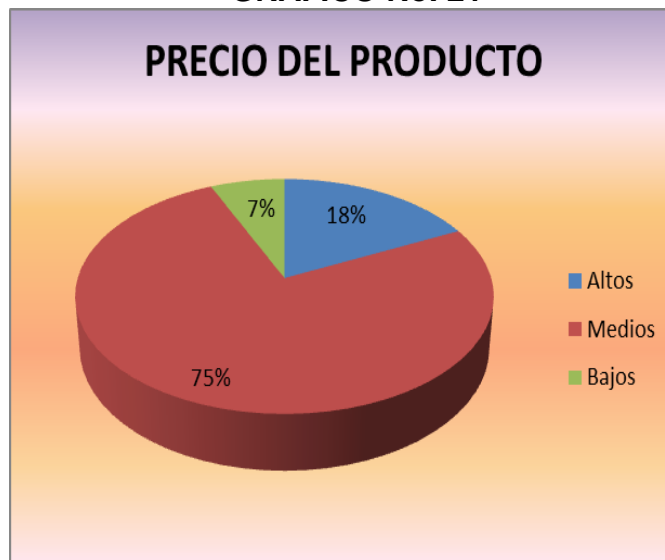
Según los datos estadísticos formulados a todos los agricultores nos indican que la actividad agrícola es poco rentable, dependiendo de las temporadas, de las actividades climáticas ya que esto influye mucho en la actividad.

5. ¿EL PRECIO DE VENTA DE LOS PRODUCTOS CONSIDERA?

CUADRO No.22
PRECIO DEL PRODUCTO

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Altos	46	18
Medios	192	75
Bajos	19	7
TOTAL	256	100

GRÁFICO No. 21



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

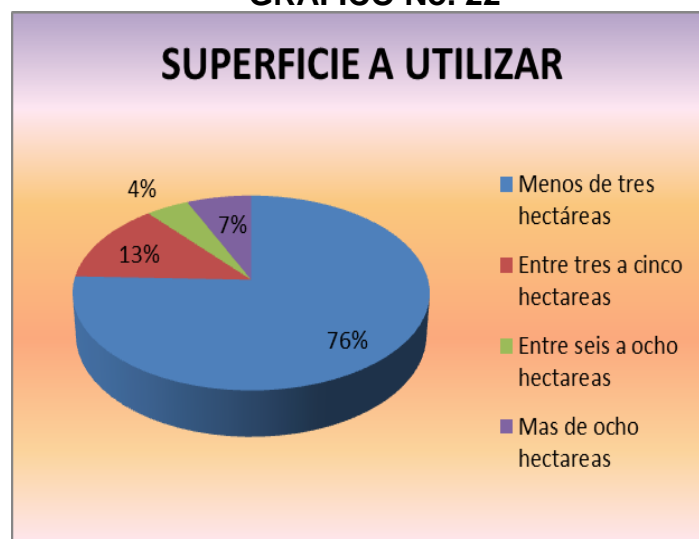
Según la respuesta formulada a todos los agricultores nos indican que el precio del producto que cada agricultor ofrece al mercado los precios son medios, esto depende de la demanda de los productos que existe en el mercado.

6. ¿CUÁL ES LA SUPERFICIE DESTINADA PARA LA ACTIVIDAD AGRÍCOLA?

**CUADRO No.23
SUPERFICIE A UTILIZAR**

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Menos de tres hectáreas	195	76
Entre tres a cinco hectáreas	33	13
Entre seis a ocho hectáreas	10	4
Más de ocho hectáreas	18	7
TOTAL	256	100

GRÁFICO No. 22



Fuentes: Encuestas
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

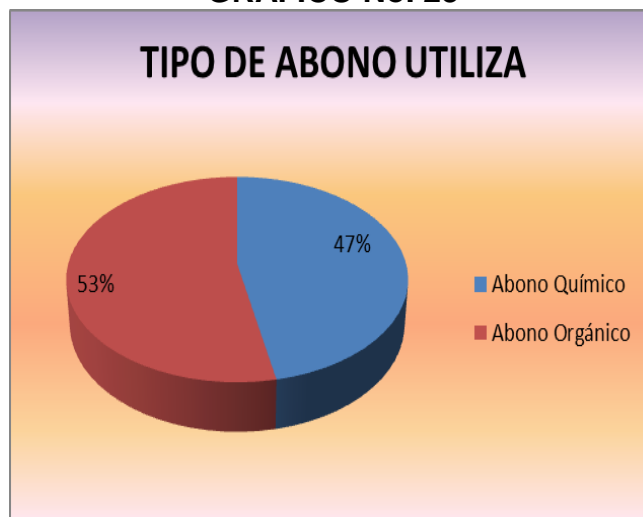
De acuerdo a las encuestas realizadas y los resultados obtenidos, se puede decir que la superficie que utiliza la mayoría de los campesinos de la parroquia es menos de tres hectáreas para dedicar a la siembra de sus productos, ya que nos supieron explicar que no son dueños del terreno y el arriendo es demasiado alto.

7. ¿QUÉ TIPO DE ABONO UTILIZA EN SUS CULTIVOS?

CUADRO No. 24
TIPO DE ABONO UTILIZA

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Abono Químico	120	47
Abono Orgánico	136	53
TOTAL	256	100

GRÁFICO No. 23



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

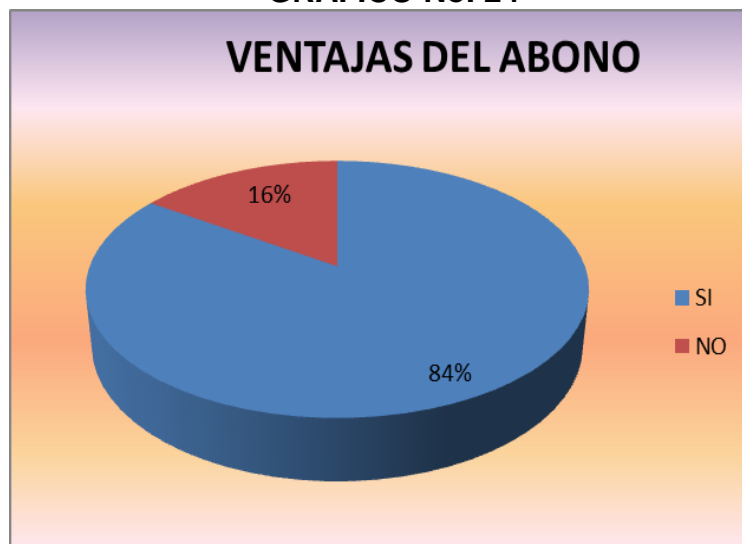
Con relación al tipo de Abono que los agricultores de la Parroquia de Imbaya utilizan se nos informan que la mayoría de las personas utilizan abono orgánico lo que significa que los productores que salen al mercado son productos orgánicos lo cual es muy beneficioso para la salud de cada alimentante.

8. ¿CONOCE LAS VENTAJAS DE UTILIZAR ABONO ORGÁNICO?

CUADRO No. 25
VENTAJAS DEL ABONO

ASPECTO	FRECUENCIA	%
SI	215	84
NO	41	16
TOTAL	256	100

GRÁFICO No. 24



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

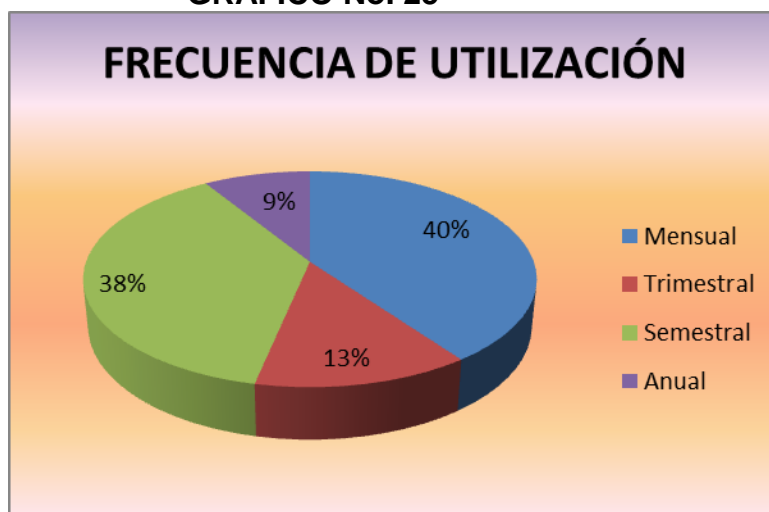
Tomando a consideración la respuesta de los encuestado con respecto a las ventajas del abono orgánico nos indican que al utilizar este tipo de producto ayuda a la planta a desarrollarse es más económico y sano al momento de poner en la tierra, brindado así vitaminas tanto al suelo como al producto.

9. ¿CUÁL ES LA FRECUENCIA DE SU UTILIZACIÓN DE ABONO EN SUS CULTIVOS?

CUADRO No.26
FRECUENCIA DE UTILIZACIÓN

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Mensual	102	40
Trimestral	33	13
Semestral	97	38
Anual	24	9
TOTAL	256	100

GRÁFICO No. 25



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La auto

ANÁLISIS

La frecuencia de utilización de Abono que cada uno de los agricultores utiliza para cubrir sus producciones es mensualmente ya que lo emplean en cada siembra, y mediante este abono obtener productos de calidad, sanos para la salud de cada consumidor.

10. ¿QUÉ CANTIDAD DE ABONO HA UTILIZADO POR HECTÁREA?

CUADRO No. 27
CANTIDAD DE ABONO QUIMICO

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Abono Químico menos de 10	159	62
Entre 10 y 20 q	18	7
Entre 20 y 30 q	56	22
Mas de 30 q	23	9
TOTAL	256	100

GRÁFICO No. 26



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La autora

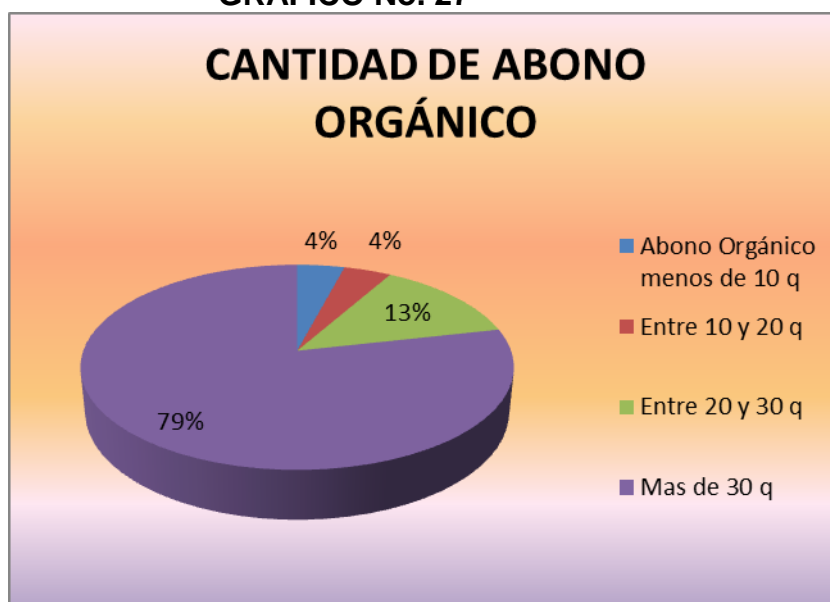
ANÁLISIS

En relación a la pregunta 10 nos explican que la cantidad de Abono Químico que utiliza cada uno de los agricultores para cubrir sus producciones lo obtiene menos de 10 quintales ya que este producto es muy fuerte y su precio es más elevado.

CUADRO No 28
CANTIDAD DE ABONO ORGANICO

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Abono Orgánico menos de 10	10	4
Entre 10 y 20 q	10	4
Entre 20 y 30 q	34	13
Mas de 30 q	202	79
TOTAL	256	100

GRÁFICO No. 27



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

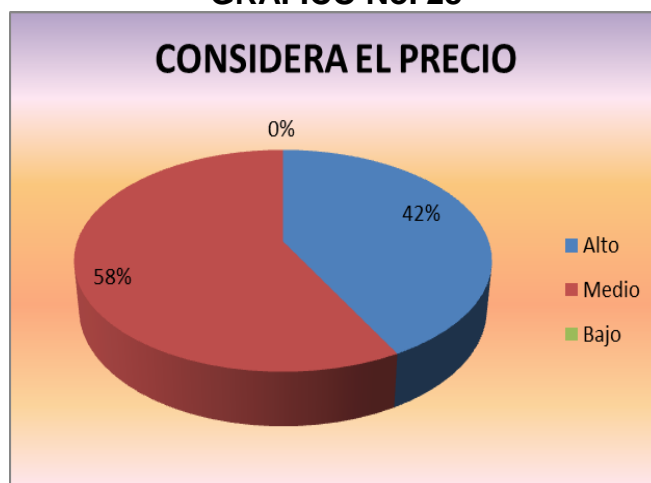
En relación a la pregunta 10 nos explican que la cantidad de Abono Orgánico que utiliza cada uno de los agricultores para realizar sus siembras es de más de 30 quintales ya que este producto es natural, tiene más vitaminas brindando así mayor beneficioso a sus productos.

11. ¿CÓMO CONSIDERA EL PRECIO DEL ABONO?

CUADRO No. 29
PRECIO DE ABONO

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Alto	108	42
Medio	148	58
Bajo	0	0
TOTAL	256	100

GRÁFICO No. 28



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

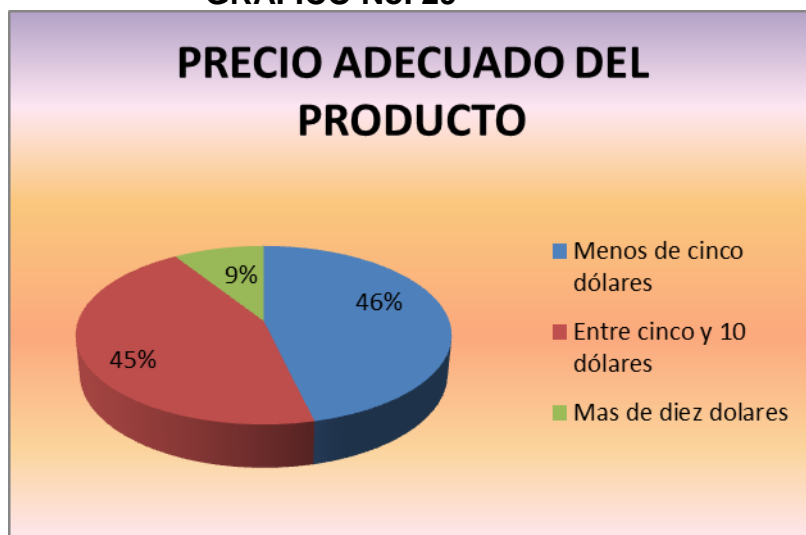
Los precios que consideran para la venta del abono según los agricultores son medios, lo que significa que no son excesivos para la compra de cada agricultor, al momento de invertir en sus productos.

12. ¿QUÉ PRECIO CONSIDERA EL ADECUADO PARA EL ABONO ORGÁNICO?

CUADRO NO. 30
PRECIO ADECUADO DEL ABONO

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Menos de cinco dólares	118	46
Entre cinco y 10 dólares	115	45
Más de diez dólares	23	9
TOTAL	256	100

GRÁFICO No. 29



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

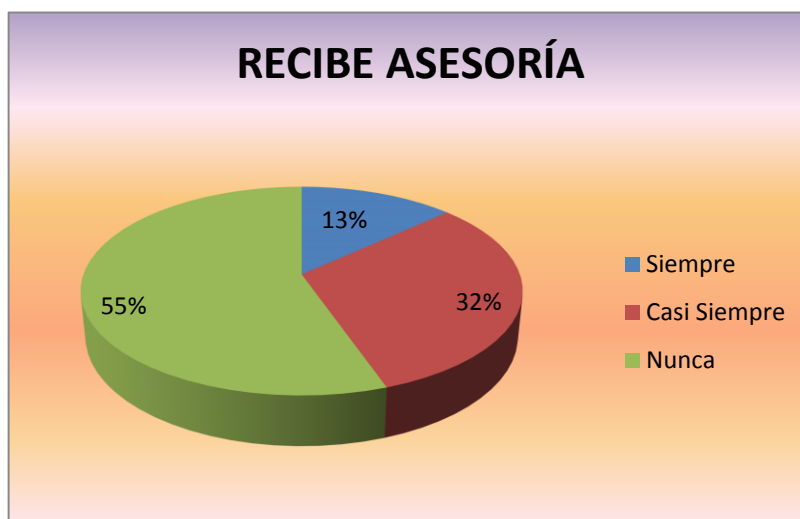
Según la encuesta realizada, se puede apreciar que el precio que consideran adecuado para sacar a la venta este nuevo producto es menos de cinco dólares ya que en el mercado existe variedad de precios, tomando en cuenta también la calidad que existe en el abono

13. ¿RECIBE ASESORÍA PARA UTILIZAR ABONO EN SUS CULTIVOS?

**CUADRO No. 31
RECIBE ASESORÍA**

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Siempre	33	13
Casi Siempre	81	31
Nunca	142	55
TOTAL	256	100

GRÁFICO No. 30



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

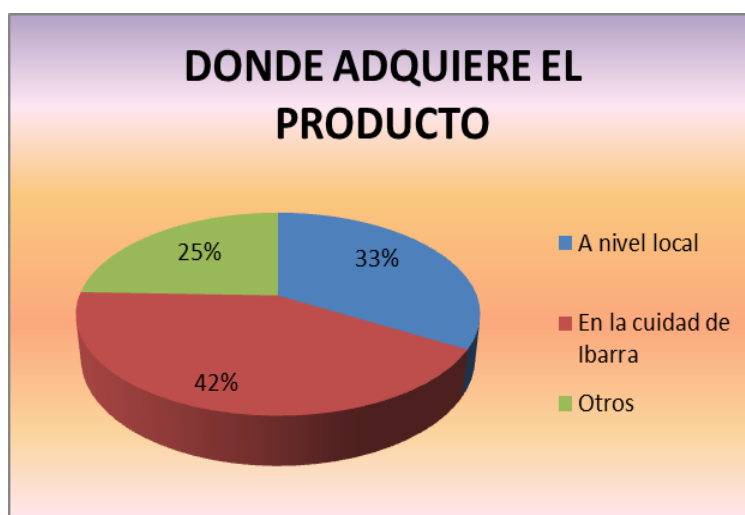
Según el análisis de esta pregunta se puede señalar que la mayoría de los agricultores nunca reciben asesoría al momento de utilizar el abono orgánico, por lo que algunas personas desconocen la cantidad que se utiliza en cada siembra, por lo que cada almacén está en la obligación de brindar la información.

14. ¿DÓNDE ADQUIERE ACTUALMENTE EL ABONO ?

CUADRO No. 32
Donde ADQUIERE EL PRODUCTO

ASPECTO	FRECUENCIA	%
A nivel local	84	33
En la ciudad de Ibarra	108	42
Otros	64	25
TOTAL	256	100

GRÁFICO No. 31



ANÁLISIS

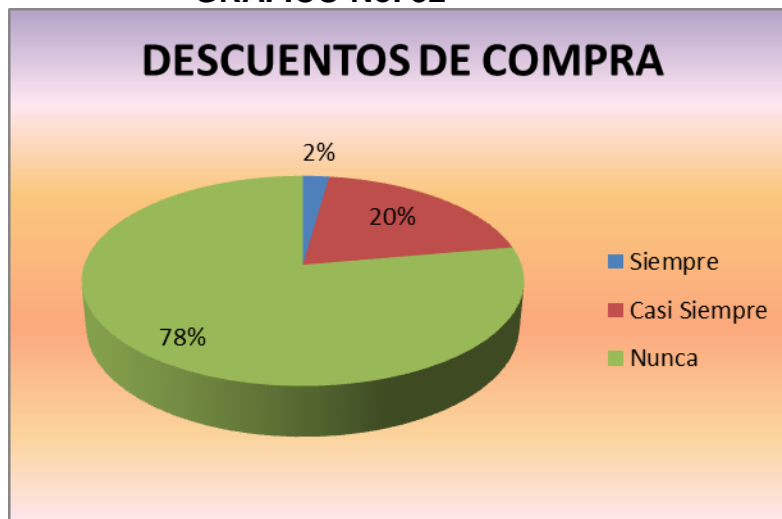
Con respecto a la pregunta 14 la Adquisición del Abono Orgánico los agricultores adquieren su producto en la ciudad de Ibarra ya que es un lugar más apropiado y lo más importante los precios son cómodos al obtener dicho producto.

15. ¿HA RECIBIDO DESCUENTOS POR LA COMPRA DEL ABONO?

CUADRO No. 33
DESCUENTO DE COMPRA

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Siempre	5	2
Casi Siempre	51	20
Nunca	200	78
TOTAL	256	100

GRÁFICO No. 32



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Mediante la información recabada a través de encuestas se puede determinar que los agricultores no reciben mayor descuento al momento de adquirir el abono en cada almacén, por lo que salen perdiendo por que no existen descuentos en compras superiores.

16. ¿ESTARÍA DE ACUERDO EN ADQUIRIR ABONO ORGÁNICO DE BUENA CALIDAD Y A PRECIO CÓMODO?

CUADRO No. 34
DISPONIBILIDAD PARA AQUIRIR EL ABONO ORGANICO

ASPECTO	FRECUENCIA	%
SI	252	98
NO	4	2
TOTAL	256	100,00



Fuente: Encuestas

ANÁLISIS:

Los agricultores de la parroquia están dispuestos en una gran mayoría a adquirir el abono orgánico de calidad y a un bajo precio, porque sería una ventaja muy rentable para el cultivo de sus productos les permitiría sembrar en mayor volumen y obtendrían mejores utilidades, existe una mínima parte que no están de acuerdo en adquirir el abono.

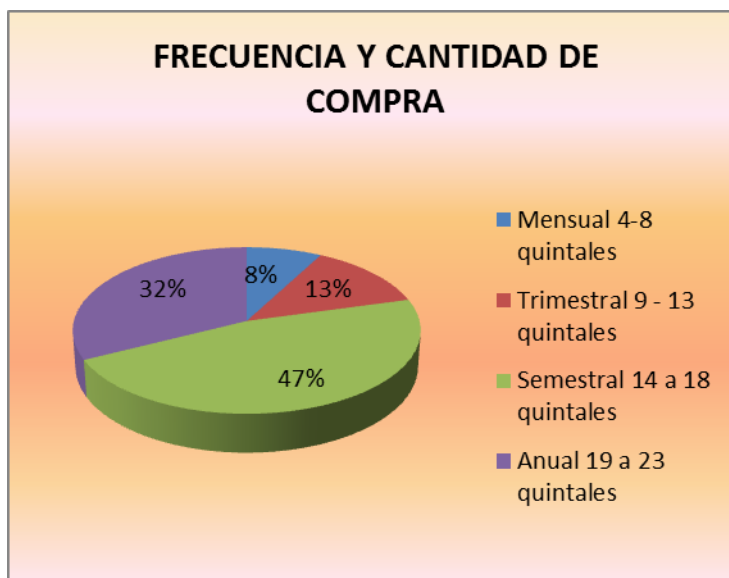
17. ¿CON QUE FRECUENCIA Y EN QUÉ CANTIDAD ESTARÍA DISPUESTO A COMPRAR ABONO ORGÁNICO?

CUADRO No. 35

FRECUENCIA Y CANTIDAD DE COMPRA

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Mensual 4-8 quintales	39	39
Trimestral 9 - 13 quintales	27	27
Semestral 14 a 18 quintales	29	19
Anual 19 a 23 quintales	15	15
TOTAL	256	100

GRÁFICO No.34



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

Las frecuencias que predominan para la compra del abono son semestralmente adquiriendo de 14 a 18 quintales y en forma anual de 19 a 23 quintales, esto se debe a los diferentes periodos de los cultivos ya que en el sector en su mayoría son cultivos de ciclo corto, también se evidencia una alta predisposición en los agricultores en aumentar la cantidad de compra.

RESULTADOS DE LA ENTREVISTA APLICADA AL CENTRO DE EXPENDIO DE ABONO DE LA PARROQUIA IMBAYA.

1. ¿CUÁNTO TIEMPO LLEVA EN LA ACTIVIDAD?

El tiempo que lleva en la venta de estos productos está en un promedio de 3 años iniciaron con miras a lograr alcanzar el máximo nivel de ventas en los productos que ofertan, debido a que tiene gran aceptación por parte de los agricultores.

2. ¿QUÉ TIPO DE ABONO OFERTA USTED?

Actualmente el abono que oferta y que mejor acogida tienen en el mercado es el abono químico y el abono orgánico que es realizado a base de Gallinaza, tienen mayor aceptación por los agricultores de la zona.

3. ¿CUÁL ES EL VOLUMEN DE VENTAS MENSUALES DEL ABONO ORGÁNICO?

El volumen de ventas que se alcanzan mensualmente está en un promedio de 150 a 200 sacos de abono orgánico, porque es muy utilizado por los agricultores que se dedican al cultivo de productos como tomate, pimiento, etc.

4. ¿CUÁL ES EL PRECIO DEL ABONO ORGÁNICO QUE USTED COMERCIALIZA?

Los precios que actualmente se aplican para la venta del abono orgánico son de 5 y 10 dólares, mientras se mantiene la oferta del producto, pero existen ocasiones en que el abono orgánico se escasea es cuando el precio llega a incrementarse.

5. ¿CÓMO CONSIDERA LA ACTIVIDAD DE VENTA DE ABONO ORGÁNICO?

La venta del abono orgánico se ha vuelto muy buena porque actualmente el agricultor tiene preferencia en su utilización, debido a que otros tipos de abonos han incrementado los precios exageradamente.

6. ¿A QUÉ TIPO DE MERCADO ATIENDE USTED?

El mercado que actualmente más se atiende es a los agricultores de Imbaya porque en esa zona es donde más utilizan este tipo de abono, porque cultivan productos que necesitan de los componentes de este tipo de abono.

7. ¿CUÁL ES LA PRESENTACIÓN DEL ABONO ORGÁNICO PARA LA VENTA?

La venta del abono orgánico es realizado en sacos que contienen un peso de 50 kilos su peso es garantizado no requiere de nuevamente volver a pesar porque antes de embodegar se realizan esos procesos.

8. ¿QUE SERVICIOS POST VENTA BRINDA USTED?

Es un servicio adicional que se le ofrece al cliente, este consiste en explicarle al agricultor el proceso de utilización del abono orgánico es decir que cantidad y en qué tiempo debe aplicar el abono al producto.

IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

El abono orgánico es un humus oscuro y rico, producto final de la descomposición natural de las plantas y vegetales en condiciones controladas. La elaboración de abono orgánico es una manera práctica y conveniente de volver a utilizar los desechos del jardín y de la cocina.

Las hojas, los recortes de césped, los restos de frutas y verduras, la cáscara de huevo triturada, las bolsitas de té, las moliendas y los filtros de café son elementos que pueden utilizarse para elaborar abono orgánico y, al mismo tiempo, reducir la cantidad de desechos en los rellenos sanitarios. El abono puede utilizarse para mejorar jardines de flores y huertas, fortalecer el suelo alrededor de árboles y arbustos, y mejorar el suelo de plantas de interior y de maceteros con plantas.

El abono orgánico es el resultado de una compleja estructura alimenticia en la que participan cientos de organismos diferentes, entre ellos bacterias, hongos, gusanos e insectos. Lo que queda después de que estos organismos desintegran los desechos orgánicos es el abono rico que nutre los jardines

Los propietarios a menudo tienen dificultades para deshacerse de las hojas, los recortes de césped y otros desechos del jardín. En muchos estados es ilegal arrojar los desechos del jardín en rellenos sanitarios, y la eliminación de estos desechos en desagües pluviales, lagos, ríos y arroyos obstruye los desagües y contamina el agua. En lugar de arrojar los desechos en rellenos sanitarios y contaminar las vías fluviales locales con estos desechos, los ciudadanos pueden beneficiarse con ellos. La transformación de los desechos orgánicos en abono crea aditivos naturales para el suelo que pueden utilizarse en los jardines y como abono para plantas de interior. Estos son algunos beneficios del uso de abono orgánico:

Mejora la textura del suelo

Mejora la aireación del suelo

Elimina el crecimiento de malezas

Mejora la absorción de agua

COMPOSICIÓN QUÍMICA

**CUADRO No.36
CARACTERÍSTICAS DEL ABONO ORGÁNICO**

ELEMENTOS	CANTIDADES APORTADAS
PH	7.0 - 8.8
MATERIA ORGÁNICA	35.0 – 70.0%
C/N	12.0 - 40.0%
HUMEDAD	40 – 45%
NITROGENO TOTAL	2.0 - 2.6%
FOSFORO P2O5	2.0 – 8.0%
POTASIO (K)	1.5 – 2.5%
CALCIO (Ca)	2.0 – 8.0%
MAGNESIO (Mg)	1.0 – 2.5%
COBRE (Cu)	0.5%
ZINC (Zn)	160.0
MANGANESO(Mn)	500.0%
CARBONO ORGÁNICO	14.0 – 30.0%
SODIO	0.02 %
HIERRO (Fe)	0.02 %
ACIDOS FULVICOS	14.0 – 30.0%
ACIDOS HUMINICOS	3.0 - 4.0%

Fuente: Abonos Orgánicos y Lombricultura
Elaborado por: La Autora

MERCADO META

El mercado meta al cual va dirigido el producto son los agricultores de la Parroquia de Imbaya, cuando la empresa adquiera prestigio, la cobertura será regional, aplicando un adecuado plan de estrategias comerciales.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para el estudio de la demanda se ha tomado en cuenta a los agricultores de la parroquia de Imbaya, mediante una investigación de campo a través de encuestas se cuantificó la demanda de abono orgánico en el sector.

IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL

Con la investigación de campo se determinó que de los 767 agricultores de la parroquia de Imbaya están dispuestos a adquirir el abono orgánico el 98% de agricultores, así lo refleja la pregunta No. 16, como también se determinó la frecuencia y la cantidad de compra en la pregunta. No. 17. A continuación los resultados.

**CUADRO No.37
COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ACTUAL**

TOTAL DE AGRICULTORES	DISPUESTO S A COMPRAR 98%	FRECUE NCIA DE COMPR A EN PERIOD OS	% DE AGRICU LTORES	NUMER O DE AGRICU LTORES	No. CONS UMO AL AÑO	CANTID AD DE QUINTA LES	CONSUMO ANUAL DE ABONO ORGANICO EN QUINTALES
767	752	Mensual	39	293	12	6	21.107
		Trimestr almente	27	203	4	11	8.930
		Semestr almente	19	143	2	16	4.570
		Anualme nte	15	113	1	21	2.368
			100	752			36.974

Fuente: Agricultores de la Parroquia de Imbaya
Elaborado por: La Autora

Proyección de la Demanda

Para proyectar la demanda de abono orgánico se utilizó como base el índice de crecimiento de la superficie por uso del suelo para la actividad agrícola en la provincia de Imbabura, siendo 0,87%. anual dato proporcionado por el MAGAP año 2011. Para dicha proyección de utilizó la siguiente fórmula.

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

Donde:

C_n = Demanda futura

C_o = Demanda inicial

i = Tasa de crecimiento

n = Año proyectado

**CUADRO No.38
PRYECCIÓN DE LA DEMANDA EN QUINTALES**

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA
2013	37.296
2014	37.620
2015	37.948
2016	38.278
2017	38.611

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para cuantificar la oferta se realizó una investigación de campo, a través de entrevista al único centro de comercialización de abono en la parroquia.

IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA ACTUAL

Con los datos proporcionados por el centro a través de la entrevista específicamente de la pregunta No. 6 se ha establecido la cantidad y frecuencia de ventas del abono orgánico, a continuación los resultados.

**CUADRO No. 39
OFERTA ACTUAL DE ABONO ORGÁNICO**

TOTAL DE LOCALES DE COMERCIALIZACIÓN DE ABONO ORGÁNICO	PROMEDIO DE VENTAS MENSUAL DE ABONO ORGÁNICO EN SACOS	FRECUENCIA DE VENTA	TOTAL DE OFERTA DE ABONO ORGÁNICO EN SACOS
1	175	12	2.100

Fuente: Centro de expendio de abono
Elaborado por: La Autora

De ahí que la oferta de abono orgánico a nivel local es de 2100 sacos de 50kilos.

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

La proyección de la oferta se realizó de igual manera con el índice de crecimiento de la superficie por uso del suelo para la actividad agrícola que es el 0,87%, con este factor se calculó la oferta proyectada para el año 2012. (se utilizó este índice considerando que si crece la actividad agrícola aumenta la oferta).

**CUADRO No.40
PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

AÑOS	PROYECCIÓN DE LA OFERTA EN QUINTALES
2013	2.118
2014	2.137
2015	2.155
2016	2.174
2017	2.193

Elaborado por: La Autora

DEMANDA INSATISFECHA

Para obtener la demanda insatisfecha se comparo la demanda y oferta obtenida mediante la investigación de campo. A continuación

los resultados.

**CUADRO No.41
DEMANDA INSATISFECHA**

AÑO	DEMANDA EN QUINTALES	OFERTA EN QUINTALES	DEMANDA INSATISFECHA
2013	37.296	2.118	35.178
2014	37.620	2.137	35.484
2015	37.948	2.155	35.792
2016	38.278	2.174	36.104
2017	38.611	2.193	36.418

Elaborado por: La Autora.

Como se puede observar en el cuadro anterior existe un mercado atractivo para la venta de abono orgánico que puede aprovechar el proyecto, debido a la tendencia de producción orgánica que crece cada día.

DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO

La demanda captar por el proyecto corresponde a establecer el plan de ventas que tendrá, para este pronóstico se tomó en cuenta la existencia significativa de mercado y la capacidad de producción del proyecto, de ahí que para el primer año de funcionamiento se captara el 40% de la demanda insatisfecha del año 2013, porque es una política que la empresa se ha propuesto, y un crecimiento del 5% anualmente aplicando estrategias comerciales para aumentar las ventas.

**CUADRO No.42
PRONÓSTICO DE VENTAS**

AÑOS	PLAN DE VENTAS EN QUINTALES
1	14.071
2	14.775
3	15.513
4	16.289
5	17.103

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS DE PRECIOS

Los precios para el producto será fijado en base a los costos de producción, pero teniendo en cuenta el precio de mercado. Esto se analizara con mayor detalle en el capítulo financiero por no conocer los costos y gastos en que se incurrirá en la producción

El mercado de los abonos orgánicos establece precios variados que oscilan entre los 5 USD hasta los 10 USD, de acuerdo al tipo de abono y la calidad del producto.

DETERMINACIÓN DEL PRECIO

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

$$CFu = \frac{24.608,11}{10553}$$

$$CFu = 2,33$$

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

$$CVu = \frac{26117,55}{10553}$$

$$CVu = 2,47$$

$$PRECIO = CFu + CVu + 17\%CTu$$

$$PRECIO = 2,33 + 2,47 + 17\%CTu$$

$$PRECIO = 2,33 + 2,47 + 17\%(4,81)$$

$$PRECIO = 2,33 + 2,47 + 0,80$$

$$PRECIO = 5,6 \text{ dólares}$$

El precio por cada quintal de abono será 5,6 dólares

PROYECCIÓN DE INGRESOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio	5,60	5,90	6,22	6,56	6,91

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

ESTRATEGIAS COMERCIALES

Para introducir y posicionar el producto en el mercado se va a utilizar las siguientes estrategias:

Estrategia del Producto

La estrategia del producto constará en los siguientes puntos:

- **Nombre del producto:**Organic Fértil
- **Slogan:** ¡La naturaleza esta en tus manos utiliza productos orgánicos!
- **Cantidad:** 50 Kg.
- **Especificaciones:**

Mejorar la fertilidad biológica del mismo.

Mejorar su textura.

Incrementa la infiltración del agua.

Se retiene más la humedad, provocando un menor uso del agua de riego.

Se mejoran los rendimientos de los productos.

Mantiene microorganismos que sintetizan los nutrientes, y las plantas lo toman al ritmo de sus necesidades.

Su equilibrado contenido en nutrientes, mejora la fertilidad del suelo.

Su alto contenido en Calcio (3 %) y su pH (7), ayudan a corregir la acidez de los suelos.

Mejora la estructura y esponjosidad de los suelos, favoreciendo su aireación y drenaje.

Especialmente recomendado para tierras desgastadas por el uso continuado de abonos químicos, ya que la reducción continua de Materia Orgánica en el suelo, es uno de los principales problemas de las tierras agrícolas a corto-medio

plazo

Ofrece productos más sanas y de calidad mejorando la calidad de vida de los consumidores

- **Logotipo:**

ILUSTRACIÓN N° 1



Elaborado por: La autora

- **Contenido:**

CUADRO NRO 43 CONTENIDO

INGREDIENTES:	
Nitrógeno	2.6%
Fósforo	8%
Potasio	2.5%
Calcio	8%
Magnesio	2.5%
Carbono Orgánico	30%
Humedad	45%

Elaborado por: La autora

El producto terminado sería:

ILUSTRACIÓN N° 2 DISEÑO DEL EMPAQUE



Elaborado por: La autora

ESTRATEGIA DEL PRECIO

- Nuestros precios serán de bajo costo con el fin de atraer la mayor cantidad de compradores posibles y así lograr una importante establecernos en el mercado.
- Se establecerán precios competitivos, además el valor del producto será menor para mayoristas.
- Fijación de precios de descuento y complemento, es decir recompensar a los clientes por ciertas respuestas, como pagar

anticipadamente el producto, comprar por cantidades o fuera de temporada.

- Reduciremos precios por debajo de los de la competencia para, de ese modo, bloquearla y ganar participación en el mercado.
- Fijación de precios de entrega por zonas, el mercado se dividirá en zonas geográficas y dentro de cada una de ellas se establece un precio de entrega uniforme.

ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

Publicidad:

- Realizar publicidad por medios de comunicación que tengan aceptación en el sector campesino y agricultores, para incentivar la compra de abono orgánico.
- Hacer conocer a nuestro alrededor los beneficios y ventajas que tiene el abono orgánico al momento de poner en sus suelos y sus productos.
- Elaborar trípticos y hojas volantes con características y beneficios del producto.
- Resaltar la presencia de la marca, aumentando la cantidad y frecuencia de campañas publicitarias.

Promoción:

- Se establecerán promociones en las ventas e Incentivos de corto plazo para alentar las compras o ventas del abono orgánico

- Se establecerán descuentos por pronto pago, lo que quiere decir que al otorgar crédito por la compra del abono orgánico, si éste es cancelado antes de la fecha acordada recibe el respectivo descuento monetario.
- Promoción por el volumen de compra, donde el agricultor se beneficia en la reducción de precio, es decir obsequiar regalos por la compra de nuestro producto.
- Participar en ferias organizadas por las diferentes instituciones para hacer conocer nuestro producto y conversar con los agricultores la importancia del Abono Orgánico.

ESTRATEGIA DE PLAZA

- Ofrecer nuestros productos vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos, vistas a domicilio y especialmente visitas a su lugar de trabajo (haciendas, Terrenos, etc)
- Hacer uso de intermediarios y, de ese modo, lograr una mayor cobertura de nuestro producto, o aumentar nuestros puntos de ventas.
- Ubicar nuestros productos solamente en los puntos de ventas que sean convenientes para el tipo de producto que vendemos (estrategia de distribución selectiva).

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Una vez efectuado el estudio de las variables, demanda, oferta, precios y comercialización, se ha llegado a las siguientes

conclusiones.

- Mediante la investigación de campo efectuada a los agricultores de la parroquia de Imbaya se pudo determinar que existe gran expectativa por adquirir el abono orgánico, debido a que la agricultura orgánica cada vez crece.
- La competencia que tendrá el proyecto es muy mínima, ya que existe a nivel local un productor de abono orgánico de diferentes características al propuesto por el proyecto, es por tal motivo que los agricultores optan por adquirir el abono orgánico en otras lugares.
- El precio del abono actualmente se encuentra en un promedio de 5 a 10 dólares, el precio varía porque depende de aspectos como: calidad del producto, presentación, origen del producto, por tanto se puede decir que el precio no es estandarizado.
- El diseño de las estrategias de comercialización están encaminadas a incentivar el consumo del abono orgánico por parte de agricultores, para de esta manera generar hábitos de consumo y por ende ingresos para el proyecto.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE TÉCNICO

La localización del presente proyecto es muy importante ya que de éste depende el éxito o el fracaso, para lo cual es necesario analizar los aspectos económicos, estratégicos, económicos e institucionales que determinen la adecuada localización y maximizar la rentabilidad del proyecto. Llegar a determinar el sitio donde se instalará el punto de comercialización, para lo cual se toma en cuenta los factores más relevantes, vías de acceso, disponibilidad de terrenos comunitarios, disponibilidad de agua de riego o potable, factores ambientales

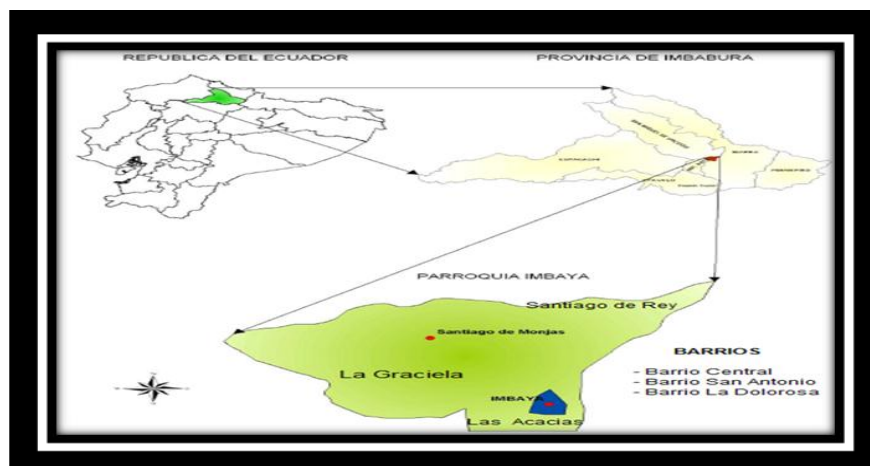
LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

Macrolización

El proyecto estará localizado en la Provincia de Imbabura, cantón Antonio Ante, parroquia rural Imbaya, barrio central, situado nordeste de la provincia, su extensión territorial es aproximadamente 1350

ILUSTRACIÓN No.3

CROQUIS DE LA PARROQUIA DE IMBAYA



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

Microlización

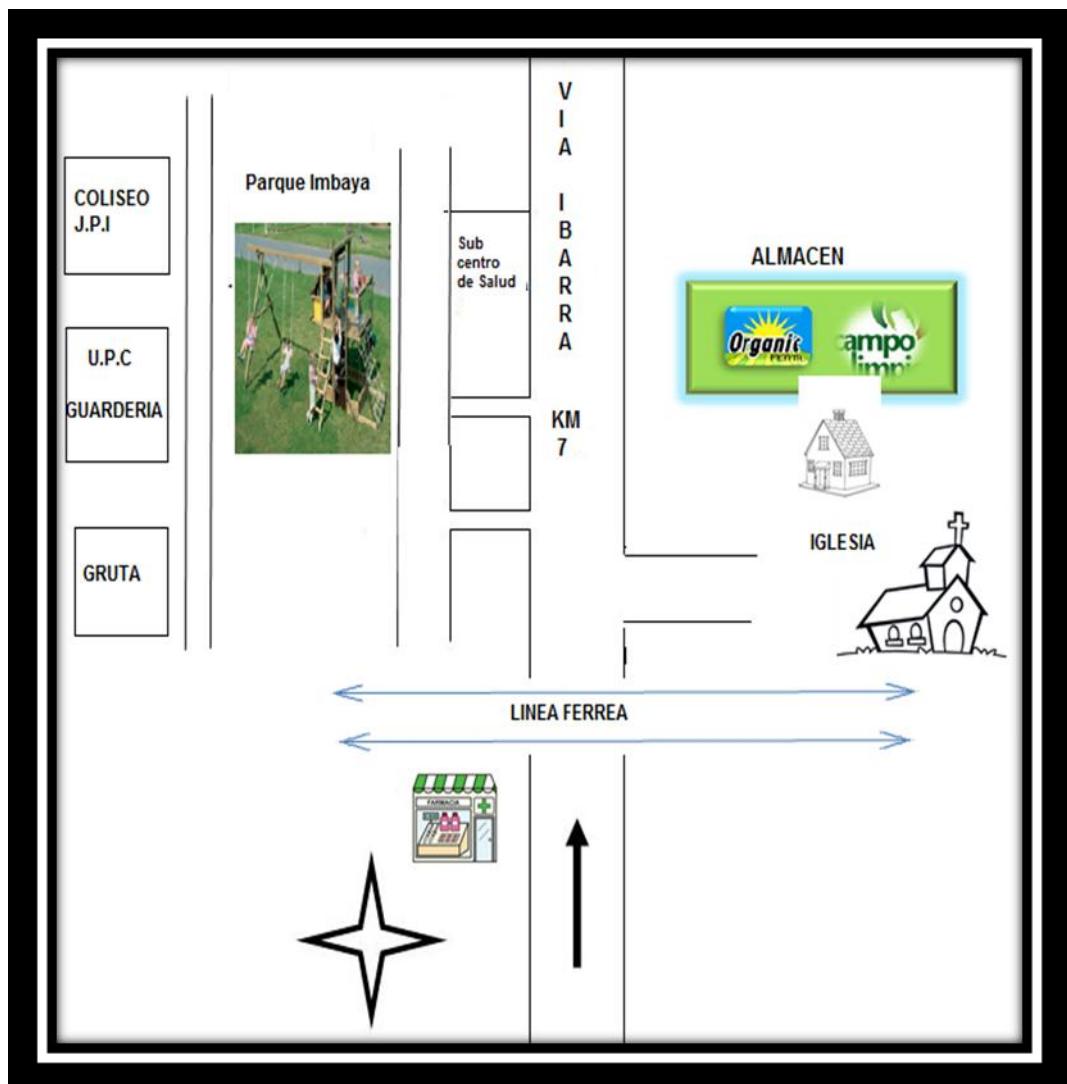
El proyecto estará ubicado en la

Parroquia: Imbaya

Barrio: Central

Calles: Antonio Ante

ILUSTRACIÓN No.4 CRÓQUIS DE LA UBICACIÓN DEL PROYECTO



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

Se ha escogido este lugar porque cuenta con un clima agradable, gente amable, y lo más fundamental con servicios básicos como

son: agua potable, luz eléctrica servicio telefónico, vías de acceso en buen estado, lo cual optimiza los costos de transporte, posee mano de obra directa e indirecta, de igual manera los costos de la tierra son demasiados accesibles para quien desea residir en esta zona, lugar bastante concurrido por los agricultores.

TAMAÑO DEL PROYECTO

Factores que determinan el tamaño del proyecto:

- **Existencia de Mercado**

Realizado el estudio de mercado se confirmó que existe una demanda insatisfecha que puede cubrir el proyecto.

CUADRO No.44
MERCADO POTENCIAL PARA EL PROYETO

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA EN QUINTALES
2013	35.178
2014	35.484
2015	35.792
2016	36.104
2017	36.418

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La autora

- **Materia Prima e Insumos**

La existencia de Materia Prima según el Censo agropecuario del año 2000, nos da a conocer que el total de hectáreas actuales en toda la zona es de 5 000, de los cuales se distribuyen en 4.048 hectáreas,

son destinadas a IANCEM, y 952 para otros usos como son Alcohol y Panela.

- **Talento Humano**

De acuerdo al diagrama y al tamaño del proyecto, es necesario determinar el número de personas que el proyecto necesitara para su adecuado funcionamiento: el personal requerido lo detallamos a continuación.

**CUADRO No.45
PERSONAL**

CARGO	NRO.
Gerente	1
Contador	1
Atención al cliente	1
Bodeguero	1
Vendedor	1
Trabajadores	3
TOTAL	8

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

- **Capacidad del Proyecto**

La capacidad del proyecto está definida por capacidad de producción y administrativa y la existencia de mercado, es decir, que para el primer año de funcionamiento se cubrirá el 40% de la demanda insatisfecha del año 2013, con un crecimiento del 5% anual aplicando estrategias comerciales para aumentar las ventas.

**CUADRO No.46
PRONÓSTICO DE VENTAS**

AÑOS	PLAN DE VENTAS EN QUINTALES
1	14.071
2	14.775
3	15.513
4	16.289
5	17.103

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES

**Cuadro No. 47
DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES**

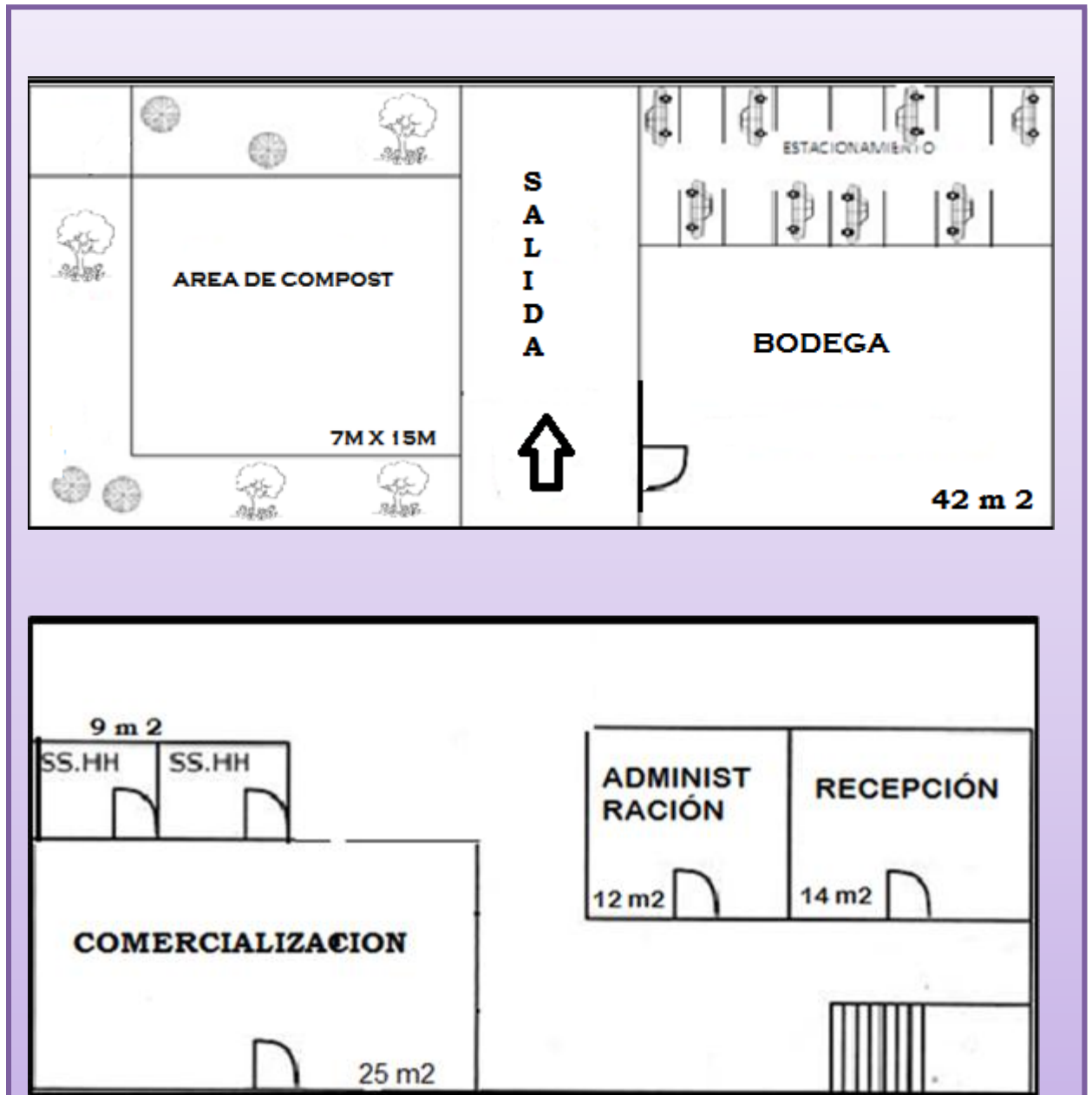
Área	M2
Administración	12 m2
Recepción	14 m2
Comercialización	25 m2
Área Compost	7 x 15 m2
Bodega	42 m2
Cuarto de Herramientas	16 m2
Baños	9 m2

Fuente: Investigación de investigación
Elaborado por: La Autora

DISEÑO DE LAS INSTALACIONES

ILUSTRACION NO. 5

DISEÑO DE INSTALACIONES



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN

PREPARACIÓN DEL LUGAR

Al momento de elegir la ubicación de la abonera, es preferible que sea cerca de la parcela donde se va a aplicar posteriormente y/o de donde se extraerán los materiales, para facilitar el manejo. Es recomendable techar el lugar para evitar el contacto directo del sol y la lluvia sobre la(s) pila(s) de compost. De la misma manera, se recomienda hacer zanjas de drenaje alrededor del sitio para evitar que haya arrastre cuando llueva.



MEZCLA DE INSUMOS

Una vez que se ha determinado la cantidad necesaria a fabricar y se tienen todos los ingredientes necesarios, se escoge un lugar protegido del sol y lluvia, cerca de una toma de agua.. Asimismo, se debe trabajar sobre un terreno plano de tierra firme o en cementado. Por lo que es necesario mezclar fuentes de nitrógeno con fuentes de carbono, aportando así dos elementos que los microorganismos

necesitan de manera especial, el primero para la formación de proteínas y el segundo como fuente de energía. Todos los materiales a utilizarse se deben picar lo más finamente posible, con el fin de acelerar la composición.



CONTROL DE MEZCLA

La abonera debe removerse cada cierto tiempo, fundamentalmente para mejorar la aireación, mezclar los materiales y regular la temperatura. Una vez mezclada, se extiende hasta que quede de una altura de 50 cm de máximo. En lugares muy fríos se recomienda inicialmente dejarlo bien alto para permitir que la fermentación se acelere. Se cubre con costales o lona. es necesario hacer evaluación frecuente de la temperatura, preferiblemente a diario. Si se encuentra que ha aumentado demasiado, se debe hacer una remoción, facilitando así la entrada de aire. Si paralelamente ha ocurrido una reducción de la humedad a niveles muy bajos, entonces se procede a mojar hasta lograr un nivel apropiado.

VERIFICACIÓN DEL ESTADO

Transcurridos el tiempo necesario es decir aproximadamente 5 a 6 semanas el compost tendrá un color homogéneo, oscuro; todos los materiales estarán descompuestos, como la tierra de montaña; queda seco con un aspecto de polvo arenoso y consistencia suelta.

El volumen se habrá reducido aproximadamente a la mitad del inicial.



CULMINACIÓN DEL PROCESO

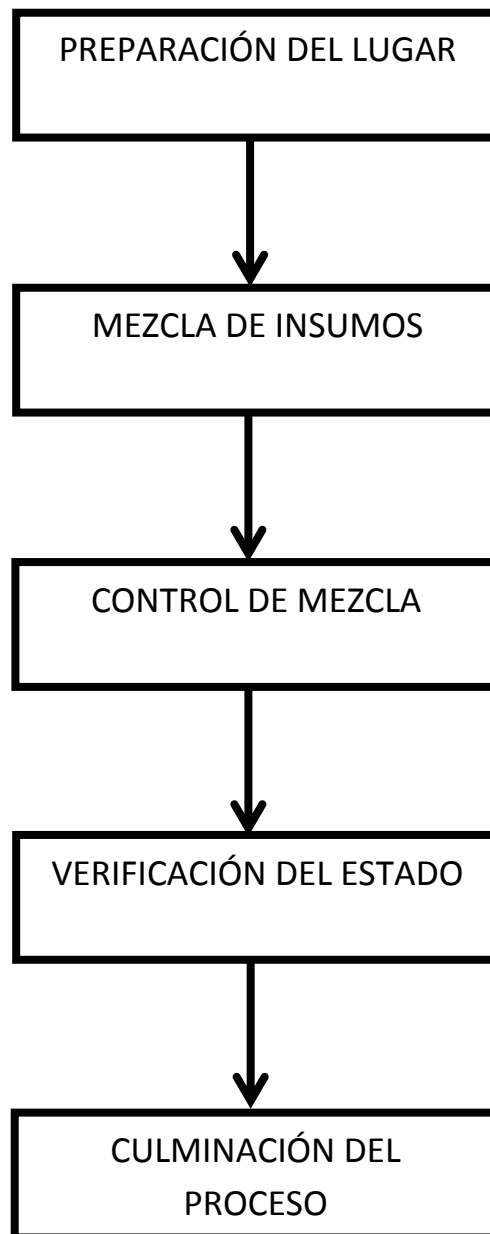
El abono orgánico fermentado ya ha logrado su maduración y su temperatura ambiente, y se procede a almacenar en sacos que tenga aireación para poder sacar el producto a la comercialización.



DIAGRAMA DE BLOQUE DE PRODUCCIÓN

ILUSTRACION NO. 6

DIAGRAMA DE BLOQUE



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

PRESUPUESTO DE INVERSIONES

Inversión Fija

Requerimiento de terreno

Se adquirirá un terreno de 250 m² donde se construirá la infraestructura para iniciar las actividades.

**CUADRO No.48
REQUERIMIENTO DE TERRENO**

DESCRIPCIÓN	m ²	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	250	8,00	2.000,00
TOTAL			2.000,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Requerimiento de infraestructura

**CUADRO No.49
REQUERIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA**

DESCRIPCIÓN	m ²	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Infraestructura	150	85	12.750,00
TOTAL			12.750,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Requerimiento vehículo

Se requiere comprar un vehículo para la comercialización del

producto final y el traslado de la materia prima, este vehículo será de segunda mano.

**CUADRO No. 50
REQUERIMIENTO VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vehículo	1	9.500,00	9.500,00
TOTAL			9.500,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Requerimiento de herramientas

**CUADRO No.51
REQUERIMIENTO HERRAMIENTAS**

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Bomba de fumigar	1	180,00	180,00
Cosedora	1	145,00	145,00
Báscula	1	150,00	150,00
Carretillas	2	90,00	180,00
Tanques plásticos	2	20,00	40,00
Palas puntudas	5	15,00	75,00
Palas cuadradas	2	12,00	24,00
Azadones	2	12,00	24,00
Trinches	6	15,00	90,00
Rastrillos pequeños	2	6,00	12,00
Rastrillos grandes	3	8,00	24,00
Machetes	1	7,00	7,00
Zarandas pequeñas	2	15,00	30,00
Zarandas medianas	1	20,00	20,00
Zaranda grande	1	25,00	25,00
Manguera (agua) en metros	250	1,10	275,00
Barras	2	22,00	44,00
Martillos	1	8,50	8,50
TOTAL			1.353,50

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Requerimiento de equipo de computación

**CUADRO No.52
REQUERIMIENTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadoras	2	800,00	1.600,00
Impresora multifunción	1	150,00	150,00
TOTAL			1.750,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Requerimiento de equipo de oficina

**CUADRO No.53
REQUERIMIENTO DE EQUIPO DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono	1	90,00	90,00
Calculadora	2	25,00	50,00
TOTAL			140,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Requerimiento de muebles y enseres

**CUADRO No.54
REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES**

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio grande	1	260,00	260,00
Escritorio pequeño	1	170,00	170,00
Archivadores	2	90,00	180,00
TOTAL			610,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Resumen de activos fijos

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

DESCRIPCIÓN	VALOR
Terreno	2.000,00
Infraestructura	12.750,00
Vehículo	9.500,00
Herramientas	1.353,50
Equipo de computación	1.750,00
Equipo de oficina	140,00
Muebles y enseres	610,00
Imprevistos 2%	562,07
TOTAL	28.665,57

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Inversión Variable o Capital de Trabajo

Se encuentra presupuestado para 1 mes

COSTOS DE PRODUCCIÓN

**CUADRO No.57
MATERIA PRIMA**

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materia prima	1.465,73	17.588,75
TOTAL		17.588,75

CUADRO No.58

MANO DE OBRA

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mano de obra	1.704,58	10.227,49
TOTAL		10.227,49

CUADRO No.59 INSUMOS PARA COMPOSTERA

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Aditamentos para compost	40,00	480,00
Microorganismos	45,00	540,00
TOTAL		1.020,00

CUADRO No.60 MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materiales para la producción	42,28	507,40
TOTAL		507,40

CUADRO No.61 EMPAQUE

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Empaques	60,97	731,69
TOTAL		731,69

CUADRO No.62 MANTENIMIENTO HERRAMIENTAS

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

GASTOS ADMINISTRATIVOS

CUADRO No.63

SUELDOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldos administrativos	1.432,05	17.184,62
TOTAL		17.184,62

CUADRO No.64 SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	36,00	432,00
Luz	30,00	360,00
Teléfono	25,00	300,00
TOTAL		1.092,00

CUADRO No.65 SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Suministros de oficina	10,07	120,86
TOTAL		120,86

CUADRO No.66 MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

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

GASTOS DE VENTAS

CUADRO No.67 SUELDOS EN VENTAS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldos en ventas	407,47	4.889,64
TOTAL		4.889,64

CUADRO No.68 PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Radio	120,00	1.440,00

Trípticos	40,00	480,00
TOTAL		1.920,00

**CUADRO No.69
COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Combustible Vehículo	150,00	1.800,00
Mantenimiento Vehículo	35,00	420,00
TOTAL		2.220,00

**CUADRO No.70
CAPITAL DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN	VALOR
COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Materia prima	1.465,73
Mano de obra	1.704,58
Insumos para compostera	85,00
Materiales para la producción	42,28
Empaque	60,97
Mantenimiento herramientas	15,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Sueldos administrativos	1.432,05
Servicios básicos	91,00
Suministros de oficina	10,07
Mantenimiento Computación	15,00
GASTOS DE VENTAS	
Sueldos en ventas	407,47
Publicidad	160,00
Combustible y mantenimiento vehículo	185,00
SUBTOTAL	5.674,16
Imprevistos 2%	113,48
TOTAL	5.787,65

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO V

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

ASPECTOS ESTRATÉGICOS

NOMBRE DE LA PEQUEÑA EMPRESA

Se llamara ORGANICFERTIL, porque será un producto orgánico, que ayudara a mejorar la calidad y fertilidad del suelo y a la vez obtener productos sanos y de calidad

MISIÓN

La misión de ORGANICFERTIL, será producir y comercializar abono orgánico, que no contamine el ambiente y no degrade la textura de los suelos, y estén aptos para el cultivo de diferentes productos agrícolas para el consumo diario.

VISIÓN

Constituirse en el 2015 en una pequeña empresa líder de producción y comercialización de Abono Orgánico, que permita mejorar la producción agrícola y la salud de los habitantes de la Provincia de Imbabura y la región norte del país.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Suministrar un adecuado sistema de capacitación y motivación para todo el recurso humano que preste sus servicios en la pequeña empresa.
- Alcanzar un alto nivel de comercialización y producción en el cantón Antonio Ante.

- Adquirir un alto nivel de eficiencia y eficacia en el momento de entrega del producto.
- Proporcionar un excelente clima laboral que ayude a cumplir los objetivos propuestos.

POLÍTICAS DE LA PEQUEÑA EMPRESA

- El cliente es lo más importante para nosotros.
- Brindar confianza, profesionalismo y seguridad al cliente.
- Mantener un programa de capacitación personal, administrativo, de producción y de comercialización.
- La atención al cliente debe ser oportuna y ágil, para ahorrarle esfuerzo y tiempo.
- Realizar reuniones con los empleados para evaluar su desempeño y conocer sus necesidades.
- Armonía dentro de la organización y dar cumplimiento con todas las disposiciones técnicas y legales.
- Capacitación y entrenamiento continuo al personal de la pequeña empresa.

PRINCIPIOS Y VALORES

- Se trabajará con ética y responsabilidad
- Todos los procesos se realizarán con honestidad tanto en lo económico, técnico y legal.
- Entre una de nuestras prioridades es brindar un producto de calidad.
- El desarrollo humano contará con la consideración necesaria.
- Compromiso con la organización para mantenerla estable dentro del mercado.

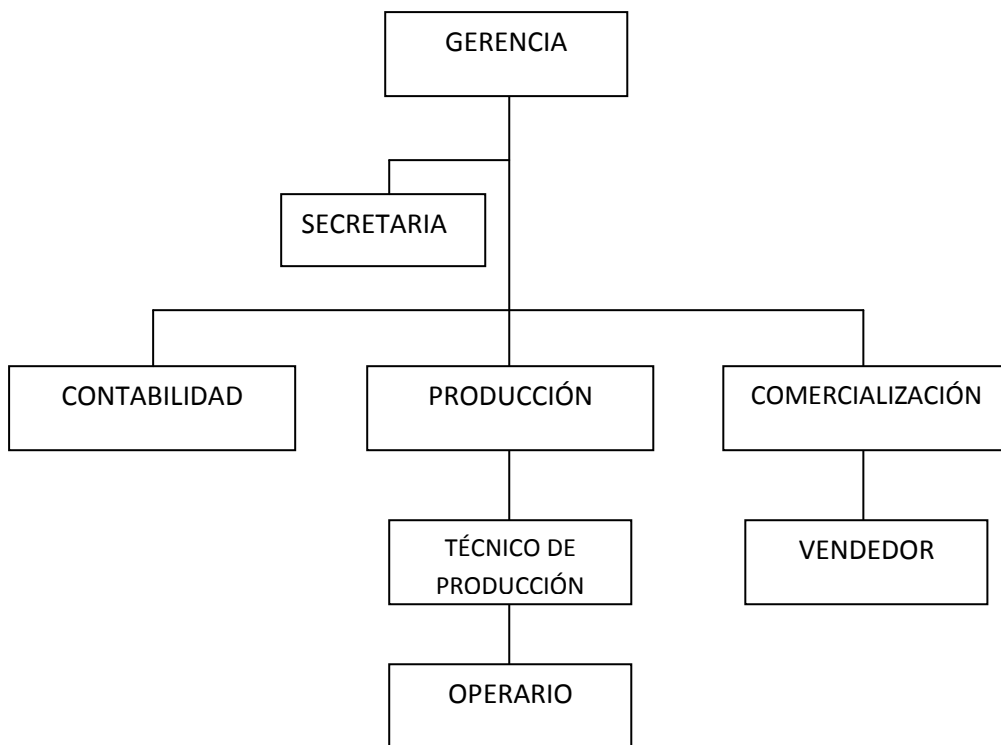
- El servicio será personalizado ya que cada uno de los empleados estará pendiente de las necesidades que tenga cada cliente.
- Mantener una responsabilidad social con la Parroquia.

ASPECTOS ORGANIZACIONALES

Organigrama Estructural

ILUSTRACION N° 7

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Fuente: Investigación
Elaborado por : La Autora

IDENTIFICACIÓN DE PUESTOS Y FUNCIONES

GERENTE GENERAL

Dirigirá y supervisara todas las actividades de la empresa, ejecutara las políticas y resoluciones de la junta general de accionistas, coordinara y controlara el funcionamiento de las dependencias de la misma, de acuerdo a las leyes, políticas y reglamentos.

Funciones:

- Elaborar y presentar informes periódicos de todas las actividades realizadas por la pequeña empresa
- Relacionarse con los distribuidores de la materia prima base, comerciantes y empleados en general que estén a su mando.
- Administrar dirigir planificar y controlar el adecuado funcionamiento de la empresa.
- Supervisar el cumplimiento del trabajo.
- Determinar sueldos y salarios del personal.
- Tomar decisiones en todas las áreas de su competencia
- Coordinar y participar en todos los procesos
- Determinar las cantidades necesarias para la adquisición de materiales, costos de producción y ventas.

Requisitos:

- Los aspirantes deberán tener estudios superiores de Administración de Empresas, Contabilidad, o Marketing.
- Sean personas responsables y afán de liderar todas las relaciones que se le designen.
- Capacidad de negociación y palabra de convencimiento su

experiencia en este caso será de extrema importancia

- Disponibilidad de tiempo completo e inmediato.

CONTABILIDAD

Será responsable de la aplicación del sistema contable y de la secretaria de la empresa, elaborar e informar de los estados financieros.

Funciones:

- Registrar las transacciones diarias (compras y ventas).
- Elaboración de balances financieros.
- Elaboración de impuestos.
- Elaboración peroles de pagos y todos los registros de personal ante el Instituto de Seguridad Social.
- Llevar la contabilidad de forma ordenada y eficaz.
- Funciones que la gerencia ordene.

Requisitos:

- Experiencia no necesaria, ganas de superación en la rama encomendada.
- Estudios en contabilidad superior y auditoria.
- Ser contador público acreditado CPA
- Buena presencia y don de gente.
- Buenas relaciones interpersonales

TÉCNICO AGROPECUARIO

Funciones:

- Elaborar el plan de trabajo de las actividades de su competencia.
- Supervisar y/o ejecutar actividades relacionadas con la promoción de actividades agropecuarias y agroindustriales.
- Participar en la identificación de proyectos productivos prioritarios de interés para la inversión privada.
- Coordinar acciones que permitan lograr el diagnóstico agrario en su jurisdicción.
- Plantear procedimientos de carácter interno que permitan relacionar las actividades económicas y de infraestructura en el marco de la normatividad vigente.
- Propiciar el desarrollo de programas y proyectos agrarios.
- Coordinar con los entes responsables en la organización de ferias agropecuarias y artesanales.
- Mantener actualizado la base de datos de la actividad agraria.
- Las demás funciones que le asignen.

Requisitos:

- Técnico Superior Universitario en Agropecuaria o carrera afín
- Un (1) año de experiencia progresiva, de carácter operativo y supervisorio en el área de desarrollo de proyectos agropecuarios.
- Destrezas en el manejo de equipos e instrumentos de laboratorio.

OPERARIO

Funciones:

- Cumplir con el horario asignado.
- Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato

(Gerente).

- Informar al Gerente o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente.
- Participar en las reuniones de personal cuando considere necesario su presencia.
- Responder por los implementos de trabajo asignados.
- Comunicar cualquier daño encontrado en alguno de los sitios de trabajo.
- Velar por el orden y aseo del lugar.
- Llevar al día los registros requeridos para el control de la producción.
- Dentro de las funciones a realizar se encuentran: Recepción y compra de materias primas, pesajes, bodegajes, transportes (materias primas, insumos y productos terminados), manejo de los equipos, máquinas y herramientas de la empresa, limpieza de desperdicios, entrega de productos terminados, cargas y descargas, despacho de ordenes, revisión del estado de los equipos y maquinas, demás funciones delegadas por el jefe inmediato.

Requisitos:

- Título de bachiller, Curso de manipulación y conservación de alimentos (SENA, Secretaria de Salud, etc.)
- Un (1) año de experiencia en cargos similares.
- Tener n orden los controles de producción
-

VENDEDOR

La persona que hace que las ventas su forma habitual de vida y que forma parte de un equipo por medio del cual una organización vende

determinado bien o servicio, ofreciéndole una remuneración por su trabajo.

Funciones:

- Elaborar informes de todas las ventas realizadas y presentar al gerente.
- Trato directo y personal con los clientes.
- Eficiencia y eficacia en la atención al cliente.
- Llevar un adecuado sistema y control de ventas.
- Efectuar los cobros.

Requisitos:

- Estudios superiores en la carrera de Marketing
- Buen trato y atención esmerada al cliente.
- Habilidad para relacionarse y excelente presencia.
- Disponibilidad de tiempo completo.
- Experiencia no necesaria, ganas de superación en la rama de ventas.
- Don de palabra y poder de convencimiento.

ASPECTOS LEGALES

Denominación Jurídica de la Pequeña Empresa

La pequeña empresa será Unipersonal

Permisos de Funcionamiento

PEQUEÑA EMPRESA

- Solicitud dirigida al señor director de salud (solicitar en vigilancia sanitaria) firmada por el propietario.
- Copia del Ruc
- Copia de la cedula de ciudadanía del propietario o representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería jurídica cuando corresponda (asociaciones)
- Croquis de ubicación del establecimiento
- Permiso de bomberos
- Certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento solicitar en el proceso de vigilancia sanitaria, previo a los exámenes vdlr-sangre y heces y propietario del establecimiento.
- Presentar el permiso del año anterior.

La empresa para su funcionamiento estará basada Según la LEY DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA en concordancia con los siguientes Arts. 1, 2 literal a), 3 , 7 al 13, 16

Art.- 1.- Se entiende por economía popular y solidaria, a conjunto de formas y prácticas económicas, individuales o colectivas, auto gestionadas por sus propietarios que, en el caso de las colectivas, tienen, simultáneamente, la calidad de trabajadores, proveedores, consumidores o usuarios de las mismas, privilegiando al ser humano, como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre el lucro y la acumulación de capital

CAPÍTULO VI

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

El análisis financiero corresponde en establecer las inversiones del proyecto, con sus respectivos ingresos, egresos, para plantear los respectivos balances y posteriormente aplicar los evaluadores financieros que determinaran la factibilidad del estudio.

ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

Para el presente proyecto se ha determinado una inversión de 34.453,22 dólares destinados para:

CUADRO No.71
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR
Activos fijos	28.665,57
Capital de trabajo	5.787,65
TOTAL	34.453,22

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO No. 35



Elaborado por: La Autora

PRESUPUESTO DE INGRESOS

Los ingresos están representados por la ventas que realizará de abono orgánico anualmente, para presupuestar las ventas se tomó en cuenta el estudio de mercado, con lo que se refiere al precio será de \$5,60 el saco de 50kilos, este se determinó una vez analizado los costos y gastos, para la proyección del precio se utilizó la inflación anual del 5,4% registrada en el año 2011.

**CUADRO No.72
PROYECCIÓN DE INGRESOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Abono orgánico de 50kg	14.071	14.775	15.513	16.289	17.103
Precio	5,60	5,90	6,22	6,56	6,91
Ingresos proyectados	78.797,60	87.207,96	96.508,38	106.808,12	118.201,44

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

PRESUPUESTO DE EGRESOS

Los egresos son las erogaciones que se necesitan realizar para obtener el producto final, a continuación en detalle.

COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los elementos que intervienen en los costos de producción son la materia prima directa, mano de obra directa y costos generales de fabricación, estos costos crecen en base a la inflación anual del 5,4%, excepto el talento humano que crece al 9,9% según la tendencia del sueldo básico de los últimos 5 años, la cantidad de materia prima esta en función del pronóstico de ventas.

- **Materia prima directa**

**CUADRO No.73
MATERIA PRIMA DIRECTA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Residuos de caña de azúcar en toneladas	7.035,50	7.387,50	7.756,50	8.144,50	8.551,50
Precio por tonelada	2,50	2,64	2,78	2,93	3,09
TOTAL	17.588,75	19.466,06	21.542,05	23.841,10	26.384,25

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

El precio del quintal del abono de caña de azúcar, se estableció en base a la investigación en los lugares que lo producen.

- **Mano de obra directa**

**CUADRO No.74
PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO**

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Técnico de producción	380,00	417,62	458,96	504,40	554,34
3	Operarios	954,00	1.048,45	1.152,24	1.266,31	1.391,68
	MENSUAL	1.334,00	1.466,07	1.611,21	1.770,72	1.946,02
	ANUAL	16.008,00	17.592,79	19.334,48	21.248,59	23.352,20

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**CUADRO No. 75
PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	16.008,00	17.592,79	19.334,48	21.248,59	23.352,20
Aporte Patronal	1.944,97	2.137,52	2.349,14	2.581,70	2.837,29
Fondos de Reserva		1.466,07	1.611,21	1.770,72	1.946,02
Décimo Tercero					

	1.334,00	1.466,07	1.611,21	1.770,72	1.946,02
Décimo Cuarto	1.168,00	1.283,63	1.410,71	1.550,37	1.703,86
Total costo de mano de obra directa	20.454,97	23.946,08	26.316,74	28.922,10	31.785,39

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

COSTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN

Los costos generales de producción los representa los elementos adicionales, que son necesarios para el proceso de transformación del producto terminado.

- **Insumos para la compostera**

**CUADRO No. 76
INSUMOS PARA LA COMPOSTERA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Aditivos para compost	480,00	505,92	533,24	562,03	592,38
Microrganismos	540,00	569,16	599,89	632,29	666,43
TOTAL	1.020,00	1.075,08	1.133,13	1.194,32	1.258,82

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

- **Materiales para la producción**

**CUADRO No.77
MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materiales para la producción	507,40	534,80	563,68	594,12	626,20

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

- **Empaques**

**CUADRO No. 78
EMPAQUES**

AÑO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Fundas y etiquetas	14.071	0,052	731,69

2	Fundas y etiquetas	14.775	0,05	809,79
3	Fundas y etiquetas	15.513	0,06	896,15
4	Fundas y etiquetas	16.289	0,06	991,79
5	Fundas y etiquetas	17.103	0,06	1.097,58

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

- **Mantenimiento maquinaria y equipo**

**CUADRO No. 79
MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento maquinaria y equipo	180,00	189,72	199,96	210,76	222,14

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**CUADRO No. 80
RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DIRECTO					
Materia Prima	17.588,75	19.466,06	21.542,05	23.841,10	26.384,25
Mano de Obra	20.454,97	23.946,08	26.316,74	28.922,10	31.785,39
COSTO INDIRECTO					
Insumos para la compostera	1.020,00	1.075,08	1.133,13	1.194,32	1.258,82
Materiales para la producción	507,40	534,80	563,68	594,12	626,20
Empaques	731,69	809,79	896,15	991,79	1.097,58
Mantenimiento maquinaria y equipo	180,00	189,72	199,96	210,76	222,14
Subtotal	40.482,81	46.021,53	50.651,72	55.754,19	61.374,38
Imprevistos 2%	809,66	920,43	1.013,03	1.115,08	1.227,49
TOTAL	41.292,47	46.941,96	51.664,75	56.869,28	62.601,87

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Gastos administrativos

Los gastos administrativos tendrán un crecimiento de acuerdo a la inflación anual del 5,4%, excepto los sueldos administrativos que crecen al 9,9% anualmente.

- **Sueldos administrativos**

**CUADRO No.81
PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO**

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Gerente	480,00	527,52	579,74	637,14	700,22
1	Secretaria	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89
1	Contadora	330,00	362,67	398,57	438,03	481,40
	MENSUAL	1.128,00	877,00	963,83	1.059,24	1.164,11
	ANUAL	13.536,00	10.524,02	11.565,90	12.710,93	13.969,31

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

**CUADRO No. 82
PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE SUELDOS
ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	13.536,00	10.524,02	11.565,90	12.710,93	13.969,31
Aporte Patronal	1.644,62	1.278,67	1.405,26	1.544,38	1.697,27
Fondos de Reserva		877,00	963,83	1.059,24	1.164,11
Décimo Tercero	1.128,00	877,00	963,83	1.059,24	1.164,11
Décimo Cuarto	876,00	962,72	1.058,03	1.162,78	1.277,89
Total sueldos administrativos	17.184,62	14.519,42	15.956,84	17.536,57	19.272,69

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

• **Servicios básicos**

**CUADRO No. 83
SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	432,00	455,33	479,92	505,83	533,15
Luz	360,00	379,44	399,93	421,53	444,29
Teléfono	300,00	316,20	333,27	351,27	370,24
TOTAL	1.092,00	1.150,97	1.213,12	1.278,63	1.347,67

Fuente: Investigación Directa
 Elaborado por: La Autora

- **Suministros de oficina**

**CUADRO No. 84
 SUMINISTROS DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papel resma	9	3,50	31,50	33,20	34,99	36,88	38,88
Carpetas	15	0,35	5,25	5,53	5,83	6,15	6,48
Esferográfico	10	0,30	3,00	3,16	3,33	3,51	3,70
Tinta impresora	6	8,00	48,00	50,59	53,32	56,20	59,24
Cuaderno	6	1,50	9,00	9,49	10,00	10,54	11,11
Lápiz	8	1,50	12,00	12,65	13,33	14,05	14,81
Borrador	6	0,25	1,50	1,58	1,67	1,76	1,85
Perforadora	1	1,11	1,11	1,17	1,23	1,30	1,37
Grapadora	1	2,50	2,50	2,64	2,78	2,93	3,09
Libretines	2	3,50	7,00	7,38	7,78	8,20	8,64
TOTAL			120,86	127,39	134,27	141,52	149,16

Fuente: Investigación Directa
 Elaborado por: La Autora

- **Mantenimiento de computación**

**CUADRO No. 85
 MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento Computación	180,00	189,72	199,96	210,76	222,14

Fuente: Investigación Directa
 Elaborado por: La Autora

- **Resumen de gastos administrativos**

**CUADRO No. 86
 RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos administrativos	17.184,62	14.519,42	15.956,84	17.536,57	19.272,69
Servicios Básicos	1.092,00	1.150,97	1.213,12	1.278,63	1.347,67
Suministros de Oficina	120,86	127,39	134,27	141,52	149,16
Mantenimiento Computación	180,00	189,72	199,96	210,76	222,14
TOTAL	18.577,48	15.987,50	17.504,19	19.167,48	20.991,67

Fuente: Investigación Directa
 Elaborado por: La Autora

GASTOS DE VENTAS

Dentro de los gastos de ventas se encuentran, sueldo de ventas, publicidad, mantenimiento, presenta un crecimiento de acuerdo a la tasa de inflación anual del 5,4%

- **Sueldos de ventas**

**CUADRO No. 87
 PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO**

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Vendedor	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89
	MENSUAL	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89
	ANUAL	3816,00	4193,78	4608,97	5065,26	5566,72

Fuente: Investigación Directa
 Elaborado por: La Autora

**CUADRO No. 88
 PROYECCIÓN DE SUELDOS EN VENTAS**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	3.816,00	4.193,78	4.608,97	5.065,26	5.566,72
Aporte Patronal	463,64	509,54	559,99	615,43	676,36
Fondos de Reserva		349,48	384,08	422,10	463,89
Décimo Tercero	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89
Décimo Cuarto	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
Total sueldos en ventas	4.889,64	5.723,20	6.289,80	6.912,49	7.596,82

Fuente: Investigación Directa
 Elaborado por: La Autora

- **Publicidad**

**CUADRO No. 89
PUBLICIDAD**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	1920,00	2023,68	2132,96	2248,14	2369,54

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

- **Combustible y mantenimiento vehículo**

**CUADRO No. 90
COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Combustible Vehículo	1.800,00	1.897,20	1.999,65	2.107,63	2.221,44
Mantenimiento Vehículo	420,00	442,68	466,58	491,78	518,34
TOTAL	2.220,00	2.339,88	2.466,23	2.599,41	2.739,78

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

- **Resumen de gastos de ventas**

**CUADRO No. 91
RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo en ventas	4.889,64	5.723,20	6.289,80	6.912,49	7.596,82
Publicidad	1.920,00	2.023,68	2.132,96	2.248,14	2.369,54
Combustible y Mantenimiento	2.220,00	2.339,88	2.466,23	2.599,41	2.739,78
TOTAL	9.029,64	10.086,76	10.888,99	11.760,04	12.706,14

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

GASTOS FINANCIEROS

En los gastos financieros se presenta los intereses generados por el préstamo de 20.000 dólares que la microempresa obtendrá del Banco del Fomento.

**CUADRO No. 92
GASTOS FINANCIEROS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses	2.805,73	2.338,92	1.797,08	1.168,12	438,06

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

FINANCIAMIENTO

Para que la microempresa inicie sus actividades requiere de \$34.453,22 dólares de los cuales la parte que necesita financiarse es de 20.000 se solicita un crédito al banco de Fomento, a una tasa de interés del 15% anual, a cinco años plazo, la amortización de la deuda se realizará mensualmente.

Datos:

Monto: 15.000

Tasa: 15%

Tiempo: 5 años

Cuota: Mensual

**CUADRO No.93
TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA**

meses	cuota	Intereses	amortización	amortizado	pendiente
0					20.000,00
1	475,80	250,00	225,80	225,80	19.774,20
2	475,80	247,18	228,62	454,42	19.545,58
3	475,80	244,32	231,48	685,90	19.314,10
4	475,80	241,43	234,37	920,27	19.079,73
5	475,80	238,50	237,30	1.157,57	18.842,43
6	475,80	235,53	240,27	1.397,84	18.602,16

7	475,80	232,53	243,27	1.641,11	18.358,89
8	475,80	229,49	246,31	1.887,43	18.112,57
9	475,80	226,41	249,39	2.136,82	17.863,18
10	475,80	223,29	252,51	2.389,33	17.610,67
11	475,80	220,13	255,67	2.644,99	17.355,01
12	475,80	216,94	258,86	2.903,85	17.096,15
13	475,80	213,70	262,10	3.165,95	16.834,05
14	475,80	210,43	265,37	3.431,32	16.568,68
15	475,80	207,11	268,69	3.700,01	16.299,99
16	475,80	203,75	272,05	3.972,06	16.027,94
17	475,80	200,35	275,45	4.247,51	15.752,49
18	475,80	196,91	278,89	4.526,40	15.473,60
19	475,80	193,42	282,38	4.808,78	15.191,22
20	475,80	189,89	285,91	5.094,69	14.905,31
21	475,80	186,32	289,48	5.384,17	14.615,83
22	475,80	182,70	293,10	5.677,27	14.322,73
23	475,80	179,03	296,76	5.974,04	14.025,96
24	475,80	175,32	300,47	6.274,51	13.725,49
25	475,80	171,57	304,23	6.578,74	13.421,26
26	475,80	167,77	308,03	6.886,77	13.113,23
27	475,80	163,92	311,88	7.198,66	12.801,34
28	475,80	160,02	315,78	7.514,44	12.485,56
29	475,80	156,07	319,73	7.834,17	12.165,83
30	475,80	152,07	323,73	8.157,89	11.842,11
31	475,80	148,03	327,77	8.485,67	11.514,33
32	475,80	143,93	331,87	8.817,53	11.182,47
33	475,80	139,78	336,02	9.153,55	10.846,45
34	475,80	135,58	340,22	9.493,77	10.506,23
35	475,80	131,33	344,47	9.838,24	10.161,76
36	475,80	127,02	348,78	10.187,02	9.812,98
37	475,80	122,66	353,14	10.540,15	9.459,85
38	475,80	118,25	357,55	10.897,70	9.102,30
39	475,80	113,78	362,02	11.259,72	8.740,28
40	475,80	109,25	366,55	11.626,27	8.373,73
41	475,80	104,67	371,13	11.997,40	8.002,60
42	475,80	100,03	375,77	12.373,16	7.626,84
43	475,80	95,34	380,46	12.753,63	7.246,37
44	475,80	90,58	385,22	13.138,85	6.861,15
45	475,80	85,76	390,03	13.528,88	6.471,12
46	475,80	80,89	394,91	13.923,79	6.076,21
47	475,80	75,95	399,85	14.323,63	5.676,37

48	475,80	70,95	404,84	14.728,48	5.271,52
49	475,80	65,89	409,90	15.138,38	4.861,62
50	475,80	60,77	415,03	15.553,41	4.446,59
51	475,80	55,58	420,22	15.973,63	4.026,37
52	475,80	50,33	425,47	16.399,10	3.600,90
53	475,80	45,01	430,79	16.829,88	3.170,12
54	475,80	39,63	436,17	17.266,06	2.733,94
55	475,80	34,17	441,62	17.707,68	2.292,32
56	475,80	28,65	447,14	18.154,83	1.845,17
57	475,80	23,06	452,73	18.607,56	1.392,44
58	475,80	17,41	458,39	19.065,95	934,05
59	475,80	11,68	464,12	19.530,08	469,92
60	475,80	5,87	469,92	20.000,00	0,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

Los activos fijos pierden su valor por el uso, se realizó a los activos la depreciación en base a lo dispuesto por la ley.

CUADRO No.94 DEPRECIACIÓN

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	% POR LEY	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Infraestructura	12.750,00	5%	637,50	637,50	637,50	637,50	637,50
Maquinaria y Equipo	1.353,50	10%	135,35	135,35	135,35	135,35	135,35
Muebles y Enseres	610,00	10%	61,00	61,00	61,00	61,00	61,00
Equipo de Computación	1.750,00	33%	583,33	583,33	583,33	1,00	1,00
Renovación de equipo de Computación	1.837,50	33%				612,50	612,50
Equipo de Oficina	140,00	10%	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00
Vehículo	9.500,00	20%	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00
TOTAL	27.941,00		3.331,18	3.331,18	3.331,18	3.361,35	3.361,35

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Gasto diferido

CUADRO No.95 GASTO DIFERIDO

DESCRIPCIÓN	VALOR
Trámites de Constitución	180,00
Diseño de instalaciones	380,00
TOTAL	560,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

CUADRO No. 96 RESUMEN DE EGRESOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de producción	41.292,47	46.941,96	51.664,75	56.869,28	62.601,87
Gastos de administrativos	18.577,48	15.987,50	17.504,19	19.167,48	20.991,67
Gastos de ventas	9.029,64	10.086,76	10.888,99	11.760,04	12.706,14
Gasto por depreciación	3.331,18	3.331,18	3.331,18	3.361,35	3.361,35
Gastos financieros	2.805,73	2.338,92	1.797,08	1.168,12	438,06
Gastos de amortización diferidos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	75.036,51	78.686,32	85.186,20	92.326,26	100.099,09

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

ESTADOS FINANCIEROS

Después de determinar las inversiones, ingresos y egresos se estructuro los siguientes balances proforma.

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

Este balance demuestra la posición financiera de la microempresa en lo que se refiere a activos y pasivos

CUADRO No.97 BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVO		PASIVO			
ACTIVOS CORRIENTE		5.787,65	PASIVOS LARGO PLAZO		20.000,00
Caja – bancos	5.787,65		Préstamo por pagar	20.000,00	
ACTIVOS FIJOS		28.665,57			
Terreno	2.000,00		CAPITAL		14.453,22
Infraestructura	12.750,00		Inversión propia	14.453,22	
Vehículo	9.500,00				
Equipo de Computación	1.750,00				
Equipo de Oficina	140,00				
Maquinaria y Equipo	1.353,50				
Muebles y enseres	610,00				
otros	562,07				
TOTAL ACTIVOS		34.453,22	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL		34.453,22

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados representa la posición económica de la microempresa durante su vida operativa.

CUADRO No.98 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Proyectados	78.797,60	87.207,96	96.508,38	106.808,12	118.201,44
Costos de Producción	41.292,47	46.941,96	51.664,75	56.869,28	62.601,87
(=)Utilidad Bruta	37.505,13	40.266,00	44.843,63	49.938,85	55.599,57
Gastos Administrativos	18.577,48	15.987,50	17.504,19	19.167,48	20.991,67
Gastos de Venta	9.029,64	10.086,76	10.888,99	11.760,04	12.706,14
Depreciación	3.331,18	3.331,18	3.331,18	3.361,35	3.361,35
Amortización Diferidos	560,00				
Gastos Financieros Intereses	2.805,73	2.338,92	1.797,08	1.168,12	438,06
(=)Utilidad Operativa Proyectada	8.812,55	13.199,48	14.916,34	16.818,10	18.978,47
(-15%) Prov. Trabajadores	1.321,88	1.979,92	2.237,45	2.522,72	2.846,77
(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos	7.490,67	11.219,56	12.678,89	14.295,39	16.131,70

Impuesto a la renta	1.797,76	2.580,50	2.789,36	3.144,99	3.548,97
(=)Utilidad Proyectada	5.692,91	8.639,06	9.889,53	11.150,40	12.582,73

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

CUADRO No. 99 FLUJO DE CAJA

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
INGRESOS						
Inversión inicial	-34.453,22					
Utilidad operacional		8.812,55	13.199,48	14.916,34	16.818,10	18.978,47
(+)Depreciación		3.331,18	3.331,18	3.331,18	3.361,35	3.361,35
(+)Diferido		560,00				
(-)Reinversión					1.837,50	
(-)Part. Trabajadores		1.321,88	1.979,92	2.237,45	2.522,72	2.846,77
(-)Impuestos		1797,76	2580,50	2789,36	3144,99	3548,97
(+)Recuperación de inversión						13.693,02
(=) FLUJO DE CAJA DE NETO PROYECTADO	-34.453,22	9.584,09	11.970,25	13.220,72	12.674,25	29.637,10

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

Para evaluar se utilizó los índices clásicos financieros como el VAN, TIR, PRI y C/B.

DETERMINACIÓN DEL COSTO DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

El costo de oportunidad determina la tasa de rentabilidad que tendrá el proyecto frente a la tasa activa y pasiva del mercado financiero,

demonstrando matemáticamente si es viable realizar la inversión en el presente proyecto.

**CUADRO No.100
COSTO DE OPORTUNIDAD**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	14.453,22	41,95	4,58	192,13
Capital Financiado	20.000,00	58,05	15,00	870,75
TOTAL	34.453,22	100,00		1.062,88

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Costo del capital (ck) = 10,63%

Inflación (if) = 5,4%

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

TRM= 0,1660

TRM= 16,60%

VALOR ACTUAL NETO

El VAN se utiliza con la finalidad de analizar la seguridad de financiamiento del proyecto planteado es decir que genere un flujo de caja suficiente para cubrir la inversión inicial.

**CUADRO No.101
VALOR ACTUAL NETO**

AÑO	FL NETOS	FL ACTUAL 16,60%
0	-34.453,22	-34.453,22
1	9.584,09	8.219,63
2	11.970,25	8.804,53
3	13.220,72	8.339,87
4	12.674,25	6.856,91
5	29.637,10	13.751,27
VAN		11.518,99

Fuente: Investigación Directa
 Elaborado por: La Autora

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

El valor actual neto es el valor medio en dinero de hoy; en este caso es de \$11.518,99 dólares lo cual es aceptable, considerando una tasa de descuento del 16,60%

TASA INTERNA DE RETORNO

CUADRO No.102
TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	FL NETOS	FLUJO 16,60%	FLUJO 30,00%
0	-34.453,22	-34.453,22	-34.453,22
1	9.584,09	8.219,63	7.372,37
2	11.970,25	8.804,53	7.082,99
3	13.220,72	8.339,87	6.017,62
4	12.674,25	6.856,91	4.437,60
5	29.637,10	13.751,27	7.982,13
VAN		11.518,99	-1.560,51

Fuente: Investigación Directa
 Elaborado por: La Autora

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

TIR = 27,99%

La Tasa Interna de Retorno que se obtuvo determina que existe rentabilidad en el proyecto a una tasa de 27.99% positiva en los años de vigencia del proyecto, este indicador es mayor al TRM, por tanto el proyecto es factible.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

CUADRO No.103
PERIODO DE RECUPERACIÓN

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	34.453,22	9.584,09	9.584,09	1	AÑO
2		11.970,25	11.970,25	2	AÑO
3		13.220,72	13.220,72	11	MESES

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Este indicador de evaluación financiera determinó el tiempo que pasa antes de recuperación de la inversión del proyecto, esto se llevara en de 3 años, 5 meses;

COSTO-BENEFICIO

CUADRO No.104
COSTO-BENEFICIO

AÑOS	FNE	FNEA
		0,1660
1	9.584,09	8.220
2	11.970,25	8.805
3	13.220,72	8.340
4	12.674,25	6.857
5	29.637,10	13.751
SUMAN...		45.972

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

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

$$C/B = \frac{45.972}{34.453,22}$$

$$C/B = 1,33$$

Con el resultado obtenido del costo beneficio se puede decir que por cada dólar sacrificado en el proyecto, este genera 33 centavos adicionales.

PUNTO DE EQUILIBRIO DEL PROYECTO

El punto de equilibrio refleja el nivel de ventas que efectúa la pequeña empresa para no perder ni ganar, cuyo resultado ayuda a la toma de decisiones.

CUADRO No. 105 DATOS PARA EL CÁLCULO

Costos fijos	28.665,57
Precio de venta unitario	5,60
Costo variable unitario	2,93

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora

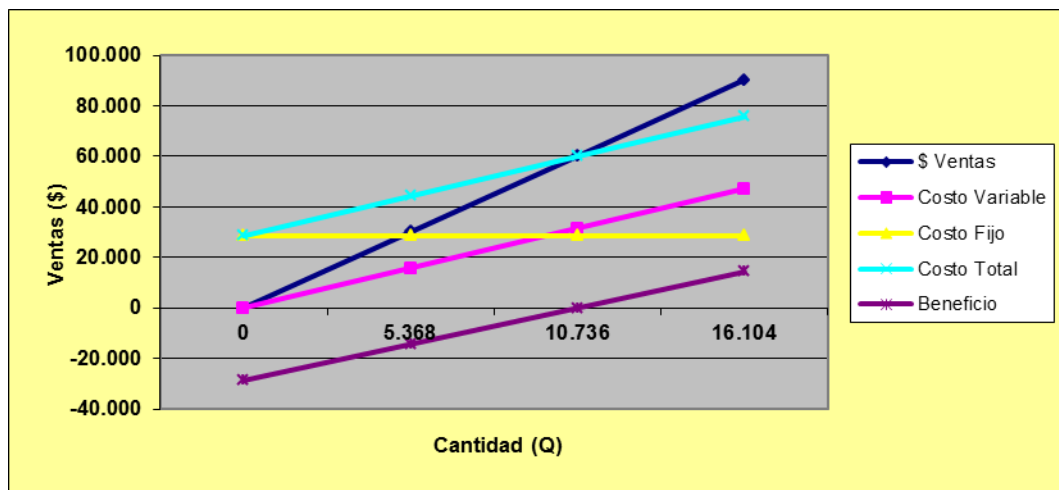
$$PE = \frac{CF}{PVu - CVu}$$

$$PEP = \frac{28.665,57}{5,6 - 2,93}$$

$$PE (Q) = 10.736 \text{ quintales}$$

$$PE (USD) = 60.123$$

GRÁFICO No. 36
CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO



ELABORADO POR: La autora

El punto de equilibrio obtenido determina que se necesita vender a 10.736 quintales para no perder ni ganar.

CUADRO No. 107
RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

EVALUACIÓN FINANCIERA	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM =		16,60%	

VAN =	VAN > 0	11.518,99	Aceptable
TIR % =	TIR >TRM	27,99%	Aceptable
PRI		2,11	Años bueno
C/B =	R B/C > 1	1,33	Aceptable

Fuente: Evaluación financiera

Elaborado por: La Autora

Finalmente se puede decir que con los resultados del análisis financiero el proyecto es factible en las condiciones estudiadas.

CAPITULO VII

IMPACTOS

La evaluación de impactos que se realizara mediante el empleo de la matriz de impactos, la misma que funciona con la asignación de una clasificación a los componentes del entorno en el que se está trabajando, para lo cual se emplea la siguiente escala:

CUADRO No.108
MATRIZ DE IMPACTOS

POSITIVO	NIVEL
1	Bajo
2	Medio
3	Alto
NEGATIVO	NIVEL
-1	Bajo
-2	Medio
-3	Alto

Elaborado por: La autora

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

IMPACTO SOCIOECONÓMICO

CUADRO No. 109
IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Mejorar el nivel de vida							X	3
Ayuda a la productividad del campo							X	3
Nivel de ingresos						X		2
Generación de empleo						X		2
Relaciones Interpersonales						x		2
TOTAL								12

Elaborado por: La autora

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

$$NI = \frac{12}{5}$$

$$NI = 2,40$$

ANÁLISIS.- La matriz indica que en lo socioeconómico genera un impacto medio positivo porque ayudara a mejorar el nivel de vida con el consumo de productos naturales y nutrientes, beneficiándose de esta manera tanto el productor como el consumidor, esto permitirá una buena imagen micro empresarial porque ayudara a la productividad del campo, incentivando así la creación de pequeñas empresa, ya que la producción de Abono Orgánico, requiere una mínima inversión durante todo el proceso, de la misma manera brinda oportunidades de empleo dentro de la parroquia mejorando los ingresos económicos de los habitantes del sector, del mismo modo beneficia al agricultor porque este producto mantiene la fertilidad del suelo a largo plazo garantizando el mercado con

productos libres de contaminación, todo esto permitirá un creciente desarrollo del sector.

IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO No. 110
IMPACTO EMPRESARIAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Clima Organizacional							X	3
Trabajo Corporativo						X		2
Creatividad						X		2
Manejo de los Recursos						X		2
Atención y servicio al Cliente							X	3
TOTAL								12

Elaborado por: La autora

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

$$NI = \frac{12}{5}$$

$$NI = 2,40$$

ANÁLISIS.- La matriz indica que el impacto empresarial representa un nivel medio positivo porque ayudara a tener un excelente clima organizacional dentro de la pequeña empresa como son las buenas relaciones con cada trabajador, un buen ambiente de trabajo, el trabajo corporativo será entre directivos, jefes departamentales y empleados mediante el trabajo en equipo, la creatividad de la empresa será muy importante ya que servirá para crear productos diferentes y a la vez obtener nuevas entradas de dinero, el manejo de los recursos abarcara el talento humano, económico, materiales, la

atención y servicio al cliente será lo mas fundamental porque así el cliente se sentirá beneficiado con la adquisición del producto.

IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL

CUADRO No. 111
IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Capacitación						X		2
Mejorar los niveles de cultivo							X	3
Nivel de investigación						X		2
Educación Sanitaria							X	3
Experiencia							X	3
TOTAL								13

Elaborado por: La autora

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

$$NI = \frac{13}{5}$$

$$NI = 2,6$$

ANÁLISIS.- Se puede apreciar de la matriz que el Impacto Educativo Cultural del proyecto es positivo, porque mediante la capacitación cada operador de la pequeña empresa podrá guiar al cliente como será la utilización, ya que estaría mejorando los niveles de conocimiento de cada agricultor al momento de utilizar insumos orgánicos en sus diferentes cultivos, esto se lo realizara a través de una educación sanitaria al conocer que se puede aprovechar como materia prima algunos tipos de desechos y de igual manera es importante la experiencia para aplicar correctamente sus procesos.

IMPACTO AMBIENTAL

CUADRO No. 112
IMPACTO AMBIENTAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Protección del suelo					X			1
Trabajo sin tóxicos					X			1
Producción natural							X	3
Salud humana					X			1
Control Ambiental					X			1
TOTAL								7

Elaborado por: La autora

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

$$NI = \frac{7}{5}$$

NI: 1,40

ANÁLISIS.- La matriz indica que el Impacto Ambiental del proyecto es bajo ya que con la utilización del Abono Orgánico a partir de los desechos de la caña de azúcar se mantendrá la fertilidad del suelo, obteniendo de esta manera productos nutritivos, ya que se estaría reduciendo la utilización de productos químicos, porque se trata de un producto natural, que beneficiara al consumidor y controlara la contaminación del medio ambiente con una producción libre de tóxicos, evitando enfermedades en el ser humano

IMPACTO GENERAL

CUADRO No.113
IMPACTO GENERAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO						X		2
IMPACTO EMPRESARIAL						X		2
IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL							X	3
IMPACTO AMBIENTAL						X		2
TOTAL								9

Elaborado por: La autora

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

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

$$NI = 2,25$$

ANÁLISIS.- Se puede apreciar que la matriz general de impactos incluye a los siguientes: Impacto Socioeconómico, Empresarial, Cultural- Educativo y Ambiental genera un impacto medio positivo, mediante el mejoramiento de la calidad de vida y generación de fuentes de trabajo para la parroquia, la empresa tendrá un excelente ambiente de trabajo, lo mas importante para nosotros será el cliente, ya que es el eje fundamental para que prospera la pequeña empresa, se dará capacitación tanto a los agricultores como a los empleados de la empresa , esto ayudara a obtener conocimientos para la utilización del abono, dentro del impacto ambiental se cuidara de evitar utilizar productos que contaminen tanto al medio ambiente como a la población, esta beneficiara significativamente, porque no afectara a ningún sector, sino más bien beneficiara a la población en general mejorando muchos aspectos.

CONCLUSIONES

Del estudio de factibilidad para la producción y comercialización de Abono Orgánico, a base de los desechos de la caña de azúcar en la Parroquia Imbaya, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Con el diagnóstico situacional efectuado a los cañicultores de la zona de influencia del proyecto se determinó que existe suficiente desperdicios de caña, la cual puede ser aprovechada por el proyecto como materia prima, por lo tanto la pequeña empresa ayudará aprovechar los desechos que se producen por el cultivo de la caña.
- Para continuar con el desarrollo del proyecto se realizó un marco teórico para sustentar teórica y científicamente el proyecto en todas sus fases en base de los requerimientos establecidos
- Del estudio de mercado, se puede mencionar que con la investigación de campo efectuada a los agricultores de la parroquia de Imbaya se pudo determinar que existe gran expectativa por adquirir el abono orgánico, debido a que la agricultura orgánica cada vez crece, la competencia que tendrá el proyecto es muy mínima, ya que existe a nivel local un productor de abono orgánico de diferentes características al propuesto por el proyecto, es por tal motivo que los agricultores optan por adquirir el abono

orgánico en otras lugares.

- De acuerdo al estudio técnico, se determinó que el Cantón Antonio Ante, Parroquia Imbaya, en la calle Antonio Ante es un lugar estratégico para la implantación de la pequeña empresa porque presenta factores positivos para su gestión, tales como: vías de acceso, disponibilidad de terrenos comunitarios, disponibilidad de agua de riego o potable, factores ambientales, legalmente no existe ningún impedimento para la formación de esta, ya que se sujeta a las normas legales vigentes en nuestro país.
- En la propuesta estratégica, se diseñó, el aspecto organizativo y legal, tomando en cuenta como un elemento primordial el talento humano, el cual desarrollará las actividades para alcanzar las metas.
- En relación al estudio financiero, se determinó que la inversión propuesta es adecuada y financieramente la proyección del capital del trabajo indica que no se tendrá problemas económicos en las operaciones de la empresa. Además se determinó que el proyecto es factible, ya que la Tasa Interna de Retorno es de 27.99% y el Valor Neto Actual es de 11.518,99 son positivas, por lo tanto garantiza la ejecución del proyecto.
- Del análisis de impacto se establece que el proyecto generará efectos medio positivos. Porque contará con un control y medidas que garantice la protección del entorno

RECOMENDACIONES

- Se sugiere, que de implementarse la pequeña empresa “OrganicFertic” ésta debe aprovechar las ventajas que brinda al momento de la utilización del abono orgánico en la tierra, y así obtener productos sanos que mejoren la salud de los habitantes
- Sustentar teórica y científicamente sus decisiones; y, por sobre todo, estar actualizados en leyes, reglamentos y ordenanzas que rigen para la pequeña empresa, por lo tanto, se deberá acoger todas las exigencias legales que exigen las instituciones públicas, con el fin de que garanticen su funcionamiento normal.
- Se deberá implementar publicidad acorde con el segmento del mercado meta, con el fin de lograr un posicionamiento en el mercado y que los consumidores tengan presente sobre la nueva adquisición de los productos sus ventajas y beneficios que este otorga.
- Se debe tomar en cuenta la ubicación estratégica, como también la operatividad del negocio, para satisfacer a la población especialmente a los agricultores, por lo que se recomienda tener presente que la razón de ser de todo negocio es el cliente, por lo cual se debe enfocar en brindar mejor atención.
- Se deberá realizar actividades en base a una planificación estratégica la cual deberá ser consistente y flexible con el fin de tomar las decisiones adecuadas e implementar las medias correctivas en el momento adecuado. Además reglamentar sus operaciones administrativas, operativas y financieras, que

aseguren su normal funcionamiento y éxito empresarial.

- Por los resultados positivos que se han dado en el análisis económico financiero, se sugiere sea acogido el Proyecto de la elaboración del Abono Orgánico, por parte de los futuros propietarios, ya que tendrían aseguradas sus inversiones y en corto plazo percibirán los beneficiarios económicos esperados.
- Control los impactos que genere el proyecto cuidando que se estén utilizando de manera correctas las medidas a utilizarse.

BIBLIOGRAFIA

FUENTES DE BIBLIOGRAFICAS

a. BIBLIOGRAFÍA

- **AGUIRRE, Juan, 2006**, *Nueva Contabilidad General*, Nueva Edición MMIX
- **ANDRADE, Héctor, 2001**, *Enciclopedia Agropecuaria*, Edición Terranova.
- **AUBERT, Claude**. *Técnicas básicas en agricultura biológica*. Asociación Vida Sana para el Fomento de la Cultura y el Desarrollo Biológico. Técnicas básicas en Agricultura Biológica. Barcelona, España. 25 p
- **BACA, Gabriel, 2010**, *Evaluación de proyectos*, Sexta Edición, Mc Graw – Hill.
- **BACA, Gabriel, 2006**, *Evaluación de proyectos*, Quinta Edición, Mc Graw – Hill.
- **BERNAL, Cesar, 2006**, *Introducción a la Investigación*, Segunda Edición, Impreso en Colombia
- **BRAVO, Valdivieso Mercedes, 2009**, *Contabilidad General*, Novena Edición.
- **CETRO, Manuel**, *Administración Moderna*, Segunda Edición
- **CANTOS, Enriqueta, 2006**, *Diseño y Gestión de Microempresas*, Editorial Propad.
- **CHIAVENATO, Idalberto, 2008**, *Introducción a la Teoría General*

de la administración, Séptima Edición, Impreso en Colombia, Mc Graw – Hill.

- **FAIGUENBAUM, Sergio, 2006** Estudio “Los supermercados en la distribución alimentaria y su impacto sobre el sistema agroalimentario nacional”. ODEPA-RIMISP. Chile,.
- **FINCOWSKY, Flankl, 2009**, *Organización de Empresas*, Tercera Edición Mc Graw – Hill.
- **FISCHER , Laura, 2004**, *Mercado técnica*, Tercera Edición
- **GITMAN, Laurence, 2007**, *Principios de Administración Financiera*, Onceava Edición
- **HAIR , Joseph, 2010**, *Investigación de Mercados*, Cuarta Edición, Mc Graw – Hill.
- **HERRERO, Julián, 2009**, *Administración Gestión y Comercialización en la pequeña empresa*
- **HORNGREN , Harrison, 2003**, *Contabilidad*, Quinta Edición
- **JANI, Jose, 2005**, *Investigación Integral de Mercados*, Tercera Edición.
- **LAMB, Hair Mcdaniel, 2006**, *Marketing*, Octava Edición
- **OCHOA, Guadalupe, 2009**, *Administración Financiera*, Segunda Edición.
- **POSSO, Miguel, 2004** , *Metodología para el Trabajo de Grado (Tesis y Proyectos)* Primera Edición, FS impresora, Ibarra, Ecuador

- **RAMÍREZ, David Noel, 2005,** *Contabilidad Administrativa* , Séptima edición, Impreso en México DF
- **REYES, Wilson, 2003,***Plan de Desarrollo Estratégico*, Edición GPI, Identidad Gráfica
- **SÁNCHEZ, Cristian, 2003,** *Abonos Orgánicos y Lombricultura*, Edición Ripalme.
- **SPENCER, Meade,** *Manual del Azúcar de Caña*, Novena Edición.
- **STANLEY, Brock, 2008,** *Fundamentos de Administración Financiera*, Duodécima edición.
- **STATON, Willian, Walke Bruce, 2004,** *Fundaments de Marketing*, Tercera Edition, McGraw – Hill **Soto Rogelio, 2002,** *Pequeña Empresa*, Primera Edicion
- **TORRES, Iuis,** 2005, *Servicio al Cliente Aplicado a la Microempresa*, Segunda Edición, EditQualityprint, Quito, Ecuador
- **URIARTE , Felipe,** 2005, *El ABC de la Micro y Pequeña Empresa* Primera Edición, Edit. San Marcos, Lima, Perú.
- **VASQUEZ, Victor H, 2008,** *Organización Aplicada*, Segunda Edición, Grafica Vásquez
- **ZIKMUND, William, D'amico Michael,** *Mercadotecnia*, Tercera Edición, México DF

b. DIRECCIÓN ELECTRÓNICA

- www.chilepotenciaalemitaria.cl
- www.mercasa.es / es publicaciones / comercio
- www.cideirber.com
- www.fao.org/ag/esp/revista/9901sp3.htm. 20, 06/.
- www.GrupoChorlavi.org/orgánicos .Síntesis de la Discusión
- www.chcultura.gov.ec
- www.explored.com.ec
- www.agenda21imbabura.ec
- www.abon.org.com
- www.monografias.com
- www.agronet.gov
- www.diciyt.com
- http://biostimulatefert.com/contacto-proveedor-productos-bioestimulantes-Ecuador.html
- www.naturaland.de
- www.asociacioncaotarisenca.com
- www.sdiagro.seab.pr.gov.br/www.inec.gob.ec
- Asociación de cuñicultores de Imbabura
- Censo agropecuario 2000
- iancem.galeon.com

ANEXOS

ANEXO A:

**ENCUESTA DIRIJIDA A LOS AGRICULTORES DE LA
PARROQUIA IMBAYA**

- 1. ¿CUÁNTO TIEMPO LLEVA EN LA ACTIVIDAD AGRÍCOLA?**
MENOS DE TRES AÑOS
DE TRES A CINCO AÑOS
DE SEIS A OCHO AÑOS
MÁS DE OCHO AÑOS

- 2. ¿DE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS, CUALES CULTIVA USTED?**
CEREALES
HORTALIZAS
LEGUMBRES
GRAMINIAS
OTROS

- 3. ¿HA RECIBIDO CAPACITACIÓN POR?**
INSTITUCIONES DEL ESTADO
INSTITUCIONES NO GUBERNAMENTALES
OTRAS

- 4. ¿CÓMO CONSIDERA LA ACTIVIDAD AGRÍCOLA?**
MUY RENTABLE
POCA RENTABLE
NADA RENTABLE

- 5. ¿EL PRECIO DE VENTA DE LOS PRODUCTOS CONSIDERA?**
ALTOS
MEDIOS

BAJOS

- 6. ¿CUÁL ES LA SUPERFICIE DESTINADA PARA LA ACTIVIDAD AGRÍCOLA?**
MENOS DE TRES HECTÁREAS
ENTRE TRES A CINCO HECTÁREAS
ENTRE SEIS Y OCHO HECTÁREAS
MÁS DE OCHO HECTÁREAS
- 7. QUÉ TIPO DE ABONO UTILIZA EN SUS CULTIVOS?**
ABONO QUÍMICO
ABONO ORGÁNICO
- 8. ¿CONOCE LAS VENTAJAS DE UTILIZAR ABONO ORGÁNICO?**
SI
NO
PORQUE
- 9. ¿CUAL ES LA FRECUENCIA DE SU UTILIZACIÓN DE ABONO EN SUS CULTIVOS?**
MENSUAL
TRIMESTRAL
SEMESTRAL
ANUAL
- 10.¿QUÉ CANTIDAD DE ABONO HA UTILIZADO POR HECTÁREA?**
ABONO QUÍMICO MENOS DE 10 QUINTALES
ENTRE 10 Y 20 QUINTALES
ENTRE 20 Y 30 QUINTALES
MAS DE 30 QUINTALES

ABONO ORGÁNICO MENOS DE 10 QUINTALES
ENTRE 10 Y 20 QUINTALES
ENTRE 20 Y 30 QUINTALES
MAS DE 30 QUINTALES
- 11.¿CÓMO CONSIDERA EL PRECIO DEL ABONO?**
ALTO

MEDIO
BAJO

12. ¿QUÉ PRECIO CONSIDERA EL ADECUADO PARA EL ABONO ORGÁNICO?

MENOS DE CINCO DÓLARES
ENTRE CINCO Y 10 DÓLARES
MÁS DE DIEZ DÓLARES

13. ¿RECIBE ASESORÍA PARA UTILIZAR ABONO EN SUS CULTIVOS ?

SIEMPRE
CASI SIEMPRE
NUNCA

14. ¿DÓNDE ADQUIERE ACTUALMENTE EL ABONO?

A NIVEL LOCAL
EN LA CIUDAD DE IBARRA
OTROS

15. ¿HA RECIBIDO DESCUENTOS POR LA COMPRA DEL ABONO?

SIEMPRE
CASI SIEMPRE
NUNCA

16. ¿ESTARÍA DE ACUERDO EN ADQUIRIR ABONO DE BUENA CALIDAD Y A PRECIO CÓMODO ?

SI
NO
PORQUE

ANEXO B:

ENCUESTA REALIZADA A LOS CAÑICULTORES DE LOS SECTORES DE SALINAS, URCUQUI, IMAYA, TABABUELA (HACEN VAPOR), VALLE DEL CHOTA

1. ¿QUÉ VARIEDAD DE CAÑA DE AZÚCAR CULTIVA USTED?

.....
.....

2. ¿CUÁL ES EL CICLO PROMEDIO PARA LA COSECHA DE LA CAÑA DE AZÚCAR EN NUESTRO MEDIO?

1 año
Entre 1 y 1,5 años
Entre 1,5 y dos años

3. ¿CUÁL ES RENDIMIENTO POR HECTÁREA QUE OBTIENE USTED?

Hasta 10 toneladas
De 10 a 20 toneladas
Mas de 20 toneladas

4. ¿CUÁNTAS HECTÁREAS DISPONE DE CULTIVO DE CAÑA DE AZÚCAR?

De 1 a 5 hectáreas
De 5 a 10 hectáreas
Mas de 10 hectáreas

5. ¿CUÁL SON LAS ENFERMEDADES MAS COMUNES QUE TIENE EL CULTIVO DE LA CAÑA?

.....
.....

6. ¿CUÁL ES EL MERCADO PRINCIPAL QUE TIENE USTED PARA SU CULTIVO?

Ingenio Tababuela

Paneleros

Otros

7. ¿LA VENTA DE LA CAÑA DE AZÚCAR LO HACE POR?

Toneladas

Hectáreas

Otros

8. ¿CONSIDERA USTED QUE ACTUALMENTE EL CULTIVO DE CAÑA TIENE UNA OFERTA?:

Alta

Normal

Poca

9. ¿LA DEMANDA DE LA CAÑA DE AZÚCAR ES?

Alta

Normal

Poca

10. ¿LOS PRECIOS QUE SE PAGAN CONSIDERA USTED QUE SON?

Muy buenos

Buenos

Malos

11. ¿CONSIDERA QUE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN DE LA CAÑA DE AZÚCAR?

Altos

Normales

Bajos

12. ¿LA UTILIDAD QUE RECIBE USTED POR EL CULTIVOS DE LA CAÑA DE AZÚCAR ES?

Alta

Media
Baja

13. ¿EL CULTIVO DE CAÑA TIENE APOYO DE LAS INSTITUCIONES CREDITICIAS?

Mucho
Poco
Nada

14. ¿LA INVERSIÓN QUE REQUIERE LA PRODUCCIÓN DE CAÑA?

Alta
Media
Baja

15. ¿EL CULTIVO DE CAÑA TIENE UNA VIDA ÚTIL?

Hasta dos años
Entre 1 y dos años
Mas de tres años

GRACIAS POR SU COLABORACION

ANEXO C:

**ENTREVISTA APLICADA AL CENTRO DE EXPENDIO DE ABONO
DE LA PARROQUIA IMBAYA.**

1. ¿CUÁNTO TIEMPO LLEVA EN LA ACTIVIDAD?
2. ¿QUÉ TIPO DE ABONO OFERTA USTED?
3. ¿CUÁL ES EL VOLUMEN DE VENTAS MENSUAL DEL ABONO ORGÁNICO?
4. ¿CUÁL ES EL PRECIO DEL ABONO ORGÁNICO QUE USTED COMERCIALIZA?
5. ¿CÓMO CONSIDERA LA ACTIVIDAD DE VENTA DE ABONO ORGÁNICO?
6. ¿A QUÉ TIPO DE MERCADO ATIENDE USTED?
7. ¿CUÁL ES LA PRESENTACIÓN DEL ABONO ORGÁNICO PARA LA VENTA?
8. ¿QUÉ SERVICIOS POST VENTA BRINDA USTED?

GRACIAS POR SU COLABORACION

ANEXO D : DETERMINACIÓN DEL PRECIO

- DETERMINACIÓN DEL PRECIO

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

$$CFu = \frac{24.608,11}{10553}$$

$$CFu = 2,33$$

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

$$CVu = \frac{26117,55}{10553}$$

$$CVu = 2,47$$

$$PRECIO = CFu + CVu + 17\%CTu$$

$$PRECIO = 2,33 + 2,47 + 17\%CTu$$

$$PRECIO = 2,33 + 2,47 + 17\%(4,81)$$

$$PRECIO = 2,33 + 2,47 + 0,80$$

$$PRECIO = 5,6 \text{ dólares}$$

El precio por cada quintal de abono será 5,6 dólares

ANEXO E: DETERMINACIÓN DE LA TENDENCIA DE CRECIMIENTO DEL SUELDO BÁSICO.

AÑO	SUEDO BÁSICO	$i = \frac{C_n}{C_o} - 1$
2007	200	
2008	218	0,09
2010	240	0,10
2011	264	0,10
2012	292	0,11
TOTAL		$\Sigma i = 0,397$

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0,397}{4} = 0,099$$

$$i = 9,9\%$$

ANEXOS COSTOS Y GASTOS

COSTOS

INSUMOS PARA LA COMPOSTERA

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Aditamentos para compost	40,00	480,00
Microorganismos	45,00	540,00
TOTAL		1.020,00

MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Costales	250	0,18	45,00
Overoles	8	15,00	120,00
Bota de caucho	8	19,00	152,00
Cinturón antilumbago Truper	8	11,00	88,00
Gafa de protección transparente	8	2,00	16,00
Guante anticorte	8	7,50	60,00
Mascarilla lavable para polvos no tóxicos	8	0,30	2,40
Mascarilla de caucho para polvo tóxico	8	3,00	24,00
TOTAL	507,40		

MANTENIMIENTO HERRAMIENTAS

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

GASTOS

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	36,00	432,00
Luz	30,00	360,00
Teléfono	25,00	300,00
TOTAL		1.092,00

MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

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

PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Radio	120,00	1.440,00
Trípticos	40,00	480,00
TOTAL		1.920,00

COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Combustible Vehículo	150,00	1.800,00
Mantenimiento Vehículo	35,00	420,00
TOTAL		2.220,00

