



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA**

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE HORTALIZAS ORGÁNICAS EN LA
CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA. C.P.A.**

AUTORA:

NANCY RUBÍ ALBÁN GALARZA

DIRECTOR:

Ing. FERNANDO VALENZUELA

IBARRA, FEBRERO 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad la realización de un Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa de Hortalizas Orgánicas en la ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura, para promover el consumo de hortalizas orgánicas que constituyen alimentos sanos que brinden una alimentación equilibrada. En el diagnóstico a través de una investigación de campo se logró determinar los principales aliados, oponentes, oportunidades y riesgos; además se identificó el problema de la investigación. En el marco teórico se desarrolló conceptos básicos sobre microempresa, contabilidad, hortalizas, abonos orgánicos a fin de tener las bases teóricas, sobre las cuales se fundamenta la investigación. En el estudio de mercado se pudo concluir que existe un mercado potencial a satisfacer y existe predisposición, acogida y aceptación por parte de las amas de casa que desean consumir hortalizas orgánicas, ya que a través de su consumo mejoran la calidad de vida de sus familias. El estudio técnico, se determinó la mejor localización para la comercialización de hortalizas orgánicas, se procedió a la organización y distribución de las instalaciones, flujogramas de procesos. Para dar inicio a las actividades de la microempresa se necesita una inversión total de \$145.000.00, el cual se obtendrá a través de un préstamo bancario; se estructuró presupuestos de ingresos, costos, gastos y los respectivos estados financieros, se estableció que el valor actual neto (VAN) es de 50.454,49\$, la tasa interna de retorno (TIR) de 22,16%, el costo beneficio es de \$1.41 y el beneficio costo del proyecto es de 3.77\$. En la estructura orgánica de la microempresa se desarrolló la misión, visión, políticas, principios, los requerimientos de personal, funciones y perfil de cada puesto. En los impactos se determinó aspectos positivos que conllevan al desarrollo social, y manteniendo un equilibrio con el medio ambiente, por lo tanto la creación de la microempresa es favorable y no causa ningún daño al entorno de la ciudad.

SUMMARY

This research has as objective to conduct a feasibility study in order to create an organic vegetables micro – enterprise in Otavalo, a city of the province of Imbabura that promotes the consumption of these products that constitute healthy food and give a balance diet. The method used to conduct the diagnosis was a field study. In this phase, the researcher determined the main allies, opponents, opportunities and risks; besides, it helped to identify the research problem. In order to establish the theoretical foundations for this study, the literature review includes basic concepts on micro – Enterprise, accounting, vegetables, and organic manures. The market research evidenced that there is a potential target market to satisfy. There is also predisposition, welcome and acceptance on the side of housewives that want to consume organic vegetables, as through its consumption they can improve the quality of life of their families. The technical study helped to determine the best localization for the organic vegetables trade. This phase also included doing the organization and distribution of the facilities and process flow chart. As far as investment, 145.000.000 US dollars are needed to start the activities of the micro – enterprise. The 52 % will be obtained through a bank loan. It was also structured income budgets, costs, expenses, and the financial status. Besides, the net present value is of 50.454.49 US dollars. The internal return rate is 22.16%, the cost benefits is 1.41 US dollars and the project benefits is 3.77 US Dollars. The mission, vision, policies, principles, the requirements of personnel, duties and profile for each positions were developed in the basic structure of this micro – enterprise. As far as the impacts, it was determined the positive aspects that lead to social development, being eco-friendly, therefore, the creation of this micro – enterprise is favorable and does not cause any damage to the surrounding environment of the city.

AUTORÍA

Las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de su autora, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.



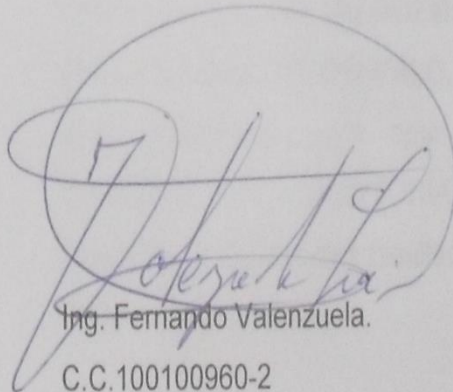
Nombre: Nancy Rubí Albán Galarza

C.C. 100251777-7

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada NANCY RUBÍ ALBÁN GALARZA, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A., cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE HORTALIZAS ORGÁNICAS EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.” Considero que el presente trabajo reúne los 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, en el mes de agosto del 2013.



Ing. Fernando Valenzuela.
C.C.100100960-2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, NANCY RUBÍ ALBÁN GALARZA, con cédula de ciudadanía Nro. 100251777, 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 MICROEMPRESA DE HORTALIZAS ORGÁNICAS EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

NANCY ALBÁN

C.C. 100251777-7

Ibarra, a los 17 días del mes de febrero de 2014.



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 CIUDADANÍA:	DE	100251777-7	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	ALBÁN GALARZA NANCY RUBÍ	
DIRECCIÓN:		OTAVALO, Víctor Garcés y Manuel Andrade	
EMAIL:		nancy_alban@yahoo.com	
TELÉFONO FIJO:	062927183	TELÉFONO MÓVIL:	0981752123

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE HORTALIZAS ORGÁNICAS EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”
AUTORA	NANCY ALBÁN
FECHA:	2014-02-17
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.
ASESOR /DIRECTOR:	Mcs. FERNANDO VALENZUELA.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

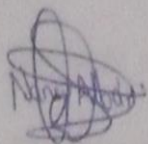
Yo, NANCY RUBÍ ALBÁN GALARZA, con cédula de ciudadanía Nro. 100251777-7, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el 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 17 días del mes de febrero del 2014

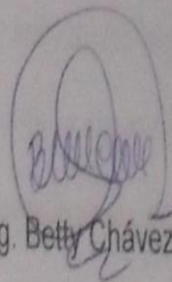
LA AUTORA:



Nancy Albán

C.C. 100251777-7

ACEPTACIÓN:



Ing. Betty Chávez

JEFE DE BIBLIOTECA

DEDICATORIA

Dedico la presente tesis con profundo amor a mis hijitos: Darío y David, a mi esposo Marcelo; y a mis padres quienes me apoyaron en mis estudios superiores, guiándome y dándome fuerza para seguir adelante ya que sin su apoyo constante, no hubiese sido posible la culminación de mi trabajo de investigación.

Nancy Albán

AGRADECIMIENTO

Expreso mi sincero agradecimiento a la Universidad Técnica del Norte, y de manera especial al Ing. Fernando Valenzuela, por otorgarme el apoyo y la confianza incondicional para poder terminar con éxito esta etapa de mi vida académica, ya que con la ayuda de sus conocimientos, su tiempo, dedicación y esfuerzo se logró la estructuración y perfeccionamiento de la presente investigación.

Así mismo agradezco a Dios por haberme brindado la oportunidad de vivir esta experiencia de mi vida y culminar el trabajo con éxito.

Nancy Albán

PRESENTACIÓN

El presente, “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE HORTALIZAS ORGÁNICAS EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.” está compuesto por los siguientes Capítulos: Diagnóstico Situacional, Marco Teórico, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico Financiero, Propuesta Estratégica y Análisis de Impactos. En el Diagnóstico Situacional luego de haber realizado la respectiva tabulación de datos se pudo determinar, los principales aliados, oportunidades, riegos y oponentes, mediante esto se diagnosticó el problema objeto de estudio, el mismo que existe un aprovechamiento de los recursos agrícolas que tiene en la zona, las personas se dedican únicamente a la producción y comercialización de hortalizas cultivadas de manera tradicional, es decir utilizando fertilizantes y fungicidas altamente contaminantes y que afectan a la salud de los consumidores. No existe microempresa en la ciudad de Otavalo que de un valor agregado a la producción de hortalizas orgánicas.

El Marco teórico consta del soporte y sustentación escrita de todos los aspectos referentes al tema.

En el Estudio de Mercado se realizó un análisis de distintas variables, tales como: producto, mercado, demanda, oferta, precio, proveedores, canales de distribución y estrategias de mercadeo, obteniendo como resultados que las hortalizas orgánicas de mayor aceptación de la Ciudad de Otavalo es el brócoli, tomate riñón, cebolla colorada y zanahoria.

Se realizó un estudio técnico o ingeniería del proyecto que juega un papel importante en la elaboración de dicho proyecto, estableciendo la localización de la microempresa, su tamaño, la distribución de las áreas, los procesos y la tecnología a utilizar y posteriormente se determina el requerimiento de infraestructura, de activos, de personal y materias primas necesarios para el correcto funcionamiento de la microempresa

En el Estudio Económico Financiero se procedió a la estructuración de balances la que nos permitió realizar la respectiva evaluación económica y financiera del proyecto, el cual arrojó resultados satisfactorios.

En la Propuesta Estratégica se indica el organigrama de la microempresa, misión, visión, políticas y valores de la misma así como la descripción de las funciones de las personas que laboran en la microempresa.

En el Análisis de Impactos se determinó la influencia que tiene el proyecto en el ámbito socio-económico, salud, ambiental, ético, educativo, empresarial y comercial.

Finalmente este trabajo finaliza con las correspondientes conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
SUMMARY.....	iii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	vii
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
PRESENTACIÓN.....	xii
ÍNDICE.....	xiv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxv
JUSTIFICACIÓN.....	xxvii
OBJETIVOS.....	xxviii
OBJETIVO GENERAL	xxviii
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	xxviii
CAPÍTULO I.....	31
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	31
ANTECEDENTES.....	31
OBJETIVOS.....	33
OBJETIVO GENERAL	33
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	34
VARIABLES.....	34
INDICADORES O SUBASPECTOS QUE DEFINEN LAS VARIABLES .	34
Factores políticos que pueden incidir en la agricultura.	34
Aspectos Económicos y Financieros relacionados con la agricultura.	35
Factores Sociales	35

Factores Tecnológicos.....	35
Aspecto Ambiental.....	35
MATRIZ DE RELACIÓN.....	36
ANÁLISIS DE LOS FACTORES POLÍTICOS RELACIONADOS CON LA AGRICULTURA.....	37
FACTORES ECONÓMICOS QUE SE RELACIONAN CON EL PROYECTO.....	38
FACTORES SOCIALES.....	40
FACTORES TECNOLÓGICOS QUE SE RELACIONAN CON EL PROYECTO.....	41
FACTORES ECOLÓGICOS QUE PUEDEN INCIDIR EN EL PROYECTO.....	45
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN.....	47
IDENTIFICACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades, Amenazas (Aoor).....	47
ALIADOS.....	47
OPONENTES.....	47
Oportunidades.....	47
RIESGOS.....	48
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	48
CAPÍTULO II.....	49
MARCO TEÓRICO.....	49
EMPRESA.....	49
CLASIFICACIÓN.....	49
POR SU FINALIDAD.....	49
SEGÚN LOS SECTORES PRODUCTIVOS.....	50
POR SU TAMAÑO.....	51
POR SU CONSTITUCIÓN.....	51
MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA.....	52
OBJETIVOS.....	52
CARACTERÍSTICAS.....	52
MISIÓN.....	53

VISIÓN.....	53
MICROEMPRESA HORTÍCOLA.....	54
HORTICULTURA.....	54
HORTALIZAS	54
ALIMENTO NATURAL.....	55
CLASIFICACIÓN DE LAS HORTALIZAS	55
PRINCIPALES FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS ORGÁNICAS.	57
EL SUELO	57
EL AGUA	57
CLIMA.....	57
PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS ORGÁNICAS.....	58
ABONOS ORGÁNICOS.....	58
HUMUS.....	58
LOMBRICULTURA	59
ELABORACIÓN DE ABONOS ORGÁNICOS	59
VENTAJAS DE LOS ABONOS ORGÁNICOS	60
ESTUDIO DE MERCADO.....	60
MERCADO.....	60
MERCADO META.....	61
OFERTA	61
DEMANDA.....	62
PRECIO.....	62
PRODUCTO	63
ASPECTOS CONTABLES.....	63
ESTADOS FINANCIEROS	63
INGRESOS	65
GASTOS.....	65
GASTOS DE VENTAS.....	66
GASTOS ADMINISTRATIVOS	66
GASTOS FINANCIEROS	66
COSTO	66

COSTO DE PRODUCCIÓN.....	66
ELEMENTOS DEL COSTO	67
CONCEPTO DE PRODUCTIVIDAD	69
TÉCNICAS DE EVALUACIÓN FINANCIERA	70
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	70
VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	71
PUNTO DE EQUILIBRIO.....	72
RELACIÓN COSTO BENEFICIO.....	73
BENEFICIO COSTO	73
CAPÍTULO III	74
ESTUDIO DE MERCADO.....	74
Introducción	74
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.	75
OBJETIVO GENERAL:	75
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	75
MATRIZ DE VARIABLES DE MERCADEO	76
IDENTIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS.....	77
CARACTERÍSTICAS DE LAS HORTALIZAS ORGÁNICAS.....	77
TIPOS DE PRODUCTOS DE HORTALIZAS ORGÁNICAS	77
PRODUCTOS Y SERVICIOS SUSTITUTOS.....	82
CONSUMIDOR DEL PRODUCTO.....	82
ESTRUCTURA DEL MERCADO	83
COMPETENCIA PERFECTA.....	83
INVESTIGACIÓN.....	83
SEGMENTACIÓN.....	83
MARCO MUESTRAL O UNIVERSO.....	84
TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	85
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	86
DISEÑOS DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.	86
PRUEBA PILOTO.....	87
LEVANTAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.	87
ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	102

FACTORES QUE LA AFECTAN.....	102
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	104
ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	106
COMPETENCIA ACTUAL.....	106
OFERTA ACTUAL.....	107
PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	107
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.....	108
PARTICIPACIÓN EN EL PROYECTO.....	109
PRECIOS.....	109
PRECIOS EXISTENTES EN EL MERCADO.....	109
Fijación de Precios.....	110
Precio de las Hortalizas orgánicas ofertados por la microempresa	111
PROVEEDORES.....	111
CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	112
ESTRATEGIAS DE MERCADEO.....	112
ESTRATEGIA DEL PRODUCTO.....	113
ESTRATEGIAS DE PRECIOS.....	113
ESTRATEGIAS DE PLAZA / DISTRIBUCIÓN.....	114
ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN.....	114
CONCLUSIONES.....	115
CAPÍTULO IV.....	116
ESTUDIO TÉCNICO – INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	116
MACROLOCALIZACIÓN.....	116
MICROLOCALIZACIÓN.....	117
UBICACIÓN DE LA PLANTA.....	118
MATRIZ DE FACTORES AL POR MENOR.....	121
ESCALA DE EVALUACIÓN.....	121
COMERCIALIZACIÓN.....	121
IDENTIFICACIÓN DE POSIBLES LUGARES.....	121
REGLA DE DECISIÓN:.....	122
DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL PROYECTO.....	124
SUPERFICIE TOTAL.....	124

AMBIENTES.....	124
DISEÑO DE INSTALACIONES.....	125
DIAGRAMA DE PROCESOS.....	126
DIAGRAMA DE BLOQUES PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS.....	127
FLUJOGRAMA DEL PROCESO.....	127
FLUJOGRAMA DEL PROCESO (Simbología)	128
FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO.....	128
PLANTILLA DE CONTROL PRODUCTIVO.....	129
NORMATIVA SANITARIA, COMERCIAL Y TÉCNICA	130
CAPÍTULO V.....	135
ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	135
PRESUPUESTO.....	135
PRESUPUESTO DE INGRESOS POR VENTAS	135
COSTOS DE PRODUCCIÓN	136
DEPRECIACIONES.....	150
GASTOS FINANCIEROS	153
ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	157
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	157
ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIAMIENTO	158
ESTADO DE FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	160
EVALUACIÓN FINANCIERA.....	162
COSTO DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO	162
VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	164
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	165
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	167
COSTO BENEFICIO.....	168
BENEFICIO COSTO.....	169
PUNTO DE EQUILIBRIO.....	170
RESUMEN DE LA EVALUACIÓN.....	171
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	172
CAPÍTULO VI.....	174
PROPUESTA ESTRATÉGICA.....	174

LA EMPRESA.....	174
TRATAMIENTO TRIBUTARIO DE LAS PYMES	174
PERSONAS NATURALES	174
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL.....	175
TITULARIDAD DE PROPIEDAD DE LA EMPRESA.....	175
TIPO DE EMPRESA	175
BASE FILOSÓFICA	176
MISIÓN.....	176
VISIÓN.....	176
POLÍTICAS	176
VALORES	177
PRINCIPIOS DE LA EMPRESA	178
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y FUNCIONAL.....	179
ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA	180
NIVEL DIRECTIVO.	180
LOGOTIPO DE LA EMPRESA	187
CAPÍTULO VII.....	188
IMPACTOS	188
IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO	189
IMPACTO NUTRICIONAL	190
IMPACTO AMBIENTAL	191
IMPACTO ÉTICO.....	192
IMPACTO EDUCATIVO.....	193
IMPACTO EMPRESARIAL	194
IMPACTO COMERCIAL	195
IMPACTO GENERAL	196
CONCLUSIONES	197
BIBLIOGRAFÍA.....	199
LINKOGRAFÍA.....	201
ANEXO N° 1	203
ANEXO N° 2	207
ANEXO 3	210

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Matriz de Relación.....	36
Cuadro 2 Instituciones Financieras.....	38
Cuadro 3 Proveedores Abono Orgánico	46
Cuadro 4 Matriz de Variables de Mercadeo.....	76
Cuadro 5 Cebolla Colorada	78
Cuadro 6 Brócoli	79
Cuadro 7 Zanahoria	80
Cuadro 8 Tomate riñón	81
Cuadro 9 Marco Muestral o Universo	84
Cuadro 10 Hábitos de consumo.....	88
Cuadro 11 Frecuencia del consumo de hortalizas	89
Cuadro 12 Lugar de compra de hortalizas	90
Cuadro 13 Factores de compra	91
Cuadro 14 Demanda, gustos y preferencias.....	92
Cuadro 15 Precio Promedio.....	93
Cuadro 16 Procedencia del Producto	94
Cuadro 17 Demanda.....	95
Cuadro 18 Presentación del Producto	96
Cuadro 19 Canales de Distribución	97
Cuadro 20 Género	98
Cuadro 21 Edad.....	99
Cuadro 22 Nivel socioeconómico.....	100
Cuadro 23 Ocupación	101
Cuadro 24 Relación a la Muestra.....	104
Cuadro 25 Relación a la Población.....	104
Cuadro 26 Proyección de la Demanda	106
Cuadro 27 Oferta Actual	107
Cuadro 28 Proyección de la Oferta.....	108
Cuadro 29 Proyección de la Demanda Insatisfecha	108
Cuadro 30 Participación en el Proyecto.....	109

Cuadro 31 Precios existentes en el Mercado	110
Cuadro 32 Precio de Hortalizas Orgánicas	111
Cuadro 33 Escala de Evaluación	121
Cuadro 34 Matriz de Factores.....	122
Cuadro 35 Matriz de Factores (ubicación al por menor)	123
Cuadro 36 Distribución Espacio Físico	126
Cuadro 37 Presupuesto de ingresos.....	136
Cuadro 38 Materia Prima Directa.....	137
Cuadro 39 Mano de obra Directa.....	138
Cuadro 40 Servicios Básicos	139
Cuadro 41 Insumos Agrícolas.....	140
Cuadro 42 Servicio de Arado y Rastrado.....	141
Cuadro 43 Combustibles y lubricantes	141
Cuadro 44 Resumen de Costos Indirectos de Fabricación	142
Cuadro 45 Resumen de Costos de Producción	142
Cuadro 46 Cálculo de la Proyección de Salarios	143
Cuadro 47 Gasto personal Administrativo	144
Cuadro 48 Servicios Básicos	145
Cuadro 49 Materiales de Oficina.....	146
Cuadro 50 Materiales de Aseo.....	147
Cuadro 51 Gastos de Constitución	147
Cuadro 52 Proyección Gastos Administrativos	148
Cuadro 53 Gastos de personal de ventas.....	149
Cuadro 54 Gastos de Publicidad	150
Cuadro 55 Proyección de Gastos de Ventas	150
Cuadro 56 Depreciaciones	151
Cuadro 57 Resumen de Gastos de Depreciación.....	152
Cuadro 58 Resumen de Gastos de Depreciación.....	153
Cuadro 59 Amortización Deuda	155
Cuadro 60 Intereses al Credito Financiero	157
Cuadro 61 Estado de Situación Inicial	158
Cuadro 62 Estado de Pérdidas o Ganancias Proyectado.....	159

Cuadro 63 Cálculo del Impuesto Renta	160
Cuadro 64 Tabla Impuesto para el 2014.....	160
Cuadro 65 Flujo de Caja	161
Cuadro 66 Recuperación Efectiva	162
Cuadro 67 Cálculo de tasa de Rendimiento Medio.....	163
Cuadro 68 Flujos Netos Actualizados (VAN)	164
Cuadro 69 Flujos Netos Actualizados (TIR).....	166
Cuadro 70 Flujos para la Recuperación de la Inversión	168
Cuadro 71 Flujos Netos Actualizados	169
Cuadro 72 Cálculo del punto de Equilibrio producto	171
Cuadro 73 Resumen del Punto de Equilibrio	171
Cuadro 74 Resumen de la Evaluación.....	172
Cuadro 75 Análisis de Sensibilidad.....	172
Cuadro 76 Gerente	180
Cuadro 77 Contadora	182
Cuadro 78 Jefe de producción	184
Cuadro 79 Trabajadores del Agro.....	185
Cuadro 80 Vendedor.....	186
Cuadro 81 Valoración de Impactos.....	188
Cuadro 82 Impacto Socio – Económico.....	189
Cuadro 83 Impacto nutricional	190
Cuadro 84 Impacto ambiental	191
Cuadro 85 Impacto ético	192
Cuadro 86 Impacto educativo	193
Cuadro 87 Impacto empresarial.....	194
Cuadro 88 Impacto comercial	195
Cuadro 89 Impacto general	196

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Tractor Agrícola	42
Ilustración 2 Arado de Disco	42
Ilustración 3 Rastra	43
Ilustración 4 Rotavator	43
Ilustración 5 Riego por Inundación.....	44
Ilustración 6 Hortalizas Orgánicas	45
Ilustración 7 Cebolla Colorada	78
Ilustración 8 Brócoli.....	79
Ilustración 9 Zanahoria	80
Ilustración 10 Tomate riñón	81
Ilustración 11 Canal de Distribución.....	112
Ilustración 12 Etiqueta para Alimentos.....	133

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Principales Cultivos en el Cantón Otavalo.....	39
Gráfico 2 Servicios Básicos de Otavalo	40
Gráfico 3 Total de Población en edades de 15 a 64 años que no tienen instrucción.....	41
Gráfico 4 Hábitos de consumo.....	88
Gráfico 5 Frecuencia de consumo de hortalizas	89
Gráfico 6 Lugar de compra de hortalizas	90
Gráfico 7 Factores de compra.....	91
Gráfico 8 Demanda, gustos y preferencias.....	92
Gráfico 9 Precio Promedio	93
Gráfico 10 Procedencia del Producto	94
Gráfico 11 Demanda.....	95
Gráfico 12 Presentación del Producto	96
Gráfico 13 Canales de distribución	97
Gráfico 14 Género	98
Gráfico 15 Edad.....	99
Gráfico 16 Nivel Socioeconómico	100
Gráfico 17 Ocupación	101

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 CANTÓN OTAVALO	116
FIGURA 2 MICROLOCALIZACIÓN	118
FIGURA 3 DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL ÁREA.....	120
FIGURA 4 OPCIÓN A.....	124

ABREVIATURAS

INEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
MAGAP	Ministerio de Agricultura, Ganadería Acuacultura y Pesca
NBI	Necesidades Básicas Insatisfechas
BNF	Banco Nacional de Fomento
CFN	Corporación Financiera Nacional
NIC	Normas Internacionales de Contabilidad
RUC	Registro Único de Contribuyentes
INIAP	Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias
INEN	Instituto Ecuatoriano de Normalización
ARSCA	Agencia Nacional de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria
LRTI	Ley de Régimen Tributario Interno
MRL	Ministerio de Relaciones Laborales

JUSTIFICACIÓN

El Ecuador es un país caracterizado por su riqueza natural y sus bondades climáticas que favorecen al sector agrícola, el cual es un eje fundamental para el desarrollo del país.

En los últimos años la agricultura orgánica ha tomado gran importancia, principalmente por el interés de la gente en consumir alimentos más sanos y saludables.

Es indispensable mejorar la calidad de la alimentación; a través del consumo de hortalizas orgánicas, pues la salud depende en gran medida de la alimentación y para que ésta sea efectiva los ingredientes para la preparación de menús diarios deben ser los mejores y así cumplir con su función; proveer a nuestro organismo de vitaminas y minerales adecuados.

Contar con la disponibilidad del terreno y la experiencia familiar en el sector agrícola son factores que contribuyen al emprendimiento de la instalación de una microempresa de producción y comercialización de hortalizas orgánicas, favoreciendo así el progreso del entorno, a la vez que mejora el nivel de vida de las personas involucradas en el proyecto, se genera empleo, satisfacción intelectual, ingresos económicos, beneficios nutricionales y no tiene impactos negativos con el medio ambiente.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de hortalizas orgánicas en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un diagnóstico situacional con el fin de obtener la información necesaria en cuanto a la situación actual de la ciudad de Otavalo y determinar la oportunidad de inversión.
- Realizar el marco teórico que contenga las bases teóricas científicas de los aspectos más relevantes que fundamentan la propuesta del proyecto y de todo lo referente al sistema administrativo, contable-financiero que permitirá conceptualizar en forma clara la investigación.
- Efectuar un estudio de mercado para identificar la oferta y la demanda de la comercialización de hortalizas orgánicas en Otavalo, logrando así determinar la demanda potencial y elaborar estrategias para su adecuada comercialización.
- Elaborar el estudio técnico mediante el cual se dará a conocer aspectos de localización, diseño e instalaciones, ubicación de la planta, flujo grama de procesos, presupuesto técnico, inversión y tamaño del proyecto.
- Realizar la evaluación financiera y económica del proyecto utilizando los diferentes procesos y herramientas financieras que permitan determinar la rentabilidad de dicho proyecto.
- Establecer una propuesta estratégica adecuada para el desarrollo del proyecto.
- Analizar los impactos del proyecto en las diferentes áreas de influencia, que generará dicho proyecto en el entorno de la ciudad Otavalo.

METODOLOGÍA UTILIZADA

Los principales Métodos que se utilizó para el presente proyecto son:

Método Inductivo

El presente método de investigación parte de hechos particulares para llegar a conclusiones generales y en el presente trabajo se empleó para la recolección de información a través de encuestas que se realizaron a posibles consumidores de hortalizas orgánicas y entrevistas dirigidas a profesionales en agronomía que contribuyeron en la parte técnica y profesional a fin de llegar a tener una perspectiva general del tema a tratar.

Método Deductivo

El Método Deductivo parte de conclusiones generales para extraer datos particulares y se utilizó en la formulación de los objetivos específicos debido a que se derivan del objetivo general, elaboración de los antecedentes ya que va de lo macro a lo micro, realización de las bases teóricas ya que son conceptos que parten y se generan del título del proyecto de tesis, desarrollo del cuestionario de encuestas y entrevistas que de temas generales se elaboraron preguntas particulares para conocer datos específicos y además se empleó para determinar los principios, leyes y normas acerca del tema que se deben aplicar a fin de dar soluciones.

Método Analítico

El Método Analítico se utilizó para descomponer los objetivos específicos en partes como son en variables e indicadores a fin de profundizar cada una de las ellas por separado, en el desarrollo de las bases teóricas cuando a cada tema relevante del título de la tesis, se dividió en partes esenciales para su análisis. Éste método se empleó en la elaboración de cada capítulo de la tesis al descomponer cada elemento relevante del tema y examinarlo profundamente mediante la investigación bibliográfica y linkográfica y se usó en la interpretación de los resultados de la encuesta y entrevista a través de programas informáticos y gráficos que faciliten el análisis de cada pregunta planteada.

Método Sintético

El presente método integra los componentes que estaban separados a fin de estudiarlos en su totalidad, se empleó en la elaboración del Marco Teórico ya que de diferentes datos bibliográficos se construyó una síntesis que abarque todo el contenido del tema, además partiendo de todos los análisis realizados en la encuesta y entrevista se unió las ideas para sintetizarlas reuniendo racionalmente las partes de un todo a fin de obtener las conclusiones finales de cada capítulo en especial del diagnóstico y del estudio de mercado.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

La provincia de Imbabura se encuentra al norte del país, es conocida como la provincia de los Lagos, tiene una superficie de 4.353 Km², ó 435.300 has; sus límites al norte la provincia del Carchi, al sur la provincia de Pichincha, al este la provincia de Sucumbíos, y al Oeste la provincia de Esmeraldas.

Tiene seis cantones. Ibarra que es la capital de la provincia, Cotacachi, Otavalo, Antonio Ante, San Miguel de Urququi, Pimampiro, además tiene dos zonas de tipo subtropical; la primera cálida y seca, conocida como el Valle del Chota y las cálidas y húmedas, conocidas como la zona de Intag y la de Lita (límite con la provincia de Esmeraldas). Tiene una población de 418.357 habitantes, según los datos del INEC (2010).

Según el último ordenamiento territorial, la provincia de Imbabura pertenece a la Región Norte del País o Zona 1; comprendida también por las provincias de Carchi, Sucumbíos y Esmeraldas.

Según el MAGAP, el grupo de actividad económica que en Imbabura cuenta con mayor número de personas trabajando es Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; que se constituye como principal actividad de los cantones Cotacachi, Urququi y Pimampiro. La segunda actividad económica en abarcar mayor número de trabajadores es el Comercio, siendo Ibarra el cantón en el que se identifica la mayor actividad comercial; por último Antonio Ante y Otavalo son los cantones que mantienen como principal actividad económica a la industria manufacturera, siendo la

manufactura la tercera actividad en concentrar la mayor cantidad de trabajo en la provincia.

El cantón Otavalo tiene una superficie de 579 Kilómetros cuadrados. Está situado en la zona norte del Ecuador y al Sur oriente de la provincia de Imbabura. Tiene diferencias altitudinales, desde los 1.100 m.s.n.m., en la zona de Selva Alegre, hasta los 4.700m.s.n.m., en el cerro Imbabura. La temperatura promedio es de 10 grados centígrados. Su Idioma oficial es el Castellano y Kichwa.

El cantón se encuentra limitado: al norte con los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra; al sur limita con el cantón Quito (Pichincha); al este con los cantones Ibarra y Cayambe (Pichincha) y al oeste con los cantones Quito y Cotacachi.

De acuerdo al último censo de población y vivienda 2010, efectuado por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), Otavalo cuenta con una población urbana de 39.354 habitantes, su población rural es de 65. 520; con total poblacional de 104. 874.

En cuanto a las costumbres y tradiciones que hoy se practican son mucho más que ritos, música o danza considerados como manifestaciones folclóricas. Trasciende al arte en sus múltiples expresiones, a la preparación de los alimentos, a la vestimenta, a los juegos, a la agricultura y al trabajo cotidiano que el pueblo indígena y mestizo los comparte en varios espacios que permiten ir fortaleciendo las relaciones interétnicas y facilitando la interculturalidad en favor del desarrollo de los pueblos.

Muestra de ello se ve reflejada en la economía de los Otavaleños que ha dado prioridad al comercio, nacional e internacional de los productos artesanales y en los últimos años con mayor fuerza la industria manufacturera; además la música, el turismo; en pequeña proporción se dedican a la agricultura.

El cantón es favorecido por sus bondades naturales como es el clima y tipos de suelo; dando oportunidad a la actividad agrícola, factor fundamental para la obtención de alimentos los cuales permiten satisfacer nuestras necesidades alimenticias.

Los agricultores que se encuentran en la parte rural de este cantón se dedican a la producción de granos tradicionales como son: maíz, fréjol, chochos, quinua, habas, arvejas, papas y además frutas como frutillas, tomate de árbol, babaco, taxo, mora, entre otros y en menor cantidad hortalizas.

El proyecto será aplicado para el sector urbano de la ciudad de Otavalo en lo que se refiere a la comercialización; la producción y acopio de las hortalizas orgánicas, tendrá su centro base en la Parroquia Miguel Egas Cabezas que se encuentra ubicada al norte de la Ciudad, a esta parroquia pertenece la comunidad Peguche, lugar que cumple con las condiciones óptimas para el cultivo de las hortalizas orgánicas.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

- Caracterizar el entorno productivo agropecuario de Otavalo para identificar Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos en la producción y comercialización de hortalizas orgánicas.

Para definir los objetivos específicos, se aplica la metodología PESTE, mediante la cual se analizarán los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ecológicos.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los factores políticos, que pueden incidir en la producción de hortalizas orgánicas.
- Estudiar los factores económicos y financieros.
- Caracterizar el componente social de la población de Otavalo.
- Analizar los aspectos tecnológicos, que puedan incidir en el proyecto.
- Determinar los aspectos ambientales que pueden incurrir en la implementación del proyecto.

1.3. VARIABLES

- Factores políticos que pueden incidir en la agricultura.
- Aspectos Económicos y Financieros relacionados con la agricultura.
- Factores Sociales
- Factores Tecnológicos
- Aspectos Ambientales.

1.4. INDICADORES O SUBASPECTOS QUE DEFINEN LAS VARIABLES

1.4.1. Factores políticos que pueden incidir en la agricultura.

- Políticas Gubernamentales.
- Políticas Nutricionales.
- Mejorar la Calidad de Vida.
- Plan del Buen Vivir.
- Código de la Producción.

1.4.2. Aspectos Económicos y Financieros relacionados con la agricultura.

- Créditos por parte de entidades financieras.
- Inflación.
- Crecimiento Económico.
- Tasas de Interés.

1.4.3. Factores Sociales

- Crecimiento Demográfico.
- Hábitos de Consumo.
- Gustos y preferencias.
- Servicios básicos.
- Educación.
- Desempleo.

1.4.4. Factores Tecnológicos

- Tecnología de Riego.
- Cultivos Orgánicos.
- Rotación de Cultivos.
- Fertilizantes Orgánicos.

1.4.5. Aspecto Ambiental

- Preservación.
- Manejo de aguas.
- Contaminación.
- Aprovechamiento de residuos agrícolas.

1.5. MATRIZ DE RELACIÓN

Cuadro 1 Matriz de Relación

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS	PÚBLICO
Analizar los factores políticos que pueden incidir en la producción de hortalizas orgánicas	Factores políticos que pueden incidir en la agricultura.	<ul style="list-style-type: none"> - Políticas Gubernamentales. - Políticas Nutricionales. - Mejorar la Calidad de Vida. - Plan del Buen Vivir. - Políticas de la producción. 	<ul style="list-style-type: none"> - Secundaria - Secundaria - Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Documental - Linkongráfica - Linkongráfica 	<ul style="list-style-type: none"> - Constitución 2008 - Plan Nacional del Buen vivir - Código de la Producción.
Estudiar los factores económicos y financieros.	Aspectos Económicos y Financieros relacionados con la agricultura.	<ul style="list-style-type: none"> - Créditos por parte de entidades financieras - Inflación - Crecimiento Económico - Tasas de Interés 	<ul style="list-style-type: none"> - Secundaria - Secundaria - Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Documental - Linkongráfica - Linkongráfica 	<ul style="list-style-type: none"> - Entidades Financieras locales - INEC - BCE
Caracterizar el componente social de la población de Otavalo.	Factores Sociales	<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento Demográfico - Educación - Hábitos de Consumo - Gustos y preferencias. 	<ul style="list-style-type: none"> - Secundaria - Primaria - Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Documental - Encuesta - Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> - INEC - Habitantes de la ciudad de Otavalo - Amas de Casa
Analizar los aspectos tecnológicos que puedan incidir en el proyecto	Factores Tecnológicos.	<ul style="list-style-type: none"> - Tecnología de riego. - Cultivos Orgánicos. - Rotación de Cultivos. - Fertilizantes Orgánicos 	<ul style="list-style-type: none"> - Primaria - Secundaria - Secundaria - Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevista - Entrevista - Entrevista - Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> - Ing. Agrónomo
Determinar los aspectos Ambientales que pueden incurrir en la implementación del proyecto.	Aspectos Ambientales	<ul style="list-style-type: none"> - Preservación. - Manejo de aguas. - Contaminación - Aprovechamiento de residuos agrícolas 	<ul style="list-style-type: none"> - Primaria - Primaria - Primaria - Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevista - Entrevista - Entrevista - Entrevista - Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> - Ing. Agrónomo

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

1.6. ANÁLISIS DE LOS FACTORES POLÍTICOS RELACIONADOS CON LA AGRICULTURA

Constitución de la República del Ecuador. En el Ecuador la forma de gobierno es democrática y prevalece su máxima ley como es la Constitución del Ecuador (2008), la cual manifiesta en su Art. 13.- “Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.”

La máxima ley nos garantiza el derecho de una alimentación saludable y sustentable, por lo que es responsabilidad de los productores generar alimentos que favorezcan la salud de los consumidores.

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP). Esta institución brinda facilidades de asesoramiento, entrega de insumos como semillas certificadas; a los pequeños, medianos y grandes agricultores del país.

Plan nacional del Buen Vivir. El objetivo 7 plantea: Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global. Prevenir y controlar la contaminación ambiental, como parte del mejoramiento de la calidad de vida, continua siendo sumamente importante para garantizar el derecho humano a vivir en un ambiente sano, pilar fundamental en la sociedad del Buen Vivir.

Código de la Producción. En el Art. 232. Manifiesta a los procesos productivos eficientes el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto; adoptadas para reducir los efectos negativos y los daños en la salud de los seres humanos y del medio ambiente.

1.7. FACTORES ECONÓMICOS QUE SE RELACIONAN CON EL PROYECTO

Principales Actividades Económicas. Según el INEC, Censo 2010 las actividades económicas que se generan al interior del cantón son diversas, dentro de las más importantes podemos señalar al comercio que representa el 22%, industria y manufactura 19%, otras actividades 18%, turismo 10%, financiera 8%, agricultura 7%, construcción 7%, transporte.

Entidades Financieras. En la provincia de Imbabura se realizó una investigación directa sobre las principales entidades financieras que facilitan créditos para proyectos productivos agrícolas y se obtuvo la siguiente información:

Cuadro 2 Instituciones Financieras

INSTITUCIONES FINANCIERAS				
NOMBRE	TIPO DE CRÉDITO	MONTO	TASA INTERÉS	PLAZO
CFN	PRODUCTIVO	200.000	11.50%	10 AÑOS
BNF	PRODUCTIVO	200000	11.20%	60 MESES
B.PICHINCHA	PRODUCTIVO	20.000	22.50%	36 MESES
C. ATUNTAQUI	MICROPRODUCTIVO	20.000	22%	36 MESES

FUENTE: Investigación Directa

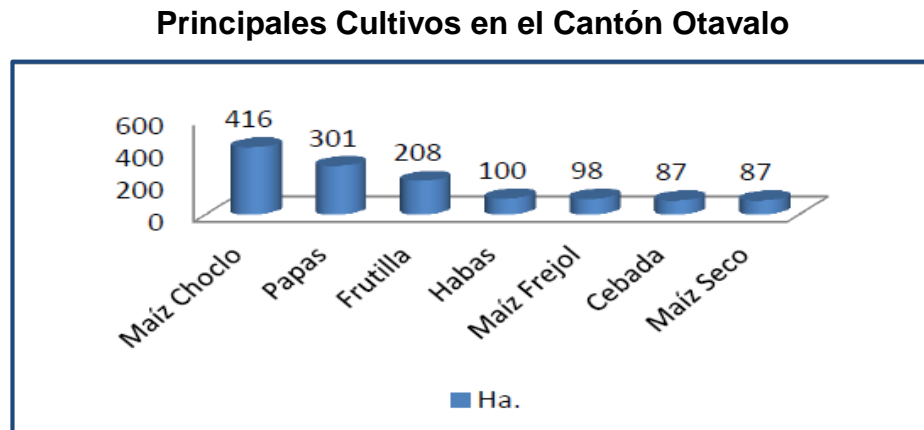
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Al *analizar las diferentes tasas de interés* que ofrecen las principales instituciones financieras se decidió por el Banco Nacional de Fomento que se ajusta a nuestra necesidad de crédito, pues tiene 11,20% de interés a un plazo de 5 años.

Cultivos. Dentro de los cultivos más sembrados tenemos maíz/choclo con aproximadamente 416 has, según datos proporcionados por el Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP) este cultivo ha disminuido sustancialmente su participación dentro de los procesos de producción de las familias agricultoras que han optado por cultivos más rentables y de ciclos productivos cortos. Las papas concentran

aproximadamente 301 has y habas 100 has, cebada 87 has. y maíz seco 87 has; como se lo demuestra gráficamente.

Gráfico 1 Principales Cultivos en el Cantón Otavalo



FUENTE: MAGAP

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación.

En cuanto a los productores de hortalizas orgánicas en la ciudad de Otavalo son mínimos, ya que los grandes agricultores se dedican al cultivo de productos tradicionales como son maíz, fréjol, habas, arveja, chochos, papas, mellocos; los cuales son destinados para la venta y el autoconsumo familiar.

Los *principales productores de hortalizas*. Se encuentran en el sector de Imbabuela los cuales ascienden a 6 pequeños agricultores de hortalizas destinados para la venta; así lo afirma el Sr. Luis Guaján Campo productor y comerciante de hortalizas en la ciudad de Otavalo.

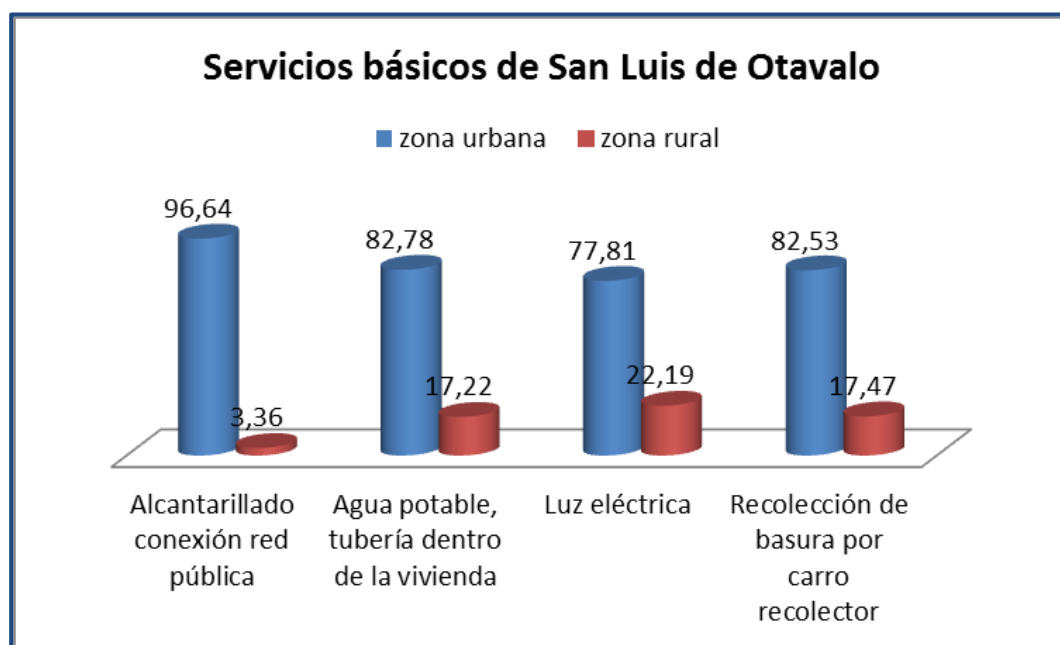
Sin embargo éste pequeño grupo no abastecen en su totalidad la demanda de las hortalizas y los comerciantes de los mercados de Otavalo adquieren sus productos en el Mercado Mayorista de la ciudad de Ibarra para cubrir la demanda de sus clientes.

Los precios varían de acuerdo a la oferta y demanda que se establece en el mercado. Es así que a escasos productos mayor precio y a abundantes productos menor precio.

1.8. FACTORES SOCIALES

Según el último censo de población 2010, los habitantes en el área urbana de la ciudad de Otavalo ascienden al 37.52% y en el área rural es del 62.48% .La población rural ocupa la mayor parte del territorio.

Gráfico 2 Servicios Básicos de Otavalo



FUENTE: Consultoría PDOT-O, 2011

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación.

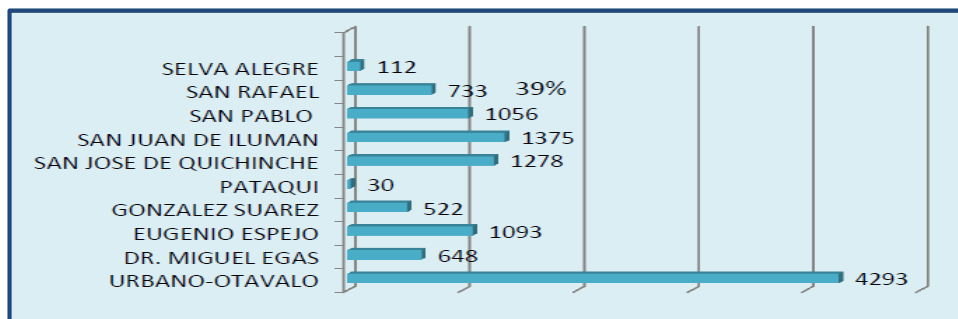
El acceso a los servicios básicos se puede observar que se ha dado gran prioridad al sector urbano del Cantón Otavalo como son alcantarillado, luz eléctrica, agua potable y recolección de basura., la ampliación de estos servicios garantizan el servicio y mejoran la calidad de vida los habitantes, y con ello las enfermedades de origen hídrico han disminuido.

Analfabetismo. El nivel de analfabetismo se puede determinar en la población mayor de 15 años, mismos que no saben leer ni escribir. En base

al censo 2010, a nivel cantonal, las personas que no tienen ningún nivel de instrucción, suman un total de 11.140 personas; ello representa el 11% del total de la población cantonal, comprendida entre las edades de 15 a 64 años de edad.

Gráfico 3 Total de Población en edades de 15 a 64 años que no tienen instrucción

TOTAL DE POBLACIÓN EN EDADES DE 15 A 64 AÑOS QUE NO TIENEN INSTRUCCIÓN



FUENTE: Consultoría PDOT-O, 2011
 ELABORACIÓN: Autora de la Investigación.

1.9 FACTORES TECNOLÓGICOS QUE SE RELACIONAN CON EL PROYECTO

Tecnología en la preparación de la tierra. Se utilizará maquinaria agrícola como es el tractor, rastra, arado de disco, rotavator y surcadora que a través de la contratación de servicios por maquinaria agrícola; el Sr. Rafael Pinto facilitará el trabajo para la preparación adecuada de la tierra para la producción de hortalizas orgánicas.

TRACTOR AGRÍCOLA

Ilustración 1 Tractor Agrícola



FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

ARADO DE DISCO

Ilustración 2 Arado de Disco



FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

RASTRA

Ilustración 3 Rastra



FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

ROTAVATOR

Ilustración 4 Rotavator



FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

SURCADORA



FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Tecnología de riego. Para la producción de hortalizas orgánicas, en la fase de riego se lo realizará a través de riego por inundación; ya que se cuenta con la disponibilidad de una fuente de agua cercana al cultivo.

RIEGO POR INUNDACIÓN

Ilustración 5 Riego por Inundación



FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Tecnología en la cosecha. La cosecha de hortalizas orgánicas se lo realizará a través de la selección y recolección adecuada del producto, para lo cual se utilizará, herramientas de corte, gavetas que posteriormente será trasladado a través de carretillas hacia el área de poscosecha.

Tecnología en la poscosecha. Una vez concluido el proceso de cosecha se procede a la poscosecha para la cual se requiere del manejo apropiado de las hortalizas y una temperatura fresca; se utilizará cajas adecuadas de plástico, madera, cartón; además tijeras de corte con la finalidad de optimizar su presentación.

HORTALIZAS ORGÁNICAS

Ilustración 6 Hortalizas Orgánicas



FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Proveedores locales de tecnología. Los señores: Marco Simbaña, Rafael Pinto, Edgar Picuasi son propietarios de maquinaria agrícola; los mismos que prestaran sus servicios para el desarrollo de la producción de las hortalizas;

1.10 FACTORES ECOLÓGICOS QUE PUEDEN INCIDIR EN EL PROYECTO

Aplicar los métodos adecuados para trabajar en armonía con el medio ambiente es fundamental para garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable; por lo tanto el reciclaje, el adecuado manejo de los desechos orgánicos, preparación del suelo y la aplicación correcta y responsable de los insumos orgánicos brindaran los beneficios requeridos en los productos agrícolas.

Semillas certificadas. Adquirir y aplicar semillas certificadas garantiza la producción del cultivo de hortalizas, y nuestros principales proveedores serán: Almacenes FarmAgro, la Granja, San Blass; los mismos están ubicados en la ciudad de Otavalo.

Insumos orgánicos Para la producción de hortalizas orgánicas en el sector de Peguche perteneciente a la parroquia Miguel Egas Cabezas de la ciudad

de Otavalo es indispensable considerar la materia orgánica (humus) con que se va a preparar el suelo para el buen desarrollo de las hortalizas por lo que se plantea dos alternativas:

Adquirir abono orgánico (humus), nuestros principales proveedores de abono orgánico se encuentran detallados en el siguiente cuadro de proveedores.

Cuadro 3 Proveedores Abono Orgánico

PROVEEDORES DE ABONO ORGÁNICO			
NOMBRE	LUGAR	CIUDAD	PRECIO Quintal
Manuel Morales	Carabuela	Otavalo	7.50
José Salazar	La Bolsa	Otavalo	8.00
Marcelo Arroyo	Carabuela	Otavalo	8.00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación.

Preparar humus, la principal fuente de materia prima para la elaboración de humus es a través del reciclaje de materias orgánicas provenientes de los desechos del cultivo de hortalizas. Además la generación de abonos verdes.

Disponibilidad de fuentes de agua no contaminadas, el terreno que va ser destinado para el cultivo de hortalizas es beneficiario de agua de riego apta para cultivos agrícolas provenientes del río Peguche el cual es libre de contaminación.

La presencia de plagas y enfermedades como el ácaro hiliario, arañita roja, cigarrita o lorito verde, gusano comedor de hojas y frutos, escarabajos perforadores de hojas, gusanos de tierra, mosca minadora son los principales destructores de los cultivos; por lo que será necesario enfrentarlos y eliminarlos con los adecuados insecticidas y fungicidas con sello verde los cuales no perjudican la salud del consumidor.

El clima .Los cambios de temperatura en el cantón Otavalo oscilan entre los 10°C a 16°C, lo cual perjudica al sector agrícola pues los cambios repentinos son los peores para los cultivos.

1.11. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población objeto del estudio diagnóstico son el número de familias que a través de las amas de casa interesadas en el consumo de hortalizas orgánicas que habitan en las parroquias urbanas de la ciudad y los productores de hortalizas del cantón Otavalo.

1.12. IDENTIFICACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades, Amenazas (Aoor)

1.12.1 ALIADOS

- Proveedores de insumos agrícolas orgánicos.
- Proveedores de semillas certificadas.
- Ministerio de agricultura.
- Instituto de Economía Popular y Solidaria.
- Agricultores locales.

1.12.2 Oponentes

- Plagas y enfermedades de las plantas.
- Bajo consumo de hortalizas.

1.12.3 Oportunidades

- Políticas gubernamentales relacionadas con la producción.
- Plan Nacional del Buen Vivir.
- Tendencias de consumo sano de la sociedad.
- Crédito a tasas accesibles de financiamiento.
- Mejora la calidad de vida del productor y consumidor.

1.12.4 RIESGOS

- Elevación de los costos de los insumos aplicados en la producción de hortalizas orgánicas.
- Inestabilidad Climática.
- Desastres naturales.
- Inestabilidad de precios.

1.13. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Considerando los factores del diagnóstico del entorno se ha llegado a establecer que las hortalizas constituyen un alimento indispensable en la dieta de la población urbana de la ciudad de Otavalo, alineándose a las políticas nutricionales actuales que permiten mejorar la calidad de vida de los productores y consumidores.

Sin embargo la escasa oferta de hortalizas orgánicas, para el consumo de los pobladores impide adquirir hortalizas de excelente calidad que contribuyan al desarrollo del buen vivir.

En tal virtud, es necesario realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa de producción y comercialización hortalizas orgánicas, que permitan al consumidor adquirir el producto de calidad.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

El conocimiento de la teoría en el trabajo de proyectos es fundamental, pues nos ayuda a comprender de mejor manera el desarrollo de la investigación.

2.1. EMPRESA

(Gil, 2013, pág. 34)“Conjunto de medios humanos y materiales que se disponen para conseguir una finalidad según un esquema determinado de relaciones y dependencias entre los diferentes elementos que lo componen.”

La empresa un ente caracterizado por la unión de recursos humanos, económicos, bienes materiales que se encuentran disponibles para alcanzar objetivos que permitan cubrir una necesidad ya sea a través de la prestación de un servicio o la venta de un bien.

2.2. CLASIFICACIÓN

La empresa se puede clasificar en diferentes aspectos; sin embargo se realizará un enfoque básico que se detalla a continuación:

2.2.1. POR SU FINALIDAD

- **Empresa Privada**

Las empresas privadas están formadas con capitales del sector privado, ya sea por personas naturales o personas jurídicas.

- **Empresa Pública**

Son entes contables que pertenecen al Estado, es decir el capital es del sector público.

- **Empresa Mixta**

Son aquellas cuyo capital pertenecen tanto al sector público como al sector privado.

2.2.2. SEGÚN LOS SECTORES PRODUCTIVOS

- **Empresas del Sector Primario:** correspondientes a las actividades que utilizan recursos naturales tal como se obtienen de la tierra o empresas extractivas, por ejemplo:

- Empresa agrícola
- Empresa ganadera
- Empresa minera

- **Empresas del Sector Secundario:** correspondientes a las actividades que transforman bienes, por ejemplo:

- Empresa metalúrgica
- Fábrica textil
- Fábrica de automotores
- Fábrica de juguetes

- **Empresas del Sector Terciario:** correspondientes a actividades que proporcionan servicios, por ejemplo:

- Bancos
- Empresa de Seguros

- Supermercados
- Hotelería
- Servicios de Transporte
- Despachos Jurídicos

2.2.3. POR SU TAMAÑO

- **Grande:** Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su número de trabajadores excede a 100 personas.
- **Mediana:** Su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.
- **Pequeñas:** Se dividen a su vez en.
- **Pequeña:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.
- **Micro:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados).
- **Famiempresa:** Es un nuevo tipo de explotación en donde la familia es el motor del negocio convirtiéndose en una unidad productiva

2.2.4. POR SU CONSTITUCIÓN.

Según la ley de compañías del Ecuador, en su Art. 2. Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima; y,
- La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

2.3 MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

Según: Código Orgánico de la Producción Comercio Inversiones (2010) Art: 53 “La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.”

Definir a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización y que desarrolle cualquier tipo de actividad de producción o comercialización de bienes o la prestación de servicios.

Tiene gran importancia para la economía del país, sobre todo, por el papel preponderante que desempeña en la generación de empleo.

2.3.1. OBJETIVOS

- Crear microempresas sustentables con mínimos costos financieros.
- Generar fuentes de trabajo estables en las comunidades.
- Promover la cultura emprendedora.
- Generar redes de apoyo de tipo técnico y financiero para la reinserción de los emprendedores en la actividad económica.

2.3.2. CARACTERÍSTICAS

- Alta generación de empleo.
- Estrecha relación Capital- trabajo.
- Estrecho lazos entre el gerente, los técnicos y los obreros.

- La empresa no tiene una posición predominante en el sector.
- Alta contribución al PIB (producto Interno Bruto)
- Situación Socio-Económica.
- Múltiples funciones.
- Escaso acceso al crédito.

2.4. MISIÓN

(VÉRTICE, 2009, pág. 40)“La misión de la empresa es el punto de partida de la actividad de la empresa cuya definición tiene mucho que ver con el negocio (actividad productiva y comercial) de la misma.”

La Misión es lo que pretende hacer la empresa y para quién lo va hacer. Es el motivo de su existencia, da sentido y orientación a las actividades de la empresa; es lo que se pretende realizar para lograr la satisfacción de los clientes potenciales, del personal, de la competencia y de la sociedad en general

Basándonos en este concepto podemos afirmar que la Misión representa la razón de ser de la empresa; orienta toda la planificación y todo el funcionamiento de la misma.

2.5. VISIÓN

(YATES, 2009, pág. 2)“La visión es la capacidad de tener un puente entre lo que es y lo que puede ser.”

La visión debe responder a la pregunta ¿qué queremos ser, a donde queremos llegar? Entonces la visión es lo que la empresa quiere ser en un futuro, recoge las metas y logros planteados por las organizaciones. En otras palabras es la narración del sueño empresarial.

2.6. MICROEMPRESA HORTÍCOLA

(CAMPESINOS, 2010, pág. 19) “Es un ente que se dedica a la implementación de cultivos eficientes y en la optimización de las tecnologías, lo cual nos ayuda a la toma de decisiones respecto de la técnica que debe emplearse para cada cultivo, dependiendo de las zonas climáticas en las que se va a establecer y los requerimientos de las plantas en especial. En consecuencia, su campo de acción es el sector agrícola.”

2.7. HORTICULTURA

(ARTICA, 2009, pág. 22) “La palabra horticultura deriva de la voz griega “Horus” que significa huerta; lo que significa que horticultura se refiere a los cultivos que se llevan en huertas. La horticultura comprende 3 ramas: la fruticultura, la Floricultura y Olericultura, esta última comprende el estudio de las hortaliza.”

La Olericultura es el área enfocada en el cultivo de las hortalizas que se llevara a cabo con insumos orgánicos favoreciendo la producción y consumo del producto.

2.7.1 HORTALIZAS

Son plantas comestibles con alto valor nutricional ya que son fuente de vitaminas, minerales, agua. El consumo de hortalizas en nuestra dieta diaria es muy importante y a la vez beneficioso para nuestra salud. Las hortalizas se ubican en el segundo lugar de la pirámide de alimentos junto a las frutas.

2.7.2. ALIMENTO NATURAL

El Reglamento de Etiquetado de Alimentos Procesados para Consumo Humano. “Es aquel que se utiliza como se presenta en la naturaleza, sin haber sufrido transformación en sus caracteres o en su composición, pudiendo ser sometido a procesos prescritos por razones de higiene, o las necesarias para la separación de las partes no comestibles”

2.7.3. CLASIFICACIÓN DE LAS HORTALIZAS

(ARTICA, 2009, pág. 23) Las hortalizas se clasifican de distinta manera, ya sean por:

Tiempo: anual, bianual, perenne.

Según forma de comer: ensaladas, verduras.

Según su forma vegetativa o forma comestible: hortalizas de hoja, hortalizas de raíz, hortalizas de bulbos.

Según sus familias: leguminosas, cucurbitáceas, solanáceas, liliáceas, crucíferas, aromáticas.

- **Por el tiempo en el campo o ciclo vegetativo**

Perennes: varios años en el terreno (ejemplo: espárrago, alcachofa, acelga)

Anual: Una cosecha al año (judías verdes)

Bianual: Dos cosechas en el año (col, coliflor, brócoli)

- **Por su forma de comer**

Ensaladas: Son cultivados por sus hojas y son consumidas crudas (ejemplo: apio, lechuga).

Verduras: Son cultivadas por sus hojas y son consumidas cocinadas (ejemplo: espinaca, acelga.)

- **Por su forma vegetativa o para comestible**

Hortalizas de hojas: lechuga, col, espinaca, acelga.

Hortalizas de raíz: zanahoria, nabo.

Hortalizas de bulbo: cebolla, puerro, ajo.

Por su familia botánica

Solanáceas: tomate, pimiento, pepino.

Cucurbitáceas: calabaza.

Amarilidáceas: cebolla, ajo, puerro.

Crucíferas: col, coliflor, brócoli.

Leguminosas: haba, judías verdes.

Labiadas: albahaca, orégano, romero.

Umbelíferas: apio, zanahoria, cilantro, perejil, anís.

2.8. PRINCIPALES FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS ORGÁNICAS.

Entre los principales se encuentran el agua, el suelo y el clima.

2.8.1. EL SUELO

(Gil, 2013, pág. 28)“El suelo es un cuerpo natural que tiende a estar en equilibrio entre sus componentes. En el suelo viven las plantas que sirven de alimento a los seres humanos, animales, y también millones de microorganismos que hacen que el suelo se comporte como un organismo vivo y dinámico”

El suelo es fuente de nutrientes, minerales para las plantas y puedan desarrollarse, es importante considerar el tipo de suelo, su calidad, retención de humedad, propiedades químicas que favorezcan la producción de hortalizas.

2.8.2 EL AGUA

(ARTICA, 2009, pág. 34) “Es un elemento importante para el crecimiento y desarrollo de las plantas.”

Sin duda el agua es generador de la vida; pues su correcta y oportuna aplicación garantizará el desarrollo de los seres vivos.

2.8.3 CLIMA

(ARTICA, 2009, pág. 35) “Es el conjunto de condiciones atmosféricas que caracterizan a una región. El clima es uno de los factores ecológicos de mayor incidencia sobre los seres vivos de un sistema ecológico y capaz de modificar los otros componentes del medio ambiente.”

Conocer el posible comportamiento del clima en el sector agrícola va a permitir realizar una planificación de producción beneficiosa tanto para el productor como el consumidor.

2.9. PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS ORGÁNICAS

La agricultura orgánica es la forma más adecuada de cultivar el suelo aprovechando la mayor cantidad de recursos de la tierra, sin alterar el equilibrio del entorno, manteniendo la fertilidad del suelo y asegura una producción diversificada y sostenida, lo cual requiere la eliminación del uso de los agroquímicos considerados como perjudiciales para el suelo, el medio ambiente, animales y el ser humano.

Para alcanzar una producción con altos rendimientos de hortalizas orgánicas es necesario contar con la utilización de abonos y fertilizantes orgánicos que garantizan en gran medida el producto.

2.10. ABONOS ORGÁNICOS

Los abonos orgánicos juegan un papel fundamental en la productividad del suelo, pues provee de nutrientes a la planta, y a los microorganismos que habitan en él, lo que viene a formar un ciclo de producción, transformación, aprovechamiento e intercambio entre la planta, los microorganismos y el medio ambiente.

2.10.1. HUMUS

(ARTICA, 2009, pág. 100)“Es el estado más avanzado en la descomposición de la materia orgánica del suelo. Es una sustancia negruzca de sustancia ácida, que da al suelo una mejor estructura, a la vez que suministra sustancias nitrogenadas indispensables para el desarrollo de las plantas.”

Es humus es una sustancia compuesta por productos orgánicos que a través de la descomposición de restos orgánicos favorece la actividad agrícola, utilizando técnicas como la lombricultura , abonos verdes ; que son abonos enteramente orgánicos y los más recomendables para el cultivo de hortalizas.

2.10.2. LOMBRICULTURA

(MAILA, 2011) “Es una técnica biológica que explota con fines productivos a la lombriz. Posee un alto contenido de macro y oligoelementos ofreciendo una alimentación equilibrada para las plantas. En su composición están presentes todos los nutrientes: nitrógeno, fósforo, potasio, calcio, magnesio, sodio, manganeso, hierro, cobre, cinc, carbono, etc. En cantidad suficiente para garantizar el perfecto desarrollo de las plantas.”

La lombricultura ayuda a mejorar las condiciones del suelo aumentando sus nutrientes, minerales mejora la porosidad y la retención de humedad que necesita para el cultivo de las plantas; a través del reciclaje de materias orgánicas que se producen tanto de origen animal, desechos de cultivos e incluso doméstico; evitando así la contaminación y favoreciendo al sector agrícola.

2.11. ELABORACIÓN DE ABONOS ORGÁNICOS

Estos son elaborados manualmente, y se utilizan materiales disponibles en la zona, constituyen desechos (cosechas anteriores), estos elevan la actividad biológica del suelo, favoreciendo los macro y micro nutrientes, por parte de la planta, su característica principal es que ayuda a la mayor absorción de nitrógeno, fósforo y potasio esenciales para el buen desarrollo del cultivo.

2.12 VENTAJAS DE LOS ABONOS ORGÁNICOS

- Son de fácil elaboración y aplicación.
- Se pueden fabricar con materiales de la zona, sin degradar el medio ambiente.
- El costo de producir estos abonos es bajo, generando ganancias al agricultor.
- Permite incorporar nutrientes a los suelos degradados por el mal uso y manejo.
- Mejoran las condiciones del cultivo e incrementan su productividad.
- Permiten obtener productos de mejor calidad que reciben aceptación en el mercado.
- Sirven para reciclar todos los materiales de desecho que se generan en las diversas actividades agropecuarias.
- Contribuyen a la generación de microempresas productoras y comercializadoras de insumos orgánicos para el desarrollo de la agricultura Orgánica.
- Preservan el medio ambiente, al reducir el uso de fertilizantes y agroquímicos de origen sintético.
- Ayudan a controlar las poblaciones de insectos plaga y patógenos de cultivos

2.13. ESTUDIO DE MERCADO

2.13.1. MERCADO

(VALDÉZ Rosario, ESCANDÓN José, 2009) “Mercado es el conjunto total de personas u organizaciones con necesidades por satisfacer, dinero para gastar y la disposición y la voluntad de gastarlo.”

El mercado es el área en el cual compradores y vendedores de un producto o servicio llegan a un acuerdo comercial según sus conveniencias. La microempresa debe definir cuál va ser su mercado para la comercialización

de hortalizas orgánicas. Además se debe considerar las estrategias de como permanecer dentro de la competencia lo que implica un proceso de planificación.

2.13.2. MERCADO META

(VALDÉZ Rosario, ESCANDÓN José, 2009) “Es la parte del mercado seleccionado por un productor o prestador de servicios, para ofertar los bienes o servicios que produce y para lo cual diseña un plan de mercadotecnia, con la finalidad de alcanzar sus objetivos corporativos.”

Identificar de manera adecuada el mercado meta es fundamental para establecer con exactitud los gustos y preferencias de los consumidores respecto a las hortalizas orgánicas y satisfacer a los consumidores y tomar decisiones empresariales acertadas

(VALDÉZ Rosario, ESCANDÓN José, 2009) “Es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado.”

El estudio de mercado incluye el análisis de la situación actual de la oferta y la demanda del bien y su comportamiento externo. Adicionalmente considera las actividades que la empresa debe realizar para crear, promover y distribuir los bienes y satisfacer los requerimientos tanto en cantidad como en calidad. Ayuda a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

2.13.3 OFERTA

(VALDÉZ Rosario, ESCANDÓN José, 2009) “La oferta se la puede definir como la cantidad de productos que las personas naturales o

jurídicas, ofrecen a los habitantes de un determinado lugar o país en determinado período.”

Es la cantidad de bienes y servicios que un vendedor puede y desea ofrecer en determinado periodo de tiempo. Para definir la oferta se debe considerar: la capacidad de vender(o producir), el deseo de hacerlo y el tiempo; además suponer que otros factores diferentes al precio se encuentran constantes.

2.13.4 DEMANDA

(VALDÉZ Rosario, ESCANDÓN José, 2009) “La demanda se define como la cantidad de productos que los habitantes de un determinado sector o país requieren y están dispuestos a adquirir, en un período determinado.”

Es la cantidad de bienes y servicios(o factores) que un comprador puede adquirir y desea hacerlo en un periodo de tiempo dado y a diferentes precios , suponiendo que otras cosas , tales como el ingreso del comprador, la publicidad y los precios de otros bienes , la permanecen constantes.

2.13.5 PRECIO

(VALDÉZ Rosario, ESCANDÓN José, 2009)“El precio es la cantidad de unidades monetarias que pagamos a cambio de adquirir un producto o servicio.”

Es el valor que tiene un producto o servicio de manera general en términos monetarios, interviene el comprador que es el que debe pagar por lo adquirido y el vendedor es quien recibe el beneficio de vender el producto o servicio.

2.13.6 PRODUCTO

(GALINDO, 2010) "Conjunto de atributos físicos, de servicio y simbólicos que producen satisfacción o beneficios al usuario o comprador."

El producto es la esencia de la empresa ya que sin ellos no tendría la justificación de la existencia de la empresa, pero va a la par con los clientes, es necesario ofrecer lo que el consumidor necesita para llegar a satisfacer las expectativas de adquisición.

2.14. ASPECTOS CONTABLES

2.14. 1 ESTADOS FINANCIEROS

(NIIFS, PYMES) Consideran los siguientes estados financieros:

- Estado de Situación Financiera
- Estado de Resultados
- Estado de Evolución del Patrimonio
- Estado de Flujo del Efectivo
- Notas a los Estados Financieros (comprende un resumen de las políticas contables significativas y otra información explicativa)

1 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Es un documento contable que refleja la situación financiera de un ente económico a una fecha determinada. Su estructura la conforman cuentas de activo, pasivo y patrimonio o capital contable. Debe reflejar todos los hechos relacionados con la naturaleza, montos y valoración de los activos de la empresa, de sus pasivos y del patrimonio de los accionistas.

2 ESTADO DE RESULTADOS

Este estado nos permite conocer los resultados económicos de la empresa, es dinámico porque abarca los resultados de los movimientos realizados por la misma, en un periodo determinado; es decir entre dos fechas de corte de determinado mes o año, normalmente entre el primer día de enero y el cierre del ejercicio económico. Nos presenta los ingresos y gastos obtenidos por la empresa o entidad durante un periodo determinado, y la utilidad o pérdida en tal periodo.

3 ESTADO EN EL CAMBIO DE PATRIMONIO

Sirve para establecer o demostrar los cambios presentados en las cuentas patrimoniales durante el periodo contable; es decir refleja las variaciones de cada una de las cuentas que conforman el patrimonio: capital social, reservas, aportes para aumentos de capital, superávits por valuaciones, utilidades retenidas o déficit acumulado, distribución de utilidades; entre otras.

4 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

(NIC, Norma Internacional de Contabilidad, 7) "El Estado de Flujo de Efectivo proporciona información relevante sobre los ingresos y desembolsos de caja de una empresa, durante un período. Sirve para evaluar la capacidad de la empresa para generar futuros flujos de efectivo netos, evaluar la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones y pagar."

Es un indicador clave del grado hasta el cual las operaciones de la Microempresa ha generado suficientes flujos de efectivo para liquidar préstamos, mantener la capacidad operativa, pagar dividendos y hacer nuevas inversiones sin recurrir a fuentes externas de financiamiento.

2.15. INGRESOS

(NIC, Norma Internacional de Contabilidad, 18) “Los ingresos son definidos, como incrementos en los beneficios económicos producidos a lo largo del ejercicio en forma de entradas o incrementos de valor de los activos, o bien como disminuciones de los pasivos, que dan como resultado aumentos del patrimonio neto y no están relacionados con las aportaciones de los propietarios de la empresa.”

Los ingresos se inician con las actividades de la entidad en nuestro caso con la microempresa, principalmente por la venta de las hortalizas orgánicas ya que es nuestro principal producto. Los ingresos dan paso al incremento de los activos de la entidad o al decremento de los pasivos durante un período contable.

2.16. GASTOS

(GAITÁN Rodrigo, GAITÁN Orlando, 2009) “Los gastos representan flujos de salida de recursos, en forma de disminuciones del activo o incrementos del pasivo o una combinación de ambos, que generan disminuciones del patrimonio, incurridos en las actividades de administración, comercialización, investigación y financiación, realizadas durante un período.”

Las empresas ya sea grandes o pequeñas, en diferentes sectores sea industrial, comercial o de prestación de servicios para funcionar normalmente le resulta inevitable adquirir ciertos bienes y servicios como son: energía eléctrica, teléfono, servicio de agua potable; por lo tanto deben ejecutar los gastos necesarios para el cumplimiento de las actividades empresariales. Se detalla a continuación los gastos en que va a incurrir la microempresa para un adecuado funcionamiento y cumplimiento de objetivos.

2.16.1. GASTOS DE VENTAS

Los gastos de venta están enfocados para realizar promoción, distribución y ventas de un producto, en este caso para las hortalizas orgánicas.

2.16.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Se lo define como salidas de dinero para administrar eficientemente la microempresa o empresa. Por ejemplo tenemos: pago por sueldos al gerente, contador.

2.16.3. GASTOS FINANCIEROS

Los gastos financieros se originan a través de la obtención de recursos financieros como es el caso de los créditos otorgados por parte de entidades financieras, así como el pago de intereses.

2.17. COSTO

(CHILQUINGA, 2007, pág. 9) “Es el conjunto de valores incurridos en un período perfectamente identificados con el producto que se fabrica. El costo es recuperable.”

Los costos están relacionados directamente con la adquisición o producción de hortalizas orgánicas. Serán recuperables en el momento de la venta.

2.17.1. COSTO DE PRODUCCIÓN

(CHILQUINGA, 2007, pág. 9) “Son los costos necesarios para transformar de forma o de fondo materiales en productos terminados o semielaborados utilizando fuerza de trabajo, maquinaria, equipos y otros.”

Se define como el valor de los insumos que requieren las unidades económicas para realizar su producción de bienes y servicios; se consideran aquí los pagos a los factores de la producción: al capital, constituido por los pagos al empresario (intereses, utilidades.), al trabajo, pagos de sueldos, salarios y prestaciones a obreros y empleados así como también los bienes y servicios consumidos en el proceso productivo (materias primas, combustibles, energía eléctrica, servicios)

2.17.2. ELEMENTOS DEL COSTO

- a) Materia Prima
- b) Mano de Obra
- c) Gastos Generales de Fabricación.

a.- MATERIA PRIMA

Se define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final. Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final.

✓ Materia Prima Directa

(CHILQUINGA, 2007, pág. 9) “Constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semielaborado. Se caracteriza por ser fácilmente identificable y cuantificable en el producto fabricado.”

Al ser la Materia Prima un rubro de fácil identificación dentro del producto se convierte en el más representativo dentro del costo, como ejemplo tenemos: tela, hierro, madera, entre otras.

✓ **Materia Prima Indirecta**

(CHILQUINGA, 2007, pág. 9) “Estos puede o no formar parte del producto terminado.”

Estos son los costos que le dan imagen al producto luego de su proceso de transformación, entre los cuales podemos citar: hilos, suelda, envases, embalajes, etiquetas, y más

b.- MANO DE OBRA

Se entiende por mano de obra el costo total que representa el montante de trabajadores que tenga la empresa incluyendo los salarios y todo tipo de impuestos que van ligados a cada trabajador. La mano de obra es un elemento muy importante, por lo tanto su correcta administración y control determinará de forma significativa el costo final del producto o servicio.

✓ **Mano de Obra Directa**

(CHILQUINGA, 2007, pág. 10) “Fuerza de trabajo que participa directamente en la transformación de los materiales en productos acabados ya sea que intervienen manualmente o accionando una máquina.”

Es el talento humano con el que cuenta la empresa para transformar la materia prima en un producto semiterminado o terminado, y pueda continuar con el proceso de acabados

✓ **Mano de Obra Indirecta**

(CHILQUINGA, 2007, pág. 10) “Fuerza de trabajo que participa indirecta en la transformación de un producto.”

Viene a ser el personal de apoyo que tienen las fábricas para dar los acabados finales al producto.

c.- GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

(CHILQUINGA, 2007, pág. 10) “Llamados también carga fabril y engloba aquellos egresos realizados con el fin de beneficiar al conjunto de los diferentes artículos que se fabrican. No se identifican con un solo producto o proceso productivo.”

Son los gastos en los que la empresa incurre en personal administrativo, que son los que se encargan de controlar la optimización de los recursos materiales y económicos, en todos los procesos de producción.

2.18. CONCEPTO DE PRODUCTIVIDAD

(CRUELLES, 2013, pág. 10) “Productividad es un ratio o índice que mide la relación existente entre la producción existente entre la producción realizada y la cantidad de factores o insumos empleados en conseguirla.”

Las empresas son entes promotores de productividad; por lo cual se requiere contar con tecnología, habilidad administrativa, efectividad y esfuerzo humano lo cual permite medir el grado de aprovechamiento de los factores que influyen a la hora de realizar un producto. Cuando mayor sea nuestra productividad dentro de la microempresa, menores serán los costos de producción; y por lo tanto aumentara nuestra competitividad en el mercado con relación a los precios.

2.19. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN FINANCIERA

2.20. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

(ARAUJO, 2012, pág. 136) “Es la tasa de actualización que iguala el valor presente de los ingresos totales con el valor presente de los egresos totales de un proyecto en estudio.”

Es la tasa de interés máxima a la que se debe considerar como máxima de endeudamiento para no perder dinero en la inversión. Considerado como un indicador de rentabilidad de un proyecto, por lo tanto a mayor TIR, mayor rentabilidad.

Rentabilidad = (Ingresos Netos - Depreciación) / (Valor En Libros - Depreciación)

El cálculo de la tasa interna de retorno conlleva ciertos errores matemáticos, que es importante tomarles en cuenta y que son:

Por la forma indiscriminada de llevar los ingresos y egresos.

No toma en cuenta el tiempo en que se producen

Se aplica la siguiente fórmula:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[\frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}} \right]$$

SIMBOLOGÍA:

Ti = Tasa inferior de redescuento

Ts = Tasa superior de redescuento

VAN (+) = Valor positivo

VAN (-) = Valor negativo

El criterio que debe considerarse si es conveniente realizar un proyecto es el siguiente:

Si $TIR \geq r$ = Se aceptará el proyecto. La razón es porque el proyecto da una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida.

Si $TIR < r$ = Se rechazara el proyecto. La razón es porque el proyecto da una rentabilidad menor que la rentabilidad mínima requerida

2.21. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

(ARAUJO, 2012, pág. 137) “Es el valor obtenido mediante la actualización de los flujos netos del proyecto, ingresos menos egresos, considerando la inversión como un egreso a una tasa de descuento determinada previamente.”

Proporciona una mediada de rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto; lo cual permite actualizar a través de una tasa; todos los flujos de caja futuros del proyecto.

Su fórmula de cálculo es:

$$VAN = \langle Inversión \rangle + \frac{\sum FC}{(1+i)^n}$$

FC = Flujos de Caja proyectados

i = Tasa de redescuento

n = Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto

El criterio general para saber si es conveniente realizar un proyecto es el siguiente:

VAN > 0= La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida (r). El proyecto puede aceptarse

VAN < 0 = La inversión produciría pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida (r). El proyecto debería rechazarse

VAN = 0 La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas. Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida (r), la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.

2.22. PUNTO DE EQUILIBRIO.

(BAENA, 210, pág. 257) “Es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos totales (fijos más variables), expresándose en unidades físicas, monetarias y de porcentaje.”

El punto de equilibrio esta dado cuando los beneficios son igual a cero, esto significa que el margen de contribución (MC) solo está destinado para absorber los Costos Fijos, lo que queda bajo el punto de equilibrio significa pérdida y lo que queda sobre él ganancias.

El cálculo se realiza mediante la aplicación de la formula siguiente:

$$PE = \frac{\text{Gastos Fijos (Inversión del Proyecto)}}{MC}$$

MC= PV-CV

MC= Margen Contribución

PV= Precio de Venta

CV= Costo Variable unitario.

2.23. RELACIÓN COSTO BENEFICIO

(GAITÁN Rodrigo, GAITÁN Orlando, 2009) "Una manera práctica de evaluar la conveniencia de proyectos en los que es importante tener una visión de largo alcance y una visión amplia es decir, implica la enumeración y evaluación de todos los costos y beneficios pertinentes".

El análisis de costo-beneficio es una herramienta de toma de decisiones para desarrollar sistemáticamente información útil acerca de los efectos deseables e indispensables del proyecto.

2.24. BENEFICIO COSTO

La relación beneficio-costo, ayuda a determinar las cantidades que constituyen los ingresos que son conocidos como beneficios y las cantidades que constituyen los egresos son conocidos como costos, lo cual permite relacionar los ingresos y los gastos que tendrá el proyecto pero en forma actualizada.

$$BENEFICIO/COSTO = \frac{FNA}{INV.INICIAL}$$

FNA= Flujos Netos Actualizados.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Introducción

Un aspecto relevante en desarrollo de un estudio de factibilidad de un proyecto es el estudio de mercado; en el cual se deberá analizar el mercado y los clientes potenciales

Este capítulo se enfoca al análisis de la demanda, oferta, precios, competencia, comercialización, segmentación del mercado en lo referente a las actividades de producción y comercialización de hortalizas orgánicas en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.

El cantón Otavalo es muy conocido por sus actividades: turísticas, artesanales, manufacturero y agrícola.

El desarrollo de las actividades agrícolas implica la utilización o mal manejo de productos químicos para control y eliminación de enfermedades de los cultivos, que impiden el normal desarrollo de los mismos, que en varias ocasiones provocan pérdidas económicas para los agricultores.

Cultivar hortalizas orgánicas significa: No destruir la tierra, vivir en armonía con el medio ambiente, mejorando los suelos, eliminando la utilización de pesticidas químicos sintéticos para controlar plagas y enfermedades de las plantas; obteniendo productos confiables y de calidad para el consumo humano, favoreciendo nuestra salud.

El sector agrícola tiene una gran importancia económica, social, ecológica, nutricional en el cantón.

3.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

3.2.1. OBJETIVO GENERAL:

Efectuar un estudio de mercado para identificar la oferta y la demanda de la comercialización de hortalizas orgánicas en Otavalo, logrando así determinar la demanda potencial y elaborar estrategias para su adecuada comercialización.

3.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Definir las características de las hortalizas que se comercializan en Otavalo.
2. Establecer y segmentar el mercado objetivo para la venta de hortalizas orgánicas
3. Identificar el comportamiento de la demanda
4. Identificar el comportamiento de la oferta
5. Identificar el precio de las hortalizas
6. Establecer estrategias de mercadeo.

3.3. MATRIZ DE VARIABLES DE MERCADEO

Cuadro 4 Matriz de Variables de Mercadeo

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES	INSTRUMENTOS	PÚBLICO META
Definir las características de las hortalizas que se comercializan en Otavalo	Producto	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación del Producto. - Descripción Física - Beneficios del Producto - Productos Sustitutos 	<ul style="list-style-type: none"> - Primaria - Secundaria - Secundaria - Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta - Documental y Linkográfica - Documental y Linkográfica - Documental y Linkográfica 	<ul style="list-style-type: none"> - Habitantes de la ciudad de Otavalo. - Libros e Internet. - Libros e Internet - Libros e Internet
Establecer y segmentar el mercado objetivo para la venta de hortalizas orgánicas	Mercado	<ul style="list-style-type: none"> - Mercado Meta - Segmentación del Mercado 	<ul style="list-style-type: none"> - Primaria - Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta - Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> - Amas de Casa de la Ciudad de Otavalo - Amas de Casa de la Ciudad de Otavalo
Identificar el comportamiento de la demanda	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> - Naturaleza del Consumidor - Poder Adquisitivo - Preferencias del consumo - Hábitos de Consumo - Frecuencia de consumo 	<ul style="list-style-type: none"> - Primaria - Primaria - Primaria - Primaria - Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta - Encuesta - Encuesta - Encuesta - Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> - Amas de Casa de la Ciudad de Otavalo - Amas de Casa de la Ciudad de Otavalo
Identificar el comportamiento de la oferta	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> - Producción existente 	<ul style="list-style-type: none"> - Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Censo Agrícola 2001 	<ul style="list-style-type: none"> - INEC
Identificación de precios de las hortalizas	Precios	<ul style="list-style-type: none"> - Precios actuales 	<ul style="list-style-type: none"> - Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Observación directa 	<ul style="list-style-type: none"> - Mercados y Supermercados
Establecer estrategias de Mercadeo	Estrategias de mercadeo Estrategias de ventas	<ul style="list-style-type: none"> - Canales de distribución - Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Primaria - Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuestas - Documental y Linkográfica 	<ul style="list-style-type: none"> - Habitantes de la ciudad de Otavalo. - Libros e internet.

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

3.4. IDENTIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS

3.4.1 CARACTERÍSTICAS DE LAS HORTALIZAS ORGÁNICAS

La alimentación es indispensable para la existencia del ser humano es por ello resaltar la importancia de las hortalizas orgánicas en nuestra dieta diaria por su alto valor nutricional. Está basada en la elevada proporción de carotenos (precursores de la vitamina A), vitamina C y sales minerales de sodio, calcio y magnesio, tienen un alto contenido en fibras que ayudan a combatir la obesidad, exceso de colesterol, anemia, entre otros. Además previenen enfermedades como el reumatismo, diabetes, hipertensión, trastornos circulatorios, dolencias digestivas.

La mayoría de las hortalizas son consumidas en ensaladas frías, también se las utiliza como aderezo en sopas, son muy apetecidas por las amas de casa por lo que su consumo es preferiblemente fresco.

La principal característica es que es un producto orgánico y presenta una alimentación sana para quienes lo consumen.

Las hortalizas son producidas a base de insumos orgánicos, utilización de fertilizantes permitidos y que no son dañinos para nuestra salud, por lo tanto las hortalizas puede ser consumida por todas las personas ya que no representa restricciones para su consumo.

3.4.2. TIPOS DE PRODUCTOS DE HORTALIZAS ORGÁNICAS

Las hortalizas orgánicas que están con mayor aceptación de las amas de casa del sector urbana del cantón Otavalo son las que se detallan a continuación:

Ilustración 7 Cebolla Colorada



Cuadro 5 Cebolla Colorada

Valor Nutricional en 100g.	
Agua	86 g
Hierro	0.50 mg
Prótidos	1.4 g
Manganeso	0.25 mg
Cobre	0.10 mg
Glúcidos	10 g
Zinc	0.08 mg
Celulosa	0.8 g
Yodo	0.02 mg
Potasio	180 mg
Ácido ascórbico	28 mg
Azufre	70 mg
Ácido pantoténico	0.20 mg
Calcio	32 mg
Riboflavina	0.07 mg
Cloro	25 mg
Tiamina	0.05 mg
Magnesio	16 mg
Carotenoides	0.03 mg
Sodio	7 mg
Calorías	20-35

FUENTE: (ARTICA, 2009)

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Ilustración 8 Brócoli



Cuadro 6 Brócoli

Valor Nutricional en 100g.	
Proteínas (g)	5.45
Lípidos (g)	0.3
Glúcidos (g)	4.86
Vitamina A (U.I.)	3.500
Vitamina B1 (mg)	100
Vitamina B2 (mg)	210
Vitamina C (mg)	118
Calcio (mg)	130
Fósforo (mg)	76
Hierro (mg)	1.3
Calorías (cal)	42-32

FUENTE: (ARTICA, 2009)

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Ilustración 9 Zanahoria



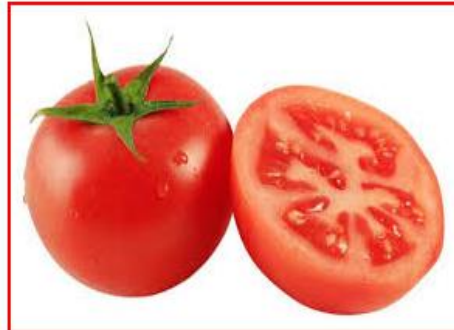
Cuadro 7 Zanahoria

Valor Nutricional en 100g.	
Agua (g)	88.6
Carbohidratos (g)	10.1
Lípidos (g)	0.2
Calorías (cal)	40
Vitamina A (U.I.)	2.000-12.000
Vitamina B1 (mg)	0.13
Vitamina B2 (mg)	0.06
Vitamina B6 (mg)	0.19
Vitamina E (mg)	0.45
Ácido nicotínico (mg)	0.64
Potasio (mg)	0.1

FUENTE: (ARTICA, 2009)

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Ilustración 10 Tomate riñón



Cuadro 8 Tomate riñón

Valor Nutricional en 100g.	
Agua (g)	80.6
Carbohidratos (g)	10.1
Hierro	0.50 mg
Lípidos (g)	0.2
Vitamina A (U.I.)	2.000-12.000
Vitamina B2 (mg)	0.06
Potasio (mg)	0.1
Magnesio	16 mg
Yodo	0.04 mg
Lípidos	0.3 g
Ácido pantoténico	0.25 mg.

FUENTE: (ARTICA, 2009)

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

3.4.3. PRODUCTOS Y SERVICIOS SUSTITUTOS

Los productos sustitutos de las hortalizas orgánicas son aquellas hortalizas que son cultivadas con la utilización de insumos químicos altamente nocivos para la salud del consumidor.

Cabe mencionar que los beneficios al consumir hortalizas orgánicas, son más seguros, ya que la agricultura orgánica prohíbe el uso rutinario de plaguicidas y herbicidas que se da frecuentemente en combinaciones peligrosas.

Los productos orgánicos garantizan efectos positivos para nuestra salud pues su sabor, color y aroma son de mayor calidad, tienen muchas más vitaminas, minerales y antioxidantes que los productos convencionales.

Lo orgánico apoya la biodiversidad esto constituye una responsabilidad social compartida desde el productor, al consumidor.

Pero sin duda la manera como son cultivados es lo que marca la diferencia y la producción orgánica es lo que nos permite garantizar la calidad y confianza de las hortalizas.

3.5. CONSUMIDOR DEL PRODUCTO

Las hortalizas orgánicas lo pueden consumir todas las personas: niños, jóvenes, adultos, adultos mayores, no existe ninguna restricción para consumirlo.

Las hortalizas son consideradas como un aporte importante para nuestra dieta diaria ya que son fuente de vitaminas y minerales que nuestro organismo necesita para estar saludable.

3.6. ESTRUCTURA DEL MERCADO

3.6.1 COMPETENCIA PERFECTA

La competencia perfecta es un tipo o modelo de mercado en el que existen numerosos vendedores y compradores que están dispuestos a vender o comprar libremente entre ellos productos que son homogéneos o iguales en un mercado pero, sin tener influencia distinguible en el precio de venta porque este es fijado de manera impersonal por el mercado; en el cual, la información circula de manera perfecta de tal forma que los compradores y vendedores están bien informados. Además, en este tipo de mercado los vendedores no dedican mucho tiempo a elaborar una estrategia de mercadotecnia ni a implementar actividades relacionadas con ésta, como la investigación de mercados, desarrollo de productos, fijación de precios y programas de promoción, porque desempeñan una función insignificante o ninguna en absoluto.

3.7. INVESTIGACIÓN

La variedad de productos orgánicos constituyen el principal producto a ser investigado en torno a la demanda tanto en el volumen como en el precio, al igual que en la calidad.

3.7.1. SEGMENTACIÓN

La microempresa de comercialización de hortalizas orgánicas, tendrá como principal objetivo, la introducción de sus productos en la zona urbana del cantón Otavalo, aplicando ventas directas a los consumidores como son las amas de casa, pues ellas en su mayoría son las encargadas de seleccionar los alimentos para el hogar.

Lo que se pretende es que la microempresa logre cubrir una parte de las necesidades de adquisición de hortalizas y que éstas sean orgánicas.

3.7.2. MARCO MUESTRAL O UNIVERSO

El proyecto se va desarrollar en el cantón Otavalo para lo cual se ha elaborado la descripción por parroquias urbanas y rurales que se detallan a continuación:

Cuadro 9 Marco Muestral o Universo

POBLACIÓN URBANA Y RURAL CANTÓN OTAVALO			
CENSO 2010			
PARROQUIAS URBANA	POBLACIÓN	PARROQUIAS RURALES	POBLACIÓN
El Jordán	39.354	Miguel Egas	4.883
San Luis -Otavalo		Eugenio Espejo	7.357
		González Suárez	5.630
		Pataquí	269
		Quichinche	8.476
		Illumán	8.584
		San Pablo	9.901
		San Rafael	5.421
		Selva Alegre	1.600
TOTAL	39.354		65.520

Fuente: CENSO 2010

Elaboración: Autora de la Investigación

3.7.3. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Se ha tomado como muestra la Población urbana del cantón Otavalo, específicamente a las amas de casa que son las responsables directas de la adquisición de las hortalizas para la preparación de los alimentos.

Según el INEC, el Total familias urbanas es de 9.584

1. CÁLCULO DE LA MUESTRA

Se utilizara los siguientes parámetros:

“n” = Tamaño de la muestra

“N” = Tamaño de la población

δ = Varianza = 0.25

Z = Nivel de confianza (95% dos colas) = 1.96

E = Nivel de error (5% para la población finita hasta 1000, 3% para la población infinita más de 1000)

2. FÓRMULA DE CÁLCULO

La fórmula de cálculo es la siguiente:

$$n = \frac{N * Z^2 * \delta^2}{E^2 (N - 1) + Z^2 * \delta^2}$$

$$n = \frac{9548 * (1.96)^2 * (0.5)^2}{(0.05)^2 (9584 - 1) + (1.96)^2 * (0.25)^2}$$

n = 369 encuestas

3.7.4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Se realizará las encuestas que en este caso están dirigidas a las amas de casa del sector urbano de la ciudad de Otavalo; las entrevistas destinadas a los profesionales como son Ing. Agrónomos y todos los documentos que estén al alcance, para la recolección de dicha investigación se utilizó información primaria y secundaria, ésta nos ayudará a recopilar información muy importante para la realización del proyecto.

1. INFORMACIÓN PRIMARIA

Para la obtención de esta información se utilizó la encuesta y la entrevista, que fueron diseñadas en base a las variables las cuales serán dirigidas a los consumidores, a expertos que por su experiencia aportaron información valiosa para el desarrollo del proyecto.

2. INFORMACIÓN SECUNDARIA

La información secundaria a utilizar es la siguiente:

- ❖ Textos especializados.
- ❖ Periódicos.
- ❖ Revistas.
- ❖ Publicaciones.
- ❖ Manuales.
- ❖ Internet.

3.7.5. DISEÑOS DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

En los anexos del documento, se da a conocer el modelo de la encuesta aplicada a las amas de casa del sector urbano de la ciudad de Otavalo.

3.8. PRUEBA PILOTO.

Se procedió a realizar una prueba piloto, con aplicación de 20 encuestas a las amas de casa del sector urbano de la ciudad de Otavalo.

Dando como resultado una aceptación favorable en las siguientes hortalizas orgánicas: tomate riñón, zanahoria, brócoli y cebolla colorada, por tener mayor preferencia para el consumo; por lo tanto es importante continuar con la investigación.

3.8.1. LEVANTAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.

La aplicación de las 369 encuestas a las amas de casa del sector urbano de la ciudad de Otavalo.

TABULACIÓN Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a posibles compradores de hortalizas orgánicas, en el sector urbano del cantón Otavalo.

INDICADOR: Hábitos de Consumo.

1.- ¿Incluye hortalizas en la dieta familiar?

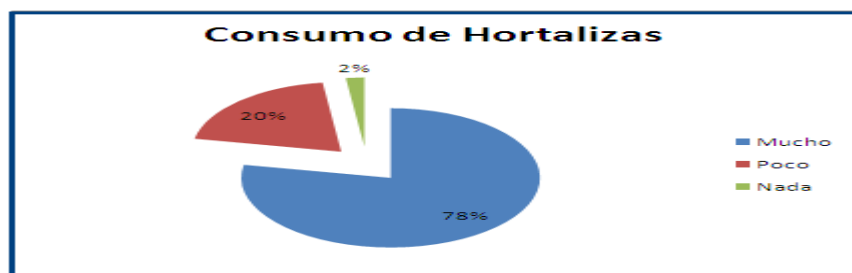
Cuadro 10 Hábitos de consumo

Detalle	Personas	%
Mucho	288	78%
Poco	74	20%
Nada	7	2%
TOTAL	369	100%

FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Gráfico 4 Hábitos de consumo



FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Análisis:

El gráfico demuestra que el 78% del número de personas encuestadas si incluyen hortalizas en su dieta familiar de manera muy significativa; y con justificada razón pues las hortalizas desempeñan un rol importante, debido a sus aportes nutricionales; ya que son fuente de energía, al consumir de manera habitual , acompañado de otros alimentos como son los carbohidratos aumentan nuestras defensas inmunológicas; lo cual favorece nuestra investigación, mientras que el 20% consume pocas hortalizas, y apenas el 2% la lamentablemente no incluye hortalizas en su dieta familiar lo cual implica que no tienen preferencia por las hortalizas.

De manera general estos resultados son motivadores para continuar con el desarrollo del trabajo investigativo.

INDICADOR: Frecuencia del consumo de hortalizas

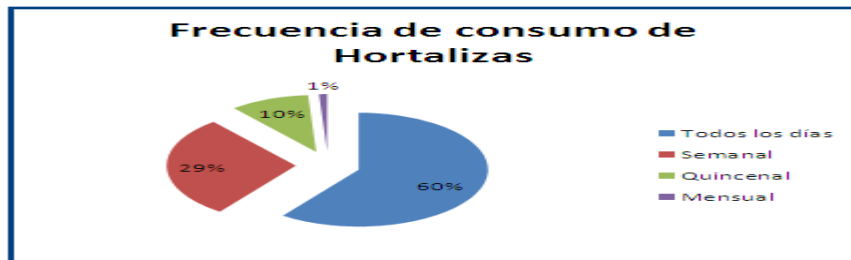
2.- ¿Con que frecuencia incluye hortalizas en su dieta?

Cuadro 11 Frecuencia del consumo de hortalizas

Detalle	Personas	%
Todos los días	221	60%
Semanal	107	29%
Quincenal	37	10%
Mensual	4	1%
TOTAL	369	100%

FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Gráfico 5 Frecuencia de consumo de hortalizas



FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Análisis:

La mayoría de las personas tiene alta preferencia por el consumo diario de las hortalizas en su dieta familiar ya que son muy beneficiosas para la salud, mientras que el 29% consume semanalmente y la diferencia lo realiza quincenal y mensualmente. Esto demuestra que si es factible el desarrollo de este proyecto por cuanto existe aceptación el 71% de la población.

INDICADOR: Lugar de compra de hortalizas

3.- ¿Dónde compra sus hortalizas?

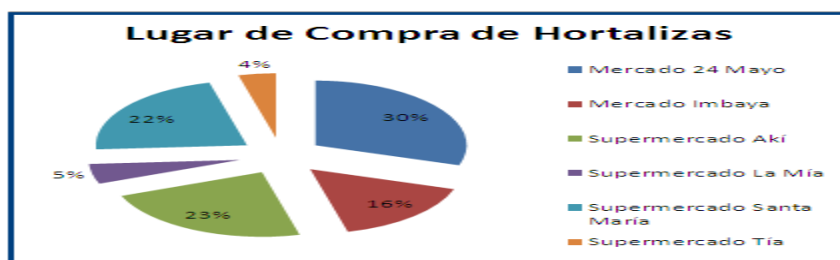
Cuadro 12 Lugar de compra de hortalizas

Detalle	Personas	%
Mercado 24 Mayo	111	30%
Mercado Imbaya	59	16%
Supermercado Akí	85	23%
Supermercado La Mía	18	5%
Supermercado Santa María	81	22%
Supermercado Tía	15	4%
TOTAL:	369	100%

FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Gráfico 6 Lugar de compra de hortalizas



FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Análisis:

La mayoría de las personas encuestadas que representa el 30% adquieren sus hortalizas en el mercado 24 de Mayo; debido a su gran espacio y variedad de productos que éste ofrece, el 23% compran en el Supermercado Akí por sus precios accesibles, variedad y calidad de productos; el 22% en el Supermercado Santa María que ha demostrado tener una alta aceptación a pesar de ser nuevo en el mercado; el 16% en el Mercado Imbaya que cubren a las ciudadelas: Los lagos, Imbaya, María José, Rumiñahui y otras ; El 5% en Supermercados la Mía y finalmente el 4% en Supermercados Tía; que son supermercados que se dedican con mayor preferencia a otro tipo de línea de productos.

INDICADOR: Factores de compra

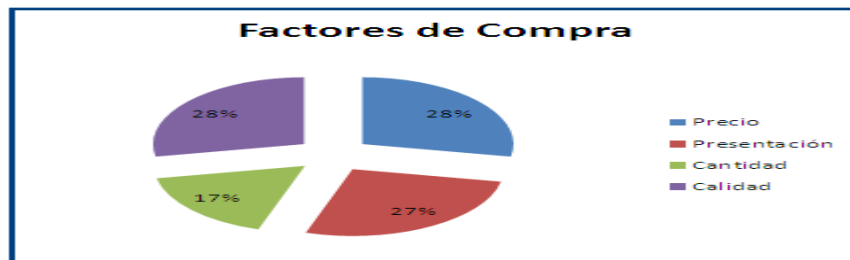
4.- ¿Al momento de comprar hortalizas considera?

Cuadro 13 Factores de compra

Detalle	Nº Rptas	%
Precio	300	28%
Presentación	280	27%
Cantidad	180	17%
Calidad	302	28%
TOTAL	1.062	100%

FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Gráfico 7 Factores de compra



FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Análisis:

El 28% de personas al momento de adquirir las hortalizas consideran calidad, precio que son factores que están muy relacionados entre sí, pues a mayor calidad sin duda mayor será el precio del producto, el 27% toma en cuenta la presentación ya que buscan lo mejor para su salud de su familia; mientras que el 17% cree que la cantidad es importante al momento de comprar sus hortalizas de esta manera dispondrán de mayores reservas para su consumo y no acudir con alta frecuencia en busca de los productos.

INDICADOR: Demanda, gustos y preferencias

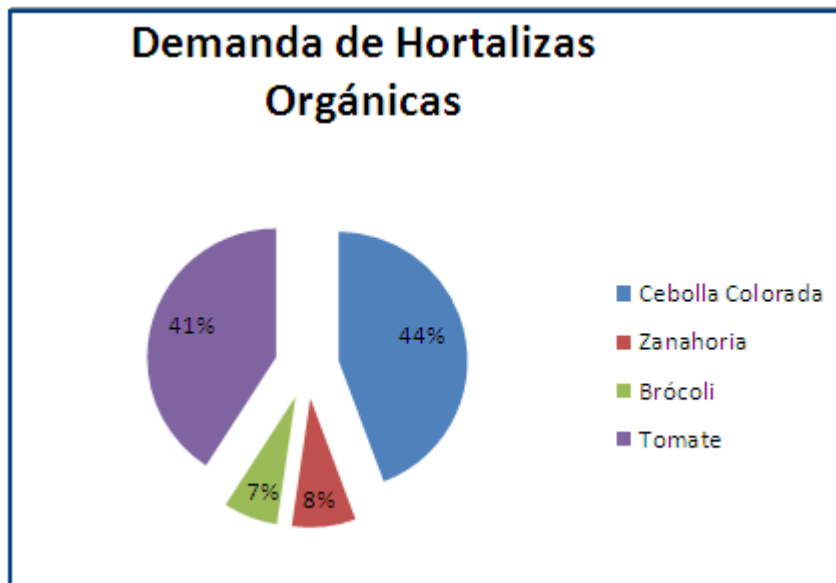
5.- ¿Cuáles son sus hortalizas de mayor preferencia, cuánto consume semanalmente y a qué precio adquiere?

Cuadro 14 Demanda, gustos y preferencias

Detalle	Kilos	%
Cebolla Colorada	680	44%
Zanahoria	123	8%
Brócoli	105	7%
Tomate	627	41%
TOTAL	1.535	100%

FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación.

Gráfico 8 Demanda, gustos y preferencias



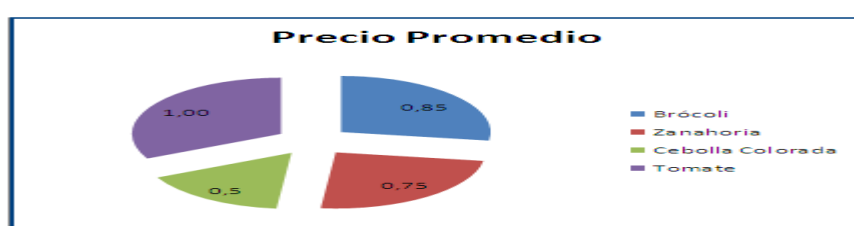
FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Cuadro 15 Precio Promedio

Detalle	Precio Promedio
Brócoli	0,85
Zanahoria	0,75
Cebolla Colorada	0,5
Tomate riñón	1,00

FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Gráfico 9 Precio Promedio



FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Análisis:

De las encuestas aplicadas a las amas de casa del sector urbano de la ciudad de Otavalo, el porcentaje más alto como es el 44% prefiere la cebolla colorada ya que es una hortaliza adecuada para realizar cremas, ensaladas; mientras que el 41% considera que el tomate, indispensable para una buena alimentación por lo cual se utiliza en sánduches, cremas, sopas, ensaladas; seguido de la zanahoria con el 8% y 7% con el brócoli que forma parte para la preparación de los diferentes platos que se pueden preparar en diferentes ocasiones.

Con relación a los precios se realizó un promedio del valor al que adquieren las hortalizas en los distintos lugares como son los supermercados de la ciudad, los mercados e incluso las tiendas; obteniendo los siguientes resultados, el tomate riñón con un valor por Kg. de \$1,00, seguido del brócoli por \$ 0.85 , la zanahoria \$ 0.75 y finalmente \$0.50 la cebolla colorada; es indispensable mencionar que los precios de las hortalizas son muy variables ya sea por la oferta y demanda que existe en el mercado.

INDICADOR: Procedencia del Producto.

6.- ¿Suele interesarse por el origen de las hortalizas que usted compra si éstas son?:

Cuadro 16 Procedencia del Producto

Detalle	Personas	%
Cultivos Orgánicos	4	1%
Cultivos Tradicionales	30	8%
No considera el Origen	336	91%
TOTAL	369	100%

FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Gráfico 10 Procedencia del Producto



FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Análisis:

El 91% de las amas de casa encuestadas no consideran el origen de las hortalizas, pues se basan únicamente por la preferencia de un determinado producto, consideran su presentación es decir que sean frescas sin tomar en cuenta cuál sea su procedencia, el 8% asume que los productos que compra son cultivados tradicionalmente pues son los que se ofertan en el lugar al que acuden a realizar sus adquisiciones; mientras que apenas el 1% considera que sean orgánicas, pero lamentablemente son escasas de conseguir en el sector urbano de Otavalo.

INDICADOR: Demanda.

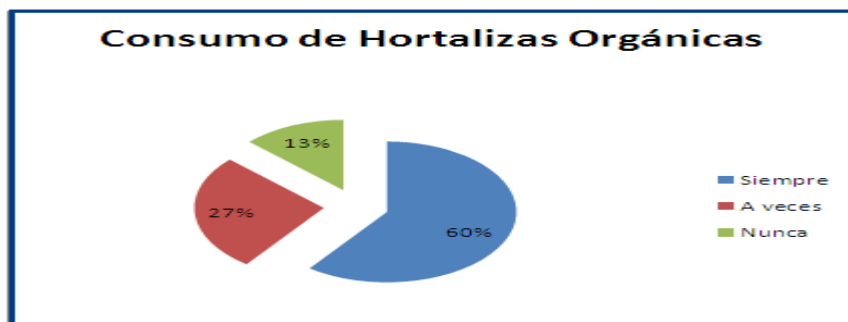
7.- ¿Desearía consumir hortalizas orgánicas?

Cuadro 17 Demanda

Detalle	Personas	%
Siempre	221	60%
A veces	100	27%
Nunca	48	13%
TOTAL	369	100%

FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Gráfico 11 Demanda



FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Análisis:

El 60% de la población encuestada manifiesta que siempre le gustaría adquirir hortalizas orgánicas, ya que son muy nutritivas y garantizan la salud del consumidor; mientras que el 27% le gustaría obtener en menor frecuencia; puesto que son poco comunes los productos que se ofrecen en el sector urbano de la ciudad; finalmente el 13% no lo haría nunca ya que no forma parte de su menú alimenticio.

INDICADOR: Presentación del Producto

8.- ¿En qué presentación le gustaría adquirir las hortalizas orgánicas?

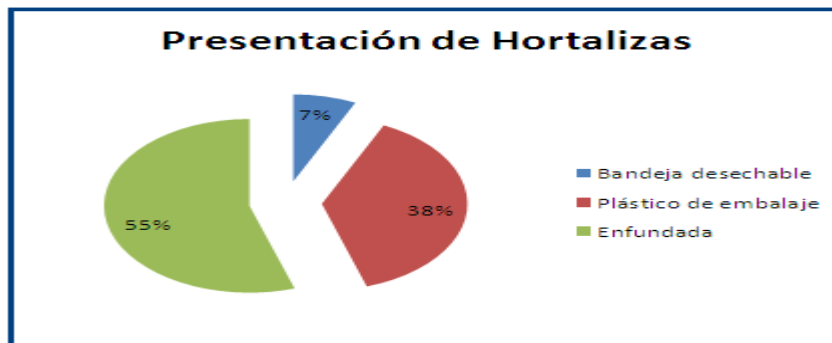
Cuadro 18 Presentación del Producto

Detalle	Personas	%
Bandeja desechable	26	7%
Plástico de embalaje	140	38%
Enfundada	203	55%
TOTAL	369	100%

FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Gráfico 12 Presentación del Producto



FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Análisis:

La presentación del producto es esencial para su comercialización por lo que debe tener una excelente imagen, por lo tanto el 55% de las amas de casa de la ciudad de Otavalo prefieren que las hortalizas sean enfundadas ya que garantizan mayor durabilidad de las hortalizas; mientras que el 38% opta por el plástico de embalaje y finalmente el 7% considera que debe hacerlo en bandeja desechable a pesar de que tiende a tener mayor impacto al medio ambiente ya que genera mayores desechos.

INDICADOR: Canales de Distribución.

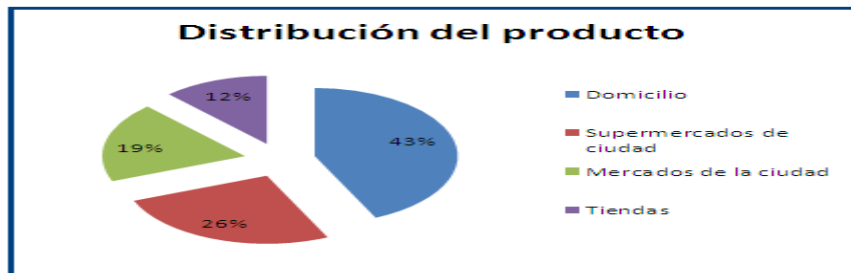
9.- ¿Dónde le gustaría adquirir las hortalizas orgánicas?

Cuadro 19 Canales de Distribución

Detalle	%
Domicilio	43%
Supermercados de ciudad	26%
Mercados de la ciudad	19%
Tiendas	12%
TOTAL	100%

FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Gráfico 13 Canales de distribución



FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Análisis:

El disponer de los productos con la mayor rapidez es la tendencia actual de la sociedad, por lo que las amas de casa otavaleñas le gustaría comprar las hortalizas orgánicas con entrega a domicilio; el 16% prefiere hacerlo en un lugar exclusivo de venta de hortalizas orgánicas que garantizan su procedencia, el 19% prefiere los Supermercados por que ofrecen variedad en todos los productos de todas las líneas que requieren para satisfacer las necesidades familiares. Y finalmente el 5% en los mercados de la ciudad ya que están cerca de sus domicilios y permite adquirir sus productos con mayor agilidad.

DATOS TÉCNICOS

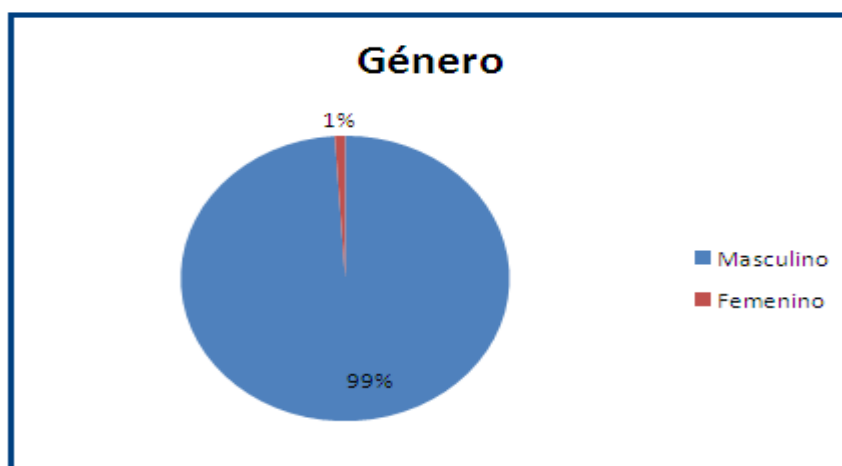
Género

Cuadro 20 Género

Género	Personas	%
Femenino	365	99%
Masculino	4	1%
TOTAL	369	100%

FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Gráfico 14 Género



Análisis:

La mayoría de las mujeres prefieren las hortalizas, pues son las amas de casa las responsables de la selección y preparación de los alimentos para su familia y apenas el 1% de los hombres son partícipes de la adquisición de los productos para el hogar.

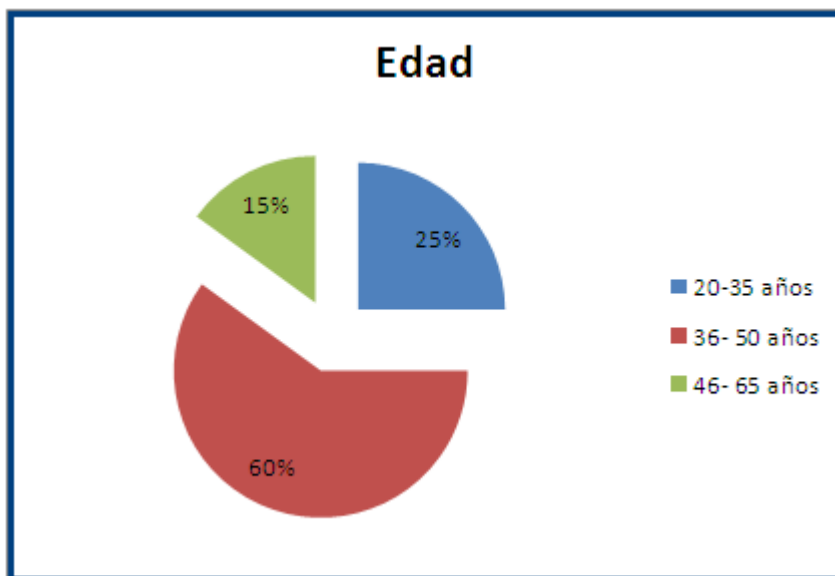
Edad

Cuadro 21 Edad

Años	Personas	%
20-35 años	92	25%
36- 50 años	221	60%
46- 65 años	55	15%
TOTAL	369	100%

FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Gráfico 15 Edad



FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Análisis: El consumo de hortalizas lo prefieren con mayor aceptación las personas entre 36 y 50 años de edad, pues valorar muchísimo el contenido y beneficios nutricionales que aportan las hortalizas. Sin embargo a cualquier edad se lo puede consumir pues no tiene contraindicaciones.

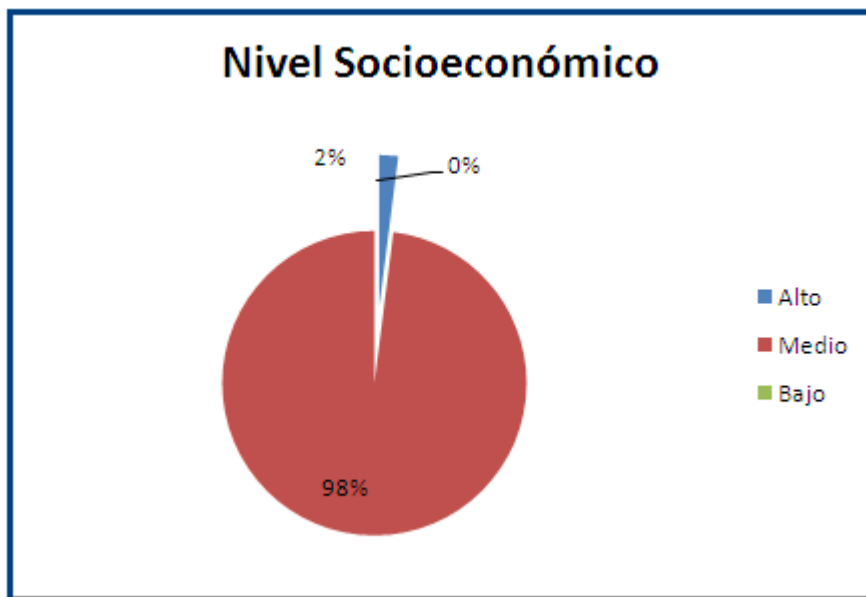
Nivel Socioeconómico

Cuadro 22 Nivel socioeconómico

Detalle	Personas	%
Alto	7	2%
Medio	362	98%
Bajo	0	0%
TOTAL	369	100%

FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Gráfico 16 Nivel Socioeconómico



FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Análisis:

El nivel socioeconómico de las personas a las que se les aplicó la encuesta es de nivel medio y alto por su capacidad adquisitiva, por lo tanto se los puede considerar clientes potenciales altos.

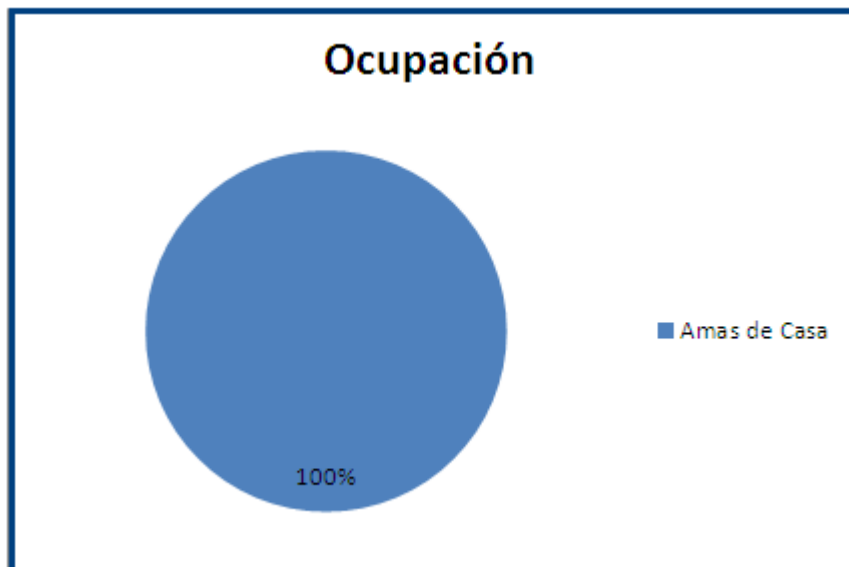
Ocupación:

Cuadro 23 Ocupación

Detalle	Personas	%
Amas de Casa	369	100%
TOTAL	369	100%

FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Gráfico 17 Ocupación



Análisis:

Las amas de casa son las indicadas para desempeñar las labores indispensables para el buen funcionamiento del hogar por lo que a la hora de elegir los mejores productos, ellas lo realizan con eficiencia, garantizando el bienestar familiar sin embargo a la hora de comprar hortalizas orgánicas, todos estamos llamados a elegir y consumir productos saludables.

3.8. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

3.8.1. FACTORES QUE LA AFECTAN.

1. NATURALEZA DEL CONSUMIDOR

Los consumidores potenciales de las hortalizas orgánicas son las amas de casa de la zona urbana de la ciudad de Otavalo, destacándose este sector por su mayor preferencia por estos productos.

2. PODER ADQUISITIVO

El poder adquisitivo de las personas que adquieren las hortalizas orgánicas es de un nivel medio y alto, son personas que les interesa mantener una buena salud personal y familiar; ofrecen sus menús con productos garantizados. Es importante mencionar que este producto lo pueden adquirir todas las personas que deseen mejorar su calidad de alimentación, pues el consumo de las hortalizas orgánicas favorece nuestro bienestar personal, familiar y social.

3. FRECUENCIA DE CONSUMO

Un alto porcentaje de las personas consumen hortalizas de manera diaria pues este producto forma parte fundamental dentro de la alimentación; sin embargo existe personas que lo hacen semanalmente, quincenal y una pequeña parte lo realiza mensualmente.

4. CANTIDAD TOTAL DE LA DEMANDA

Después de haber realizado un estudio general de las tendencias de aceptación del producto por parte de los consumidores del sector urbano de la ciudad de Otavalo se pudo determinar que las hortalizas orgánicas

si tiene posibilidad de introducción en el mercado, de acuerdo a la pregunta Nro. 5 de las encuestas dirigidas a las amas de casa. En el que un 87% de los consumidores les gustaría adquirir siempre este producto.

Para el cálculo de la demanda se tomó el número de familias que están representadas por las amas de casa de la zona urbana de la ciudad de Otavalo, y se multiplicó por el porcentaje de aceptación que se obtuvo en las encuestas pregunta Nro. 7 de la siguiente manera:

Cálculo:

Demanda Actual= Número de familias urbanas * % de aceptación

Demanda Actual= 9.584 * 87%

Demanda Actual= 8.338 familias

5. CANTIDAD DE HORTALIZAS DEMANDADAS.

Se consideró la cantidad de productos requeridos por los consumidores según las encuestas y se calculó de acuerdo a la población de manera proporcional; quedándonos lo siguiente:

- **RELACIÓN A LA MUESTRA**

Cuadro 24 Relación a la Muestra

DETALLE	FAMILIAS	UNIDAS	Kg.	%	MENSUAL Kg.	ANUAL Kg.
Cebolla Colorada		680	680	44,3%	2.720	32.640
Zanahoria		985	123	8,0%	493	5.910
Brócoli		630	105	6,8%	420	5.040
Tomate		1881	627	40,8%	2.508	30.096
SI CONSUMEN	321	4176	1535	100%	6.141	73.686
NO DESEAN CONSUMIR	48					
TOTAL	369	4176	1535	100%	6.141	73.686

FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación.

- **RELACIÓN A LA POBLACIÓN**

Cuadro 25 Relación a la Población

DETALLE	FAMILIAS	KILOS PRODUCTO					
		MUESTRA	KILOS	PORCENTAJE	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
Cebolla Colorada		680	680	44,3%	8.875,60	35.502,41	426.028,94
Zanahoria		985	123,125	8,0%	1.607,07	6.428,29	77.139,43
Brócoli		630	105	6,8%	1.370,50	5.481,99	65.783,88
Tomate		1881	627	40,8%	8.183,83	32.735,31	392.823,75
SI CONSUMEN	8.338	4176	1535,125	100,0%	20.037,00	80.148,00	961.776,00
NO DESEAN CONSUMIR	1.246						
TOTAL	9.584	4176	1535,125	100,0%	20.037,00	80.148,00	961.776,00

FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

3.9. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para proyectar la demanda de productos se tomó en cuenta la demanda actual anual del 2013 y la tasa de crecimiento poblacional obtenida en el Censo 2010 que para el cantón de Otavalo es de 1.98%.

Se obtuvo aplicando la siguiente fórmula:

$$Pp = Pp(1 + i)^n$$

Pp= Población Proporcional

Pb= Población Básica

i= Tasa de Crecimiento poblacional (1,98% datos del INEC)

n= Número de años

Se detalla el cálculo del producto con mayor aceptación dentro del mercado como es la cebolla colorada; sin embargo debe realizar el mismo procedimiento con cada uno de las hortalizas orgánicas.

2015

$$Pp = 426.028.94(1 + 0.0198)^1$$

Pp= 434.464,32

2016

$$Pp = 434.464.32(1 + 0.0198)^2$$

Pp=443.066,71

2017

$$Pp = 443.066.71(1 + 0.0198)^3$$

$Pp= 451.839,43$

2018

$$Pp = 451.839.43(1 + 0.0198)^4$$

$Pp= 460.785,85$

Después de haber realizados los respectivos cálculos en cada producto se obtuvo la siguiente tabla de proyección de la demanda

Cuadro 26 Proyección de la Demanda

PRODUCCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Tomate riñón	392,823,75	400,601,66	408,553,57	416,622,53	424,871,66
Zanahoria	77,139,43	78,66,79	80,224,39	81,812,84	83,432,73
Brócoli	65783,88	67,086,40	68,414,71	69,769,32	71,150,76
Cebolla colorada	426,028,94	434,028,94	443,066,71	451,839,43	460,785,85

FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

3.10. ANÁLISIS DE LA OFERTA

3.10.1. COMPETENCIA ACTUAL

De acuerdo al resultado del método de observación directa realizado en la ciudad de Otavalo actualmente no existe ninguna empresa productora y comercializadora de hortalizas orgánicas; sin embargo la principal competencia lo podemos encontrar en los Supermercados de la ciudad ya que estos ofrecen hortalizas cultivadas de manera tradicional y con una atractiva presentación, además lo encontramos en los dos mercados que tiene la ciudad sin embargo ellos no brindan hortalizas que garanticen el consumo de las mismas.

3.10.2. OFERTA ACTUAL

Se obtuvo a través de los datos obtenidos del último censo Agropecuario del Ecuador, efectuado en el año 2001 específicamente los que corresponden a la producción de hortalizas en el Cantón de Otavalo.

Cuadro 27 **Oferta Actual**

PRODUCCIÓN	AÑO 2013
Cebolla colorada	328.331,40
Zanahoria	44.277,20
Brócoli	39.037,50
Tomate riñón	334.022,20

FUENTE: INEC, Censo Agropecuario 2001
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación.

3.10.3 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para proyectar la oferta se tomó en cuenta la oferta actual y la tasa de crecimiento del PIB agrícola que según el Banco Central del Ecuador corresponde al 0.59% del año 2012.

Se obtuvo aplicando la siguiente fórmula:

Pp= Población Proporcional

Pb= Población Básica (745.668.30 Oferta Actual)

i= Tasa de Crecimiento del PIB Agrícola (0.59%)

n= Número de años

$$Pp = Pb(1 + i)^n$$

Cuadro 28 Proyección de la Oferta

PRODUCCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Cebolla Colorada	328.331,40	330.268,56	332.217,14	334.177,22	336.148,87
Zanahoria	44.277,20	44.538,44	44.801,21	45.065,54	45.331,43
Brócoli	39.037,50	39.267,82	39.499,50	39.732,55	39.966,97
Tomate	334.022,20	335.992,93	337.975,29	339.969,34	341.975,16

FUENTE: INEC, Censo Agropecuario

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación.

3.11. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Tomando en cuenta la demanda y la oferta proyectada se obtiene la siguiente información.

Cuadro 29 Proyección de la Demanda Insatisfecha

PRODUCCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Cebolla Colorada					
Demanda	426.028,94	434.464,32	443.066,71	451.839,43	460.785,85
(-) Oferta	328.331,40	328.331,40	328.331,40	328.331,40	328.331,40
Demanda Insatisfecha	97.697,54	106.132,92	114.735,31	123.508,03	132.454,45
Zanahoria					
Demanda	77.139,43	78.666,79	80.224,39	81.812,84	83.432,73
(-) Oferta	44.277,20	44.277,20	44.277,20	44.277,20	44.277,20
Demanda Insatisfecha	32.862,23	34.389,59	35.947,19	37.535,64	39.155,53
Brócoli					
Demanda	65.783,88	67.086,40	68.414,71	69.769,32	71.150,76
(-) Oferta	39.037,50	39.037,50	39.037,50	39.037,50	39.037,50
Demanda Insatisfecha	26.746,38	28.048,90	29.377,21	30.731,82	32.113,26
Tomate					
Demanda	392.823,75	400.601,66	408.533,57	416.622,53	424.871,66
(-) Oferta	334.022,20	334.022,20	334.022,20	334.022,20	334.022,20
Demanda Insatisfecha	58.801,55	66.579,46	74.511,37	82.600,33	90.849,46

FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

3.12. PARTICIPACIÓN EN EL PROYECTO

De acuerdo a la capacidad que tendrá la empresa se aspira cubrir el 44,25% de la demanda insatisfecha del total de todos los productos; en el primer año; en el segundo año se aspira incrementar en un 10% de manera progresiva, considerando las distintas frecuencias de consumo de acuerdo a los gustos y preferencias del consumidor.

Cuadro 30 Participación en el Proyecto

DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER					
HORTALIZA	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Tomate	38,248,00	42,072,80	46,278,40	50,909,60	56,000,00
Zanahoria	9,526,00	10,518,20	11,569,60	12,727,40	14,000,00
Brócoli	9,562,00	10,518,20	11,569,60	12,727,40	14,000,00
Cebolla colorada	38,248,00	42,072,80	46,278,40	50,909,60	56,000,00

FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa de la ciudad de Otavalo
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

3.13. PRECIOS

3.13.1. PRECIOS EXISTENTES EN EL MERCADO

Los precios de las hortalizas varían en pequeñas cantidades dependiendo de la temporada de producción.

Para conocer el precio promedio se tomó como referencia las cifras publicadas en la página web oficial del Ministerio de Agricultura, sin duda es un referente para la comercialización de las hortalizas.

Sin embargo se debe considerar ciertos factores como son los costos de producción, el precio de mercado; pero lo más importante es la calidad del producto ayuda a fijar el precio en beneficio del productor y del consumidor dependiendo de los gustos y preferencias.

Cuadro 31 Precios existentes en el Mercado

Variedad de hortalizas que oferta la competencia	Precio Promedio Kg.
Cebolla colorada	\$ 0,50
Zanahoria	\$ 0,75
Tomate	\$ 1,00
Brócoli	\$ 0,50

FUENTE: Encuestas aplicadas a las amas de casa del sector urbano de la ciudad de Otavalo.

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

3.13.2. Fijación de Precios

La microempresa fijará sus precios tomando en cuenta factores internos y externos, para lo cual se empleará dos métodos: En función al costo total de producción (Factores Internos) y en función de la competencia (Factores Externos). La finalidad que tiene la microempresa es tener un beneficio económico, obteniendo una participación máxima en el mercado.

1. Fijación de Precio en base a los Costos Totales

Este método se va a emplear a fin de recuperar los costos de producción materia prima, mano de obra, gastos indirectos de fabricación y demás gastos incurridos en la producción, a esto se añade el porcentaje de utilidad que se va obtener en este caso el 15% el primer año negociable en el mercado dependiendo de los volúmenes de compra, para los siguientes cuatro años se espera crecer aproximadamente en un 20%, 25%, 30% y 35% respectivamente.

2. Fijación del Precio teniendo en cuenta a la Competencia

Tomando en consideración que el producto a ofertar tiene competencia aparte de recuperar los costos y brindar un alimento de calidad, se pretende fijar un precio al alcance de los consumidores.

3.13.3. Precio de las Hortalizas orgánicas ofertados por la microempresa

De acuerdo a los métodos de fijación de precios que se va emplear en la microempresa recuperando los costos y obteniendo una ganancia que permita garantizar la continuidad de la microempresa, se va a ofrecer un producto 100% orgánico que garantiza la salud del consumidor.

El precio de las hortalizas orgánicas que se pondrá a disposición a los habitantes de la ciudad de Otavalo de acuerdo a sus diferentes variedades es el siguiente:

Cuadro 32 Precio de Hortalizas Orgánicas

Variedad de hortalizas orgánicas que va a ofertar la microempresa	Precio Kg. \$
Cebolla colorada	1,34
Zanahoria	1,00
Tomate	1,35
Brócoli	1,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

3.14. PROVEEDORES

Por facilidad de administración y a fin de disponer de materia prima todo el tiempo se trabajará con dos proveedores que disponen de materia prima local y nacional en los volúmenes necesarios para producir en la microempresa, tienen predisposición y capacidad de comercializar sus productos a un precio promedio estable durante todo el año en el caso de las semillas para las hortalizas.

Los proveedores con los precios más bajos y semillas de calidad son.

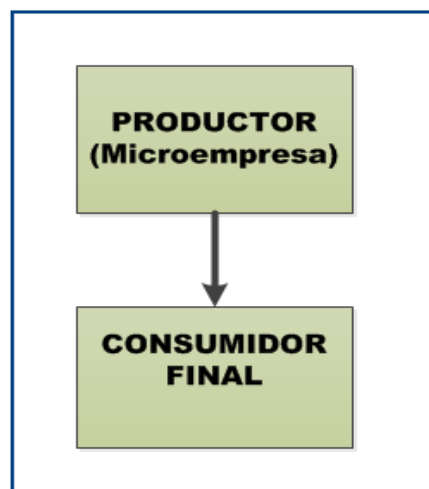
- FarmAgro

- INSUSemillas
- San Blass
- La Granja

3.15. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Se considera que las hortalizas orgánicas que se va a ofrecer al mercado se van a distribuir directamente al consumidor, a través de un local comercial que facilitará la adquisición de las hortalizas orgánicas además se prevé realizar entregas a domicilio dependiendo de los pedidos de los clientes.

Ilustración 11 Canal de Distribución



FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

3.16. ESTRATEGIAS DE MERCADEO

Con la finalidad de dar a conocer los productos que produce la microempresa se aplicará estrategias de mercadeo; que con el tiempo permita posesionar las hortalizas orgánicas en el mercado, para lo cual debe cumplir con parámetros de calidad, accesibilidad en precios, nutritivos y frescos; lo cual va a permitir garantía total.

Las estrategias de mercadeo que adoptará la microempresa consiste en el análisis de las cuatro P las cuales son: Producto, Precio, Plaza y Promoción las mismas que contribuyen a la adecuada comercialización de hortalizas orgánicas.

3.16.1. ESTRATEGIA DEL PRODUCTO

La microempresa ofrecerá hortalizas orgánicas producidas bajo las mejores prácticas agrícolas utilizando insumos orgánicos, amigables con el medio ambiente, en una excelente presentación garantizando los nutrientes de los productos.

Aplicar del etiquetado nutricional dando cumplimiento al Reglamento de Etiquetado de Alimentos Procesados para Consumo Humano; lo cual permite informar al consumidor sobre las propiedades nutricionales de las hortalizas orgánicas.

- ❖ Incentivar a los habitantes al consumo de hortalizas orgánicas, dando a conocer sus bondades alimenticias a través de la producción orgánica.
- ❖ Las hortalizas orgánicas se comercializarán en bandejas individuales y de acuerdo a las exigencias de los clientes.
- ❖ Realizar una adecuada presentación del producto a fin de poder transportarlo con facilidad y de ésta manera comercializarlo.

3.16.2. ESTRATEGIAS DE PRECIOS

El precio de las hortalizas orgánicas estará fijado en concordancia al precio de mercado, de tal manera que ayude a cubrir los costos, gastos y a obtener un beneficio económico y ambiental.

- ❖ Los precios serán superiores a los de las hortalizas cultivadas tradicionalmente, debido al proceso de producción de las hortalizas

orgánicas, pues marca una esencial diferencia, la calidad del producto es muy alto.

- ❖ La relación productor-consumidor es muy rentable para las dos partes, ya que el productor puede obtener mayor rentabilidad de sus productos; mientras que el consumidor adquiere su producto a un precio más bajo.
- ❖ Establecer precios competitivos que sean accesibles a los potenciales clientes.

3.16.3. ESTRATEGIAS DE PLAZA / DISTRIBUCIÓN

- ❖ La distribución del producto debe ser inmediata, pues son productos muy perecibles; el tiempo de almacenamiento de las hortalizas oscilará entre 2 y 3 días máximos a temperatura fría que permita mantener la frescura del producto.
- ❖ Reducir el exceso de manipulación de las hortalizas, al momento de realizar las actividades de cosecha y poscosecha.
- ❖ Buscar nuevos clientes para aumentar la producción y obtener mayores utilidades.
- ❖ Buscar alianzas con industrias procesadoras del producto para proveerlos.

3.16.4. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Las estrategias de promoción son indispensables para vender un producto pues, lo que no se promociona no se vende, pero la promoción debe estar sustentada con la calidad del producto.

- ❖ Promover el consumo de hortalizas orgánicas, destacando su importancia y valores nutricionales, esto se lo puede hacer a través de presentaciones en radio, televisión y hojas volantes.

- ❖ Participación en las ferias alimenticias que se realicen en la ciudad con el fin de dar a conocer las hortalizas orgánicas, difundiendo que es producto no utiliza químicos en el proceso de producción.
- ❖ Ser auspiciantes de programas nutricionales que promueven una alimentación sana.

3.17. CONCLUSIONES

1. La microempresa va iniciar sus actividades de producción con las hortalizas orgánicas de mayor aceptación como son el tomate riñón y cebolla colorada en mayor cantidad en vista que estos productos son los que mayor demanda tienen en el mercado actual; mientras que brócoli y la zanahoria en menor cantidad.

2. La demanda potencial que tiene la microempresa son las amas de casa, sin embargo está disponible para todo cliente que desee alimentarse correctamente.

3. El precio de las distintas variedades de hortalizas orgánicas se fijará de acuerdo a los costos y gastos incurridos en la producción del producto añadiendo un porcentaje de utilidad y en función de la competencia y del poder adquisitivo de los consumidores.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO – INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1. MACRO Y MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

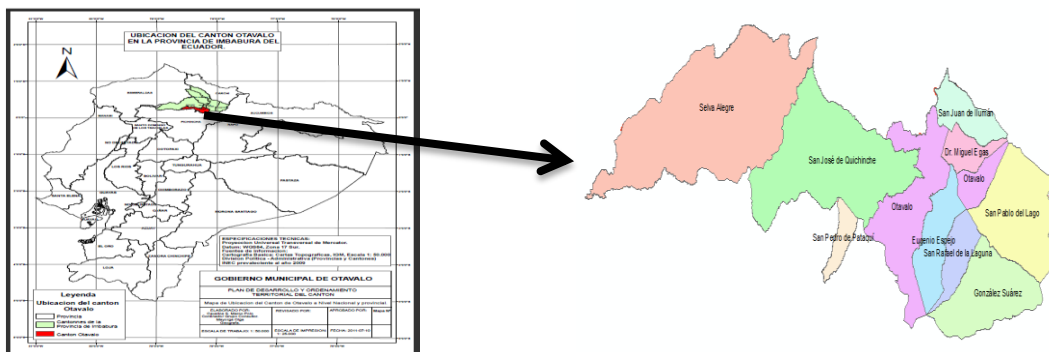
En este capítulo se desarrollará aspectos de la localización del proyecto (macro y micro localización), ubicación de la planta; diseño de las instalaciones; distribución de la planta; flujo gramas de procesos; presupuesto técnico, tamaño del proyecto, seguimiento y monitoreo.

4.1.1. MACROLOCALIZACIÓN

Para la localización se tomó en cuenta las siguientes determinaciones:

- a) País: Ecuador
- b) Provincia: Imbabura
- c) Cantón: Otavalo

FIGURA 1 CANTÓN OTAVALO



FUENTE: GAD Municipal Otavalo.

La Microempresa de producción y comercialización de hortalizas orgánicas estarán localizada en la ciudad de Otavalo, perteneciente a la provincia de Imbabura, ubicada en la región andina al norte del Ecuador.

El cantón Otavalo tiene una superficie de 579 Km², según los nuevos límites otorgados por el Gobierno Municipal, se localiza al norte del callejón interandino a 110 kilómetros de la capital Quito y a 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra, se encuentra a una altura de 2.565 metros sobre el nivel del mar, y está ubicada geográficamente en las siguientes coordenadas:

78° 15' 49" longitud oeste

0° 13' 43" latitud norte

Altitud y clima: Hay diferencias altitudinales, desde los 1.100 m.s.n.m., en la zona de Selva Alegre, hasta los 4.700 m.s.n.m., en el cerro Imbabura. La temperatura promedio es de 14°C.

4.1.2. MICROLOCALIZACIÓN

El lugar adecuado para la comercialización de hortalizas orgánicas estará ubicado en la dirección Sucre y Abdón Calderón de la ciudad de Otavalo, se ha seleccionado este lugar puesto que cuenta con vías de primer orden, cuenta con infraestructura básica como agua, alcantarillado, energía eléctrica, teléfono, internet.

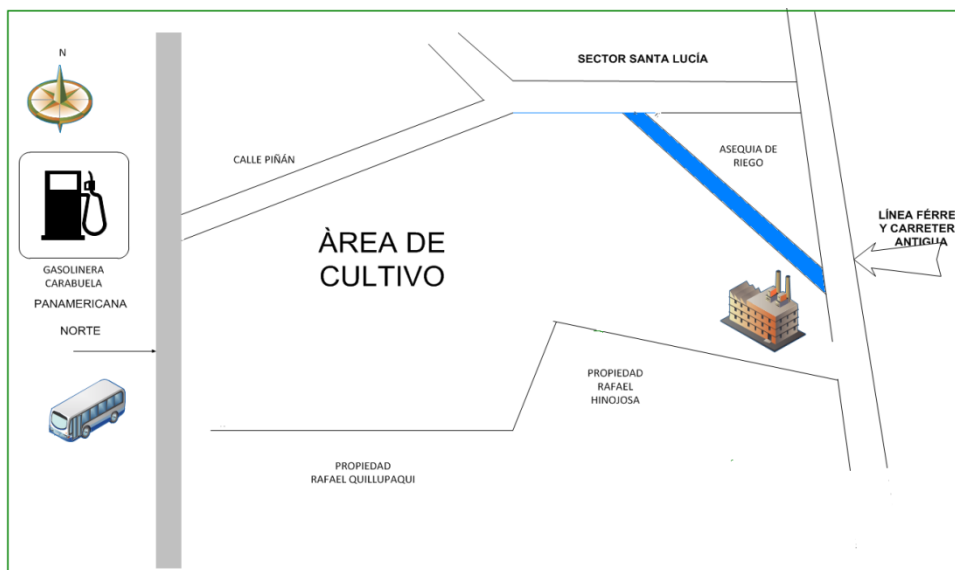
En lo referente a la producción estará ubicada en el sector de Peguche puesto que ahí se encuentra localizado el terreno de propiedad familiar; disponible para la producción de hortalizas orgánicas y cuenta con fácil accesibilidad, agua potable, luz, alcantarillado y cumple con los requisitos para instalar una microempresa productora de hortalizas orgánicas, tiene

mayor facilidad de transporte de materiales, insumos y materias primas, así también facilitará la distribución del producto terminado.

FIGURA 2 MICROLOCALIZACIÓN



FUENTE: GAD Municipal Otavalo



FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

4.1.3. UBICACIÓN DE LA PLANTA

Estará ubicado en la parroquia Miguel Egas Cabezas la cual se encuentra al norte de la ciudad de Otavalo; su población es de 4.238 habitantes, cuenta con una superficie territorial de 7.890 m². Las comunidades que pertenecen a ésta jurisdicción son: Yakupata, La Bolsa, Quinchuquí, Agato, Faccha Llacta, Arias Ucu y Peguche; lugar en el que se encuentra el terreno

agrícola con un área de 20.000 m² de propiedad del Sr. Fernando Pinto. Las principales actividades económicas que se desarrollan son artesanales, agrícolas y comerciales

1. SERVICIOS BÁSICOS

Contar con los servicios básicos es muy importante para el desarrollo comunitario es por eso que el terreno donde se ubicará el proyecto micro empresarial dispone de todos los servicios básicos de luz, agua potable, telefonía celular, internet, alcantarillado.

2. VIALIDAD

El sector cuenta con varias vías para el transporte con una infraestructura adecuada para el traslado de materias primas, insumos, hortalizas orgánicas; lo cual es una gran ventaja para desarrollar exitoso las actividades agrícolas.

3. MANO DE OBRA

Al tratarse de un sector agrícola gran parte de su población se dedica a las labores agrícolas, por ende contamos con suficiente mano de obra para la implementación del proyecto.

4. DISEÑO DE LAS INSTALACIONES

En este punto tomaremos en cuenta la distribución física del área de cultivo, germinación, área de pos cosecha, área administrativa bodega de insumos, almacenamiento del producto, servicios sanitarios y vestidores.

5. DIAGRAMA DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL ÁREA

FIGURA 3 Distribución física del área



FUENTE: Observación Directa
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación.

4.2. MATRIZ DE FACTORES AL POR MENOR

4.2.1. ESCALA DE EVALUACIÓN

Cuadro 33 Escala de Evaluación

ESCALA CUANTITATIVA	ESCALA CUALITATIVA
Óptima	5
Muy Buena	4
Buena	3
Regular	2
Pésima	1
Indiferente	0

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

4.2.2. COMERCIALIZACIÓN

La comercialización de las hortalizas orgánicas se lo debe realizar con una adecuada planificación de producción, es decir programar la siembra de manera escalonada de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores; sin embargo determinar el lugar en el cual se va a encontrar las hortalizas disponibles para la venta; se plantea 3 posibles alternativas, las cuales deben someterse a un análisis de factores que favorezcan la satisfacción de los clientes

4.2.3. IDENTIFICACIÓN DE POSIBLES LUGARES.

- a.- Centro de la ciudad (Sucre y Abdón Calderón)
- b.- Ciudadela Rumiñahui.
- c.- Centro de la ciudad (Bolívar y García Moreno).

Cuadro 34 Matriz de Factores

MATRIZ DE FACTORES			
FACTORES	A	B	C
1. FACTORES COMERCIALES			
Ubicación comercial	5	3	3
Transporte	5	3	3
Canales de distribución	5	3	3
Mercado meta	5	4	3
Competencia	5	4	4
Seguridad	5	4	4
Servicios Básicos	5	5	5
TOTAL FACTORES COMERCIALES	35	26	25
2. FACTORES AMBIENTALES			
Manejo de desechos	5	5	5
Contaminación Auditiva	2	3	3
Polución el Aire	5	5	5
TOTAL FACTORES AMBIENTALES	12	13	13
3. FACTORES LEGALES			
Ordenanzas Municipales	5	3	5
Permiso Sanitario	5	5	5
Permiso de Bomberos	5	5	5
TOTAL FACTORES LEGALES	17	15	14
TOTAL	64	54	52

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

4.2.4. REGLA DE DECISIÓN:

El factor más significativo del proyecto es el comercial que se le asigna el 50%, debido a que las ventas de las hortalizas garantizan la estabilidad y continuidad de la microempresa, los otros dos factores son ambientales y legales. El factor ambiental tendría el 30% y el legal 20%. Los tres factores son un complemento para el desarrollo de la microempresa de hortalizas orgánicas.

Cuadro 35 Matriz de Factores (ubicación al por menor)

MATRIZ DE FACTORES(UBICACIÓN AL POR MENOR)				
FACTORES	% DE PONDERACIÓN	A	B	C
1. FACTORES COMERCIALES				
Ubicación comercial	8%	0,8	0,4	0,24
Transporte	4%	0,7	0,16	0,12
Canales de distribución	3%	0,7	0,15	0,09
Mercado meta	4%	0,16	0,2	0,16
Competencia	7%	0,28	0,35	0,28
Seguridad	6%	0,6	0,3	0,24
Servicios Básicos	5%	0,5	0,25	0,25
TOTAL FACTORES COMERCIALES	50%	3,74	1,81	1,38
2. FACTORES AMBIENTALES				
Manejo de desechos	9%	0,5	0,36	0,27
Contaminación Auditiva	5%	0,15	0,15	0,15
Polución el Aire	6%	0,3	0,3	0,3
TOTAL FACTORES AMBIENTALES	20%	0,95	0,81	0,72
3. FACTORES LEGALES				
Ordenanzas Municipales	9%	0,5	0,5	0,5
Permiso Sanitario	8%	0,5	0,5	0,5
Permiso de Bomberos	6%	0,5	0,5	0,5
TOTAL FACTORES LEGALES	30%	1,5	1,5	1,5
TOTAL	100%	6,19	4,12	3,6

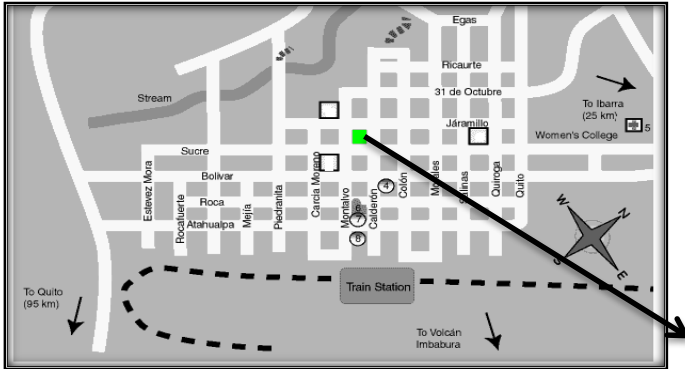
FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

1. RESUMEN

De acuerdo a los valores ponderados la mejor opción es la A, puesto que cuenta con el 50% de cumplimiento con los aspectos que van a contribuir con el desarrollo de la microempresa; demás se podría tomar como segunda alternativa la opción la B. que cuenta con el 30% de factores.

FIGURA 4 Opción A



OPCIÓN A

FUENTE: GAD Municipal Otavalo

4.3. DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL PROYECTO

4.3.1. SUPERFICIE TOTAL

La Superficie Total de la microempresa de hortalizas orgánicas es de 176,18m².

4.3.2. AMBIENTES

- La Empresa dispone de los siguientes ambientes:
- Gerencia
- Contabilidad
- Jefe de Producción
- Bodegas de materias insumos
- Baños
- Selección, limpieza y clasificación del producto.
- Envasado y sellado
- Embarque

4.3.3. DISEÑO DE INSTALACIONES

1. ÁREA ADMINISTRATIVA

Esta área consta de los ambientes de gerencia, contabilidad.

2. ÁREA DE PRODUCCIÓN

Jefe de producción, trabajadores que se dedican a la producción de hortalizas orgánicas.

3. ÁREA DE POS COSECHA

Supervisión, selección del producto, limpieza y clasificación del producto, envasado y sellado.

4. ÁREA DE PRODUCCIÓN

Para la producción de hortalizas orgánicas la microempresa contara con un área de 20.000m².

La Microempresa se creará en un área total de 20.176,18 m² los mismos que se encuentra distribuida de la siguiente manera:

Cuadro 36 Distribución Espacio Físico

DISTRIBUCIÓN	ÁREA (m2)
Gerencia	18.40
Contabilidad	15.64
Área de Producción	20.000
Área de Poscosecha	96.14
Bodega de Materia Prima e Insumos	34.04
Baños y Vestidores	11.96
TOTAL	20.176.18

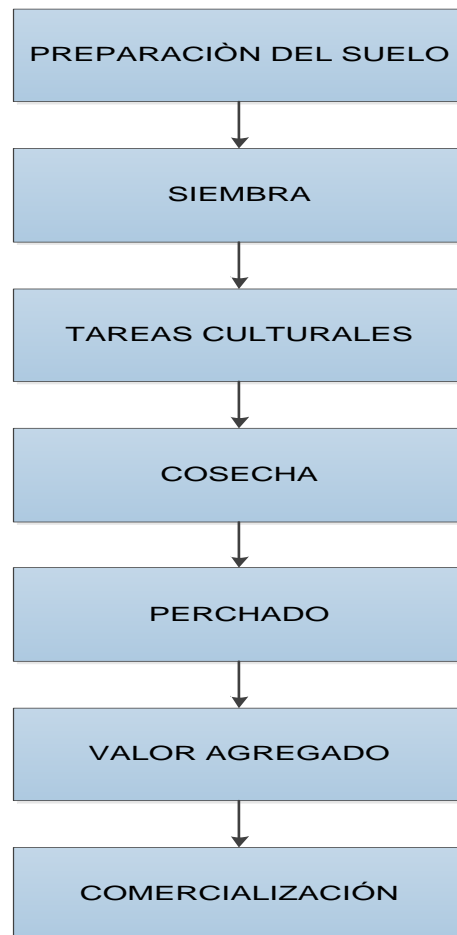
FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

4.4. DIAGRAMA DE PROCESOS

El diagrama muestra lo que se realiza en cada etapa, los materiales o servicios que entran y salen del proceso productivo. Sintetiza el proceso en forma general y secuencial de forma que a primera vista sabremos la finalidad del proyecto.

4.4.1. DIAGRAMA DE BLOQUES PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS

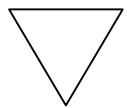

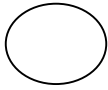

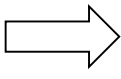



FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

4.4.2. FLUJOGRAMA DEL PROCESO

El flujograma es una representación gráfica de la secuencia de actividades de un proceso, es decir es un instrumento por medio del cual se da a conocer en forma específica los pasos que se realizan para la producción y comercialización de hortalizas orgánicas desde la elaboración de los semilleros hasta la distribución final del producto.

4.4.3. FLUJOGRAMA DEL PROCESO (Simbología)

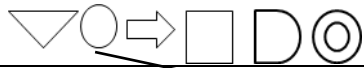
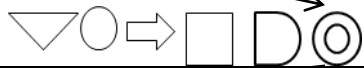

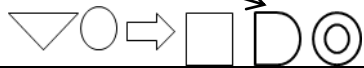
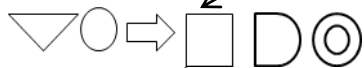
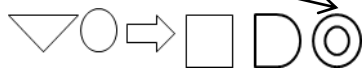

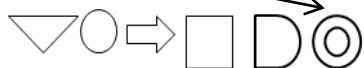
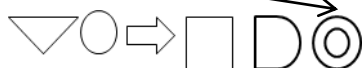
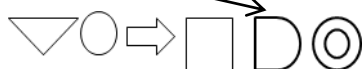

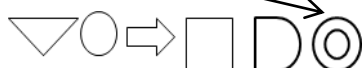



	Almacenamiento
	Inspección
	Operación Simple
	Demora
	Trasporte
	Operación Doble

4.4.4. FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO

Este nos sirve para especificar las diferentes actividades y tiempos determinados en días, que serán necesarios para realizar en campo durante el proceso de producción de hortalizas orgánicas; es necesario especificar que éstos pueden variar dependiendo del tipo de hortaliza, su variedad y calidad de semilla como es el caso del tomate riñón entre 60 y 90 días, brócoli entre 80 y 150 días, zanahoria entre 65 y 85 días.

Para el desarrollo de la plantilla de control productivo de se consideró la hortaliza de cebolla colorada que se detalla a continuación:

4.4.5. PLANTILLA DE CONTROL PRODUCTIVO

SÍMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
	Selección de semillas	1 Día
	Mezcla de sustrato y llenado de semilleros	3 Días
	Sembrar las semillas	3 Días
	Germinación de las Semillas	30 Días
	Inspección de Riego	7 Días
	Preparación del Suelo	5 Días
	Trasplante de las plántulas	2 Días
	Aplicación de humus y Tapado	5 Días
	Riego y Labores Culturales	10 Días
	Tiempo de Crecimiento del cultivo	90 Días
	Verificar tiempo de cosecha	1 Día
	Selección, Corte y Cosecha de hortalizas	2 Días
	Traslado del producto al área de selección	1 Día
	Clasificación y Limpieza	1 Día
	Empaque de hortalizas	1 Día

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación.

TIEMPO PREVISTO: 162 días.

Por lo tanto las semillas certificadas y la variedad influyen en el tiempo de producción de hortalizas orgánica.

4.4.6. NORMATIVA SANITARIA, COMERCIAL Y TÉCNICA

1 SANITARIA

✓ REQUISITOS PARA OBTENER PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL MSP (MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA)

- ❖ Formulario de solicitud, llenado y suscrito por el propietario.
- ❖ Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- ❖ Copia de la cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- ❖ Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
- ❖ Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
- ❖ Plano del establecimiento.
- ❖ Croquis de ubicación del establecimiento.
- ❖ Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- ❖ Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

Adicionalmente se deberá cumplir con otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

2. COMERCIAL

✓ REQUISITOS PARA OBTENCIÓN DEL RUC PARA PERSONAS NATURALES

- Presentar el original y una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral dentro de los límites establecidos en el Reglamento a la Ley de Elecciones.
- Extranjeros presentarán el original y entregarán una copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente.

Para la verificación del lugar donde realiza su actividad económica, el contribuyente deberá presentar el original y entregar una copia de cualquiera de los siguientes documentos:

- Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro.
- Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción a nombre del contribuyente.
- Comprobante del pago del impuesto predial, puede corresponder al del año en que se realiza la inscripción, o del inmediatamente anterior.
- Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.

✓ PATENTE MUNICIPAL

Requisitos

Personas Naturales

- Formulario de solicitud y declaración de patente.

- Formulario de patente municipal.
- Certificado de no adeudar al Municipio.
- Copias de CI y certificado de votación del propietario o responsable de la actividad económica.
- Copia del RUC
- Copia de la declaración del impuesto a la renta.
- Copia de la declaración del impuesto al valor agregado.

Procedimiento

- Acercarse con la documentación completa a la Ventanilla Única de Servicios Municipales.
- Solicitar un turno en información y dejar toda la documentación en la ventanilla que le corresponda.
- Se otorgará una fecha de inspección, el contribuyente deberá acercarse a la Jefatura de Rentas el día y hora señalada.
- Confirmar si el valor de la patente esta emitido en despacho de documentos.
- Pagar el valor respectivo en ventanillas de recaudación.
- Retirar la documentación en despacho de documentos con el respectivo comprobante de pago y ticket de ingreso.

✓ **PERMISO AMBIENTAL**

Para obtener el Permiso Ambiental se necesita copias de:

- Cédula de ciudadanía
- RUC Actualizado

✓ **PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS**

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC
- Copia de cédula de ciudadanía

3. TÉCNICA

✓ ETIQUETADO DE ALIMENTOS PARA CONSUMO HUMANO

El Reglamento de Etiquetado de Alimentos Procesados para Consumo Humano se expidió En noviembre del 2013, cuyo objetivo principal es informar de forma clara sobre el contenido nutricional de los alimentos, de modo que la ciudadanía pueda escoger el producto que prefiera.

Las etiquetas señalarán si los productos tienen contenidos altos, medios o bajos de azúcar, grasas y sal, no se calificará al alimento de bueno o malo, sino que se informará de manera clara a los consumidores para que puedan decidir de acuerdo a sus necesidades y gustos individuales.

Ilustración 12 Etiqueta para Alimentos



FUENTE: Investigación Directa

Las etiquetas tendrán indicaciones sencillas en colores rojo, amarillo y verde para indicar los niveles altos, medios y bajos, respectivamente, de azúcar, grasas y sal. Esto permitirá a los consumidores el optar por mejorar sus hábitos alimenticios en beneficio de su salud.

✓ CONTROL DE ETIQUETADO

Corresponde a la Agencia Nacional de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria (ARSCA), el control y vigilancia del etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano, esto a nivel nacional ; sin embargo dentro de la microempresa será una exigencia de control continuo para garantizar en cada uno de los procedimientos que se cumplan con los requerimientos establecidos de calidad.

CAPÍTULO V

5.1. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

La finalidad de este capítulo es realizar un estudio financiero y económico y a vez evaluar la rentabilidad o no, de invertir en la microempresa productora y comercializadora de hortalizas orgánicas en la ciudad de Otavalo. El tiempo de duración del proyecto se pretende realizarlo en cinco años a partir de la fecha de inicio de operación de la actividad de producción y comercialización.

El estudio económico y financiero es la sistematización contable, financiera y económica de las investigaciones efectuadas en los estudios de mercado y técnico, que facilitará la verificación de los resultados que generará el proyecto, al igual que la liquidez para cumplir con sus obligaciones operacionales y financieras; finalmente, la organización administrativa.

Aquí se demuestra la rentabilidad o no del proyecto. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, costos y gastos que están en concordancia con los capítulos anteriores. Con la evaluación financiera se decidirá si el proyecto es factible, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, adquirir herramientas más baratas o gastar menos.

5.2 PRESUPUESTO

5.2.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS POR VENTAS

Para determinar el ingreso por venta de hortalizas orgánicas, se estableció mediante el volumen de ventas y el precio más justo de venta obtenido del

estudio de mercado en concordancia con los costos y gastos detallados en el estudio técnico y validado en el estudio financiero, cuyos valores son:

Presupuesto de ingresos

Cuadro 37 Presupuesto de ingresos

DETALLE	AÑOS				
	2014	2015	2016	2017	2018
TOMATE					
Cantidad	38.248,00	42.072,80	46.278,40	50.909,60	56.000,00
Precio	1,35	1,38	1,42	1,46	1,50
TOTAL \$	51.539,18	58.223,81	65.773,05	74.308,72	83.945,72
ZANAHORIA					
Cantidad	9.562,00	10.518,20	11.569,60	12.727,40	14.000,00
Precio	1,00	1,03	1,05	1,08	1,11
TOTAL \$	9.562,00	10.802,19	12.202,79	13.786,40	15.574,35
BROCOLI					
Cantidad	9.562,00	10.518,20	11.569,60	12.727,40	14.000,00
Precio	1,00	1,03	1,05	1,08	1,11
TOTAL \$	9.562,00	10.802,19	12.202,79	13.786,40	15.574,35
CEBOLLA COLORADA					
Cantidad	38.248,00	42.072,80	46.278,40	50.909,60	56.000,00
Precio	1,34	1,38	1,41	1,45	1,49
TOTAL \$	51.252,32	57.899,75	65.406,97	73.895,13	83.478,49
TOTAL Dólares	121.915,50	137.727,94	155.585,61	175.776,66	198.572,91

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

La proyección futura de ventas se la realiza tomando en cuenta el crecimiento económico más inflación que redondeó a 10 % y la proyección del precio está en concordancia con la inflación del 2013 que es del 2,70%.

5.2.2 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción son necesarios para transformar de forma o de fondo la materia prima en productos terminados o semielaborados

utilizando fuerza de trabajo que es la mano de obra directa, herramientas, maquinaria y equipo, entre otros. Está formado por tres elementos que son: materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de producción o fabricación

1 MATERIA PRIMA DIRECTA

En el proceso de producción, es uno de los elementos más importantes que constituyéndose para la pequeña empresa de producción y comercialización de hortalizas orgánicas. En este caso constituyen las semillas adquiridas de acuerdo al siguiente detalle:

Materia Prima Directa

Cuadro 38 Materia Prima Directa

MATERIA PRIMA DIRECTA					
DETALLE	AÑOS				
	2014	2015	2016	2017	2018
SEMILLA DE HORTALIZAS					
CANTIDAD GRAMOS	4.371,28	4.808,41	5.289,25	5.818,17	6.399,99
Valor unitario	0,02	0,021	0,021	0,022	0,022
SEMESTRAL \$	87,43	98,76	111,57	126,05	142,39
VALOR TOTAL Dólares	174,85	197,53	223,15	252,09	284,79

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

2. MANO DE OBRA DIRECTA

La pequeña empresa de producción y comercialización de producción y comercialización de hortalizas orgánicas requieren de dos trabajadores agrícolas que tengan experiencia en labores similares como el cultivo de hortalizas, para lo cual recibirán una remuneración mensual unificada, que comprende: Salario Mensual y los componentes salariales como: Aporte Patronal, Fondo de Reserva, Décimo Tercer Sueldo, Décimo Cuarto Sueldo, Vacaciones. Este tipo de trabajador comprende aquellos que cultivan los productos:

Mano de obra Directa

Cuadro 39 Mano de obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA					
SALARIO MENSUAL					
PERSONAL	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Trabajador 1	340,00	371,96	406,92	445,18	487,02
Trabajador 2	340,00	371,96	406,92	445,18	487,02
MENSUAL \$	680,00	743,92	813,85	890,35	974,04
ANUAL \$	8.160,00	8.927,04	9.766,18	10.684,20	11.688,52
MANO DE OBRA DIRECTA					
DESCRIPCION	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Salario Básico Unificado	8.160,00	8.927,04	9.766,18	10.684,20	11.688,52
Vacaciones	340,00	371,96	406,92	445,18	487,02
Aporte Patronal	991,44	1.084,64	1.186,59	1.298,13	1.420,15
Fondos de Reserva	-	743,62	813,52	889,99	973,65
Décimo Tercero	680,00	743,92	813,85	890,35	974,04
Décimo Cuarto	1.020,00	1.115,88	1.220,77	1.335,53	1.461,06
TOTAL \$	11.191,44	12.987,06	14.207,84	15.543,38	17.004,46

FUENTE: MRL 2013

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

3. COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN

Para el cultivo y producción de hortalizas orgánicas se consideran como costos indirectos los servicios básicos como: energía eléctrica, agua potable, servicio telefónico. Además de insumos y combustibles.

Para determinar los costos indirectos de fabricación en los años futuros, se consideró una tasa de crecimiento del 10%, hasta alcanzar su capacidad máxima de producción en el 2018.

Cuadro 40 Servicios Básicos

Servicios Básicos					
DETALLE	AÑOS				
	2014	2015	2016	2017	2018
Agua Potable					
Cantidad (m3)	30,00	33,00	36,30	39,93	43,92
Precio	0,80	0,82	0,84	0,87	0,89
Valor mensual	24,00	27,11	30,63	34,60	39,09
ANUAL \$	288,00	325,35	367,55	415,22	469,08
Energía Eléctrica					
Cantidad (KW)	250	275,00	302,50	332,75	366,03
Precio	0,12	0,12	0,13	0,13	0,13
Valor mensual	30,00	33,89	38,29	43,25	48,86
ANUAL \$	360,00	406,69	459,44	519,03	586,35
Teléfono					
Cantidad (minutos)	690	759	834,9	918,39	1010,229
Precio	0,05	0,05	0,05	0,05	0,06
Valor mensual	34,50	38,97	44,03	49,74	56,19
ANUAL \$	414,00	467,70	528,36	596,88	674,30
TOTAL \$	1.062,00	1.199,74	1.355,35	1.531,14	1.729,72

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora de la Investigación

Insumos Agrícolas

Cuadro 41 Insumos Agrícolas

Insumos agrícolas					
DETALLE	AÑOS				
	2014	2015	2016	2017	2018
MATERIA ORGÁNICA					
Kilogramos	1.229,40	1.352,34	1.487,57	1.636,33	1.799,96
Precio	0,13	0,13	0,14	0,14	0,14
Valor semestral	159,82	180,55	203,97	230,42	260,31
Anual \$	319,64	361,10	407,94	460,85	520,62
INSECTICIDAS					
Cipermetrina					
Cantidad litros	2,73	3,01	3,31	3,64	4,00
Precio	12,50	12,84	13,18	13,54	13,91
Valor semestral	34,15	38,58	43,58	49,24	55,62
Anual \$	68,30	77,16	87,17	98,47	111,24
Losban					
Cantidad litros	2,73	3,01	3,31	3,64	4,00
Precio	18,00	18,49	18,99	19,50	20,02
Valor semestral	49,18	55,55	62,76	70,90	80,10
Anual \$	98,35	111,11	125,52	141,80	160,19
Humus					
Cantidad sacos	265,20	291,72	320,89	352,98	388,28
Precio	25,00	25,68	26,37	27,08	27,81
Valor semestral	6.630,00	7.489,91	8.461,35	9.558,79	10.798,56
Anual \$	13.260,00	14.979,82	16.922,70	19.117,58	21.597,13
Caja					
Cantidad unidades	273	301	331	364	400
Precio	25,00	25,68	26,37	27,08	27,81
Valor semestral	6.830,00	7.715,85	8.716,60	9.847,14	11.124,31
Anual \$	13.660,00	15.431,70	17.433,19	19.694,28	22.248,63
Fundas					
Cantidad unidades	27320	30052	33057	36363	39999
Precio	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
Valor semestral	546,40	617,27	697,33	787,77	889,95
Anual \$	1.092,80	1.234,54	1.394,66	1.575,54	1.779,89
TOTAL \$	28.499,10	32.195,43	36.371,18	41.088,52	46.417,70

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Servicio de Arado y Rastrado

Cuadro 42 Servicio de Arado y Rastrado

Servicios de Arado y rastrado					
DETALLE	AÑOS				
	2014	2015	2016	2017	2018
ARADA Y RASTRADA					
HORAS	8	9	10	11	12
Precio POR HORA	25,00	25,68	26,37	27,08	27,81
Valor semestral \$	200,00	225,94	255,24	288,35	325,75
Anual \$	400,00	451,88	510,49	576,70	651,50

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Combustibles y lubricantes

Cuadro 43 Combustibles y lubricantes

Combustibles y Lubricantes					
DETALLE	AÑOS				
	2014	2015	2016	2017	2018
Combustible					
Cantidad galones	45	45	55	60	66
Precio \$	1,48	1,52	1,56	1,60	1,65
Total \$	66,60	75,23	84,99	96,01	108,47
Lubricantes					
Cantidad litro	8	8	9	10	11
Precio \$	23,50	24,13	24,79	25,46	26,14
Total \$	176,25	199,11	224,93	254,11	287,07
Filtro					
Cantidad unidad	6	6	7	8	8
Precio \$	3,00	3,08	3,16	3,25	3,34
Total \$	18,00	19,41	21,93	24,77	27,98
Neumáticos					
Cantidad	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Precio	120,00	123,24	126,57	129,98	133,49
Total	480,00	492,96	506,27	519,94	533,98
TOTAL \$	740,85	786,71	838,12	894,83	957,50

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Resumen de Costos Indirectos de Fabricación

Cuadro 44 Resumen de Costos Indirectos de Fabricación

Resumen de Costos Indirectos de Fabricación						
DESCRIPCION	año 2013	año 2014	año 2015	año 2016	año 2017	
1	Servicios Básicos	1.062,00	1.199,74	1.355,35	1.531,14	1.729,72
2	Insumos agrícolas	28.499,10	32.195,43	36.371,18	41.088,52	46.417,70
3	Servicios de Arado y rastrado	400,00	451,88	510,49	576,70	651,50
4	Combustibles y Lubricantes	740,85	786,71	838,12	894,83	957,50
	TOTAL \$	30.701,94	34.633,76	39.075,14	44.091,19	49.756,42

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Resumen de Costos de Producción

Cuadro 45 Resumen de Costos de Producción

Proyección Costos de Producción					
DESCRIPCIÓN	año 2014	año 2015	año 2016	año 2017	año 2018
Materia Prima Directa	174,85	197,53	223,15	252,09	284,79
Mano de Obra Directa	11.191,44	12.987,06	14.207,84	15.543,38	17.004,46
Costos Indirectos Fabricación	30.701,94	34.633,76	39.075,14	44.091,19	49.756,42
TOTAL \$	42.068,23	47.818,35	53.506,13	59.886,66	67.045,66

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora de la Investigación

4. COSTOS DE DISTRIBUCIÓN

A. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos se les considera a los sueldos y salarios del talento humano, con el aumento del 9,4% para cada año y los suministros y servicios básicos tendrán una subida en concordancia al incremento de la inflación del 2.70 % para cada año.

Cálculo de la Proyección de salarios

Cuadro 46 Cálculo de la Proyección de Salarios

AÑO	Crecimiento Histórico de los Salarios	$i = \frac{Q_n}{Q_0} - 1$
2009	218	
2010	240	0,10
2011	264	0,10
2012	292	0,11
2013	318	0,09
2014	340	0,07
Subtotal		0,47
TOTAL		$\sum i = 0,094$

FUENTE: INEC 2013

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

La tasa promedio representa el $0.094 = 9,4 \%$

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0.47}{5} = 0.094 (i)$$

Gasto personal Administrativo

Cuadro 47 Gasto personal Administrativo

GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	AÑOS				
	2014	2015	2016	2017	2018
Gerente	750,00	820,50	897,63	982,00	1.074,31
Contador	352,85	386,02	422,30	462,00	505,43
MENSUAL \$	1.102,85	1.212,25	1.332,51	1.464,69	1.609,99
ANUAL \$	13.234,20	14.547,03	15.990,10	17.576,32	19.319,89
SUELDO ANUAL					
DESCRIPCION	2014	2015	2016	2017	2018
Salario Básico Unificado	13.234,20	14.547,03	15.990,10	17.576,32	19.319,89
Vacaciones	551,43	606,13	666,25	732,35	805,00
Aporte Patronal	1.607,96	1.767,46	1.942,80	2.135,52	2.347,37
Fondos de Reserva	-	1.211,77	1.331,98	1.464,11	1.609,35
Décimo Tercero	1.102,85	1.212,25	1.332,51	1.464,69	1.609,99
Décimo Cuarto	680,00	743,92	813,85	890,35	974,04
TOTAL \$	17.176,43	20.088,56	22.077,48	24.263,34	26.665,63

FUENTE: MRL 2013

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Servicios Básicos

Cuadro 48 Servicios Básicos

Servicios Básicos					
DETALLE	AÑOS				
	2014	2015	2016	2017	2018
Agua Potable					
Cantidad (m3)	10,00	11,00	12,10	13,31	14,64
Precio	0,80	0,82	0,84	0,87	0,89
Valor mensual \$	8,00	9,04	10,21	11,53	13,03
ANUAL \$	96,00	108,45	122,52	138,41	156,36
Energía Eléctrica					
Cantidad (KW)	100	110,00	121,00	133,10	146,41
Precio	0,12	0,12	0,13	0,13	0,13
Valor mensual \$	12,00	13,56	15,31	17,30	19,54
ANUAL \$	144,00	162,68	183,78	207,61	234,54
Teléfono					
Cantidad (minutos)	300	330	363	399,3	439,23
Precio	0,05	0,05	0,05	0,05	0,06
Valor mensual \$	15,00	16,95	19,14	21,63	24,43
ANUAL \$	180,00	203,35	229,72	259,51	293,17
Internet					
Cantidad Plan	1	1	1	1	1
Precio	20,00	20,54	21,09	21,66	22,25
Valor mensual \$	20,00	20,54	21,09	21,66	22,25
ANUAL \$	240,00	246,48	253,13	259,97	266,99
TOTAL \$	480,00	517,61	559,43	605,99	657,89

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Materiales de Oficina

Cuadro 49 Materiales de Oficina

Materiales de oficina					
DETALLE	AÑOS				
	2014	2015	2016	2017	2018
Carpetas archivadoras					
Cantidad	10	10	10	10	10
Precio	1,50	1,54	1,58	1,62	1,67
Subtotal \$	15,00	15,41	15,82	16,25	16,69
Bolígrafos					
Cantidad	12	12	12	12	12
Precio	0,25	0,26	0,26	0,27	0,28
Subtotal \$	3,00	3,08	3,16	3,25	3,34
Papel Bond					
Cantidad (resmas)	4	4	4	4	4
Precio	4,25	4,36	4,48	4,60	4,73
Subtotal \$	17,00	17,46	17,93	18,41	18,91
Grapadora					
Cantidad	3	3	3	3	3
Precio	2,50	2,57	2,64	2,71	2,78
Subtotal \$	7,50	7,70	7,91	8,12	8,34
Perforadora					
Cantidad	3	3	3	3	3
Precio	1,25	1,28	1,32	1,35	1,39
Subtotal \$	3,75	3,85	3,96	4,06	4,17
Agendas					
Cantidad	2	2	2	2	2
Precio	5,00	5,14	5,27	5,42	5,56
Subtotal \$	10,00	10,27	10,55	10,83	11,12
TOTAL \$	56,25	57,77	59,33	60,93	62,58

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN. Autora de la Investigación

Materiales de Aseo

Cuadro 50 Materiales de Aseo

Materiales de aseo					
DESCRIPCION	AÑOS				
	2014	2015	2016	2017	2018
Escobas					
Cantidad	12	12	12	12	12
Valor Unitario	3,00	3,08	3,16	3,25	3,34
Valor Anual \$	36,00	36,97	37,97	39,00	40,05
Trapeador					
Cantidad	12	12,	12	12	12
Valor Unitario	4,00	4,11	4,22	4,33	4,45
Valor Anual \$	48,00	49,30	50,63	51,99	53,40
Desinfectante					
Cantidad	1	1	1	1	1
Valor Unitario	4,00	4,11	4,22	4,33	4,45
Valor Anual \$	4,00	4,11	4,22	4,33	4,45
Recogedor					
Cantidad	1	1	1	1	1
Valor Unitario	5,00	5,14	5,27	5,42	5,56
Valor Anual \$	5,00	5,14	5,27	5,42	5,56
Franela					
Cantidad	12	12	12	12	12
Valor Unitario	1,20	1,23	1,27	1,30	1,33
Valor Anual \$	14,40	14,79	15,19	15,60	16,02
TOTAL \$	107,40	110,30	113,28	116,34	119,48

FUENTE: Investaigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Gastos de Constitución

Cuadro 51 Gastos de Constitución

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Gastos de constitución	100,00	100,00
1	Capacitación	150,00	150,00
1	Publicaciones	130,00	130,00
1	Inscripción del RUC.	100,00	100,00
1	Patente	120,00	120,00
TOTAL			600,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Cuadro 52 Proyección Gastos Administrativos

Proyección Gastos Administrativos					
DESCRIPCIÓN	AÑOS				
	2014	2015	2016	2017	2018
Materiales de aseo	107,40	110,30	113,28	116,34	119,48
Materiales de oficina	56,25	57,77	59,33	60,93	62,58
Gastos Constitución	600,00				
Sueldos Administrativos	17.176,43	20.088,56	22.077,48	24.263,34	26.665,63
TOTAL \$	17.940,08	20.256,63	22.250,09	24.440,60	26.847,68

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

B.- GASTOS DE VENTAS

Los gastos de ventas están relacionados con los egresos por publicidad y propaganda, además se cuenta con un vendedor que se encargará de la distribución a los clientes potenciales como restaurantes, supermercados entre otros.

Gastos de personal de ventas

Cuadro 53 Gastos de personal de ventas

GASTOS PERSONAL VENTAS					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	AÑOS				
	2014	2015	2016	2017	2018
VENDEDOR 1	349,25	382,08	417,99	457,29	500,27
MENSUAL	349,25	382,08	417,99	457,29	500,27
ANUAL \$	4.191,00	4.584,95	5.015,94	5.487,44	6.003,26
SUELDO ANUAL					
DESCRIPCION	2014	2015	2016	2017	2018
Salario Básico Unificado	4.191,00	4.584,95	5.015,94	5.487,44	6.003,26
Vacaciones	174,63	191,04	209,00	228,64	250,14
Aporte Patronal	509,21	557,07	609,44	666,72	729,40
Fondos de Reserva	-	381,93	417,83	457,10	500,07
Décimo Tercero	349,25	383,90	421,98	463,84	509,85
Décimo Cuarto	340,00	371,96	406,92	445,18	487,02
TOTAL \$	5.564,08	6.470,85	7.081,10	7.748,92	8.479,73

FUENTE: MRL 2013

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Gastos de Publicidad

Cuadro 54 Gastos de Publicidad

VENTAS					
Gastos de Publicidad					
DETALLE	AÑOS				
	2014	2015	2016	2017	2018
Radio Satélite	720	720	720	720	720
Cantidad(2 cuñas diarias)	1,50	1,54	1,58	1,62	1,67
Precio	1.080,00	1.109,16	1.139,11	1.169,86	1.201,45
DIARIO EL NORTE					
Cantidad(1 Publicación al mes)	12	12	12	12	12
Precio	33,50	34,40	35,33	36,29	37,27
Subtotal	402,00	412,85	424,00	435,45	447,21
TOTAL	1.482,00	1.522,01	1.563,11	1.605,31	1.648,66

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Proyección de Gastos de Ventas

Cuadro 55 Proyección de Gastos de Ventas

Proyección Gastos Ventas					
DESCRIPCIÓN	AÑOS				
	2014	2015	2016	2017	2018
Gastos de Publicidad	1.482,00	1.522,01	1.563,11	1.605,31	1.648,66
Sueldos Ventas	5.564,08	6.470,85	7.081,10	7.748,92	8.479,73
TOTAL	7.046,08	7.992,86	8.644,21	9.354,23	10.128,39

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

5.3. DEPRECIACIONES

Las depreciaciones están calculadas en concordancia a la última Ley de Régimen Tributario Interno del Ecuador del año 2014 y se detalla de

acuerdo a la siguiente tabla; sin embargo las Normas Internacionales de Información Financiera manifiesta se puede realizar el cálculo de las depreciaciones de acuerdo a la situación real de cada ente contable, considerando la depreciación a un valor razonable considerando la situación actual de la empresa.

Depreciaciones

Cuadro 56 Depreciaciones

ACTIVOS FIJOS	% ANUAL
Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares	5 %
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10 %
Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil.	20 %
Equipos de cómputo y software	33 %

FUENTE: LRTI 2014

ELABORACIÓN: La Autora de la Investigación

Resumen de Gastos de Depreciación

Cuadro 57 Resumen de Gastos de Depreciación

NRO.	BIENES	REINVERSIÓN	INVERSIÓN
	ÁREA ADMINISTRATIVA		
1	Edificio		25.000,00
2	Bienes Muebles y Enseres		820,00
3	Equipos de oficina		240,00
4	Equipos de Computación		2.360,00
5	Reinversión Equipos Computación	2.060,00	
	ÁREA DE VENTAS		
1	Bienes Muebles y Enseres		410,00
2	Equipos de oficina		120,00
3	Equipos de Computación		1.030,00
4	Reinversión Equipos de computación	1.030,00	
	INVERSIONES OPERATIVAS		
1	Terreno		60.000,00
2	Vehículo		15.770,71
3	Herramientas		1.500,36
4	Equipos de Seguridad		580,00
	TOTAL \$	3.090,00	107.831,07

Cuadro 58 Resumen de Gastos de Depreciación

RESUMEN GASTO DEPRECIACION								
Nº	DESCRIPCION	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	DEPRE. ACUMU.	SALDO LIBROS
Bienes para la Administración								
1	Edificio	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	6.250,00	18.750,00
2	Bienes Muebles y Enseres	82,00	82,00	82,00	82,00	82,00	410,00	410,00
3	Equipos de oficina	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00	120,00	120,00
4	Equipos de Computación	786,67	786,67	786,67			2.360,00	-
5	Reinversión Equipos Computación				686,67	686,67	1.373,33	686,67
Subtotal		2.142,67	2.142,67	2.142,67	2.042,67	2.042,67	10.513,33	19.966,67
Bienes para el área de ventas								
1	Bienes Muebles y Enseres	41,00	41,00	41,00	41,00	41,00	205,00	205,00
2	Equipos de oficina	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	60,00	60,00
3	Equipos de Computación	343,33	343,33	343,33			1.030,00	-
4	Reinversión Equipos Computación				343,33	343,33	686,67	343,33
Subtotal		396,33	396,33	396,33	396,33	396,33	1.981,67	608,33
Bienes para la Producción								
1	Terreno							60.000,00
2	Vehículo	3.154,14	3.154,14	3.154,14	3.154,14	3.154,14	15.770,71	-
3	Herramientas	150,04	150,04	150,04	150,04	150,04	750,18	750,18
4	Equipos de Seguridad	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00	290,00	290,00
Subtotal		3.362,18	3.362,18	3.362,18	3.362,18	3.362,18	16.810,89	61.040,18
TOTAL USD		5.901,18	5.901,18	5.901,18	5.801,18	5.801,18	29.305,89	81.615,18

FUENTE: LRTI

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

5.4. GASTOS FINANCIEROS

La inversión total para poner en marcha el proyecto de producción y comercialización de hortalizas orgánicas corresponde a 145.000 USD, de los cuales se financiarán 70.000 USD mediante un préstamo bancario hipotecario, del Banco Nacional de Fomento a cinco años plazo a un interés anual del 11,20%, de la inversión total se financiará el 48.28% y el restante que corresponde a 75.000 USD será capital propio, luego de hacer un estudio de validación de los proyectos, permite el financiamiento tanto para activos fijos como para capital de trabajo que a continuación se indica los requisitos generales que exige el BNF (2013) para créditos:

- Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.
- Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen.
- Carta de pago de los impuestos.

- Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda.
- Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles.
- Proformas de la maquinaria a adquirir.
- Proformas de materia prima e insumos a adquirir.

Los gastos financieros que se prevé se encuentran relacionados con los intereses bancarios, por el crédito otorgado. Para el cálculo de la cuota constante de amortización mensual del préstamo a realizarse en el BNF, se procedió mediante la siguiente fórmula:

$$V_c = \frac{(M_p)(i)(1+i)^n}{[(1+i)^n - 1]}$$

Simbología y datos:

Valor cuota:

Valor del préstamo: $V_p = 70.000 \text{ USD}$

Tasa interés mensual: $i = 0,009333333$

Períodos: $n = 60 \text{ meses (5 años)}$

$$V_c = \frac{(70\ 000) (0,009333333 (1 + 0,00916666)^{60})}{[(1 + 0,009333333)^{60} - 1]}$$

$$V_c = 1.528,96 \text{ USD}$$

En la fórmula de cálculo para sacar el valor de cuota mensual, la tasa de interés mensual, se obtiene a partir del interés anual del 11,20 %, el cual, se lo divide para 12 meses dando el valor de 0,933333 % mensual, es decir una tasa de interés mensual de 0,009333333. Los 60 meses corresponden a los cinco años de duración del proyecto.

La tabla de amortización mensual está en concordancia al pago de intereses, conforme se irá pagando el capital, razón por la cual los primeros meses, se pagará el interés alto.

Amortización Deuda

Cuadro 59 Amortización Deuda

NRO	CUOTA FIJA	INTERÉS	SALDO SOLUTO	SALDO INSOLUTO
1	1.528,96	653,33	875,63	69.124,37
2	1.528,96	645,16	883,80	68.240,57
3	1.528,96	636,91	892,05	67.348,53
4	1.528,96	628,59	900,37	66.448,15
5	1.528,96	620,18	908,78	65.539,38
6	1.528,96	611,70	917,26	64.622,12
7	1.528,96	603,14	925,82	63.696,30
8	1.528,96	594,50	934,46	62.761,83
9	1.528,96	585,78	943,18	61.818,65
10	1.528,96	576,97	951,99	60.866,67
11	1.528,96	568,09	960,87	59.905,79
12	1.528,96	559,12	969,84	58.935,95
13	1.528,96	550,07	978,89	57.957,06
14	1.528,96	540,93	988,03	56.969,04
15	1.528,96	531,71	997,25	55.971,79
16	1.528,96	522,40	1.006,56	54.965,23
17	1.528,96	513,01	1.015,95	53.949,28
18	1.528,96	503,53	1.025,43	52.923,85
19	1.528,96	493,96	1.035,00	51.888,84
20	1.528,96	484,30	1.044,66	50.844,18
21	1.528,96	474,55	1.054,41	49.789,76
22	1.528,96	464,70	1.064,26	48.725,51
23	1.528,96	454,77	1.074,19	47.651,32
24	1.528,96	444,75	1.084,21	46.567,10
25	1.528,96	434,63	1.094,33	45.472,77
26	1.528,96	424,41	1.104,55	44.368,22
27	1.528,96	414,10	1.114,86	43.253,37
28	1.528,96	403,70	1.125,26	42.128,11
29	1.528,96	393,20	1.135,76	40.992,34
30	1.528,96	382,60	1.146,36	39.845,98

31	1.528,96	371,90	1.157,06	38.688,91
32	1.528,96	361,10	1.167,86	37.521,05
33	1.528,96	350,20	1.178,76	36.342,28
34	1.528,96	339,19	1.189,77	35.152,52
35	1.528,96	328,09	1.200,87	33.951,65
36	1.528,96	316,88	1.212,08	32.739,57
37	1.528,96	305,57	1.223,39	31.516,18
38	1.528,96	294,15	1.234,81	30.281,37
39	1.528,96	282,63	1.246,33	29.035,04
40	1.528,96	270,99	1.257,97	27.777,07
41	1.528,96	259,25	1.269,71	26.507,36
42	1.528,96	247,40	1.281,56	25.225,81
43	1.528,96	235,44	1.293,52	23.932,29
44	1.528,96	223,37	1.305,59	22.626,70
45	1.528,96	211,18	1.317,78	21.308,92
46	1.528,96	198,88	1.330,08	19.978,84
47	1.528,96	186,47	1.342,49	18.636,35
48	1.528,96	173,94	1.355,02	17.281,33
49	1.528,96	161,29	1.367,67	15.913,66
50	1.528,96	148,53	1.380,43	14.533,23
51	1.528,96	135,64	1.393,32	13.139,91
52	1.528,96	122,64	1.406,32	11.733,59
53	1.528,96	109,51	1.419,45	10.314,15
54	1.528,96	96,27	1.432,69	8.881,45
55	1.528,96	82,89	1.446,07	7.435,38
56	1.528,96	69,40	1.459,56	5.975,82
57	1.528,96	55,77	1.473,19	4.502,64
58	1.528,96	42,02	1.486,94	3.015,70
59	1.528,96	28,15	1.500,81	1.514,89
60	1.529,03	14,14	1.514,89	-0,00
TOTALES	91.737,67	21.737,67	70.000,00	

FUENTE: BNF

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Cuadro 60 Intereses al Credito Financiero

TABLA DE INTERES ANUAL AL CREDITO FINANCIERO						
CONCEPTO	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	TOTAL
INTERES	7.283,47	5.978,67	4.519,99	2.889,28	1.066,26	21737,67
CAPITAL	11.064,05	12.368,85	13.827,53	15.458,24	17.281,33	70.000,00
TOTAL \$	18.347,52	18.347,52	18.347,52	18.347,52	18.347,59	91.737,67

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación.

5.5. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Los estados financieros proyectados son el resultado de todos los presupuestos tanto de inversión; de ventas, de costos y gastos, como sus ganancias proyectadas.

5.5.1 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

Para el Estado de Situación inicial se consideró las cuentas de activos, así como las de pasivos y patrimonio que constituirán la microempresa.

Cuadro 61 Estado de Situación Inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL PROFORMA "HORTALIZAS ORGÁNICAS DE MI TIERRA" BALANCE DE ARRANQUE AÑO 0 (expresado en dólares Estadounidenses)			
ACTIVOS			
Corrientes:		37.168,93	
Efectivo y equivalentes de efectivo	37.168,93		
No Corrientes:		107.831,07	
Propiedad Planta y Equipo			
Terreno	60.000,00		
Edificio	25.000,00		
Vehículo	15.770,71		
Herramientas	1.500,36		
Equipos de Seguridad	580,00		
Bienes Muebles y Enseres	1.230,00		
Equipo de oficina	360,00		
Equipos Informáticos	3.390,00		
TOTAL ACTIVOS		\$ 145.000,00	
PASIVOS			
Corrientes:			
Pasivos No Corrientes			70.000,00
Obligaciones con Instituciones Financieras	70.000,00		
TOTAL PASIVOS			70.000,00
PATRIMONIO			75.000,00
Capital		75.000,00	
TOTAL PATRIMONIO			75.000,00
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO			\$ 145.000,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

5.5.2. ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIAMIENTO

A continuación se describen todas las cuentas y sub cuentas proyectadas, obteniéndose por diferencia la pérdida o ganancia neta que la pequeña empresa generará en cada año de la vida útil del proyecto.

Cuadro 62 Estado de Pérdidas o Ganancias Projectado

Proyección Costos de Producción					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Materia Prima Directa	174,85	197,53	223,15	252,09	284,79
Mano de Obra Directa	11.191,44	12.987,06	14.207,84	15.543,38	17.004,46
Costos Indirectos Fabricación	34.064,12	37.995,94	42.437,31	47.453,36	53.118,59
TOTAL	\$ 45.430,41	\$ 51.180,53	\$ 56.868,30	\$ 63.248,83	\$ 70.407,84
BALANCE DE PERDIDAS O GANANCIA PROYECTADO					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
VENTAS PROYECTADAS	121.915,50	137.727,94	155.585,61	175.776,66	198.572,91
VENTAS NETAS	121.915,50	137.727,94	155.585,61	175.776,66	198.572,91
(-) Costos de Producción	45.430,41	51.180,53	56.868,30	63.248,83	70.407,84
(-) Costos de Ventas					
UTILIDAD (PERDIDA) VENTAS	76.485,09	86.547,41	98.717,30	112.527,83	128.165,07
GASTOS ADMINISTRACION	20.082,75	22.399,30	24.392,75	26.483,27	28.890,35
Materiales de aseo	107,40	110,30	113,28	116,34	119,48
Materiales de oficina	56,25	57,77	59,33	60,93	62,58
Gastos Constitución	600,00				
Sueldos Administrativos	17.176,43	20.088,56	22.077,48	24.263,34	26.665,63
Gastos depreciación	2.142,67	2.142,67	2.142,67	2.042,67	2.042,67
GASTOS VENTAS	7.442,41	8.389,20	9.040,55	9.750,57	10.524,72
Gastos Personal	5.564,08	6.470,85	7.081,10	7.748,92	8.479,73
Gastos Publicidad	1.482,00	1.522,01	1.563,11	1.605,31	1.648,66
Gastos depreciación	396,33	396,33	396,33	396,33	396,33
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	\$ 48.959,93	\$ 55.758,92	\$ 65.284,00	\$ 76.293,99	\$ 88.750,00
GASTOS FINANCIEROS	7.283,47	5.978,67	4.519,99	2.889,28	1.066,26
Intereses Pagados	7.283,47	5.978,67	4.519,99	2.889,28	1.066,26
UTILIDAD O PERDIDA EJERCICIO	\$ 41.676,45	\$ 49.780,25	\$ 60.764,02	\$ 73.404,71	\$ 87.683,74
Participación trabajadores 15 %	6.251,47	7.467,04	9.114,60	11.010,71	13.152,56
UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS	35.424,98	42.313,21	51.649,41	62.394,01	74.531,18
Impuesto a la Renta	3.200,75	4.357,64	6.224,88	8.507,00	11.541,30
UTILIDAD O PERDIDA NETA	\$ 32.224,24	\$ 37.955,57	\$ 45.424,53	\$ 53.887,00	\$ 62.989,89

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Cálculo del Impuesto Renta

Cuadro 63 Cálculo del Impuesto Renta

Cálculo Impuesto Para El Quinto Año			
Base Imponible	Fracción Básica	Excedente	Total
74.531,18	59.730,00	14.801,18	
Valor a pagar	7.841,00	3.700,30	11.541,30

FUENTE: LRTI 2014

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Tabla Impuesto para el 2014

Cuadro 64 Tabla Impuesto para el 2014

AÑO 2014 En dólares			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto Fracción Básica	% Impuesto Fracción Excedente
0	10.410	0	0%
10.410	13.270	0	5%
13.270	16.590	143	10%
16.590	19.920	475	12%
19.920	39.830	875	15%
39.830	59.730	3.861	20%
59.730	79.660	7.841	25%
79.660	106.200	12.824	30%
106.200	En adelante	20.786	35%

FUENTE: LRTI 2014

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

5.5.3. ESTADO DE FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El Estado de flujo de caja, permitirá medir los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá la pequeña empresa en un período determinado, permitiendo determinar si realmente necesita financiamiento y obviamente va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes

obligaciones que mantiene, el mismo que se establece su desglose en lo siguiente:

Flujo de Caja

Cuadro 65 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
INVERSION	145.000,00					
Utilidad neta del proyecto		32.224,24	37.955,57	45.424,53	53.887,00	62.989,89
Depreciaciones		5.901,18	5.901,18	5.901,18	5.801,18	5.801,18
Valor de rescate del Proyecto						118.784,11
TOTAL DE INGRESOS		38.125,41	43.856,75	51.325,71	59.688,18	187.575,18
Egresos						
Pago de deuda		11.064,05	12.368,85	13.827,53	15.458,24	17.281,33
Reinversión					3.090,00	
(-) Total de egresos		11.064,05	12.368,85	13.827,53	18.548,24	17.281,33
FLUJO NETO \$	145.000,00	27.061,37	31.487,90	37.498,18	41.139,94	170.293,85

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación.

Recuperación Efectiva

Cuadro 66 Recuperación Efectiva

RECUPERACIÓN EFECTIVA O CAPITAL DE TRABAJO	37.168,93
RECUPERACION ACTIVOS O SALDO EN LIBROS	81.615,18
TOTAL	118.784,11

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

5.6. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.6.1 COSTO DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

La tasa de rendimiento medio sirve para calcular el costo beneficio tanto de ingresos como para los egresos, los flujos de caja y la recuperación de la inversión. Constituye una referencia de cálculo para medir la factibilidad del proyecto.

La tasa de rendimiento medio tiene dos componentes:

- a) Costo de capital (del inversionista y del crédito).
- b) Nivel de riesgo (expresado en una tasa de inflación).

Para la determinación del costo de capital, se estableció la aplicación del financiamiento propio y prestado, aplicándose una tasa del 8%, del capital propio.

Para el capital prestado se aplicó el 11,20%, que es el porcentaje del préstamo que la pequeña empresa solicitará al Banco Nacional de Fomento por 70.000,00 USD, para fomentar la misma. Luego se estableció un ajuste

de costo de capital, por efectos del riesgo, determinando la tasa de inflación del 2.70%, obteniéndose los resultados que se muestran a continuación:

Cálculo para el costo de la tasa de rendimiento medio

$$TRM = (1+IF) (1+CK)-1$$

Simbología y datos:

Costo de oportunidad: CK= 0,0954

Tasa de inflación: IF= 0,0270

Tasa de rendimiento TRM medio:

$$TRM = (1+0,0270) (1+0,0954)-1$$

$$TRM = 12,50 \%$$

Cálculo de tasa de Rendimiento Medio

Cuadro 67 Cálculo de tasa de Rendimiento Medio

CÁLCULO DEL COSTO OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO						
DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDE.	VALOR TOTAL		
INV. PROPIA	75.000,00	51,72	8,00	413,79		
INV. FINANCIERA	70.000,00	48,28	11,20	540,69		
TOTAL	145.000,00	100,00%		954,48	9,54	0,0954
TRM =	(1+IF)(1+CK)-1					
TRM=	(1+0,0270)(1+0.096)-1		0,1250	12,50	BASE INFLACIÓN	

FUENTE: Investigación Directa - INEC
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

CK= Costo de Oportunidad
IF= Tasa de Inflación

5.7. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El VAN de un proyecto de inversión se define como la suma actualizada de los flujos de caja que esperamos genere a lo largo de su vida. Es decir, es igual a la diferencia entre el valor actual de sus cobros y el valor actual de sus pagos. Se trata, por tanto, de una medida de la rentabilidad absoluta de una inversión.

FC= Flujo de Caja

I= Tasa de redescuento

n= Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto de inversión.

VAN Positivo significa que existe rentabilidad.

VAN Negativo inversión no rentable o no atractiva.

$$VAN = -A + \frac{FNC_1}{(1+K)^1} + \frac{FNC_2}{(1+K)^2} + \dots + \frac{FNC_n}{(1+K)^n}$$

Flujos Netos Actualizados (VAN)

Cuadro 68 Flujos Netos Actualizados (VAN)

Años Flujos	FLUJOS NETOS	Factor actualización 1/(1+r)^(n)	FCA
1	27.061,37	0,89	24.054,55
2	31.487,90	0,79	24.879,33
3	37.498,18	0,70	26.336,17
4	41.139,94	0,62	25.683,46
5	170.293,85	0,55	94.500,99
	307.481,23		195.454,49

$$VAN = -140.000\text{USD} + \left[\frac{27061,37}{(1+0,1250)^1} + \frac{31.847,90}{(1+0,1250)^2} + \frac{37.498,18}{(1+0,1250)^3} + \frac{41.139,94}{(1+0,1250)^4} + \frac{170.293,85}{(1+0,1250)^5} \right]$$

VAN = FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS - INVERSIÓN				
VAN =	195.454,49	-145.000,00	50.454,49	VAN

INTERPRETACIÓN:

La suma de los flujos de efectivo descontados de \$ 195.454,49 superior a la inversión inicial de \$ 145.000,00; la microempresa logrará cubrir la inversión inicial y generará una utilidad en torno al movimiento del proyecto en los 5 años que será de 50.454,49.

5.8. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período, con la cual la totalidad de los beneficios son exactamente iguales a los desembolsos iniciales.

La tasa interna de retorno deberá ser mayor que la tasa de redescuento para que la inversión sea aceptada.

Para el cálculo del TIR, se aplicó el método de interpolación, estableciendo para ello la aplicación de dos tasas arbitrarias, siendo:

Tasa superior: 23%

Tasa Inferior: 21%

Las tasas anteriores permitieron obtener dos VAN uno positivo y otro negativo, como se ve reflejado en el siguiente cuadro.

Flujos Netos Actualizados (TIR)

Cuadro 69 Flujos Netos Actualizados (TIR)

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
AÑOS	FLUJOS NETOS.	VAN POSITIVO 21 %	VAN NEGATIVO 23%
0	- 145.000,00	- 145.000,00	- 145.000,00
1	27.061,37	22.364,77	22.001,11
2	31.487,90	21.506,66	20.812,94
3	37.498,18	21.166,74	20.150,92
4	41.139,94	19.192,09	17.973,94
5	170.293,85	65.655,65	60.488,58
	162.481,22	4.885,90	- 3.572,52

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

$$VAN = -145.000\text{USD} + \left[\frac{27061,37}{(1+0,21)^1} + \frac{31.847,90}{(1+0,21)^2} + \frac{37.498,18}{(1+0,21)^3} + \frac{41.139,94}{(1+0,21)^4} + \frac{170.293,85}{(1+0,21)^5} \right]$$

VAN 21%=4.885,90 USD

$$VAN = -145.000\text{USD} + \left[\frac{27061,37}{(1+0,23)^1} + \frac{31.847,90}{(1+0,23)^2} + \frac{37.498,18}{(1+0,23)^3} + \frac{41.139,94}{(1+0,23)^4} + \frac{170.293,85}{(1+0,23)^5} \right]$$

VAN 23%= -3.572,52 USD

Para el cálculo del TIR se procede mediante la siguiente fórmula:

$$TIR = T.I. + (T.S. - T.I.) \left(\frac{VAN(T.I.)}{VAN(T.I.) - VAN(T.S.)} \right)$$

Simbología y datos:

Tasa inferior: T.I.= 21 %

Tasa superior : T.S.= 23 %

VAN tasa inferior: VAN (T.I.)= 4.855,90 USD

VAN tasa superior: VAN (T.S.)= -3.572,52 USD

$$TIR = 21\% + (23\% - 21\%) \left(\frac{4.855,90USD}{4.855,90USD - (-3.572,52USD)} \right)$$

TIR= 22,16%

Este resultado nos permite determinar que el proyecto es factible, ya que es superior a la tasa de rendimiento medio, y permite igualar a la sumatoria actualizada, de los flujos de efectivo con la inversión inicial.

5.9. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Es el tiempo necesario para que la suma de los flujos de caja actualizados del proyecto iguale al desembolso inicial, es decir, el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial. De acuerdo con este criterio, un proyecto de inversión será ejecutable siempre que su plazo de recuperación sea inferior o igual al plazo que establezca la dirección de la empresa.

Flujos para la Recuperación de la Inversión

Cuadro 70 Flujos para la Recuperación de la Inversión

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS				
AÑOS	FLUJOS NETOS.	FNA	CANTIDAD	RUCUPERACIÓN
1	27.061,37	23.665,39	23.665,39	23.665,39
2	31.487,90	24.080,82	24.080,82	47.746,21
3	37.498,18	25.078,50	25.078,50	72.824,71
4	41.139,94	24.061,29	24.061,29	96.886,01
5	170.293,85	87.099,99	48.113,99	145.000,00
	307.481,23	183.986,00	145.000,00	

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

TIEMPO DE RECUPERACIÓN : 5 años

5.10 COSTO BENEFICIO

La relación Costo/Beneficio está representada por la relación entre los Ingresos actualizados sobre los egresos actualizados, facilitando la medición de la rentabilidad del proyecto.

En el caso del presente proyecto es aconsejable implementarlo ya que la relación costo/ beneficio se encuentra en 1.41, lo cual significa que por cada dólar que la empresa invierte, tiene un beneficio de 0,41 centavos, lo cual nos da como resultado favorable para la aplicación del proyecto cubriendo los costos.

Flujos Netos Actualizados

Cuadro 71 Flujos Netos Actualizados

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADO	EGRESOS ACTUALIZADO
	S	S	S	S
1	121.915,50	89.691,26	108.369,33	79.725,57
2	137.727,94	99.772,37	108.822,08	78.832,49
3	155.585,61	110.161,08	109.272,74	77.369,64
4	175.776,66	121.889,66	109.736,50	76.095,11
5	198.572,91	135.583,02	110.193,86	75.238,94
TOTAL	\$ 789.578,61	557.097,39	546.394,51	387.261,76

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora de la Investigación

Cálculo del Costo Beneficio

$\text{COSTO BENEFICIO} = \frac{\sum \text{Ingresos Deflactados}}{\sum \text{Egresos Deflactados}} = \frac{546.394,51}{387.261,76} = 1,41 \text{ COSTO BENEFICIO}$ <p style="text-align: center;">POR CADA DÓLAR INVERTIDO RECUPERA 1,41 ES DECIR GANA 0,41</p>				
---	--	--	--	--

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

5.11. BENEFICIO COSTO

El beneficio Costo está representado por los ingresos actualizados sobre la inversión total del proyecto; por cada dólar de inversión regresan \$ 3,77 al finalizar el quinto año.

TASA RENDIMIENTO	=	$\frac{\Sigma \text{Ingresos Deflactados}}{\Sigma \text{Inversión Proyecto}}$	=	$\frac{546.394,51}{145.000,00}$	=	3,77	BENEFICIO COSTO
POR CADA DÓLAR INVERTIDO PROYECTO 3,77 ES DECIR GANA 3,77							

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

5.12. PUNTO DE EQUILIBRIO

Se refiere a la cantidad o el monto de ventas que hace que los ingresos totales sean iguales a los costos totales, en este caso la utilidad es cero.

Es únicamente válido para el año 1 del proyecto, porque entre más tardío es el pronóstico es menos cierto.

$$PE = \frac{\text{Gastos Fijos (Inversión del Proyecto)}}{MC}$$

MC= PV-CV

MC= Margen Contribución

PV= Precio de Venta

CV= Costo Variable unitario.

Simbología y datos:

Costos fijos: CF= 44.223,10 USD

Costos variables: CV= 30.876,79 USD

Ingresos por ventas: IV= 127.652,70 USD

$$PE = \frac{44.223,10USD}{1 - (30.876,79)USD / 127.652,70USD)}$$

$$PE = 58.332,68$$

Cálculo del punto de Equilibrio producto

Cuadro 72 Cálculo del punto de Equilibrio producto

DESCRIPCION	PRODUCTOS	PORCENTAJE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	PORCENTAJE	P.E. DÓLARES	PUNTO EQUILIBRIO
Tomate	38.248	40,0%	1,35	51.539	42,27%	27.945,15	20.739
Zanahoria	9.562	10,0%	1,00	9.562	7,84%	5.184,63	5.185
Brocoli	9.562	10,0%	1,00	9.562	7,84%	5.184,63	5.185
Cebolla Colorada	38.248	40,0%	1,34	51.252	42,04%	27.789,61	20.739
TOTAL	95.620	100,00%		121.916	100,00%	\$ 66.104,01	51.846

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora de la Investigación

Resumen del Punto de Equilibrio

Cuadro 73 Resumen del Punto de Equilibrio

PUNTO EQUILIBRIO EN PRODUCTOS Y DOLARES		
DESCRIPCION	CANTIDAD	DOLARES
Tomate	20.739	27.945,15
Zanahoria	5.185	5.184,63
Brócoli	5.185	5.184,63
Cebolla Colorada	20.739	27.789,61
TOTAL	51.846	66.104,01

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora de la Investigación

5.13. RESUMEN DE LA EVALUACIÓN

La evaluación financiera en todos sus aspectos da como resultado que es factible el proyecto.

Resumen de la Evaluación

Cuadro 74 Resumen de la Evaluación

EVALUACIÓN FINANCIERA				
NRO	SIGLAS	RUBRO	RESULTADO	OBSERVACIONES
1	TRM	TASA RENDIMIENTO MEDIO	12,50%	
2	TIR	TASA INTERNA DE RETORNO	22,16%	ES SUPERIOR A LA TRM
3	VAN	VALOR ACTUAL NETO	50.454,49	
4	RC	RECUPERACION INVERSIÓN	RECUPERACIÓN 4 AÑOS	PROYECTO SOCIAL
5	CB	COSTO BENEFICIO	1,41	POR CADA DÓLAR GANA 0,41

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

5.14. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Cuadro 75 Análisis de Sensibilidad

CONCEPTOS	Variación %	TIR %	VAN	EVALUACION
Aumento de costos producción	10%	19,84%	28.973,35	OK.
Disminución de ingresos	-10%	15,95%	9.328,58	SENSIBLE
Aumento Gastos Administrativos Y VENTAS	10%	20,91%	34.435,14	OK
Normal	0%	22,16%	50.454,49	OK.

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora de la Investigación

Si se aumenta los costos de producción en un 10% el TIR queda en 19,84 y el VAN en 28.973,35 esto quiere decir que no es sensible, pero si rebajamos las ventas en un 10% el TIR sería negativo 15,95 % y el VAN 9.238,58 el proyecto se iría rebaja sus ingresos de manera considerable. Se debería mantener las ventas ya que el proyecto poco resiste y si aumentamos un 10% en los gastos administrativos y de ventas el TIR quedaría en 20,91% y el VAN en USD 34.435,14 no pasaría nada podríamos aumentar los sueldos administrativos y de ventas.

En Conclusión la evaluación financiera permite determinar que todos sus indicadores financieros son positivos, por lo tanto financieramente el proyecto en estudio es factible.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ESTRATÉGICA

6.1 LA EMPRESA

La microempresa “HORTALIZAS ORGÁNICAS DE MI TIERRA” va a obtener el RUC como persona natural; y será parte de las PYMES de la provincia de Imbabura.

6.2. TRATAMIENTO TRIBUTARIO DE LAS PYMES

Para fines tributarios las PYMES de acuerdo al tipo de RUC que posean se las divide en personas naturales y sociedades. En este caso específico como persona natural.

6.3. PERSONAS NATURALES

Son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas.

Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el Sistema de Rentas Internas por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

Las personas naturales se clasifican en obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad. Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones:

tener ingresos mayores a \$ 100.000, o que inician con un capital propio mayor a \$60.000, o sus costos y gastos han sido mayores a \$80.000.

En estos casos, están obligadas a llevar contabilidad, bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

El incumplimiento de las normas vigentes establecidas podrá ser sancionado de conformidad a lo establecido en el Código Tributario.

6.4 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

HORTALIZAS OGÁNICAS

NANCY RUBÍ ALBÁN GALARZA

1002517777001

6.5 TITULARIDAD DE PROPIEDAD DE LA EMPRESA

La microempresa estará representada por una persona natural, la misma que es propietaria y responsable de la actividad que dicho ente desarrollará.

6.6 TIPO DE EMPRESA

La microempresa que se va a constituir es de carácter unipersonal y se va a denominar “HORTALIZAS ORGÁNICAS DE MI TIERRA”, cuyo representante legal es Nancy Albán.

6.7. BASE FILOSÓFICA

6.7.1. MISIÓN

Producir y comercializar exclusivamente hortalizas orgánicas que garanticen a los consumidores productos de la más alta calidad, sanos, nutritivos y variados. Además practicar y difundir el cuidado del ambiente en todos los aspectos de la producción.

6.7.2. VISIÓN

En los próximos 5 años ser una microempresa líder en la producción y comercialización de hortalizas orgánicas a nivel cantonal, basados en los principios de calidad y valores humanistas ya que nuestra prioridad es el bienestar del cliente.

6.7.3 POLÍTICAS

Las políticas se convierten en una guía de acción que facilita el desarrollo de las actividades de la empresa.

- La calidad es el medio adecuado para participar en el mercado local de hortalizas orgánicas. Considerada a la calidad como: frescura, sabor, valores nutricionales, presentación, entregas completas y a tiempo.
- Realizar todas las actividades y procesos con responsabilidad y excelencia.
- Atender al cliente de manera respetuosa, cortés y con gran agilidad.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- Realizar evaluaciones periódicas, permanentes a todos los procesos de la microempresa.

- Mantener una sesión mensual documentada de trabajo de cada departamento, a fin de coordinar y evaluar planes y programas, lo cual va a permitir definir prioridades y plantear soluciones.
- Entregar los pedidos a tiempo.
- Efectuar la agricultura orgánica de manera sustentable ya que favorece el medio ambiente y a los consumidores de hortalizas orgánicas.
- Promover un ambiente laboral adecuado dentro de la organización.

6.7.4. VALORES

Los valores son las creencias y bases morales que los integrantes de la empresa deben compartir, acerca de cómo deben ser las cosas y cómo se debe actuar en función de crear y garantizar un adecuado ambiente laboral.

Para ello se plantea los siguientes:

1.- Liderazgo

Al tratarse de una microempresa productora y comercializadora de hortalizas orgánicas; este valor se torna importantísimo ya que de ello depende el logro de los objetivos y la adecuada dirección del personal y de quiénes forman parte de esta organización.

2.- Desarrollo del recurso humano

El talento humano es nuestro principal patrimonio a nivel general, es indispensable para el desempeño de todas las actividades; por lo tanto la motivación, capacitación y mejora constante en cada uno de los procesos de producción y comercialización de las hortalizas orgánicas, permitirá obtener resultados positivos que garanticen el éxito empresarial.

3.- Ética

Producir y comercializar hortalizas orgánicas debe ir acompañado de un valor indispensable como es la ética, lo cual debe garantizar que se cumplan todos los procesos orgánicos en la producción y ofrecer al cliente productos de alta calidad.

4.- Responsabilidad

La responsabilidad, es uno de los valores fundamentales en las diferentes actividades que realiza el ser humano, más aún dentro del campo laboral, ya que esta permitirá que cada uno de los miembros de la organización cumplan eficientemente sus roles en el desarrollo de las actividades, y así obtener mejores resultados que favorecen el desarrollo.

5.- Compromiso

Mantener un firme compromiso con los clientes de satisfacer plenamente sus requerimientos y expectativas, para ello se requiere de una cultura de calidad basada en el principio fundamental de respeto al medio ambiente.

6.7.5 PRINCIPIOS DE LA EMPRESA

Los principios fundamentales de la empresa son los siguientes:

1.- Garantía de calidad en el producto

Ofrecer un producto que supere las expectativas del consumidor, garantizando los procesos de producción a través de técnicas orgánicas será fundamental para los consumidores.

2.- Sostenibilidad medioambiental

Un suelo saludable acompañado de procesos agrícolas adecuados, permite la obtención de productos sanos y satisfacer las necesidades de los clientes, favoreciendo la continuidad y mejora del producto.

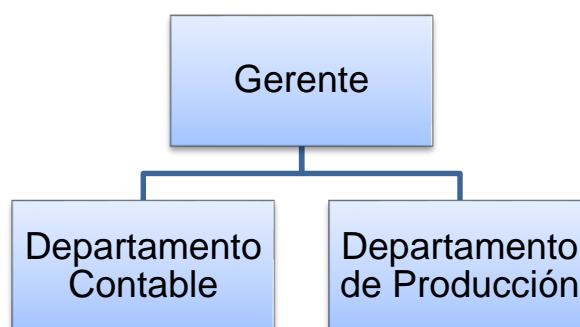
3 Mejorar constantemente

Implica preparación y capacitación constante pues esto no permite estar actualizados con los requerimientos de la sociedad y mejorar los procesos de producción y comercialización.

6.8 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y FUNCIONAL

La estructura organizacional es simple, puesto que es una microempresa que recién está empezando. Contará con un Gerente, Contador, Jefe de Producción, y trabajadores que se encargan de la producción y un vendedor.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA MICROEMPRESA HORTALIZAS ORGÁNICAS DE MI TIERRA



ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

6.9. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

6.9.1. NIVEL DIRECTIVO.

El nivel directivo representa el más alto grado de la estructura de la microempresa y está conformado por el gerente propietario.

Gerente

Cuadro 76 Gerente

NOMBRE	Gerente Propietario
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none">✓ Dirigir y administrar la microempresa.✓ Cumplir y hacer cumplir la misión, visión, objetivos, políticas y valores de la entidad.✓ Tomar decisiones sobre el destino de la entidad a través de un buen desempeño en sus actividades
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none">✓ Representar y responsabilizarse personalmente de los fondos, bienes muebles e inmuebles de la microempresa.✓ Cumplir y hacer cumplir el estatuto y reglamentos de la microempresa.✓ Formular y ejecutar planes, proyectos y programas.✓ Generar y optimizar los recursos tanto humanos, materiales, financieros, tecnológicos, y ambientales.

<p>FUNCIONES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer políticas motivacionales que permitan un buen ambiente laboral. ✓ Mejorar e innovar continuamente los procesos, buscando siempre mejores alternativas tanto para el propietario, empleados y clientes. ✓ Asignar estratégicamente funciones y tareas a los trabajadores. ✓ Mantener excelente comunicación con los trabajadores. ✓ Calificar y aprobar las ventas a crédito. ✓ Conocer y aprobar los gastos realizados con caja chica. ✓ Firmar cheques para realizar los pagos correspondientes. ✓ Revisar y analizar los estados financieros.
-------------------------	---

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Contadora

Cuadro 77 Contadora

NOMBRE DEL PUESTO	Contadora
REQUISITOS DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none">✓ Instrucción: Estudios superiores en contabilidad C.P.A.✓ Experiencia: En manejo contable financiero y tributario.
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none">✓ Ética Moral✓ Honradez✓ Responsabilidad✓ Confiabilidad e integridad Agilidad✓ Proponer y efectuar soluciones.✓ Tecnología✓ Compromiso
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none">✓ Administrar el sistema contable de la microempresa.✓ Presentación de los estados financieros de forma mensual, trimestral y anual.✓ Verifica la transparencia, consistencia, confiabilidad y suficiencia de las cifras contenidas en los estados financieros.✓ Controla el ingreso diario de información y proceso contable de forma sistematizada.✓ Cumple oportunamente con las obligaciones tributarias, al Servicio de Rentas Internas y Municipalidad.

<p>FUNCIONES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ejecuta la toma física de inventarios, lleva el control de inventarios, entrega – recepción de bienes, arqueos de caja y fondos de caja chica. ✓ Elaboración de roles de pago, mensualmente, del décimo tercero y décimo cuarto sueldos. ✓ Liquidar los valores de aportes patronales, individuales y retenciones por préstamos al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. ✓ Elaboración de los comprobantes de pago, cheques para los pagos de adquisición de mercadería, servicios y otros. ✓ Realiza los pagos, previa la autorización de gerencia.
-------------------------	---

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación.

Jefe de producción

Cuadro 78 Jefe de producción

NOMBRE DEL PUESTO	Jefe de Producción
REQUISITOS DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none">✓ Instrucción: Ingeniero agrónomo.✓ Experiencia en el manejo de cultivos de ciclo corto.✓ Experiencia en preparación de abonos orgánicos.✓ Experiencia en el manejo de maquinaria agrícola
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none">✓ Tener buenas relaciones humanas.✓ Ética Moral✓ Honradez✓ Responsabilidad para cumplir las actividades encomendadas.✓ Honestidad
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none">✓ Planificar, organizar y ejecutar la producción de hortalizas orgánicas.✓ Coordinar la producción e implementación de semilleros para la obtención de plántulas aptas para el cultivo.✓ Poner en consideración a la alta gerencia alternativas para el mejoramiento de los procesos productivos y de la calidad del mismo.✓ Elaboración de abono orgánico,✓ Prevención y control de plagas y enfermedades.✓ Elaborar presupuesto técnico de producción (materiales, insumos, personal de campo para el área de producción).✓ Supervisar a los trabajadores en las labores diarias de la producción.✓ Resolver problemas de la producción.

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Trabajadores del Agro

Cuadro 79 Trabajadores del Agro

NOMBRE DEL PUESTO	Trabajadores del Agro
REQUISITOS DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tener conocimientos y práctica en producción de hortalizas. ✓ Operador de maquinaria agrícola.
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Puntualidad. ✓ Responsabilidad en las tareas encomendadas. ✓ Actitud para trabajar en equipo. Colaborador y honesto. ✓ Agilidad. ✓ Cautela en el manejo de las maquinarias agrícolas.
FUNCIONES FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Labores de siembra, trasplante, cosecha y pos cosecha de hortalizas orgánicas. ✓ Labores culturales de acuerdo al cronograma de trabajo. ✓ Realizar el mantenimiento básico de las herramientas de la planta. ✓ Realizar los riegos adecuados controlando la humedad requerida por el cultivo. ✓ Realizar fertilización, control de plagas y enfermedades del cultivo.

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

Vendedor

Cuadro 80 Vendedor

NOMBRE DEL PUESTO	Vendedor
REQUISITOS DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none">✓ Conductor Profesional✓ Experiencia en el área de ventas
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none">✓ Iniciativa✓ Responsabilidad✓ Agilidad✓ Buenas relaciones Humanas✓ Amigable✓ Ética moral✓ Honradez
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none">✓ Planificar, dirigir y coordinar la venta del producto.✓ Cumplir puntualmente con los pedidos realizados por los clientes.✓ Organizar los documentos que soporten la venta.✓ Convencer al cliente de la utilidad y beneficios del producto.✓ Entregar mensualmente el informe de las actividades de las ventas.✓ Tener un inventario de los productos destinados a la venta.

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

6.10 LOGOTIPO DE LA EMPRESA



FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

Para el proyecto de producción y comercialización de hortalizas orgánicas en la ciudad de Otavalo se ha programado aplicar una tabla de valoración de los impactos, siendo:

Valoración de Impactos

Cuadro 81 Valoración de Impactos

Significado	Negativo alto	Negativo medio	Negativo bajo	No hay impacto	Positivo bajo	Positivo medio	Positivo alto
Puntaje	-3	-2	-1	0	1	2	3

ELABORADO POR: Autora de la Investigación

Fórmula:

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Nivel de impacto}}{N^{\circ} \text{ Indicadores}}$$

Los impactos que sobresalen y están sujetos de análisis son:

- Socioeconómico
- Nutricional
- Ambiental
- Ético
- Educativo
- Empresarial
- Comercial
- General

La matriz está compuesta por su indicador con su respectiva valoración dependiendo de su nivel, luego se realiza la siguiente operación para obtener el resultado del nivel de impacto.

7.1 IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

Cuadro 82 Impacto Socio – Económico.

IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO								
INDICADORES	-	-	-	0	1	2	3	Σ
	3	2	1	0	1	2	3	
Ingresos							X	3
Generación de empleo							X	3
Clientes satisfechos							X	3
Entrega directa del producto al consumidor						X		2
Compromiso con el cliente							X	3
Precios accesibles							X	3
TOTAL								17
17/6 = 2,8 = 3 Alto Positivo								

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación.

ANÁLISIS

Generación de fuentes de trabajo directos, porque se contratará empleados y trabajadores que participen en el proceso de producción y comercialización de hortalizas orgánicas.

Mejorará el nivel de vida de los involucrados directos e indirectos, debido al aumento de la producción agrícola y de los ingresos económicos tanto para los empleados y trabajadores como para los clientes quienes serán beneficiados de hortalizas orgánicas a precios razonable y podrá adquirirlo directamente del productor al consumidor.

En lo referente al aspecto social se pretende brindar un servicio personalizado con calidad y calidez teniendo las mejores relaciones interpersonales con los clientes.

Con el incentivo al trabajo se logrará mayor seguridad a nivel familiar y sobre todo a nivel de colectividad social, ya que se evitará que surja la delincuencia y otros medios criticados por la sociedad.

7.2 IMPACTO NUTRICIONAL

Cuadro 83 Impacto nutricional

IMPACTO NUTRICIONAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Mejorar el hábito alimenticio							X	3
Disminución de enfermedades							X	3
Aumento de vitaminas y proteínas							X	3
Calidad de vida							X	3
TOTAL								12
12/4= 3 Alto positivo								

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

ANÁLISIS

En esta área el proyecto estará orientado a mejorar el desenvolvimiento de las actividades metabólicas de nuestro organismo, además de orientar los hábitos alimenticios a través del consumo de hortalizas orgánicas, convirtiéndose en una alternativa de bajo costo y de alto impacto para nuestro bienestar personal y familiar, mejorando nuestra calidad de vida.

7.3 IMPACTO AMBIENTAL

Cuadro 84 Impacto ambiental

IMPACTO AMBIENTAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Conservación del medio ambiente			X					-1
Aprovechamiento del suelo			X					-1
Productos orgánicos			X					-1
Clasificación de desperdicios			X					-1
Contaminación de olor			X					-1
TOTAL								-5
-5/5 = -1 Negativo Bajo								

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

ANÁLISIS

Todo proceso agrícola ya sea orgánico tiene impacto con el medio ambiente en este caso como resultado un impacto negativo bajo.

Contribuir con el bienestar del medio ambiente es una responsabilidad que el ser humano tiene con el planeta, pues toda actividad agrícola afecta directamente al entorno natural; por lo que es importante el uso adecuado de abonos y fertilizantes orgánicos para el cultivo de hortalizas ya que estos mejoran la salud de la personas y del entorno.

La microempresa tendrá un control y clasificación de desperdicios favorable para el medio ambiente, ya que los desperdicios de la producción del producto serán utilizados en la elaboración de abono lo cual aumentará la fertilidad del suelo; de esta manera se asegura mayor productividad y la obtención de un producto orgánico.

7.4 IMPACTO ÉTICO

Cuadro 85 Impacto ético

IMPACTO ÉTICO								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Honestidad							X	3
Responsabilidad							X	3
Equidad							X	3
Respeto							X	3
TOTAL								12
12/4 =3 Alto positivo								

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

ANÁLISIS

La Constitución del país garantiza los derechos de un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, y una manera de contribuir es a través de emprendimientos de proyectos agrícolas orgánicos que permiten a los productores fortalecer su productividad sin afectar al medio ambiente garantizando la sostenibilidad y el buen vivir.

Todos los miembros de la microempresa deben aplicar valores éticos de manera especial la honestidad ya que es un factor fundamental en cada proceso de producción de hortalizas orgánicas de esta manera se obtendrá un gran desempeño y crecimiento responsable de la microempresa.

7.5 IMPACTO EDUCATIVO

Cuadro 86 Impacto educativo

IMPACTO EDUCATIVO								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Aplicación de conocimientos							X	3
Investigación							X	3
Innovación							X	3
Mejora continua							X	3
TOTAL								12
12/4 =3 Alto positivo								

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

ANÁLISIS

La microempresa va a estar sometida a proceso de mejorar continua pues se pretende ofrecer a los consumidores un producto de alta calidad, por lo que la investigación y la innovación van a permitir fortalecer cada uno de los procesos de producción y comercialización de hortalizas orgánicas, sin embargo la aplicación de los conocimientos de los profesionales que cumplirán eficazmente con sus competencias afianzará la satisfacción del cliente al demandar productos orgánicos.

7.6 IMPACTO EMPRESARIAL

Cuadro 87 Impacto empresarial

IMPACTO EMPRESARIAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Eficiencia							X	3
Eficacia							X	3
Planificación							X	3
Toma de decisiones							X	3
Rentabilidad económica						X		2
TOTAL								14
14/5=2,8 =3 Alto positivo								

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

ANÁLISIS

La planificación es el punto de partida de todas las actividades empresariales, ya que permite prever los procesos productivos y de comercialización, facilitando la toma de decisiones positivas, optimización de recursos y consecución de objetivos entre ellos rentabilidad económica, satisfacción del cliente, crecimiento empresarial y armonía ambiental.

7.7 IMPACTO COMERCIAL

Cuadro 88 Impacto comercial

IMPACTO COMERCIAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Promoción y publicidad							X	3
Precios						X		2
Competencia							X	3
Satisfacción cliente							X	3
Calidad							X	3
TOTAL								14
14/5=2,8 =3 Alto positivo								

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

ANÁLISIS

La satisfacción del cliente es la esencia del crecimiento de la microempresa ya que garantiza y motiva a buscar la excelencia en el proceso de producción y comercialización del producto; buscar estrategias publicitarias que permitan dar a conocer sus beneficios y propiedades nutricionales de las hortalizas orgánicas.

Los precios deben ser accesibles a sus clientes y la presentación debe asegurar la calidad que contiene las hortalizas.

7.8 IMPACTO GENERAL

Cuadro 89 Impacto general

IMPACTO GENERAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Impacto socio-económico							X	3
Impacto nutricional							X	3
Impacto ambiental			X					-1
Impacto ético							X	3
Impacto educativo							X	3
Impacto empresarial							X	3
Impacto comercial							X	3
TOTAL								19
19/7 = 2.7 =3 Alto positivo								

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora de la Investigación

ANÁLISIS

El impacto a nivel general que tiene el proyecto es de 3, lo cual constituye un impacto alto positivo.

Esto implica que la microempresa de hortalizas orgánica será beneficiosa tanto a nivel individual como colectivo en los aspectos socio-económico, salud, ambiente, ético, educativo, empresarial y comercial permitiendo generar una alternativa de progreso para la ciudad de Otavalo.

CONCLUSIONES

- 1.-** En base al diagnóstico se determinó que Otavalo cuenta con las condiciones adecuadas para la producción de hortalizas orgánicas, en especial la disponibilidad de agua de riego, abonos orgánicos y maquinaria.
- 2.-** La mayoría de los agricultores dan prioridad al cultivo de productos tradicionales de ciclo largo; y la producción es destinada para el autoconsumo y en menor cantidad para la venta; lo cual les permite a realizar actividades como la artesanía, turismo y textil.
- 3.-** Se establece que la mayor cantidad de hortalizas que se comercializan en la ciudad de Otavalo son adquiridas en el Mercado Mayorista de la ciudad de Ibarra. Siendo ellos los principales abastecedores de hortalizas para el consumo de los habitantes.
- 4.-** El mercado muestra gran aceptación por consumir hortalizas orgánicas en la ciudad de Otavalo, estos productos serán principalmente consumidos por todas las personas que tengan inclinación por las hortalizas orgánicas, puesto que son fundamentales en la dieta diaria de todas las familias.
- 5.-** La Evaluación Financiera del proyecto tiene resultados favorables lo que indica su factibilidad, por lo tanto la inversión que se va a realizar será recuperada.
- 6.-** La Estructura Administrativa del proyecto es una estructura simple que ayuda al cumplimiento de objetivos debido a su baja complejidad.
- 7.-** Los impactos son favorables en especial el ambiental; ya que se aplican técnicas de cultivo amigables con el entorno y el nutricional por su alto valor alimenticio.

RECOMENDACIONES

- 1.- Utilizar adecuadamente la disponibilidad de los recursos naturales y fortalecer las técnicas de cultivo orgánico; y así obtener productos de calidad.
- 2.- Incentivar a los agricultores del cantón Otavalo, a realizar actividades agrícolas orgánicas, a través de la utilización de semillas certificadas, abonos y fertilizantes orgánicos con lo cual se logra mayor productividad en los cultivos y garantizar productos saludables.
- 3.- Iniciar con el proceso de producción de hortalizas orgánicas en la ciudad de Otavalo, para satisfacer eficientemente el mercado. Además realizar constantemente estudios de mercado que faciliten a los directivos de la empresa tomar decisiones oportunas y alcanzar los objetivos planteados.
- 4.- Mantener los niveles de producción y comercialización acordes a lo que el estudio financiero indica para evitar baja de rentabilidad y descontrol en los costos de producción.
- 5.- Aplicar la estructura planteada, porque implica agilizar y optimizar los procesos de la microempresa.
- 6.- Lograr que los niveles de impactos se mantengan acorde a los planteados en la investigación en especial el ambiental y nutricional para evitar problemas de contaminación y garantizar el producto.

BIBLIOGRAFÍA

- ARAUJO, D. (2012). *Proyectos de Inversión*. México: Trillas, S.A.
- ARTICA, M. (2009). *Biohuertos Agricultura ecológica*. Madrid: Macro.
- BAENA, D. (210). *Análisis Financiero*. Bogotá: Ecoe.
- CAMPESINOS, H. J. (2010). *Cultivo Ecológico de Hortalizas*. Bogotá: Lexus.
- CHILQUINGA, M. (2007). *Contabilidad de Costos*. Pichincha: Graficolor.
- Compañías, L. d. (2013).
- CRUELLES, J. (2013). *Productividad e Incentivos*. Bogotá: Alfaomega.
- GAITÁN Rodrigo, GAITÁN Orlando. (2009). *Análisis Financiero y de Gestión*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- GALINDO, J. (2010). *Estrategias de Marketing*. Valencia: edirectivos.
- Gil, G. (2013). *Como Crear y Hacer Funcionar una Empresa*. Madrid: ESIC.
- MAILA, A. (2011). Lombricultura. *Tierra Adentro*, 16.
- NIC. (18). *Norma Internacional de Contabilidad*.
- NIC. (7). *Norma Internacional de Contabilidad*.
- SRI. (12 de Enero de 2014). *SRI*. Recuperado el 12 de Enero de 2014, de SRI: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/32@public>

VALDÉZ Rosario, ESCANDÓN José. (2009). *Exportación Efectiva*. México: ISEF. S. A.

VÉRTICE. (2009). *Dirección Estratégica*. Málaga: Vértice.

YATES, C. (2009). *La empresa sabia*. España: Díaz de Santos.

LINKOGRAFÍA

INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS; Censo Poblacional y Vivienda 2010; <http://www.inec.gob.ec/>

INSTITUTO NACIONAL DE NORMALIZACIÓN; www.normalizacion.gob.ec/

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS; Ley de Compañías del Ecuador; 2014 <http://www.supercias.gob.ec/>

MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA; Rangos Referenciales de Precios; 2014 <http://sinagap.agricultura.gob.ec/>

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA; Ley Orgánica de la Economía Popular Y Solidaria y del Sector; Registro Oficial 444 de 10-may-2011; www.seps.gob.ec/

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR; 2014; Sector Monetario y Financiero; tasas de Interés; <http://www.bce.fin.ec/>

Código de la Producción; 2013; www.industrias.gob.ec/

MINISTERIO DE PRODUCCIÓN; Reglamento de Etiquetado de alimentos procesado para el consumo humano; 2013; <http://www.produccion.gob.ec/>

INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL; Códigos Sectoriales, Obligaciones Patronales 2014; <http://www.iess.gob.ec/>

CONSTITUCION 2008; www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR; Objetivos 2013-2017; <http://www.buenvivir.gob.ec/>

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS; Sección; Pymes, Personas Naturales 2014; LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO; www.sri.gob.ec

ANEXOS

ANEXO Nº 1

FORMATO DE LA ENCUESTA A CONSUMIDORES



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENCUESTA APLICADA A LAS AMAS DE CASA DEL SECTOR URBANO DE LA CIUDAD DE OTAVALO

OBJETIVO.- La presente encuesta tiene como finalidad conocer la preferencia del consumo de hortalizas orgánicas en la dieta alimenticia del sector urbano de la ciudad de Otavalo.

INSTRUCCIONES: Por favor lea detenidamente el cuestionario y marque con una X la respuesta que usted considere conveniente.

INDICADOR: Hábitos de Consumo.

1.- ¿Incluye hortalizas en la dieta familiar?

Mucho

Poco

Nada

INDICADOR: Frecuencia del consumo de hortalizas.

2.- ¿Con que frecuencia consume hortalizas en su dieta?

Todos los días Quincenal

Semanal Mensual

INDICADOR: Lugar de compra de hortalizas

3.- ¿Dónde compra sus hortalizas?

Mercado 24 de Mayo Mercado Imbaya

Supermercado Akí Supermercado Santa María

Supermercado la Mía Tiendas

INDICADOR: Factores de compra.

4.- ¿Al momento de comprar hortalizas considera?

Precio Presentación Cantidad Calidad

INDICADOR: Demanda, gustos y preferencias.

5.- ¿Cuáles son sus hortalizas de mayor preferencia, cuánto consume semanalmente y a qué precio adquiere?

PRODUCTO	CANTIDAD DE CONSUMO				
	1 kg.	2 kg.	3 kg.	4 kg.	5 kg. en adelante
Tomate	()	()	()	()	()
riñón	()	()	()	()	()
Cebolla	()	()	()	()	()
colorada	()	()	()	()	()
Zanahoria	()	()	()	()	()
Brócoli	()	()	()	()	()

PRECIO	PRODUCTOS			
	Tomate	Cebolla colorada	Zanahoria	Brócoli
0.50	()	()	()	()
0.75	()	()	()	()
1.00	()	()	()	()
1.25	()	()	()	()
1.50	()	()	()	()

INDICADOR: Procedencia del producto.

6.- ¿Suele interesarse por el origen de las hortalizas que usted compra si éstas son?

Cultivos Orgánicos

Cultivos tradicionales

No considera el origen

INDICADOR: Demanda.

7.- ¿Desearía consumir hortalizas orgánicas?

- Siempre
- A veces
- Nunca

INDICADOR: Presentación del Producto

8.- ¿En qué presentación le gustaría adquirir las hortalizas orgánicas?

- Bandeja desechable
- Plástico de embalaje
- Enfundada

INDICADOR: Canales de Distribución.

9.- ¿Dónde le gustaría adquirir las hortalizas orgánicas?

- Domicilio
- Supermercados de la ciudad
- Mercados de la ciudad
- Tiendas

DATOS TÉCNICOS

Género

Masculino Femenino

Edad:

- Entre 20 y 35 años
- Entre 36 y 45 años
- Entre 46 y 65 años

Nivel Socioeconómico

Bajo

Medio

Alto

Ocupación:

GRACIAS.

ANEXO Nº 2

FORMATO DE LA ENTREVISTA A EXPERTOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENTREVISTA APLICADA A PROFESIONALES AGRÓNOMOS

Objetivo.- Conocer la opinión de los profesionales agrónomos dedicados al estudio e implementación de agricultura orgánica.

1.- ¿Qué opina acerca de la agricultura Orgánica?

La agricultura orgánica en los últimos años ha tomado gran importancia a nivel mundial, nacional y local; debido al interés de la gente por consumir alimentos sanos, pues las enfermedades a causa de una pésima alimentación son alarmantes, tal es el caso de la obesidad, enfermedades cardíacas, intoxicaciones por alimentos contaminados por exceso en la utilización de químicos agrícolas.

La agricultura orgánica se especializa en manejar los cultivos a través de la utilización de semillas certificadas, abonos y nutrientes orgánicos en la preparación del suelo, fertilizantes y fungicidas que no alteren la calidad del producto, lo cual garantiza el consumo para el ser humano.

2.- ¿Es factible aplicar agricultura orgánica a alta escala?

Sin duda, es posible siempre y cuando exista una adecuada planificación, asesoramiento técnico, seguimiento y control del proceso productivo. Pero en su caso, lo aconsejable es que realice pequeñas pruebas de producción, iniciar con media hectárea sería lo mejor para que vaya conociendo cuales son las verdaderas preferencias de los productos ya la aplicación del proyecto en pequeña escala ,le brindará las verdaderas experiencias reales y posteriormente deberá mejorar continuamente su producto e ir

incrementando paulatinamente su producción para llegar a satisfacer al consumidor y garantizar que es un producto de calidad, lo cual sería una de las mejores estrategias de comercialización.

3.- ¿Cuáles son los fertilizantes más utilizados en agricultura orgánica?

Los fertilizantes orgánicos ayudan en el desarrollo de cultivos y plantas sin provocar efectos secundarios, facilitando la fertilidad del suelo con abonos naturales. Se encargan de reparar los niveles de materia orgánica del suelo, lo cual permite incrementar su capacidad para retener los nutrientes minerales que se aplican en este tipo de producciones agrícolas.

El compost, abono verde, humus de lombriz se emplean para recomponer terrenos en mal estado, y puede llegar a rehabilitar toda la estructura del suelo y lo mejor son de larga prolongación; mientras que Los fertilizantes químicos, aportan solamente los nutrientes que se requieren para solucionar un problema específico y de forma inmediata.

4.- Es rentable producir y comercializar hortalizas orgánicas en el cantón Otavalo?

La agricultura orgánica en general es rentable porque la utilización de abonos orgánico tiene un bajo costo frente al químico, pero no por ello se debe dejar de utilizar abonos químico, pero estos deben ser los adecuados, esa es la diferencia, de lo contrario no se podría controlar las plagas y enfermedades.

Específicamente en Otavalo la gente siempre está buscando productos saludables, lo cual las hortalizas orgánicas son una opción adecuada para una dieta balanceada y nutritiva para todos.

5.- ¿Ud. Conoce productores de hortalizas orgánicas para la comercialización en el cantón Otavalo?

Sí, pero hay muy pocos, la mayoría de agricultores se dedican a la producción de productos tradicionales extensivos.

6.- ¿Cuál es su criterio acerca de emprender un proyecto para producir y comercializar hortalizas orgánicas en el cantón Otavalo?

Todo emprendimiento es bueno, pero debe estar respaldado con una adecuada investigación, pues en realidad el sector agrícola brinda varias oportunidades de desarrollo individual y social; siempre y cuando exista la demanda suficiente la cual respalda la producción.

Mantener un equilibrio de beneficio entre el productor y consumidor actualmente es muy difícil, ya que las hortalizas son de consumo inmediato, frescas son ideales.

DATOS INFORMATIVOS

Entrevistador: Nancy Albán

Entrevistado: Ing. Alba Arroyo

Fecha: 19 Abril del 2013

ANEXO 3

FOTOGRAFÍAS

INCORPORACIÓN DE ABONOS VERDES

SIEMBRA DE PASTOS



DESECHOS DE COSECHA



PREPARACIÓN DEL SUELO



SURCADO



SEMILLEROS



TRASPLANTE



PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS



CULTIVO TOMATE RIÑÓN A CAMPO ABIERTO



RIEGO POR INUNDACIÓN





TECNOLOGÍA

TRACTOR



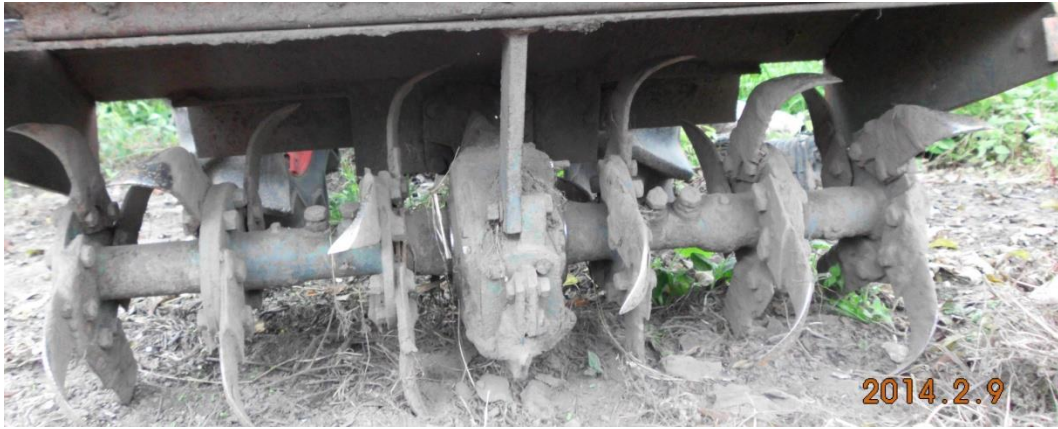
RASTRA DE TIRO



ARADO



ROTABATOR



SURCADORA



PLAGAS Y ENFERMEDADES

