

INTRODUCCION

Con el propósito de dar a conocer el procedimiento metodológico seguido para realizar el presente trabajo de investigación, a continuación se transcriben las partes fundamentales del Proyecto o Plan de Investigación aprobado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte.

Problema o necesidad a satisfacer.- Cayambe específicamente, se caracteriza por ser una ciudad productiva por excelencia, además se desarrollan eventos sociales de renombre que fomentan la afluencia de turistas. Una de las parroquias urbanas se constituye Cayambe, posee 30435 habitantes. Su jurisdicción comprende desde el Río Blanco, al norte, hasta la quebrada del Yasnán (antes YASNAMBI), al Sur, avanzando hasta el Río Granobles, al Occidente, y, hasta el nevado Cayambe, en el Oriente. Esta determinación geográfica demuestra que la mencionada parroquia está entre los puntos turísticos de la provincia de Pichincha caracterizada principalmente por la elaboración de los biscochos, quesos de hoja, manjar de leche reconocidos nacional e internacionalmente.

En la actualidad la economía del cantón en el área rural se basa principalmente en la agricultura, ganadería debido a sus características de suelo y ubicación geográfica, pero desde tiempos atrás se ha venido incursionando en cultivos de productos no tradicionales como la producción de flores. Otras actividades constituyen la albañilería, pequeños comercios manejados por mujeres y la crianza de animales menores.

Existen actividades de beneficio comunal realizadas de manera colectiva a través de la minga. Las mingas comunitarias son fiestas de trabajo practicadas para la construcción de caminos, canales de riego, para

apoyarse entre familias en las cosechas, siembras, en la construcción de casas y preparación de matrimonios; actividades en las cuales se manifiesta la solidaridad comunitaria.

Con las reseñas expuestas, se demuestra que la actividad comercial está delineada por la floricultura en lo que constituye a Cayambe, Por consiguiente se determina que existe la ausencia de una diversificación microempresarias, por lo que el presente trabajo viabiliza la creación de una microempresa de comercialización y distribución de melaza , y sus derivados , en el cantón de de Cayambe, que sin duda será aprovechada por las fincas productoras de rosas y habitantes de la localidad para la ganadería, además se tienen accesibilidad nacional a la materia prima tanto en existencias como en costos, para implementar el mencionado proyecto. Problema o necesidad que se detecta con el análisis situacional externo, que se expone al final de este capítulo.

En lo referente a la competencia será una microempresa a nivel cantonal que ofrezca este tipo de producto para la satisfacción de las plantaciones florícolas, y consumo ganadero, ya que Cayambe es reconocido a nivel nacional por ser un gran productor de flores.

El producto se ofrecerá en fincas del sector, del cantón y la provincia. De acuerdo a los niveles de producción que se obtengan, el comercio se extenderá a otras provincias.

A pesar de que Cayambe está cerca del sector textil, como es Atuntaqui y otras ciudades de mayor desarrollo como Quito y Otavalo, no ha podido alcanzar un buen desarrollo de microempresas. Y lo cuál no ha permitido contar con nuevas y más fuentes de empleo e ingresos que beneficien a la población de este importante sector. Examinado el escaso desarrollo de empresas y microempresas, que diversifique la producción de otros bienes y servicios; y consecuentemente la poca diversificación de

actividades productivas pues se mantiene las tradicionales como son la agricultura y ganadería, la floricultura; se ha visto la conveniencia de plantear el presente proyecto de microempresa de comercialización y distribución de melaza ubicada en esta parroquia. De esta manera se cumplirá la aspiración de crear algo nuevo y diversificar a lo ya existente para dar mayor atracción y obtener beneficio económico para sus involucrados.

Justificación de la Investigación.- La creación de una microempresa de comercialización y distribución de melaza en el cantón Cayambe, se ve avizorada por la diversificación de la actividad comercial, con el propósito de satisfacer las necesidades y complementar los bienes y servicio al cliente sea éste local, nacional.

Aproximadamente 500, personas entre nacionales y extranjeros visitan el cantón Cayambe semanalmente, la mayoría de ellas acuden a los locales de comida entre estos encontramos: los biscochos de San pedro, los quesos de hoja, Cuyes, Fritadas, lugares atractivos, entre otros.

El producto que se va a ofrecer es melaza. La materia prima que se requiera se provendrá del Ingenio Azucarero IANCEN. Sin duda el mejoramiento en la producción de flores de exportación y en la producción de ganado lechero dará mayor realce al cantón, para seguir abriendo más mercados donde la competitividad es más alta en pro de la satisfacción del cliente.

Asimismo la ejecución de este proyecto de una forma directa beneficiará a quienes deseen trabajar en una nueva microempresa de actividad diferente a las existentes. La tasa de desempleo de la provincia es de 1 %, y la de subempleo de 5%. Con la implementación y ejecución de la nueva microempresa cooperaremos en forma directa con la disminución de al menos 10 personas desempleadas o subempleadas, lo cual es un

aporte positivo para la población. Permitirá tener una fuente de empleo digno para satisfacer las necesidades vitales de los trabajadores y sus núcleos familiares, así como al cliente otorgarle un producto de calidad, la excelencia de atención y servicio, a los usuarios. Los productores de melaza gozarán de un demandante más en el país, de manera que progresara la actividad productiva y mejoramiento social local, nacional.

De manera indirecta se beneficiará a la sociedad a través del cumplimiento del código de trabajo, régimen legal para la microempresa y micro crédito, entre otras leyes que se den de acuerdo al funcionamiento de la microempresa. Además dará una visión a la población de Cayambe que no solamente se puede subsistir con la actividad hereditaria de la agricultura. Sino también por medio de los conocimientos y habilidades los interesados podrán integrar la nueva microempresa que ofrecerá un nuevo producto de calidad que será la comercialización de melaza y con esto contribuir con la diversificación del marco sustentable económico de la zona.

La disponibilidad de recursos financieros para la creación de la Microempresa se ve altamente garantizada, en lo económico existen numerosas entidades bancarias como la Corporación Financiera Nacional, Banco de Fomento, que otorgan créditos a los Microempresarios con la finalidad de reducir el índice de desempleo.

El recurso humano estará avalizado por el aporte intelectual de la autora y más colaboradores disponibles en el medio laboral para el manejo adecuado de los procesos administrativo, y de comercialización, el recurso material será asumido por la ejecutora del presente proyecto.

La inversión en el proyecto se justificará por la activación del aparato productivo de la localidad, así como la disminución del desempleo de

algunas personas, y lo más importante radicará en la diversificación de productos orgánicos, que beneficie al sector florícola y facilite su planificación y desarrollo de sus actividades.

La microempresa que se pretende implementar con una correcta y eficiente administración tendrá propósitos futuros a una gran empresa, cuya finalidad primordial es responder a las necesidades de los clientes, y a la falta de fuentes de trabajo que actualmente estamos atravesando. La distribución de los productos elaborados se hará mediante venta directa al consumidor y por medio de canales de distribución, publicidad.

Objetivo General: Efectuar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de comercialización de la melaza hacia las plantaciones florícolas en el Cantón de Cayambe, provincia de Pichincha.

Objetivos Específicos:

- Desarrollar un diagnóstico situacional con el fin de exponer las características generales de la zona de influencia del proyecto y las condiciones actuales de comercialización de melaza producida en IANCEN hacia las plantaciones florícolas del Cantón Cayambe.
- Analizar el alcance del proyecto mediante el estudio de mercado para poder identificar la oferta, demanda, precios, competencia y el mercado meta en función de la demanda y sus proyecciones.
- Efectuar un estudio técnico del proyecto, con el fin de determinar la localización, tamaño, ingeniería del proyecto, valoración de inversiones fijas y su financiamiento.
- Realizar un estudio económico-financiero con el fin de determinar costos, ingresos, flujos de efectivo, proyección de balances de la microempresa a instalarse, lo cual garantizará su solvencia y determinar su factibilidad.

- Diseñar la propuesta de estructura organizacional y funcional de la microempresa, con el fin de asegurar su correcto despegue, funcionamiento y desarrollo administrativo y económico sostenido.
- Analizar los posibles impactos que se deriven de la puesta en marcha del nuevo proyecto.

Tipo de Investigación efectuada.- El proyecto que aquí se lo presenta se basó en una investigación de tipo cualitativa, descriptiva de campo, y bibliográfica – documental.

A continuación se explica el ámbito de cada uno de estos tipos de investigación, que guiarán todo el proceso de recopilación de datos, tabulación, análisis, interpretación y conclusiones.

a. Investigación Cualitativa

Según HERNÁNDEZ, Roberto y otros (2003): “La mayor parte de las veces éstos se inician como exploratorios y descriptivos; pero se plantean con alcances correlacionales (sin consideración estadística) o de asociación y explicativos”.

Se trabajó aplicando este tipo de investigación durante el trabajo de campo o recopilación de datos primarios, describiendo las características del lugar donde se instalará la microempresa de comercialización de melaza.

b. Investigación Descriptiva

Según HERNÁNDEZ, Roberto y otros (2003): “Con mucha frecuencia, el propósito del investigador consiste en describir situaciones, eventos y hechos. Esto es, decir cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”.

De manera general, será fue una investigación muy amplia; sin embargo se trató de profundizar, sintetizar y describir situaciones y hechos propios de la zona de influencia del proyecto que se implementará

c. Investigación de Campo

Según ZORRILLA, Santiago (1997): “Es la que se realiza en las áreas de las ciencias sociales y psicológicas. Algunas de sus técnicas son de igual manera utilizadas para la recolección de datos complementarios con otras áreas de la ciencia. Las técnicas específicas tienen como finalidad recoger y registrar de forma ordenada los datos relativos al tema escogido como objeto de estudio”.

Fue una investigación de campo al momento de aplicar las encuestas y entrevistas, datos reales recogidos en el sector donde se va a implementar la microempresa.

d. Investigación Bibliográfica - Documental

Según ZORRILLA, Santiago (1997): “La investigación bibliográfica puede realizarse de forma independiente o como parte de la investigación de campo y de la de laboratorio. En ambos casos, busca conocer las contribuciones culturales o científicas del pasado. Es el medio de información por excelencia: como trabajo científico original, constituye la investigación propiamente dicha en el área de las ciencias humanas, constituye por lo general el primer paso de cualquier investigación científica”.

La información requerida para la sustentación de varios aspectos abordados por esta investigación se buscó en libros, revistas, periódicos, Internet, etc. Lo cual ayudó a formular en forma veraz y correcta el presente proyecto.

CAPITULO I

1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL

La siguiente información que se relata y analiza, fue previamente investigada en el folleto “Organizando el Futuro del Cantón”, editado con el auspicio del Municipio del Cantón Cayambe, Quinta Edición, con fecha 26 de noviembre del 2008.

1.1. ANTECEDENTES DIAGNOSTICOS.-

La provincia de Pichincha basa su actividad económica y productiva en actividades dedicadas a la agricultura, ganadería, el comercio, los servicios y en gran potencia la floricultura.

Dentro de la agricultura se destacan como principales productos los de ciclo corto, destinados al consumo y al comercio, tales como: maíz suave y duro, fréjol, cebada, trigo, la papa y producción de cereales tubérculos y hortalizas. Se cultivan en menor escala: arveja, habas, vicia, cebolla, siembran también alfalfa para la alimentación de animales menores, como son: chanchos, pollos, cuyes, conejos.

En el cuadro siguiente se presenta un resumen de los principales cultivos en la provincia.

PICHINCHA: PRINCIPALES CULTIVOS

Cultivos Principales	Superficie sembrada (has.)
Producción de flores	10.745
Maíz	3.863
Fréjol seco	2.598
Papas	4.230
Cebada	2.637
Cereales y tubérculos	1.794
Hortalizas	1.751
cebada	1.545
Arveja	918
Tomate de árbol	659
Cebolla	820
Habas	103
Total	31.663

CUADRO N° 1.

FUENTE: Municipio de Cayambe “Organizando el Futuro”.

ELABORACION: La Autora

Por otro lado, según los datos del SIISE, el Cantón Cayambe, ocupa el décimo primer lugar entre los cantones del país con los índices de vulnerabilidad social más altos. Dato paradójico, pues es uno de los cantones donde existe mayor inversión económica en el país debido a la actividad florícola. Asimismo la incidencia de la pobreza de consumo alcanza el 79% de la población y el 13.5% de la población total del cantón recibe el bono de ayuda del Estado.

En cuanto a las características económicas, la población económicamente activa (PEA) del cantón es de 43%, de los cuales el 63% se halla en el sector terciario. Entre las categorías de ocupación se destaca el empleado-asalariado con 45% de la PEA. De este 45%, 36% son asalariados del sector privado (floricultura, plantas de procesamiento de lácteos, etc.).

CAYAMBE: POBLACION POR SECTOR ECONÓMICO

CATEGORÍA	PORCENTAJE
Trabajadores agrícolas y forestales	41,7
Conductores de equipos de transporte, artes gráficas y otros	20,4
Trabajadores de los servicios	8,1
No especificadas	6,4
Comerciantes y vendedores	5,1
Mineros, hilanderos y otros	5,0
Zapateros, ebanistas, joyeros, electricistas y otros	5,0
Profesionales técnicos y trabajadores asimilados	4,4
Personal administrativo y trabajadores asimilados	2,8
Fuerzas Armadas	1,1
Directores y funcionarios públicos superiores	0,2

CUADRO N° 2.

FUENTE: Sistema Integrado de Indicadores Sociales

ELABORACION: La Autora.

Del estudio de la situación productiva de la provincia, existe un significativo número de productores de flores que vienen produciendo en grandes escala para satisfacer el mercado local, nacional y internacional. Que de adoptar esta forma de comercialización les traería mayores beneficios económicos y consolidarían esta actividad productiva. Según información recopilada, no comercializan la melaza hacia el cantón por lo complicado del transporte y también porque los grandes productores de materia prima se encuentran localizadas en diferentes provincias de país, como son: Guayas, Los Ríos, Loja, Imbabura, y en poca cantidad en la región Oriental.

En definitiva no existe una empresa o ente público o privado donde se pueda adquirir la melaza y realice la comercialización en el mercado local y nacional del país.

Identificada esta falencia, nos hemos propuesto realizar un estudio de factibilidad para crear una microempresa de comercialización de melaza producida en IANCEN hacia las plantaciones florícolas del cantón Cayambe.

1.1.1. Objetivos diagnósticos:

a) General:

Realizar un diagnóstico técnico situacional en la ciudad de Cayambe, con el fin de detectar las condiciones agro-económicas para la comercialización de melaza hacia el mercado interno de las plantaciones florícolas del Cantón.

b) Específicos:

- Establecer los antecedentes históricos de Cayambe
- Determinar la ubicación geográfica del área de investigación.
- Analizar datos socio - demográficos de Cayambe
- Determinar los aspectos socioeconómicos del área de influencia del proyecto a implantarse.

1.1.2. Variables e indicadores.-

- a) Empresas Florícolas
- b) Producto (melaza)
- c) Precio
- d) Costo de servicios
- e) Cobertura social.

1.1.3. Matriz de Relación Diagnóstica

VARIABLE	INDICADOR	FUENTE DE INFORMACION	TECNICA
-Empresas Florícolas	-tipo de actividad -Nivel de ventas -Nivel de ingresos -Años en la actividad	-Secundaria de expertos -Opinión de	-Observación -Recopilación bibliográfica
Producto (melaza)	-Procedencia -Proveedores -Precios -Calidad -Nivel de compras	-Primaria -Secundaria	-Entrevistas -Recopilación bibliográfica
Precio	-Nivel de precios -Precios al mayor -Precios al por menor	-Primaria de proveedores -Secundaria de	-Encuestas -Entrevistas
Costo de servicio	-Comisión de ventas -Descuento en compras -Facilidades de pago	-Primaria de agricultores -Secundaria de	-Observación directa -Entrevistas
Cobertura social	-Número de floricultores - Número de empresas florícolas	-Primaria -Secundaria	-Encuestas -Entrevistas -Observación directa

1.1.4. Fuentes de información:

La siguiente información que se analiza, fue previamente investigada en monografías, textos, datos de prensa, revistas,

organizando el futuro de Cayambe de mayo del 2006 y datos estadísticos del Instituto de Estadística y Censo (INEC), entre otros.

1.2. ANALISIS DE VARIABLES DIAGNOSTICAS

1.2.1. Antecedentes Históricos.-

En el tiempo de la Gran Colombia, 25 de junio de 1824, el Congreso elevó a Cayambe a la categoría de cantón de la jurisdicción de Pichincha el, pero al disolverse la Patria de Bolívar, Cayambe quedó como parroquia de Otavalo.

En la época republicana, el 17 de mayo de 1851, se vuelve a crear el canto Cayambe con las parroquias: Taba cundo, Cangahua, Tocachi, y Malchinguí.

Las conveniencias polacas de la época hicieron que el año siguiente, el 13 de septiembre de 1852, la Asamblea Nacional cambiara la cabecera cantonal a Tabacundo, quedando Cayambe como parroquia de ese cantón. El 20 de octubre de 1855, Cayambe es anexado al cantón Quito.

En el gobierno provincial de Luís Cordero, el 23 de julio de 1883, se crea el cantón Bolívar con las parroquias: Cayambe como cabecera cantonal, Taba cundo, Cangahua, Tocachi, Malchingui, Guayllabamba y Otón. Solo 9 meses estuvo vigente el nombre del libertador ya que los habitantes exigieron que se restituya el nombre original San Pedro de Cayambe, como así sucedió luego vendrían nuevas divisiones territoriales y desmembraciones, hasta la configuración actual.

Los principales gestores para su creación fueron varios hombres y mujeres notables de esta tierra, entre ellos se destaca: Nazacota Puento, Micaela Cuascota, Pedro Cuevas, Ignacio Fonte, Blas Achina, Dolores

Cacuango, Tránsito Amaguaña entre otros ellos son dirigentes campesinos que dieron origen a la organización de ese importante sector.

El pueblo “Cayambe” posee una cultura, organización, tradición y costumbres tiene íntima relación con las parcialidades vecinas como: la parroquia de Juan Montalvo, Tabacundo, Olmedo, El Prado, y otras; que, siguiendo la tradición, se reúnen hasta la actualidad a festejar su hermandad en los conocidos bailes de San Juan y San Pedro en el sector de Los Óvalos.

1.2.2 Aspectos Geográficos

1.2.2.1 Ubicación:

El Cantón Cayambe se encuentra ubicada entre el cantón Quito y Otavalo que comprenden parroquias como: Ayora, Juan Montalvo, la parroquia rural de Olmedo Cangahua, Otón, Santa Rosa de Cusubamba, y Asca subí. Es una bella planicie localizada en las faldas del majestuoso nevado Cayambe La ubicación geográfica aproximada de la cabecera cantonal es la siguiente: se encuentra 00° 2'6' Latitud Norte, 78° 9'12' longitud Oeste, con una altura 2830mts sobre el nivel del mar.)

1.2.2.2 Clima:

El Cantón Cayambe se ubica sobre la línea ecuatorial (latitud 0°00') tanto en la zona del valle interandina como en la estribación de la cordillera oriental cubre zonas des los 2600msnm hasta los 5790 mnsn al altura del volcán Cayambe por eso cuenta con diferente pisos ecológicos así como variación de temperatura importantes (12-24°)en la zona del valle, y 3-6° en las zonas altas al igual que en toda región ecuatorial.

En las alturas es frío; se incluyen las parroquias de Cangahua y Olmedo. En el valle de Cayambe el clima es templado entre 8° y 22° con variaciones, a veces, considerables. En las parroquias situadas al Sur, la temperatura sube unos pocos grados, por cuanto estas zonas se encuentran a menos altura sobre el nivel del mar. La zona de Cayambe es considerada propicia para el desarrollo ganadero y productor de cereales tubérculos y hortalizas. Los productos de mayor escala son:

Para una mayor comprensión en el siguiente cuadro se detalla la población total por género del cantón Cayambe.

CANTON CAYAMBE: POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA

Clasificación	Número PEA	%
Hombres	30254	59,4%
Mujeres	20692	40,6%
TOTAL:	50946	100%

CUADRO Nº 4

FUENTE: organizando el futuro de Cayambe

ELABORACION: La Autora

La población económicamente activa por género son en su mayoría hombres con 9.562 más que las mujeres, lo que significa que los hombres tienen mayor desenvolvimiento en el trabajo poseen mayor tiempo que las mujeres, en su mayoría de ellas se dedican a los quehaceres domésticos, y por ello pertenecen al grupo de personas inactivas.

En el siguiente cuadro se detalla la población total, por género del cantón Cayambe.

CANTON CAYAMBE: DATOS POBLACIONALES POR GÉNERO

POBLACIÓN	HABITANTES	%
Población – hombres	41.124	49
Población – mujeres	43.334	51
TOTAL	84458	100.00

CUADRO N° 5

FUENTE: Organizando el futuro de Cayambe

ELABORACION: La Autora

El Cantón Cayambe posee una población entre hombres y mujeres de acuerdo a datos de “Organizado el Futuro del Cantón” 84.458 habitantes; de los cuales el 49% son hombres y el 51% son mujeres.

A continuación se detalla la población por edad y sexo.

CANTON CAYAMBE: POBLACIÓN POR EDADES Y SEXO

EDAD	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
0 - 10	6620	7253	13873
11 – 20	2487	4686	7173
21 -54	28444	30543	58987
55 - mas	2113	2312	4425
TOTAL	39664	44794	84458

CUADRO N° 6

FUENTE: INEC, Censo del 2001.

ELABORACION: La Autora

Como se puede observar existe mayor número de población entre los 10 a 39 años de edad, lo cual significa que existen mayor número de

pobladores que están en edad productiva. Existen mayor número de jóvenes que las personas adultas.

1.2.2.3 Vestimenta:

Según las memorias “Organizando el Futuro de Cayambe”, Gobierno Municipal del Cantón Cayambe, 2008., sobre este aspecto relata lo siguiente:

“En días festivos viste llevando sus alpargatas blanquísimos casi hasta los tobillos, con su alba blusa cuyas anchas mangas llegan a los codos, con su poncho de vivos colores y su sombrero de gigantesca y arremangada falda, fabricada de fieltro apretado y endurecido. Con una cinta de color vivo, generalmente rojo intenso, ata los cabellos de su larga cabellera.

De tipo fuerte y hermoso, gallardo por su mediana estatura, de piel poco cobriza, limpio en sus vestidos, es el cantón Cayambe. Dedicado a las labores agrícolas, ganaderas y actualmente al cultivo de rosas, ha conseguido una relativa independencia económica.

Ha olvidado ya el quichua, muy pocos habitantes lo hablan en su actualidad su lengua materna es el castellana. Su mujer, de facciones agradables y de tipo bello, no es menos limpia y aseada: un anaco negro de lana, pende de su cintura arrogante y todo su cuerpo robusto, hecho para la doble función de la maternidad, cubierto por limpia y blanca camisa, bordada en su corpiño con flores de colores y matices diversas.

Parte del gran potencial turístico del cantón representado en esa gran cultura y pueblo, Cayambe, es atractiva por sus costumbres, tradiciones y principalmente su vestimenta”.

1.2.3 Datos socio-demográficos

El Cantón Cayambe consta de 8 parroquias: dos parroquias urbanas; Ayora y Juan Montalvo y cinco parroquias rurales que son Olmedo, Cangahua, Otón Santa Rosa de Cusubamba, y Asca subí.

CANTON CAYAMBE: ORGANIZACIÓN TERRITORIAL

PARROQUIAS	POBLACIÓN	NATURALEZA
	2008	PARROQUIA
Ayora	6.040	Parroquia urbana
Juan Montalvo	6.120	Parroquia urbana
Cangahua	16.345	Parroquia Rural
Olmedo	7.791	Parroquia Rural
Ascázubi	4.545	Parroquia Rural
Santa Rosa de Cusubamba	4.219	Parroquia Rural
Otón	2.572	Parroquia Rural
Cayambe	36.826	Cabecera Cantonal

CUADRO N° 7

FUENTE: Municipio de Cayambe "Organizando el futuro" 5ª. Edición

ELABORACION: La Autora

La población proyectada para el año 2010 a nivel cantonal es de 82093 habitantes.

CANTON CAYAMBE: PROYECCIÓN POBLACIONAL 2001 -2010

AÑO	PROYECCIÓN POBLACIONAL
2008	84458Hab.*
2010	89525 Hab.
2012	94.897 Hab.
2014	100.590Hab.

CUADRO N° 8

* El cálculo de proyección de crecimiento poblacional parte del reporte de población y aplicado la tasa de crecimiento poblacional de la Agenda 21 del Equipo Municipal.

De acuerdo a las proyecciones realizadas por el Municipio de Cayambe para el año 2010 habrá una población de 89.525 habitantes, y para el año 2014 serán de 100.590 habitantes, lo que significa un crecimiento de 16.132 habitantes más en el cantón.

**Desigualdad y Pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas.
(NBI %)**

Tabla: Incidencia de la pobreza en el consumo en porcentajes comparativos

PAÍS	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA					
			Cayambe	Ascázu bi	Cangahua	Olmedo	Otón	Cusubamba
Ecuador	Pichincha	Cayambe	72.6%	76.1 %	86.7%	89.2%	89 %	85.8%

CUADRO Nº 9

FUENTE: Organizando el Futuro de Cayambe

ELABORACION: La Autora

A nivel nacional la pobreza es un problema social que de acuerdo a las estadísticas se dice que las necesidades básicas insatisfechas son del 60.6%; aproximadamente han crecido en un 8.46 % a relación del año 1990. Mientras que en el Cantón de Cayambe en relación de las estadísticas del año 2005 se nota que ha disminuido considerablemente, y a nivel cantonal de igual manera ha disminuido la pobreza en un 12 %. Veamos los datos que sustentan este análisis:

**CANTON CAYAMBE: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA,
SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA.**

CATEGORÍA	PORCENTAJE
Trabajadores agrícolas y forestales	27
Cultivo de flores	51
Trabajadores de los servicios	6,1
No especificadas	3,4
Comerciantes y vendedores	4,1
Mineros, hilanderos y otros	1
Zapateros, ebanistas, joyeros, electricistas y otros	3,0
Profesionales técnicos y trabajadores asimilados	2,4
Personal administrativo y trabajadores asimilados	2,8
Directores y funcionarios públicos superiores	0,2

CUADRO Nº 10

FUENTE: Organizando el Futuro de Cayambe

ELABORACION: La Autora

Como se puede observar las actividades principales del cantón Cayambe son: la agricultura, la Floricultura, la ganadería el comercio, los hoteles, los restaurantes, los servicios personales, los servicios sociales, la construcción; en su mayoría esto representa el mayor número de habitantes dedicados a estas actividades. En una menor cantidad son: el transporte, almacenamiento y comunicaciones, servicios financieros, electricidad, gas y agua, minas y canteras. Y los restantes no están bien especificados en la actividad que realizan.

En el siguiente cuadro se determina la población total: clasificada en población activa y población inactiva.

CANTON CAYAMBE: POBLACIÓN TOTAL

PARROQUIA	PEA	PI	P T
Cayambe	46060	38398	84458
%	55	45	100.00

CUADRO N° 11

FUENTE: Organizando el Futuro de Cayambe

ELABORACION: La Autora

La población total actual de acuerdo a los datos de organizando el futuro del cantón” 84458 habitantes, de los cuales el 55% tienen trabajo o desempeñan alguna actividad con remuneración económica en cambio el 45% restante pertenecen a la población inactiva, los que no perciben remuneración; económicamente están inactivos: estudiantes, amas de casa, pensionistas y otros.

1.2.3.1 ANALFABETISMO:

A nivel nacional el problema del analfabetismo es uno de mayor impacto. Existe un 7,03 % del total de habitantes del Ecuador que sufren este problema, en el cantón Cayambe no existe el analfabetismo porque en los últimos años se ha venido alfabetizando con el programa “Yo si puedo” que es un convenio realizado con el gobierno de Cuba y el municipio de Cayambe es por esta razón que no existe índice de analfabetismo en este cantón.

1.2.4 Actividades económicas

Cayambe es un espacio que cuenta con tres ejes económicos importantes:

1.2.4.1 La agricultura y ganadería

1.2.4.2 La producción florícola

1.2.4.3 Prestación de servicios

En los últimos diez años se observa un rápido crecimiento pasando de una economía basada en el cultivo de cereales y la producción de leche a una economía cuyo eje fundamental es la producción florícola. Sin embargo, si bien la floricultura es un eje importante en la economía del Cantón es necesario reconocer que existen otros ejes que también participan con fuerza en la economía de la región, como son la economía campesina basada en la producción agrícola, ganadera, y la que hemos denominado como economía urbana o de prestación de servicios, basada en el comercio.

Una reflexión detenida sobre los mismos, sus potencialidades y problemas permitirán abordar la problemática económica y enfocar el desarrollo de acuerdo a los intereses de los distintos actores.

1.2.4.1 Agricultura:

Cayambe es un cantón rico en agricultura y ganadería a nivel empresarial y campesino.

Una de las bases de la economía del cantón Cayambe es la agricultura, con la producción de cereales tubérculos y hortalizas. Los productos de mayor escala son: cebada, papas, trigo, maíz; se cultivan en menor escala: arveja, habas, fréjol, hortalizas, vicia, cebolla, siembran también alfalfa para la alimentación de animales menores, como son: chanchos, pollos, cuyes, conejos.

Varias familias venden sus productos en el cantón para satisfacer las necesidades del mismo, que son comercializados en los mercados locales. Otras llevan y venden el producto en ciudades como Otavalo, Quito, Ibarra.

La actividad florícola tuvo un importante impulso a inicio de la década de los noventa, manteniendo un crecimiento acelerado que ha producido grandes cambios económicos, sociales, y ambientales en el cantón. Sin embargo en los últimos años, la crisis del sistema financiero, el cambio del sistema monetario (por dolarización) y los aspectos legales han reducido su complejidad y están los niveles de inversión en esta actividad. Por otro lado, la agricultura y ganadería se mantienen como las actividades principales de los hogares rurales.

A continuación se puede observar los productos que producen el cantón Cayambe y los lugares a donde se comercializan.

PRODUCCIÓN Y MERCADO DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS

Producción Principal	Mercado habitual al que se destina
Fréjol	Local-Provincia- otras Provincias
Maíz	Local – Provincia- otras Provincias
Arveja	Provincia
Hortalizas	Mayorista - Ibarra
Tomate de Árbol	Mayorista - Ibarra
Tomate Riñón	Mayorista -Ibarra

CUADRO Nº 12

FUENTE: Organizando el Futuro de Cayambe

ELABORACION: La Autora

1.2.4.2 Ganadería:

La ganadería es otra fuente de la economía del cantón Cayambe en gran potencia. El ganado vacuno es predominante para la obtención de leche , constituyéndose en el principal producto de esta región, la misma que es industrializada para convertirla en quesos, yogurt, leche en polvo, manjares, y otros derivados, para luego ser comercializados. A pesar que la ganadería de leche ha decaído todavía se conservan datos de grandes ganaderos de primer orden y calidad.

1.2.4.3 La Producción florícola:

Varias haciendas, que antes eran agrícolas y ganaderas, han sido convertidas en fincas florícolas. Desde hace 14 años, aproximadamente, ciudadanos nacionales y extranjeros han invertido considerables recursos monetarios en esta actividad.

Esta es una actividad económica que se desarrolló con gran dinamismo en la década de los 80, creciendo a ritmos superiores al 20% anual hasta el 2007, año en que, por decreto municipal se prohíbe la implantación de nuevas fincas, basta establecer un sistema de uso racional del suelo del Cantón. Desde entonces, aunque el número de empresas no aumenta considerablemente, pero continúa creciendo la superficie cultivada con flores para exportación, sobrepasando al momento las 3000 has.

Estas fincas para el cultivo de flores cortadas para exportación se asentaron y desarrollan en la cuenca del Río Pisque, en tierras relativamente planas, con acceso a agua de *riego*, aptas para la producción agropecuaria. Rosas de excelentes variedades, claveles y otras, se exportan a Estados Unidos y otros países de Europa.

Estas empresas han creado varios miles de puestos de trabajo que ha beneficiado a personas de Cayambe y otras regiones del País. Existen en el Cantón Cayambe alrededor de 120 fincas florícolas

Se puede agrupar a las fincas por el tamaño de sus inversiones, por la tecnología utilizada, las condiciones de trabajo en su interior y en general de acuerdo a su función en la sociedad. Aunque no se tiene información para afirmar cuantas fincas son de cada tipo, a grosso modo se puede hablar de tres tipos de floricultoras:

- a) Empresas con alta inversión de capital, suficiente para disponer de tecnología de punta. Se encuentran exitosamente

implantadas, su estructura, tecnología, reglamentos y normas se encuentran plenamente probados. Manifiestan cierta inclinación a cumplir con algunos requerimientos y demandas de mejoras y de control sobre la floricultura, tratan de controlar la contaminación ambiental y proteger en algo la salud de sus trabajadores. Su número es reducido.

- b) Fincas con menor cantidad de recursos y tecnología que las anteriores y para competir con ellas deben recurrir al crédito y a otros servicios de apoyo o compra de tecnología, que a su vez representa incrementos de costos y menores rentabilidades. En este grupo, que es mayoritario y diverso, se fuerzan los recursos naturales y humanos, y se cumplen a medias con los reglamentos de funcionamiento, las garantías ambientales y sociolaborales de sus trabajadores.
- c) Fincas que se encuentran en proceso de implantación, que están probando las tecnologías y métodos de producción, donde lo último que incorporan son las normas técnicas de protección ambiental y las garantías a sus trabajadores. En este grupo se encuentran también los pequeños productores de flores para el mercado interno y los productores de insumos para las empresas de mayor tamaño.

1.2.4.4 Turismo:

El valle de Cayambe esta localizado donde el clima es templado entre 8° y 22° con variaciones, a veces, considerables. Tiene paisajes miradores hacia el majestuoso y bello nevado Cayambe y el taita Imbabura.

Cayambe cuenta con su gran potencial para desarrollar turismo comunitario a través de proyectos productivos, ya que su gente, rica en costumbres ancestrales y poseedora de una solidaridad que busca el bien mancomunado de sus habitantes, ha sido el centro de atención para propios y extraños.

El nevado Cayambe es un lugar de primer orden recreacional y turístico; en sus faldas encontramos un refugio para alojamiento de andinistas, posee una gran variedad de flora y belleza paisajística que pueden ser aprovechados mediante la construcción de senderos ecológicos. El Nordeste tenemos la laguna de San Marcos; hacia el Sudeste se encuentra Oyacachi, perteneciente a la provincia de Napo, pero cercana a Cayambe, con un paisaje atractivo rodeada de pequeñas cataratas de agua que forma el río Oyacachi: tiene aguas termales y ruinas de casas de piedra del pueblo antiguo. Los Pucarás de Cangahua, zona de valor arqueológico e histórico. Los balnearios de Ishigto, Guachalá y El Tingo con aguas termales y curativas. El Monumento a la línea Ecuatorial, conocido como “La Bola de Guachalá”. En la parroquia de Ayora, se levanta en una pequeña colina, El Mirador de Fátima. El Parque Yasnán es un lugar con varias posibilidades de atracción y recreación las ruinas de Puntiachil situadas a cinco cuadras del parque central son el sitio histórico donde los antiguos Cayambis construyeron el templo de adoración al Sol y posiblemente, haya sido un sitio de observación astronómica.

1.3 PROBLEMA U OPORTUNIDAD

Después de haber realizado el diagnostico situacional, hemos concluido que en el Cantón Cayambe existen las condiciones agro-económicas para la formulación de un proyecto que permita la implantación de una microempresa de comercialización de melaza hacia las empresas florícolas del cantón Cayambe.

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO

2.1 UTILIZACION DE LA MELAZA

Captura y preparación de microorganismos eficientes EMAs.

Los EMAs son cultivos microbianos mixtos que han sido obtenidos en los ecosistemas locales, y que contienen varios tipos de microorganismos con funciones diferentes dentro de los cuales podemos citar:

2.1.1 Bacterias productoras de ácido láctico

2.1.2 Levaduras

2.1.3 Actinomicetes

2.1.4 Hongos filamentosos y

2.1.5 Bacterias fotosintéticas

Las sustancias bioactivas (Las enzimas, vitaminas, fitohormonas, antibióticos.)

Los aminoácidos, los ácidos nucleicos, etc. Producidos por las diversas especies de microorganismos ejercen directa o indirectamente influencia positiva en el crecimiento de las plantas.

Elaboración de trampas para capturar EMAs.

2.1.1 Materiales:

Tarrinas de plástico de un litro	36
Medias nylon	18
Ligas	36
Arroz cocinado	5 lb
Melaza	10kg
Harina de pescado	1kg

2.1.2 Procedimiento:

- a) Se cocina las 5 libras de arroz con sal y sin manteca
- b) En cada tarrina se coloca aproximadamente 5 onzas de arroz cocinado, 2 cucharadas de harina de pescado y 7 cucharadas de melaza.
- c) Se homogeniza el contenido
- d) Se tapa las tarrinas con un pedazo de media nylon y sujeta la misma con una liga.
- e) Todas las tarrinas preparadas se las coloco en dos cajas de flor.
- f) Se entierra las tarrinas en sistemas no invertidos, en este caso se lo hizo en la reserva Mojanda.
- g) El procedimiento para enterrar fue: se cavo un hoyo, se coloca la tarrina sobre la cual quede una distancia de 10cm aproximadamente del suelo y finalmente se cubre con vegetación, además se coloca un plástico para evitar que entre agua a la tarrina.

2.1.3 Cosecha y preparación de EMAs

Transcurridos 15 días se retira las tarrinas enterradas las cuales se clasifica desechando las que tengan agua.

Una vez en la finca, con las tarrina se procede de la siguiente manera.

- a) Se vierte el contenido de la tarrinas en un balde, dicho contenido es arroz impregnado con microorganismos, se comprueba esto ya que en el arroz se nota diferentes colores de colonias de microorganismos.
- b) Se coloca 9 litros de agua limpia cocinada en un tacho.

- c) Se adiciona 6 kilos de melaza y se bate o licua.
- d) Se obtiene 12 litros de la solución madre.
- e) A este contenido batido se lo coloca en un tanque de 200 litros.
- f) Se le coloca además:
 - 4 litros de leche
 - 2 kg de soya molida
 - 4 litros de yogurt natural
 - 10 litros de melaza

Finalmente se adiciona agua limpia sin clorar hasta completar los 200 litros

- g) se tapa y se deja fermentar por 8 a 10 días.
- h) a los 8 a 12 días se tiene un líquido con un color agradable y con espuma, los cuales son signos de una buena fermentación
- i) para poder aplicar o guardar el líquido con los EMAs, se procede a cernir el contenido de los tanques, ya que se encuentra con restos de los ingredientes utilizados como: arroz, afrecho de soya.
- j) Entonces se pasa el contenido por dos zaranes, luego de lo cual se guarda en canecas de 25 litros de color oscuro.
- k) De cada tanque preparado se obtiene alrededor de 175 litros de EMAs los mismos que son aplicados para elaborar compost y otros microorganismos.

El costo de los EM importados es de 5 dólares por litro, en el caso de los EMAs producidos en la finca a un costo por litro de 0.33 centavos de dólar resulta mas económico producir en la propia finca, que son microorganismos propios de la región.

El mismo procedimiento de captura y multiplicación, se ha mantenido para las siguientes preparaciones, realizándose cada 15 días una captura y preparación y su posterior cosecha a los 8 -12 días.

2.1.2 Utilización de la melaza como abono.

Para realizar el abono se mezcla con materia vegetal (desechos de rosas, hojas tallos, pétalos), melaza, conjuntamente con hongos benéficos, para que ayude a acelerar los procesos de descomposición de la materia vegetal esto es cubierto por un plástico para que se concentre mas el calor y se pueda desintegrar mas rápido, por lo general este proceso dura de 1 a 2 meses mismo que es recolectado en sacos para luego ser aplicado en las camas de rosas.

Para una hectárea de cultivo se requiere de 2000 sacos de compost elaborado con 500 kilos de melaza para luego ser aplicada al suelo este proceso se realiza cada 3 meses.

2.1.2.1 Utilización de la melaza para el follaje y como adherente.

Una de las formas de utilización de la melaza es para el follaje mediante la inmersión de los tallos de rosas en una tina preparada previamente con agua y melaza a razón de 10 CC. Por litro de agua, la ventaja de este producto es que da brillo, y consistencia a sus hojas.

La adherencia es útil ya que la melaza no permite que el producto utilizado no se disperse al suelo más bien ayuda a que el producto se mantenga fijo en las hojas y tallos de las flores.

Se prepara mediante la mezcla de químicos y fertilizantes con melaza a razón de 5cc por litro y se aplica a través de fumigaciones al follaje, para

una hectárea se requiere 1000 mil litros de solución preparada con melaza microorganismos y agua.

En conclusión podemos decir que la utilización de la melaza es muy importante por lo que los países donde se exporta las flores requieren de un producto orgánico es decir solicitan el sello verde que es una certificación otorgada a una empresa agrícola en su mayoría que sea en forma ecológica este sello avaliza un producto libre de químicos, mas bien es un producto orgánico que ayuda a la conservación del medio ambiente y en especial del personal que labora, dando un mayor precio a las flores o valor agregado por ser ecológicas

2.2. Zonas Productoras de Melaza.

Se conoce que en el año 1560 cultivaban caña de azúcar en las provincias de Imbabura y Carchi, obteniendo buenos rendimientos de esta actividad. Efectivamente aún se conservan en algunas haciendas restos antiguos de instalaciones de aquella época.

La producción y la industrialización de la caña de azúcar con fines comerciales empezaron de una forma rudimentaria, con la fabricación de panela, aguardiente y azúcar de pilón. Los primeros trapiches se movían en base a fuerza humana o animal. La panela se la obtenía con los mismos métodos actuales, es decir cocinando el jugo a altas temperaturas y pasándole a trastes de pilas, hasta obtener el “punto” deseado. La elaboración del aguardiente no ha mejorado desde épocas coloniales, se mantiene la misma molienda de caña, los mismos de guarapo; es decir los mismos métodos antiguos.

En nuestro país se produce la caña de azúcar en climas calidos y templados de todas las provincias de la costa en la región del Guayas y los Ríos; en la zona de la sierra en las provincias de Cañar, Loja e

Imbabura con una producción mediana y en la región Oriental con una pequeña producciones por esta razón los ingenios azucareros están ubicados en sus respectivas provincias. Existe además otros tipos de forma de aprovechar industrialmente la caña como por ejemplo la industria licorera que la transforma en alcohol etílico, otros la procesan para obtener ácidos lácticos, críticos y glicerina todos estos productos son muy útiles en la vida del hombre.

Así como la melaza es un subproducto de la azúcar que actualmente se utiliza como alimento de engorde de ganado bovino y en la industria alcohólica.

2.2.2 Temperatura.

El jugo obtenido de los molinos mediante un medidor de flujo digital es bombeado a un calentador primario que lo lleva a una temperatura entre 60y 65^o C y pasa por una corona de sulfatación para producirse una reacción de absorción de SO₂ con el jugo, hasta conseguir un ph entre 3,8 y4,2. Elimina las materias colorantes y transforma las sales ferricas que dan color en compuestos ferrosos.

A continuación se realiza un proceso de encalado mediante la utilización de lechada de cal con una densidad de 5 a 7^o Bé, hasta conseguir un ph entre 7.0 y 7.2 se añade ácido fosfático, en este proceso se elimina los ácidos orgánicos del jugo, formando sales insolubles. Pasamos luego al calentamiento secundario que al igual que en el proceso anterior se utiliza calentadores cuya temperatura sube a 95- 100^o C. a esta temperatura llega el clarificador GRAVER, donde se completa la reacción con flocúlate, fosfatos y cal formando un grumo que precipita en las bandejas del clarificador, depositándose en el fondo los lodos y saliendo un jugo claro color amarillo transparente y cristalino con un hp entre 6.6 a 7.0.

La cristalización se lleva a efecto en tachos al vacío de simple efecto en los cuales se concentra el jarabe hasta el punto de saturación, aquí se introduce una semilla que es una cantidad de azúcar pulverizada en finos granos mezclada con alcohol etílico o izo propílico para que sirva de núcleos de cristales de azúcar y vayan creciendo conforme las moléculas de sacarosa se hayan depositando en ellos. Se forma una mezcla de cristales y jarabe que se le conoce como masa cocida para que no se disuelvan los cristales la concentración de esta debe ser de más de 90^o Brix. Esta vendría a constituirse la primera cristalización por cuanto se separa el grano de la miel, esta todavía tiene alta cantidad de azúcar, por lo tanto para seguir recuperando se debe hacer otra masa cosida segunda (B), que nos da una azúcar de segunda y una miel de segunda (B) con la miel se hace una masa cosida de tercera (C) y con el grano que se llama magna, se lo mezcla con jarabe y sirve de semilla de una masa A, así mismo de la masa C, sale otro grano que viene a ser magna de tercera y la miel ya se le desecha como melaza.

2.3 Variedades.

La amplia variación entre las viscosidades de diferentes mieles del mismo grano procedente de distintos ingenios y mieles de grano diferente provenientes tanto del mismo como de diferentes ingenios resulta fácil de comprender debido a los diferentes constituyentes no azucares de cada miel individual. El contenido de dextrano constituye también un atributo importante de la viscosidad de la miel.

La máxima viscosidad de la primera miel podría ser más elevada que la mínima viscosidad de las mieles finales o C; o sea la primera miel de un Ingenio puede ser más viscosa de una temperatura dada que la miel final de otro ingenio.

Se puede distinguir cuatro clases de melazas; tres de ellas tienen un interés especial.

a.- Melazas de Azúcar Crudo o Melazas Verdes.- se forman durante la fabricación del azúcar crudo.

b.- Melazas de Azúcar Blanco.- Se obtienen en las fabricas donde en las centrifugas se lavan por vapor por los cristales de azúcar crudo amarillo, y que producen azúcares blancos directos o azucares afinados.

c.- Melazas de Refinería.- resultan del azúcar crudo después de su redisolución y cristalización durante la producción del azúcar refinado se observa una acumulación de rafinosa en estas melazas.

d.- Melazas Desechadas Steffen o Melazas Desazucaradas.- se forma en el proceso de desazucarado de las melazas y tienen poca importancia comercial.

En lo que se refiere a la composición química no hay diferencias características entre las tres clases principales de la melaza teniendo en cuenta las variaciones normales de composición.

2.4. Condiciones de Almacenamiento.

Los tanques para el almacenamiento de las mieles deben tener un amplio margen de seguridad estructural. Existen razones fundamentales para creer que la mayoría de las explosiones de los tanques de miel mencionadas en las bibliografías fueron en realidad derrumbamientos causados por una estructura defectuosa desde la sección del tanque o debilitamiento de las planchas debido a la acción corrosiva de los ácidos presentes en las mieles.

Asimismo es necesario proveer al tanque de una adecuada conexión a tierra para impedir daños por descargas eléctricas y adecuada ventilación

para permitir el escape de los gases, producidos por la descomposición que se acumula sobre las mieles.

Puesto que la miel densa tiene una densidad relativa de casi 1.50, los tanques construidos para almacenar agua nunca se deben llenar a más de dos tercios de la altura del tanque cuando se utilicen para mieles.

2.5. **Beneficios de la melaza.**

Los aspectos económicos de la utilización de la melaza están relacionados con un precio en el mercado, mismo que fluctúa de tiempo en tiempo.

La utilización de las mieles en la actualidad muy probablemente la fábrica mas diversificada de azúcar de caña del mundo, en la provincia de Guangdong, China donde además se utiliza otros productos secundarios, la fabrica hace también pleno uso de las mieles para producir levadura y etanol por fermentación luego se recupera el gas de los fermentadores para producir CO₂ líquido y hielo seco.

Además se derriban algunos productos de uso medico por ejemplo: ácido ribonucleico, nucleótidos trifosfato de adenosina, fosfato de citadina y coenzima a, todos con una pureza muy alta.

Unas dos terceras partes se utiliza para producir pienso para el ganado, la miel se subministra directamente en cantidades considerables al ganado, estas y otros beneficios mas que tiene la melaza a mas de tener vitaminas sirve también para una buena alimentación de los seres humanos.

2.6. Nutricional y Alimenticia.

La melaza es un alimento natural y por esto mismo no puede producir efectos nocivos salvo el caso de los diabéticos que no pueden consumirla.

La melaza fue mencionada por primera vez en los programas nutricionistas de radio nueve de Octubre como “el mejor alimento para los niños desnutridos y anémicos porque es rica en hierro y calcio”, se vendía también para el engorde para los animales.

En lo que se refiere a las comidas diarias siempre simples y naturales pero la forma de tomar la melaza será a cualquier hora del día, preferentemente después del desayuno, que será a base de jugos y abundante frutas, los adultos pueden ingerir un vaso de leche con una cucharada de melaza pura, y si se encuentre un poco amargo agregar una cucharada de miel de abeja.

Muchos médicos coinciden en recomendar tomar melaza porque ayuda a contrarrestar los males que tenemos los seres humanos ayudando a combatirlos.

2.6.2. Vitaminas.

Las vitaminas estables al calor y a los álcalis se hallan concentradas en las mieles finales pero solo el mioinositol satisface los requerimientos dietéticos mínimos. Biotina, niacina, ácido pantoténico y riboflavina pueden estar presentes en cantidades significativas y varias otras vitaminas en cantidades menores.

La melaza es una sustancia oscura que se desprende del azúcar en el proceso de fabricación, es asombrosamente eficaz contra los malos de una alimentación pobre en dichas vitaminas y minerales.

El doctor Forbes Ross lo señaló ya “que los trabajadores de la caña de azúcar que está constantemente masticándola rara vez padecen de esa terrible enfermedad que es el cáncer” y esto lo atribuye al alto contenido de sales de potasio de la caña de azúcar sin procesar.

En muchos países se han dedicado a la investigación de alimentos naturales como los restauradores de nuestro organismo entre ellos se encuentran en un lugar muy importante la melaza.

La melaza tiene las siguientes vitaminas y minerales

- 2.6.2.2 Hierro
- 2.6.2.3 Cobre
- 2.6.2.4 Magnesio
- 2.6.2.5 Vitamina B
- 2.6.2.6 Vitamina B6
- 2.6.2.7 Acido pantoténico
- 2.6.2.8 Vitamina C, etc.

2.7. LA EMPRESA

2.7.1 Definición

REYES PONCE Agustín: 1993 “Para las empresas, es importante la administración porque se lograra mejores resultados.” (Pág. 28).

La empresa es una organización económico - social con vida propia donde se integran elementos humanos, técnicos y materiales para satisfacer las demandas existentes en el mercado sea de bienes o servicios, cuyo objetivo principal es la obtención de utilidades.

2.7.1.1 Características de la empresa

- ✓ Es una organización de pocos socios, que pueden ser considerada como una empresa de carácter individual cuya actividad responde al dinamismo de su propietario.
- ✓ El capital es muy limitado en cantidad, sea grande o pequeño, es indispensable como un activo para el nacimiento y funcionamiento de la empresa.
- ✓ La producción hace por cuenta y riesgo del empresario, que implica que la responsabilidad económica y funcional recaiga en él.

2.7.2 Tipos de organización empresarial

2.7.2.1 Por la actividad que realiza

a) Las empresas de servicios.-

Este tipo de empresa ofrecen servicios al público en lugar de productos, existiendo empresas con fines de lucro, ejemplo Compañías de transporte, Clínicas Privadas. Por otro lado empresas sin fines de lucro sino de ayuda social, Hospitales Públicos, y otras.

b) Las empresas comerciales.-

Son las que venden productos elaborados por otras empresas, es decir son intermediarias entre el productor y el consumidor, como las Comercializadoras de vehículos, supermercados.

c) Las empresas industriales.-

Son las que transforman las materias primas en productos semi elaborados o productos terminados como son las Fábricas Textiles, las Ensambladoras de Vehículos, etc.

2.7.2.2 Por el tamaño de la empresa

a) Microempresas.-

Emplean hasta 10 trabajadores, y su capital fijo (descontado edificios y terrenos) es suministrado directamente por su propietario.

b) Mediana empresa.-

Alberga de 50 a 99 obreros, y el capital fijo no debe sobrepasar de 100 mil dólares.

c) Grandes empresas.-

Son aquellas que tienen más de 100 trabajadores y 120 mil dólares en activos fijos.

2.7.2.3 Por el sector al que pertenece

a) Empresa privada.-

Organizada y controlada por propietarios particulares cuya finalidad es lucrativa y mercantil.

b) Empresa pública.-

Controlada por el Estado u otra corporación de derecho público cuya finalidad es el bien público.

2.7.2.4 Por el aspecto jurídico

Ley De Compañías: 2004 “Hay tres formas fundamentales de organización empresarial: la propiedad individual, la sociedad colectiva y la sociedad anónima”. (Pág. 15).

a) Sociedad colectiva.-

Una empresa de propiedad colectiva es aquella cuyos propietarios son un número reducido de personas que realizan el comercio bajo una razón social, respondiendo en forma solidaria e ilimitada en caso de quiebra, disolución o liquidación de la empresa, participan conjuntamente de los beneficios. El capital está dividido en aportaciones, siendo necesario el pago de por lo menos el 50% del capital

b) Sociedad anónima:

Está formada por lo menos con dos o más accionistas, los que responden por el monto de sus aportaciones, integrados bajo una razón social incluidas las siglas “CA” o “SA”, el capital social será mínimo de \$ 800 USD dividido en acciones.

2.7.2.5 Marco legal

Toda actividad empresarial, y los proyectos que de ella se originan, se encuentran incorporados en un régimen legal que regula los derechos y deberes de los diferentes agentes económicos que en ella intervienen.

a) Registro

Un registro es un documento conferido por el Registro Mercantil, que otorga a todas las entidades de atención pública y privadas, nacionales e internacionales que ejecutan planes, programas, proyectos, acciones, medidas de protección, medidas socioeducativas, prevención, promoción, dentro de la jurisdicción del cantón Cayambe.

El registro de entidades de atención comprende la autorización, registro e inscripción del proyecto conforme a lo previsto en los Art. 29 y 30 del Código de Comercio.

b) Patente de funcionamiento

La patente de funcionamiento se la obtiene en el Municipio de Cayambe, esta se la puede adquirir hasta un mes después de que se haya iniciado la comercialización de cualquier empresa, la patente sirve para un año y se la cancela hasta el 31 de enero del año en curso según la categoría y clasificación que registra esta entidad.

c) Registro único de contribuyentes (RUC)

El registro único de contribuyentes (RUC) constituye el punto de partida para el proceso de administración tributaria.

Es el número de identificación de todas aquellas personas naturales y sociedades que son sujetas de obligaciones tributarias, Su inscripción debe hacerse dentro de los treinta días hábiles siguientes a su inicio de actividades.

d) Facturación

El reglamento de Facturación tiene por finalidad el transparentar las actividades económicas del país, a través de la documentación con comprobantes de venta de todas las transacciones que se realicen.

Permite crear además un sistema de control a través del cruce de información y asegurar así que el Impuesto al Valor Agregado (IVA).

2.8 LA MERCADOTECNIA EN LA EMPRESA

2.8.2 Concepto de mercadotecnia

KOTLER Philip; ARMSTRONG Gary: 1998 “Busca la satisfacción de las necesidades, deseos, o preferencia del cliente actual. Posibilita el desarrollo de nuevos productos o servicios”. (Pág. 4).

La mercadotecnia implica servir a un mercado de usuarios finales frente a la competencia.

2.8.3 Función de la mercadotecnia

En su inicio la mercadotecnia se limitaba a intentar vender un producto que ya estaba fabricado, es decir, la actividad de mercadotecnia era posterior a la producción del bien y sólo pretendía fomentar las ventas de un producto final. Ahora, el marketing tiene muchas más funciones que han de cumplirse antes de iniciarse el proceso de producción; entre éstas, cabe destacar la investigación de mercados y el diseño, desarrollo y prueba del producto final.

La mercadotecnia se concentra sobre todo en analizar los gustos de los consumidores, pretende establecer sus necesidades y sus deseos e influir su comportamiento para que deseen adquirir los bienes ya existentes.

2.8.4 Objetivos de la mercadotecnia

2.8.4.1 Objetivos Generales:

- 2.8.4.1.1 Identificar oportunidades de mercadotecnia
- 2.8.4.1.2 Identificar mercados rentables en los que la incursión de la empresa sea factible.
- 2.8.4.1.3 Lograr una buena participación en el mercado.
- 2.8.4.1.4 Lograr utilidades o beneficios para la empresa.

2.8.4.2 Objetivos Específicos:

- 2.8.4.2.1 Obtener información actualizada y fidedigna.
- 2.8.4.2.2 Conceptualizar productos y/o servicios que satisfagan necesidades y deseos de los clientes.
- 2.8.4.2.3 Fijar un precio que los clientes estén dispuestos a pagar y tengan la capacidad económica para hacerlo
- 2.8.4.2.4 Ingresar exitosamente en los mercados.
- 2.8.4.2.5 Captar nuevos clientes.
- 2.8.4.2.6 Lograr la satisfacción de los clientes.

2.8.4.2.7 Lograr que el Servicio a los Clientes sea excelente.

2.8.5.1 Ingreso exitoso al mercado

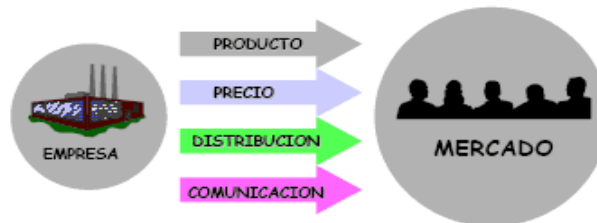
El ingresar con éxito al mercado: Significa la introducción al mercado productos y/o servicios que:

- a) Han sido conceptualizados conforme a las necesidades y/o deseos de los clientes.
- b) Se les ha fijado un precio que los clientes estén dispuestos a pagar y puedan hacerlo.
- c) Se ha logrado que estén en las cantidades adecuadas y en el lugar y momento en que los clientes lo necesitan y/o desean.
- d) Se los ha promocionado de forma tal que los clientes recuerdan su marca, sus principales características, ventajas y/o beneficios, y además, sienten la necesidad y/o deseo de adquirirlo.

2.8.4.2 Excelencia en el servicio al cliente

Uno de los objetivos más importantes de la mercadotecnia es el de lograr que los clientes tengan una experiencia positiva con el producto y/o servicio, con la finalidad de que éstos vuelvan a adquirirlo en un futuro cercano y/o lo recomienden a sus familiares, amigos y conocidos. Por ello, es necesario que el departamento de mercadotecnia planifique, implemente y monitoree las diferentes acciones que se realizan en la empresa para servir con excelencia a los clientes.

2.8.5 Herramientas de la mercadotecnia



2.8.5.1 Producto

Es la línea de productos que deben responder a las necesidades y gustos de los consumidores. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas, cumpliendo con ciertas variables como: variedad, calidad, diseño, características, marca, envase, servicios y garantías.

2.8.5.2 Precio

Es el valor que rige en el mercado para cada bien o servicio, es la cantidad en dinero que los clientes deben pagar por el mismo. Este a su vez, es el que se plantea por medio de una investigación de mercados previa, la cual, definirá el precio que se le asignará al entrar al mercado.

2.8.5.3 Plaza

Elemento imprescindible para que el producto sea accesible al consumidor, definiendo cómo y dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece. La distribución permite que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las

condiciones adecuadas. Las variables que intervienen en la plaza o distribución son: canales, cobertura, surtido, ubicaciones, inventario, transporte, logística.

2.8.5.4 Promoción

La principal actividad de la promoción es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales, las variables utilizadas por esta técnica son: publicidad, venta personal, promoción de ventas, relaciones públicas, tele mercadeo, propaganda.

2.9 FUNDAMENTOS ADMINISTRATIVOS

2.9.1. Importancia de la administración

La administración se encuentra presente en cualquier actividad por pequeña que sea. Sin el proceso administrativo, que es un ordenamiento lógico y racional, sería imposible producir bienes y servicios para el consumo y satisfacción de necesidades de la sociedad.

2.9.2 Proceso administrativo

El proceso administrativo es el núcleo de la administración de empresas como disciplina de estudio, está presente en gran parte de las definiciones que podemos encontrar sobre ella, siendo este proceso un ciclo continuo, ya que luego del último paso controlar se vuelve a empezar con planificar.

2.9.2.1 Planeación

La planeación es un proceso continuo que consiste en la selección y realización de actividades necesarias para lograr los objetivos y metas deseados, de manera eficiente y lo más económica posible. La función de la planeación es dar a conocer al grupo de trabajo los propósitos, objetivos y métodos que se seguirán para llegar hacia donde la empresa quiere.

a) Importancia de la planeación

La calidad de una planeación puede resumirse en los siguientes.

- ✓ La Planeación propicia el desarrollo de la empresa.
- ✓ Establece un sistema racional para la toma de decisiones.
- ✓ Reduce al mínimo los riesgos y aprovecha al máximo las oportunidades.
- ✓ Proporciona elementos para llevar a cabo el control.

b) Técnicas de la planeación

- a) Manuales de objetivos y políticas departamentales
- b) Diagrama de proceso y de flujo, que sirven para representar, analizar, mejorar y/o explicar un procedimiento.

c) Gráficas de Gantt, tienen por objeto controlar la ejecución simultánea de varias actividades que se realizan coordinadamente.

d) Programas de muy diversas formas, pero, especialmente los que se presentan bajo la característica de presupuestos financieros y no financieros y pronósticos.

2.9.2.2 Tipos de planes

a) Propósitos o misiones.-

Cada empresa o departamento tienen una tarea básica la cual está identificada en su misión, en todo sistema social, las empresas tienen un propósito general que es la producción y distribución de bienes y servicios.

b) Objetivos.-

Son los fines a los cuales se dirigen una actividad, representa no solo el punto final de la planeación sino también el final al cual se dirigen la organización.

c) Estrategias.-

Es la manera de actuar o las acciones utilizadas para alcanzar los objetivos previstos, valiéndose para ello de medios y de opciones o alternativas que por lo general son a largo plazo.

d) Políticas.-

Son planes que encaminan el pensamiento de los directivos en la toma de decisiones.

e) Procedimientos.-

Son guías que detallan la forma exacta en que se deben llevar a cabo las actividades, los procedimientos mantienen relación directa entre departamentos.

2.9.3 Organización

REYES PONCE Agustín: 1993 “La organización se refiere a estructurar, se refiere a cómo deben ser las funciones, jerarquías y actividades, a niveles o actividades”. (Pág. 212).

2.9.3.1 Estructura organizativa

La estructura organizacional generalmente se presenta en organigramas. Todas las empresas necesitan unidades o departamentos tanto de línea como de asesoría (staff). Los gerentes de línea contribuyen directamente al logro de los objetivos y metas principales de la organización.

2.9.3.1.1 Principios De Organización

a) Unidad de mando.-

Un subordinado sólo deberá recibir órdenes de un solo jefe, cuando no se respeta este principio se generan fugas de responsabilidad, se da confusiones y se produce una serie de conflictos entre las personas.

b) Definición de puestos.-

Se debe definir con claridad el contenido de los puestos en relación a los objetivos de los mismos.

2.9.3.2 Organigramas

Constituyen instrumentos de importancia en una empresa, reflejar la realidad de cómo está estructurada la organización.

Un organigrama debe ser difundido entre todo el personal de la organización, con la finalidad de que se conozca, la ubicación, jerarquías, responsabilidades y campo funcional.

2.9.3.2.1 Objetivos de los organigramas:

La información y racionalización estructural y funcional, se define en:

- a) Definir y hacer conocer las áreas de acción de cada integrante.
- b) Hacer conocer a todos los integrantes su posición relativa en su estructura.
- c) Dar a conocer al exterior la estructura organizativa de la empresa.

2.9.3.2.2 Elementos de un organigrama:

En la realización de un organigrama es de mucha significación los siguientes elementos:

- a) Identificación.
- b) Uso de rectángulos.
- c) Posición jerárquica.
- d) Leyendas.

- e) Líneas.
- f) Distribución.
- g) Referencias.
- h) Elementos gráficos
- i) Figuras

2.9.3.3 Clasificación de los organigramas

2.9.3.3.1 Por el contenido

a) Organigrama estructural.-

Representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes o integrantes; es decir, sus unidades administrativas, departamentos, etc.

b) Organigrama funcional.-

Es una modalidad del estructural que representa gráficamente las funciones principales básicas de una unidad administrativa. Al detallar las funciones se inicia por las más importantes y luego se registran aquellas de menor trascendencia.

2.9.3.4 Por su forma

a) Organigrama circular.-

Este tipo de organigrama es una forma especial de representar la estructura de una organización cuya característica básica es la de ubicar en el corazón del círculo a la máxima jerarquía de la organización, y la categoría será menor a medida que la posición de la unidad se halle más alejada del centro.

2.9.4 Dirección

REYES PONCE Agustín: 1993 “La dirección es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado, por medio de la autoridad del administrador,”. (Pág. 305).

2.9.4.1 Principios de la dirección

a) Motivación.-

Es una característica de la psicología humana que contribuye al grado de compromiso de la persona. Las metas de la organización son inalcanzables a menos que exista el compromiso permanente de los miembros de la organización.

b) Liderazgo.-

En forma gerencial es el proceso de dirigir las actividades laborales de los miembros de un grupo y de influir en ellos, los líderes actúan para ayudar al grupo a obtener objetivos mediante la aplicación máxima de sus capacidades,

c) Comunicación.-

El propósito de la comunicación en una empresa es llevar a cabo el cambio, influir la acción hacia el bienestar de la empresa. Se necesita de la comunicación cumplir las metas de la organización.

d) Equipos y trabajo en equipo.-

Un equipo se define como dos o más personas que interactúan y se influyen entre sí, con el propósito de alcanzar un objetivo común. En las empresas, existen dos tipos de equipos los formales e informales.

2.9.5 Control

Es la función administrativa que consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional para asegurar que los hechos

se ajusten a los planes y objetivos de las empresas. Muestra donde existen desviaciones con los estándares y ayuda a corregirlas.

2.9.5.1 Elementos del control

a) Establecimiento de estándares.-

Es la aplicación de una unidad de medida, que servirá como modelo, guía o patrón, base para efectuar el control.

b) Medición de resultados.-

La acción de medir la ejecución y los resultados, puede de algún modo modificar la misma unidad de medida.

c) Retroalimentación.-

El establecimiento de medidas correctivas da lugar a la retroalimentación; es aquí donde se encuentra la relación más estrecha entre la planeación y el control.

2.9.6 Manual de funciones

2.9.6.1 Definición

GULICK: 1993 “Los manuales de organización permiten desarrollar con mayor eficiencia las funciones de cada unidad administrativa”. (Pág. 56).

Los manuales de funciones constituyen una guía para quienes están en los mandos altos y que deben evaluar el desempeño del personal a su cargo, comparando su eficiencia en el trabajo a ellos encomendados.

a) Ventajas de los manuales de funciones

El manual de funciones se convierte en un instrumento de coordinación formal, permite llevar la duplicación de esfuerzos y hace más simple la revisión y perfeccionamiento de los métodos y procedimientos de trabajo, entrenando nuevos empleados y asignando funciones de manera racionalizada a cada unidad administrativa, permitiendo uniformidad en la interpretación y aplicación de las políticas.

2.9.6.2 Contenido de los manuales

El contenido de los manuales contendrá los siguientes aspectos: Tamaño de la empresa y Asunto a tratar.

Los manuales no deberán ser simplemente una colección de leyes, decretos o reglamentos, más bien el resultado de un trabajo en equipo que mantenga la misión, que persigue para la institución.

2.9.6.3 Pasos para elaborar un manual

Una vez que se ha determinado el propósito a que va dirigido, su alcance y su contenido, se requiere adicionalmente conocer los siguientes datos:

- a) Acta de constitución de la empresa
- b) Las tareas asignadas a cada puesto de trabajo.
- c) La descripción de procedimientos administrativos y financieros.

- d) Los formularios utilizados en los trámites.
- e) Boletines informativos de la empresa.
- f) Organigramas de la empresa.

2.9.7 Talento humano

Se denomina talento humano al trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores de una empresa

2.9.7.1 Dirección de personal.-

Actividades de los responsables de los trabajadores en cualquier organización, entre las que se encuentran supervisar el reclutamiento, la selección, gestión, formación y valoración de los empleados. La dirección de personal también se encarga de reclamaciones y quejas, excedentes de personal y despidos, estructuras de salarios, condiciones de empleo.

2.9.7.2 Gestión de Recursos Humanos

Estrategia empresarial que recalca la importancia de la relación individual frente a las relaciones entre gestores, directivos y trabajadores. La GRH se refiere a una actividad que depende menos de las jerarquías, órdenes y mandatos, y señala la participación activa de todos los componentes de la organización.

2.9.7.3 Proceso de selección de personal

a) Reclutamiento.-

Es el proceso de identificar e interesar a candidatos capacitados para llenar una vacante. El proceso de

reclutamiento se inicia con la búsqueda y termina cuando se reciben las solicitudes de empleo.

b) Selección.-

Es el proceso de escoger los mejores candidatos para la organización y para el cargo vacante. Esta fase implica una serie de pasos específicos que se emplean para decidir qué solicitantes deben ser contratados. El proceso se inicia en el momento en que una persona solicita el empleo y termina cuando se produce la decisión de contratar.

c) Diseño de cargos.-

Es el proceso de organización del trabajo a través de las tareas necesarias para desempeñar un cargo específico.

- ✓ Conjunto de tareas o atribuciones que el ocupante deberá desempeñar (contenido del cargo).
- ✓ Cómo deben desempeñarse las tareas o las atribuciones (métodos y procesos de trabajo).
- ✓ A quién deberá reportar el ocupante del cargo, su superior (responsabilidad).
- ✓ A quién deberá supervisar y dirigir el ocupante del cargo, sus subordinados (autoridad).

d) Evaluación del desempeño.-

Es una calificación constante del desempeño de cada persona en las tareas que ejecuta, las metas, y resultados que debe alcanzar y su potencial de desarrollo.

Permite implantar nuevas políticas de compensación, mejora el desempeño, ayuda a tomar decisiones de ascensos o de ubicación, permite determinar si existe la necesidad de volver a capacitar, detectar errores en el diseño del puesto y ayuda a observar si existen problemas personales que afecten a la persona en el desempeño del cargo.

e) **Entrenamiento del personal.-**

Es el proceso de desarrollo de cualidades en el talento humano para habilitarlos, con el fin de que sean más productivos y contribuyan mejor al logro de los objetivos organizacionales. El propósito del entrenamiento es aumentar la productividad de los individuos en sus cargos.

f) **Disciplina.-**

Implica varios factores y exige procedimientos y criterios claros. El término disciplina se refiere a cómo se comportan las personas frente a las reglas y procedimientos de comportamiento aceptables para la organización.

g) **Evaluación del recursos humanos.-**

También llamada Auditoria de recursos humanos es el análisis de las políticas y prácticas de personal de una organización y la evaluación de su funcionamiento actual.

2.10 FUNDAMENTOS CONTABLES

2.10.1. Definición de contabilidad

SARMIENTO Rubén: 2003 “La contabilidad es la técnica que registra, analiza e interpreta cronológicamente los movimientos o transacciones comerciales de una empresa”. (Pág. 5).

La contabilidad es un resumen de los hechos económicos que ocurren a diario en un negocio, toda empresa por pequeña que esta sea necesita de

un control contable que permita conocer la situación financiera de la misma en cualquier momento; y tomar decisiones oportunas para la obtención del máximo rendimiento económico.

2.10.2. Importancia de la contabilidad

Toda empresa por pequeña que sea, desde una tienda de barrio hasta una transnacional necesitan de un control contable que se ajuste a las necesidades de las mismas, y con los resultados obtenidos los empresarios podrán tomar las decisiones pertinentes para el logro de los objetivos, de ahí la importancia de llevar una contabilidad empresarial.

2.10.3. Tipos de contabilidad

La contabilidad debido a su importancia debe ser llevada en forma obligatoria por: Instituciones Públicas, Empresas Privadas o Autónomas, según disponga la ley.

Por su naturaleza se clasifican de la siguiente manera:

CLASIFICACIÓN DE LA CONTABILIDAD

CONTABILIDAD					
COMERCIAL O GENERAL	INDUSTRIAL O DE COSTOS	BANCARIA	AGRÍCOLA	GUBERNA- MENTAL	DE SERVICIO EN GENERAL
Compra venta de bienes	Transforma- ción de materia prima en bienes	Indispensabl e para los bancos, las empresas de seguros y financieras	Su utilización es requerida en empresas del agro y ganadería	Es vital para disponer los resultados de ingresos y egresos de los fondos públicos	Prestacio nes de toda clase de servicios

CUADRO No. 13

2.10.4. Procedimientos contables

El manejo de registros constituye una fase o procedimiento de la contabilidad. El mantenimiento de los registros conforma un proceso importante, todas las actividades contables dependen de la exactitud e integridad de los registros de la contabilidad.

- 2.10.4.1 Cuentas de activo
- 2.10.4.2 Cuentas de pasivo
- 2.10.4.3 Cuentas de patrimonio
- 2.10.4.4 Cuentas de ingresos y gastos
- 2.10.4.5 Libro Inventario: Resumen del inventario
- 2.10.4.6 Libro Diario: Asientos de partida contable
- 2.10.4.7 Libro Mayor: Registro resumido de los movimientos contables
- 2.10.4.8 Balances: Comprobación del movimiento contable
- 2.10.4.9 Estados Financieros: Productos Contables
- 2.10.4.10 Análisis Financieros: Toma de decisiones

2.10.5. Estados financieros

El resumen de todo el proceso contable se denomina Estados Financieros, que desde el punto de vista de una organización, tienen la finalidad de presentar de manera clara, objetiva e imparcial la posesión financiera y los resultados de las operaciones para el período en curso.

CASTILLO Patricio: 2004 “De conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados y vigentes en el país determinan como estados financieros básicos”. (Pág. 1-17), los siguientes:

a) Estado de situación financiera.

Debe incluir y presentar en forma adecuada todos los activos, pasivos y clases de propietarios del patrimonio.

b) Estados de resultados.-

Contiene una adecuada descripción de los ingresos, costos y gastos. Es el resumen de la información económica de un período determinado.

b) Estado de flujo de efectivo.-

Presenta la información detallada de los cobros y pagos de efectivo durante un período, permite evaluar la habilidad de la empresa para generar flujos de efectivo positivos, cubrir obligaciones y cumplir con sus necesidades de financiamiento externo.

2.11. EVALUADORES FINANCIEROS

2.11.1. Tasa interna de retorno (tir)

La TIR es una herramienta de toma de decisiones, es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es igual a cero.

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

Ti	Tasa inferior de redescuento
Ts	Tasa superior de redescuento
VAN	Valor positivo o negativo

2.11.2. Valor actual neto (van)

Representa la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es no pertinente la inversión en el horizonte de la misma.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = <Inversión> + \sum FC / (1 + i)^n$$

FC	Flujos de caja proyectados
i	tasa de redescuento
n	Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión

2.11.3. Relación beneficio/costo (b/c)

Al aplicar la relación Beneficio/Costo, es importante determinar las cantidades que constituyen los Ingresos llamados "Beneficios" y qué cantidades constituyen los Egresos llamados "Costos".

Esta permite relacionar los ingresos y gastos que tendrá el proyecto en forma actualizada, a precios del período en que se realizan los estudios del proyecto.

La fórmula para su cálculo es:

$$\sum \text{Ingresos} / (1 + i)^n$$

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

2.11.4. Punto de equilibrio (pe)

El conocimiento del punto de equilibrio es básico para el desempeño de cualquier empresa, porque este nos permite establecer una situación financiera en la cual una organización cubre todos sus gastos y no genera rentabilidad. El punto de equilibrio se determina de la siguiente manera:

$$P E = \frac{\text{Inv.Fija} + CF}{MC}$$

PE	Punto de equilibrio	
Inv.Fija	Inversión fija	
CF	Costo Fijo	
MC	Margen de contribución:	MC = PV – CV
PV	Precio de venta	
CV	Costo variable unitario	

2.11.5. Período de recuperación de la inversión

Sirve para analizar la liquidez del proyecto o para medir en cuanto tiempo se recuperará la inversión. Si los flujos netos de caja no son constantes el plazo de recuperación se calcula acumulando los sucesivos flujos hasta que su suma sea igual al desembolso inicial.

2.11.6. Flujos de caja

El flujo de caja debe clasificar las entradas y salidas de efectivo como resultantes de actividades de inversión, financiamiento y operaciones.

JÁCOME Walter: 2005 “Representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto, tomar muy en cuenta que son datos basados en pronósticos o que en ningún momento constituyen afirmaciones seguras de los posibles ingresos y egresos del dinero”. (Pág. 74).

2.11.7. Rentabilidad

Existen muchas medidas de rentabilidad, la cual relaciona los rendimientos de la empresa con sus ventas, activos o capital contable. Estas medidas permiten al analista evaluar las utilidades de la empresa en relación con un nivel de ventas determinado, de activos por la inversión de los propietarios. La rentabilidad también se la conoce como la relación entre los ingresos y los costos.

2.12 FINANCIAMIENTO

2.12.1. Inversión propia

Se denominan fondos propios al pasivo que no se debe a financiación externa sino a las aportaciones de los socios y a los propios beneficios o pérdidas generados. Son el conjunto de recursos que tiene una empresa y que están formados por el capital social, las reservas y los resultados positivos obtenidos en el ejercicio en tanto no se repartan. Los fondos propios totales de una empresa son, por otro lado, una medida importante de su solidez financiera.

2.12.2. Financiamiento externo

La financiación externa permite a la empresa acceder a un crédito con finalidad de realizar la inversión inicial o de activos para el funcionamiento de la misma. Por lo general este tipo de financiamiento se da a corto plazo es decir un máximo de cinco años.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Una vez efectuado el diagnóstico general del área de influencia del nuevo proyecto (capítulo I), cuyo resultado fue la determinación del problema diagnóstico, consecuentemente la ubicación de la oportunidad de inversión; en este capítulo se determinará el universo a investigarse, cálculo de muestra para la aplicación de encuestas, se desarrollará todo el análisis concerniente a cualificar y cuantificar la oferta, demanda, precios, comercialización del nuevo servicio y competencia.

3.1.1. FINALIDAD DEL ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado efectuado tiene la finalidad de determinar, los siguientes aspectos: valorar la cantidad de producción exportable, la existencia real de clientes y consumidores externos a quienes se venderá la melaza producido en la jurisdicción de la provincia de Imbabura, la disposición de ellos para pagar el precio establecido, la determinación de la cantidad demandada en términos de poder elaborar una proyección de ventas, la aceptación de las formas de pago, la validez de los mecanismos de mercadeo y ventas previstas.

Según CALDAS: 1995. “Esta parte se refiere al estudio de la oferta y demanda de bienes o servicios del proyecto en estudio. Se trata de determinar la cantidad del producto que va ha hacer demandado, determinar cuánto se debe producir, a que precio, especificando las características del producto o servicio en estudio y abordando los problemas de comercialización, materias primas, ...” (Pág. 13).

Por ello el estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán para adquirir el producto que se

piensa vender, dentro de un espacio definido, además indicará si las características y especificaciones del producto corresponde a las que desea comprar el cliente, también demostrará qué tipo de clientes son los interesados, lo cual servirá para orientar el horizonte del proyecto.

3.1.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Con el fin de alcanzar resultados precisos se plantea los siguientes objetivos para desarrollar el estudio de mercado del servicio que prestará la nueva empresa.

3.1.2.1 OBJETIVO GENERAL:

Establecer el grado de aceptación de melaza por parte de los productores de flores del Cantón Cayambe.

3.1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

3.1.2.2.1 Analizar la oferta y la demanda del producto a colocar en mercados locales.

3.1.2.2.2 Determinar el método más razonable que nos permita efectuar las proyecciones de oferta y demanda.

3.1.2.2.3 Establecer y segmentar el mercado objetivo para la venta de melaza, proveniente del Ingenio Azucarero IANCEM, en los cultivos de flores del Cantón Cayambe.

3.1.2.2.4 Identificar claramente las condiciones o variables del mercado como: oferta, demanda, precios, competencia en el

mercado objetivo y canales de comercialización

3.1.2.2.5 Formular estrategias de comercialización que permitan el ingreso y posicionamiento en el mercado local.

3.1.3. POBLACIÓN Y MUESTRA INVESTIGADAS

La comercialización de la melaza abastecerá a las fincas como producto final: a) destinada a las plantaciones florícolas.

Para el presente proyecto, se ha utilizado información proporcionada por la Asociación de Floricultores, Asociación de Ganaderos de la localidad, referente al número de fincas existentes en el cantón Cayambe. Teniendo así la población identificada, que asciende a 70 florícolas ubicadas en diferentes partes del cantón y lugares aledaños, sumando una población de 70 consumidores que constituyen el universo que se ha investigado. Esto en cuanto al análisis y cuantificación de la demanda de melaza. Por otro lado también se analizarán datos sobre producción u oferta de melaza, proveniente del Ingenio Azucarero IANCEM.

3.1.3.1 CALCULO DE LA MUESTRA (DEMANDANTES)

Para calcular la muestra, que permita llevar a cabo la investigación se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{FORMULA } n = \frac{N (D)_2 (Z)_2}{N-1 (E)_2 + (D)_2 (Z)_2}$$

A continuación encontrará una explicación de cada uno de los componentes de la fórmula de cálculo de la muestra.

n = Muestra

N = Universo o población a investigar

Z = Nivel de confianza

D²= Varianza de población

E = Error

	N=70				
	Z=1,96	96%			
	D ² =0,25				
	E=0,04				
	N=?				
Numerador	N	(D)²	(Z)²		
		(0,25)	(1,96) ²		
	70	0,0625	3,8416		16,807
Denominador	N - 1	(E)²	(D)²	(Z)²	
		(0,04) ²	(0,25)	(1,96) ²	
	69	0,0016+	0,0625	3,8416	0,3505
Muestra					47,95
					n=48

Se trabajará con una muestra de 48 demandantes del producto para la aplicación de encuestas, con un nivel de error del 4% y el 96 % de confiabilidad.

3.2. ANALISIS DE RESULTADOS DE ENTREVISTAS Y ENCUESTAS APLICADAS A LAS FINCAS MAS IMPORTANTES DEL NUCLEO DE FLORICULTORES

3.2.1 ENTREVISTA APLICADA A ECUATORIAN FLOWER CIA LTDA.

3.2.1.1 PREGUNTA 1.- ¿Donde adquiere el producto que demanda la finca?

3.2.1.2 Síntesis de la respuesta.

Lo adquirimos por medio del intermediario como son Agriflor, Fertiza.

3.2.1.3 ANALISIS:

Ellos adquieren su producto en donde compran fertilizantes porque el producto es muy demandado y no se puede comprar fácilmente.

3.2.2 PREGUNTA 2.- ¿Cada cuanto se abástese de este producto?

3.2.2.1 Síntesis de la respuesta.

Cada semana

3.2.2.2 ANALISIS:

Según esta finca es abastecida cada semana debido que se requiere para diferentes procesos que se desarrolla diariamente para el cultivo de rosas.

3.2.3 PREGUNTA 3.- ¿Existe facilidad para adquirir el producto?

3.2.3.1 Síntesis de la respuesta.

No tenemos un distribuidor regular

3.2.3.2 ANALISIS:

Según la respuesta dada coexiste el problema para adquirir la materia prima, porque no existe una distribuidora que se encargue de comercializar el producto ya que es muy difícil de adquirirlo,

en nuestro Cantón, los grandes productores de melaza se encuentran en otras provincias esto acarrea al desabastecimiento del mismo.

3.2.4 PREGUNTA 4.- ¿Que cantidad de producto es necesario para satisfacer la demanda?

3.2.4.1 Síntesis de la respuesta.

Adquirimos semanalmente 500 a 800 kilos en bodega y distribuimos para toda la finca.

3.2.4.2 ANALISIS:

En Ecuatorian Flower son necesarios de 500 a 800 kilos de melaza para cubrir con sus requerimientos, debido a que sus supervisores realizaron un sondeo de cómo el producto da buenos resultados.

3.2.5 PREGUNTA 5.- ¿La comercialización del producto con sus distribuidores es directa?

3.2.5.1 Síntesis de la pregunta

No, existen intermediarios para su comercialización, porque los grandes productores no se encuentran en este cantón.

3.2.5.2 ANALISIS:

La adquisición de este producto es por medio de intermediarios, porque no existe una comercializadora dedicada a la venta directa de melaza.

3.2.6 PREGUNTA.- ¿Tienen la información suficiente sobre las técnicas y ventajas del uso de la melaza en los cultivos?

3.2.6.1 Síntesis de la pregunta.

No, requerimos de la información necesaria.

3.2.6.2 ANALISIS:

El jefe de cultivo supo manifestar que no existe la suficiente información del manejo y uso del producto, solo les informan como será su aplicación.

3.2.7 PREGUNTA 7.- ¿Los resultados logrados con el manejo de la melaza son satisfactorios?

3.2.7.1 Síntesis de la respuesta.

Si, el producto es muy bueno.

3.2.7.2 ANALISIS:

El uso del producto es muy satisfactorio, nos a dado excelentes resultados obteniendo un producto de calidad como la producción de rosas, a enriquecido el suelo, dando brillo a sus hojas, y sobre todo es un producto orgánico que no tiene consecuencias nocivas para el medio ambiente y la vida humana.

3.3 ENTREVISTA APLICADA A ECUATEVER CIA LTDA.

3.3.1 PREGUNTA 1.- ¿Donde adquiere el producto que demanda la finca?

3.3.1.1 Síntesis de la respuesta.

Lo adquirimos por medio del intermediario.

3.3.1.2 ANALISIS:

Adquirimos el producto requerido en donde hacemos las adquisiciones de los fertilizantes por no existe una distribuidora dedicada a esta labor.

3.3.2 PREGUNTA 2.- ¿Cada cuanto se abástese de este producto?

3.3.2.1 Síntesis de la respuesta.

Cada quince días.

3.3.2.2 ANALISIS:

Según esta finca es abastecida cada quince días debido que se requiere para desarrollar procesos: como fumigación que se debe realizar en los cultivos.

3.3.3 PREGUNTA 3.- ¿Existe facilidad para adquirir el producto?

3.3.3.1 Síntesis de la respuesta.

No, tenemos facilidad para adquirirlo.

3.3.3.2 ANALISIS:

Tenemos el problema para adquirir la materia prima, porque el producto es escaso y no se puede encontrar fácilmente, ya que es requerida por las demás fincas.

3.3.4 PREGUNTA 4.- ¿Que cantidad de producto es necesario para satisfacer la demanda?

3.3.4.1 Síntesis de la respuesta.

Adquirimos quincenalmente 600 a 800 kilos distribuimos para toda la finca.

3.3.4.2 ANALISIS.

En Ecuatever es necesario de 600 a 800 kilos de melaza para cubrir con sus exigencias, debido a que el producto a dado bueno resultados, obteniendo una producción con alta calidad.

3.3.5 PREGUNTA 5.-La comercialización del producto con sus distribuidores es directa.

3.3.5.1 Síntesis de la pregunta

No, existen distribuidores directos en la zona.

3.3.5.2 ANALISIS.-

La compra del producto es por medio de intermediarios, porque no existe un lugar de expendio directo dedicada a la venta de melaza.

3.3.6 PREGUNTA 6.- ¿Tienen la información suficiente sobre las técnicas y ventajas del uso de la melaza en los cultivos?

3.3.6.1 Síntesis de la pregunta.

No, requerimos de la información necesaria.

3.3.6.2 ANALISIS.-

El jefe de fumigación supo manifestar que no existe la información adecuada del uso del producto, solo les informan como será su aplicación, con adherente.

3.3.7 PREGUNTA 7.- Los resultados logrados con el manejo de la melaza son satisfactorios.

3.3.7.1 Síntesis de la respuesta.

Si, el producto es adecuado para el cultivo de rosas.

3.3.7.2 ANALISIS.-

El uso del producto es muy adecuado, nos a dado excelentes resultados obteniendo un producto de calidad con una producción de rosas mas duraderas.

3.4 ENTREVISTA APLICADA A ECUAGARDEN CIA LTDA.

3.4.1 PREGUNTA 1.- ¿Donde adquiere el producto que demanda la finca?

3.4.1.1 Síntesis de la respuesta.

Lo adquirimos en el centro agrícola.

3.4.1.2 ANALISIS:

Ellos adquieren la melaza en el centro agrícola porque no conocen otro lugar donde vendan el producto directamente a las fincas.

3.4.2 PREGUNTA 2.- ¿Cada cuanto se abátese de este producto?

3.4.2.1 Síntesis de la respuesta.

Cada semana

3.4.2.2 ANALISIS:

Según esta finca es abastecida cada semana debido a que constantemente se debe realizar agro plus, microorganismos, aplicación en drench para fertilizar el suelo, así mejorar el desarrollo de las plantas.

3.4.3 PREGUNTA 3.- ¿Existe facilidad para adquirir el producto?

3.4.3.1 Síntesis de la respuesta.

No existe la facilidad.

3.4.3.2 ANALISIS:

Se presenta el problema para adquirir la materia prima, porque no existe un lugar de distribución por lo que les toca realizar algunas peripecias para poder adquirirlo, muchas de las veces necesitan pagar mucho más del costo normal con el fin de no disminuir la calidad de la producción.

3.4.5 PREGUNTA 4.- ¿Que cantidad de producto es necesario para satisfacer la demanda?

3.4.5.1 Síntesis de la respuesta.

Adquirimos semanalmente 700 kilos que es entregado en bodega.

3.4.5.2 ANALISIS.

En Ecuagarden es necesario de 700 kilos de melaza para cubrir con sus requerimientos, en el área de cultivo para ser aplicado de acuerdo al cronograma de actividades a realizarse dispuesto por la gerencia técnica.

3.4.6 PREGUNTA 5.- ¿La comercialización del producto con sus distribuidores es directa?

3.4.6.1 Síntesis de la pregunta

No, son por personas que ocasionalmente traen el producto.

3.4.6.2 ANALISIS.-

La adquisición del producto no es confiable en la cantidad requerida debido a que las personas que los proveen no son organizadas en el abastecimiento del producto, por lo que se hace necesario también solicitar el producto a dos o más proveedores para satisfacer la demanda.

3.4.7. PREGUNTA 6.- ¿Tienen la información suficiente sobre las técnicas y ventajas del uso de la melaza en los cultivos?

3.4.7.1 Síntesis de la pregunta.

No, es suficiente solo por guías y folletos ilustrativos.

3.4.7.2 ANALISIS.-

El jefe de sanidad vegetal supo manifestar que existe la información del manejo y uso del producto, solo en base a conocimientos de cultura general, esto es por Internet, las ventajas son favorables por medio de las experiencias probadas por otras fincas que tiene ya establecido en el manejo de sus cultivos.

3.4.8 PREGUNTA 7.- ¿Los resultados logrados con el manejo de la melaza son satisfactorios?

3.4.8.1 Síntesis de la respuesta.

Si, el producto es bueno.

3.4.8.2 ANALISIS.-

El uso del producto es excelente ya que se observa un cambio en la tonalidad de las hojas u botones de la rosa teniendo una consistencia mas brillante y duradera, razón por la cual el producto es solicitado cada vez mas, y como se tiene la preferencia por el uso de un producto orgánico.

3.5 ENTREVISTA APLICADA A SAN JORGE CIA LTDA.

3.5.1 PREGUNTA 1.- ¿Donde adquiere el producto que demanda la finca?

3.5.1.1 Síntesis de la respuesta.

Lo adquirimos en el centro acopio CHAGRA SISA.

3.5.1.2 ANALISIS:

Ellos adquieren la melaza en el centro de acopio CHAGRA SISA porque es el único contacto que tienen para proveerse del producto y no existe otro lugar que conozca que tengan el producto.

3.5.2 PREGUNTA 2.- ¿Cada cuanto se abátese de este producto?

3.5.2.1 Síntesis de la respuesta.

Cada semana

3.5.2.2 ANALISIS:

Según esta finca es abastecida cada semana debido a que constantemente se debe realizar diferentes aplicaciones en las áreas de cultivo, como de fertilización, manejo fitosanitario, y tratamiento de la flor cortada.

3.5.3 PREGUNTA 3.- ¿Existe facilidad para adquirir el producto?

3.5.3.1 Síntesis de la respuesta.

No existe la facilidad.

3.5.3.2 ANALISIS:

Es difícil conseguir el producto, porque no existe un lugar de distribución razón por la que algunas veces dejan de aplicar el producto por es escaso pues no alcanza para aplicar todo lo planificado.

3.5.4 PREGUNTA 4.- ¿Que cantidad de producto es necesario para satisfacer la demanda?

3.5.4.1 Síntesis de la respuesta.

Adquirimos semanalmente 800 kilos.

3.5.4.2 ANALISIS.

En San Jorge es necesario de 800 kilos de melaza para cubrir con su demanda, ya que ellos tiene el enfoque del cultivo orgánico con la finalidad de obtener el sello verde requisito necesario como patente para poder ingresar al mercado Europeo.

3.5.5 PREGUNTA .- ¿La comercialización del producto con sus distribuidores es directa?.

3.5.5.1 Síntesis de la pregunta

No, porque no existe en Cayambe un productor de melaza

3.5.5.2 ANALISIS.-

La adquisición del producto lo hacen por medio de proveedores que de manera poco organizada les abastecen, pues la dificultad de adquirir el producto es latente, deben realizar un sinnúmero de llamadas telefónicas a fin de que sean proveídos en la cantidad requerida. A veces se ven forzados a saltarse una semana de aplicación por la falta de la melaza.

3.5.6 PREGUNTA 6.- ¿Tienen la información suficiente sobre las técnicas y ventajas del uso de la melaza en los cultivos?

3.5.6.1 Síntesis de la pregunta.

No, se tiene conocimiento suficiente pero sí lo básico.

3.5.6.2 ANALISIS.-

La melaza por su contenido de minerales favorables al suelo y por ende a las plantas, es de gran utilidad por el mejoramiento principalmente en el tamaño de los tallos, más grosor y longitud del tallo, mejor adherencia de los productos aplicados tanto de contacto como por espectro, sean plaguicidas o fungicidas encaminados a mantener la calidad de las flores, como son rosas, claveles, crisantemos.

3.5.7 PREGUNTA 7.- ¿Los resultados logrados con el manejo de la melaza son satisfactorios?

3.5.7.1 Síntesis de la respuesta.

Si, y en gran medida.

3.5.7.2 ANALISIS.-

El uso del producto es benefactor, las flores mejoran su calidad, el proceso de fertilización se ve aventajado incluso en el precio, ya que es menos costoso que los productos químicos, a la vez también se preserva el medio ambiente

3.6 RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE ENCUESTAS A FLORICULTORES DEL CANTÓN CAYAMBE

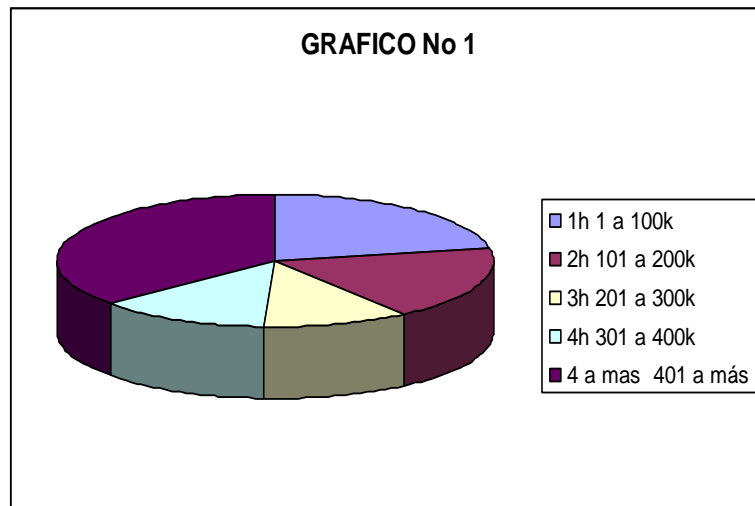
3.6.1 ¿Que cantidad de kilos de melaza se requiere para cultivar una Hectárea?

Hectáreas	Kilos	Número	%
1h	1 a 100k	7	14
2h	101 a 200k	10	20
3h	201 a 300k	6	12
4h	301 a 400k	7	14
4 a mas	401 a más	20	40
	TOTAL	50	100

CUADRO Nro. 14

FUENTE: Encuesta a Floricultores de Cayambe. Octubre 2008.

ELABORACIÓN: La autora.



3.6.1.1 ANALISIS.

Del total de las encuestas realizadas a 20 plantaciones que es 40% manifiesta que se requiere gran cantidad del producto para realizar el cultivo de flores, mientras que 10 fincas requiere un 20% para realizar su cultivo, 14 florícolas requiere de un 14% del producto y las 6 restantes requieren de un 12% esto se debe a que el producto es muy demandado y no se puede adquirir con facilidad.

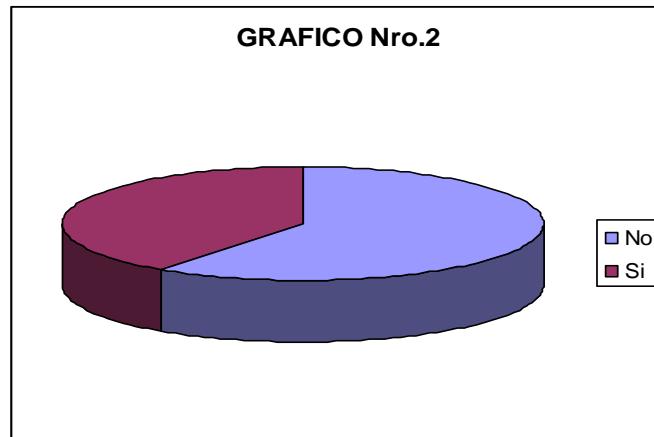
3.6.2 ¿Tiene proveedores regulares de melaza para sus cultivos?

ALTERNATIVAS	NUMERO	%
No	30	60
Si	20	40
TOTAL	50	100

CUADRO Nro. 15

FUENTE: Encuesta a Floricultores de Cayambe. Octubre 2008.

ELABORACIÓN: La autora.



3.6.2.1 ANALISIS

Cómo se puede observar en el cuadro anterior el 60% manifiesta que no tiene proveedores regulares por la razón que el producto es escaso no se puede adquirir con facilidad, conlleva que los floricultores a que los floricultores queden desabastecidos de la materia prima. Esto solo se puede solucionar cuando existan proveedores constantes y regulares de melaza con un amplio stock del producto.

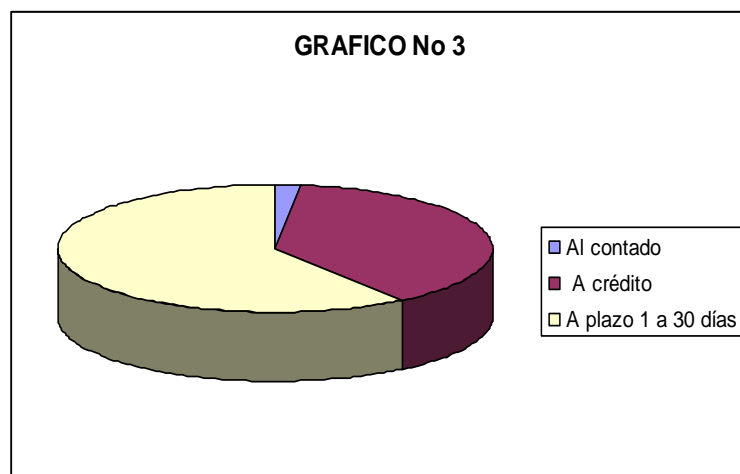
3.6.3 ¿La adquisición del producto en qué condiciones de pago lo hace?

ALTERNATIVAS	N ^a	%
Al contado	1	1
A crédito	19	39
A plazo a 30 días o más	30	60
TOTAL	50	100

CUADRO Nro. 16

FUENTE: Encuesta a Floricultores de Cayambe. Octubre 2008.

ELABORACIÓN: La autora.



3.6.3.1 ANALISIS.

De las encuestas realizadas el 60% de las fincas adquieren sus productos químicos y demás componente a plazos a 30 días o a 60 días, mientras que el 30% lo adquiere a crédito menor, esto se debe a políticas de las empresas, razón por la cual los intermediarios menores no adquieren gran cantidad de materia prima para su venta.

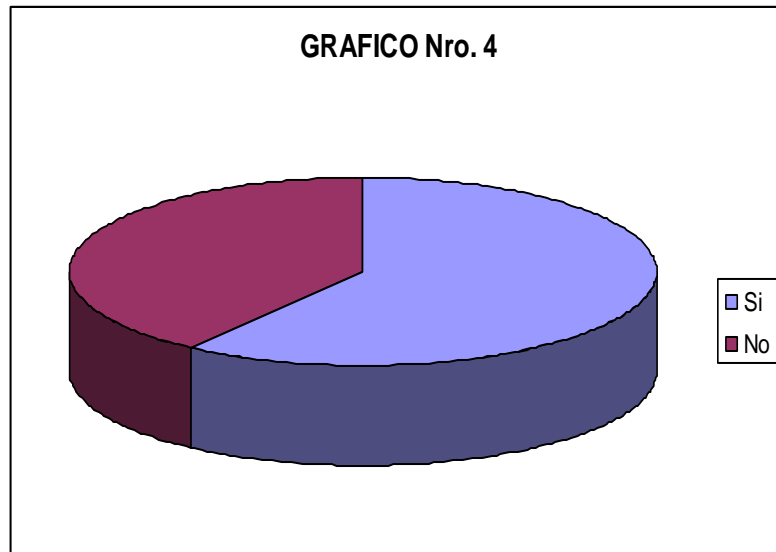
3.6.4 ¿Tiene dificultades para proveerse del producto?

	N ro.	%
Si	30	60
NO	20	40
TOTAL	50	100

CUADRO Nro. 17

FUENTE: Encuesta a Floricultores de Cayambe. Octubre 2008.

ELABORACIÓN: La autora.



3.6.4.1 ANALISIS.

Del total encuestado 60% manifiesta que tienen mucha dificultad para adquirir la materia prima para su cultivo, mientras que el 40% no lo tiene dificultad, pero para poder adquirirlo tienen que pagar cantidades muy altas de lo que cuesta en el mercado, es decir que más de la mitad de los floricultores adquieren la melaza que es un producto orgánico y de esta forma obtener un cultivo de rosas de calidad.

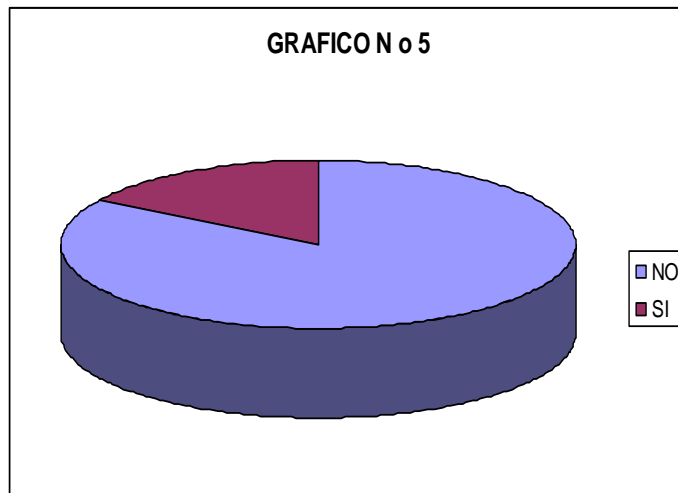
3.6.5.- ¿Existe la información suficiente sobre las ventajas del uso de la melaza en los cultivos?

	N ^a	%
NO	42	84
SI	8	16
TOTAL	50	100

CUADRO Nro. 18

FUENTE: Encuesta a Floricultores de Cayambe. Octubre 2008.

ELABORACIÓN: La autora.



3.6.5.1 ANALISIS.

Cómo se puede observar en el cuadro anterior el 84% manifiesta que tiene poca información acerca de las ventajas de la melaza en los cultivos, por tal razón de que ellos no reciben capacitación o charlas que les permita tener una idea amplia para que sirva la melaza sus ventajas y beneficios que ofrece en la producción de rosas de tal manera que los floricultores se sientan motivados a adquirir un producto orgánico que no tiene consecuencias nocivas.

3.6.6.-¿A que precio le entrega su proveedor cada kilo y en que condiciones?

3.6.6.1 ANALISIS.

Del total de las encuestas realizadas a los floricultores manifiestan que el producto es entregado a 0.40 y a 0.50 centavos por kilo por la razón de que en nuestro cantón no se produce el producto, esto se corregiría cuando exista una distribuidora dedicada especialmente a la venta de melaza con precios moderados que la competencia.

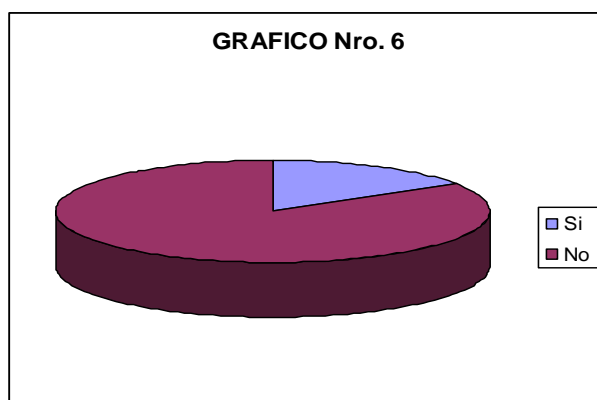
3.6.7.- ¿Considera usted que el trato, presentación y comercialización del producto es adecuado?

	N	%
Si	8	16
No	42	84
TOTAL	50	100

CUADRO Nro. 19

FUENTE: Encuesta a Floricultores de Cayambe. Octubre 2008.

ELABORACIÓN: La autora.



3.6.7.1 ANALISIS

Cómo se puede observar en el cuadro anterior el 84% retribuye que la atención no es la mas adecuada, ni su presentación para la venta porque los intermediarios solo se dedican a la venta y no le dan mayor importancia a su presentación ya manifiestan que le producto no requiere de exposición esto solo se podrá solucionar cuando los intermediarios pongan mas interés y preocupación e la forma de tratar a sus clientes para de esta manera ganar prestigio la empresa.

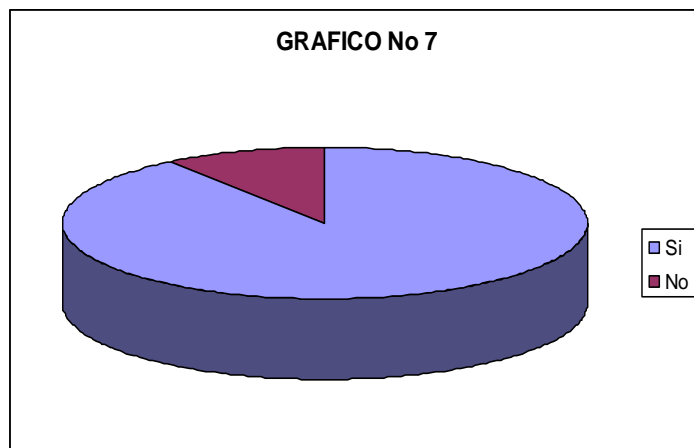
3.6.8.- ¿Si se instalara una distribuidora en el cantón que le provea de esta materia prima, considera oportuno?

	N ^a	%
Si	45	90
No	5	10
TOTAL	50	100

CUADRO Nro. 20

FUENTE: Encuesta a Floricultores de Cayambe. Octubre 2008.

ELABORACIÓN: La autora.



3.6.8.1 ANALISIS.

Del total encuestado el 90% de los cultivadores manifiesta que mientras más distribuidoras existan mas fácil y rápido será su entrega, ayudando a mantener un stop para todo el año en donde hay épocas en que la materia prima escasea y no satisface la demanda requerida por los floricultores, ya que las fincas crecen cada día más.

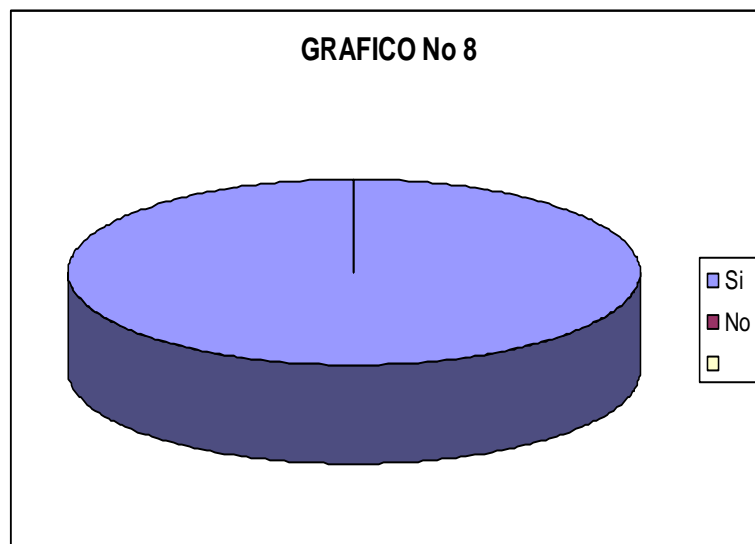
3.6.9.- ¿Los resultados obtenidos con la utilización de la melaza son satisfactorios?

	Nº	%
Si	50	100
No	-	-
TOTAL	50	100

CUADRO Nro. 21

FUENTE: Encuesta a Floricultores de Cayambe. Octubre 2008.

ELABORACIÓN: La autora.



3.6.9.1 ANALISIS.

De las encuestas implantadas el 100% de los floricultores se sienten muy satisfechos por los resultados obtenidos porque se refleja en sus cultivos de rosas, hace que el suelo sea rico en calcio, vitaminas y minerales, y de esta forma evite el desgaste del suelo, obteniendo un producto de alta calidad para la venta, de esta forma poder competir con el mercado internacional de rosas producidas con un producto orgánico.

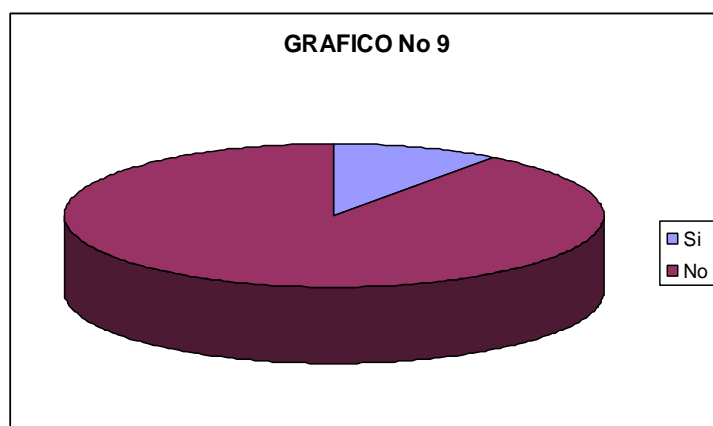
3.6.10.- ¿Conoce usted los impactos ambientales por la utilización de la melaza para la producción de flores?.

	N ^a	%
Si	5	10
No	45	90
TOTAL	50	100

CUADRO Nro. 22

FUENTE: Encuesta a Floricultores de Cayambe. Octubre 2008.

ELABORACIÓN: La autora.



3.6.10.1 ANALISIS.

Cómo se puede observar en el cuadro anterior el 90% manifiesta que es un producto orgánico que no tiene consecuencias nocivas en el ambiente no es perjudicial para ninguna área o persona que este en contacto con el producto que contiene agua, azúcares, proteínas y minerales no causa problemas nocivos en la naturaleza, es decir que todas las fincas florícolas deberían utilizar productos orgánicos que no dañen el medio ambiente y desgasten el suelo.

3.6.11.- ¿De que manera utilizan la melaza?

3.6.11.1 ABONO.-

La melaza es utilizada como abono en vía DRENCH junto con de más fertilizantes, mezclado con materia vegetal como:(hojas, tallos, pétalos) obteniendo una rápida descomposición para luego ser aplicado en el cultivo acelerando el proceso de descomposición de la materia prima.

- a) También se lo aplica usando en BOKASHI conjuntamente con el uso de hongos benéficos y fertilizantes en el cultivo para el enriquecimiento del suelo por su constante desgaste.

3.6.11.2 NUTRIENTE DE FOLLAJE.-

Se utiliza el producto realizando aplicaciones foliares por aspersión solo o mezclado con fungicidas, pesticidas a través de la fumigación, además es un desestresante para la planta, le nutre y le da brillo a sus hojas.

3.6.11.3 OTROS.-

Uno más de los procesos que se utiliza la melaza es para capturar microorganismos que son mezclados con otros componentes, también se puede preparar agro plus esto ayuda a tener el suelo fértil para cualquier cultivo que se realice ayudando a que el suelo muerto se vuelva fértil.

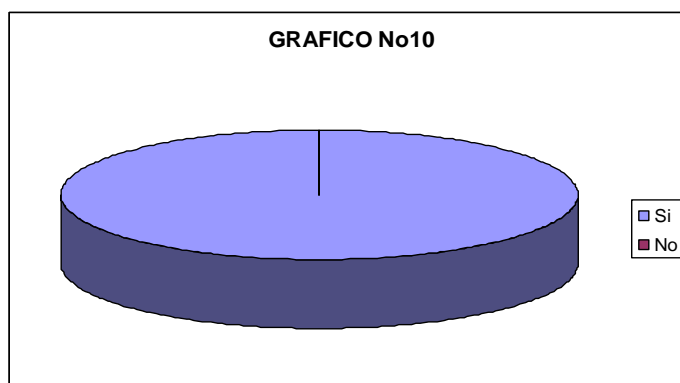
3.6.12. ¿El personal con el que cuenta su empresa conoce como utilizar la melaza?

	N ^a	%
Si	50	100
No	-	-
TOTAL	50	100

CUADRO Nro. 23

FUENTE: Encuesta a Floricultores de Cayambe. Octubre 2008.

ELABORACIÓN: La autora.



3.6.12.1 ANALISIS

Del total encuestado el 100% del personal tiene conocimientos leves de cómo se aplica el producto y para que sirva a través de guías procedimientos, esto se debe a que no han recibido una capacitación rigurosa, guías técnicas, métodos claros y concretos de cómo se debe utilizar y aplicar el producto, que precauciones debe tonar en caso imprevistos que se presente para el personal que maneja diariamente el producto.

3.6.13.- ¿Según su opinión la utilización de la melaza ha dado los resultados deseados?

3.6. 13.1 ANALISIS

Según las encuestas realizadas manifiestan que si a.m. Dado los resultados deseados porque se a sustituido a varios químicos que son nocivos para la naturaleza, ayudando a embellecer el follaje dándole brillo y energía a la planta y de esta manera disminuyendo el impacto ambiental, aumentando la calidad del suelo apto para el cultivo de rosas y sobre todo no es nocivo para la naturaleza ya que es un producto orgánico.

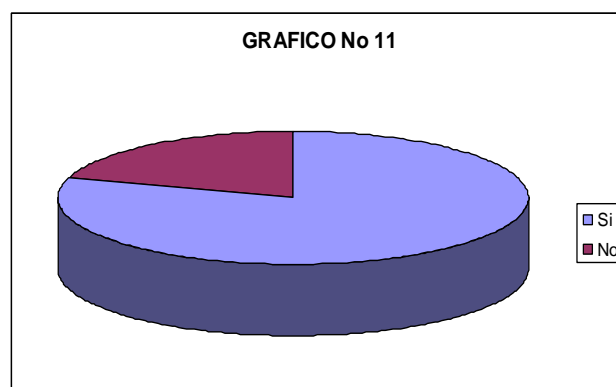
3.6.14.- ¿Esta afiliado a alguna organización?

	N ^a	%
Si	40	80
No	10	20
TOTAL	50	100

CUADRO Nro. 24

FUENTE: Encuesta a Floricultores de Cayambe. Octubre 2008.

ELABORACIÓN: La autora.



3.6.14.1 ANALISIS

Como se puede observar en el cuadro anterior el 80% manifiesta que si pertenece a una organización, como 21 finca a Expoflores, 10 a la Asociación de Floricultores, 9 al Centro Agrícola, porque de esta manera dan a conocer el producto que ellos producen, y a la vez compitiendo con las demás fincas productoras, de lo que se puede concluir que existe gran demanda de rosas por parte de los mercados internacionales, el 10% no se encuentran afiliados a ninguna organización por la razón de que no brindan mejores beneficios para su progreso solo son figurativas.

3.6.15.- ¿Con que químicos o fertilizantes es mezclada la melaza y para que?

3.6.15.1 ANALISIS

La melaza es mezclada con la mayoría de pesticidas, fungicidas, insecticidas, fertilizantes foliares esto sirve para nutrir la planta, y de atrayente de insectos que están dentro del botón principalmente por medio de la fumigación directa e indirecta, y otros componentes que lo utilizan para realizar abonos, Drech, agropluz, microorganismos entre otros.

3.7. ESTRUCTURA Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El análisis del mercado consiste en segmentar el mercado de acuerdo a sus características como un grupo de clientes que se asemejan en la manera que perciben y valoran el producto o servicio en sus patrones de compra. Existen algunos factores que inciden en el poder de compra o demanda de los consumidores.

Una de las cosas que debemos tener en claro, en el mundo de los negocios, es que existe la necesidad de recopilar información sobre lo

que piensan las personas (público objetivo) del producto o servicio que le vamos a ofrecer. Para ello es necesario realizar una estructuración y segmentación del mercado, puesto que sería un grave error nuestro pensar que todos pueden tener el mismo pensamiento de nosotros frente al producto o servicio que pensamos introducir al mercado, por tal motivo hay que señalar que la estructuración y segmentación del mercado es un proceso de división del mercado en grupos de consumidores que se parezcan entre sí; el mercado se puede segmentar de acuerdo a las variables tales como edad, sexo, calidad de vida, educación, etnia, religión y procedencia.

Dentro de la estructura de criterios para segmentar el mercado es posible construirla de afuera hacia dentro. Estos criterios son factores demográficos, variables operativas tales como calidad de vida, necesidad de servicios y de tecnología; enfoques de compra del cliente como son criterios y políticas de compras; factores situacionales como la urgencia, el tamaño del establecimiento y la especificación del servicio o producto.

El mercado al que se dirige el proyecto será en cuanto a su uso final, para la distribución que se puede brindar en un negocio de comercialización de melaza para las plantaciones florícolas del cantón. La principal forma que se pondrá a disposición y accesibilidad el producto será entregado en canecas de 30 a 40 kilos de fácil manejo, sobre todo con un producto de alta calidad se caracterizaras por su entrega en su lugar de trabajo.

Todo esto será dirigido a un grupo de floricultores y ganaderos de un poder adquisitivo alto.

a) ASPECTO ECONÓMICO.-

Está constituido por factores que influyen en el poder de compra de los demandantes. Las tendencias de los ingresos y cambios de comportamiento de las condiciones económicas proyectan un

incremento en sectores de los floricultores y ganaderos que requieren del producto.

b) ASPECTO TECNOLÓGICO.-

Está formado por las potencias que influyen a la adopción de nuevas técnicas o métodos que pueden dar lugar a nuevos productos sustitutos. Como la melaza es un producto orgánico abrirá nuevos mercados y oportunidades. Consecuentemente, la normativa técnica de control de calidad del producto puede crear una mejor orientación hacia nichos de mercado nuevos tanto para la captación de nuevos consumidores del producto como para los que ya están utilizando el producto.

c) ASPECTO CULTURAL.-

El ambiente cultural está constituido por las fuerzas que influyen en los valores básicos, percepciones, preferencias para la demanda del producto.

El producto demandado es de alta calidad, es orgánico no tiene reacciones nocivas para el medio ambiente, por lo que se transforma en producto de preferencia sustitutivo a los fertilizantes químicos, enriquece el suelo , fortalece el crecimiento de los cultivos, incrementa el desarrollo fotosintético, incrementa la retención del suelo.

3.8. DATOS SOBRE PRODUCCION DE MELAZA EN EL INGENIO AZUCARERO DEL NORTE

Para realizar el estudio de producción u oferta del producto nos hemos basado en exposiciones realizadas en el ingenio Azucarero del Norte IANCEM en el año 2008, las mismas que son:

PRODUCCION DIARIA

Producción diaria de melaza	4.514,58 galones
Multiplicamos por	* 4 Kgs.
Total	18.058,33 kilos diarios

PRODUCCION POR SEMANA

Producción diaria en kilos	18.058,33
Multiplicado por los días laborables	* 5
Total	90.291,66kilos semanales

PRODUCCION MENSUAL

Producción Semanal	90.291,66Kgs.
Multiplicado por las semanas	* 4
Total	361.166 kilos al mes

PRODUCCION AL AÑO

Producción mensual	361.166 Kgs.
Meses de producción	* 11 meses
Total	4.334.000 kilos por año

3.9. EL PRODUCTO EN EL MERCADO

Según ARIAS:1993 “ La melaza es una sustancia oscura y espesa que se desprende de la caña de azúcar en su proceso de fabricación, este jugo se cuece lentamente logrando su densidad y concentración deseada.” (Pág. 22).

La melaza es un alimento natural para las plantas y no produce efectos nocivos, es rico en hierro cobre magnesio, contienen vitaminas con B, B6, C, Ácido patogénico, es eficaz contra los malos efectos de una mala alimentación. Además este producto también es

utilizado como componente para la fumigación. Como abono para el enriquecimiento del suelo y como suplemento alimenticio para el ganado vacuno.

El estudio de mercado del producto, se aplicó en cincuenta plantaciones del cantón Cayambe

La venta de la melaza está orientada a las plantaciones florícolas fundamentalmente con los resultados de la investigación se pudo concluir que entonos los mercados investigados existe la posibilidad de colocar la comercialización del proyecto.

La floricultura es una actividad que se desarrolló con gran dinamismo en la década de los 80, creciendo a ritmos superiores al 20% anual hasta 1997, Varias haciendas, que antes eran agrícolas y ganaderas, han sido convertidas en fincas florícolas. Desde hace 14 años, aproximadamente, ciudadanos nacionales y extranjeros han invertido considerables recursos monetarios en esta actividad

Se puede agrupar a las fincas por el tamaño de sus inversiones, por la tecnología utilizada, las condiciones de trabajo en su interior y en general de acuerdo a su función en la sociedad. Aunque no se tiene información para afirmar cuantas fincas son de cada tipo, a grosso modo se puede hablar de tres tipos de floricultoras:

a) Empresas con alta inversión de capital, suficiente para disponer de tecnología de punta. Se encuentran exitosamente implantadas, su estructura, tecnología, reglamentos y normas se encuentran plenamente probados. Manifiestan cierta inclinación a cumplir con algunos requerimientos y demandas de mejoras y de control sobre la floricultura, tratan de controlar la contaminación ambiental y proteger en algo la salud de sus trabajadores.

b) Fincas con menor cantidad de recursos y tecnología que las anteriores y para competir con ellas deben recurrir al crédito y a otros servicios de apoyo o compra de tecnología, que a su vez representa incrementos de costos y menores rentabilidades. En este grupo, que es mayoritario y diverso, se fuerzan los recursos naturales y humanos, y se cumplen a medias con los reglamentos de funcionamiento, las garantías ambientales y sociolaborales de sus trabajadores.

c) Fincas que se encuentran en proceso de implantación, que están probando las tecnologías y métodos de producción, donde lo último que incorporan son las normas técnicas de protección ambiental y las garantías a sus trabajadores.

En este grupo se encuentran también los pequeños productores de flores para el mercado interno y los productores de insumos para las empresas de mayor tamaño.

Los problemas que está generando la floricultura son de diverso orden, pero por ahora se pueden centrar en los siguientes: *Contaminación de los recursos: agua, suelo y aire; enfermedades causadas por el uso y contacto con agro tóxicos, por los horarios continuos sin períodos de pausa y descanso, presión por cumplir con las normas impuestas y por la exposición a temperaturas extremas y los cambios bruscos de temperatura. Otros de los problemas encontrados son el desarraigo, descomposición familiar y desorganización comunal*

3.9.1 ANÁLISIS TEÓRICO Y CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA.

Para efectuar el análisis teórico de la demanda, la investigación de mercado realizado para este proyecto ha recogido elementos que

ayudan a profundizar este análisis. Se observa que existen diversos demandantes los cuáles a su vez conforman un sistema de intermediación y comercialización.

Los mayores demandantes son los agro-exportadores florícolas dedicados a la producción de flores de la más alta calidad, los cuales se acrecientan en los últimos años con las perspectivas de comercialización a los Estados Unidos, Rusia, Japón, Italia, España, Francia, etc.

De la investigación de mercado se desprende que la tendencia actual de la demanda se ha incrementado debido a que los países compradores exigen a los productores que hagan menos uso de productos químicos, sino que usen productos orgánicos que no contaminen el medio ambiente ni a las personas que están involucrados directamente.

Mercado Actual: A continuación se presenta un cuadro en donde se indica la demanda histórica de los últimos cuatro años de la melaza. Estos datos han sido recolectados de 20 plantaciones más importantes o significativos del Cantón, por cuanto no existen registros de esta información.

CANTON CAYAMBE: DEMANDA HISTÓRICA DE MELAZA EN KILOS

AÑO	DEMANDA EN KILOS
2004	364741
2005	376021
2006	387651
2007	399640
2008	412000

CUADRO N° 25

FUENTE: Núcleo de Floricultores de Cayambe.

ELABORACIÓN: La autora

3.9.2. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Los datos que se detallan a continuación son el resultado del estudio de mercado realizado en el cantón Cayambe del año 2009, ya que no existen datos estadísticos de la demanda de melaza en años anteriores.

En lo que se refiere a datos que se ha obtenido la información estadística, respecto a la demanda de melaza es en base a las florícolas encuestadas a nivel cantonal y entrevistas realizadas. Así como también información proporcionada por el núcleo de floricultores, por medio de estos datos procederemos a realizar las respectivas proyecciones.

El volumen de demanda se va incrementando cada año debido a que las empresas florícolas necesitan utilizar cada vez más productos orgánicos porque los estándares establecidos por los gobiernos de América y Europa que son los que más demandan las flores se han enfocado en prohibir los productos que han sido producidos mediante el empleo de químicos porque son nefastos para el medio ambiente y con la finalidad también de preservar la salud humana tanto de productores como de consumidores. A medida que se incrementa dicha demanda se va incluyendo cada vez más el uso de la melaza para mejorar la producción tanto en cantidad como en calidad.

Sabemos que existen varios métodos a través de los cuales se puede efectuar la proyección de datos de una serie histórica.

Experimentamos el cálculo de la demanda de melaza como materia prima, utilizando los siguientes métodos:

- a) Fórmula del monto
- b) Función Lineal
- c) Función Exponencial

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA SEGÚN MÉTODOS UTILIZADOS (kilos)

AÑOS	FORMULA MONTO	REGRESION LINEAL	REGRESION EXPONENCIAL
2.009	424731	458893	465306,4
2.010	437855	470707	479684
2.011	451385	482551	494507
2.012	465332	494334	509787
2.013	479711	506148	525539
2014	494534	517962	541778
% DE VARIACIÓN	3.07%	2.45%	3.09%

CUADRO Nro. 26

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: La autora

No resulta conveniente proyectar la demanda con el método de la fórmula de la función lineal, ya que la proyección de la demanda de los métodos proyectados es muy inferior a los estudiados, y es 2.45%, mientras que se espera que en los próximos años el crecimiento de la demanda sea un poco mayor que el crecimiento que registra.

Por el método de la función exponencial tampoco resulta conveniente ya que arroja un crecimiento de 3.09% que sería la tasa más alta de los métodos analizados.

Para la presentación de resultados en este trabajo de grado se utilizó el método de la función del monto para la proyección de la demanda, que corresponde al 3.07%, que es un crecimiento moderado para la proyección de los próximos años.

Consecuentemente, a continuación se presentan los resultados del cálculo de la proyección de la demanda de melaza utilizada por las fincas florícolas del cantón Cayambe, a través del método de la función del monto.

Para el cálculo de la proyección se procedió a aplicar la **formula del monto:**

$$M = C (1+i)^{n-1}$$

Donde:

M = Valor Futuro

C= Consumo año 1

i = Tasa de crecimiento

n = Año proyectado

Luego se procedió a remplazar valores en la formula del monto, se procede a despejar quedando raíz cuarta de 412000 dividido para 364741 igual a 1 mas i procedemos a realizar la respectiva operación y obtenemos una tasa del 3,09% esta es la tasa de crecimiento para la proyección futura de la demanda

AÑO	DEMANDA (en kilos)
2004	364741
2005	376021
2006	387651
2007	399640
2008	412000
Σ	1940053

$$M = C (1+i)^{n-1}$$

$$\sqrt[4]{\frac{412000}{364741}} = 1 + i$$

$$1+i = 1,1295686$$

$$i = 1,030727579$$

$$i = 3,09\%$$

CANTÓN CAYAMBE: PROYECCIÓN DEMANDA DE MELAZA

AÑO	DEMANDA (en kilos)
2009	424731
2010	437855
2011	451385
2012	465332
2013	479711
2014	494534

CUADRO No. 27

ELABORACION: La Autora

3.9.3 ANALISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA

En el estudio de la oferta, es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes (productores) esta dispuesto a pone en consideración del mercado a un precio determinado, el propósito que se persigue mediante este análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio.

En conclusión la oferta, al igual que la demanda, va en función de una serie de factores, como son: los precios del producto de fabricación, además el producto que esta en capacidad de comercializar, y la calidad, en la investigación que se realice se deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrolla el proyecto.

Para el presente estudio, la oferta de este producto la constituye la comercialización en el cantón, con énfasis a la comercialización local. La oferta de melaza es escasa en este sector y en el área de influencia, en razón que el producto es muy buscado ya que no se puede adquirir fácilmente debido a que los grandes productores de melaza se encuentran en la regiones Imbabura, Guayas, los Ríos y en poca cantidad en la región Insular del Ecuador.

3.9.3.1 Oferta Local: Para la determinación de la oferta de melaza para el uso de las fincas florícola para la producción de flores, se ha tomado en cuenta la materia prima que es la (melaza) que es distribuido a las plantaciones florícolas del cantón Cayambe, por parte de comerciantes locales.

OFERTA HISTÓRICA ANUAL DE MELAZA

AÑO	OFERTA EN KILOS
2004	83797
2005	86836
2006	89522
2007	92769
2008	95638

CUADRO Nro. 28

FUENTE: Estudio de mercado.

ELABORACIÓN: La autora.

PROYECCIÓN DE LA OFERTA, SEGÚN METODOS

AÑOS	MONTO	LINEAL	EXPONENCIAL
2.009	98842	107442,9	95638
2.010	102153	110442,9	98727
2.011	105728	113404,4	101916
2.012	109270	116366	105208
2.013	112931	119327	108606
2014	116714	122289	112114
% DE VARIACIÓN	3.4	2.62%	3.3%

CUADRO Nro. 29

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: La autora.

Para la proyección de la oferta se utilizo de igual manera el método mas conveniente que es la función exponencial, pues como se puede

observar en el cuadro anterior se obtiene una tasa de crecimiento del 3.23% que es un porcentaje moderado, ya que se espera que la oferta tenga un crecimiento secuencial como lo ha tenido en los últimos años.

No resulta adecuado proyectar la oferta con el método de la fórmula de la función lineal, su proyección en cuanto a la oferta esta por menor escala que es 2.62%, de los métodos estudiados para las proyecciones futuras que se espera obtener en los próximos años un incremento en el crecimiento de la oferta.

Por el método de la función del monto tampoco resulta favorable, porque arroja un crecimiento de 3.35% que sería la tasa más alta de los métodos analizados.

A continuación se presentan los resultados del cálculo de la proyección de la oferta de melaza utilizados por los productores florícolas del cantón Cayambe, por el método de la función exponencial.

Para las proyecciones se uso la formula:

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

Donde :

C_n = Consumo futuro

C_o = Consumo año 1

i = Tasa de crecimiento

n = año proyectado

Se procedió a aplicar la formula anterior, esto es para determinar la tasa de crecimiento de los años históricos, remplazando los valores en dicha ecuación para luego ser despejada quedando raíz cuarta de 95638 dividido 83797, igual $1+i$ dando como resultado de 0.034 esta es la tasa de crecimiento para el año 2005, de esta forma se procede a calcular las

siguientes tasas; luego se procede a sumar todas las tasas de crecimiento dando un resultado de a.132 es el total de la tasa.

Luego se procedió a estimar la tasa de crecimiento (i), con la siguiente formula.

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0,132}{4} = 0.033 = \mathbf{3.3\%}$$

Con esta tasa se procede a calcular las proyecciones según el libro de Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, publicado en México 2006. del autor Barra Urbina Manuel.

Oferta histórica y tasa de crecimiento

AÑO	OFERTA	Tasa de crecimiento
2004	83797
2005	86836	0.034
2006	89522	0.033
2007	92769	0.034
2008	95638	0.031
	PROMEDIO	0.033

CUADRO Nro. 30

Se procedió a estimar la tasa de crecimiento (i)

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0,132}{4} = 0.033 = \mathbf{3.3\%}$$

PROYECCION DE LA OFERTA

$$\begin{aligned} C_n &= C_o (1 + 0,033) \\ C_n &= 95638 (1 + 0, 033) \\ C_n &= 98794 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} C_n &= C_o (1 + 0, 033) \\ C_n &= 98794 (1 + 0, 033) \\ C_n &= 102054 \\ C_n &= C_o (1 + 0, 033) \end{aligned}$$

$C_n = 102054 (1 + 0,0323)$
 $C_n = 105422$

$C_n = C_o (1 + 0,0323)$
 $C_n = 105422 (1 + 0,033)$
 $C_n = 108901$

$C_n = C_o (1 + 0,033)$
 $C_n = 108901 (1 + 0,033)$
 $C_n = 112495$

CANTON CAYAMBE: PROYECCIÓN OFERTA DE MELAZA

AÑO	OFERTA (en kilos)
2009	95638
2010	98794
2011	102054
2012	105422
2013	108901
2014	112495

3.9.4 BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

Se observa que la demanda de melaza tiene la tendencia a crecer debido a la proyección de los productores florícolas al cultivo orgánico. Se observa en el cuadro que se presenta de balance entre oferta y demanda que esta última se mantiene constante llegando incluso a existir demanda insatisfecha.

Nuestro posible mercado potencial será el 75% de esta demanda insatisfecha que se generará a partir del año 2009 debido a que en las encuestas el 75% de los encuestados utilizarán el producto al momento que lo compren.

La oferta se mantiene latente pero solo a nivel regional, como se mencionó anteriormente, entonces, la dificultad se presenta por la

distancia que se encuentran los ingenios respecto a las fincas florícolas, por tanto también es posible cubrir la demanda para Cayambe, en mi caso personal en el presente proyecto va a estar vinculada hasta la provincia de Imbabura de donde se va traer el producto.

La demanda se incrementa por lo que emplean en mayor cantidad tanto en el cultivo, en la fumigación, en la poscosecha.

OFERTA, DEMANDA Y DEMANDA INSATISFECHA (kilos)

AÑOS	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
2009	95638	424731	-329093
2010	98507	437855	-339348
2011	101462	451385	-349923
2012	104506	465332	-360826
2013	107641	479711	-372070
2014	110871	494534	-383663

CUADRO Nro. 31

FUENTE: Estudio de Mercado.

ELABORACIÓN: La autora.

La demanda insatisfecha es alta ya que el producto que existe en el mercado no es suficiente para cubrir toda la demanda

Años	Demanda Insatisfecha	Demanda Potencial 20%
2009	-329093	394912
2010	-339348	407218
2011	-349923	419908
2012	-360826	432991
2013	-372070	446484

CUADRO Nro. 32

FUENTE: Estudio de mercado

ELABORACIÓN: La autora.

La demanda potencial se establece sumando a la totalidad de la demanda anual con un porcentaje del 20% incrementado cada año debido a que éste es el ritmo de demanda proyectado de acuerdo a las necesidades del producto a ser aplicado por las floricultoras del cantón Cayambe.

Con la implementación de la comercializadora de melaza COPDECA se espera cubrir esta demanda insatisfecha en un 75%.

3.10. ANALISIS DE PRECIOS

El precio debe cubrir el costo de producción, de ventas los gastos financieros y la utilidad para la empresa.

Para fijar el precio además de lo indicado anteriormente se debe considerar la oferta y la demanda de productos similares, el precio de la competencia, el tipo de clientela y las necesidades que van a satisfacer. Los precios varían según los meses del año, ya que los pedidos también no son fijos, pues, son variables.

En el año 2007 el precio del kilo de melaza era de 0.13 centavos en la planta procesadora, mientras que la venta fluctuaba por los 0.32 centavos entregado en el puesto de los compradores, el precio de venta se establece con este margen debido a la lejanía de los ingenios respecto al sector de Cayambe.

Para el presente proyecto se ha ubicado el precio de compra a 0.17 centavos en el año 2009 tomando en cuenta la volatilidad del precio de la melaza que para los siguientes años pueden subir gradualmente, eso implica también en el precio de venta a los compradores

3.11. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

En nuestro país existen grandes productores de melaza, así también existen pequeños grupos de comerciantes minoristas dedicados a esta labor debido a la falta de investigación de mercado y desconocimiento de la explotación del producto , lo que nos da como resultado una gran demanda insatisfecha en el cantón .

Los principales productores se encuentran en las provincias de Guayas, los Ríos, Cañar, Loja, Imbabura, y en la región oriental. Es por esta razón la importancia de comercializar melaza porque existe una escasez en la competencia dentro de nuestro cantón, ya que los grandes productores están en otras provincias.

La competencia en la comercialización del producto en referencia, no es tan agresiva, puede ser por la dificultad de traer el producto de los ingenios que se encuentran muy lejos del sector; es decir que depende las condiciones que el proveedor tenga para ello sean éstas adquiriendo un camión propio o a su vez alquilando un vehículo para transportar el producto.

3.12. ANALISIS DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Existen muchas ventajas con respecto al uso de la melaza en las florícolas y pequeños ganaderos por la tendencias que existen actualmente en el mundo globalizado de exigir el uso de productos que no sean nocivos al medio ambiente, así como también por los grandes resultados satisfactorios que existen con su uso, dando mayor brillo y tonalidad a las flores cortadas, adherencia de los productos fitosanitarios en las hojas, etc.

Para desarrollar una buena y eficaz comercialización de la melaza debemos adoptar una diversidad de principios basados en los siguientes:

-Mantener todas las actividades de la microempresa enfocadas principalmente a los objetivos específicos que se han planteado para el presente proyecto.

- Nuestra función de comercialización constará de cuatro variables que de cualquier manera influirán en el éxito o el fracaso de la micro-empresa, estas variables son:

a) PRODUCTO.-

Debemos mencionar que nuestro producto en el mercado está dirigido a las plantaciones florícolas y ganaderos, con la finalidad de satisfacer nuevas demandas de un producto de origen orgánico.

b) PLAZA.-

Nuestra plaza será todo el cantón Cayambe y sus alrededores que será nuestro mercado para la comercialización de nuestro producto.

c) PUBLICIDAD.-

Esta variable la realizaremos con una publicidad dirigida directamente a las fincas florícolas y ganaderos quienes son directamente las personas que toman la decisión de compra en el caso de nuestro producto y se la realizará también con la distribución de preformas dejadas en las fincas poniendo a disposición el producto, publicidad radial y escrita a nivel local para los ganaderos

d) PROMOCIÓN.-

En esta variable vamos a poner énfasis en la presentación del producto con el envío de muestras gratis para que conozcan y pongan a prueba el producto. Cuando el producto es requerido será entregado en su propio lugar de trabajo.

3.13. Estrategias de Comercialización.

3.13.1. Planeación de Ventas

Toda venta emprende, por una buena planeación, ya que es la base para optimizar el tiempo y los esfuerzos de la manera más eficaz. Para el desempeño empresario, una parte importante de su planeación preparar un cronograma de actividades durante un lapso determinado y concretar las citas que necesita para entrevistarse con sus clientes.

3.13.2. Elementos de la Comercialización.

Dentro de los elementos de la comercialización intervienen tres elementos claves: productor, intermediarios y consumidores, cada uno de ellos con su función específica para el desarrollo de la actividad económica.

3.13.2.1 Productor:

En cualquier canal de comercialización, el productor es el que vende la materia prima, es la primera de la serie de transacciones de comercialización que ocurren conforme el producto se desplaza hacia el mercado.

3.13.2.2 Intermediario:

Los intermediarios se especializan en desempeñar actividades relacionadas con la propiedad de productos al fluir estos de sus productores hasta sus íntimos compradores. Como su nombre lo indica, tales instrucciones están ubicadas en el canal de comercialización en un punto equis entre el productor u el comprador último.

3.13.2.3 Consumidor:

Es el último eslabón de la escalera de comercialización, es a quien va dirigido el producto final

3.13.3. Canales de Comercialización

Se tiene en cuenta los canales de comercialización que pueden ser de tres tipos, como se presenta a continuación:

Canal de Comercialización 1

Productor → Consumidor Final

Canal de Comercialización 2

Productor → intermediarios → Consumidor Final

Canal de Comercialización 3

Productor → Intermediario → Intermediario → Consumidor Final

3.14. Servicios al cliente

La excelencia es el arte de vender, determinan la diferencia entre un vendedor, que consigue pedidos y uno que simplemente los toma. El arte de vender puede ser analizado, aprendido y dominado. Este proceso inicia en un acercamiento previo, luego del acercamiento directo,

presentación, enfrentamiento de objeciones y contestar las preguntas, para finalmente cerrar el trato.

3.15. Organización de la venta.

Todo empresario tiene el objetivo de vender adecuadamente sus productos o servicios y por tanto debe saber como concretar una venta. Para lograrlo es necesario planear la venta y luego realizar la venta.

3.15.1. Publicidad

Es un tipo de publicidad pagada masiva en lo que se identifica con claridad al patrocinador. Las formas mas comunes son la transmisión por televisión, radio y la impresión en periódicos y revistas.

3.15.2. La Promoción en Ventas

Se incluyen actividades como concursos para los vendedores y los consumidores, las ferias comerciales, las exhibiciones, los premios y los cupones.

3.15.3. Las Relaciones Públicas

Es un esfuerzo planeado que realiza una organización para influir en las actividades y opiniones de un grupo específico; las metas pueden ser clientes accionistas.

3.15.4. Canales de Distribución

La distribución adecuada de los canales de distribución dependen básicamente de:

- a) el tipo y naturaleza del producto de consumo inmediato de capital
- b) las características de los clientes: número, localización, frecuencia de compra, composición de clases sociales.
- c) Características del intermediario
- d) Las características de la competencia
- e) Las características de la empresa capacidad financiamiento y variedad de productos principales.
- f) Las características del medio ambiente económico, las restricciones de orden legal y disponibilidad tecnológica.

Las siguientes estrategias en función de las 4 P son:

3.15.5 Estrategias de producto

- a) Lograr posesionar o dar a conocer el producto.
- b) Realizar una buena presentación para la venta del producto.
- c) Resaltar los beneficios que posee el producto

3.15.5.1 Estrategia de precio

- a) Determinar un precio referente a la calidad del producto, que se permita ingresar rápidamente al mercado y generar un importe volumen de ventas.

- b) Realizar un análisis permanente de los precios de la competencia.
- c) Establecer precios competitivos que permitan incrementar el volumen de clientes
- d) Diversificar o dar alternativas de pago ofertado créditos de acuerdo al monto de la compra.

3.15.5.2 Estrategias de plaza

- a) Realizar contactos comerciales con grandes instituciones que deseen el producto
- b) Realizar ventas directas a los floricultores y ganaderos
- c) Usar un medio masivo de comunicación como la radio para hacer que el cliente se entere del producto que se ofrece y el lugar donde se lo puede obtener.
- d) Participar en ferias locales para exhibir el producto.

3.15.5. 3 Estrategias de Promoción

El programa promocional se debe desarrollar a partir de información básica del producto, los mercados en los cuales será comercializado y la situación particular bajo las cuales desarrollarían las acciones.

3.16. Control de Ventas

3.16.1 Control de Calidad

Si el producto que salen al mercado para su venta, componen una mezcla adecuada según las necesidades de la empresa.

3.16.2 Control del uso del Tiempo.

Se refiere a optimizar el mayor tiempo posible de los empleadores que integran la fuerza de ventas de la empresa.

3.16.3 Control de Costos.

Se refiere a los beneficios que se logran por las ventas, los cuales demuestran la cantidad de dinero que se dedica a dicha función.

CAPITULO VI

4. ESTUDIO TECNICO

4.1. LOCALIZACION DEL PROYECTO

La localización del presente proyecto es muy importante ya que de éste depende el éxito o el fracaso, para lo cual es necesario analizar los aspectos económicos, estratégicos, económicos e institucionales que determinen la adecuada localización y maximizar la rentabilidad del proyecto.

El objetivo de la localización de nuestro proyecto es llegar a determinar el sitio donde se instalará el punto de comercialización, para lo cual se toma en cuenta los factores más relevantes. Esto es una comparación de diferentes sitios y lugares para tomar la mejor decisión, La localización del proyecto deberá estar relacionada con ciertos factores naturales como el clima adecuado para el almacenamiento de nuestro producto ; disponibilidad de materia prima , insumos y servicios, mano de obra directa e indirecta , también deberá contar con las vías y accesos adecuados para su comercialización. Además debemos tomar en cuenta factores sociales relacionados con la comunidad cercana al local de distribución y el servicio social que la microempresa debe prestar a la misma. Otros factores a tomar en cuenta es el factor económico debido a que debemos pensar como abastecernos del producto y los insumos requeridos, factores que pueden determinar el éxito o el fracaso de nuestro proyecto.

4.1.1. Macro localización.-

Nuestro proyecto estará localizado en la Provincia de Pichincha, cantón Cayambe, parroquia urbana del mismo nombre, barrio

central, situado nordeste de la provincia de Pichincha, su extensión territorial es aproximadamente 1350 km². Está ubicado sobre la línea Equinoccial y su cabecera cantonal registra una altura de 2830 metros sobre el nivel del mar.

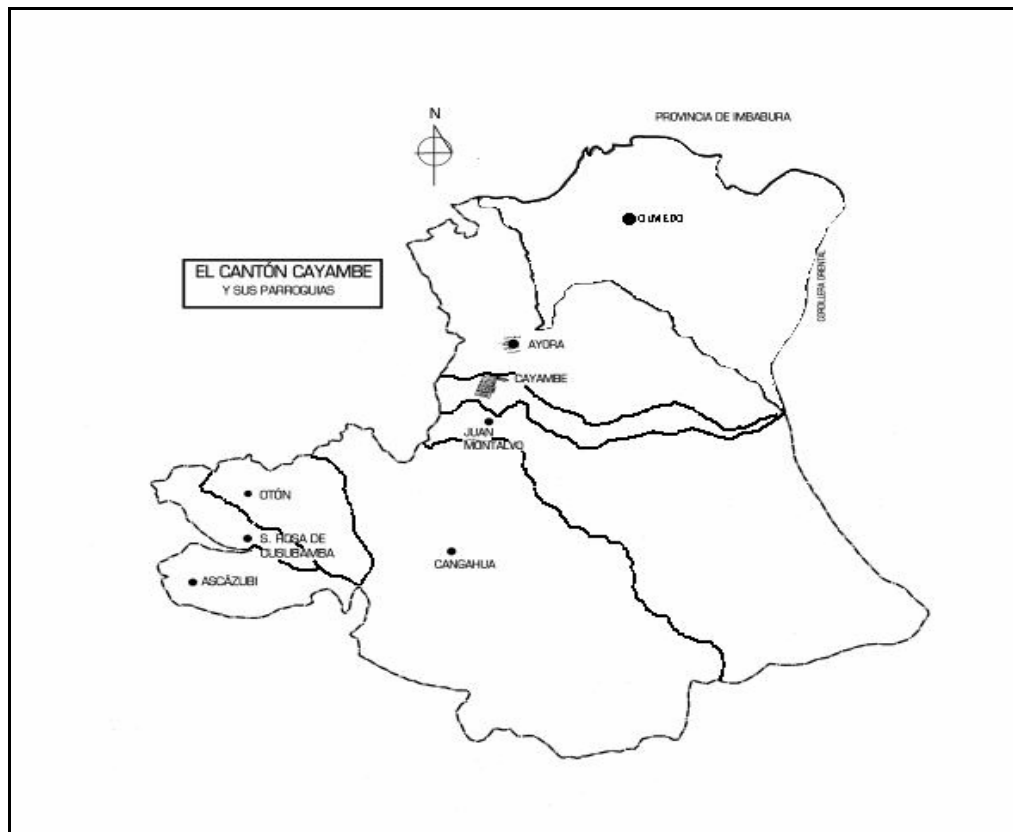


Grafico N° 15 Mapa del Cantón Cayambe

Los límites del Cantón Cayambe son: al **Norte**, los cantones de Otavalo, Ibarra, Pimampiro (Provincia de Imbabura) y una parte del Cantón Gonzalo Pizarro (Provincia de Sucumbíos). Al **Sur**, los cantones de Quito (Provincia de Pichincha) y una parte del Cantón El Chaco (Provincia de Napo). Al **Oriente** los cantones de Gonzalo Pizarro y El Chaco, y, al **Occidente**, el Cantón Pedro Moncayo (Provincia de Pichincha).

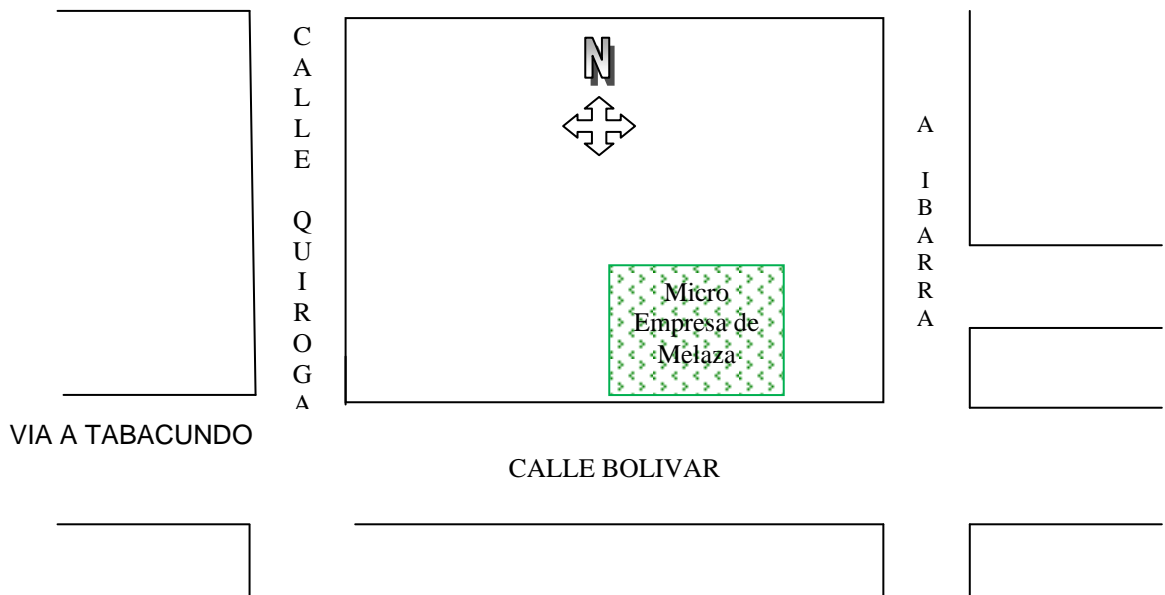
4.1.2. Micro localizació

La ciudad de Cayambe luego del estudio realizado ha seleccionado como centro de operación de comercialización de melaza

por las siguientes razones: facilita la oferta y demanda del producto, sus vías de acceso son óptimas lo cual optimiza los costos de transporte posee mano de obra directa e indirecta.

Específicamente nuestro proyecto estará localizado en la avenida Bolívar Oe- 4-58 y Quiroga, junto a la fabrica NESTLE; diagonal al redondel de la plaza de toros.

CROQUIS DE UBICACION



Para determinar la micro-localización del proyecto se ha realizado un análisis del sector; con los siguientes parámetros.

En este sector existen locales donde podría funcionar el proyecto.

- a) Se encuentra cerca de proveedores de insumos florícolas.
- b) Se encuentra en un lugar estratégico de la ciudad.
- c) El lugar es bastante concurrido por los floricultores.

- d) Las vías de acceso están en buen estado.
- e) Es el principal acceso ala ciudad de Cayambe y vía al cantón Tabacundo

4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO.

La demanda de consumo de melaza en el cantón Cayambe requiere contar con un local para el almacenamiento y correspondiente venta del producto sea al por mayor y menor, en una área establecida, como de servicios generales (bodega de almacenamiento, comedor, baterías sanitarias), la cual tendrá la capacidad de almacenamiento de 247200 kilos el primer año el mismo que será comprado en el Ingenio Azucarero del Norte de la provincia de Imbabura, el calculo de este rubro se lo detalla a continuación:

TAMAÑO DE LA MICROEMPRESA SEGÙN REQUERIMIENTO ANUAL DE MELAZA POR FLORICULTORES CANTON CAYAMBE (año 2009)

Req. Semanal	Req. mensual	Req. anual
5150 KILOS.	20600 KILOS.	247200 KILOS.

CUADRO Nro. 33

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: La autora.

4.3. INGENIERIA DEL PROYECTO

La planta estará conformada por un local de 300 metros cuadrados los cuales estarán distribuidos en ; 4 oficinas para el funcionamiento del área de administración, para el almacenamiento se necesitará un área en donde se recibirá la materia prima en este caso los tanques de melaza esta zona llevara el nombre de bodega, un lugar donde se realice el envase a canecas de 30 a 40 kilos , para

posteriormente pasar al área de limpieza .y verificación de que el producto se encuentre en óptimas condiciones, conservación y venta.

4.4. Presupuesto de Inversiones Fijas Maquinaria y equipos

Descripción	cantidad	Valor unitario	Valor parcial	Valor total
Canecas	1000	0.6	600	2025
Bancos a desnivel	3	200	600	
Baldes de plástico	10	1.75	17.5	
Embudos	6	1.25	7.5	
Manguera	100m	1.40	140	
Bomba	4	15	60	
Bascula	1	600	600	

CUADRO Nro. 34

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

Mobiliario y equipos de oficina

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor parcial	Valor total
Escritorios Modulares	3	190	570	3217
Sillas giratorias	3	55	165	
Archivero	1	75	75	
Sillas apilables	4	37	148	
Teléfono	3	53	159	
Computador completo	3	700	2100	

CUADRO Nro. 35

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

Gastos Derecho de Constitución de la Microempresa.

Descripción	Valor unitario	Valor parcial	Valor total
R.U.C.	0	0	315
Ordenanza Municipal	15	12	
Capacitación	200	200	
Gastos de puesta en marcha	100	100	

CUADRO Nro. 36

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

4.4.1. Manual de procesos.-

a) Transportación de la melaza desde el Ingenio.-

Para iniciar el proceso de comercialización contaremos con 20600 kilos de melaza por mes de tal manera que necesitaremos transportar una cantidad mayor para su almacenamiento.

b) Embasamiento.-

Este proceso lo realizara las personas encargadas de esta labor procederán a sacar la melaza de los tachos grandes de 300 kilos en baldes de fácil manipulación para luego ser envasados en canecas de 30 a 40 kilos que requieren los florícolas para una mejor comodidad en su trabajo.

c) Limpieza.-

Esta área de igual manera necesita de una inspección adecuada que es parte del proceso, se requiere de una limpieza total o lavado de las canecas del residuo que se riega en ellas para luego pasar a su culminación.

d) Empaque.-

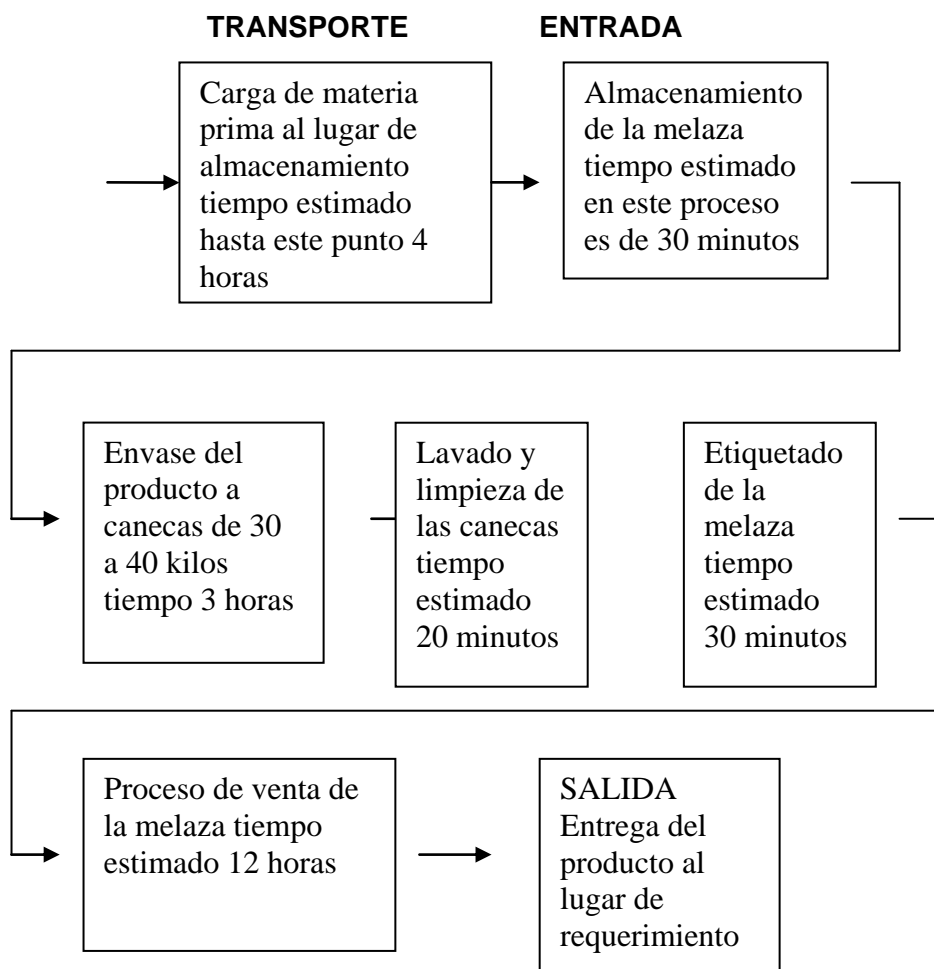
En esta área está listo el producto para su etiquetado y su seguridad para la transportación y destino final, para ser comercializado garantizando su llegada intacta a su lugar de trabajo.

e) Transporte a las fincas.-

La melaza pesada y en la cantidad que sea requerida será transportada hasta el lugar específico de las fincas donde requieren el producto.

4.4.2. Diagrama del proceso operativo

Es una representación gráfica de las actividades que el proyecto requerirá con la finalidad de comprender de mejor manera como describiremos a continuación:



Para el cálculo del número de personas que necesitaremos para el proceso de comercialización, sumamos los tiempos de los procesos que nos da la cantidad de 19,8 y dividido para 8 horas laborables tenemos la cantidad de 2 personas aproximadamente para la comercialización de melaza.

4.4.3. Requerimiento de personal.

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

CARGO	Nro.
Gerente	1
Contador	1
Bodeguero	1
Vendedor	1
Trabajadores	2
Total	6

CUADRO Nro.37

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La autora.

4.4.4. Determinación del equipo necesario y selección de maquinaria.

La comercializadora de melaza, en la actualidad no existe un proveedor grande para la distribución del producto, pero existen minoristas pequeños que no cubren con toda la demanda requerida para los floricultores y ganaderos del cantón.

Para el área de almacenamiento se requiere de los siguientes instrumentos y maquinaria

- 4.4.4.1 Bancos a desnivel
- 4.4.4.2 Cubetas (de 10 a 12 litros)
- 4.4.4.3 Embudos para el envase
- 4.4.4.4 80 metros de manguera
- 4.4.4.5 Bomba

4.4.5 EQUIPO DE PESAJE

- 4.4.5.1 Bascula de despacho

4.5 Resumen de inversiones fijas

Aquí se presenta todos los rubros importantes como son las inversiones fijas, el capital de trabajo, pero únicamente en sus actividades mensuales.

Se detalla en el cuadro:

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
Maquinaria y equipo				2025
Canecas	1000	0.60	600	
Bancos a desnivel	3	200	600	
Baldes de plástico	10	1.75	17.5	
Embudos	6	1.25	7.5	
Manguera	100 m	1.40	140	
Bomba	4	15	60	
Báscula	1	600	600	
Mobiliario y equipo de oficina				3217
Escritorios modulares	3	190	570	
Sillas giratorias	3	55	165	
Archivero	1	75	75	
Sillas apilables	4	37	148	
Teléfono	3	53	159	
Computador completo	3	700	2100	
Derechos de constitución				315
R.U.C.		0	0	
Ordenanza municipal		15	15	
Capacitación		200	200	
Gastos de puesta en marcha		100	100	
TOTAL				5754.5

CUADRO Nro.38

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

CAPITULO V

5. ESTUDIO ECONOMICO-FINANCIERO

El estudio financiero constituye la sistematización contable y financiera de los estudios realizados que permitirán verificar los resultados que genera el proyecto, al igual que su liquidez que permita cumplir con las obligaciones operacionales y no operacionales.

ZAPATA: 1994. “Los estados financieros son informes que se elabora al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad”(Pág. 71)

Uno de los puntos principales en este estudio es la determinación del Capital de Trabajo que permitirá mantener los recursos necesarios para el negocio.

5.1. CAPITAL DE TRABAJO

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios en la forma de activos corrientes para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinado.

El capital de trabajo requerido para el proyecto, considerado que como política de venta se concederá 15 a 30 días de crédito a los clientes, se estableció para un periodo promedio de 30 días.

Según el estudio de mercado que he realizado se estima que las fincas florícolas necesitan de la melaza 20600 kilos al mes los mismos que estarán distribuidos de acuerdo a sus necesidades, que multiplicando por los 12 meses del año tendremos una cantidad anual de 247200 kilos.

A continuación se realizara un presupuesto de inversión para un mes calendario, sabiendo que la cantidad mensual de materia prima base en el Ingenio Azucarero del Norte de Natabuela tiene un precio de 0,17centavos de dólar el kilogramo.

Debido a que el presupuesto ha sido calculado para el periodo de un mes, porque las ventas y su recuperación del primer mes permitirán comercializar el producto para el siguiente mes.

Descripción	Unidad de medida	Cantidad mensual	Valor unitario (mes)	Valor total
Materia prima	Kg.	20600	0.17	3502
Mano de obra				1550
Gerente		1	450	
Vendedor		1	250	
Contadora		1	250	
Bodeguero		1	200	
Obreros		2	400	
Gastos Generales de fabricación				937.5
Transporte	Km./h		175	
Energía eléctrica	Kw./h		90	
Agua potable	M3		60	
Teléfono	Min	750	11205	
Promoción y publicidad	Min	30	150	
Arriendo de planta	Mes		350	
Total				5989.5

CUADRO Nro. 38

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La autora.

5.2. RESUMEN DE INVERSIONES

Aquí detallamos todos los rubros importantes como son las inversiones fijas, el capital de trabajo, pero únicamente en sus actividades totales.

Se detalla en el cuadro.

Rubros	Costo total
Inversión fija	5754.5
Capital de trabajo	5989.5
Total	11744

CUADRO Nro. 39

FUENTE: investigación directa

ELABORACIÓN: La autora.

5.3. Cálculo de la depreciación

El valor para depreciar mobiliario y equipo de oficina es del 10%; de igual manera para deprecia equipo de computación el valor es de 33.33% como detallamos a continuación.

Equipo de oficina	$1059 * 10\%$	$= 105.9$
Equipo de computación	$2100 * 33.33\%$	$= 699.93$
Total		805.83

5.4. FINANCIAMIENTO

La inversión total representa 11.744 USD. Los cuales serán financiados en un 60,5 por ciento por parte de una institución financiera del medio, el 39,5 por ciento que faltaría sería recursos propios de accionistas. Este valor está proyectado para trabajar el primer mes de

producción y los siguientes con la recuperación del mismo capital. El 39,5% de recursos propios es debido a que

Las instituciones financieras no cubren el 100% de las inversiones, nuestra garantía ante ellos será nuestro propio proyecto.

RUBROS	VALOR TOTAL	Financiamiento terceros	Financiamiento propio
Inversión	11744	7105	4639
Porcentaje	100%	60.5%	39.5%

CUADRO Nro. 40

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La autora.

5.4.1 Amortización de la deuda

Para nuestro proyecto solicitaremos un préstamo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito 23 de Julio Ltda. Para financiar el monto por un 60,5 por ciento. Lo realizaremos en cuotas variables que es lo más conveniente para este tipo de proyectos.

El préstamo se otorgara bajo las siguientes condiciones.

A un plazo de 5 años cuyos pagos serán anuales, a una tasa de interés actual que rige consumo en la cooperativa de 19,56%, con una tasa máxima fijada por el banco central del Ecuador de 19,96%. Taza vigente hasta el mes de marzo del 2009. Para este préstamo su oficial de crédito retribuyo que lo otorgaría al 18% anual máxima, con la cual realizaremos la tabla de amortización.

Monto. 7015

Plazo. 5 Años

Interés 18% anual

5.4.2 Tabla de Amortización

Años	Capital	Amortización de capital	Amortización de interés	Saldo.
1	7105	1421	1278,9	2699,9
2	5686	1421	1023,5	2444,5
3	4263	1421	767,3	2188,3
4	2842	1421	511,6	1932,6
5	1421	1421	255,8	1676,8
Total		7105	383701	10942,1

CUADRO Nro. 41

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito 23 de Julio.

ELABORACIÓN: La autora.

Para calcular la tabla de amortización al valor del capital se lo divide para el número de pagos anuales. Ese valor es la amortización del capital. Al valor del capital aplicamos el 18% dándonos el valor de la amortización del interés, luego sumamos la amortización del capital más la amortización del interés y tenemos el saldo a pagar.

El resto de la inversión Serra financiada por dos accionistas dispuestos a participar cada uno de ellos con lo restante que es 4639, para financiar en su totalidad el proyecto.

5.5. EGRESOS

5.5.1. Costos de Producción

Cabe resaltar que en este rubro de materia prima solamente se destacará la cantidad de materia prima base, que nos proporcionará el Ingenio Azucarero del Norte de la ciudad de Ibarra. La misma que mejoraría la comercialización del proyecto. A continuación detallaremos su respectivo costo. La cantidad mensual que se puede

requerir en el Ingenio Azucarero de I Norte, es de 20600 kilogramos por mes. El valor es de 0.17 centavos de dólar por kilogramo, esta cantidad estará ofertándose cada mes según el jefe comercialización.

Además anotamos el valor de la mano de obra directa, que son quienes actúan directamente en el proceso de comercialización, valor que se encuentra tomado en cuenta la aportación patronal que la ley decreta; y los gastos indirectos de comercialización del producto.

COSTO DE PRODUCCION

DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CAQNTIDAD MENSUAL	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL
Materia prima					
Melaza	Kg.	20600	0.17	3502	42024
Mano de obra directa					6135.2
Obreros		2	200	400	
Gastos indirectos de fabricación					250
Etiquetas		1000	0.20	250	
Transporte de materia prima	Km./h		7	175	2100
Total					50509

CUADRO Nro. 42

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La autora.

5.5.2 Gastos Administrativos

Aquí están representados todos los sueldos del personal administrativo, más lo concerniente a la administración general. También estas calculado el valor del décimo tercer sueldo que viene a ser otro

mensual según la ley, el décimo cuarto que viene a ser el valor de un salario mínimo vital y el aporte patronal al IEES. El aporte patronal al IEES esta considerada el 20,5%, de los cuales el 11,15% pagados por el empleador y la diferencia por le empleador. Se debe tomar en cuenta que este rubro esta elaborado para un año. Como se detalla en el siguiente cuadro.

Cuadro de Mano de Obra Directa

N. de personal	Cargo	Mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Aporte social	Valor anual
1	Gerente	450	450	200	602,1	6652.1
1	Vendedor	250	250	200	334,5	3784,5
1	Contadora	250	250	200	334,5	3784,5
1	Bodeguero	200	200	200	267,6	3067,6
total						17288,7

CUADRO Nro. 43

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La autora.

Los gastos administrativos de operación considerados todos aquellos que se incurren por el pago de servicios básicos como: agua potable, luz eléctrica y teléfono. La depreciación de los muebles y equipo de oficina, aquellos suministros que se utilizaran en el manejo administrativo; se contempla además un 3% de imprevistos.

Gastos Administrativos de Operación

Concepto	Gasto mensual	Gasto anual
servicios básicos	145	1740
depreciación		805.83
papel de oficina	20	200
imprevistos 3%		76.37
Total		2822.2

CUADRO Nro. 44

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La autora.

Tenemos los gastos de venta, incluidos aquellos gastos incurridos en la venta del producto a los floricultores y ganaderos. Aquí se toma en cuenta el gasto de transporte en ventas para la persona que tiene el puesto de vendedor, quien tendrá que movilizarse hacia todas las fincas florícolas del cantón para que el producto llegue en buenas condiciones y una comisión para sus gastos de comida, que será tomado como comisiones en venta.

Gasto de Ventas

Concepto	Gasto diario	Gasto mensual	Gasto anual
Gasto de transporte en ventas	4	100	1200
Comisiones en ventas	1.5	34	400
Imprevistos 3%			48
total			1648

CUADRO Nro. 45

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La autora.

El rubro de gasto de promoción y publicidad se lo utilizara como estrategia de venta, para dar a conocer el producto en el mercado, tanto local como cantonal.

La radio y la prensa escrita, se utilizaran como medios principales durante el primer año de función, porque durante este tiempo se debe promocionar en forma permanente al micro empresa. Se adquirirá 3 rótulos publicitarios ubicados estratégicamente cerca de las fincas florícolas, en un valor de 90 dólares cada uno.

Gasto Promoción y Publicidad

Concepto	Gasto mensual	Gasto anual
Radio	70	840
Prensa escrita	30	360
Rótulos		270
Imprevistos 3%		44.1
TOTAL		1514.1

CUADRO Nro. 46

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La autora.

El gasto de arriendo será el valor a pagar por la utilización de las instalaciones físicas, que la micro-empresa utilizara para su funcionamiento. Este pago se realizara a terceros realizando un contrato de arrendamiento previamente establecido. De igual manera se considero el 3% de imprevistos.

Gasto Arriendo

Concepto	Gasto mensual	Gasto anual
Arriendo de bodega y Oficinas	308	3696
Imprevistos 3%		144
Total		3840

CUADRO Nro. 47

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La autora.

Los gastos financieros son los gastos que se realizan por el uso del dinero, que en nuestro caso será por el préstamo otorgado por una institución financiera.

El principal rubro del gasto financiero en el proyecto constituyente la amortización de capital e interés del préstamo recibido.

Gasto Financiero

Concepto	Gasto anual
Pago de capital	1421
pago de interés	1278,9
Total	2699,9

CUADRO Nro. 48

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La autora.

El gasto por derecho de constitución, se refiere al pago de los derechos que la micro-empresa debe pagar para poder funcionar legalmente, estos gastos se lo realizara únicamente por una sola vez, solamente hasta que

la micro-empresa inicie su funcionamiento. Corresponde pagos en el SRI, Municipio de Cayambe y del centro de capacitación.

Gasto de Derechos de Constitución

Concepto	Gasto anual
Registro único de contribuyente	0
Ordenanza municipal	15
Capacitación	150
gasto de puesta en marcha	80
Total	245

CUADRO Nro. 49

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La autora.

5.5.3. Resumen de Costos y Gastos

Aquí detallaremos en resumen el costo total de producción, más los gastos incurridos en la comercialización. Este valor parciales, igualmente anotamos su valor total para un año de comercialización.

Resumen de Costos y Gastos

Rubros	Valor parcial	Valor total
Costos:		49959,2
Materia prima	42024	
Mano de obra directa	6135,2	
Costos indirectos de fabricación	1800	
GASTOS:		29609.9
Gasto mano de obra indirecta	17288,7	
Gasto administrativo de operación	2016.37	
Gasto de ventas	1200	
Gasto de promoción y publicidad	1514,1	
Gasto de arrendamiento	3840	
Gasto de derecho de constitución	245	
Gasto financiamiento	2699,9	
Depreciación de equipo de oficina	105,9	
Depreciación de equipo de computación	699,93	
Total		79569.1

CUADRO Nro. 50

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La autora.

5.5.4. Proyección de Costos y Gastos

El estudio de factibilidad para la micro-empresa considera una vida útil de 5 años, partiendo de los valores de costos y gastos. Para la proyección de costos y gastos se considera un incremento anual del 3% anual ya que nuestro país termino el año 2008 con una inflación aproximada al 3,3% anual. Valor que para el primer trimestre del año en curso tuvo la tendencia a bajar, que al estar dolarizado mantiene una inflación baja. Consecuentemente, las tasas de interés reguladas por el Banco Central del Ecuador no han sufrido elevaciones considerables, y más bien se presiona hacia la disminución.

CUADRO DE PROYECCION DE COSTOS Y GASTOS

RUBROS	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS:					
Materia prima	42024	43284,7	44583,3	45920,6	47298,4
Mano de obra directa	6135,2	6319,3	6508,8	6704,1	6905,2
Costos indirectos de fabricación	2100	2163	2228	2295	2364
TOTAL COSTOS	50259,2	51767	53320,1	54919,7	56567,6
GASTOS:					
Gastos Administrativos					
Gasto mano de obra Indirecta	17288,7	17807,4	18341,6	18891,8	19458,6
Gasto Administrativo de operación	2822,2	2906,7	2972,6	3062	3153,9
Gasto de arrendamiento	3696	3806,9	4073,6	4196	4321,9
Gasto derecho de constitución	245	0	0	0	0
Depreciación de equipo de oficina	105,99	109,2	112,4	115,8	119,3
Depr. De equipo de computación	699,93	720,9	742,5	764,8	787,7
Total gastos administrativos	24857,82	25351,1	26242,7	27030,4	27841,4
Gastos financieros					
pago de interés	1278,9	1023,5	767,5	511,6	255,8
Total gasto financiero	1278,9	1023,5	767,5	511,6	255,8
Gasto de ventas					
Transporte en ventas	1200	1236	1273,1	1311,3	1350,6
Gasto promoción publicidad	1514	1559,5	1606,3	1654,5	17041
Total gasto de ventas	2714	2795,5	2879,4	2965,8	3054,7
TOTAL GASTOS	28850,7	28146,6	29546,5	30433,3	3310,5
TOTAL GASTOS Y COSTOS	79109,92	80255,4	82376,6	85353	87719,5

5.6. INGRESOS

5.6.1 PROYECCION DE VENTAS

Para realizar el estado de pérdidas y ganancias el valor de las ventas netas se incrementan el 1,2% anual, debido a que es el porcentaje de crecimiento de materia prima según el jefe de comercialización del Ingenio Azucarero del Norte.

Ventas Proyectadas del Producto en el Cantón Cayambe Periodo 2010 – 2015.

Años	Unidades proyectadas	Precio de venta	Total de ventas
2010	265500	0.34	90270
2011	268686	0.34	91353.2
2012	271910.2	0.35	92449.5
2013	275173	0.35	93558.8
2014	278475	0.35	94681.5
2015	281816.8	0.35	98635.9

CUADRO Nro. 51

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La autora.

5.6.2 Determinación del Precio de Venta

Para determinar el precio de venta utilizado la fórmula del costo unitario, que es igual al costo total de producción dividido para el número de unidades producidas es de 0.30 centavos, aplicando el 15% de utilidad nos da el precio referencial de venta. **De 0.34 centavos de dólar por cada kilogramo.**

A continuación detallamos la formula del costo para su mejor análisis, debemos hacer notar que el valor del costo de producción se encuentra sumado el valor de la depreciación y el valor del primer año de interés.

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costo total de producción}}{\text{Unidades producidas}}$$

$$\text{Precio de venta} = \frac{80230,9}{265500}$$

$$\text{Precio de venta} = 0.30 + 15\% \text{ utilidad}$$

$$\text{Precio de venta} = 0.34 \text{ctvs por kilo.}$$

5.7. FLUJO DE CAJA

El flujo de caja nos ayudara a determinar las entradas y salidas de efectivo que el proyecto genere, además de ayudarnos a determinar los índices financieros de proyecto. A continuación detallaremos el cálculo de flujo de caja:

ZAPATA: 1994. “Es el informe contable principal que presenta en forma significativamente resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura. “ (Pág. 299).

SARMIENTO: 2008 “Demuestra el comportamiento del dinero efectivo (al inicio y al final de un ejercicio económico), con el objeto de no ocasionar desequilibrio económico” (Pág. 36)

FLUJO DE CAJA

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
Ingresos:						
Ventas		90270	91353,2	92449,5	93558,8	94681,5
(-)costo de producción						
Materia prima		42024	43284,7	44583,3	45920,6	47298,4
Mano de obra directa		6135,2	6319,5	6509	6704,3	6905,4
Costos indirectos de fabricación		2100	2163	2228	2295	2364
= Utilidad bruta		40010,8	39586	39129,2	38638,9	38113,7
(-)Gastos administrativos						
Gastos mano de obra indirecta		17288,7	17807,4	18341,6	18891,8	19458,6
Gasto administrativo		2822,2	2906,7	2972,6	3062	3153,9
Gasto de arrendamiento		3696	3806,9	4073,6	4196	4321,9
Gasto de derecho de constitución		245	0	0	0	0
Gasto financiero		1278,9	1023,5	767,5	511,6	255,8
Gasto de ventas		2714	2795,4	2879,3	2965,7	3054,6
= Utilidad antes de participación		11966	11246	10094,6	9011,8	7868,9
(-) 15% participación trabajadores		1794,9	1686,9	1514,2	1351,8	1180,3
= Utilidad antes de impuestos		10171,1	9559,2	8580,4	7660	6688,6
(-)25% Impuesto a la renta		2542,7	2389,8	2145,1	1915	1672,5
= Utilidad neta		7628,4	7169,8	6435,3	5745	5016,45
(-) Inversión	11744					
+Crédito	7105	1421	1421	1421	1421	1421
+ Depreciación		805,83	805,83	805,83	805,83	805,83
= Flujo neto de efectivo	-4639	9855,23	9396,63	8662,13	7971,83	7243,28

5.8. BALANCE DE SITUACION INICIAL

Es un balance de clasificación de cuentas iniciales al año, como vamos a detallar en el siguiente balance:

ZAPATA: 1994 “Es un informe contable que se presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de activos, pasivos y patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un momento dado.”(Pág. 74)

SARMIENTO: 2008 “Demuestra la situación económica de la empresa al cierre del ejercicio contable; o al inicio, según el caso”(Pág. 36)

BALANCE DE SITUACION INICIAL

Arranque al año

<u>ACTIVOS:</u>		<u>PASIVOS:</u>	
Bancos	11744	Cuentas por pagar	7105
		<u>PATRIMONIO:</u>	<u>4639</u>
<u>TOTAL ACTIVOS: 11744</u>		<u>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</u>	<u>11744</u>

5.9. BALANCE DE RESULTADOS.

El estado de resultados, conocido también como estado de pérdidas y ganancias, nos muestra los resultados de las operaciones que la micro-empresa tendrá durante los próximos 5 años. Como detallamos en el siguiente cuadro.

ZAPATA: 1994 “El estado de resultados demuestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea de ganancia o pérdida. Muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la entidad durante un periodo determinado”(Pág 73)

SARMIENTO: 2008 “Establecer el resultado económico (perdida y Ganancia o de Resultados) del ejercicio contable; con el propósito de demostrar si existe utilidad o perdida” (Pág 36.)

BALANCE DE RESULTADOS PROYECTADOS

CONCEPTO	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Ventas	90270	91353,2	92449,5	93558,8	94681,5
Costo de producción	50259,2	51767	53320	54919,4	56567,2
Utilidad bruta	40010,8	39586,2	39129,5	38639,4	38114,3
Gasto administrativo	24051,9	24521,2	24963,6	25713,1	24182,5
Gasto de ventas	2714	2795,5	3303,8	3402,9	3504,9
Gasto financiero	1278,9	1023,5	767,5	511,6	255,8
Utilidad antes de impuesto	11966	11246	10094,6	9011,8	7868,9
15% participación. Trabajadores	1794,9	1686,9	1514,2	1351,8	1180,3
25% impuesto a la renta	2542,7	2389,8	2145,1	1915	1672,5
Utilidad neta:	7628,4	7169,8	6435,3	5745	5016,45
Depreciación	805,83	805,83	805,83	805,83	805,83
Inversión	1421	1421	1421	1421	1421
Flujo de efectivo	9855,2	9396,6	8662,13	7971,83	7243,3

CUADRO Nro. 52

FUENTE: investigación directa

ELABORACIÓN: La autora.

5.10. INDICADORES DE EVALUACION FINANCIERA

5.10.1. Determinación del valor actual neto. (VAN)

Es conocido como el valor presente neto (VPN), este valor se obtiene restando la inversión inicial del proyecto, del valor presente de los flujos netos de efectivo (FNE). Para calcular el valor actual neto se utilizó una tasa de descuento de 10.5% que lo determinaremos en la siguiente manera:

- ❖ Tasa activa al 18%

Para calcular el valor actual neto de nuestro proyecto se utilizara la siguiente formula:

$$VAN = - \text{Inversión} + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FNE}{(1+i)^n}$$

Donde:

(FNE) corresponde a los flujos netos de efectivo, que hemos calculado en nuestro flujo de caja.

(i) la tasa de descuento que calculamos anteriormente.

($1+i$)ⁿ corresponde al numero de años o periodos que corresponden el estudio del proyecto .

A continuación realizaremos los cálculos:

$$VAN = - 11744 + \frac{9855,23}{(1+0,2)^1} + \frac{9396,6}{(1+0,2)^2} + \frac{86662,1}{(1+0,2)^3} + \frac{7971,8}{(1+0,2)^4} + \frac{7243,28}{(1+0,2)^5}$$

$$VAN = -11744 + 26506,2$$

$$VAN = 14762,2$$

Nuestro proyecto tiene un valor actual neto de 14762,2; que significa que es un proyecto rentable porque justifica la inversión, ya que su valor supera la unidad.

5.10.2. Determinación de la tasa interna de retorno. (TIR)

Es una tasa que iguala la suma de los flujos netos de efectivo a la inversión inicial, o hace que el valor actual neto sea igual a

cero. La tasa interna de retorno es igual a la menor de las dos tasas de descuento, mas la diferencia entre las dos tasas; por el valor actual neto correspondiente a la tasa de descuento inferior, dividiendo por la diferencia absoluta entre los dos valores actuales netos como detallamos en la siguiente formula:

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

Donde:

Ti = Tasa inferior

Ts = tasa superior

VAN_{Ti} = valor actual neto de la tasa inferior

VAN_{Ts} = valor actual neto de la tasa superior.

5.10.1. Determinación del valor actual neto de la tasa superior

VAN 1

$$VAN = - 11744 + \frac{9249,5}{(1,74)^1} + \frac{8627,7}{(1,74)^2} + \frac{7730,4}{(1,74)^3} + \frac{6877,03}{(1,74)^4} + \frac{5985,3}{(1,74)^5}$$

$$VAN = -11744 + 23894,9$$

VAN= 12150,9

$$VAN_{74} = - 11744 + \frac{9249,5}{(1,74)^1} + \frac{8627,7}{(1,74)^2} + \frac{7730,4}{(1,74)^3} + \frac{6877,03}{(1,74)^4} + \frac{5985,3}{(1,74)^5}$$

$$VAN_{74} = - 11744 + 10758,4$$

$$VAN_{74} = \langle 985,6 \rangle$$

$$TIR = 20 + (74-20) \left[\frac{12150,9}{12150,9 - (-985,6)} \right]$$

$$TIR = 20 + (54) [0,924972405]$$

$$TIR \text{ aproximado} = 69,95\%$$

La tasa interna de retorno de nuestro proyecto es de 69,95 % que supera la tasa activa que es del 18%, esto significa que el proyecto es prácticamente aceptable para su instalación. Valor que representa a la tasa de rendimiento de los accionistas del proyecto.

VAN con financiamiento

$$VAN = - 4639 + \frac{9855,23}{(1+0,2)^1} + \frac{9396,6}{(1+0,2)^2} + \frac{86662,1}{(1+0,2)^3} + \frac{7971,8}{(1+0,2)^4} + \frac{7243,28}{(1+0,2)^5}$$

$$VAN = -4639 + 26506,2$$

$$VAN = 21867,2$$

$$VAN_{99} = - 4639 + \frac{9855,23}{(1,99)^1} + \frac{9396,63}{(1,99)^2} + \frac{8662,1}{(1,99)^3} + \frac{7971,8}{(1,99)^4} + \frac{7243,2}{(1,99)^5}$$

$$VAN_{99} = - 4639 + 9164,4$$

$$VAN_{99} = \langle 4525,4 \rangle$$

$$TIR = 20 + (99-20) \left[\frac{21867,2}{21867,2 + 4525,4} \right]$$

$$TIR = 20 + (79) [0,8285355271]$$

$$TIR \text{ aproximado} = 85,45\%$$

La tasa interna de retorno de nuestro proyecto es de 85,45 % que supera la tasa activa que es del 18%, esto significa que el proyecto es prácticamente aceptable para su instalación. Valor que representa a la tasa de rendimiento de los accionistas del proyecto.

VAN 3

$$VAN = - 7105 + \frac{9855,23}{(1+0,2)^1} + \frac{9396,6}{(1+0,2)^2} + \frac{86662,1}{(1+0,2)^3} + \frac{7971,8}{(1+0,2)^4} + \frac{7243,28}{(1+0,2)^5}$$

$$VAN = -7105 + 26506,2$$

$$VAN = 19401,2$$

$$VAN_{99} = - 7105 + \frac{9855,23}{(1,99)^1} + \frac{9396,63}{(1,99)^2} + \frac{8662,1}{(1,99)^3} + \frac{7971,8}{(1,99)^4} + \frac{7243,2}{(1,99)^5}$$

$$VAN_{99} = - 7105 + 9164,4$$

$$VAN_{99} = \langle 2059,4 \rangle$$

$$TIR = 20 + (99-20)$$

$$\left[\frac{19401,2}{19401,2 + 2059,4} \right]$$

$$TIR = 20 + (79) [0,904038097]$$

TIR aproximado =91,42%

La tasa interna de retorno de nuestro proyecto es de 91,42 % que supera la tasa activa que es del 18%, esto significa que el proyecto es prácticamente aceptable para su instalación. Valor que representa a la tasa de rendimiento de los accionistas del proyecto.

5.10.3. Relación Beneficio – Costo.

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

Si B/C es mayor que 1, tenemos un adecuado retorno.

Si B/C es menor que 1, no hay un adecuado retorno, por lo concerniente no es atractiva la inversión.

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

La formula del cálculo es:

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

De esta forma procederemos a reemplazar en la formula los ingresos y egresos del flujo de caja.

$$((90270/(1+0.2)^1)+91353,2/(1+0.2)^2)+(92449,5/(1+0.2)^3+(93558,8/(1+0.2)^4+(94681,5/(1+0.2)^5.$$

$$\frac{(75590/(1+0.2)^1+(77311,7/(1+0.2)^2+(79475,6/(1+0.2)^3+(81581,3/(1+0.2)^4+(83758/(1+0.2)^5).$$

$$\underline{75225 + 63439 + 53500,9 + 45119 + 38050,4}$$

$$62991,7+53688,7+ 45992,8+ 39342,8+ 33660,5$$

$$\underline{275334,9}$$

$$235675,8$$

$$B/C = 1,17.$$

Esto significa que por un dólar de gasto se genera 1,17 dólares de ingresos, este es el beneficio que se obtendrá durante la duración del proyecto

5.10.4. Período de Recuperación de la Inversión

Este elemento de evaluación económica financiera, permite conocer en que tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados, es un indicador bastante significativo, siempre y cuando exista inseguridad en lo

pronosticado, lo cual en la realidad no es muy cierto porque las condiciones económicas son flotantes o cambiantes.

Inversión = 11744 USD

Flujos de efectivos proyectados

Año	Fc.	Fc. acum.
1	9855,23	_____
2	9396,63	19251,86
3	8662,13	27913,99
4	7971,83	35885,82
5	7243,28	44129,1

$$11744 - 19251,86 = 7507,86$$

$$9396,63 / 12 = 783,05$$

$$7507,86 / 783,05 = 9,587$$

Esta inversión se recuperara en un periodo de un año y nueve meses.

5.11. Punto de Equilibrio

CHILQUINGA: 2004 “Es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde.” (Pág. 60)

JACOME: 2005. “El punto de equilibrio es valido únicamente para el año 1 del proyecto, porque mientras mas tardío es el pronostico es menos cierto”. (pág. 83)

El método del punto de equilibrio o punto critico, consiste en predeterminar un importe en el cual la empresa no sufra perdidas ni obtenga ganancias o utilidades, es decir el punto donde las ventas totales son igual a los costos y gastos totales.

Una de las características de procedimiento del punto de equilibrio es que nos reporta información anticipada, además de ser un procedimiento flexible que en general se acomoda a las necesidades de cada empresa, de tal manera que es aplicable a empresas que trabajan con una o varias líneas de producción.

Para su cálculo se aplica la siguiente fórmula para determinar la cifra que la empresa debe vender para no perder ni ganar en función de los ingresos.

Su fórmula es:

$$YPE = \left(\frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}} \right)$$

A continuación se presenta un cuadro en donde se clasifica en costos fijos y costos variables, para realizar su determinación.

Calculo de Punto de Equilibrio

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO			
COSTOS Y GASTOS	COSTO	COSTO	COSTO
	VARIABLE	FIJO	TOTAL
Costo de adquisición	42024		42024
Mano de obra directa	6135.2		6135.2
Materiales Indirectos	2100		2100
Depreciación de activos		805.83	805.83
Sueldos y Salarios administrativos		17288.7	17288.7
Gastos Administrativos		2822,2	2822,2
Gasto Publicidad		1514.1	1514.1
Gasto transporte en ventas		1.200	1.200
Gasto derecho de Constitución		245	245
Gasto de Arrendamiento		3696	3696
Intereses Bancarios		1278,9	1278.9
TOTAL	50259,2	28850,73	79109,9

CUADRO 55

FUENTE: Investigación Propia

ELABORACIÓN: La Autora

Luego de clasificados los costos reemplazamos en la formula para obtener el punto de equilibrio del proyecto.

$$YPE = \left(\frac{28850.73}{1 - \frac{50259,2}{90270}} \right)$$

$$YPE = 65091,3$$

Luego el proyecto debe obtener ingresos por un valor de 65091,3 USA para no tener ni pérdidas y ganancias.

CAPITULO VI

6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE LA MICROEMPRESA

6.1. DENOMINACION DE LA MICROEMPRESA

La microempresa que se va a constituir y por el tipo de producto que vamos a ofrecer se denominará **COPDECA**, con domicilio en el Cantón Cayambe, provincia de Pichincha.

6.2 LOGOTIPO

Para la nueva microempresa a instalarse, luego de haber hecho el análisis de los objetivos, su filosofía de servicio, misión, visión y políticas; se ha logrado diseñar el siguiente logotipo con el cual la micro— empresa tendrá una imagen corporativa ante la sociedad.



Grafico N° 15 Nombre de la empresa

Del análisis de las características diseñadas gráficamente en el logotipo de la microempresa podemos resumir su significado. Comercializadora

de productos derivados de la caña por la razón de ser la más importante comercializadora en el Cantón Cayambe. La maquinaria agrícola representa el trabajo en el campo con el fin de ser aplicado el producto para el mejoramiento del suelo, y la rosa en razón de que es su cultivo en el que más se utiliza para mejorar su calidad.

6.3 IMPORTANCIA

El proyecto es de mucha importancia debido a que por medio del diagnóstico que se ha realizado se demuestra que en el Cantón Cayambe no existen comercializadoras de melaza bien organizadas. De tal manera que al implementar el proyecto lograremos ser la microempresa pionera en establecerse con parámetros bien definidos. Nuestro estudio de mercado demuestra que la demanda insatisfecha se encuentra latente en el cantón, pero según las proyecciones para los siguientes años se presentará más incrementada la demanda debido a que la tecnología va encaminada más bien al cultivo bajo el sello verde con las premisas del ISO 14000 (protección del medio ambiente).

Pero no debemos olvidar que por más productos que aparezcan en el mercado para el mejoramiento del suelo, nuestro producto no desaparecerá por ser de gran importancia, por ser orgánico, pues, minimiza la contaminación ambiental, la salud de las personas involucradas directamente. El estudio técnico del proyecto demuestra que en el cantón Cayambe es apropiada para ser implementada esta microempresa de este tipo, además de ser un proyecto económicamente Factible se lo puede considerar de mucha importancia para ampliar la estructura económica productiva del cantón Cayambe.

Este proyecto no genera ningún impacto nocivo por ser un producto orgánico, más bien contribuye a preservar el medio ambiente y se

constituye en un producto de gran utilidad para mejorar los cultivos de flores.

6.4. BENEFICIARIOS

Al ponerse en marcha el proyecto, los principales beneficiarios serán productos-exportadores de rosas y las familias dedicadas a la producción de leche que tendrán acceso a un producto de alta calidad, a menor precio en el mercado local. De esta manera se tendrá un stop de la materia prima para el momento que escasee el producto, esto solo se puede conseguir en los ingenios azucareros, también ya no existirá intermediarios sino directamente al consumidor.

6.5. VISIÓN Y MISION

6.5.1. VISION:

La microempresa COPDECA será un referente de la comercialización y un motor para el desarrollo industrial de la ciudad de Cayambe, contribuyendo en encabezar y fomentar pequeñas empresas con la finalidad de lograr que el cantón sea una ciudad productiva.

6.5.2. MISION:

La misión de la planta comercializadora (melaza) es que satisfacer las necesidades, requerimientos y expectativas de los floricultores y ganaderos a través de un buen producto y de la excelente gestión del negocio, además de brindar una excelente atención al cliente.

6.6. BASES LEGALES

Este proyecto estará establecido por estatutos con la finalidad de que las personas que aquí trabajen tengan deberes y derechos a cumplir. De esta manera la organización se maneja de la mejor forma. Tendrá los siguientes artículos.

Art. 1.- Constitución.-

Es un proyecto que está destinado a la comercialización de melaza con la finalidad de tener un beneficio, que satisfaga las necesidades de los floricultores y ganaderos. De todo el cantón Cayambe. Por carácter de empresa privada se constituye en persona jurídica, de tal manera es capaz de adquirir derechos y contraer obligaciones. Estará representado por el gerente, quien estará encargado de hacer cumplir los estatutos de acuerdo a la ley creada.

Art.- 2.- Ubicación el Proyecto.-

Tendrá su ubicación en el cantón Cayambe sector cercano a las florícolas. Por tal razón nos regiremos a sus leyes.

Art.-3.- Identidad legal.-

El proyecto será distante y ajeno a toda idea o actividad que no tenga que ver con los fines propuestos por el proyecto. De la misma manera no estará relacionada con aspectos políticos, aspectos partidistas o aspectos religiosos, que podrían comprometer su imagen ante la sociedad.

6.7. OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA

6.7.1 Objetivo general:

Una vez puesto en marcha el proyecto el objetivo principal será. Profundizar los conocimientos, técnicas y beneficios que pose la melaza de esta manera lograr métodos de producción y poner a

disposición de las florícolas y ganaderos del cantón un producto que satisfaga la demanda y las necesidades requeridas de todos los posibles consumidores.

6.7.2 Objetivos específicos:

Luego de diagnosticar las necesidades y de estudiar el mercado de consumo de melaza en el cantón Cayambe, y puesto en marcha del proyecto sus objetivos serán.

- 6.7.2.1 Suministrar un adecuado sistema de capacitación y motivación para todo el recurso humano que preste sus servicios en la microempresa.
- 6.7.2.2 Alcanzar un alto nivel de comercialización en el cantón Cayambe.
- 6.7.2.3 Adquirir un alto nivel de eficiencia y eficacia en el momento de entrega del producto.
- 6.7.2.4 Proporcionar un excelente clima laboral que ayude a cumplir los objetivos propuestos.

6.8. POLÍTICAS

- 6.8.1 La comercialización se realizara a base de la continua investigación y a los planes de trabajo.
- 6.8.2 La comercialización debe ser en forma constante, permanente y la misma debe cumplir con el servicio para el cual es creado.
- 6.8.2 La comercialización estará dirigida a los floricultores y ganaderos del cantón.

6.8.3 La comercialización estará directamente relacionada con los planes de desarrollo personal de los empleados, los objetivos de la empresa y el servicio al consumidor final.

6.8.3 La comercialización constituye el eje central de la microempresa, de esta manera la misma estará encargada de capacitar, motivar, ascender y valorar al recurso humano.

6.9. VALORES

6.9.1 Compromiso empresarial

Al implementar una micro empresa de comercialización de melaza en el cantón Cayambe. Le permitirá adquirir imagen empresarial ante la sociedad, de tal manera poder asumir el compromiso conjuntamente con los empleados compartiendo la responsabilidad laboral, esto permitirá la superación económica y social tanto de los empleados como de la ciudad en general.

6.9.2 Equidad.

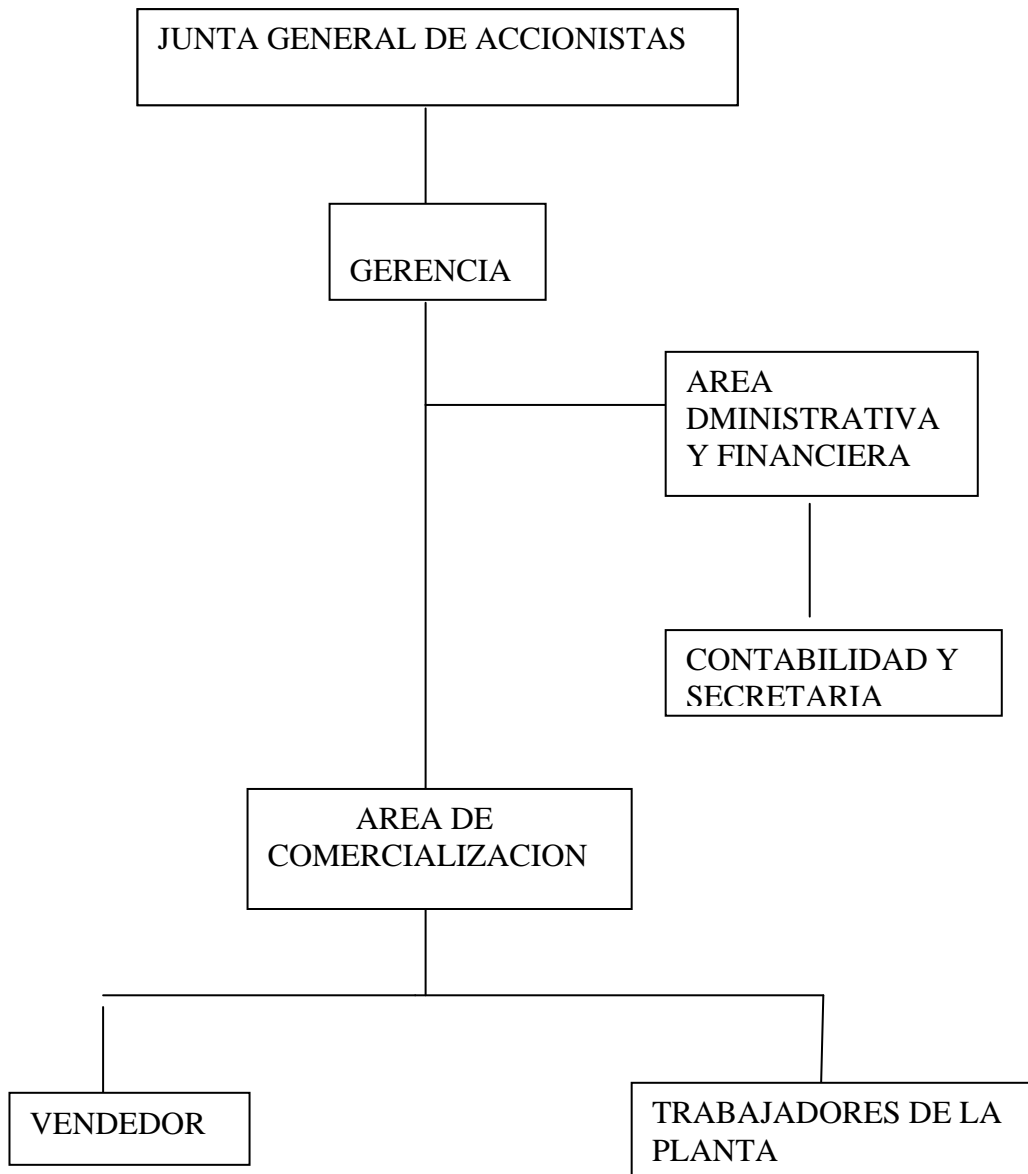
Este factor es muy importante para el desarrollo normal de las actividades debido a que este valor permitirá a todos los empleados del nivel alto, nivel medio sean considerados iguales, y así satisfacer las necesidades. Y lograr tomar las mejores decisiones en el momento adecuado, logrando así la relación deseada entre todos los miembros de la microempresa.

6.9.3 Eficiencia y Eficacia.

La eficiencia y eficacia se lograra con la capacitación y motivación constante que los empleados recibirán, con la finalidad de comercializar un producto de calidad, realizar las funciones en un rango satisfactorio, y por ende productos de calidad que vayan dirigidos al consumidor final y satisfaga sus necesidades requeridas.

6.10. ORGANIGRAMA

Grafico Nro. 16



6.11. Orgánico funcional

Para un buen funcionamiento de la micro-empresa se contará con el número total de 6 personas que se encargaran de realizar las diferentes funciones que hemos detallado a continuación se detallara los

perfiles de los futuros involucrados en la micro-empresa para alcanzar los objetivos propuestos.

6.11.1 Junta General de Accionistas.

6.11.1.1 Funciones:

- a) Elaborar los estatutos dentro de los cuales se regirá las labores de la microempresa.
- b) Reunirse por lo menos una vez cada treinta días.
- c) Tomar dediciones en lo referente a l buen manejo de la micro-empresa
- d) Programar objetivos a corto plazo de las actividades de la micro-empresa.
- e) Llevar un registró de todas sus reuniones y decisiones en un libro de actas.

6.11.2 Gerente general

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

6.11.2.1 Funciones:

- a) Elaborar y presentar informes periódicos de todas las actividades realizadas por la micro-empresa

- b) Relacionarse con los distribuidores de la materia prima base, comerciantes y empleados en general que estén a su mando.
- c) Administrar dirigir planificar y controlar el adecuado funcionamiento de la micro-empresa.
- d) Supervisar el cumplimiento del trabajo.
- e) Determinar sueldos y salarios del personal.
- f) Tomar decisiones en todas las áreas de su competencia
- g) Coordinar y participar en todos los procesos
- h) Determinar las cantidades necesarias para la adquisición de materiales, costos de producción y ventas.

6.11.2.2 Requisitos:

- a) Los aspirantes deberán tener estudios superiores de Administración de Empresas, Contabilidad, o Marketing.
- c) Sean personas responsables y afán de liderar todas las relaciones que se le designen.
- d) Capacidad de negociación y palabra de convencimiento su experiencia en este caso será de extrema importancia.
- e) Disponibilidad de tiempo completo e inmediato.

6.11.3 Vendedor

La persona que hace que las ventas su forma habitual de vida y que forma parte de un equipo por medio del cual una organización vende determinado bien o servicio, ofreciéndole una remuneración por su trabajo.

6.11.3.1 Funciones:

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

6.11.3.2 Requisitos:

- a) Estudios superiores en la carrera de Marketing
- b) Buen trato y atención esmerada al cliente.
- c) Habilidad para relacionarse y excelente presencia.
- d) Disponibilidad de tiempo completo.
- e) Experiencia no necesaria, ganas de superación en la rama de ventas.

- f) Don de palabra y poder de convencimiento.

6.11.4 Secretaria Contadora.

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

6.11.4.1 Funciones:

- a) Registrar las transacciones diarias (compras y ventas).
- b) Elaboración de balances financieros.
- c) Elaboración de informes.
- d) Elaboración de impuestos.
- e) Pagos a proveedores.
- f) Elaboración peroles de pagos y todos los registros de personal ante el Instituto de Seguridad Social.
- g) Llevar la contabilidad de forma ordenada y eficaz.
- h) Funciones que la gerencia ordene.

6.11.4.2 Requisitos:

- a) Experiencia no necesaria, ganas de superación en la rama encomendada.

- b) Estudios en contabilidad superior y auditoria.
- d) Ser contador publico acreditado CPA
- e) Buena presencia y don de gente.
- f) Buenas relaciones interpersonales

6.12.5 Bodeguero.

6.11.5.1 Funciones:

- a) Llevar los registros de entrada y salida de mercadería.
- b) Realizar el inventario de producto existente en almacenamiento
- c) Mantener bien limpio y ordenado el área a su cargo.
- d) Elaborar y presentar informes de sus actividades.
- e) Atender al distribuidor de materia prima realizar todas las ordenes de gerencia

6.11.5.2 Requisitos:

- a) Tener titulo de bachiller.
- b) La experiencia no será prioritaria debe tener predisposición para trabajar.
- c) Una capacitación de manejo y control de bodegas.

6.11.6 Obreros

6.11.6.1 Funciones:

- a) Ayudar al buen manejo y control de calidad del producto.
- b) Colaborar en todas las actividades necesarias en el proceso de comercialización.
- c) Realizar todas las órdenes de gerencia.
- d) Debe participar en las etapas de comercialización y etiquetado del producto.

6.11.6.2 Requisitos:

- a) Deben tener título de bachiller.
- b) Predisposición de trabajo inmediato
- c) Ser disciplinado, don de gente, ser creativo y amigable.

6.12. DIAGNOSTICO EXTERNO PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA NUEVA MICROEMPRESA

Luego de haber determinado varias características económicas, de mercado y del entorno donde funcionará el proyecto, a continuación se expone la información recogida sobre las cuatro variables: Aliados, oponentes, oportunidades, y riesgos, que tendría que afrontar la microempresa a implantarse.

6.12.1 ALIADOS:

- a) La mayoría de plantaciones florícolas consumen melaza en sus diversas aplicaciones en el cultivo de rosas, por lo que si tendría gran aceptación la nueva microempresa.
- b) Las fincas productoras de flores y los ganaderos ven con agrado la inclusión de la materia prima puesta a consideración de ellos para de esta manera seguir mejorando su producción a base de productos orgánicos que son menos nocivos para sus trabajadores y el medio ambiente
- c) La materia prima, al ser de producción nacional como es la melaza, será transportada desde la provincia de Imbabura, ya que en ese lugar se encuentra el ingenio azucarero en donde se genera la materia que se requiere para el proyecto.
- d) Los conocimientos adquiridos y transmitidos de generación a generación en los sectores rurales se viene incentivando el uso del producto en las haciendas y pequeñas fincas.
- e) Se contará con mano de obra calificada de pobladores del cantón, lo que permitirá la generación de empleo para los interesados en esta actividad.

6.12.2 OPONENTES:

- a) Al analizar la competencia a nivel nacional, existen pequeños intermediarios que comercializan y distribuyen melaza pero no cubren la demanda establecida.
- b) En cuanto a la competencia a nivel internacional, no existen empresas que se dediquen a esta actividad en el país.
- c) Los principales productos que se ofertan a los floricultores para su tecnificación son la mayoría de ingredientes activos químicos.

6.12.3 OPORTUNIDADES:

- a) No existe competencia en el mercado local, en cuanto a que existan empresas dedicadas a la comercialización y distribución de melaza.
- b) La gran demanda existente es para las plantaciones florícolas y ganaderas del cantón.
- c) Los créditos y micro créditos que otorgan las cooperativas de ahorro y crédito y otras agencias financieras serán de gran ayuda para la obtención de recursos que permitan la implementación de la nueva microempresa.

- d) La melaza es rica en hierro, cobre, magnesio, calcio, potasio, sodio, y vitaminas A, E, B1, B6, ácido fólico y es muy bueno para la salud, para el engorde del ganado, para fumigación, agro plus. Como abono enriquece el suelo. Con ello mejoraría la producción ganadera, y florícola del cantón.
- e) Con la comercialización adecuada de melaza, ésta actividad se convierte en una fuente adicional de ingresos, que podrá mejorar la situación económica de las personas que intervienen en el proyecto
- f) Existe un gran conocimiento en lo que se puede utilizar esta materia prima que a pesar de existir distintas formas de producción, es muy recomendable realizarla con melaza porque no perjudica el medio ambiente, pues es un producto orgánico.
- g) Con la ayuda del presente estudio de factibilidad, se pondrá en marcha la nueva microempresa.
- h) Las numerosas plantaciones que existen en la localidad permitirán un mayor desarrollo económico comercial para beneficio del cantón Cayambe.
- i) La generación de empleo e ingreso; la superación de heterogeneidades productivas

heredadas y de reciente creación mediante políticas que permitan potenciar la contribución de las pequeñas empresas al desarrollo y la posibilidad de canalizar una mayor proporción de recursos para el mejoramiento del capital humano, la protección colectiva y programas integrales de lucha contra la pobreza, en forma consistente con una sana política fiscal favorecen el progreso de la comunidad.

6.12.4 RIESGOS

- a) La inversión que realicen los integrantes de la microempresa corren el riesgo de pérdida, en caso de no aplicar todas las medidas que logren el desarrollo futuro de la empresa.
- b) La inestabilidad social y política que atraviesa el país, hace que existan muchas paralizaciones, en especial del transporte, lo que podría interrumpir los procesos de comercialización y distribución.
- c) La crisis internacional puede repercutir en la disminución de la demanda de flores lo que provocaría que las fincas florícolas quiebren.

CAPITULO VII

7. ANALISIS DE IMPACTOS

La evaluación de impactos o posibles consecuencias que pueden generar el proyecto, es importante para determinar la incidencia positiva o negativa del proyecto en el entorno en que se desarrollara. Por tratarse de un proyecto productivo el presente análisis de impactos se utilizara el método más, sencillo y conveniente para su mejor comprensión el cual posee la siguiente estructura.

a) Se determinara las áreas o ámbitos generales en las que el proyecto influye positiva o negativamente para el caso se a determinado cuatro áreas: socio- económico, ambiental, educativo, y comercial.

b) Se optara un rango de niveles de impacto positivo y negativo como se detalla a continuación.

Valoración cualitativa	Valoración cuantitativa
Impacto alto positivo	3
Impacto medio positivo	2
Impacto bajo positivo	1
No hay impacto	0
Impacto bajo negativo	-1
Impacto medio negativo	-2
Impacto alto negativo	-3

FUENTE: Investigación propia

ELABORACION: La Autora

c) Se elabora para cada una de las áreas o ámbitos una matriz en la que horizontalmente se ubica los niveles o rango de impacto establecidos en la tabla anterior. Y verticalmente se determina una serie de indicadores que permiten tener información puntual del área o ámbito analizado.

d) Los indicadores se le asignara un posible impacto positivo o negativo, luego se encuentra la sumatoria de los niveles de impacto de los indicadores, la misma que debe ser dividida para el número de indicadores.

e) Se elaborara cada matriz se procede a elaborar un análisis por cada indicador anotado, se establecerá las razones que conllevaron a asignar el nivel de impacto al indicador de la matriz. Este proceso lo utilizaremos para todas las áreas o ámbitos de impacto.

7.1 IMPACTO SOCIO- ECONÓMICO.

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Fuentes de trabajo					x		
Estabilidad laboral						x	
Relaciones interpersonales							x
Calidad de vida						x	
Total					1	4	3

FUENTE: Investigación propia

ELABORACION: La Autora

Nivel de impacto social = S/ Numero de indicadores.

Nivel de impacto social = 9/4

Nivel de impacto social = **2,25 Impacto medio positivo.**

7.1.1 ANÁLISIS DE INDICADORES:

a) El recurso humano de las empresas siempre será el factor más importante de una empresa, los empleados tendrán un trabajo en el cual podrán desarrollarse como profesional y emotivamente. De esta forma tendrá una nueva visión sobre el trabajo, todo con una visión enriquecedora para cada uno de ellos, y a la vez demandar a la sociedad personas preparadas para afrontar el diario vivir.

b) Lograremos estabilidad laboral, con los empleados mediante capacitación constante permitiendo a todo el personal estar motivado, lo que conlleva al cumplimiento de su trabajo, de esta forma lograremos realizar las tareas en forma eficiente y eficaz, y a su vez interrelacionarnos entre sí con los niveles medios, y altos.

c) Mediante la comunicación interpersonal se tratará de fomentar el diálogo de persona a persona entre todos los miembros de la empresa. Esto se logrará con una formación integral que fortalezca los lazos de unidad y compañerismo formando grupos de trabajo que logre el mejor nivel de producción, el diálogo debe ser directa, sincera y constante.

d) El recurso humano que entrege sus servicios en la microempresa irá adquiriendo conocimientos y técnicas que a su vez les permitirá estar cada vez más preparados, esto mejorará notablemente su calidad de vida pudiendo afrontar nuevos retos en su carrera profesional y de esta forma buscar nuevas oportunidades.

7.2 IMPACTO AMBIENTAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Contaminación del agua		x					
Deterioro del aire			x				
Alteración del suelo			x				
Alteración de la flora y la fauna			x				
Manejo ambiental						x	
Condiciones sanitarias						x	
total		-2	-3			4	

FUENTE: Investigación propia

ELABORACION: La Autora

Nivel de impacto ambiental = S/ Numero de indicadores.

Nivel de impacto ambiental = 1/6

Nivel de impacto ambiental = **0.17 Impacto bajo negativo.**

7.2.1 ANALISIS DE INDICADORES:

a) En nuestro proyecto el cuidado de la naturaleza y su entorno es muy importante, la contaminación del agua posee un nivel medio negativo, porque los residuos líquidos que salen del lavado de los tachos, pomas, piso, y demás utensilios utilizados para el proceso de envasado serán enviados al alcantarillado con la autorización respectiva del la empresa municipal de Cayambe, de esta forma no existirá problema con el agua que luego de ser utilizada no afecte al medio ambiente, ni a las cercanías donde se encuentre la comercializadora.

f) El deterioro del aire en este tipo de microempresa es mínimo comparado a lo que es en las plantas industriales ya que en

nuestro caso es el almacenamiento y envasado de la melaza es por eso que se le ha asignado el valor de -1 a un nivel bajo negativo.

g) En este proyecto no existe alteración del suelo, la flora ni la fauna, mas bien lo enriquece proporcionándole minerales y vitaminas que favorecen el desarrollo de cualquier cultivo adyacente que se quiera implementar, o como también sirve como suplemento alimenticio para los animales, por esta razón se le ha situado en el valor de -1 de bajo negativo.

h) A pesar de que los impactos negativos del proyecto sobre el ambiente son bajos, se puede implementar también ciertas medidas preventivas con un plan de manejo ambiental, tales como:

Limpieza constante del piso

Lavado frecuente de los envases a utilizarse.

Los envases deteriorados enviarlos a reciclaje

Estas medidas son fáciles de aplicar y permitirán reducir el Impacto del ambiente, por lo que se le ha dado el valor 2 del Nivel medio positivo.

i) Las condiciones sanitarias en las que se desarrollará actividades, se ha valorado con 2, porque garantizará la calidad del producto y un ambiente adecuado para los trabajadores, asegurando su salud llevando a cabo un control interno de los lineamientos establecidos periódicamente.

7.3. IMPACTO EDUCATIVO

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de Conocimiento						X	
TOTAL						2	

FUENTE: Investigación propia

ELABORACION: La Autora

Nivel de impacto ambiental = S/ Numero de indicadores.

Nivel de impacto ambiental = 2/1

Nivel de impacto ambiental = **2 Impacto medio positivo.**

7.3.1 ANALISIS DE INDICADORES

j) El presente proyecto de comercializadora de melaza servirá de material informativo y de conocimiento que servirá para información académica, fuente de consulta, actualización de conocimientos de los estudiantes y personas en general. El impacto educativo le corresponde el valor de 2 lo que quiere decir que tiene un nivel medio positivo.

7.4. IMPACTO COMERCIAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Socialización							X
Atención al cliente						X	
Producto competitivo						X	
TOTAL						4	3

FUENTE: Investigación propia

ELABORACION: La Autora

Nivel de impacto ambiental = S/ Numero de indicadores.

Nivel de impacto ambiental = 7/3

Nivel de impacto ambiental = **2.33 Impacto medio positivo.**

7.4.1 ANÁLISIS DE INDICADORES

k) A este indicador se le a dado un valor de 3 ya que la socialización del proyecto y producto que se ofrecerá en el cantón Cayambe, me permitirá desarrollar la propuesta con éxito, también permitirá dar a conocer a la comunidad la importancia que acarrea el mismo. Esto se podar lograr con la cooperación, participación de todos los miembros del núcleo de floricultores y demás fincas que requieran del producto.

l) La atención al cliente que se le brindara a los floricultores consistirá no solo en el hecho de venderle el producto, sino de brindarle la información requerida sobre los beneficios, vitaminas y minerales que posee el producto para el desarrollo de sus cultivos, se aceptara sugerencias y quejas, las mismas que nos permitirá retroalimentar nuestra comercializadora con el propósito de mejorar nuestro servicio y de esta forma atraer más clientes y sobre todo tener clientes satisfechos.

m) La comercializadora ofrecerá directamente a los floricultores con un producto competitivo, debido a que sus precios serán mas cómodos de lo que se puede encontrar en el mercado, se garantizara la calidad de la melaza, ya que se desarrollara bajo las condiciones y controles necesarios que requiera el producto. Por este motivo se ha asignado un valor de 3, que en términos cualitativos implica que tiene un nivel alto positivo.

7.5.- IMPACTO GLOBAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto socio económico						X	
impacto ambiental			X				
Impacto educativo						X	
Impacto educativo						X	

FUENTE: Investigación propia

ELABORACION: La Autora

Como se puede observar en los cuadros anteriores los impactos socio-económicos, ambiental, educativo, y comercial se puede ubicar en un nivel medio positivo. Sin embargo en el análisis se puede apreciar que estos tienen una diferencia mínima en los puntajes lo que hace que el impacto socio-económico, comercial, y educativo tengan los mayores puntajes (2), seguido del impacto ambiental con un impacto bajo negativo (-0.17).

De acuerdo a estos resultados obtenidos, podemos indicar que el proyecto incidirá positivamente a nivel socio-económico, educativo, y comercial lo que a su vez a corto y largo plazo ayudará a generar un impacto positivo en el entorno.

En lo referente a los impactos negativos generados por el proyecto son de índole ambiental y en baja escala, este producto es orgánico y no tiene consecuencias nocivas, con un adecuado manejo ambiental se podrá aminorar los efectos de forma que se evite en lo posible el deterioro del entorno natural.

CONCLUSIONES:

De la investigación realizada, que concluye con la elaboración del presente proyecto de factibilidad, se obtiene las siguientes conclusiones.

- ❖ En conclusión el proyecto es económicamente factible y puede ser ejecutado profesionalmente. El mismo que se desprende de los siguientes valores.

VAN = 12150,9

TIR = 69,95%

RB/C = 1,17

PRK = 1 año 9 meses

- ❖ El proyecto es consistente, aplicable en la ejecución de todas sus etapas, por lo que es un elemento económico que sirve al desarrollo de los sectores involucrados, es una sustentable fuente de empleo, la misma que crea 6 fuentes de trabajo en el cantón Cayambe.
- ❖ Se llega a la conclusión de que en el Cantón Cayambe el 40% de los floricultores encuestados desearían experimentar y adquirir la melaza a un menor precio que la competencia.
- ❖ En lo referente a la ubicación de la comercializadora se tomo en cuenta ciertos factores naturales como: el clima adecuado para el almacenamiento de nuestro producto, disponibilidad para adquirir la materia prima, servicios básicos, mano de obra directa e indirecta, estar cerca de las fincas florícolas para que puedan adquirir el producto con facilidad y a tiempo, vías de accesos y sobre todo el lugar don de se va a ubicarse la comercializadora es

un lugar que cuenta con un espacio amplio para su almacenamiento.

- ❖ En el cantón Cayambe no existe una empresa dedicada específicamente a la comercialización de melaza, los proveen de la materia prima son intermediarios que traen el producto solo cuando es requerido bajo pedido, es por esto que se tubo la iniciativa de crear una distribuidora de melaza para cubrir la demanda que requiere el Cantón a un precio por debajo de la competencia.
- ❖ La inversión del proyecto se recupera en un tiempo muy corto de 3 años, posee una tasa de retorno atractiva y el benefició costo que se obtiene es aceptable.
- ❖ Las fincas florícolas de Cantón necesitan mayor atención y énfasis en sus necesidades de poder adquirir un producto orgánico que no tiene consecuencias nocivas, al desgaste del suelo y mucho menos perjudica el medio ambiente, ni la vida humana.

RECOMENDACIONES:

- ❖ Se recomienda que al terminar el primer año de funcionamiento de la microempresa se realice un diagnóstico, el cual nos permitirá detectar si se ha cumplido con los objetivos que se planteado en el estudio de factibilidad y a su vez se debe incentivar a la sociedad para que pueda crear empresas pequeñas y de esta forma crear fuentes de empleo.
- ❖ Por estrategia de ubicación entre los sectores involucrados y el mercado se a determinado que la localización de la comercializadora debe estar ubicada en la ciudad de Cayambe, ya que cuenta con todos los recursos necesarios para el perfecto funcionamiento, y sobre todo esta cerca de la zona donde se encuentran los demás locales don de adquieren los floricultores los insumos requeridos para el cultivo de las flores.
- ❖ Es recomendable realizar investigaciones constante de los métodos y técnicas que se van desarrollado para la aplicación del producto, el mismo que incentive a los floricultores a adquirir un producto orgánico que no tiene impacto alguno, con la finalidad de lograr niveles óptimos de comercialización, y de esta forma lograr tener mayor participación en el mercado.
- ❖ La microempresa deberá planificar, organizar y evaluar de manera constante todas las actividades administrativas realizadas en a la empresa con el fin de tomar las decisiones más adecuadas en el momento que se requiera, las mismas que no perjudique a los floricultores y de esta forma no desabastecerse de la materia prima.
- ❖ Es indispensable realizar capacitación al personal no solo en lo referente a lo profesional sino también en el desarrollo humano;

de esta forma se dispondrá de gente capacitada y motivada, se tendrá un mejor desempeño individual y colectivo dentro de la empresa y una excelente atención al cliente.

- ❖ Se recomienda intercambiar conocimientos con otras fincas florícolas para de esta manera obtener mejores técnicas y métodos de producción con un producto organico.

- ❖ Se recomienda intentar reactivar la economía micro empresarial para mejorar los ingresos económicos del Cantón Cayambe y a sus ves mejorar el nivel de vida de los ciudadanos del Cantón.

