



SEDE GUAYAQUIL

CARRERA

Administración de Empresas.

TESIS

Previa Obtención Del Título De Ingeniera Comercial Con Mención en
Comercio Exterior – Finanzas.

TEMA:

Estudio de factibilidad financiera para la producción de hortalizas orgánicas de la Hacienda Cabrera ubicada en Yolón provincia del Cañar y propuesta de comercialización en una cadena de supermercados de la ciudad de Guayaquil.

AUTORAS:

Gabriela Mishell Cabrera Quizphi

Irina Roxanna Santos Balón

DIRECTOR:

Ing. Cecibel Alava Pincay, MGP

GUAYAQUIL – ECUADOR

MAYO 2015

Declaratoria De Responsabilidad

Los contenidos desarrollados, análisis realizados y conclusiones del presente trabajo de titulación, son de exclusiva responsabilidad de sus autoras y la propiedad intelectual es de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, Mayo de 2015

Gabriela Mishell Cabrera Quizhpi

CI: 0930956362

Irina Roxanna Santos Balón

CI: 0923593677

Agradecimiento

Quiero agradecer a las siguientes personas que me han ayudado a lo largo de mi carrera universitaria y que han logrado el día de hoy pueda culminar mis estudios con este trabajo de grado.

A Dios por permitirme la paciencia, sabiduría y dedicación durante toda mi carrera estudiantil mediante mi intercesora la Virgen María, ya que ella por medio de mis oraciones no me ha alejado del buen camino y me ha convertido en una mujer de casa dedicada a mi familia y estudios.

A mis padres, el señor Gabriel Cabrera y señora María Quizhpi por regalarme el mejor de las herencias que son los estudios, herramienta fundamental para poder defenderme en el campo laboral, doy gracias por el amor inmenso que me han brindado reflejado en sus sacrificios y privaciones, consejos, dedicación y preocupación para que nada me haga falta.

A una mujer muy especial en mi vida que sin llevar mi sangre la amo como si fuera mi mamá, mi nana la Sra. Aidita Quiñonez, quien con sus atenciones y consejos me han terminado de formarme, ella a quien llamo un ángel terrenal que Dios me regaló, ha estado siempre en momentos duros y alegres, ha sido mi motivación para la conclusión de esta tesis y en conjunto con mis padres son los tres pilares fundamentales en mi vida.

A mi novio, el Ing. Erick Tobar que me ha ayudado en el desarrollo de esta tesis, le agradezco por la preocupación y la motivación que siempre me ha brindado desde el inicio de esta aventura que es obtener mi título profesional.

A mi tutora de tesis, la Ing. Cecibel Alava quien ha sido una guía en este largo camino que ha sido el desarrollo y culminación de este trabajo de titulación.

Gabriela Mishell Cabrera Quizhpi.

Agradecimiento

Quiero agradecer a Dios por brindarme fortaleza, salud, la oportunidad de terminar mi carrera y ayudarme a cumplir todas mis metas propuestas. A mi madre Ángela Balón León que siempre con su apoyo, esfuerzo y amor ha hecho que pueda cumplir unos de mis sueños ser Ingeniera Comercial, a mis hermanos Arq. Nathalie Santos y Lcdo. Jaime Santos que en cada momento han estado pendientes de mi superación y han aportado mucho para mi crecimiento profesional, a mis profesores que aportaron con sus conocimientos para que pueda realizarme como persona y profesional a todos infinitas gracias porque sin ustedes no hubiese cumplido este sueño.

Irina Roxanna Santos Balón.

Dedicatoria

Esta tesis es dedicada a mis padres quienes han sido el pilar fundamental en mi vida, y mi motivación para culminar mi carrera universitaria con buenas calificaciones.

Gabriela Mishell Cabrera Quizhpi.

Dedicatoria

A mis padres que son el pilar fundamental en mi vida, especialmente a mi Padre que desde el cielo él siempre ha sido mi motivación para continuar mi carrera profesional, a mis hermanos que ellos son y serán siempre mi ejemplo a seguir y brindándome su apoyo incondicional.

Irina Roxanna Santos Balón

Índice General

Declaratoria De Responsabilidad	ii
Agradecimiento	iii
Dedicatoria.....	v
Resumen.....	xix
Abstract.....	xxi
Introducción	1
Capítulo 1.....	2
1 Planteamiento del Problema	2
1.1. Antecedentes	2
1.2. Enunciado o Descripción de la Situación Problemática	3
1.3. Formulación del Problema	4
1.4. Objetivos	4
1.4.1. Objetivo General	4
1.4.2. Objetivos Específicos:	4
1.5. Justificación	4
1.6. Delimitación Temporal	5
1.7. Delimitación Espacial	5
1.8. Delimitación Académica	6
Capítulo 2.....	7
2 Marco Teórico	7
2.1. Teoría de Factibilidad.....	7
2.1.1. Factibilidad Financiera.....	8
2.2. Producción	9
2.3. Hortalizas	10
1.4. Lavado y Desinfección de las Hortalizas Orgánicas	11

2.4.1.	Preparación de la Solución Desinfectante.....	11
2.5.	Comercialización	12
2.5.1.	Importancia de la Comercialización	13
2.5.2.	Plan de comercialización	14
2.5.3.	Análisis estratégico.....	14
2.5.4.	Matriz Boston Consulting Group	14
2.5.5.	Análisis FODA.....	15
2.5.6.	Fuerzas de Porter	16
2.5.7.	Plan de Marketing.....	17
2.5.8.	Marketing Mix.....	17
2.6.	Déleg	18
2.6.1.	Historia.....	18
2.6.2.	Ubicación geográfica.....	18
2.6.3.	Clima	18
2.7.	Situación Actual de la Hacienda Cabrera.....	20
2.7.1	Antecedentes de la Hacienda Cabrera	20
2.7.2	Proceso de Producción de Hortalizas Orgánicas.....	21
2.7.3	Preparación del Terreno.....	22
2.7.4	Abono	23
2.7.5	Siembra	23
2.7.6	Riego	23
2.7.7	Cosecha	23
2.8	Manejo de Postcosecha	23
2.9	Empaquetado.....	24
2.10	Transporte	25
2.11	Canales de Comercialización	25
2.12	Costos Directos de Fabricación.....	26
2.12.1	Materia Prima Directa.....	26
2.12.2	Mano de Obra Directa	27
2.13	Costos Indirectos de Fabricación.....	27

2.14	Precios	28
2.15	Ingresos por Ventas de Hortalizas.....	28
2.16	Diagrama de Flujo de Proceso de Actividades de la Hacienda Cabrerera	29
2.17	Marco legal	30
2.17.1	Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones 30	
2.17.2	Responsabilidades Y Obligaciones Del Proveedor.....	30
2.17.3	Ley de Aguas.....	31
2.17.4	Del Registro Sanitario.....	31
2.17.5	Ministerio del Medio Ambiente.	32
2.17.6	Instituto Ecuatoriano de Normalización.....	33
2.17.7	Plan Nacional del Buen Vivir	33
2.17.8	Hipótesis	34
2.17.9	Variables	34
2.17.10	Indicadores	34
Capítulo 3.....		36
3	Marco Metodológico	36
3.1	Método de Investigación	36
3.2	Tipo de investigación	36
3.3	Nivel de investigación.....	37
3.4	Técnicas de investigación.....	37
3.5	Población.....	37
3.6	Muestra	38
3.7	Análisis de los Resultados.....	38
3.7.1	Entrevista a las Cadenas de Supermercados	38
3.7.2	Entrevista a la Hacienda Cabrera.	41
Capítulo 4.....		42
4	Propuesta De Comercialización	42

4.1	Introducción	42
4.2	Antecedentes de la Corporación El Rosado.....	43
4.2.1.	Líneas de Negocios – Corporación El Rosado	44
4.3.	Antecedentes de la Corporación Favorita C.A.....	44
4.3.1.	Líneas de Negocios – Corporación Favorita C.A.	45
4.4.	Marketing Estratégico	47
4.4.1.	Matriz Boston Consulting Group (BCG).....	47
4.4.2.	Análisis FODA	48
4.4.3.	Segmentación del Mercado	49
4.4.4.	Análisis de las Oportunidades.....	50
4.4.5.	Análisis Competitivo	51
4.4.6.	Ventaja Competitiva	53
4.5.	Marketing Operativo	53
4.5.1.	Marketing Mix.....	53
4.5.2.	Presupuesto de Marketing.....	67
4.6.	Diagrama de Flujo de Proceso de la Propuesta.....	68
	Capítulo 5.....	69
5	Evaluación Financiera Del Proyecto	69
5.1.	Inversión Capital de Trabajo.....	69
5.2.	Inversión de Activos Fijos	69
5.3.	Depreciación	70
5.4.	Depreciación Consolidada.....	72
5.5.	Inversión Inicial.....	72
5.6.	Estructura de Capital	73
5.7.	Amortización	74
5.8.	Materia Prima Directa.....	74
5.9.	Mano de Obra Directa	75
5.10.	Mano de Obra Indirecta.....	76

5.11.	Costos Indirectos de Fabricación.....	77
5.11.1.	Otros Costos Indirectos.	77
5.12.	Costo de Producción	81
5.13.	Precio Venta de Hortalizas.....	81
5.14.	Presupuesto de Ventas	82
5.15.	Ingresos Proyectados	84
5.16.	Gastos Administrativos Durante Cinco Años.....	85
5.17.	Sueldos Ventas.....	87
5.17.1.	Alimentación.....	88
5.18.	Publicidad	88
5.19.	Transporte	89
5.20.	Gastos de Ventas	89
5.21.	Flujo de Efectivo.....	89
5.22.	Estado de Resultado.....	91
5.23.	TMAR	92
5.24.	Valor Actual Neto (VAN)	92
5.25.	Tasa Interna de Retorno.....	93
5.26.	Índice de Rentabilidad.....	94
5.27.	Recuperación de la Inversión (Payback).....	94
5.28.	Punto de Equilibrio	95
5.29.	Plan de Contingencia	95
	Conclusiones	100
	Recomendaciones	101
	Bibliografía	102
	Anexos	106

Índice de Tablas

Capítulo 2.....	7
2. Marco Teórico	7
Tabla 2.1 Temperatura en el cantón Déleg.....	19
Tabla 2.2: Cronograma de Cultivo de Hortalizas Orgánicas.	22
Tabla 2.3: Costo de Materia Prima en Semillas.....	26
Tabla 2.4 Costo de Mano de Obra Directa.	27
Tabla 2.5: Costos Indirectos de Fabricación.	27
Tabla 2.6 Lista de Precios de Hortalizas para Minoristas.	28
Tabla 2.7 Ventas de Hortalizas Mes de Diciembre.	28
Capítulo 3.....	36
3. Marco Metodológico	36
Tabla 3.1: Matriz de Involucrados	37
Tabla 3.2 Significado.....	38
Capítulo 4.....	42
4. Propuesta De Comercialización	42
Tabla 4.1Costo de Empaques Para Comercializar Hortalizas Orgánicas.....	54
Tabla 4.2 Costo por Impresión de Etiquetas.	56
Tabla 4.3 Detalle del Costo de las Maquinarias.	58
Tabla 4.4 Costo de Certificación Para la Agricultura Orgánica.	59
Tabla 4.5 Sueldos de Obreros y Jefe Planta.	60
Tabla 4.6 Precio de Venta al Supermercado.	61
Tabla 4.7 Costos del Sueldo de ejecutivo en ventas, Equipos de Computación y Muebles de Oficina.....	63
Tabla 4.8 Cotización del Camión.....	64
Tabla 4.9 Costo Por Crear La Página Web.	66
Tabla 4.10 Costos por Publicidad en el Supermercado.	67
Tabla 4.11 Detalle del Presupuesto Mensual de Marketing.....	67

Capítulo 5	69
5. Evaluación Financiera Del Proyecto	69
Tabla 5.1 Inversión Capital de Trabajo	69
Tabla 5.2 Costo de Maquinaria	70
Tabla 5.3 Costo del Vehículo	70
Tabla 5.4 Equipo de Computación	70
Tabla 5.5 Muebles y Enseres	70
Tabla 5.6 Depreciación Equipo de Computación	71
Tabla 5.7 Depreciación de Vehículo	71
Tabla 5.8 Depreciación Maquinaria	71
Tabla 5.9 Depreciación Muebles y Enseres	72
Tabla 5.10 Depreciación Consolidada	72
Tabla 5.11 Presupuesto de Inversión	73
Tabla 5.12 Estructura de Capital	73
Tabla 5.13 Amortización de la Deuda	74
Tabla 5.14 Costos de Materia Prima	74
Tabla 5.15: Mano de Obra Durante Cinco Años	75
Tabla 5.16 Costos Mano de Obra Indirecta Durante Cinco Años	76
Tabla 5.17 Costos Indirectos	77
Tabla 5.18 Otros Costos Indirectos	77
Tabla 5.19 Vestimenta	78
Tabla 5.20 Alimentación	78
Tabla 5.21 Materiales Indirectos Durante Cinco Años	79
Tabla 5.22 Empaquetado Durante Cinco Años	80
Tabla 5.23 Costos de Producción	81
Tabla 5.24 Precio de Venta de Hortalizas	81
Tabla 5.25. Presupuesto de Ventas Primer Año	82
Tabla 5.26 Presupuesto de Ventas Segundo Año	82
Tabla 5.27 Presupuesto de Ventas Tercer Año	83
Tabla 5.28 Presupuesto de Ventas Cuarto Año	83
Tabla 5.29 Presupuesto de Ventas Quinto Año	84
Tabla 5.30 Presupuesto de Ventas Quinto Año	84
Tabla 5.31 Gastos Administrativos Durante Cinco Años	85

Tabla 5.32 Alimentación.....	86
Tabla 5.33 Gastos Administrativos generales.....	86
Tabla 5.34 Sueldos Ventas Durante Cinco Años.	87
Tabla 5.35 Gastos de Alimentación del Dpto. de Ventas.....	88
Tabla 5.36 Costos de Publicidad.	88
Tabla 5.37 Costos del transporte.	89
Tabla 5.38 Gastos de Ventas.	89
Tabla 5.39 Flujo de Efectivo.....	90
Tabla 5.40 Estado de Resultado Proyectado	91
Tabla 5.41 Valor Actual Neto.....	93
Tabla 5.42 Payback.	94
Tabla 5.43 Punto de Equilibrio.	95

Índice de Imágenes

Capítulo 1	2
1. Planteamiento del Problema	2
Imagen 1.1 Mapa de la Ubicación de Déleg.	6
Imagen 1.2 Mapa de la ubicación de Guayaquil.	6
Capítulo 2	7
2. Marco Teórico	7
Imagen 2.1: Logo de la Hacienda Cabrera.	21
Imagen 2.2 Lavaderos.	24
Imagen 2.3 Proceso Lavado de Cestas.	24
Imagen 2.4 Transporte de Hortalizas.	25
Imagen 2.5 Canal de Distribución Actual.	26
Imagen 2.6 Diagrama de flujo de proceso de las actuales actividades de la hacienda.	29
Capítulo 4	42
4. Propuesta De Comercialización	42
Imagen 4.1 Logo de la Corporación El Rosado.	43
Imagen 4.2 Logo del Mi Comisariato.	44
Imagen 4.3 Logo de la Corporación Favorita C.A.	45
Imagen 4.4 Logo de Gran Akí.	46
Imagen 4.5 Logo del Megamaxi.	47
Imagen 4.6 Matriz BCG.	47
Imagen 4.7 Ciclo de Vida del Producto.	51
Imagen 4.8 Etiqueta del Tomate Orgánico.	55
Imagen 4.9 Etiqueta para las Zanahorias Orgánicas.	55
Imagen 4.10 Cotización y Características de la Balanza Industrial.	57
Imagen 4.11 Cotización y Característica de la Selladora.	58
Imagen 4.12 Certificación Orgánica QCS.	59

Imagen 4.13 Canal de Distribución de Hortalizas Orgánicas.....	61
Imagen 4.14 Teléfono Inalámbrico con Características.	62
Imagen 4.15 Cotización Laptop HP de 15,6 Pulgadas y Características.	63
Imagen 4.16 Camión de 6 toneladas con Características.	64
Imagen 4.17 Diseño de la Página Web.	65
Imagen 4.18 Diseño del Banner.	66
Imagen 4.19 Diagrama de flujo de proceso de la propuesta.	68
Capítulo 5.....	69
5. Evaluación Financiera Del Proyecto	69
Imagen 5.1: Estructura de la Brigada	99

Índice de Anexos

Anexo # 1: Parte Frontal de la Escritura de la Hacienda Cabrera.	107
Anexo # 2: Parte Posterior de la Escritura de la Hacienda Cabrera.	108
Anexo # 3: Escritura de un Cuarto de Solar de la Hacienda Cabrera.....	109
Anexo # 4: Parte Posterior de la Escritura de un Cuarto de Solar de la Hacienda Cabrera.	110
Anexo # 5: Levantamiento Planimétrico del Terreno de Gabriel Cabrera.	111
Anexo # 6: Impuesto Predial de la Hacienda Cabrera.	112
Anexo # 7: Artículos del Código Orgánico de la producción, comercio e inversiones.....	113
Anexo # 8: Artículos de Responsabilidades y Obligaciones Del Proveedor.....	114
Anexo # 9: Artículos de ley de Aguas.	115
Anexo # 10: Registro Sanitario.	117
Anexo # 11: Artículos sobre el medio ambiente.	118
Anexo # 12: Envases Para el transporte de frutas y hortalizas frescas requisitos.	121
Anexo # 13: Plan Nacional del Buen Vivir.....	121
Anexo # 14: Etiquetas de hortalizas orgánicas.	122
Anexo # 15: Empaque y etiquetado de col orgánica.	123
Anexo # 16: Empaque y etiquetado de coliflor orgánica.	123
Anexo # 17: Empaque y etiquetado de tomate orgánico.	124
Anexo # 18: Empaque y etiquetado de Nabo orgánico.	124
Anexo # 19: Empaque y etiquetado de acelga orgánica.	125
Anexo # 20: Empaque y etiquetado de apio orgánico.....	125
Anexo # 21: Empaque y etiquetado de cebolla orgánica.	126
Anexo # 22: Empaque y etiquetado de Lechuga orgánica.	126
Anexo # 23: Empaque y etiquetado de zanahoria orgánica.	127
Anexo # 24: Cosecha de tomates orgánicos.	127
Anexo # 25: Cosecha de Cebolla Colorada.	128
Anexo # 26: Limpieza de la Cebolla Colorada.	128
Anexo # 27: Imagen sistema de riego.	129
Anexo # 28: Imagen de muebles de oficina.	129

Anexo # 29: Costo del escritorio ejecutivo.	129
Anexo # 30: Cotización de la publicidad para la comercialización de hortalizas orgánicas.	130
Anexo # 31: Proforma de materiales para el empaquetado.	130
Anexo # 32: Hoja de evaluación de las entrevista de la Hacienda Cabrera. ...	131
Anexo # 33: Hoja de evaluación de las entrevista de la Hacienda Cabrera. ...	132
Anexo # 34: Hoja de evaluación de las entrevista de la Hacienda Cabrera. ...	133
Anexo # 35: Entrevista a Hacienda Cabrera.	134
Anexo # 36: Hoja de evaluación de la entrevista dirigida a empresarios.	138
Anexo # 37: Hoja de evaluación de la entrevista dirigida a empresarios.	139
Anexo # 38: Hoja de evaluación de la entrevista dirigida a empresarios.	140
Anexo # 39: Entrevista a Megamaxi.	141
Anexo # 40: Entrevista a Mi Comisariato.	144
Anexo # 41: Entrevista a Gran Akí.	146
Anexo # 42: Imágenes de la Entrevista a Mi Comisariato.	148
Anexo # 43: Tarifario Banco Pichincha.	149

Las técnicas de éste estudio son las entrevistas tanto para el dueño de la Hacienda Cabrera como para los supermercados, el primero es para conocer la situación actual de la hacienda para así realizar estrategias con el fin de mejorar la producción y elaborar la propuesta de comercialización; el segundo es con la finalidad de escoger el supermercado a conveniencia. El tipo de investigación es de campo y documental, es de campo porque se asiste a la hacienda y supermercados de Guayaquil como el Mi Comisariato, Megamaxi y Gran Akí. Y es documental porque, se realizó consultas en documentos tales como: libros, revistas, memorias, anuarios, registros, códigos, constituciones.

En este estudio se establecen las cantidades en kilos de hortalizas orgánicas que se deben llegar a vender mensual y anual durante los cinco primeros años, siendo así factible ejecutar la propuesta de comercialización que consiste en algunas estrategias ayudando con la mejora en la producción, imagen y publicidad del producto final.

Palabras Claves

Factibilidad financiera, propuesta de comercialización, hortalizas orgánicas, estudio, viabilidad, supermercado.

choose the supermarket in convenience. The type of research is field research and documentary, because we attend the ranch and supermarkets of Guayaquil such as Mi Comisariato, Megamaxi and Gran Akí. And it is documentary because, consultations took place in documents such as books, magazines, reports, yearbooks, records, manuscripts , constitutions.

In the project we'll establish the quantities in kilos of organic vegetables to be sold in a monthly and annual ratio during the first five years, being feasible to execute the sale's proposal that consist in some strategies helping to improve the production, image and publicity of the final product.

Keywords:

Financial feasibility, sales proposal, organic vegetable, research, viability, supermarket.

Introducción

El trabajo que se presenta se centra en el estudio de factibilidad financiera para la producción de hortalizas orgánicas de la “Hacienda Cabrera” y a su vez lograr la comercialización en una cadena de supermercados de la ciudad de Guayaquil. Se escogió este tema debido a que la Hacienda Cabrera en sus inicios tuvo acogida para la comercialización de Hortalizas orgánicas pero solo en Yolón, sin embargo por la falta de recursos no pudo trasladar sus productos a Guayaquil ya que la Hacienda Cabrera quería crecer y no solo quedarse en Yolón.

Para ello se quiso evidenciar que requiere la Hacienda Cabrera para lograr su cometido, por lo que se observó que necesita realizar un estudio de factibilidad financiera para producir hortalizas orgánicas en la “Hacienda Cabrera”, ubicada en Yolón y así poder comercializarlas en una cadena de supermercado. Para que esto se logre, se diagnosticó que es necesario aumentar la producción de las hortalizas orgánicas, para su posible distribución en un supermercado apropiado en la ciudad de Guayaquil.

Para que todo esto suceda se utilizó el método de investigación analítico sintético porque brinda un análisis específico del proceso actual de producción de las hortalizas orgánicas, la demanda y comercialización en las cadenas de supermercados. Una de las técnicas que se empleó fue la entrevista tanto para los dueños de la Hacienda Cabrera como para los supermercados escogidos, herramienta fundamental que ayudó adquirir la mayor información necesaria para saber en cual vía será factible la comercialización. Además se utilizó la investigación documental ya que, se consultó en libros, revistas, periódicos, anuarios, registros, códigos, constituciones, para obtener la mayor cantidad de información necesaria para este estudio.

Una vez establecido todos los parámetros se decidió que la producción de hortalizas orgánicas se puede expandir con inversión propia y ajena para así aumentar fuentes de empleo, estimulando a nuevas empresas productoras, lo que permitirá extender los productos no solo en la ciudad de Guayaquil sino a otras provincias asegurando sostenibilidad económica de los productores.

Capítulo 1

1 Planteamiento del Problema

1.1. Antecedentes

La horticultura en el Ecuador ha ido creciendo paulatinamente durante éstos últimos 10 años, debido a que la costumbre alimenticia de la población ha ido cambiando positivamente, provocando el aumento del consumo de hortalizas en su dieta diaria. Algunas hortalizas orgánicas como el brócoli y la cebolla se han logrado exportar; adicionalmente se está desarrollando la industrialización de algunos productos hortícola como en el caso de fréjoles, alcachofas y maíz dulce, especialmente para el mercado externo. (Morocho Chiriboga, 2010)

Según estadísticas del proyecto para la Reorientación del Sector Agropecuario, del Ministerio de Agricultura y Ganadería, en el Ecuador, se dedican en la actualidad alrededor de 40.000 hectáreas al cultivo de hortalizas. Los sectores donde más se producen hortalizas se encuentran ubicados en las provincias de Imbabura, Pichincha, Tungurahua, Chimborazo y Azuay. En la Sierra, Manabí, Guayas y El Oro en la Costa. La mayor parte de la producción hortícola se dedica al consumo local, mientras que en menor cantidad se expande a los mercados de los países vecinos: Colombia y Perú. También tienen demanda en el mercado de los Estados Unidos de Norteamérica, donde son preferidas por los consumidores, ya que prefieren las hortalizas lo más frescas posibles y en su punto justo de maduración dependiendo del tipo de hortaliza. (Garnica, 2011).

La horticultura ecuatoriana está concentrada básicamente en la sierra, tanto por sus condiciones climáticas, como por las técnicas y sistemas de producción aplicadas; en general la agricultura para los pequeños productores, tiene una tipología de carácter “doméstico”, por ser cultivos que se producen en la huerta, por la utilización de mano de obra familiar, son en parte para autoconsumo y sus producciones remanentes permiten acceder a los mercados locales. Para el caso de medianos y grandes horticultores, sus producciones son de carácter empresarial y están orientados hacia la agroindustria y a los mercados internos y externos del país. La horticultura esta principalmente en la sierra, con una participación del 86%, y el resto en la costa ecuatoriana 13% y en el oriente (1%). Las provincias productoras son: Tungurahua, Chimborazo, Azuay, Pichincha y Cotopaxi. El 54% de la superficie de los frutales, está localizado en la costa ecuatoriana, el 41% en la sierra y únicamente el 5% en el oriente. (Morocho Chiriboga, 2010).

1.2. Enunciado o Descripción de la Situación Problemática

La Hacienda Cabrera ubicada en el cantón Déleg, ha realizado la actividad de agricultura desde sus inicios, teniendo acogida por los habitantes de la comunidad y del cantón debido a la comercialización en mercados locales propios del cantón y en la ciudad de Azogues. Siempre hubo la iniciativa por parte de los propietarios de la hacienda en crecer el negocio y trasladar sus productos para la venta a la ciudad de Guayaquil sin embargo por la falta de recursos económicos no se lo pudo realizar.

En los últimos diez años, esta hacienda viene atravesando problemas fundamentales en la producción de hortalizas orgánicas, por plagas, la falta de lluvias y de recursos económicos dando como consecuencia la disminución de producción de éste producto, teniendo como desenlace la pérdida en la comercialización en los mercados locales. La realidad que atraviesan los propietarios de la Hacienda Cabrera en la comunidad de Yolón es la poca producción de hortalizas, lo que únicamente les alcanza para consumo propio y no para la comercialización, la falta de dinero, tecnología y la mala administración generaron este declive.

1.3. Formulación del Problema

¿Cuál es la factibilidad de producir hortalizas orgánicas en la Hacienda Cabrera en el cantón Déleg, provincia del Cañar para su comercialización en una cadena de supermercado?

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad financiera para producir hortalizas orgánicas en la Hacienda Cabrera, ubicada en Yolón, provincia del Cañar con la finalidad de comercializarlas en una cadena de supermercados en la ciudad de Guayaquil.

1.4.2. Objetivos Específicos:

- Analizar el proceso actual de producción de hortalizas orgánicas en la “Hacienda Cabrera”, para identificar costos, gastos y aspectos a mejorar que optimicen los recursos y la calidad de los productos.
- Establecer el proceso de distribución y comercialización de hortalizas orgánicas en la cadena de supermercados de Guayaquil.
- Determinar la viabilidad financiera de producir y comercializar hortalizas orgánicas para la cadena de supermercados.
- Desarrollar la propuesta para comercializar hortalizas orgánicas en una cadena de supermercados de Guayaquil.

1.5. Justificación

Hoy en día es de conocimiento que la agricultura es muy importante en la sociedad y, sobretodo desempeña un papel importante en la economía del país ya que, provee en primer lugar a los consumidores bienes naturales para el consumo alimenticio, como son específicamente las hortalizas, debido a que estas poseen nutrientes indispensables para la salud; y en segundo lugar provee rentabilidad a los agricultores por medio de la comercialización no sólo a nivel nacional sino también a nivel internacional.

Es necesario incrementar la producción de bienes agrícolas, específicamente de las hortalizas orgánicas en la “Hacienda Cabrera”, debido a que actualmente la producción sólo abastece para el autoconsumo y no para la comercialización y por ende no generan ganancias para la reinversión, lo que da como consecuencia que su situación socioeconómica sea muy baja.

En la comunidad Yolón la actividad de agricultura y ganadería es muy común por parte de los pequeños productores de las haciendas, lo que mayor se destaca en la agricultura es la producción de hortalizas orgánicas, quienes pocos agricultores de la comunidad lo comercializan ya que su producción es en mayor cantidad y en el mercado tiene buena aceptación.

El propósito de esta investigación es determinar la factibilidad financiera de producir hortalizas orgánicas en la “Hacienda Cabrera” para la comercialización de las mismas en una cadena de supermercados de la ciudad de Guayaquil, la cual se definirá entre Mi Comisariato perteneciente a la corporación “El Rosado”, Megamaxi y Gran AKI de la corporación “La Favorita” realizando previamente investigaciones y análisis de la demanda en dichas cadenas.

1.6. Delimitación Temporal

El estudio de factibilidad tendrá una delimitación temporal de seis meses, donde primero se comienza con la recolección de información en la Hacienda Cabrera, acerca del proceso de producción y comercialización de hortalizas orgánicas; en la ciudad de Guayaquil se obtendrá testimonio a través de la entrevista a las personas inmediatas de los supermercados y por último este estudio se culmina con la factibilidad financiera del mismo.

1.7. Delimitación Espacial

Esta propuesta de investigación se llevará a cabo en dos sitios:

- El primero que es en la “Hacienda Cabrera” que está ubicado en el cantón Déleg en la provincia del cañar.

Imagen 1.1 Mapa de la Ubicación de Déleg.



Fuente: Google Maps.

- La ciudad de Guayaquil es el lugar escogido en donde comprenderá la propuesta de comercialización de hortalizas orgánicas.

Imagen 1.2 Mapa de la ubicación de Guayaquil.



Fuente: Google Maps.

1.8. Delimitación Académica

Las materias que comprende este estudio de factibilidad son las siguientes:

- Finanzas
- Marketing
- Estadística

Capítulo 2

2 Marco Teórico

2.1. Teoría de Factibilidad

Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos reuniendo información relevante sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar una decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación. (Aguirre Ruiz, 2010)

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para decretar si el proyecto que se propone será conveniente o perjudicial, y en qué condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales (Vidal, Domínguez, & Ramírez Almaguer, 2009)

De cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen los estudios.

El informe de factibilidad es la culminación de la formulación de un proyecto y constituye la base de la decisión respecto de su ejecución. Sirve a quienes promueven el proyecto, a las instituciones financieras, a los responsables de la implementación económica global, regional y sectorial. (Cañas Martínez, & Balbino Sebastián).

Al momento de concluir el proyecto se especifica el éxito del proyecto o no y es donde se determina la decisión de continuar con el proyecto utilizando los recursos necesarios para el mismo; como lo son: conocimientos, habilidades y experiencias.

2.1.1. Factibilidad Financiera

La evaluación económica-financiera es valorar la inversión a partir de criterios cuantitativos y cualitativos de evaluación de proyectos, empleando patrones más representativos usados para tomar decisiones de inversión. La evaluación económica financiera constituye el punto final del estudio de factibilidad, pues mide en qué volumen los beneficios que se obtienen con la ejecución del proyecto superan los costos y los gastos para su materialización. (Vidal, Domínguez, & Ramírez Almaguer, 2009)

En la factibilidad financiera se determinará si conviene realizar la inversión en la mejora del sistema o proceso producción de hortalizas orgánicas en la comunidad Yolón, y para ello se tendrá que determinar los costos y gastos, luego evaluar la inversión usando métodos como VAN o VC; TIR, IR, Payback.

El tema de la tesis será ejecutado en el Sector Urbano de la Ciudad de Guayaquil en lo que se refiere a la comercialización; se estará contribuyendo con el progreso del entorno, a la vez que se mejora el poder de adquisición con lo cual se mejorará el nivel de vida de las personas encargadas del proyecto, generará empleo, progreso, satisfacción intelectual, entre otros.

2.1.1.1. Valor Actual Neto (VAN)

Es un método de valoración que permite proporcionar una medida de rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, esto expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas (Beatriz Rosal, 2014).

Al hablar del valor actual neto hace referencia que es un indicador por el cual mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto para determinar si es o no viable el proyecto.

2.1.1.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna es la tasa efectiva anual compuesto de retorno o tasa de descuento que hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo (tanto positivos como negativos) de una determinada inversión igual a cero. (Enciclopedia Financiera, 2010)

La tasa interna de retorno o rentabilidad medirá la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión que será detallada en el quinto capítulo, esperando encontrar rentabilidad.

2.1.1.3. Periodo de recuperación de la inversión (Payback)

Este método proporciona el plazo en el que se recupera la inversión inicial a través de los flujos de caja netos, ingresos menos gastos, adquiridos con el proyecto. (Area de Pymes, 2005)

Con el método payback se puede verificar en que tiempo aproximado se recupera el desembolso inicial del proyecto. Este método influencia mucho al momento de escoger un proyecto beneficioso, ya que favorecerá el que en menos tiempo se recupera la inversión inicial.

2.2. Producción

Según el Diccionario Enciclopédico Estudiantil Océano (1998) la producción es un acto o modo de producir productos del suelo o la industria.

El presente trabajo tiene como finalidad el Estudio de factibilidad financiera para la producción de hortalizas orgánicas de la Hacienda Cabrera ubicada en Yolón provincia del Cañar y propuesta de comercialización en una cadena de supermercados de la ciudad de Guayaquil, la que a su vez permitirá contar con nuevas y más fuentes de empleo e ingresos económicos a la población.

Las hortalizas orgánicas tienen su mercado asegurado, es importante que el productor tenga presente, que los consumidores exigen más calidad en los productos que vienen del campo; entendiéndose a esta como la integridad de nutrientes, no contaminación por agroquímicos, buena presentación y buen sabor.

Para alcanzar las exigencias de calidad que se vienen demandando y por ende en beneficio de la salud tanto de productores, de sus familias, como de los consumidores y del medio ambiente en general, la alternativa tecnológica de producción, se encuentra en la práctica de la producción orgánica y a la vez el cultivo bajo invernadero con condiciones agro ecológicas, cuya propuesta asegura la obtención de productos de óptima calidad en frescura, apariencia y sabor.

2.3. Hortalizas

Las hortalizas son una parte muy importante de la dieta. Casi todas son ricas en caroteno y vitamina C y contienen importantes cantidades de calcio, hierro y otros minerales. Su contenido de vitaminas B generalmente es pequeño. Por lo general, suministran sólo un poco de energía y muy poca proteína. Una gran proporción de su contenido consiste en residuo no digerible, que agrega volumen o fibra a las heces. (Departamento de Agricultura de la FAO, 2002)

Las hortalizas cumplen una función muy importante, no solo por ser muy nutritivas sino por sus propiedades curativas, tienen un gran poder nutritivo y remineralizante, así como cualidades protectoras que ayudan a la protección del cáncer, adelgazar, a retrasar el envejecimiento, aumentar las defensas del organismo, a desintoxicarse, protege el hígado y las funciones de la vesícula biliar, estimula la digestión, diurético, por lo tanto es muy útil frente a un problema de retención de líquidos, reduce el colesterol y las tasas de grasa en la sangre. A las hortalizas se le pueden denominar orgánicas a todas aquellas que hayan recibido un manejo orgánico durante su proceso de cultivo.

La horticultura orgánica se encuentra en franca expansión en el mundo, acompañando el creciente consumo de alimentos sanos y a la conservación de los recursos naturales. La producción orgánica se basa en principios agroecológicos

para aumentar la fertilidad del suelo y la biodiversidad ecológica, que permite la protección a los cultivos de plagas, malezas y enfermedades, ayuda a mejorar las condiciones de vida de las personas, a un nivel que no perjudique económicamente.

Por otro lado, el fenómeno del calentamiento global, provocado por el uso indiscriminado de químicos en los cultivos agrícolas, ha conducido al ser humano a tomar conciencia de la importancia de consumir productos orgánicos que garanticen la salud de su familia.

Existen varios tipos de hortalizas pero los propietarios de la Hacienda Cabrera específicamente siembran nueve, los cuales son Acelga, Apio, Cebolla colorada, Col, Coliflor, Lechuga, Nabo, Tomate y Zanahoria.

1.4. Lavado y Desinfección de las Hortalizas Orgánicas

Es fundamental que los productos alimenticios como las hortalizas tengan un proceso higiénico e inocuo. La Hacienda Cabrera realiza el proceso de lavado y desinfección de cada una de las hortalizas que se cosecha.

El lavado se lo realiza después que se obtiene la cosecha de hortalizas para eliminar los residuos de la tierra o materia orgánica, en lavaderos con abundante agua potable cuyo chorro es a presión y constante; en este proceso es más fácil encontrar alguna herida o daño mecánico producto de la mala manipulación al momento de la separación con el suelo.

Luego del enjuague cada hortaliza es sumergida por treinta segundos en una solución preparada a base de hipoclorito de calcio, a este proceso se lo denomina la etapa de desinfección.

2.4.1. Preparación de la Solución Desinfectante

- Hipoclorito de calcio concentrado al 70%.
- Ácido salicílico, sirve para regular el nivel de acidez del agua (pH).
- Bicarbonato para subir el pH del agua en caso que éste sea muy bajo.
- Recipiente de plástico

- Guantes.
- Cintas para medir acidez (pH).
- Cintas o aparato digital para medir concentración de cloro.

En un tanque plástico colocar 80 litros de agua potable, luego medir el nivel de acidez (con cinta pH), verificar que la lectura esté entre 6.0 y 7.0 de pH, rango donde el hipoclorito de calcio es más efectivo para desinfectar.

En una botella aparte mezclar el hipoclorito de calcio con agua y agitar bien. Cuando el hipoclorito de calcio esté bien diluido se aplica en el recipiente de 80 litros. Para una solución de 100ppm de hipoclorito de calcio usar 12 gramos, para una de 120ppm diluir 14 gramos, para una de 150ppm agregar 17 gramos y para una de 200 ppm utilizar 23 gramos. La solución de 120ppm sirve para desinfectar hortalizas, mientras que la de 200 ppm es para desinfectar cestas plásticas.

La persona que realiza este procedimiento debe de utilizar guantes para evitar irritación en la piel

2.5. Comercialización

Según el Diccionario Enciclopédico Estudiantil (1998) indica que la comercialización consiste en dar a un producto condiciones adecuadas, y organización comerciales para su venta.

La comercialización encierra toda la cadena de vínculos entre los creadores o productores y los clientes que determinan la relación entre los ingresos de los productores y la oferta del producto. Todo el proceso de comercialización tiene que estar dirigido al consumidor, la producción debe encaminarse a suministrar a los clientes, lo que desean o si necesitan. Esta es la única razón por la cual la gente gasta su dinero. (FAO, 1991)

El objetivo de la tesis es comercializar las hortalizas orgánicas a un supermercado de la ciudad de Guayaquil, el mismo que promocionará los productos

en su tienda. No se cuenta con un estudio del mercado de hortalizas orgánicas ni tampoco el consumo de las mismas. Sin embargo se ha observado que:

- Los consumidores corresponden a los estratos de clase media, media alta y alta (característico de los que compran en supermercados).
- Muchos consumidores desconocen los beneficios de los productos orgánicos.
- Algunos clientes todavía tienen el concepto de que los productos orgánicos son pequeños y de baja calidad porque no utilizan agroquímicos.
- Los consumidores aseguran que los productos orgánicos tienen buen sabor.
- Se debe informar de donde y quién las cultivan, para verificar que son productos orgánicos.

Para algunas personas las hortalizas orgánicas el precio promedio al consumidor es superior respecto al valor de las hortalizas convencionales.

Aunque los vegetales orgánicos sean más caros que los convencionales, los consumidores los compran debido a que es la única opción de obtener productos naturales.

2.5.1. Importancia de la Comercialización

Es importante porque tiene fuerza dinámica para estimular tanto la producción como el consumo con el fin de estimular el cambio tecnológico y, en general, para organizar y coordinar la actividad económica.

La comercialización es importante porque se preocupa por servir a los consumidores al hombre y a la sociedad ofreciendo productos y una distribución que responda a sus necesidades reales.

2.5.2. Plan de comercialización

Se Puede definir el plan de comercialización como pasos administrativos que se necesita obligatoriamente, información previa la cual puede ayudar a obtener la información necesaria de la empresa, tales como la definición de la empresa, necesidades o deseos que satisfacen los productos a la empresa, identificar la competencia directa e indirecta, que mantiene interesado a los clientes, el precio del producto, cuales son los canales de distribución del producto, y la estimación de la cantidad de productos a vender.

2.5.3. Análisis estratégico

El análisis estratégico consiste en estudiar datos relativos al estado y evolución de los factores externos e internos que afectan a la empresa, es decir, del entorno y de los recursos y capacidades de la organización. Este análisis sirve para que la organización conozca en cada momento su posición ante su reto estratégico. Este análisis debe partir de la esencia de la propia empresa, plasmada en su misión y su visión sobre su posición en el mercado. (DEMO E-DUCATIVA CATEDU, 2010)

2.5.4. Matriz Boston Consulting Group

Esta matriz es un método de análisis estratégico, especialmente diseñado para la planificación estratégica corporativa. No obstante, al estar estrechamente relacionado con el marketing estratégico es una herramienta muy vinculada y empleada en esta área. Este método analítico ayuda a decidir enfoques para las distintas Unidades Estratégicas de Negocio (UEN) y/o carteras de productos, para discernir donde es necesario invertir, desinvertir o llegado al caso de abandonar. La Matriz de Boston Consulting Group tiene cuatro cuadrantes 2×2, cada uno de los cuales propone una estrategia diferente para las unidades de negocio. El eje vertical de la matriz define el crecimiento en el mercado, y el horizontal la cuota de mercado. Las distintas unidades de negocio se sitúan en uno de los cuadrantes en función de su valor estratégico. (Economía Nivel Usuario, 2014).

Los cuadrantes de la matriz Boston Consulting Group se mencionan a continuación:

- **Estrella:** Gran crecimiento y Gran participación de mercado. Se recomienda potenciar al máximo dicha área de negocio hasta que el mercado se vuelva maduro, y la unidad de negocio se convierta en vaca.
- **Interrogante:** Gran crecimiento y Poca participación de mercado. Hay que re-valorar la estrategia en dicha área, que eventualmente se puede convertir en una estrella o en un perro.
- **Vaca:** Bajo crecimiento y alta participación de mercado. Se trata de un área de negocio que servirá para generar efectivo necesario para crear nuevas estrellas.
- **Perro:** No hay crecimiento y la participación de mercado es baja. Áreas de negocio con baja rentabilidad o incluso negativa. (Economía Nivel Usuario, 2014).

La matriz Boston Consulting Group B.C.G. es de gran utilidad para la hacienda ya que con ella obtenemos la planificación estratégica, y a su vez saber con exactitud en que cuadrante se encuentra la Hacienda Cabrera y con ello verificar si se puede invertir o no en el proyecto.

2.5.5. Análisis FODA

La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc., que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo. (Gestion Empresarial, 2011).

- **Fortalezas:** Son las capacidades especiales con que cuenta la Hacienda Cabrera, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente.

- **Oportunidades:** Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la Hacienda Cabrera, y que permiten obtener ventajas competitivas.
- **Debilidades:** Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente. (Gestion Empresarial, 2011).
- **Amenazas:** son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la Hacienda Cabrera. (Gestion Empresarial, 2011).

Esta herramienta es dispensable para la hacienda ya que con ella se puede contar con un diagnóstico completo de la situación de la Hacienda Cabrera, a su vez se aplica medidas correctivas, planificar y plantear objetivos que sea a corto plazo o largo plazo.

2.5.6. Fuerzas de Porter

Esta herramienta fue creada por el profesor e investigador Michael Porter que ayuda a analizar una industria o sector, para ser un poco más específico permite conocer el nivel de competencia que existe una empresa, a la vez ayuda a realizar un análisis externo que sirva como base para formular estrategias y así poder obtener oportunidades que se pueda hacer frente a las amenazas detectadas. (Arturo K. Archive, 2012).

Existen cinco fuerzas de Michael Porter detallados a continuación:

- **Poder de negociación de compradores o clientes:** Implica el poder con que cuenta el consumidor para obtener buenos precios pero a su vez buenas condiciones del producto.
- **Poder de negociación con los proveedores o vendedores:** Indica cual es el poder que tienen los proveedores para aumentar sus precios y ser menos concesivos.
- **Amenazas de nuevas entradas:** Indica la entrada potencial de empresas que producen el mismo producto.

- **Amenazas de productos sustitutos:** Hace referencia al ingreso de productos alternativos.
- **Rivalidad entre competidores:** Por lo general es la fuerza más poderosa, implica la rivalidad entre empresas que llevan la competencia entre si ofreciendo el mismo producto. (Arturo K. Archive, 2012)

Las cinco fuerzas Porter son fundamentales para este proyecto ya que con ellos se puede medir el nivel de competencia, el poder de negociación, tanto compradores como proveedores y a su vez permite analizar con claridad cómo superar a los futuros competidores.

2.5.7. Plan de Marketing

Según (Cohen, 2008) El plan de marketing sirve como mapa porque señala el inicio del plan hasta el logro de los objetivos del mismo.

2.5.8. Marketing Mix

Es un análisis de estrategias siendo uno de los elementos clásicos del marketing general que ayuda a descubrir los aspectos internos de la Hacienda Cabrera, en la cual se analiza las siguientes cuatro variables:

- **Producto:** Encierra en que satisface una determinada necesidad como son los elementos y/o servicios de las hortalizas orgánicas en sí.
- **Precio:** En esta variable se establece el precio de las Hortalizas orgánicas que la Hacienda Cabrera promete en el mercado.
- **Plaza:** Indica que canales atraviesa un producto desde que se crea hasta que llega a manos del consumidor.
- **Promoción:** Examina todos esfuerzos que realiza la Hacienda Cabrera para darse a conocer. (Roberto Espinoza, 2014).

Para la Hacienda Cabrera es necesario utilizar el marketing mix ya que con ello se analiza las cuatros variables como lo son el producto, precio, plaza y promoción, que si se las sabe manejar conjuntamente se logrará excelentes resultados para la misma.

2.6. Déleg

2.6.1. Historia

En los primeros tiempos del territorio de la parroquia Déleg estaba poblado por mitimaes, cuya presencia en estas tierras se explica que se dio una vez que se realizó el aniquilamiento de los cañaris realizado por Atahualpa, por haberse anexada a Huáscar y no a él como correspondía. Para evitar que los campos queden abandonados, Atahualpa ordenó traer gentes de otras latitudes de su imperio para que vivan en las tierras que habían sido de los cañaris y para que las cultiven. Déleg fue fundada en enero del año 1600 por los franciscanos Fray Pedro de San Martín, Pedro Arcos y el provincial Francisco Pérez Gordillo con el nombre de San Bartolomé de Cojitambo. El 1 de junio de 1699 se declaró formalmente pueblo con el nombre de San Bartolomé de Déleg. En 1770 fue declarada como parroquia de cuenca y años más tarde con la creación del cantón Azogues forma parte de él en 1825. En el año 1810 fue parroquia civil con el primer Teniente y Juez Parroquial el señor Juan de Dios Flores. En 1858 inicia el proceso de urbanización y desarrollo de la parroquia, construyendo vías que comunican lugares aledaños a la parroquia. (Yauri, 2004)

2.6.2. Ubicación geográfica

El cantón Déleg está situado en el sur de la provincia del Cañar, a 22 km del cantón Azogues. Limita al norte con el cantón Biblián, al este por las parroquias Cojitambo y Javier Loyola, al sur por las parroquias Llamacao y Sidcay y por último al oeste por la parroquia de Octavio Cordero Palacios.

2.6.3. Clima

Según el GAD¹ Municipal de Déleg el clima en este cantón es moderadamente fresco, la temperatura tiene un promedio anual de 13.45°C, un máximo en el mes de diciembre con 14.06°C, y un mínimo en agosto con 12.43°C.

¹ **GAD:** Gobiernos autónomos descentralizados.

Las temperaturas en el cantón Déleg varían de acuerdo al sitio o zona en que uno se encuentre, debido a las condiciones topográficas y la altura sobre el nivel del mar, en la siguiente tabla se especifica las zonas con sus respectivas temperaturas (ver tabla 2.1).

Tabla 2.1 Temperatura en el cantón Déleg.

Temperaturas	Zonas
de 6 a 8° C	Zona alta de cerro Ñamurelti.
de 8 a 10° C	Sectores de Cabopata, Puchuelaloma, Trancahuayco, Pallcayacu, Gulag y Chinapamba.
de 10 a 12° C	Sectores de Cabopata, Puchuelaloma, Trancahuayco, Pallcayacu, Gulag y Chinapamba.
de 12 a 14° C	Ticarpamba, Chinapungo, Gulaquin, Guabisay, Ramospamba, Quillorumi, Dutasay, La Colina, la parte baja de Bayandel, Mesaloma, Manzanaguayco, Dubliay, Hornapala, Pasavalle, La Gruta, Tinlin, Barrio el Roció, San Francisco de Chucurin, Cochaguayco, Jerusalén, el centro de
De 14 a 16° C	Gullancay, Fátima, Sitincay, Angaloma, Animaspamba, San Francisco, San Sebastián, Caldera, Yolón, El Dique, Domay, Borma, Portete y Pacchamama.

Fuente: (GAD Municipal de Déleg)

El clima del cantón Déleg es variado, cada comunidad tiene su temperatura la cual está detallada en el cuadro anterior debido a las cadenas montañosas, la Hacienda Cabrera situada en Yolón puede realizar con normalidad la producción de hortalizas orgánicas ya que su temperatura está entre los 14° y 16°.

2.7. Situación Actual de la Hacienda Cabrera

2.7.1 Antecedentes de la Hacienda Cabrera

Los dueños de la Hacienda Cabrera, el Sr. Gabriel Cabrera y su esposa la Sra. Teresa Campoverde, decidieron emprender el negocio de la agricultura desde el año 1958, empezando con la compra de un cuerpo de terreno cuya medida era 100 m² situada en la comunidad Yolón. Parte de las escrituras se muestran en el anexo 1 y 2.

Entre las primeras actividades que se tenía era la producción y comercialización de las hortalizas en las pequeñas ferias que se realizaba en la parroquia Solano, en donde llegaban comerciantes a comprar al por mayor. Por los años sesenta desearon obtener más terrenos y como en sus inicios de las actividades les fue bien lo pudieron lograr gracias al esfuerzo y empeño de sus propietarios adquirieron un cuarto de solar medido. Para esa época añaden una nueva actividad a su hacienda, la ganadería, donde acaparó mercado con la leche de vaca que vendían, huevos de gallina criolla y demás porque su ganado era bien alimentado sin ningún químico de por medio.

En 1970 fueron adquiriendo de a poco herramientas y maquinarias para complementar las actividades de producción. Posteriormente en el mismo año tuvieron problemas con la cosecha, ya que por la falta de lluvias en la región tuvieron que enfrentar la pérdida del 70% de la inversión por lo que no pudieron vender, cayendo en una crisis económica debido a pequeñas deudas. Por lo consiguiente el Sr. Cabrera tuvo que viajar a la ciudad de Guayaquil en busca de trabajo para solventar el déficit y mejorar la situación económica.

En 1995 hereda el Sr. Cabrera por parte de su padre, 500 m² de tierras en la comunidad Yolón, por consiguiente decide volver a sus orígenes en conjunto con su esposa a retomar las actividades de agricultura, sin embargo les fue muy difícil debido a que tuvieron que afrontar la crisis financiera del 1999 que sufrió el Ecuador con la dolarización.

Los ahorros que habían logrado trabajando en Guayaquil años atrás no les sirvió de nada para comenzar nuevamente con las actividades en su hacienda, porque con la dolarización, la pequeña fortuna que obtuvieron en Sucre se redujo a unos

cuantos dólares, lo que les obligó a vender de a poco los bienes que tenían para poder subsistir. Para el 2005 con un pequeño préstamo y el bono de desarrollo humano que otorgaba el Gobierno nacional, lograron iniciar actividades de agricultura con la esperanza de tener éxito. A mediados del 2006 lograron vender el 80% de la cosecha, con eso adquirieron animales para la ganadería.

En el 2010 contaron con la colaboración de ayudantes temporales de la misma comunidad en la mano de obra ya que decidieron comercializar las hortalizas en el cantón Déleg y a finales del mismo año en la ciudad de Azogues a comerciantes de mercados municipales. Para el 2012 decidieron brindar a sus clientes un producto de calidad, adquirieron una estrategia, brindar alimentos orgánicos para concientizar a los consumidores en diferenciar la calidad de lo normal y elegir comer sano en vez de intoxicarse con la comida rápida. La hacienda en su mejor momento de producción y comercialización ha producido alrededor de 17000 kilogramos por cada hortaliza.

Imagen 2.1: Logo de la Hacienda Cabrera.



Fuente: Hacienda Cabrera.

2.7.2 Proceso de Producción de Hortalizas Orgánicas

El ciclo de producción de hortalizas orgánicas en la Hacienda Cabrera tiene como inicio el mes de noviembre, debido a que, antes del sistema de riego actual que

poseen, únicamente dependían de lluvias por la temporada de invierno que inicia por el mismo mes. Una vez que adquirieron ese mecanismo se procedió a la producción durante todo el año – 11 meses. La Hacienda Cabrera posee un cronograma en el cual está detallando los meses en que se produce cada hortaliza orgánica en la tabla 2.2.

Tabla 2.2: Cronograma de Cultivo de Hortalizas Orgánicas.

PERIODO	2015										
HORTALIZAS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV
Acelga											
Apio											
Cebolla											
Col											
Coliflor											
Lechuga											
Nabo											
Tomate											
Zanahoria											

Fuente: Hacienda Cabrera.

2.7.3 Preparación del Terreno

Antes de iniciar el proceso de siembra, la Hacienda Cabrera procede a preparar el terreno, empezando con el corte de la mala hierba, con machete o pala, dependiendo de la profundidad y altura del mismo, luego se amontona este material al margen de la parcela para que se descomponga y pueda ser aprovechado posteriormente como materia orgánica. Además de la mala hierba ellos recogen las piedras, u otros objetos que dificulten el desarrollo normal de las hortalizas, para facilitar las labores posteriores.

Como siguiente actividad se procede a picar el terreno, con herramientas como el pico y el azadón, a una profundidad de 20 cm o más, con el fin de que el agua filtre y favorezca al máximo el desarrollo de cada hortaliza.

Por consiguiente se inicia arar la tierra con un mecanismo antiguo llamado yunta, que consiste en usar una pareja de animales y a medida que estos pasan por el

terreno van arrastrando el arado formando los surcos en donde se pondrá después las semillas de cada hortaliza.

2.7.4 Abono

El abono que utiliza la Hacienda Cabrera es netamente orgánico, y está compuesto a base de estiércol de vaca y el humus de lombriz.

2.7.5 Siembra

La siembra consiste en colocar las semillas de cada hortaliza en los surcos elaborados previamente en la preparación del terreno.

2.7.6 Riego

El sistema de riego que posee la Hacienda Cabrera actualmente es por goteo, el cual consiste en proporcionar agua al pie de cada hortaliza, en la zona de influencia de las raíces. Este mecanismo se lo utiliza únicamente en verano y exclusivamente en invierno cuando hay escases de lluvia.

2.7.7 Cosecha

Cada hortaliza orgánica es cosechada en el punto justo de maduración, porque según los propietarios de la hacienda es el mejor momento para obtener el sabor pleno y todos los nutrientes que estos aportan. Al momento de la cosecha la mano de obra encargada lo realiza con una herramienta llamada lampa y con mucho cuidado evitando golpearlos o dañarlos para no desmejorar la calidad, para luego ser depositados en gavetas plásticas grandes los cuales previamente son desinfectados, lavándolos con hipoclorito de calcio y posteriormente se realiza el proceso de post cosecha.

2.8 Manejo de Postcosecha

Este proceso es de suma importancia para los dueños de la Hacienda Cabrera, la cual consiste en el lavado de cada hortaliza, en donde se elimina los residuos de tierra y materia orgánica y se facilita la detección de daños en el producto. Todo esto se lo realiza en lavaderos con dispensadores en donde el chorro de agua es a presión y constante ya que así arrastra toda suciedad fuera del lavadero. La vestimenta que se

usa son gorros, mandil y guantes, para evitar cualquier contaminación al momento del contacto con las hortalizas.

Imagen 2.2 Lavaderos.



Fuente: Hacienda Cabrera

2.9 Empaquetado

Una vez que las hortalizas son lavadas se procede a empaquetar en sacos de 100 libras y cestas o gavetas los cuales son previamente esterilizados. La cebolla y la zanahoria son depositadas en los sacos por ser menos frágiles, en cambio hortalizas como el apio, acelga, lechuga, col, tomate, coliflor y nabo son empaquetadas en las gavetas, que previamente a cada comercialización son desinfectadas con un líquido especial denominado hipoclorito de calcio.

Imagen 2.3 Proceso Lavado de Cestas.



Fuente: Hacienda Cabrera.

El proceso de esterilización de cestas plásticas consiste en lavarlas en una solución de agua de hipoclorito de calcio, con una concentración de 200 ppm. Es necesario colocar papel dentro de las cestas para evitar contaminación de las hortalizas con las paredes de las gavetas para transportarlas.

2.10 Transporte

La Hacienda Cabrera tiene a su disposición dos camionetas para el transporte de las hortalizas a los mercados municipales de la ciudad de Azogues y del cantón Déleg.

En una camioneta se coloca las cestas con hortalizas, una encima de otra para ahorrar espacio, aseguradas a la camioneta con una soga para que no se muevan y por último son cubiertas totalmente con un toldo plástico. En la otra camioneta se colocan los sacos con hortalizas menos frágiles con el mismo procedimiento anterior.

Imagen 2.4 Transporte de Hortalizas.



Fuente: Hacienda Cabrera.

2.11 Canales de Comercialización

La vía o conducto que actualmente posee la Hacienda Cabrera por el que las hortalizas ofertadas llegan a su destino final de consumo, está conformada por un solo intermediario que es el mercado municipal de la ciudad de Azogues.

Hay que recalcar que la distribución se da en pocas cantidades y por lo general una vez al mes. La ilustración se la demuestra en la imagen 2.5.

Imagen 2.5 Canal de Distribución Actual.



Fuente: Hacienda Cabrera

Elaborado: Autoras (2015).

2.12 Costos Directos de Fabricación

Estos costos son aquellos que están relacionados directamente en el proceso de producción de hortalizas en la Hacienda Cabrera.

2.12.1 Materia Prima Directa

Comprende la adquisición en fundas de 100 gr. de las nueve semillas de hortalizas mencionadas. Ver tabla 2.3.

Tabla 2.3: Costo de Materia Prima en Semillas.

M. P. Semillas	Cant.	Costo Unitario	Costo Total
Acelga	10	\$ 0,90	\$ 9,00
Apio	10	\$ 0,90	\$ 9,00
Cebolla	10	\$ 0,90	\$ 9,00
Col	10	\$ 0,90	\$ 9,00
Coliflor	10	\$ 0,90	\$ 9,00
Lechuga	10	\$ 0,90	\$ 9,00
Nabo	10	\$ 0,90	\$ 9,00
Tomate	10	\$ 0,90	\$ 9,00
Zanahoria	10	\$ 0,90	\$ 9,00
TOTAL			\$ 81,00

Fuente: Hacienda Cabrera.

Elaborado: Autoras (2015)

2.12.2 Mano de Obra Directa

En la hacienda se encuentra laborando actualmente un obrero de forma permanente, que se encarga de la producción, cosecha y lavado de las hortalizas en conjunto con los dueños. Ver tabla 2.4.

Tabla 2.4 Costo de Mano de Obra Directa.

No. Personas	Cargo	Costo Mensual	Costo Anual
1	Obrero	\$ 200,00	\$ 2.400,00

Fuente: Hacienda Cabrera.

Elaborado: Autoras (2015).

2.13 Costos Indirectos de Fabricación

Como su nombre lo indica son aquellos costos que se dan para operar toda la empresa y que no intervienen directamente en el producto. Estos costos están detallados en la tabla 2.5.

Tabla 2.5: Costos Indirectos de Fabricación.

Descripción	Costo Mensual	Costo Anual
Energía Eléctrica	\$ 30,00	\$ 360,00
Agua Potable	\$ 38,00	\$ 456,00
Transporte(gasolina)	\$ 20,00	\$ 240,00
Lubricante	\$ 60,00	\$ 720,00
Alimentación	\$ 45,00	\$ 540,00
Teléfono	\$ 8,00	\$ 96,00
Gorros para proceso postcosecha	\$ 18,00	\$ 108,00
Guantes para proceso de postcosecha	\$ 8,00	\$ 96,00
Botas impermeables	\$ 20,00	\$ 40,00
Mandil plastico	\$ 2,00	\$ 24,00
Cestas plásticas	\$ 4,00	\$ 48,00
Material de limpieza	\$ 50,00	\$ 600,00
Hipoclorito de calcio (desinfectante)	\$ 20,00	\$ 240,00
TOTAL	\$ 323,00	\$ 3.568,00

Fuente: Hacienda Cabrera.

Elaborado: Autoras (2015).

2.14 Precios

Los precios de las hortalizas que comercializa la Hacienda Cabrera a minoristas del mercado están detallados en libras según la carga que va en el empaque.

Tabla 2.6 Lista de Precios de Hortalizas para Minoristas.

Tipo de Empaque	Hortaliza	Libras	Costo Por Libra	Costo Total
Gaveta	Acelga	34	\$ 0,12	\$ 4,08
Gaveta	Apio	18	\$ 0,22	\$ 3,96
Saco	Cebolla	90	\$ 0,19	\$ 17,10
Gaveta	Col	75	\$ 0,06	\$ 4,50
Gaveta	Coliflor	80	\$ 0,08	\$ 6,40
Gaveta	Lechuga	81,25	\$ 0,10	\$ 8,13
Gaveta	Nabo	68,25	\$ 0,07	\$ 4,78
Gaveta	Tomate	44	\$ 0,30	\$ 13,20
Saco	Zanahoria	64,25	\$ 0,14	\$ 9,00

Fuente: Hacienda Cabrera

Elaborado: Autoras (2015)

2.15 Ingresos por Ventas de Hortalizas

Los costos que se detallan en la tabla 2.7 son referenciales a la última venta del 2014.

Tabla 2.7 Ventas de Hortalizas Mes de Diciembre.

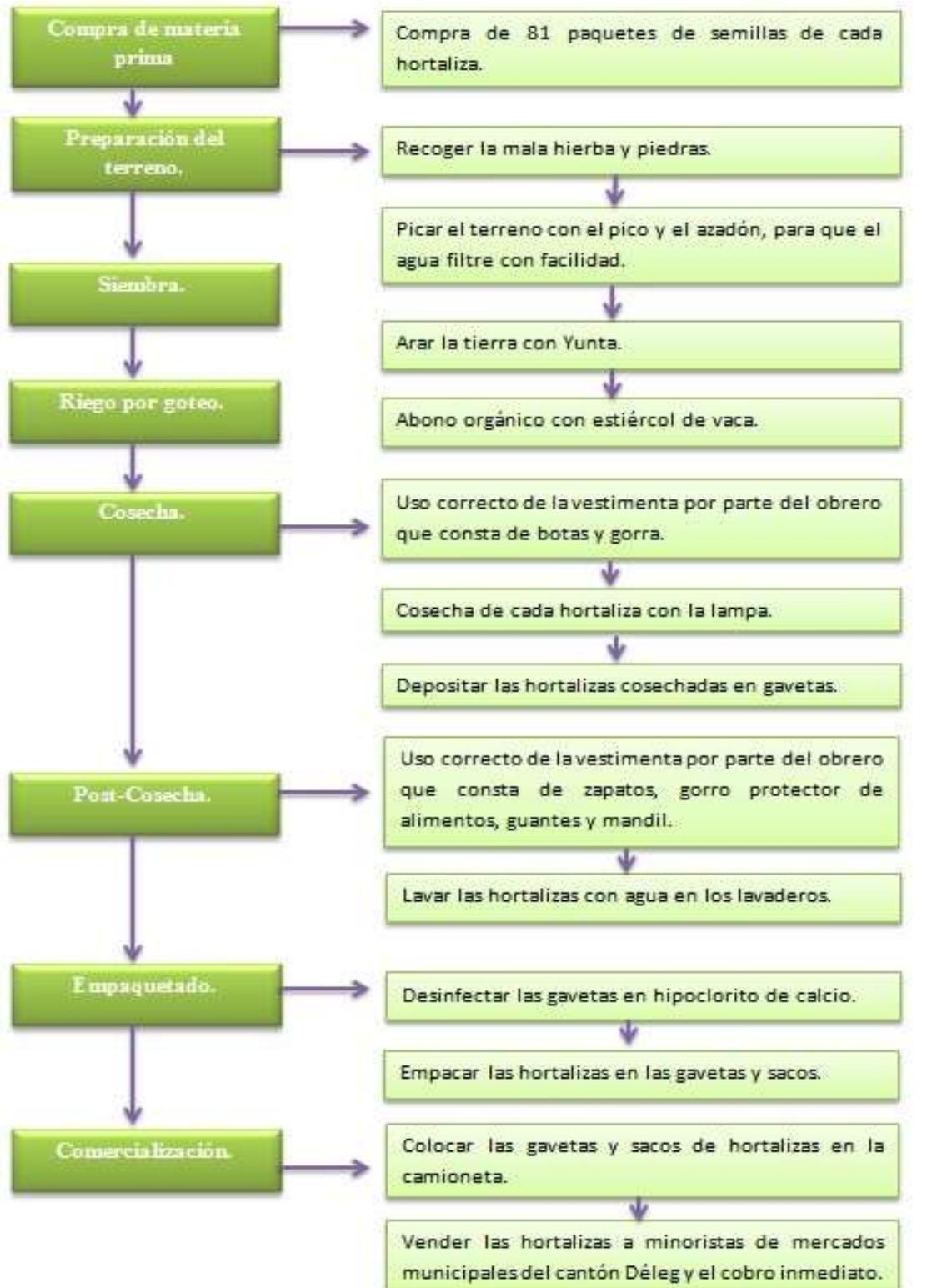
Tipo de Empaque	Hortaliza	Libras	Costo Por Libra	Costo Total	Cantidad	Costo de Venta Final
Gaveta	Acelga	43	\$ 0,20	\$ 8,60	5	\$ 43,00
Gaveta	Apio	40	\$ 0,22	\$ 8,80	5	\$ 44,00
Saco	Cebolla	90	\$ 0,19	\$ 17,10	7	\$ 119,70
Gaveta	Col	75	\$ 0,16	\$ 12,00	5	\$ 60,00
Gaveta	Coliflor	80	\$ 0,18	\$ 14,40	5	\$ 72,00
Gaveta	Lechuga	82	\$ 0,17	\$ 13,94	6	\$ 83,64
Gaveta	Nabo	69	\$ 0,14	\$ 9,66	5	\$ 48,30
Gaveta	Tomate	50	\$ 0,30	\$ 15,00	8	\$ 120,00
Saco	Zanahoria	65	\$ 0,17	\$ 11,05	7	\$ 77,35
Total Ingreso Mes Diciembre:						\$ 667,99

Fuente: Hacienda Cabrera

Elaborado por: Autoras (2015).

2.16 Diagrama de Flujo de Proceso de Actividades de la Hacienda Cabrera

Imagen 2.6 Diagrama de flujo de proceso de las actuales actividades de la hacienda.



Fuente: Autoras (2015).

2.17 Marco legal

2.17.1 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

- **Art. 1.- Ámbito.-** En esta normativa todas las personas naturales y jurídicas que tengan alguna actividad productiva se rijan a esta.
- **Art. 2.- Actividad Productiva.-** concepto.
- **Art. 3.- Objeto.-** Regulación del proceso productivo en cada etapa de la producción.

Se escogió del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones los artículos 1, 2 y 3 porque indican quienes pueden ejercer una actividad productiva en la cual haya actividades humanas que transformen insumos en bienes y servicios lícitos que a su vez son necesarios y así poder tener una actividad económica. Ver anexo 7.

2.17.2 Responsabilidades Y Obligaciones Del Proveedor

- **Art. 17- Obligaciones del proveedor.-** Cada una de las obligaciones que tiene el proveedor con el consumidor final.
- **Art. 18.- Entrega del bien o prestación.-** Entregar todo con veracidad al cliente sin variación alguna en el precio.
- **Art. 19.- Indicación del precio.-** El proveedor debe indicar el precio al cliente final.
- **Art. 21.- Facturas.-** El proveedor tiene la obligación de entregar la factura.

En los artículos presentados de la responsabilidad y obligaciones del proveedor observados en el 17, 18, 19, 21, implica todo lo que el proveedor debe presentar al consumidor como lo es el bien entregado, el precio, y facturas, para que así el cliente tenga una elección correcta y adecuada. Ver anexo 8.

2.17.3 Ley de Aguas

- **Art. 23.- Definición:** Las concesiones de un derecho de aprovechamiento de aguas.
- **Art. 24.- Solicitud y Requisitos:** La autorización de utilización de aguas estará subordinada al cumplimiento de requisitos.
- **Art. 25.- Citaciones:** Al ser aceptada la solicitud se dará una cita al usuario.
- **Art. 27.- Estudio Técnico:** En la autorización de un derecho de aprovechamiento de aguas se determinará los fines y lugares a que deben destinarse.

Todos los seres humanos necesitan del agua es por eso que se debe regir a la ley de agua y aprovechar sus artículos, donde indican cuales son los requisitos que se necesitan para utilizarla en una actividad comercial. Ver anexo 9.

2.17.4 Del Registro Sanitario

- **Art. 2.- Registro Sanitario:** Todo producto alimenticio debe tener un registro sanitario.
- **Art. 3.- Se exceptúan del cumplimiento de la obtención del Registro Sanitario:** Productos en su estado natural como: frutas, hortalizas, verduras frescas y de origen agrícola pero deben estar sujetos al control y vigilancia sanitaria.
- **Art. 35.- El Ministerio de Salud Pública, a Través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – ARCSA:** Revisión vigilancia y control de alimentos.

Para comprar o vender un producto se necesita un registro sanitario, al estar sujeto a este reglamento hablando específicamente de las hortalizas no se necesita registro sanitario, pero si debe estar sujeto al control y vigilancia sanitaria para la correcta manipulación de las hortalizas. Ver anexo 10.

2.17.5 Ministerio del Medio Ambiente.

- **Art. 26.- Del registro del proyecto, obra o actividad.-** Los proyectos, obras o actividades que generen riesgo deben ser regularizadas por el SUIA².
- **Art. 27.- De la presentación de los documentos en el SUIA.-** La SUIA se encarga de dar un formulario el cual debe completar el promotor de la obra, proyecto o actividad.
- **Art. 28.- Del certificado de intersección.-** Es un documento que genera el SUIA de forma electrónica indicando que no perjudicará áreas protegidas, bosques entre otras y sin este documento no se podrá a realizar la obra, proyecto o actividad.
- **Art. 29.- Los requisitos para la obtención del certificado de intersección son los siguientes.-** nombre del proyecto, sector, subsector, resumen del proyecto, obra o actividad, sus etapas (construcción, operación, etc.), y el detalle de las actividades del mismo.
- **Art. 30.- Del certificado de intersección provisional.-** Se da este certificado porque en el indica que no se dañara ninguna área protegida.
- **Art. 31.- Del certificado de intersección definitivo.-** Si se obtiene este certificado se permite el ingreso de otros documentos necesarios para la obra, proyecto o actividad.
- **Art. 32.- Del pago por servicios administrativos.-** Son valores que el promotor debe cancelar por los servicios de control, inspecciones, autorizaciones, licencias u otros de similar naturaleza.
- **Art. 36.- Objetivo general de la Categorización Ambiental Nacional.-** Sirve para unificar el proceso de regularización ambiental de los proyectos, obras o actividades que se desarrollan en el país.

² **SUIA:** Sistema Único de Información Ambiental.

Para realizar cualquier proyecto previamente se debe registrar en el sistema del SUIA en la página web del ministerio del Medio Ambiente, si a su vez los datos son incorrectos o llegan a faltar la autoridad ambiental hará saber que se debe corregir y poder aclarar todo lo que llegase a faltar. Este requerimiento se realizará una sola vez y así queda registrado para cualquier otro proyecto que se desee realizar a futuro. Ver anexo 11.

2.17.6 Instituto Ecuatoriano de Normalización.

- **Objeto.-** En esta norma indica cual es el debido cuidado para el envase y cuidar el medio ambiente.

- **Definiciones.-** Conceptos.

- **Envase.-** Todo producto elaborado para ayuda a no deteriorar, contaminación u otros las frutas y hortalizas.

El Instituto Ecuatoriano de Normalización indica que para toda las frutas y hortalizas frescas se necesitan requisitos en el envase con la finalidad de proteger al medio ambiente. Ver anexo 12.

2.17.7 Plan Nacional del Buen Vivir

- **Objetivo 10.-** Impulsar la Transformación de la matriz productiva

El plan Nacional del Buen Vivir en su objetivo 10 establece que este sistema es único, económico, justo, solidario y sostenible en el cual incentiva a la producción nacional a ser productiva y competitiva. Ver anexo 13.

Entre el 2007 y 2012, la actividad del sector productivo ha mantenido un crecimiento promedio de 3.2% superior al promedio de crecimiento del sector de América Latina. Este crecimiento sostenido fue afectado por choques externos en la economía mundial, tanto en Ecuador como en América Latina, durante la última crisis. (SENPLADES, 2013)

2.17.8 Hipótesis

Aumentando la producción de hortalizas orgánicas en la Hacienda Cabrera es factible realizar la propuesta de comercialización en una cadena de supermercado.

2.17.9 Variables

Las variables que se tomó para el desarrollo de este estudio son las siguientes:

- Producción.

- Comercialización.

- Factibilidad.

2.17.10 Indicadores

Los indicadores sirven para medir la variable y estos son los siguientes:

- Producción:
 - Mano de obra directa.

 - Costos indirectos de fabricación.

 - Materia prima directa.

 - Peso en kilos de productos terminados.

- Comercialización:
 - Marketing Estratégico.

 - Ventaja Competitiva.

 - Marketing Mix.

 - Presupuesto de Marketing.

➤ Factibilidad:

- Flujo de Efectivo.
- Valor Actual Neto (VAN).
- Tasa Interna de Retorno (TIR).
- Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)
- Recuperación de la Inversión (Payback).

Capítulo 3

3 Marco Metodológico

3.1 Método de Investigación

El método necesario que se utilizará es analítico sintético porque se dará un análisis específico del proceso actual de producción de hortalizas orgánicas en la Hacienda Cabrera, de la demanda y comercialización en las cadenas de supermercados Mi Comisariato, Megamaxi y Gran Akí, la cual será complementada con la parte sintética que es de comprobar la factibilidad financiera de producir hortalizas para su comercialización.

3.2 Tipo de investigación

Para alcanzar la información requerida y necesaria para la presente investigación se lo efectuará mediante:

- La investigación de campo o investigación directa es la que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio (Grajales, 2000), porque se tendrá que ir personalmente al campo tanto a la “Hacienda Cabrera” como al Mi Comisariato, Megamaxi y Gran Akí para obtener información original, que será útil para el desarrollo de éste estudio.
- La investigación documental es aquella que se realiza a través de la consulta de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, códigos, constituciones, etc.) (Grajales, 2000).

3.3 Nivel de investigación

Para los niveles de investigación se utilizará la descriptiva con enfoque cuantitativo, ya que en el estudio de factibilidad se tendrá que corroborar cuan viable es la producción de hortalizas para su comercialización en la cadena de supermercado.

3.4 Técnicas de investigación

La técnica que se utilizará en este estudio será la entrevista al dueño de la hacienda para recopilar información de la situación actual del proceso de producción y en el Mi Comisariato, Megamaxi y Gran Akí para analizar la comercialización de hortalizas orgánicas y elegir cuál convendría a la Hacienda Cabrera.

3.5 Población

Para la determinación de los beneficiarios directos e indirectos del estudio de factibilidad financiera para la producción de hortalizas orgánicas y propuesta de comercialización en una cadena de supermercados en la ciudad de Guayaquil, se lo realizó mediante la matriz de involucrados.

La matriz de involucrados es un instrumento que permite, identificar a aquellas personas interesadas en el éxito de un proyecto, aquellas que contribuyen o son afectadas por los objetivos del mismo y a quienes tienen un poder de influencia sobre los problemas que hay que enfrentar. (Oyarce, 2012)

Tabla 3.1: Matriz de Involucrados

ACTORES INVOLUCRADOS	PROBLEMAS PERCIBIDOS	INTERESES SOBRE PROYECTO	IMPORTANCIA PROYECTO
Dueños de la hacienda	Bajos ingresos y dificultad en la reinversión.	Gran aspiración con la propuesta de estudio.	5
Trabajadores de la hacienda	Poca remuneración	Aumento de sueldo.	4
Familias comunidad Yolón	Problemas económicos	Oportunidad de trabajo.	4
Familias otras comunidades	Problemas económicos	Oportunidad de trabajo.	3
Cadena de Supermecado	Pocos proveedores de Hortalizas orgánicas	Nueva contratación de proveedor.	3
Consumidor Final	Insatisfacción	Cumplimiento de sus exigencias.	3

Fuente: Autoras (2015).

La valoración expuesta en la tabla 1.1 de acuerdo al grado de importancia para el proyecto, se la calificó de 0 al 5 conforme a una escala detallada en la tabla 1.2, esta valoración fue determinada por las autoras.

Tabla 3.2 Significado.

Valor	Significado
0	Ninguna influencia
1	Ligeramente influye
2	Poca influencia
3	Moderada influencia
4	Mucha influencia
5	Total influencia

Fuente: Autoras (2015).

Una vez realizado el análisis de la matriz de involucrados se puede observar por la mayor influencia que, los beneficiarios directos serán los dueños de la Hacienda Cabrera, los trabajadores de la misma y las familias que habitan en la comunidad Yolón; por otra parte los beneficiarios indirectos serán las familias de otras comunidades, la cadena de supermercado y el consumidor final.

3.6 Muestra

Se realizará mediante el método de muestreo no probabilístico debido a que las investigadoras seleccionarán a su criterio la muestra, en lo que se refiere a la producción de hortalizas orgánicas. En cambio para la propuesta de comercialización la muestra está delimitada por las cadenas de supermercados.

3.7 Análisis de los Resultados

3.7.1 Entrevista a las Cadenas de Supermercados

En las entrevistas realizadas a las cadenas de supermercados tanto para el Mi Comisariato, Megamaxi y Gran Akí (Ver Anexos 39, 40, 41) se encontró viable a Megamaxi, debido que, cuenta con un portafolio amplio de proveedores y dan la oportunidad a nuevos postulantes que deseen ingresar con sus productos, con requisitos fundamentales como presentar la propuesta del producto a comercializar con la lista de precios respectivos. La restricción que imponían era que al año la

cantidad mínima de ofertarles era de ciento quince mil kilogramos con respecto a las hortalizas.

Se analizó el prestigio de cada supermercado en donde el Megamaxi tiene un punto fuerte a favor ya que según la revista EKOS esta se encuentra situada en el primer lugar del ranking de las mejores empresas del Ecuador, el cual se enfoca en los ingresos y utilidades que las empresas obtienen al año, en donde se demuestra la fidelidad del cliente al momento de preferir este supermercado. El supermercado Megamaxi va con el target de las hortalizas orgánicas que comercializará la Hacienda Cabrera, ya que sus consumidores son de clase económica media-alta. En la primera pregunta, al indicar cuáles son sus requisitos para poder ser sus proveedores obtuvimos información no tan complicada como lo demuestra Gran Akí y mucho más Mi comisariato.

Al momento de preguntar sobre cuál es la revisión de sus hortalizas y qué es lo que hacen con la misma, Megamaxi dio muchos detalles de la mismas mostrando desde como realizan la distribución, su revisión tanto en calidad y las fechas de caducidad, mientras que Mi Comisariato solo se limitó a decir que tienen personal capacitado para revisar las hortalizas y el Gran Akí dio constancia de que revisan minuciosamente para que los clientes se vayan contentos.

Por otro lado al momento de preguntar si tienen algún inconveniente con algunos de sus proveedores todos concordaron que en algún momento si tuvieron problemas pero nada que no se sepa resolver. Otro punto que se debería tener en cuenta es que los tres supermercados indican que tienen muchos proveedores de hortalizas pero no hortalizas orgánicas y si llegara un nuevo proveedor estarían dispuestos a recibirlo.

Al instante en que se preguntó a los supermercados sobre como selecciona a sus proveedores nos llamó mucho la atención Megamaxi porque él prefiere que este justo a tiempo y que este en buenas condiciones, se refiere a que este a fecha de consumo, mientras que Mi comisariato solo le importa el precio y el Gran Akí opina lo mismo que es necesario el precio y la calidad.

Cuando se preguntó sobre el tiempo en que abastecen, Megamaxi respondió que todos los días y que a su vez vienen empacados y es lógico porque es un producto perecible, Gran Akí también se abastece diariamente excepto Mi comisariato pues ellos indicaron que cada dos días abastecen su stock.

Cuando se manifestó si el precio influye al momento de elegir el producto, Megamaxi respondió que no influye, mientras tanto Mi comisaria y Gran Akí opinaron diferente pues para ellos si influye el precio. La opción de pago que mostro Megamaxi fue de 60 días plazo y a crédito lo cual lo vimos muy atractivo, lo mismo exhorto Gran Akí, por otro lado Mi Comisariato prefiere que sea mensual pudiendo ser en cheque o en efectivo.

Otra de las preguntas a los supermercados fue: Cual es el comportamiento del cliente al comprar hortalizas orgánicas nuevamente nos llamó la atención Megamaxi porque indicaron que el cliente elige calidad y precio y eso los hace más exigentes por otro lado Mi comisariato reafirma que es el precio y Gran Akí solo la calidad.

Un punto a favor para la “Hacienda Cabrera” es que los supermercados indicaron que siempre se consume hortalizas esto demuestra que será rentable para la hacienda porque los clientes no dejaran de consumir hortalizas. Los Supermercados tienen la idea de que no hay diferencia entre las hortalizas y hortalizas orgánicas, es por ello que queremos sobresalir e indicar los beneficios de las Hortalizas orgánicas y ser diferencia entre otros proveedores.

Y por último se preguntó a los supermercados si estarían dispuestos a comprar hortalizas orgánicas que cultivan la “Hacienda Cabrera” todos indicaron que estaban dispuestos y tendrían las puertas abiertas a la misma.

Al ver muchos puntos positivos a favor de uno de los supermercados nos inclinamos por Megamaxi ya que se destaca en calidad y precio siendo una de las cadenas de supermercados grande y exitosa puesto que no solo tiene calidad y precio también tiene variedad e incentiva a utilizar programas de nutrición, cursos de cocina

y a su vez da a conocer sus productos y esto hace que la Hacienda Cabrera sea conocida.

3.7.2 Entrevista a la Hacienda Cabrera.

La Hacienda Cabrera empezó como un pequeño negocio de parte de sus dueños, en sus inicios se dedicaron a la agricultura y la ganadería, con un amplia gama de productos agrícolas y ganado, poco a poco con el transcurso de los años fueron ampliando su hacienda con la ampliación del terreno.

Tuvieron buena acogida con sus productos en la comercialización por parte de los consumidores del cantón Déleg, sin embargo por la crisis del 2000 tuvieron dificultades económicas lo que les obligó a vender de a poco sus bienes para solventar las deudas ya que todos sus ahorros se esfumaron.

El problema fundamental que en la actualidad atraviesan es la poca producción de sus productos agrícolas por problemas económicos.

Mediante la entrevista se obtuvo los productos de mayor demanda que son las hortalizas orgánicas como el apio, acelga, cebolla, tomate, zanahoria, col. Coliflor, lechuga y nabo y el proceso riguroso que estas atraviesan, e detalle de esto se encuentra en el capítulo dos.

Para el estudio de la propuesta de comercialización fue necesario saber los canales de distribución que la hacienda poseía, los precios del producto final y el empaquetado de estos a los minoristas del mercado municipal del cantón Déleg, con el fin de crear estrategias reforzando estas actividades, para la comercialización y publicidad de los mismos formando una ventaja competitiva única para su permanencia en el mercado de Guayaquil. (Ver Anexo 35).

Capítulo 4

4 Propuesta De Comercialización

4.1 Introducción

En la propuesta se escogió dos corporaciones como son la Corporación el Rosado S.A. y la Corporación Favorita C.A., debido a que en el ranking empresarial del 2014 publicado por Ekos un portal de negocios, menciona que en la posición número uno se encuentra la Corporación Favorita C.A., en segundo lugar está el Consorcio Ecuatoriano de Telecomunicaciones S.A. (CONECEL) y en tercera posición Corporación El Rosado S.A. (Revista de Negocios EKOS, 2014)

Al ver que estas grandes corporaciones obtuvieron los mejores lugares se decidió escoger de la Corporación Favorita con su empresa Megamaxi debido que es una de las cadenas comerciales con más recurrencia de los usuarios así teniendo el primer lugar la corporación La favorita seguido por el Gran Akí

Cuando se eligió a la Corporación El Rosado se pensó en Mi Comisariato ya que es la cadena comercial que está posicionada en la mente del consumidor, la misma tiene un margen de rentabilidad entre el 5% y 10% con marcas propias en frutas y verduras desde el 2000 (Explored, 2004)

Estas cadenas de supermercados cabe recalcar son aquellas que el consumidor final elige ya sea por confianza, precio, imagen o calidad según la revista Ekos.

4.2 Antecedentes de la Corporación El Rosado

Todo se inició en 1936, cuando Don Alfredo Czarninski abrió una pequeña pastelería llamada “El Rosado”, ubicada en el tradicional Boulevard 9 de Octubre. Poco a poco, con la ayuda de su esposa Ruth, fueron consolidando la idea de un establecimiento diferente, donde se venda más que solo deliciosos dulces.

Así nació un nuevo proyecto que se convirtió en “Restaurante El Rosado”, con el mismo nombre de la pastelería y con sillas de ese color. Era un salón ubicado en la Av. 9 de Octubre entre García Avilés y Boyacá. El éxito fue tal que se convirtió en sitio obligado de reuniones sociales y culturales de los últimos años de la década del cuarenta y del cincuenta. El presidente José María Velasco Ibarra estuvo varias veces allí, degustando el toque extranjero y criollo que tenían los platos de El Rosado.

Más adelante, Don Alfredo, hombre muy visionario, se adelantó a comprar un local frente al restaurante para instalar un almacén de variedades, al cual llamó: “Importadora El Rosado”. Meses después, cerró el restaurante y tal cual como se desarrollaban los negocios de venta de víveres y artículos varios, se instaló por primera vez en Ecuador la modalidad de auto-servicio, que se denominó Supermercados “El Rosado”.

En la actualidad, Corporación El Rosado es una de las empresas más importantes del Ecuador. Además de ser también un ejemplo de innovación y desarrollo, genera miles de plazas de trabajo en sus actividades de diversos tipos. La Corporación posee cadenas de supermercados, jugueterías, tiendas por departamentos, home centers, tiendas de música y video, distribuidos en las ciudades más importantes del país.

Imagen 4.1 Logo de la Corporación El Rosado.

The logo consists of the word "CORPORACIÓN" in a smaller, red, sans-serif font, positioned above the word "EL ROSADO" in a larger, bold, red, sans-serif font. The text is centered and set against a white background with a subtle drop shadow.

Fuente: Corporación El Rosado

4.2.1. Líneas de Negocios – Corporación El Rosado

A lo largo de los años la Corporación El Rosado ha tenido éxitos en su negocio, lo que les ha dado la oportunidad a sus fundadores de expandirse, consolidarse en el mercado y de crear varias líneas de negocios como el Hipermarket, Mi Comisariato, Ferrisariato, Rio Store, Mi Juguetería y Mini Comisariato.

- **Mi Comisariato**

Mi Comisariato es una de las cadenas de supermercados más importantes del país, al fácil alcance de las familias ecuatorianas. En él se encuentra una gran variedad de productos nacionales e importados, de marcas que combinan calidad a bajo costo. Como su slogan lo indica “Todo a menor precio, siempre”

Imagen 4.2 Logo del Mi Comisariato.



Fuente: Corporación El Rosado

4.3. Antecedentes de la Corporación Favorita C.A.

En 1949 la fábrica La Favorita le otorgó la distribución de sus productos en Quito a Guillermo Wright, quien con una gran visión comercial en 1952 abrió en el Centro Histórico de Quito la primera bodega La Favorita, un pequeño local que se dedicaba a la venta de jabones, velas y artículos de importación. Tras cinco años de trabajo, el 26 de noviembre de 1957 se constituyó Supermercados La Favorita C.A. Ese mismo año se inauguró el primer supermercado de autoservicio del país.

En 1971, se abrió el primer local de Megamaxi en el Centro Comercial Ñaquito, CCI, en Quito y en 1979 se inauguró uno en el Centro Comercial Policentro en la ciudad de Guayaquil.

En la década de los ochenta, Supermercados La Favorita adelantándose a los retos y exigencias del nuevo siglo, optó por una estructura empresarial con alianzas

estratégicas, capaces de satisfacer la creciente demanda de diversidad de productos y servicios relacionados con el hogar.

En 1983 la compañía cambió su nombre de Bodega La Favorita a Megamaxi. En 2001 esta empresa pasó por un trágico acontecimiento, ya que sucedió un fuerte incendio que redujo a cenizas lo 45000 m² de las bodegas. Sin embargo con mucho esfuerzo se logró superar aquél terrible suceso y en septiembre del 2002 se inauguró el moderno complejo administrativo y de bodegas en Amaguaña. En ese mismo año se emprendió una iniciativa que consistió en crear marcas propias de Megamaxi y Akí con productos de calidad, a precios accesibles.

En el 2008 Supermercados La Favorita C.A. cambió su denominación comercial a Corporación Favorita C.A. y a partir del 1 de junio del mismo año todas las actividades comerciales se realizan bajo esa razón social.

La misión de la Corporación es “Mejorar la calidad y reducir el costo de la vida de nuestros clientes, colaboradores-asociados, proveedores, accionistas y la comunidad en general, a través de la provisión de productos y servicios de óptima calidad, de la manera más eficiente y rentable brindando la mejor experiencia al público”. La visión es “Ser la mejor cadena comercial de América”.

Imagen 4.3 Logo de la Corporación Favorita C.A.



Fuente: Corporación Favorita C.A.

4.3.1. Líneas de Negocios – Corporación Favorita C.A.

Corporación Favorita C.A. es una de las grandes cadenas comerciales exitosas que existen en el continente Americano, y se lo ve reflejado en la gran cantidad de líneas

comerciales como lo es Supermaxi, Megamaxi, Akí, Gran Akí, Súper Akí, Juguetón, Kywi, Megakywi, Todohogar, Sukasa, Sukocina, Súper Saldos, Salón de Navidad, Radio Shack, TVentas, Mr. Books, Bebemundo, Tatoo.

Para la propuesta de comercialización se selecciona el Gran Akí debido a que es un supermercado accesible y recurrente por clientes de clase media y baja, y el supermercado Megamaxi por ser una de las cadenas más grandes del país.

- **Gran Akí**

Gran Akí es un formato de hipermercados que se inauguró en julio del 2007, dónde se ofrece más de 20000 ítems, entre productos de primera necesidad, artículos de audio y video, ropa, electrodomésticos, juguetes y otros, a precios bajos. (Corporación Favorita C.A., 2010).

Imagen 4.4 Logo de Gran Akí.



Fuente: Corporación Favorita C.A.

- **Megamaxi**

Es una cadena de supermercados que ofrece a su clientela variedad de productos como alimentos, ropa, electrodomésticos, artículos de audio, video, calzado, artículos de lectura y belleza. Además Megamaxi no sólo se dedica a vender los productos anteriormente mencionados sino que también se preocupa en realizar eventos como cursos de cocina, programas nutricionistas, para dar a conocer a los clientes cuan importantes son ellos para esta cadena de supermercado (Corporación Favorita C.A., 2010).

Imagen 4.5 Logo del Megamaxi.

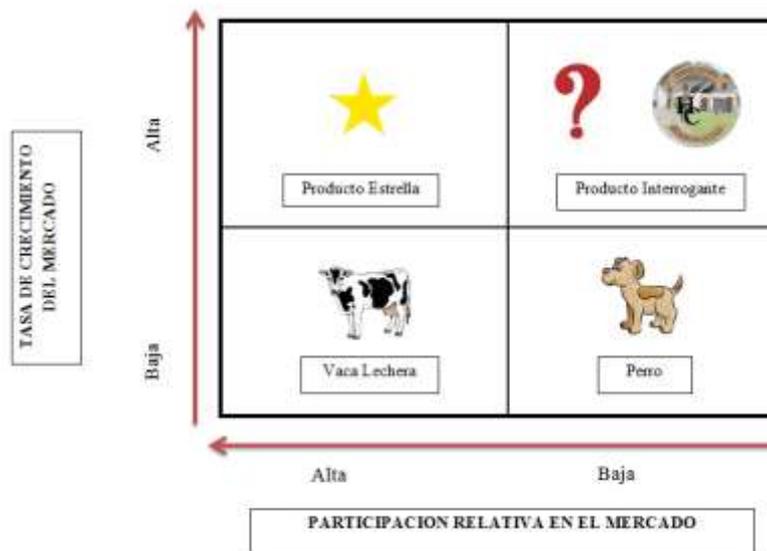


Fuente: Corporación Favorita C.A.

4.4. Marketing Estratégico

4.4.1. Matriz Boston Consulting Group (BCG)

Imagen 4.6 Matriz BCG.



Fuente: Autoras (2015).

Actualmente la Hacienda Cabrera se encuentra en el primer cuadrante de la matriz BCG, ya que las hortalizas orgánicas que estos ofertan están en la etapa de introducción al mercado guayaquileño y por ende no son de conocimiento público.

Sin embargo, de acuerdo a la información obtenida mediante la entrevista realizada tanto al Mi Comisariato, Megamaxi como el Gran Akí, supermercados populares de Guayaquil, se pudo apreciar que existe una alta tendencia por parte de los clientes en consumir productos naturales, nutritivos y sobretodo orgánicos. Por lo tanto con un apropiado plan de marketing e inversión, las hortalizas de la Hacienda Cabrera se convertirían en productos estrellas.

4.4.2. Análisis FODA

4.4.2.1. Análisis Interno

- Fortalezas

- La cosecha se obtiene en un corto plazo.
- Experiencia y dedicación para el cultivo de calidad por parte de los productores.
- El proceso de cultivo se lo realiza mediante un proceso riguroso de calidad.
- El abono de la tierra es natural.

- Debilidades:

- Pocas hectáreas para el cultivo de hortalizas orgánicas en grandes cantidades.
- Escasos conocimientos contables en la administración.
- Mano de obra insuficiente.
- Certificación orgánica en proceso.

4.4.2.2. Análisis Externo

- Oportunidades

- Gran interés del cliente en consumir alimentos orgánicos.
- Participación en ferias nacionales e internacionales para la exhibición de sus productos.
- Posibilidad de exportar el producto a otros países.
- Ofertar hortalizas orgánicas de calidad a los consumidores.

- **Amenazas**

- Factores exógenos que afecten la cosecha.
- Bajos costos de la competencia.
- Productos sustitutos.

4.4.3. Segmentación del Mercado

4.4.3.1. Perfil

Hombres y Mujeres entre 25 y 65 años, residentes en la ciudad de Guayaquil de clase social media y media alta que se preocupan por cuidar su estilo alimenticio consumiendo alimentos orgánicos de calidad.

4.3.3.2. Bases de Segmentación

- **Segmentación Demográfica**

Según Fernández Robin & Aqueveque Torres, 2001 los descriptores demográficos están conformados por edad, sexo, ciclo de vida de la familia e ingresos.

- **Edad:** Personas en un rango de edad entre 20 y 65 años.
- **Sexo:** Masculino y Femenino.

- **Segmentación Geográfica**

Para la comercialización de hortalizas orgánicas en supermercados se ha elegido la ciudad de Guayaquil.

- **Segmentación Psicográfica**

Para este estudio se ha seleccionado como parte de la segmentación a las personas de clase social media y media alta.

- **Segmentación Conductual**

Según (Fernández Robin & Aqueveque Torres, 2001) Los descriptores conductuales se miden a través de la ocasión de compra, beneficios buscados, estatus del usuario y tasa de JSD.

- **Beneficios Buscados:** El beneficio que buscan tanto hombres como mujeres es que el producto sea de calidad.

4.3.3.3. Evaluación del Perfil de Segmentación

- **Identificación**

Dentro del rango de 25 a 65 años las personas del perfil son exigentes al momento de elegir productos alimenticios orgánicos de calidad, por lo que se preocupan de su físico y salud, se sentirán identificados con las hortalizas orgánicas que oferta la Hacienda Cabrera ya que estas poseen certificación de calidad.

- **Receptividad**

El producto estará al fácil alcance y con su respectiva publicidad, las personas del perfil señalado anteriormente desearán al adquirirlo para probarlo.

- **Potencial**

El potencial del segmento se encuentra entre el rango de 28 y 40 años, ya que están en la etapa de madurez y reproducción, en donde las personas toman conciencia de cuán importante es consumir alimentos orgánicos y de calidad.

- **Accesibilidad**

Tantos hombres como mujeres del rango de edad entre 25 y 65, cuentan con una buena estabilidad económica y por ende fácil acceso al producto, sólo deberían ir al supermercado a realizar la compra.

- **Estabilidad**

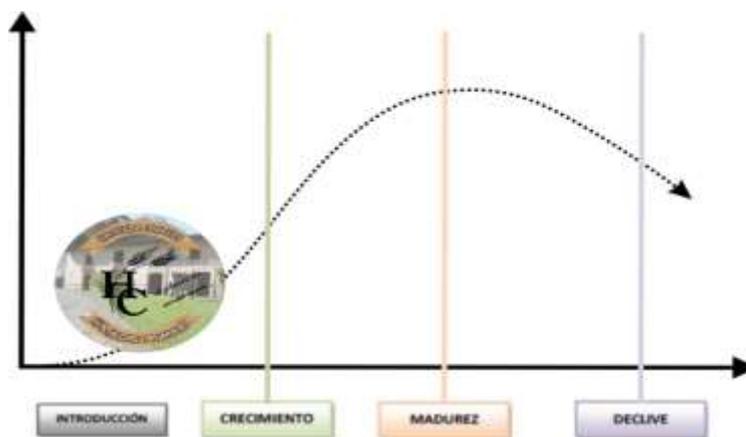
Estas personas van continuamente al supermercado, por lo tanto si el producto cumple con sus exigencias lo seguirán consumiendo.

4.4.4. Análisis de las Oportunidades

- **Ciclo de Vida del Producto**

El ciclo de vida del producto representa la evolución de ventas de un artículo, durante el tiempo que permanece en el mercado. (Gómez Paredes, 2013).

Imagen 4.7 Ciclo de Vida del Producto.



Fuente: Autoras (2015).

Como se observa en la imagen, las hortalizas orgánicas de la Hacienda Cabrera se encuentran en la etapa de introducción, ya que la marca y el producto que se oferta no es conocido en la ciudad de Guayaquil, y por primera vez será introducido a la cadena de supermercados de la misma ciudad para su comercialización. Con expectativas de crecimiento y con un adecuado plan de marketing, se podría ubicar en el segundo cuadrante y convertirse en un producto estrella al tener muy buena acogida por parte de los consumidores.

4.4.5. Análisis Competitivo

4.4.5.1. Herramientas de las 5 fuerzas de Michael Porter

- **Rivalidad entre empresas existentes**

La rivalidad que existe actualmente de empresas, que se dedican a la producción y comercialización de productos para el consumo alimenticio del cliente como las hortalizas es alta, ya que según el INEC³ las regiones con mayores empresas dedicadas a la agricultura son:

- Costa: Las provincias de El Oro, Guayas, Los Ríos y Manabí poseen 136, 186, 83 y 60 establecimientos respectivamente.
- Sierra: Las provincias como Azuay, Pichincha, Chimborazo y Cañar cuentan con 134, 132, 46 y 44 establecimientos respectivamente.

³ **INEC:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Los datos anteriores fueron tomados exactamente del (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010).

La rivalidad entre competidores se da cuando existe una gran cantidad de empresas que compiten en un sector. La empresa que lidera el mercado o sector es aquella que tiene mayor valor agregado (ventaja competitiva, factor diferencial, otros nombres de valor agregado) (Gómez Paredes, Herramienta de las cinco fuerzas de Michael Porter, 2013).

Sin embargo mediante este estudio la Hacienda Cabrera propone una estrategia de ventaja competitiva al dar un servicio personalizado en la comercialización de su producto para diferenciarse así de la competencia logrando la posición en la mente del consumidor. Esto se lo detalla en las estrategias de producto del Marketing Mix 4.5.1.

- **Amenaza de Nuevos Competidores**

La amenaza en el mercado ecuatoriano es muy alta debido a que las barreras de entradas son muy frágiles, esto causado por el mismo gobierno nacional, ya que se preocupa en la buena salud de la ciudadanía incentivando mediante la publicidad televisiva a consumir alimentos sanos, ricos en nutrientes, minerales y vitaminas para erradicar la desnutrición, provocando el interés de empresas nacionales y extranjeras en entrar al mercado guayaquileño ofertando productos orgánicos para el consumo.

- **Amenaza de Productos Sustitutos**

Los productos sustitutos directos para las hortalizas orgánicas son las hortalizas no orgánicas ya que son similares, con la gran diferencia que en el proceso de producción se añaden químicos inorgánicos en el abono para alterar la apariencia del producto final.

Productos sustitutos secundarios son los productos y suplementos naturales, cuya demanda crece de acuerdo a consumidores que no ingieren hortalizas para su nutrición.

- **Poder de Negociación de Proveedores**

La Hacienda Cabrera posee una negociación muy buena con sus proveedores de semillas de hortalizas y de productos de ferretería, todo lo necesario para el proceso producción, ya que para ellos es muy importante una relación de confianza, respeto y sobre todo el cumplimiento de abastecimiento de la materia prima.

- **Poder de Negociación de los Consumidores**

Los consumidores son la pieza fundamental para el negocio de la Hacienda Cabrera, por lo que trabajan con calidad para brindarles beneficio nutricional. Por ende su estrategia es transmitirles a sus clientes la gran importancia que son para ellos ofreciendo:

- Empaque del producto, transmitiendo pureza y salud.
- El precio de las hortalizas, de acuerdo al tamaño y peso.
- El beneficio de cada hortaliza en el empaque.

4.4.6. Ventaja Competitiva

La ventaja competitiva que adapta la Hacienda Cabrera, para comercializar hortalizas orgánicas en la cadena de supermercados, consiste en dar un servicio personalizado al consumidor final; esto se realizará ofertando sus productos en bandejas plásticas, fundas plásticas transparentes y plástico film, con etiqueta en donde se refleje el nombre del producto, el peso en kilos y el logo de la empresa.

4.5. Marketing Operativo

4.5.1. Marketing Mix

4.5.1.1. Producto

- **Objetivo N° 1**

Empaquetar 13200 kilogramos anuales por cada hortaliza, las cuales serán demandadas por la cadena de supermercado.

- **Estrategia**

- Empacar el tomate riñón, cuyo peso será de 1 kilo, en bandejas y plástico film, con etiqueta propia del producto y logo de la empresa.
- Hortalizas como lechuga, apio, acelga, cebolla colorada, nabo y zanahoria serán empacados en fundas plásticas transparentes, con etiqueta personalizada.
- La coliflor y col estarán empacados en plásticos film con etiqueta cuyo peso será de 1 kilo.

- **Tácticas de la Estrategia**

- Mediante la entrevista realizada a las cadenas de supermercados mencionados al inicio de este capítulo, obtener información acerca del traslado de hortalizas orgánicas y empaquetado de los proveedores actuales.
- Se cotizará el costo de las bandejas plásticas, tubos de plástico film y las fundas de polietileno de alta calidad para el empaquetado, ver tabla 4.1.

- **Recursos**

El costo de empaquetado en donde se pondrá cada hortaliza orgánica que se cultiva en la Hacienda Cabrera se muestra en la tabla 4.1.

Tabla 4.1 Costo de Empaques Para Comercializar Hortalizas Orgánicas.

Cantidad Anual	Cantidad Mensual	Descripción	P. Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
13.200	1.100	Bandejas plásticas para venta de hortalizas orgánicas	\$ 0,03	\$ 33,00	\$ 396,00
36.000	3.000	Fundas plásticas de polietileno para la venta	\$ 0,05	\$ 150,00	\$ 1.800,00
48	4	Tubos de plásticos film para embalaje.	\$ 20,00	\$ 80,00	\$ 960,00

Fuente: Autoras (2015).

- **Objetivo N° 2**

Diseñar etiquetas para dar a conocer las hortalizas orgánicas al consumidor final, las cuales serán usadas en el primer año de comercialización.

Imagen 4.8 Etiqueta del Tomate Orgánico.



Fuente: Autoras (2015).

Imagen 4.9 Etiqueta para las Zanahorias Orgánicas.



Fuente: Autoras (2015)

- **Estrategia**

Diseñar etiquetas en donde se visualice el tipo de hortaliza y logo de la empresa, con color llamativo. Ver anexo 14.

- **Táctica de la Estrategia**

- Elaborar una etiqueta para cada paquete de hortaliza, en donde se muestre el nombre del producto, el slogan, el peso en kilos o gramos, la certificación orgánica y el sello que es elaborado en Ecuador cuya medida sea de 10x5.
- Diseñar etiquetas con el logo de la empresa que será colocado en cada hortaliza cuya medida sea de 5x5.
- Imprimir el número de etiquetas de acuerdo a la demanda de la cadena de supermercado.

- **Recursos**

El costo de la impresión de etiquetas va de acuerdo a su medida y número de bandejas, fundas y plásticos film demandadas en el primer año de comercialización. Ver anexo 30 la cotización.

Tabla 4.2 Costo por Impresión de Etiquetas.

Cant. Mensual	Descripción	Costo Unit.	Costo Mensual	Costo Anual
15.000	Stiker rectangular 10x5cm	0,08	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00
15.000	Impresión de logos para las hortalizas orgánicas	0,05	\$ 750,00	\$ 9.000,00
TOTAL			\$ 1.950,00	\$ 23.400,00

Fuente: Autoras (2015).

- **Objetivo N° 3**

Utilizar maquinarias para mejorar el proceso de cultivo y empaquetado de las hortalizas.

- **Estrategia**

Subcontratación de un tractor para agilizar el proceso de cultivo de hortalizas, comprar balanzas y selladoras industriales para controlar el peso del producto y sellar los empaques para la comercialización de los mismos durante el primer año de comercialización.

Imagen 4.10 Cotización y Características de la Balanza Industrial.



Precio: \$ 542.00

- Capacidad: 100-200Kg
- ◆ Tamaño de la plataforma: los 40X50cm
 - ◆ plástico (de acero en el interior) plataforma inyectado, anticorrosión
 - ◆ 304 # cubierta
 - ◆ impermeable escudo célula de carga y el indicador de prueba de agua
 - ◆ Pantalla brillante LED
 - ◆ ventana de la pantalla de plástico Ingeniería
 - ◆ protección IP67
 - ◆ teclados Tocar
 - ◆ Función de contadora
 - ◆ función controladora de peso

Fuente: Electrónica CASIO.

- **Táctica de la Estrategia**

- Cotizar tractores de acuerdo a las características específicas.
- Suscribir un contrato en donde especifique el tiempo por el cual se alquilará la maquinaria.
- Cotizar una balanza y una selladora para la compra durante el primer año de producción.

- **Recursos**

Los costos detallados en la tabla 4.3 son cotizados para el primer año de comercialización.

Tabla 4.3 Detalle del Costo de las Maquinarias.

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
5 horas	Tractor	\$ 15,00	\$ 75,00
1	Balanza Industrial	\$ 542,00	\$ 542,00
1	Selladora Industrial	\$ 95,00	\$ 95,00
Total			\$ 712,00

Fuente: Autoras (2015).

Imagen 4.11 Cotización y Característica de la Selladora.

12 "apretón de la mano del impulso sellador

U\$S 95⁰⁰

En Stock.

- Listo para su uso de forma instantánea - No Warm Up necesario.
- Reloj de Control de sellado ajustable con luz lista
- Diseño compacto y ligero.
- Elenco Durable construcción del metal.
- Selle Poly Bolsas de forma instantánea.

Fuente: Electrónica CASIO.

- **Objetivo N° 4**

Obtener la certificación orgánica “QCS”⁴ para las hortalizas de la Hacienda Cabrera en el primer año de comercialización.

- **QCS ECUADOR**

Es una compañía limitada constituida con capital ecuatoriano y estadounidense, que ofrece certificación orgánica tanto para fincas agrícolas, ganaderas, plantas de procesamiento, empaque y distribución. (Quality Certification Service).

Es muy importante que la Hacienda Cabrera obtenga el certificado QCS de calidad ya que con esto certifica que las hortalizas cultivadas en ella poseen el cuidado riguroso para la comercialización y posteriormente el consumo humano.

⁴ **QCS:** Quality Certification Services

Imagen 4.12 Certificación Orgánica QCS.



Fuente: QCS Ecuador.

- **Recursos**

Se detalla a continuación en la tabla 4.4 el valor de la Certificación para la Agricultura Orgánica que le servirá a la Hacienda Cabrera como garantía de un producto de calidad, la cual será adquirida antes de realizar las actividades de comercialización, lo que quiere decir que el proceso para la obtención de éste se lo realizará en el año 2015.

Tabla 4.4 Costo de Certificación Para la Agricultura Orgánica.

Cantidad	Descripción	P. Unitario	P. Total
1	Certificado QCS para la Agricultura Orgánica	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00

Fuente: Quality Certification Services.

- **Objetivo N°5**

Aumentar la mano de obra para que la nueva producción de hortalizas orgánicas sea ágil y eficiente.

- **Estrategia**

- Contratar 3 empleados para que colaboren en el área de producción, cosecha, lavado y empaquetado de las hortalizas orgánicas.

- Contratar 1 empleado para que ocupe el cargo de jefe de planta, cuya función será el de supervisar todas las actividades que se realizan en el proceso de producción.

- **Recursos**

Los sueldos que se le asignarán a cada uno de estos empleados están plasmados en la tabla 4.5 para el primer año de comercialización, con un incremento del 5% siguientes años.

Tabla 4.5 Sueldos de Obreros y Jefe Planta.

Cant. De Empleados	Descripción	Sueldo	Costo Mensual	Costo Annual
3	Obreros	\$ 354,00	\$ 1.062,00	\$ 12.744,00
1	Jefe Planta	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 5.400,00

Fuente: Autoras (2015).

4.4.1.2. Precio

Mediante el estudio de factibilidad de producir hortalizas orgánicas y comercializarlas en una cadena de supermercado en la ciudad de Guayaquil, se determinó que el 35% será el valor agregado del producto final al momento de comercializarlo al supermercado, más el costo de producción de cada hortaliza.

El 35% que se determinó fue calculado mediante la suma entre la inflación del país, la tasa de interés activa del año 2014 ya que son datos recientes y el valor adicional que le den los dueños de la hacienda Cabrera al producto por ser orgánico.

Según el Banco Central del Ecuador la inflación y tasa de interés activa de las instituciones financieras al mes de diciembre del 2014 fue de 3.67% y 8.19% respectivamente. Y el valor adicional dado por la hacienda es el 23,14%.

El nuevo precio que se establecerá para las hortalizas orgánicas al supermercado en la ciudad de Guayaquil está detallado en la tabla 4.6 para la comercialización mensual.

Tabla 4.6 Precio de Venta al Supermercado.

Hortaliza	Costo Producción	% Valor Agregado	Precio Venta
Apio	\$ 0,55	0,35	\$ 0,74
Acelga	\$ 0,48	0,35	\$ 0,65
Cebolla Colorada	\$ 1,58	0,35	\$ 2,13
Col	\$ 0,61	0,35	\$ 0,82
Coliflor	\$ 0,74	0,35	\$ 1,00
Lechuga	\$ 1,05	0,35	\$ 1,42
Nabo	\$ 0,46	0,35	\$ 0,62
Tomate riñón	\$ 2,08	0,35	\$ 2,81
Zanahoria	\$ 1,01	0,35	\$ 1,36
Total	\$ 8,56	-	\$ 11,56

Fuente: Autoras (2015).

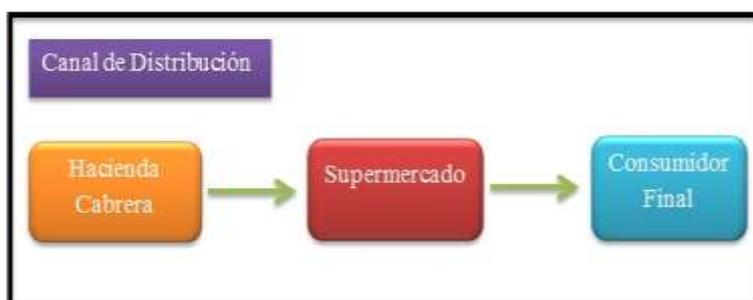
Estos valores están determinados para el primer año de comercialización, con un incremento del 5% anual en las cantidades comercializadas de cada hortaliza.

4.4.1.3. Plaza

- **Objetivo N° 1**

Crear una alianza con una cadena de supermercados ya sea una de las tiendas de la Corporación El Rosado o Corporación Favorita C.A. en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas.

El canal de distribución que ha elegido la Hacienda Cabrera para el primer año de comercialización de las hortalizas orgánicas es similar al que poseen actualmente, con la novedad que en vez del mercado municipal va la cadena de supermercado, la cual será el nuevo proveedor en la ciudad de Guayaquil. El canal de distribución está demostrado en la imagen 4.13.

Imagen 4.13 Canal de Distribución de Hortalizas Orgánicas.

Fuente: Autoras (2015).

- **Estrategia**

Como el segmento de mercado de las hortalizas orgánicas es la clase media y media alta, se elegirá un supermercado ya sea de la Corporación el Rosado o Corporación Favorita, de acuerdo a las facilidades que den en forma de pago y requisitos para ingresar como proveedores.

- **Objetivo N° 2**

Contratar personal para que se encargue del área de Ventas y comprar activos fijos.

- **Estrategia**

Asalariar a un ejecutivo en ventas y amueblar la oficina para que realice el contacto directo con el supermercado, para la comercialización de las hortalizas orgánicas.

- **Tácticas de Estrategia**

- El ejecutivo en ventas debe tener como mínima experiencia de 5 años, cuyo sueldo tendrá incremento cada año.
- Se comprará muebles de oficinas y equipos de computación para decorar la oficina del ejecutivo de ventas y del gerente, que en este caso será el dueño de la hacienda. Ver anexo 28 y 29 se muestra el costo de los muebles de oficina.

Imagen 4.14 Teléfono Inalámbrico con Características.



Fuente: Comandato.

- **Recursos**

Tabla 4.7 Costos del Sueldo de ejecutivo en ventas, Equipos de Computación y Muebles de Oficina.

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo Total
1	Sueldo ejecutivo en ventas	\$ 400,00	\$ 400,00
2	Laptop	\$ 450,00	\$ 900,00
2	Escritorios ejecutivos	\$ 250,00	\$ 500,00
2	Sillas Ejecutivas	\$ 158,00	\$ 316,00
2	Teléfonos inalámbricos	\$ 25,00	\$ 50,00
Total			\$ 2.166,00

Fuente: Autoras (2015)

Los costos reflejados en la tabla 4.7 como el sueldo del ejecutivo en ventas está determinado para el primer año de comercialización y su incremento será anual de acuerdo a la disposición de la gerencia; la adquisición de escritorios, sillas ejecutivas y teléfonos será en el 2015 antes del año de comercialización.

Imagen 4.15 Cotización Laptop HP de 15,6 Pulgadas y Características.



Fuente: Comandato.

- **Objetivo N° 3**

Comprar un camión para realizar el transporte de las hortalizas orgánicas.

- **Estrategia**

Comprar un camión que quede como propiedad de la Hacienda Cabrera para el transporte de hortalizas orgánicas, al supermercado en Guayaquil.

- **Tácticas de la Estrategia**

- Cotizar el precio del camión en concesionarias del país.
- El transporte debe tener una capacidad de carga no mayor a 6 toneladas.

- **Recursos**

Tabla 4.8 Cotización del Camión.

Cant.	Descripción	Costo
1	Camión	\$ 33.488,00

Fuente: Autoras (2015).

Imagen 4.16 Camión de 6 toneladas con Características.



Modelo: **CAMIÓN NQR**
 Precio Contado: **\$ 33,488.00 USD** (incluido IVA)
 Entrada: Debe ser mínimo 40% del precio al contado del vehículo.
 Plazo (meses)
 Seguro y desgravamen por el primer año: **\$1431.67 USD**

Motor	NQR 75L
Alimentación	Inyección Directa
Combustible	Diesel
Desplazamiento (cc)	5,193
Diámetro x Carrera (mm)	115 x 125
Marca / Código	ISUZU 4HK1-TCN

Fuente: Concesionaria Chevrolet.

El pago del vehículo se lo realizará al contado en el 2015, antes del primer año de comercialización en la concesionaria Chevrolet.

4.5.1.4. Promoción

- **Estrategia N° 1**

Crear una página web para promocionar las hortalizas orgánicas a los consumidores durante el primer año de comercialización. Ver anexo 30.

- **Técnicas de la Estrategia**

- La página web debe ser diseñada con colores representativos y llamativos a los ojos del consumidor.
- Detallar los productos con su respectivo beneficio que oferta la Hacienda Cabrera a sus clientes.
- Debe incluir la información de la empresa y los procesos, desde la producción hasta la comercialización.
- La página web debe tener conexión con las principales redes sociales (Facebook, Twitter).
- Incluir en el presupuesto a un Ing. en Sistemas para la creación de la página web.

Imagen 4.17 Diseño de la Página Web.



Fuente: Autoras (2015).

Elaborado por: Ing. Erick Tobar.

- **Recursos**

Tabla 4.9 Costo Por Crear La Página Web.

Cant.	Detalle	P. Unitario	P. Total
1	Creación de página web.	\$ 300,00	\$ 300,00
1	Hosting por un año.	\$ 450,00	\$ 450,00

Fuente: Autoras (2015).

- **Estrategia N°2**

Elaborar publicidad en el supermercado para llamar la atención del cliente durante el primer año de comercialización de hortalizas orgánicas en el supermercado. Ver anexo 30 para el detalle del costo de la publicidad.

Imagen 4.18 Diseño del Banner.



Fuente: Autoras (2015).

Elaborado por: Ing. Erick Tobar.

- **Táctica de la Estrategia**

- Diseñar un banner para ubicarlo en la zona donde se exhibirán las hortalizas orgánicas en el supermercado.
- Contratar una impulsadora para que muestre y haga degustar el producto a los clientes, indicándole los beneficios de las hortalizas orgánicas.

- **Recursos**

Tabla 4.10 Costos por Publicidad en el Supermercado.

Cant.	Detalle	P. Unitario	P. Total
1	Elaboración del banner publicitario	\$ 98,00	\$ 98,00
1	Sujetador para banner publicitario	\$ 35,00	\$ 35,00
1	Contratación de una impulsadora	\$ 150,00	\$ 150,00
Total			\$ 283,00

Fuente: Autoras (2015).

4.5.2. Presupuesto de Marketing

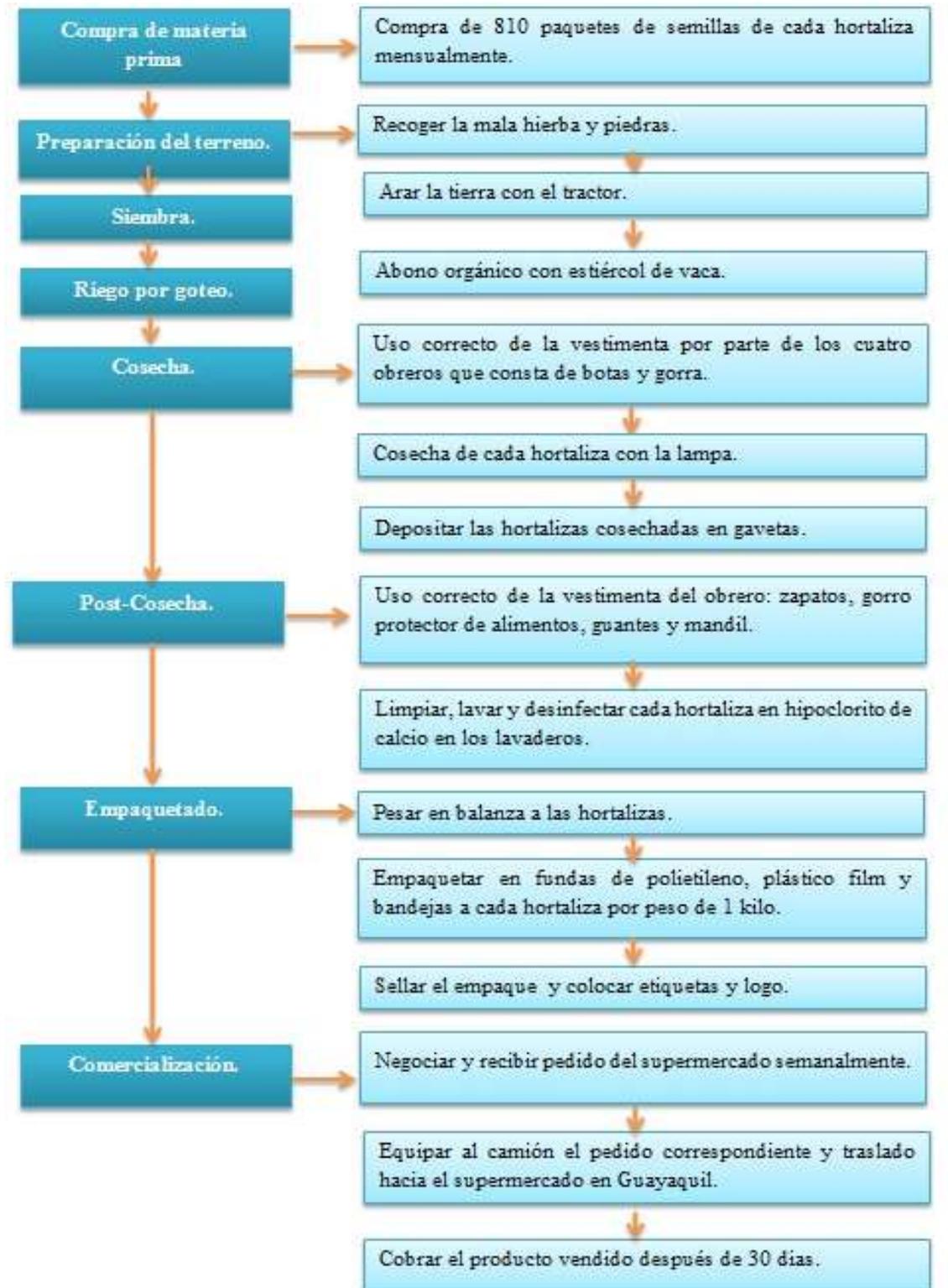
Tabla 4.11 Detalle del Presupuesto Mensual de Marketing.

Cant.	Detalle	P. Unitario	P. Total
1.100	Bandejas plásticas.	\$ 0,03	\$ 33,00
3.000	Fundas plásticas de polietileno.	\$ 0,05	\$ 150,00
4	Tubos de plástico film para embalaje.	\$ 20,00	\$ 80,00
15.000	Stiker circular logo 5x5	\$ 0,05	\$ 750,00
15.000	Stiker rectangular 10x5	\$ 0,08	\$ 1.200,00
1	Certificado QCS para la agricultura orgánica.	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
1	Camión.	\$ 33.488,00	\$ 33.488,00
1	Creación de una página web.	\$ 300,00	\$ 300,00
1	Hosting	\$ 450,00	\$ 450,00
1	Elaboración de banner para publicidad .	\$ 98,00	\$ 98,00
1	Sujetador de banner.	\$ 35,00	\$ 35,00
1	Servicios de impulsadora.	\$ 150,00	\$ 150,00
5	Prestación de servicios por tractor.	\$ 15,00	\$ 75,00
1	Jefe planta	\$ 450,00	\$ 450,00
1	Vendedor	\$ 400,00	\$ 400,00
3	Mano de obra para producción.	\$ 354,00	\$ 1.062,00
2	Escritorio	\$ 250,00	\$ 500,00
2	Silla Giratoria	\$ 158,00	\$ 316,00
2	Telefono	\$ 25,00	\$ 50,00
1	Balazas	\$ 542,00	\$ 542,00
1	Selladora	\$ 95,00	\$ 95,00
2	Laptop	\$ 450,00	\$ 900,00
TOTAL			\$ 42.124,00

Fuente: Autoras (2015).

4.6. Diagrama de Flujo de Proceso de la Propuesta

Imagen 4.19 Diagrama de flujo de proceso de la propuesta.



Fuente: Autoras (2015).

Capítulo 5

5 Evaluación Financiera Del Proyecto

5.1. Inversión Capital de Trabajo

En la tabla 5.1 se encuentra detallado los costos de materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación que se van a necesitar para empezar a cultivar las hortalizas en la Hacienda Cabrera.

Tabla 5.1 Inversión Capital de Trabajo.

Detalle	Unidades	Costo Unitario	Costo Total
Materia prima			
Semillas	\$ 900,00	\$ 0,90	\$ 810,00
Mano de obra			
Fumigacion			\$ 150,00
Elaboracion de surcos			\$ 720,00
Siembra			\$ 720,00
Costos indirectos fabricacion			
Mantenimiento de sistema riego			\$ 20.000,00
Total			\$ 22.400,00

Fuente: Autoras (2015).

5.2. Inversión de Activos Fijos

Para empezar las actividades en la Hacienda Cabrera se deberá invertir en activos fijos tales como los demuestran las tablas 5.2 maquinarias, 5.3 vehículos, 5.4 equipos de computación, 5.5 muebles y enseres.

Tabla 5.2 Costo de Maquinaria.

Cant.	Maquinarias	Precio	Precio Total
1	Balanzas	\$ 542,00	\$ 542,00
1	Selladora	\$ 95,00	\$ 95,00
Total			\$ 637,00

Fuente: Autoras (2015)

Tabla 5.3 Costo del Vehículo.

Cant.	Detalle	Precio	Precio Total
1	Camión	\$ 33.488,00	\$ 33.488,00

Fuente: Autoras (2015)

Tabla 5.4 Equipo de Computación.

EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Cant.	Detalle	Precio	Precio Total
2	Laptop	\$ 450,00	\$ 900,00
Total			\$ 900,00

Fuente: Autoras (2015)

Tabla 5.5 Muebles y Enseres.

MUEBLES Y ENSERES			
Cant	Detalle	Precio	Precio Total
2	Escritorio	\$ 250,00	\$ 500,00
2	Silla Giratoria	\$ 158,00	\$ 316,00
2	Telefono	\$ 25,00	\$ 50,00
Total			\$ 866,00

Fuente: Autoras (2015)

5.3. Depreciación

Con el pasar del tiempo los equipos de cómputo, maquinaria vehículos, muebles y enseres tienden a depreciarse y sus valores al final de cada año se encuentran demostrados en las siguientes tablas.

Tabla 5.6 Depreciación Equipo de Computación.

Año	Depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libros
0			\$ 900,00
1	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 600,00
2	\$ 300,00	\$ 600,00	\$ 300,00
3	\$ 300,00	\$ 900,00	\$ -

Fuente: Autoras (2015)

Tabla 5.7 Depreciación de Vehículo.

Año	Depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libros
0			\$ 33.488,00
1	\$ 6.697,60	\$ 6.697,60	\$ 26.790,40
2	\$ 6.697,60	\$ 13.395,20	\$ 20.092,80
3	\$ 6.697,60	\$ 20.092,80	\$ 13.395,20
4	\$ 6.697,60	\$ 26.790,40	\$ 6.697,60
5	\$ 6.697,60	\$ 33.488,00	\$ -

Fuente: Autoras (2015)

Tabla 5.8 Depreciación Maquinaria.

DEPRECIACIÓN MAQUINARIA			
Año	Depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libros
0			\$ 637,00
1	\$ 63,70	\$ 63,70	\$ 573,30
2	\$ 63,70	\$ 127,40	\$ 509,60
3	\$ 63,70	\$ 191,10	\$ 445,90
4	\$ 63,70	\$ 254,80	\$ 382,20
5	\$ 63,70	\$ 318,50	\$ 318,50
6	\$ 63,70	\$ 382,20	\$ 254,80
7	\$ 63,70	\$ 445,90	\$ 191,10
8	\$ 63,70	\$ 509,60	\$ 127,40
9	\$ 63,70	\$ 573,30	\$ 63,70
10	\$ 63,70	\$ 637,00	\$ -

Fuente: Autoras (2015)

Tabla 5.9 Depreciación Muebles y Enseres.

DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES			
Año	Depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libros
0			866
1	86,6	86,6	779,4
2	86,6	173,2	692,8
3	86,6	259,8	606,2
4	86,6	346,4	519,6
5	86,6	433	433
6	86,6	519,6	346,4
7	86,6	606,2	259,8
8	86,6	692,8	173,2
9	86,6	779,4	86,6
10	86,6	866	0

Fuente: Autoras (2015).

5.4. Depreciación Consolidada

En la tabla 5.10 esta detallada la depreciación consolidada que es el resumen anual de los costos de todas las depreciaciones mencionas anteriormente.

Tabla 5.10 Depreciación Consolidada.

Rubros	Valor	Vida útil	Tasa deprec.	Dep. 1	Dep. 2	Dep. 3	Dep. 4	Dep. 5
Equipo de computación	\$ 900,00	3	33,33%	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ -	\$ -
Maquinaria	\$ 637,00	10	10%	\$ 63,70	\$ 63,70	\$ 63,70	\$ 63,70	\$ 63,70
Muebles y enseres	\$ 866,00	10	10%	\$ 86,60	\$ 86,60	\$ 86,60	\$ 86,60	\$ 86,60
Vehiculo	\$ 33.488,00	5	20%	\$ 6.697,60	\$ 6.697,60	\$ 6.697,60	\$ 6.697,60	\$ 6.697,60
Depreciación total	\$ 35.891,00			\$ 7.147,90	\$ 7.147,90	\$ 7.147,90	\$ 6.847,90	\$ 6.847,90

Fuente: Autoras (2015)

5.5. Inversión Inicial

La inversión inicial detallada en la tabla 5.11 está los costos de activos fijos y capital de trabajo que comprende la materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación.

Tabla 5.11 Presupuesto de Inversión.

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN INICIAL	
Detalle	Existente
Activos Fijos	
Maquinaria	\$ 637,00
Equipo de Computación	\$ 900,00
Muebles y Enseres	\$ 866,00
Camión	\$ 33.488,00
Otros	\$ 1.000,00
Total activos fijos	\$ 36.891,00
Capital Trabajo	
Materia Prima	\$ 810,00
Mano de Obra Directa	\$ 1.590,00
Costos Indirectos Fabricación	\$ 20.000,00
Total capital trabajo	\$ 22.400,00
Total Inversión	\$ 59.291,00

Fuente: Autoras (2015).

5.6. Estructura de Capital

Está conformada por el capital propio de la Hacienda Cabrera y el capital ajeno que proviene de la institución bancaria, estos valores están detallados en la tabla 5.12.

El capital de trabajo será cubierto por un préstamo al Banco Pichincha y el resto del valor por el capital propio.

Tabla 5.12 Estructura de Capital.

ESTRUCTURA DE CAPITAL		
Tipo de Capital	Cantidad	Porcentaje
Capital propio	\$ 36.891,00	62%
Capital ajeno	\$ 22.400,00	38%
Total	\$ 59.291,00	100%

Fuente: Autoras (2015)

5.7. Amortización

En la tabla 5.13 esta detallada la amortización de la deuda, cuyo préstamo se lo realizará al Banco Pichincha a una tasa fija del 11.2% y a un periodo de 5 años.

Tabla 5.13 Amortización de la Deuda.

DATOS	
Inst. Financiera	Banco Pichincha
Valor de la Deuda	\$ 22.400,00
Tasa interés	11.2%
Plazo en años	5
Moneda	Dólares
Cuota	\$ 6.091,30

N	Saldo Inicial	Cuotas	Intereses	Capital	Saldo Final
0					\$ 22.400,00
1	\$ 22.400,00	\$ 6.091,30	\$ 2.508,80	\$ 3.582,50	\$ 18.817,50
2	\$ 18.817,50	\$ 6.091,30	\$ 2.107,56	\$ 3.983,74	\$ 14.833,77
3	\$ 14.833,77	\$ 6.091,30	\$ 1.661,38	\$ 4.429,92	\$ 10.403,85
4	\$ 10.403,85	\$ 6.091,30	\$ 1.165,23	\$ 4.926,07	\$ 5.477,79
5	\$ 5.477,79	\$ 6.091,30	\$ 613,51	\$ 5.477,79	\$ -

Fuente: Autoras (2015)

5.8. Materia Prima Directa

Tabla 5.14 Costos de Materia Prima.

Materia Prima				
Materia Prima Semillas	Cant.	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Acelga	\$ 100,00	\$ 0,90	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Apio	\$ 100,00	\$ 0,90	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Cebolla	\$ 100,00	\$ 0,90	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Col	\$ 100,00	\$ 0,90	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Coliflor	\$ 100,00	\$ 0,90	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Lechuga	\$ 100,00	\$ 0,90	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Nabo	\$ 100,00	\$ 0,90	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Tomate	\$ 100,00	\$ 0,90	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Zanahoria	\$ 100,00	\$ 0,90	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Total			\$ 810,00	\$ 9.720,00

Fuente: Autoras (2015)

5.9. Mano de Obra Directa

En la tabla 5.15 está detallado los sueldos de los obreros durante cinco años.

Tabla 5.15: Mano de Obra Durante Cinco Años

SUELDOS 1ER AÑO									
Cargo	Numero de empleados	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Total
Obrero	4	\$ 1.416,00	\$ 16.992,00	\$ 1.416,00	\$ 1.416,00	\$ -	\$ -	\$ 2.064,53	\$ 21.888,53
SUELDOS 2DO AÑO									
Cargo	Numero de empleados	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Total
Obrero	4	\$ 1.486,80	\$ 17.841,60	\$ 1.486,80	\$ 1.416,00	\$ 743,40	\$ 1.486,80	\$ 2.167,75	\$ 25.142,35
SUELDOS 3ER AÑO									
Cargo	Numero de empleados	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Total
Obrero	4	\$ 1.561,14	\$ 18.733,68	\$ 1.561,14	\$ 1.416,00	\$ 780,57	\$ 1.561,14	\$ 2.276,14	\$ 26.328,67
SUELDOS 4TO AÑO									
Cargo	Numero de empleados	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Total
Obrero	4	\$ 1.639,20	\$ 19.670,36	\$ 1.639,20	\$ 1.416,00	\$ 819,60	\$ 1.639,20	\$ 2.389,95	\$ 27.574,31
SUELDOS 5TO AÑO									
Cargo	Numero de empleados	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Total
Obrero	4	\$ 1.721,16	\$ 20.653,88	\$ 1.721,16	\$ 1.416,00	\$ 860,58	\$ 1.721,16	\$ 2.509,45	\$ 28.882,22

Fuente: Autoras (2015).

5.10. Mano de Obra Indirecta

En la siguiente tabla detallada a continuación están los sueldos que recibirá el jefe de planta anual durante los cinco primeros años.

Tabla 5.16 Costos Mano de Obra Indirecta Durante Cinco Años.

SUELDOS 1ER AÑO									
Cargo	Numero de empleados	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Total
Jefe Planta	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 354,00	\$ -	\$ -	\$ 656,10	\$ 6.860,10
SUELDOS 2DO AÑO									
Cargo	Numero de empleados	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Total
Jefe Planta	1	\$ 472,50	\$ 5.670,00	\$ 472,50	\$ 354,00	\$ 236,25	\$ 472,50	\$ 688,91	\$ 7.894,16
SUELDOS 3ER AÑO									
Cargo	Numero de empleados	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Total
Jefe Planta	1	\$ 496,13	\$ 5.953,50	\$ 496,13	\$ 496,13	\$ 248,06	\$ 496,13	\$ 723,35	\$ 8.413,29
SUELDOS 4TO AÑO									
Cargo	Numero de empleados	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Total
Jefe Planta	1	\$ 520,93	\$ 6.251,18	\$ 520,93	\$ 520,93	\$ 260,47	\$ 520,93	\$ 759,52	\$ 8.833,95
SUELDOS 5TO AÑO									
Cargo	Numero de empleados	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Total
Jefe Planta	1	\$ 546,98	\$ 6.563,73	\$ 546,98	\$ 546,98	\$ 273,49	\$ 546,98	\$ 797,49	\$ 9.275,65

Fuente: Autoras (2015).

5.11. Costos Indirectos de Fabricación

En la tabla 5.17 se encuentra el resumen de todos los costos que están en las tablas 5.18; 5.19; 5.20; 5.21 y 5.22.

Tabla 5.17 Costos Indirectos.

Costos indirectos					
Años	Materiales indirectos	Mano de obra indirecta	Costos indirectos de fabricacion		Total Costos indirectos
			Costos	Mantenimiento sistema riego	
1	\$ 28.596,00	\$ 6.860,10	\$ 5.316,00	\$ 20.000,00	\$ 60.772,10
2	\$ 30.025,80	\$ 7.894,16	\$ 6.516,00	\$ 20.000,00	\$ 64.435,96
3	\$ 31.527,09	\$ 8.413,29	\$ 6.516,00	\$ 20.000,00	\$ 66.456,38
4	\$ 33.104,58	\$ 8.833,95	\$ 6.516,00	\$ 20.000,00	\$ 68.454,53
5	\$ 34.759,59	\$ 9.275,65	\$ 6.516,00	\$ 20.000,00	\$ 70.551,24

Fuente: Autoras (2015).

5.11.1. Otros Costos Indirectos.

En la tabla 5.18 están detallados los costos indirectos como los servicios de tractor que se contratarán para el cultivo de hortalizas, el cual se lo hará una vez por semana, además se observa la vestimenta que utilizarán los obreros para la manipulación de los productos orgánicos y por último la alimentación del jefe de planta.

Tabla 5.18 Otros Costos Indirectos.

Cant.	Detalle	P. Unitario	P. Mensual	P. Anual
5	Servicios tractor	\$ 15,00	\$ 75,00	\$ 900,00
	Combustible tractor	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
	Vestimenta		\$ 168,00	\$ 2.016,00
	Alimentación		\$ 180,00	\$ 2.160,00
Total			\$ 443,00	\$ 5.316,00

Fuente: Autoras (2015).

5.11.1.1. Vestimenta.

En la tabla 5.19 están los costos de cada una de las vestimentas que usarán los obreros para la manipulación de las hortalizas orgánicas.

Tabla 5.19 Vestimenta.

Cant.	Detalle	P. Unitario	P. Mensual	P. Anual
1	Gorros plásticos	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 216,00
5	Guantes plásticos	\$ 8,00	\$ 40,00	\$ 480,00
5	Botas impermeables	\$ 20,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
5	Mandil plástico	\$ 2,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Total			\$ 168,00	\$ 2.016,00

Fuente: Autoras (2015).

5.11.1.2. Alimentación

En la tabla 5.20 está detallado la forma de cálculo de la alimentación para el jefe de planta y los obreros.

Tabla 5.20 Alimentación.

Alimentación		
Días trabajados	24	
Costo comida diarios	\$ 2,00	
Costo comida mensual	\$ 24,00	
75% asume la hacienda	\$ 18,00	
Empleados	Mensual	Anual
Obreros	\$ 72,00	\$ 864,00
Jefe Planta	\$ 36,00	\$ 432,00

Fuente: Autoras (2015).

5.11.1.3. Materiales Indirectos

En la tabla 5.21 es un resumen de los costos de energía eléctrica durante los cinco primeros años de comercialización de hortalizas orgánicas, cuyo costo va incrementando anualmente en un margen del 5%.

Tabla 5.21 Materiales Indirectos Durante Cinco Años.

Primer Año		
Concepto	Costo unitario	Valor anual
Agua	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Energía Elect.	\$ 80,00	\$ 960,00
Empaque	\$ 2.213,00	\$ 26.556,00
TOTAL		\$ 28.596,00
Segundo Año		
Concepto	Costo unitario	Valor anual
Agua	\$ 94,50	\$ 1.134,00
Energía Elect.	\$ 84,00	\$ 1.008,00
Empaque	\$ 2.323,65	\$ 27.883,80
TOTAL		\$ 30.025,80
Tercer Año		
Concepto	Costo unitario	Valor anual
Agua	\$ 99,23	\$ 1.190,70
Energía Elect.	\$ 88,20	\$ 1.058,40
Empaque	\$ 2.439,83	\$ 29.277,99
TOTAL		\$ 31.527,09
Cuarto Año		
Concepto	Costo unitario	Valor anual
Agua	\$ 104,19	\$ 1.250,24
Energía Elect.	\$ 92,61	\$ 1.111,32
Empaque	\$ 2.561,92	\$ 30.743,02
TOTAL		\$ 33.104,58
Quinto Año		
Concepto	Costo unitario	Valor anual
Agua	\$ 109,40	\$ 1.312,75
Energía Elect.	\$ 97,24	\$ 1.166,89
Empaque	\$ 2.690,00	\$ 32.279,96
TOTAL		\$ 34.759,59

Fuente: Autoras (2015).

5.11.1.4. Empaquetado Durante Cinco Años

En la tabla 5.22 están los costos del empaquetado como las bandejas plásticas, plástico film y fundas de polietileno durante los cinco primeros años. El empaquetado de cada hortaliza se muestra en los Anexos 14 al 22.

Tabla 5.22 Empaquetado Durante Cinco Años.

Primer Año				
Cant.	Detalle	P. Unitario	P. Mensual	P. Anual
1100	Bandejas plásticas	\$ 0,03	\$ 33,00	\$ 396,00
3000	Fundas plásticas	\$ 0,05	\$ 150,00	\$ 1.800,00
4	Tubos de plástico film	\$ 20,00	\$ 80,00	\$ 960,00
15000	Stiker circular logo 5x5	\$ 0,05	\$ 750,00	\$ 9.000,00
15000	Stiker rectangular 10x5	\$ 0,08	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00
Total			\$ 2.213,00	\$ 26.556,00
Segundo Año				
Cant.	Detalle	P. Unitario	P. Mensual	P. Anual
1155	Bandejas plásticas	\$ 0,03	\$ 34,65	\$ 415,80
3150	Fundas plásticas	\$ 0,05	\$ 157,50	\$ 1.890,00
4,2	Tubos de plástico film	\$ 20,00	\$ 84,00	\$ 1.008,00
15750	Stiker circular logo 5x5	\$ 0,05	\$ 787,50	\$ 9.450,00
15750	Stiker rectangular 10x5	\$ 0,08	\$ 1.260,00	\$ 15.120,00
Total			\$ 2.323,65	\$ 27.883,80
Tercer Año				
Cant.	Detalle	P. Unitario	P. Mensual	P. Anual
1212,75	Bandejas plásticas	\$ 0,03	\$ 36,38	\$ 436,59
3307,5	Fundas plásticas	\$ 0,05	\$ 165,38	\$ 1.984,50
4,41	Tubos de plástico film	\$ 20,00	\$ 88,20	\$ 1.058,40
16537,5	Stiker circular logo 5x5	\$ 0,05	\$ 826,88	\$ 9.922,50
16537,5	Stiker rectangular 10x5	\$ 0,08	\$ 1.323,00	\$ 15.876,00
Total			\$ 2.439,83	\$ 29.277,99
Cuarto Año				
Cant.	Detalle	P. Unitario	P. Mensual	P. Anual
1273,39	Bandejas plásticas	\$ 0,03	\$ 38,20	\$ 458,42
3473,4	Fundas plásticas	\$ 0,05	\$ 173,67	\$ 2.084,04
4,6305	Tubos de plástico film	\$ 20,00	\$ 92,61	\$ 1.111,32
17364,9	Stiker circular logo 5x5	\$ 0,05	\$ 868,25	\$ 10.418,94
17364,9	Stiker rectangular 10x5	\$ 0,08	\$ 1.389,19	\$ 16.670,30
Total			\$ 2.561,92	\$ 30.743,02
Quinto Año				
Cant.	Detalle	P. Unitario	P. Mensual	P. Anual
1337,06	Bandejas plásticas	\$ 0,03	\$ 40,11	\$ 481,34
3646,65	Fundas plásticas	\$ 0,05	\$ 182,33	\$ 2.187,99
4,8615	Tubos de plástico film	\$ 20,00	\$ 97,23	\$ 1.166,76
18233,3	Stiker circular logo 5x5	\$ 0,05	\$ 911,66	\$ 10.939,95
18233,3	Stiker rectangular 10x5	\$ 0,08	\$ 1.458,66	\$ 17.503,92
Total			\$ 2.690,00	\$ 32.279,96

Fuente: Autoras (2015).

5.12. Costo de Producción

Los costos de Producción o también llamados de operación son gastos necesarios para mantener un proyecto. Están clasificados en costos variables y costos fijos y que a su vez estos están compuestos por la materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura, 2010).

Tabla 5.23 Costos de Producción.

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
M.P.D	\$ 9.720,00	\$ 10.206,00	\$ 11.736,90	\$ 13.497,44	\$ 15.522,05
M.O.D	\$ 15.826,00	\$ 20.517,60	\$ 23.070,88	\$ 25.624,16	\$ 28.815,76
C.I.F	\$ 59.372,13	\$ 63.107,42	\$ 65.153,45	\$ 67.239,68	\$ 69.573,01
Total Costos Producción	\$ 84.918,13	\$ 93.831,02	\$ 99.961,23	\$ 106.361,27	\$ 113.910,82

Fuente: Autoras (2015)

5.13. Precio Venta de Hortalizas

A continuación en la tabla 5.24 se detalla los costos de producción impuesto por los dueños de la Hacienda Cabrera.

Tabla 5.24 Precio de Venta de Hortalizas.

Hortaliza	Costo Producción	% Valor Agregado	Precio Venta
Apio	\$ 0,55	0,35	\$ 0,74
Acelga	\$ 0,48	0,35	\$ 0,65
Cebolla Colorada	\$ 1,58	0,35	\$ 2,13
Col	\$ 0,61	0,35	\$ 0,82
Coliflor	\$ 0,74	0,35	\$ 1,00
Lechuga	\$ 1,05	0,35	\$ 1,42
Nabo	\$ 0,46	0,35	\$ 0,62
Tomate riñón	\$ 2,08	0,35	\$ 2,81
Zanahoria	\$ 1,01	0,35	\$ 1,36
Total	\$ 8,56	-	\$ 11,56

Fuente: Autoras (2015)

5.14. Presupuesto de Ventas

En las tablas 5.25; 5.26; 5.27; 5.28 y 5.29 están detallados el presupuesto de venta para la Hacienda Cabrera durante los próximos cinco años de comercialización.

Tabla 5.25. Presupuesto de Ventas Primer Año.

Hortaliza	Peso en kilo	Costo Prod.	% Valor Agregado	Costo Total Prod.	Precio Mensual	Costo Anual
Apio	1100	\$ 0,55	0,35	\$ 0,74	\$ 816,75	\$ 9.801,00
Acelga	1100	\$ 0,48	0,35	\$ 0,65	\$ 712,80	\$ 8.553,60
Cebolla Colorada	1100	\$ 1,58	0,35	\$ 2,13	\$ 2.346,30	\$ 28.155,60
Col	1100	\$ 0,61	0,35	\$ 0,82	\$ 905,85	\$ 10.870,20
Coliflor	1100	\$ 0,74	0,35	\$ 1,00	\$ 1.098,90	\$ 13.186,80
Lechuga	1100	\$ 1,05	0,35	\$ 1,42	\$ 1.559,25	\$ 18.711,00
Nabo	1100	\$ 0,46	0,35	\$ 0,62	\$ 683,10	\$ 8.197,20
Tomate riñón	1100	\$ 2,08	0,35	\$ 2,81	\$ 3.088,80	\$ 37.065,60
Zanahoria	1100	\$ 1,01	0,35	\$ 1,36	\$ 1.499,85	\$ 17.998,20
Total	9900	\$ 8,56	-	\$ 11,56	\$ 12.711,60	\$ 152.539,20

Fuente: Autoras (2015)

Tabla 5.26 Presupuesto de Ventas Segundo Año.

Segundo año						
Hortaliza	Peso en kilo	Costo Prod.	% Valor Agregado	Costo Total Prod.	Precio Mensual	Costo Anual
Apio	1155	\$ 0,55	0,35	\$ 0,74	\$ 857,59	\$ 10.291,05
Acelga	1155	\$ 0,48	0,35	\$ 0,65	\$ 748,44	\$ 8.981,28
Cebolla Colorada	1155	\$ 1,58	0,35	\$ 2,13	\$ 2.463,62	\$ 29.563,38
Col	1155	\$ 0,61	0,35	\$ 0,82	\$ 951,14	\$ 11.413,71
Coliflor	1155	\$ 0,74	0,35	\$ 1,00	\$ 1.153,85	\$ 13.846,14
Lechuga	1155	\$ 1,05	0,35	\$ 1,42	\$ 1.637,21	\$ 19.646,55
Nabo	1155	\$ 0,46	0,35	\$ 0,62	\$ 717,26	\$ 8.607,06
Tomate riñón	1155	\$ 2,08	0,35	\$ 2,81	\$ 3.243,24	\$ 38.918,88
Zanahoria	1155	\$ 1,01	0,35	\$ 1,36	\$ 1.574,84	\$ 18.898,11
Total	10395	\$ 8,56	-	\$ 11,56	\$ 13.347,18	\$ 160.166,16

Fuente: Autoras (2015)

Tabla 5.27 Presupuesto de Ventas Tercer Año.

Tercer año						
Hortaliza	Peso en kilo	Costo Prod.	% Valor Agregado	Costo Total Prod.	Precio Mensual	Costo Anual
Apio	1212,75	\$ 0,55	0,35	\$ 0,74	\$ 900,47	\$ 10.805,60
Acelga	1212,75	\$ 0,48	0,35	\$ 0,65	\$ 785,86	\$ 9.430,34
Cebolla Colorada	1212,75	\$ 1,58	0,35	\$ 2,13	\$ 2.586,80	\$ 31.041,55
Col	1212,75	\$ 0,61	0,35	\$ 0,82	\$ 998,70	\$ 11.984,40
Coliflor	1212,75	\$ 0,74	0,35	\$ 1,00	\$ 1.211,54	\$ 14.538,45
Lechuga	1212,75	\$ 1,05	0,35	\$ 1,42	\$ 1.719,07	\$ 20.628,88
Nabo	1212,75	\$ 0,46	0,35	\$ 0,62	\$ 753,12	\$ 9.037,41
Tomate riñón	1212,75	\$ 2,08	0,35	\$ 2,81	\$ 3.405,40	\$ 40.864,82
Zanahoria	1212,75	\$ 1,01	0,35	\$ 1,36	\$ 1.653,58	\$ 19.843,02
Total	10914,8	\$ 8,56	-	\$ 11,56	\$ 14.014,54	\$ 168.174,47

Fuente: Autoras (2015)

Tabla 5.28 Presupuesto de Ventas Cuarto Año.

Cuarto año						
Hortaliza	Peso en kilo	Costo Prod.	% Valor Agregado	Costo Total Prod.	Precio Mensual	Costo Anual
Apio	1273,65	\$ 0,55	0,35	\$ 0,74	\$ 945,69	\$ 11.348,22
Acelga	1273,65	\$ 0,48	0,35	\$ 0,65	\$ 825,33	\$ 9.903,90
Cebolla Colorada	1273,65	\$ 1,58	0,35	\$ 2,13	\$ 2.716,70	\$ 32.600,35
Col	1273,65	\$ 0,61	0,35	\$ 0,82	\$ 1.048,85	\$ 12.586,21
Coliflor	1273,65	\$ 0,74	0,35	\$ 1,00	\$ 1.272,38	\$ 15.268,52
Lechuga	1273,65	\$ 1,05	0,35	\$ 1,42	\$ 1.805,40	\$ 21.664,79
Nabo	1273,65	\$ 0,46	0,35	\$ 0,62	\$ 790,94	\$ 9.491,24
Tomate riñón	1273,65	\$ 2,08	0,35	\$ 2,81	\$ 3.576,41	\$ 42.916,91
Zanahoria	1273,65	\$ 1,01	0,35	\$ 1,36	\$ 1.736,62	\$ 20.839,46
Total	11462,9	\$ 8,56	-	\$ 11,56	\$ 14.718,30	\$ 176.619,59

Fuente: Autoras (2015)

Para obtener el costo total de producción fue mediante la multiplicación entre el costo de la producción que se mantiene con el transcurso de los años cuyo valor es impuesto por los dueños de la hacienda y el cálculo del valor agregado se lo detalla en el capítulo cuarto, que luego es multiplicado por el peso en kilos cuyo valor se va incrementando anualmente en un 5% para dar como resultado el costo mensual.

Tabla 5.29 Presupuesto de Ventas Quinto Año.

Quinto año						
Hortaliza	Peso en kilo	Costo Prod.	% Valor Agregado	Costo Total Prod.	Precio Mensual	Costo Anual
Apio	1337,7	\$ 0,55	0,35	\$ 0,74	\$ 993,24	\$ 11.918,91
Acelga	1337,7	\$ 0,48	0,35	\$ 0,65	\$ 866,83	\$ 10.401,96
Cebolla Color	1337,7	\$ 1,58	0,35	\$ 2,13	\$ 2.853,31	\$ 34.239,77
Col	1337,7	\$ 0,61	0,35	\$ 0,82	\$ 1.101,60	\$ 13.219,15
Coliflor	1337,7	\$ 0,74	0,35	\$ 1,00	\$ 1.336,36	\$ 16.036,35
Lechuga	1337,7	\$ 1,05	0,35	\$ 1,42	\$ 1.896,19	\$ 22.754,28
Nabo	1337,7	\$ 0,46	0,35	\$ 0,62	\$ 830,71	\$ 9.968,54
Tomate riñón	1337,7	\$ 2,08	0,35	\$ 2,81	\$ 3.756,26	\$ 45.075,14
Zanahoria	1337,7	\$ 1,01	0,35	\$ 1,36	\$ 1.823,95	\$ 21.887,45
Total	12039	\$ 8,56	-	\$ 11,56	\$ 15.458,46	\$ 185.501,53

Fuente: Autoras (2015).

5.15. Ingresos Proyectados

En la tabla 5.30 se encuentran los ingresos consolidados durante los próximos cinco años.

Tabla 5.30 Presupuesto de Ventas Quinto Año.

Año	Kilos Anuales	Ingresos anuales
2016	118800	\$ 152.539,20
2017	124740	\$ 160.166,16
2018	130977	\$ 168.174,47
2019	137526	\$ 176.619,59
2020	144402	\$ 185.501,53

Fuente: Autoras (2015).

Los ingresos consolidados anuales del peso en kilos y la forma monetaria, se lo obtuvo mediante la sumatoria entre los años anteriores del costo del ingreso anual monetario y del peso en kilos respectivamente.

5.16. Gastos Administrativos Durante Cinco Años

La tabla 5.31 detalla el sueldo del gerente durante cinco años así como los gastos de alimentación como lo indica la tabla 5.32.

Tabla 5.31 Gastos Administrativos Durante Cinco Años.

SUELDOS 1ER AÑO										
Cargo	N° de empleados	Mensual	Anual	XIII	XIV	Vacaciones	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Alimentación	Total
Gerente	1	\$ 850,00	\$ 10.200,00	\$ 850,00	\$ 354,00	\$ -	\$ -	\$ 1.239,30	\$ 12,00	\$ 12.631,30
SUELDOS 2DO AÑO										
Cargo	N° de empleados	Mensual	Anual	XIII	XIV	Vacaciones	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Alimentación	Total
Gerente	1	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 1.000,00	\$ 354,00	\$ 500,00	\$ 1.000,00	\$ 1.458,00	\$ 12,00	\$ 16.300,00
SUELDOS 3ER AÑO										
Cargo	N° de empleados	Mensual	Anual	XIII	XIV	Vacaciones	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Alimentación	Total
Gerente	1	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 1.200,00	\$ 354,00	\$ 600,00	\$ 1.200,00	\$ 1.749,60	\$ 12,00	\$ 19.491,60
SUELDOS 4TO AÑO										
Cargo	N° de empleados	Mensual	Anual	XIII	XIV	Vacaciones	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Alimentación	Total
Gerente	1	\$ 1.400,00	\$ 16.800,00	\$ 1.400,00	\$ 354,00	\$ 700,00	\$ 1.400,00	\$ 2.041,20	\$ 12,00	\$ 22.683,20
SUELDOS 5TO AÑO										
Cargo	N° de empleados	Mensual	Anual	XIII	XIV	Vacaciones	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Alimentación	Total
Gerente	1	\$ 1.700,00	\$ 20.400,00	\$ 1.700,00	\$ 354,00	\$ 850,00	\$ 1.700,00	\$ 2.478,60	\$ 12,00	\$ 27.470,60

Fuente: Autoras (2015).

5.16.1. Gastos Administrativos Alimentación

Tabla 5.32 Alimentación.

ALIMENTACIÓN		
Dias trabajados	24	
Costo comida diarios	\$ 2,00	
Costo comida mensual	\$ 48,00	
75% asume la hacienda	36	
Empleados	Mensual	Anual
Gerente	\$ 36,00	\$ 432,00
Detalle	Mensual	Anual
Materiales aseo	\$ 100,00	\$ 1.200,00

Fuente: Autoras (2015).

Para la obtención del cálculo de la alimentación del personal que será contratado por la Hacienda Cabrera se tomó en cuenta el costo que cubrirá la hacienda del alimento otorgando un margen tanto para la empresa como el empleado de cubrir este gasto.

5.16.2. Gastos Administrativos

Los gastos de alimentación consolidados se encuentran detallados en la tabla 5.33.

Tabla 5.33 Gastos Administrativos generales.

GASTOS ADMINISTRATIVOS	
AÑOS	Gastos Administrativos
1	\$ 14.263,30
2	\$ 17.932,00
3	\$ 21.123,60
4	\$ 24.315,20
5	\$ 29.102,60

Fuente: Autoras (2015).

5.17. Sueldos Ventas

Los sueldos a los vendedores anuales se indican en la tabla 5.34 así como la alimentación en la tabla 5.35

Tabla 5.34 Sueldos Ventas Durante Cinco Años.

SUELDOS 1ER AÑO										
Cargo	N° de Empleados	Mensual	Anual	XIII	XIV	Vacaciones	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Alimentación	Total
Vendedor	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 354,00	\$ -	\$ -	\$ 583,20	\$ 12,00	\$ 6.125,20
SUELDOS 2DO AÑO										
Cargo	N° de Empleados	Mensual	Anual	XIII	XIV	Vacaciones	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Alimentación	Total
Vendedor	1	\$ 440,00	\$ 5.280,00	\$ 440,00	\$ 354,00	\$ 220,00	\$ 440,00	\$ 641,52	\$ 12,00	\$ 7.363,52
SUELDOS 3ER AÑO										
Cargo	N° de Empleados	Mensual	Anual	XIII	XIV	Vacaciones	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Alimentación	Total
Vendedor	1	\$ 470,00	\$ 5.640,00	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 235,00	\$ 470,00	\$ 685,26	\$ 12,00	\$ 7.958,26
SUELDOS 4TO AÑO										
Cargo	N° de Empleados	Mensual	Anual	XIII	XIV	Vacaciones	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Alimentación	Total
Vendedor	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 729,00	\$ 12,00	\$ 8.467,00
SUELDOS 5TO AÑO										
Cargo	N° de Empleados	Mensual	Anual	XIII	XIV	Vacaciones	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Alimentación	Total
Vendedor	1	\$ 540,00	\$ 6.480,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 270,00	\$ 540,00	\$ 787,32	\$ 12,00	\$ 9.145,32

Fuente: Autoras (2015).

5.17.1. Alimentación

Tabla 5.35 Gastos de Alimentación del Dpto. de Ventas.

Dias trabajados		24
Costo comida diarios		2
Costo comida mensual		48
75% asume la hacienda		36
Empleados	Mensual	Anual
vendedor	36	432

Fuente: Autoras (2015).

5.18. Publicidad

En la tabla 5.36 se encuentra detallado todos los costos referentes a la publicidad de la Hacienda Cabrera tales como la creación de la página web, hosting, banner y servicios por honorarios para la impulsadora.

Tabla 5.36 Costos de Publicidad.

Cant.	Detalle	Precio Unitario	Precio Mensual	Precio Anual
1	Creación de una página web.	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
1	Hosting	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00
1	Elaboración de banner para publicidad .	\$ 98,00	\$ 98,00	\$ 98,00
1	Sujetador de banner.	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00
1	Servicios por honorarios para impulsadora.	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Total			\$ 1.033,00	\$ 2.683,00

Fuente: Autoras (2015).

Para dar a conocer el producto de las hortalizas orgánicas en el Megamaxi de la ciudad de Guayaquil que oferta la Hacienda Cabrera se necesitará la creación de una página web, la cual tendrán acceso cualquier persona a nivel nacional, la elaboración del banner que será exhibido en una pequeña isla dentro del supermercado con una impulsadora quien dará a conocer el producto con sus beneficios al cliente y el por qué deberían consumir hortalizas orgánicas.

5.19. Transporte

Los costos de transporte implican la gasolina y lubricante, según la tabla 5.37.

Tabla 5.37 Costos del transporte.

Detalle	P. Mensual	P. Anual
Gasolina	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Lubricante	\$ 50,00	\$ 600,00
Total	\$ 200,00	\$ 2.400,00

Fuente: Autoras (2015).

5.20. Gastos de Ventas

Los gastos de ventas que se encuentran en la tabla 5.38 es el resumen de los sueldos, publicidad y transporte durante los cinco primeros años.

Tabla 5.38 Gastos de Ventas.

GASTOS DE VENTAS				
AÑOS	Sueldos	Publicidad	Transporte	Gastos de Ventas
1	\$ 6.125,20	\$ 2.683,00	\$ 2.400,00	\$ 11.208,20
2	\$ 7.363,52	\$ 2.683,00	\$ 2.400,00	\$ 12.446,52
3	\$ 7.958,26	\$ 2.683,00	\$ 2.400,00	\$ 13.041,26
4	\$ 8.467,00	\$ 2.683,00	\$ 2.400,00	\$ 13.550,00
5	\$ 9.145,32	\$ 2.683,00	\$ 2.400,00	\$ 14.228,32

Fuente: Autoras (2015)

Los gastos de ventas que encierra esta tabla son los sueldos del personal de este departamento, el costo de publicidad que implica la estrategia de comercialización, y el transporte que implica costos como la gasolina lubricante.

5.21. Flujo de Efectivo

El flujo de efectivo de la Hacienda Cabrera indicada en la tabla 5.39 muestra el efectivo utilizado y generado en operación, inversión y financiación para concluir con el flujo neto de efectivo durante cinco años.

Tabla 5.39 Flujo de Efectivo.

Flujo de efectivo						
Años	Preoperación	2016	2017	2018	2019	2020
Inversión	\$ 59.291,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activos Fijos	\$ 35.891,00					
Certificado Calidad	\$ 1.000,00					
Capital de trabajo	\$ 22.400,00					
Ventas		\$ 152.539,20	\$ 160.166,16	\$ 168.174,47	\$ 176.619,59	\$ 185.501,53
Costo de producción		\$ 92.380,63	\$ 99.784,31	\$ 104.521,95	\$ 109.526,27	\$ 114.955,51
Margen Bruto		\$ 60.158,57	\$ 60.381,85	\$ 63.652,52	\$ 67.093,32	\$ 70.546,02
Gastos administrativos		\$ 14.275,30	\$ 17.944,00	\$ 21.135,60	\$ 24.327,20	\$ 29.114,60
Gastos de venta		\$ 11.220,20	\$ 12.458,52	\$ 13.053,26	\$ 13.562,00	\$ 14.240,32
Utilidad operacional		\$ 34.663,07	\$ 29.979,33	\$ 29.463,66	\$ 29.204,12	\$ 27.191,10
Gastos financieros		\$ 2.508,80	\$ 2.107,56	\$ 1.661,38	\$ 1.165,23	\$ 613,51
Depreciación de activos		\$ 7.147,90	\$ 7.147,90	\$ 7.147,90	\$ 6.847,90	\$ 6.847,90
Utilidad del ejercicio		\$ 25.006,38	\$ 20.723,87	\$ 20.654,38	\$ 21.190,99	\$ 19.729,69
15% part. de trabajadores		\$ 3.750,96	\$ 3.108,58	\$ 3.098,16	\$ 3.178,65	\$ 2.959,45
Utilidad antes de impuesto		\$ 21.255,42	\$ 17.615,29	\$ 17.556,22	\$ 18.012,34	\$ 16.770,23
22% Impuesto a la renta		\$ 4.676,19	\$ 3.875,36	\$ 3.862,37	\$ 3.962,72	\$ 3.689,45
Utilidad neta del ejercicio		\$ 16.579,23	\$ 13.739,93	\$ 13.693,85	\$ 14.049,63	\$ 13.080,78
Depreciación de activos		\$ 7.147,90	\$ 7.147,90	\$ 7.147,90	\$ 6.847,90	\$ 6.847,90
Pago de capital de deuda		\$ 3.582,50	\$ 3.983,74	\$ 4.429,92	\$ 4.926,07	\$ 5.477,79
Flujo efectivo operacional	\$ (59.291,00)	\$ 20.144,63	\$ 16.904,09	\$ 16.411,84	\$ 15.971,46	\$ 14.450,90
Flujo terminal						
Capital de trabajo						\$ 22.400,00
Venta de activos fijos						
Maquinaria						\$ 318,50
Muebles oficina						\$ 433,00
Equipo de computo						\$ 300,00
Vehículo						\$ 6.697,60
Total activos fijos						\$ 7.749,10
Impuesto fiscal						\$ 1.704,80
Total flujo terminal						\$ 28.444,30
Flujo neto de efectivo	\$ (59.291,00)	\$ 20.144,63	\$ 16.904,09	\$ 16.411,84	\$ 15.971,46	\$ 42.895,20

Fuente: Autoras (2015)

5.22. Estado de Resultado

Tabla 5.40 Estado de Resultado Proyectado

Rubros		2016	2017	2018	2019	2020
	Ventas	\$ 152.539,20	\$ 160.166,16	\$ 168.174,47	\$ 176.619,59	\$ 185.501,53
(-)	Costo de venta	\$ 92.380,63	\$ 99.784,31	\$ 104.521,95	\$ 109.526,27	\$ 114.955,51
(=)	Utilidad Bruta en Ventas	\$ 60.158,57	\$ 60.381,85	\$ 63.652,52	\$ 67.093,32	\$ 70.546,02
(-)	Gastos Operacionales					
(+)	Gastos administrativos	\$ 14.275,30	\$ 17.944,00	\$ 21.135,60	\$ 24.327,20	\$ 29.114,60
(+)	Gastos de ventas	\$ 11.220,20	\$ 12.458,52	\$ 13.053,26	\$ 13.562,00	\$ 14.240,32
(=)	Total Gastos Operativos	\$ 25.495,50	\$ 30.402,52	\$ 34.188,86	\$ 37.889,20	\$ 43.354,92
(-)	Gastos No Operacionales					
(+)	Intereses de crédito	\$ 2.508,80	\$ 2.107,56	\$ 1.661,38	\$ 1.165,23	\$ 613,51
(=)	Utilidad Operativa	\$ 2.508,80	\$ 2.107,56	\$ 1.661,38	\$ 1.165,23	\$ 613,51
(+)	Otros Ingresos					
(+)	Utilidad bruta en venta de activos fijos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 7.749,10
(=)	Total Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 7.749,10
(=)	Utilidad ant. Participación	\$ 32.154,27	\$ 27.871,77	\$ 27.802,28	\$ 28.038,89	\$ 34.326,69
(-)	15% part. Trabajadores	\$ 4.823,14	\$ 4.180,77	\$ 4.170,34	\$ 4.205,83	\$ 5.149,00
(=)	Utilidad ant. Impuesto a la renta	\$ 27.331,13	\$ 23.691,00	\$ 23.631,93	\$ 23.833,06	\$ 29.177,68
(-)	22% impto.	\$ 6.012,85	\$ 5.212,02	\$ 5.199,03	\$ 5.243,27	\$ 6.419,09
(=)	Utilidad Neta	\$ 21.318,28	\$ 18.478,98	\$ 18.432,91	\$ 18.589,78	\$ 22.758,59
	Reserva Legal 5%	\$ 1.065,91	\$ 923,95	\$ 921,65	\$ 929,49	\$ 1.137,93

Fuente: Autoras (2015).

5.23. TMAR

El estudio de mercado arrojó que la competencia con los proveedores de hortalizas orgánicas al supermercado es alta, ya que los clientes hoy en día tienen mayor preocupación en consumir alimentos orgánicos para su salud, por ende al crecer la demanda aumenta la oferta.

- La TMAR sin financiamiento consiste en calcular la inflación anual dada por el Banco Central del Ecuador y el premio al riesgo que es impuesta por el inversionista. Su cálculo es el siguiente:

TMAR Sin Financiamiento: $0,0367 + 0,17 + (0,0367*0,17)$

TMAR Sin Financiamiento: 21,29%

- Para calcular la tasa mínima de aceptación de rendimiento del inversionista con financiamiento se la muestra a continuación:

$$TMAR_{Mixta} = \frac{MontoFinanciado}{InversiónTotal} \times i_{bancaria} + \frac{Inversión}{InversiónTotal} \times TMAR$$

Monto financiado: \$22.400

Inversión: \$36.891

Inversión total: \$59.291

Tasa bancaria: 11,20%

TMAR sin financiamiento: 21,29%

TMAR con Financiamiento: 13,25%

5.24. Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto esta detallado en la tabla 5.41 y en ella se puede ver detallado la rentabilidad durante cinco años, cuya fórmula está en la ecuación 1 (Ec. 1):

$$VAN = \sum_{j=0}^n \frac{Flujo\ de\ caja_j}{(1 + k)^j}$$

Ec. 1

En donde:

J= Tiempo.

K= Tasa de interés.

Y los criterios de decisión se muestran a continuación:

$VAN \geq 0$ Proyecto aceptable

$VAN < 0$ Proyecto rechazable

Tabla 5.41 Valor Actual Neto.

		i=		13,25%		
Años	0	1	2	3	4	5
	\$ (59.291,00)	\$ 16.022,90	\$ 12.676,12	\$ 12.065,73	\$ 11.493,98	\$ 38.271,63
	\$ (59.291,00)	\$ 15.163,59	\$ 11.352,93	\$ 10.226,71	\$ 9.219,63	\$ 29.052,32

VAN=	\$ 15.724,17
-------------	---------------------

Fuente: Autoras (2015)

5.25. Tasa Interna de Retorno

Sirve para comparar y medir la rentabilidad de las inversiones en este caso con respecto a la tasa mínima aceptable del inversionista. La fórmula para calcularlo es la siguiente (Ec. 2):

$$TIR = I_{MENOR} + \left\{ \frac{I_{MAYOR} - I_{MENOR}}{|VAN I_{MAYOR} - VAN I_{MENOR}|} \right\} VAN I_{MENOR}$$

Ec. 2

En donde:

I menor= Interés negativo.

I mayor= Interés positivo.

$VAN I_{menor}$ = VAN de interés negativa.

$VAN I_{mayor}$ = VAN de interés positiva.

Sí:

$TIR >$ Tasa mínima aceptable, Aceptar.

TIR < Tasa mínima aceptable, No aceptar.

TIR = Tasa mínima aceptable, Indiferente.

Desarrollando la fórmula en Excel la TIR da como resultado de 22,49%, siendo superior a la tasa mínima de aceptación del inversionista TMAR, lo que quiere decir que el presente proyecto es rentable.

5.26. Índice de Rentabilidad

El índice de rentabilidad para este proyecto se lo calculó en Excel arrojando un valor de 1,27; en donde está el rango de mayor a uno lo que significa que este proyecto tiene buena capacidad de generar utilidad. Su fórmula es (Ec. 3):

$$IR = \frac{\left[\frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^n} \right]}{GI}$$

Ec. 3

Sí:

IR >= 1; Aceptar.

IR < 1; No aceptar.

5.27. Recuperación de la Inversión (Payback)

Es el periodo donde se recupera la inversión inicial de la Hacienda Cabrera como lo muestra la tabla 5.41 arroja un tiempo de 3 años 4 meses y 13 días.

Tabla 5.42 Payback.

2015	2016	2017	2018	2019	2020	
\$ (59.291,00)	\$ 20.144,63	\$ 16.904,09	\$ 16.411,84	\$ 15.971,46	\$ 42.895,20	
\$ (59.291,00)	\$ (39.146,37)	\$ (22.242,29)	\$ (5.830,45)	\$ 10.141,01	\$ 53.036,21	
P.R=	3,37 años =		4,44 meses =		13,2 días	

Fuente: Autoras (2015)

5.28. Punto de Equilibrio

En la tabla 5.43 se detalla el punto de equilibrio (P.E.) durante los cinco primeros años de comercialización.

Tabla 5.43 Punto de Equilibrio.

Años	1	2	3	4	5
Costos variables	\$ 92.380,63	\$ 99.784,31	\$ 104.521,95	\$ 109.526,27	\$ 114.955,51
Unidades producidas	118800	124740	130977	137525,85	144402,1425
Costo unitario	\$ 0,78	\$ 0,80	\$ 0,80	\$ 0,80	\$ 0,80
Gasto fijos	\$ 28.004,30	\$ 32.510,08	\$ 35.850,24	\$ 39.054,43	\$ 43.968,43
Precio de venta	\$ 11,56	\$ 11,56	\$ 11,56	\$ 11,56	\$ 11,56
Punto de equilibrio	2598	3022	3332	3630	4086

Fuente: Autoras (2015).

Para estos cinco primeros años la producción anual en kilos está demostrada en la tabla de arriba, lo que significa que si se produce en cantidades superiores a esos valores se obtendrán ganancias, en cambio todo lo contrario si la producción fuese inferior. En otro escenario, si se llegase a producir esas cantidades la utilidad será indiferente ya que en ese punto ni se gana ni se pierde.

5.29. Plan de Contingencia

Introducción

El siguiente plan de contingencia ha sido elaborado con la finalidad de proteger, prevenir y controlar emergencias con lo que se obtendrá salvaguardar la integridad física y salud de la “Hacienda Cabrera” y las personas que laboran en la misma.

Este plan está preparado para la prevención y la actuación del personal en el supuesto caso que ocurriera algún suceso por su naturaleza pudiendo ocasionar daños a la integridad física, al patrimonio y al medio ambiente este plan de contingencia contiene fenómenos como: lluvias, sismos, incendios y desastres inducidos por la mano del hombre donde se describirá las acciones a tomar en cada caso.

Objetivos

Los objetivos del plan de contingencia de la Hacienda Cabrera se basan en:

- Analizar y prevenir los riesgos en la Hacienda Cabrera.
- Evitar emergencias en los cuales puedan ocasionar lesiones a nuestro personal.
- Minimizar las pérdidas económicas y daños que pueden ocasionar a nuestra infraestructura.
- Capacitar contantemente a nuestro personal en prevención de riesgos.

Descripción de las operaciones

La “Hacienda Cabrera” está ubicada en Yolón provincia del Cañar, nuestra actividad principal es la producción y comercialización de hortalizas orgánicas para llevarlas a la cadena comercial Supermaxi de todo el Ecuador.

Organización de las Brigada

Comité de Seguridad

El comité de seguridad es el responsable de organizar y elaborar el plan de contingencia. Las funciones que regularmente se efectúan son: Dirigir, ejecutar y evaluar el desarrollo del plan de contingencia, organizando brigadas. El comité de seguridad está constituido por:

- Jefe de emergencia (Gerente de la Hacienda Cabrera)
- Jefe de mantenimiento (Jefe de Planta de la Hacienda Cabrera)
- Jefe de seguridad (Obrero capacitado de la Hacienda Cabrera)

Al momento de que se produzca algún tipo de emergencia, los miembros del comité de seguridad que se encuentran en la “Hacienda Cabrera”, dirigirán la evacuación y la atención de emergencia.

Funciones de Jefe de Brigadas

- Comunicar inmediatamente al propietario de la “Hacienda Cabrera” alguna emergencia.
- Identificar si los integrantes de las brigadas están capacitados.
- Comunicar al Cuerpo de bomberos, defensa civil, policía nacional la emergencia suscitada.

Funciones del Sub Jefe de Brigadas

- Reemplazar al Jefe de Brigadas en caso de ausencia y asumir las mismas obligaciones indicadas al jefe de brigada.

Funciones de Brigadas Contra desastres naturales

- Comunicar al Jefe de brigada la emergencia y actuar de inmediato con los recursos materiales que se necesiten (Extinguidor, guantes, botas, mangueras).
- Estar capacitado para actuar contra cualquier desastre natural.
- Activar alarmas.
- Incentivar al personal a buscar sus lugares estratégicos.

Funciones de Brigadas de Primeros Auxilios

- Estar pendiente de los botiquines y abastecimiento de los mismos.
- Brindar primeros Auxilios.
- Evacuar a los heridos.
- Estar capacitado para recibir cualquier emergencia.

Funciones de Brigadas de Evacuación

- Indicar al Jefe de Brigada el inicio del proceso de evacuación.

- Manifestar cuales son las salidas de emergencias.
- Verificar que los letreros sean visibles y estén en buenas condiciones.
- Ver que todo el personal hayan evacuado.
- Estar capacitado para afrontar cualquier emergencia.

Indicaciones

La falta de información de entidades de emergencia y la falta de información de ubicaciones seguras, hace que haya posibles accidentes durante la actividad en la Hacienda Cabrera la propuesta para este inconveniente seria:

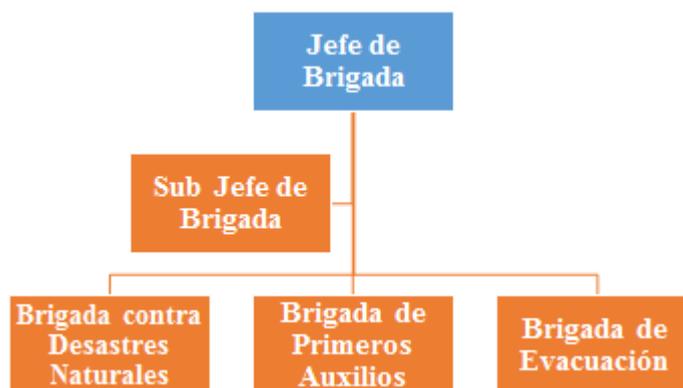
- Colocar a la vista los números telefónicos de emergencia (Cuerpo de Bomberos, Policía, Hospitales, Defensa Civil).
- Publicar en sitios visibles un mapa de ubicación de sitios de reunión.
- Si se detecta fuego todo el personal deberá intentar apagar el fuego siempre y cuando sea algo menor.
- Si se detecta algún tipo de fuga se debe retirar vehículos a 100 m del establecimiento sea que ingrese o salga, evacuar a las persona.
- En caso de lluvias intensas se deberá ir a los puntos de concentración.
- Si se hace Frente a un sismo deberá ir a los puntos de concentración, sino pudiera salir del establecimiento debe colocarse debajo de muebles en cuclillas o sentado protegiéndose el rostro y cabeza los delo objetos que puedan caer hasta que llegue el equipo de rescate.
- Se deberá tener comunicación directa con las haciendas cercanas para prestarse ayuda en caso de ocurrir alguna emergencia

- Dejar una reserva cada año para pérdidas materiales, cosecha y así poder recuperar un porcentaje de lo perdido.
- Tener una póliza de seguro.
- Mantener capacitados a cada uno de los empleados de la Hacienda Cabrera.

Cada uno de los puntos se deben realizar sin excepción alguna, todos y cada uno de los empleados capacitados para cualquier situación que se de en la Hacienda Cabrera.

Estructura de la Brigada

Imagen 5.1: Estructura de la Brigada



Fuente: Autoras (2015).

Conclusiones

- El proceso de la producción de hortalizas orgánicas será muy riguroso, desde la preproducción con el cumplimiento del cronograma de producción, mantenimientos de maquinarias hasta despachar la mercadería a la cadena de supermercado, para mantener el cuidado y así evitar plagas o cualquier contratiempo en la cosecha.
- La ubicación de la Hacienda Cabrera es muy buena, ya que Yolón, comunidad donde reside la misma, cuenta con excelentes condiciones como el clima y terreno fértil.
- Es factible que, aumentando la producción de hortalizas orgánicas a 13200 kilos anuales por cada hortaliza, se pueda realizar la propuesta de comercialización reflejada en el cuarto capítulo; los ingresos de la Hacienda Cabrera a partir del año 2016 serían de \$152.539,20, arrojando una TIR del 22,49% al final del quinto año, superando la tasa mínima aceptable de rendimiento exigida por el inversionista de 13,25%, con estos resultados se afirma la hipótesis de este estudio.
- El periodo de recuperación de la inversión es en tres años cuatro meses y trece días.
- Megamaxi de la Corporación Favorita C.A. será la cadena de supermercado para la comercialización de hortalizas orgánicas, ya que según la revista Ekos este supermercado está posicionado en la mente del consumidor y es la más visitada por los clientes, así se aprovechará para la promoción de las hortalizas orgánicas debido a que éste canal de distribución tiene mayor aceptación que la competencia.

Recomendaciones

- Con la evaluación financiera se determinó que el proyecto resulta rentable por lo cual se recomienda que el proyecto se ponga en práctica.
- Se sugiere que siga la alianza con Megamaxi puesto que ayuda a nuestro producto verse atractivo hacia el público.
- La ubicación de la Hacienda Cabrera debe mantenerse ya que cumple con las condiciones climáticas que favorecen a la misma para la producción de Hortalizas orgánicas.
- Promocionar las hortalizas orgánicas en ferias para que la Hacienda Cabrera sea conocida no solo a nivel nacional sino internacional.
- Es muy importante que la imagen logre posicionarse en la mente del consumidor por lo cual se procede a crear una página web para promocionar las hortalizas orgánicas, así como diseñar etiquetas, que ayuden a dar a conocer las hortalizas orgánicas al consumidor final, todos los métodos de publicidad sugeridos en las estrategias del marketing mix.
- Ejecutar y cumplir con los plazos establecidos en el cronograma de cultivos de Hortalizas orgánicas con la finalidad de obtener un cumplimiento eficiente y eficaz.
- Se recomienda también evaluar los procesos productivos de la competencia para estar siempre a un paso delante de ellos.
- Es recomendable que el personal este en constante capacitación, para poder cumplir las metas trazadas por la Hacienda Cabrera con la finalidad de que el personal pueda realizar sus labores sin dificultad alguna a nuevas situaciones que se susciten.

Bibliografía

- ✓ Aguirre Ruiz, J. E. (17 de Enero de 2010). *Repositorio Digital de la Universidad de Otavalo*. Obtenido de <http://repositorio.uotavalo.edu.ec/handle/123456789/43>

- ✓ Area de Pymes. (2005). *Inversiones en inmovilizado ó existencias - Pay-Back o plazo de recuperación*. Obtenido de <http://www.areadepymes.com/?tit=inversiones-en-inmovilizado-o-existencias-pay-back-o-plazo-de-recuperacion&name=Manuales&fid=ef0bcad>

- ✓ Arturo K. Archive. (2012). *Gestion de Negocios*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/el-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>

- ✓ Banco Central del Ecuador. (2014). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de http://contenido.bce.fin.ec/compare.php?dt1=inflacion&dt2=activa&anio_inicio=2014&mes_inicio=01&dia_inicio=1&anio_final=2014&mes_final=12&dia_final=31&Submit=Comparar

- ✓ Beatriz Rosal. (7 de 4 de 2014). *academia.edu Valor de Dinero en Tiempo*. Obtenido de http://www.academia.edu/8183800/Valor_de_Dinero_en_Tiempo

- ✓ Cohen, W. A. (2008). El Plan de Marketing. En W. A. Cohen, *El Papel esencial del Plan de Marketing* (pág. 10). España: John Wiley & Sons. Obtenido de http://books.google.com.ec/books?id=DXKa8kOZvWQC&q=plan+de+m%C3%A1rketi&source=gbs_word_cloud_r&cad=4#v=snippet&q=plan%20de%20m%C3%A1rketi&f=false

- ✓ Corporación Favorita C.A. (2010). *Corporación Favorita*. Obtenido de <http://www.corporacionfavorita.com/portal/es/web/favorita/gran-aki;jsessionid=3C525338DB1DF76134E36ADD517F7B9F>
- ✓ DEMO E-DUCATIVA CATEDU. (2010). *Análisis Estratégico Plataforma E-Ducativa Aragonesa*. Obtenido de http://educativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio/2750/2771/html/42_analisis_estratgico.html
- ✓ Departamento de Agricultura de la FAO. (24 de octubre de 2002). *Food and Agriculture Organization*. Obtenido de <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/005/w0073s/W0073S02.pdf>
- ✓ Economía Nivel Usuario. (30 de Septiembre de 2014). *Economistas, diccionario y términos económicos nivel usuario*. Obtenido de <http://economianivelusuario.com/2014/09/30/que-es-la-matriz-de-boston-consulting-group/>
- ✓ Enciclopedia Financiera. (2010). *Plan Financiero 2015*. Obtenido de <http://www.encyclopediafinanciera.com/finanzas-corporativas/tasa-interna-de-retorno.htm>
- ✓ Explored. (19 de 06 de 2004). *Marca Supermaxi invade los estantes*. Obtenido de <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/marca-supermaxi-invade-los-estantes-178474.html>
- ✓ FAO. (1991). *Food and Agriculture Organization*. Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/s8270s/S8270S01.htm>
- ✓ Fernández Robin, C., & Aqueveque Torres, C. (2 de Junio de 2001). *Revista Colombiana de Marketing*. Obtenido de <https://docs.fajardo.inter.edu/Acad/jdavidlap/Shared%20Documents/MKTG%201210/Segmentaci%C3%B3n%20de%20mercados-%20buscando%20la%20correlaci%C3%B3n%20entre%20variables%20sicol%C3%B3gicas%20y%20demogr%C3%A1ficas.pdf>

- ✓ GAD Municipal de Déleg. (s.f.). *GAD Municipal de Déleg.* Obtenido de <http://www.gadmunicipaldeleg.gob.ec/gadmunicipaldeleg/index.php/micanton/descripcion-del-canton/124-temperatura>
- ✓ Garnica, J. (2011). *Agronómico Salesiano.* Obtenido de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:e21MeErSh9AJ:www.agronomicosalesianopaute.edu.ec/des/modulos%3Fdownload%3D17:dos+%&cd=3&hl=es&ct=clnk&gl=ec>
- ✓ Gestion Empresarial. (2011). *Matriz Foda.* Obtenido de <http://www.matrizfoda.com/>
- ✓ Gómez Paredes, J. D. (2013). Herramienta de las cinco fuerzas de Michael Porter. En J. D. Gómez Paredes, *Plan de Marketing para la Comercialización de Hortalizas Orgánicas de las Comunidades Tsáchilas, de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.* (págs. 57-58-59). Santo Domingo.
- ✓ Gómez Paredes, J. D. (2013). *Plan de Marketing para la Comercialización de Hortalizas Orgánicas de las Comunidades Tsáchilas, de la Provincia de los Tsáchilas.* Santo Domingo.
- ✓ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *INEC.* Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-nacional-economico/>
- ✓ Morocho Chiriboga, M. E. (2010). *Estudio de Factibilidad para el Establecimiento de una Empresa de Producción y Comercialización de Hortalizas Orgánicas en la Parroquia Juan Montalvo.* Cayambe.
- ✓ Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura. (2010). *FAO.* Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/003/v8490s/v8490s06.htm>
- ✓ Oyarce, H. (30 de junio de 2012). *Gestión Pública para Resultados y Evaluación de Programas Públicos.* Obtenido de

http://k2colombiaapropiemonos.com/moodle/pluginfile.php/2239/mod_assign/intro/Htas.%20Analisis.pdf

- ✓ Quality Certification Service. (s.f.). *QCS ECUADOR*. Obtenido de <http://www.qcsecuador.com/>
- ✓ Revista de Negocios EKOS. (2014). *EKOS*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/empresas/RankingEcuador.aspx>
- ✓ Roberto Espinoza. (06 de 05 de 2014). *Marketing Mix*. Obtenido de <http://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- ✓ SENPLADES. (2013). *Buen Vivir*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva>
- ✓ Vidal, A. S., Domínguez, Y., & Ramírez Almaguer, D. (Marzo de 2009). *eumed.net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>
- ✓ Yauri, L. (2004). *Deleg*. Obtenido de http://www.deleg.com/01_bau_historia.html

ANEXOS

Anexo # 1: Parte Frontal de la Escritura de la Hacienda Cabrera.

Gabriel Cabrera Por \$ 100 00

En el punto denominado "Yolón" de la parroquia Solano del cantón Azuaga, a veinte de Marzo de mil novecientos cincuenta y ocho. Ante mí, Gonzalo Sacoto Córdova, Notario Público del Cantón y los testigos que sucriben comparecieron, Griselda Campoverde, viuda, Alipio Cabrera y su esposa Ana María Méndez y Félix David Méndez, casado, todos mayores de edad, de este vecindario, a quienes de conocer doy fé; la tercera compareciente, autorizada por su marido, prestando su consentimiento para este contrato, por tratarse de sus bienes propios, expusieron: Que venden a Gabriel Cabrera Cabrera y su esposa Teresa Campoverde, un cuervo de terreno de la cabecera de un cuarto de solar, que tienen desde hace más de cinco años, en este punto de "Yolón" y dentro de estos linderos: por la cabecera y un costado, terrenos de Alipio Cabrera; por el pie, del mismo comorador; y Eugenio Campoverde; y por el otro costado, de los herederos de David Méndez. El precio por el que hacen esta venta es el de CINCO SUEROS, que confiesen haber recibido; en su virtud, transmiten la propiedad libre e gravada en el adquirente, con sus derechos, acciones, usas y servidumbres correspondientes, sujetándose al saneamiento por evicción según la ley y autorizando para la inscripción. Presente el comprador, casado, mayor de edad, de este vecindario, a quien de conocer doy fé; aceptó esta escritura, ratificaron sus cédulas Orientalistas y los varones, añadiendo sus certificados de sufragio. Consta pagado el impuesto de alcabala. Leído íntegramente este instrumento a los contratantes, por mí el Notario, en presencia de los testigos León Quiroga, Luis Méndez y Honorio Guzmán, mayores de edad, y cinco del lugar, idóneos y conocidos por mí; se ratificaron en su contenido y firmaron con dichos testigos, haciendo uno de éstos a ruego de los vendedores, que dicen no saber; y conmigo el Notario, en unidad de acto. Doy fé.-(ff).- Alipio Cabrera.- Félix D. Méndez.- A ruego de las vendedoras y como testigo.- León Quiroga.- Gabriel Cabrera.- testigo.- Luis Méndez.- testigo.- Honorio Guzmán.- G. Sacoto Córdova--notario.

Fuente: Hacienda Cabrera.

Anexo # 2: Parte Posterior de la Escritura de la Hacienda Cabrera.

1 torgó ante mí; en fé de ésto, doy signo y firmo esta primera copia en la misma
2 fecha de su celebración.

3 **GONZALO SACOTO CORDOVA**
4 NOTARIO
5 AZOGUES-ECUADOR

6 *[Handwritten signature]*

7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28

Fuente: Hacienda Cabrera.

Anexo # 3: Escritura de un Cuarto de Solar de la Hacienda Cabrera.

MOVIL 1962

MOVIL 1962

En la ciudad de Azogues, a ocho de Septiembre de mil novecientos sesenta y dos. Ante mi, Gonzalo Sacoto Córdova, Notario Público del cantón y los testigos que suscriben, comparecieron: Alipio Cabrera y su esposa Amada Méndez, mayores de edad, vecinos de la parroquia Solano, a quienes de conocer doy fe; la segunda, autorizada por su marido, prestando su consentimiento para este contrato, expusieron: que vendan a Gabriel Trinidad Cabrera y su esposa Teresa de Jesús Campoverde, con quienes no tienen parentesco alguno, un cuarto de solar mensurado de terreno, que tienen en propiedad desde hace más de cinco años, en el punto de "Yolón" de la parroquia de su domicilio, dentro de estos linderos: por la cabecera, un camino público; por el pisé y un costado, más terrenos del comprador; y por el otro, del vendedor. El precio de la venta es el de DOSCIENTOS SUCRÉS, que confiesan haber recibido; en su virtud, transmiten la propiedad libre de gravamen en el adquirente, con sus servidumbres correspondientes, sujetándose al saneamiento por evicción según la ley y autorizando para la inscripción. Presente el comprador, Gabriel Trinidad Cabrera, casado, mayor de edad, vecino de la parroquia Solano, a quien de conocer doy fe; aceptó esta escritura. Presentaron los Cédulas Orientalistas y los varones además sus certificados de sufragio. Se pagó la Alcabala. Leído este instrumento a los contratantes, por mí el Notario, en presencia de los testigos Froilán Piña, José Tapia y Germán Osorio, mayores de edad, vecinos del lugar, idóneos y conocidos por mí; se ratificaron en su contenido y firmaron con dichos testigos, haciendo uno de éstos a ruego de la vendedora, que dice no saber; conmigo el Notario, en unidad de acto. Doy fe.- (ff) Alipio Cabrera.- A ruego de la vendedora y como testigo: Froilán M. Piña.- Gabriel Trinidad Cabrera.- Testigo: José R. Tapia.- Testigo: Germán Osorio R.- G. Sacoto Córdova-Notario.

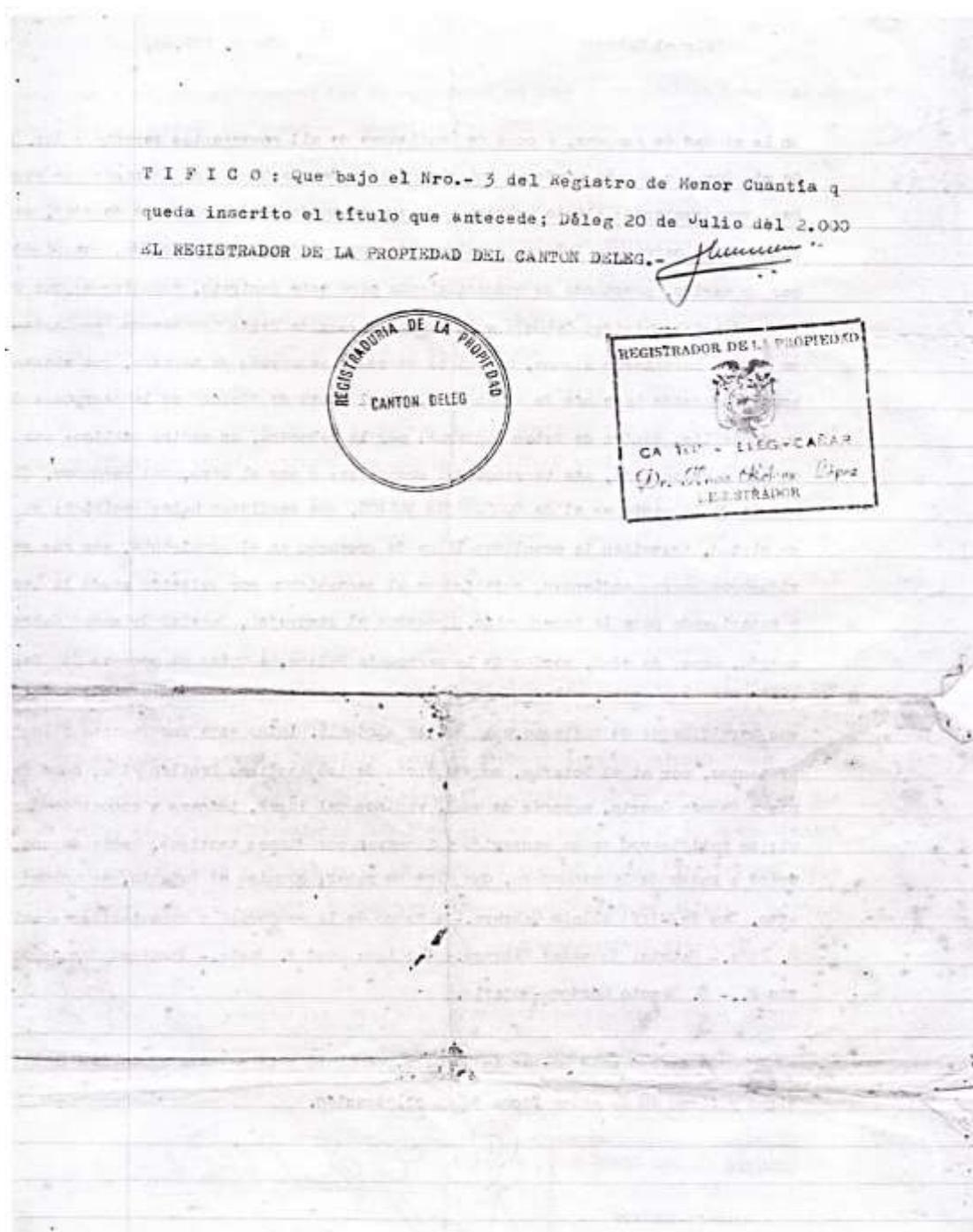
Se otorgó ante mí; en fe de ello, confiero esta primera copia que la sello, signo y firmo en la misma fecha de su celebración.

GONZALO SACOTO CORDOVA
NOTARIO
AZOGUES-ECUADOR

G. Sacoto Córdova

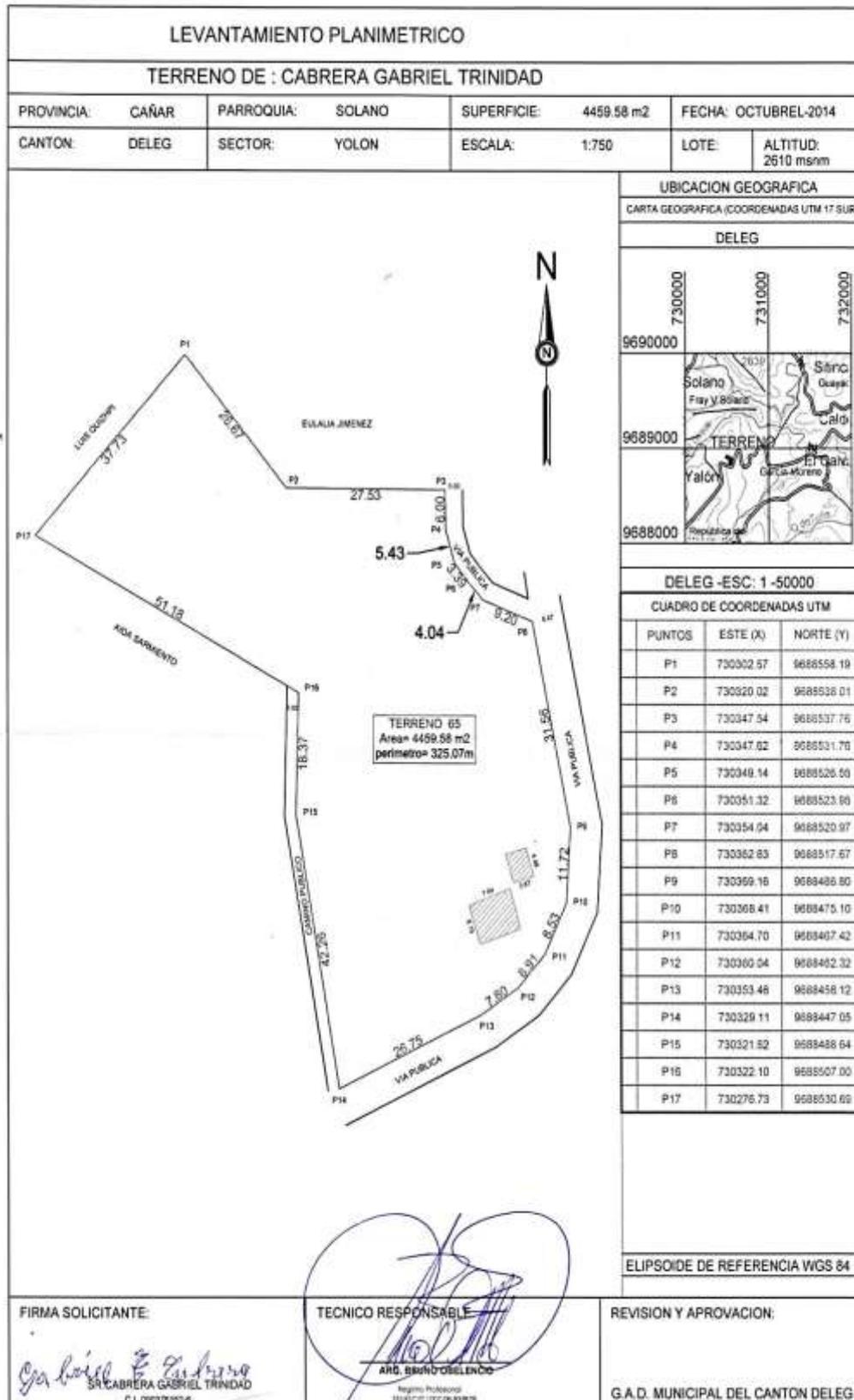
Fuente: Hacienda Cabrera.

Anexo # 4: Parte Posterior de la Escritura de un Cuarto de Solar de la Hacienda Cabrera.



Fuente: Hacienda Cabrera.

Anexo # 5: Levantamiento Planimétrico del Terreno de Gabriel Cabrera.



Fuente: Gabriel Cabrera.

Anexo # 6: Impuesto Predial de la Hacienda Cabrera.

GAD MUNICIPAL DE
GAD MUNICIPAL DEL CANTON DELEG
DEPARTAMENTO DE FINANZAS Y FISCALIA 97322 ***

Deleg
VUELVA A VIVIR EN HUASTLA

IMPUESTO PREDIAL RURAL 2012 NRO. PREDIOS 1.00
CONTRIBUYENTE: MENDETA DORA CEDULA RUC: 0000000690
DOMICILIO: SOLANO ZININ

Ubicación Geográfica del o los Predios
Sitio/Barrio/Recinto/Comunidad

CLAVE CATASTRAL NOMBRE PREDIO
030651510101065000 ZININ SOLANO ZININ SOLANO

Avalúo del o los Predios (Art. 514 al 524 COOTAD) y Ordenanza Municipal

Nro.	Clave	Terreno	Edificación	Otras Invers	Valor Propiedad
1	030651510101065000	345.25	5,755.52	0.00	6,100.77
TOTALES:		345.25	5,755.52	0.00	6,100.77

		RUBROS	VALORES
BASE IMPONIBLE:	6,100.77	Impuesto Predial RURAL	3.05
		Solar No Edificado:	0.00
		Servicios Administrativos:	2.50
		Bombos:	0.92
		Conservación del Patrimonio:	0.00
Fecha de Emisión:	2012-01-01	Valor Emitido	6.47
Fecha Recaudación:	2014-09-08	Interes:	1.03
		Nota de Crédito:	0.00
		TOTAL A PAGAR:	7.50





DIRECTOR FINANCIERO TESORERA RECAUDADOR

CANCELADO 08 SEP 2014

Fuente: Gabriela Cabrera.

Anexo # 7: Artículos del Código Orgánico de la producción, comercio e inversiones.

Art. 1.- Ámbito.- Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente.

Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

Anexo # 8: Artículos de Responsabilidades y Obligaciones Del Proveedor.

Art. 17.- Obligaciones del proveedor.- Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

Art. 18.- Entrega del bien o prestación.- Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, tarifa, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.

Art. 19.- Indicación del precio.- Los proveedores deberán dar conocimiento al público de los valores finales de los bienes que expendan o de los servicios que ofrezcan, con excepción de los que por sus características deban regularse convencionalmente.

El valor final deberá indicarse de un modo claramente visible que permita al consumidor de manera efectiva, el ejercicio de su derecho a elección, antes de formalizar o perfeccionar el acto de consumo.

El valor final se establecerá y su monto se difundirá en moneda de curso legal. Las farmacias, boticas droguerías y similares deberán exhibir de manera visible, además del valor final impreso de cada uno de los medicamentos o bienes de expendio, la lista de los precios oficiales de los medicamentos básicos, aprobados por la autoridad competente.

Art. 21.- Facturas.- El proveedor está obligado a entregar al consumidor, factura que documente el negocio realizado, de conformidad con las disposiciones que en esta materia establece el ordenamiento jurídico tributario.

En caso de que al momento de efectuarse la transacción, no se entregue el bien o se preste el servicio, deberá extenderse un comprobante adicional firmado por las

partes, en el que constará el lugar y la fecha en la que se lo hará y las consecuencias del incumplimiento o retardo.

En concordancia con lo previsto en los incisos anteriores, en el caso de prestación de servicios, el comprobante adicional deberá detallar además, los componentes y materiales que se empleen con motivo de la prestación del servicio, el precio por unidad de los mismos y de la mano de obra; así como los términos en que el proveedor se obliga, en los casos en que el uso práctico lo permita.

Anexo # 9: Artículos de ley de Aguas.

Art. 23.- Definición: La secretaria nacional de aguas podrá cancelar, suspender o modificar una concesión de aguas, cuando el usuario no la aproveche en forma eficiente, o la utilice de modo distinto o con la finalidad diversa a la señalada en la concesión. En ningún caso se reconocerá el pago de indemnizaciones por obras realizadas.

Art. 24.- Solicitud y Requisitos: La solicitud de cancelación de concesión o de autorización del derecho de aprovechamiento de aguas debe contener los siguientes requisitos:

- a) Nombre del río, fuente, etc., que fueron concedidas o autorizadas que se pretenden cancelar, su uso, lugar donde se captan las aguas, parroquia, cantón y provincia;
- b) Nombre del titular de la concesión o autorizaciones del uso de las aguas,
- c) Número del proceso y fecha de los que se emitieron la resolución de concesión o autorización del derecho e aprovechamiento de aguas.
- d) Determinación de la causal de cancelación que incurrió la concesión o autorización del derecho de aprovechamiento de agua.
- e) Copia de la resolución de concesión o autorización del derecho e aprovechamiento de aguas que se quiere cancelar.
- f) El domicilio del usuario a quien se va a cancelar la concesión o autorización del derecho para proceder a la citación de conformidad a la ley.

Una vez recibida la solicitud de cancelación de concesión o autorización para el uso de las aguas los líderes de los centros zonales tendrán un plazo de cinco (5) días para calificar la misma.

Art. 25.- Citaciones: Una vez calificada la petición y de ser procedente, se dispondrá la citación del usuario a quien se pretende cancelar la concesión o autorización del derecho de aprovechamiento de aguas de la siguiente manera:

Que se cite con el contenido de la petición a los usuarios conocidos en sus domicilios, mediante la comisión respectiva a los comisarios nacionales o tenientes políticos, según correspondan, quien deberá emitir el acta de citación, sentando la razón en la que se debe expresar el nombre completo del citado, la forma en la que se hubiere practicado y la fecha, hora y lugar de la misma.

Si no se encontrare a la persona que debe ser citada, se la citara por boleta dejada en la correspondiente habitación, a cualquier individuo de su familia o de servicio. La boleta expresará el contenido de la petición y la fecha en la que se hace la citación; Y si no fuera a quien entregarla, se fijara en las puertas de la referida habitación, y el actuario o el citador, sentara la diligencia correspondiente. Mas si no pudiera ser personal, se hará tres boletas, en tres distintos días, para lo cual se tiene que establecer la razón correspondiente.

Art. 27.- Estudio Técnico: Una vez realizada las citaciones, se las agregará al proceso y en el mismo acto administrativo se señalará el día y hora para que se realice el estudio técnico correspondiente para que uno o más peritos, que serán designados del personal técnico de la secretaria nacional del agua informen sobre los asuntos referentes a la petición, para lo cual el o los peritos tendrán el plazo de ocho (8) días para presentar su informe, para notificarlo en el plazo de tres (3) días a las partes quienes podrán presentar dentro del término de cinco (5) días, estar de acuerdo con el mismo o impugnado.

Anexo # 10: Registro Sanitario.

Art. 2.- Registro Sanitario: Los alimentos procesados y aditivos alimentarios, en adelante "productos alimenticios", que se expendan directamente al consumidor en envases definidos y bajo una marca de fábrica o nombres y designaciones determinadas, deberán obtener el Registro Sanitario, mismo que será expedido conforme a lo establecido en el presente Reglamento.

Art. 3.- Se exceptúan del cumplimiento de la obtención del Registro Sanitario: pero están sujetos al control y vigilancia sanitaria por parte de la autoridad de salud correspondiente, los siguientes productos:

1. Productos alimenticios en su estado natural (producción primaria) como: frutas, hortalizas, verduras frescas y otros de origen agrícola, que no hubieren sido sometidos a proceso alguno de transformación, modificación y conservación;

2. Los de origen animal, sean éstos crudos, refrigerados o congelados, que no hubieren sido sometidos a proceso alguno de transformación, modificación y conservación. Se incluye huevos en estado natural; Registro Oficial N° 896 -- Jueves 21 de febrero del 2013 -- 5

3. Granos secos en cualquier presentación, excepto arroz precocido;

4. Semillas como ajonjolí, girasol, pepas de zambo, otras similares que no hubieren sido sometidos a proceso alguno de transformación, modificación y conservación;

5. Frutos secos con cáscara, como las nueces con cáscara;

6. Miel de abeja;

7. Materias primas alimentarias en general, producidas en el país o importadas, para su utilización en plantas procesadoras de alimentos para la elaboración de productos alimenticios que ya cuentan con el Registro Sanitario respectivo; y,

8. Productos de panadería que por sus características de composición son de consumo diario, los cuales se comercializan sin envase definido y sin marca comercial.

Art. 35.- El Ministerio de Salud Pública, a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – ARCSA: es el responsable de la realización de las actividades de vigilancia y control establecidas en la Ley Orgánica de Salud y en este Reglamento y regulará y establecerá las políticas en materia de vigilancia y control sanitario de los productos alimenticios.

Anexo # 11: Artículos sobre el medio ambiente.

Art. 26.- Del registro del proyecto, obra o actividad.- Todos los proyectos, obras o actividades, que generen impactos y riesgos ambientales, deberán regularizarse mediante el SUIA.

Art. 27.- De la presentación de los documentos en el SUIA.- Los formularios que pone a disposición el SUIA, contienen celdas interactivas que permiten al promotor cargar toda la información que debe justificar para regularizar un proyecto, obra o actividad, y deberán ser llenados en su totalidad.

Los documentos a cargar en el SUIA deberán tener un formato (archivo pdf), el tiempo de carga de los archivos puede variar en función del ancho de banda de internet que disponga el promotor. La información proporcionada por el proponente será de exclusiva responsabilidad del mismo.

Art. 28.- Del certificado de intersección.- El certificado de intersección, es un documento electrónico, generado por el SUIA, a partir de coordenadas UTM datum: WGS-84,17S, en el que se indica que el proyecto, obra o actividad propuesto por el promotor interseca o no, con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas, Bosques y Vegetación Protectora, Patrimonio Forestal del Estado, Zona Intangible Cuyabeno Imuya, Núcleo del Parque Nacional Yasuní y Zona de Amortiguamiento Núcleo Parque Nacional Yasuní y otras de alta prioridad.

El certificado de intersección es un documento necesario y obligatorio para continuar con el proceso de registro de un proyecto, obra o actividad: sin la obtención del mismo, no se podrá continuar con el proceso de regularización ambiental.

Art. 29.- Los requisitos para la obtención del certificado de intersección son los siguientes.- El promotor debidamente registrado en el SUIA, deberá llenar en línea los formularios que el sistema le asigne para cumplir con el proceso de regularización ambiental.

Si su proyecto, obra o actividad es nuevo, deberá llenar en línea el formulario correspondiente en donde se asignarán los siguientes datos: nombre del proyecto, sector, subsector, resumen del proyecto, obra o actividad, sus etapas (construcción, operación, etc.), y el detalle de las actividades del mismo.

En éste mismo formulario se agregará la ubicación geográfica donde se va a ubicar el proyecto, obra o actividad, consignando la siguiente información: provincia, cantón y la parroquia, y se describe toda el área del proyecto en coordenadas UTM datum: WGS-84,17S; en los proyectos, obras o actividades mineras, se presentarán adicionalmente las coordenadas en UTM datum: PSAD-56.

Una vez concluido éste proceso, el sistema SUIA generará el certificado de intersección de manera inmediata.

Art. 30.- Del certificado de intersección provisional.- El promotor una vez que ha ingresado en forma correcta las coordenadas de su proyecto, obra o actividad puede visualizar de forma inmediata el certificado de intersección provisional, y de ésta manera saber si éste interseca o no, con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas, Bosques y Vegetación Protectores y Patrimonio Forestal del Estado, Zonas Socio Bosque; Zona Intangible Cuyabeno Imuya, Zona Intangible Núcleo del Parque Nacional Yasuní y su Zona de Amortiguamiento, y otras que se creen .

Art. 31.- Del certificado de intersección definitivo.- Una vez que se ha generado el certificado de intersección provisional, el sistema SUIA, le permitirá al promotor la impresión del certificado de intersección definitivo.

Una vez obtenido el certificado de intersección definitivo, el sistema SUIA permitirá el ingreso de los demás documentos, y la información que sea necesaria en función de la categoría a la que corresponda cada proyecto, obra o actividad, hasta culminar el proceso de regularización ambiental.

Art. 32.- Del pago por servicios administrativos.- Los pagos por servicios administrativos son valores que debe pagar el promotor de un proyecto, obra o actividad a la autoridad ambiental competente, por los servicios de control, inspecciones, autorizaciones, licencias u otros de similar naturaleza, a fin de recuperar los costos en los que incurrieren para este propósito, de acuerdo a la normativa aplicable/ El promotor de un proyecto, obra o actividad, previamente a realizar los pagos que por servicios administrativos corresponda, para regularizar su proyecto, obra o actividad, deberá verificar los valores a pagarse y la cuenta determinada para el efecto.

Art. 36.- Objetivo general de la Categorización Ambiental Nacional.- El objetivo general de la categorización ambiental nacional, es unificar el proceso de regularización ambiental de los proyectos, obras o actividades que se desarrollan en el país, en función de las características particulares de éstos y de los impactos y riesgos ambientales que generan al ambiente.

Anexo # 12: Envases Para el transporte de frutas y hortalizas frescas requisitos.

1. Objeto

1.2 Esta norma establece los requisitos que deben cumplir los envases destinados al transporte de frutas y hortalizas frescas.

2. Alcance

2.1 Esta norma se aplica al destino final de los envases y a los residuos de los envases, utilizados o desechados por las industrias, comercios, y otros.

2.2 Esta norma se aplica a los envases reutilizables en relación con su composición y naturaleza. Se incluye a los envases reciclables y biodegradables.

3. Definiciones

3.1 Envase. Todo producto fabricado en madera, plástico y cartón que se utilicen para contener frutas y hortalizas frescas, con la finalidad de protegerlas de su deterioro, contaminación o adulteración y de facilitar su manipulación, desde el fabricante hasta el consumidor final.

Anexo # 13: Plan Nacional del Buen Vivir.

Objetivo 10. Impulsar la Transformación de la matriz productiva.- Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores de alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada.

Anexo # 14: Etiquetas de hortalizas orgánicas.



Fuente: Ing. Erick Tobar.

Anexo # 15: Empaque y etiquetado de col orgánica.

Fuente: Autoras (2015).

Anexo # 16: Empaque y etiquetado de coliflor orgánica.

Fuente: Autoras (2015).

Anexo # 17: Empaque y etiquetado de tomate orgánico.

Fuente: Autoras (2015).

Anexo # 18: Empaque y etiquetado de Nabo orgánico.

Fuente: Autoras (2015).

Anexo # 19: Empaque y etiquetado de acelga orgánica.

Fuente: Autoras (2015).

Anexo # 20: Empaque y etiquetado de apio orgánico.

Fuente: Autoras (2015).

Anexo # 21: Empaque y etiquetado de cebolla orgánica.

Fuente: Autoras (2015)

Anexo # 22: Empaque y etiquetado de Lechuga orgánica.

Fuente: Autoras (2015)

Anexo # 23: Empaque y etiquetado de zanahoria orgánica.

Fuente: Autoras (2015)

Anexo # 24: Cosecha de tomates orgánicos.

Fuente: Hacienda Cabrera.

Anexo # 25: Cosecha de Cebolla Colorada.

Fuente: Hacienda Cabrera.

Anexo # 26: Limpieza de la Cebolla Colorada.

Fuente: Hacienda Cabrera.

Anexo # 27: Imagen sistema de riego.



Fuente: Hacienda Cabrera.

Anexo # 28: Imagen de muebles de oficina.



Silla del jefe Negro LeatherPlus Ejecutivo

Precio: \$ 157.99

En Stock.

Color: Negro / Gris

- Sillón ergonómico con soporte lumbar y ajuste de altura de asiento neumático
- Tapizado en LeatherPlus negro; diseño de asiento de la cascada elimina fatiga de las piernas
- Posición de bloqueo en posición vertical y ajustable de control de tensión de inclinación
- Capacidad de peso es 250 libras; fácil montaje a la llegada; sin necesidad de herramientas
- Medidas 26-1 / 2 pulgadas de ancho por 28 pulgadas de profundidad; ajusta entre 45 y 48-1 / 2 pulgadas de alto.

Fuente: Empresa Mobiliaria StarOffice.

Anexo # 29: Costo del escritorio ejecutivo.



Altra Furniture - Escritorio ejecutivo para oficina

 Agregar

\$249.99

Modelo: 9319296 | SKU: 6262177 |

Fuente: Mueblerias Palito.

Anexo # 30: Cotización de la publicidad para la comercialización de hortalizas orgánicas.

		COTIZACIÓN N° 00-15-02-25		
		PLUS ART S.A. SERVICIO DE DISEÑO Y PUBLICIDAD		
Nombre: Gabriela Cabrera. N° de Cédula: 0930956362 Dirección: Gallegoslara y San Matín		Dirección: Vernza 401 y los Ríos. Telf: 0982975371 Telf: 09988776359		
Descripción	Cantidad	Precio Unit.	Precio x Mayor	Total
Diseño de Pagina Web	1	\$ 300,00		\$ 300,00
Dominio y Hosting X 1 año	1	\$ 450,00		\$ 450,00
Stiker circular de 5x5cm	15000		\$ 0,05	\$ 750,00
stiker rectangular de 10x5cm	15000		\$ 0,08	\$ 1.200,00
Banner de 160x60 + base desmontable	1	\$ 38,00		\$ 38,00
Servicio de Diseño	1	\$ 60,00		\$ 60,00
SubTotal				\$ 2.798,00
Iva 12%				\$ 355,76
TOTAL				\$ 3.153,76

Fuente: Plus Art S.A.

Anexo # 31: Proforma de materiales para el empaquetado.

		PROFORMA N° 00-15-01-30		
		PLASTICOS PANAMERICANOS S.A		
Nombre: Gabriela Cabrera. N° de Cédula: 0930956362 Dirección: Gallegoslara y San Matín		Dirección: km 14,5 vía Daule - PBX: 2160070/5002222 email: info@plapasa.com Telf: 09988776359		
Descripción	Cantidad	Precio Unit.	Precio x Mayor	Total
Bandejas Plasticas	1100		\$ 0,03	\$ 33,00
Fundas Plasticas de Polietileno	3000		\$ 0,05	\$ 150,00
Tubo de Plastico Film	4		\$ 20,00	\$ 80,00
SubTotal				\$ 263,00
Iva 12%				\$ 31,56
TOTAL				\$ 294,56

Fuente: Plapasa.

Anexo # 32: Hoja de evaluación de las entrevista de la Hacienda Cabrera.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Tema de Tesis: Estudio de factibilidad financiera para la producción de hortalizas orgánicas de la "Hacienda Cabrera" ubicada en Yolón provincia del Cañar y propuesta de comercialización en una cadena de supermercados de la ciudad de Guayaquil.

Autor: Gabriela Mishell Cabrera Quizphi - Irina Roxanna Santos Balón

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Entrevista a los dueños de la "Hacienda Cabrera"

Objetivos General:

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tenga el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrumento o P= Pertinente NP = No pertinente		B) Calidad técnica y representativa O= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I = Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	✓		✓				✓		
2	✓		✓				✓		
3	✓		✓				✓		
4	✓		✓				✓		
5	✓		✓				✓		
6	✓		✓				✓		
7	✓		✓				✓		
8	✓		✓				✓		
9	✓		✓				✓		
10	✓		✓				✓		
11	✓		✓				✓		
12	✓		✓				✓		
13	✓		✓				✓		

DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: <i>Ercilia Maria Franco Bodino</i> Profesión: <i>Economista</i> Cargo: <i>Docente</i> Fecha: <i>04-02-2015</i>	Firma: <i>[Firma]</i> C.I. <i>0915611537</i>
----------------------------	--	---

Observaciones Generales _____

Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos

Fuente: Autoras (2015).

Anexo # 33: Hoja de evaluación de las entrevista de la Hacienda Cabrera.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

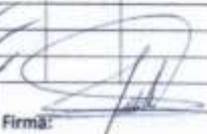
Tema de Tesis: Estudio de factibilidad financiera para la producción de hortalizas orgánicas de la "Hacienda Cabrera" ubicada en Yolón provincia del Cañar y propuesta de comercialización en una cadena de supermercados de la ciudad de Guayaquil.

Autor: Gabriela Mishell Cabrera Quizphi - Irina Roxanna Santos Balón

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Entrevista a los dueños de la "Hacienda Cabrera"

Objetivos General:

ITEM / preguntas / (Cantidad en función de cuántas preguntas tengo el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrumento O P= Pertinente NP = No pertinente		B) Calidad técnica y representativa O= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I = Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		
11	/		/				/		
12	/		/				/		
13	/		/				/		

DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: <i>Karina A. Mencia Bayas</i> Profesión: <i>Docente Universitaria (Ing. Com)</i> Cargo: <i>Docente 1 Sup de Acc.</i> Fecha: <i>04 febrero 2015</i>	Firma:  C.I. <i>0915665681</i>
----------------------------	--	--

Observaciones Generales _____

Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos

Fuente: Autoras (2015).

Anexo # 34: Hoja de evaluación de las entrevista de la Hacienda Cabrera.

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

Tema de Tesis: Estudio de factibilidad financiera para la producción de hortalizas orgánicas de la "Hacienda Cabrera" ubicada en Yolón provincia del Cañar y propuesta de comercialización en una cadena de supermercados de la ciudad de Guayaquil.

Autor: Gabriela Mishell Cabrera Quizphí - Irina Roxanna Santos Balón

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Entrevista a los dueños de la "Hacienda Cabrera"

Objetivos General:

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tenga el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrumento P= Pertinente NP = No pertinente		B) Calidad técnica y representativa O= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I = Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		
11	/		/				/		
12	/		/				/		
13	/		/				/		

DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: <i>Osvaldo Menaite</i> Profesión: <i>Ingeniero</i> Cargo: <i>Docente</i> Fecha: <i>17/01/2015</i>	Firma: <i>[Firma]</i> C.I. <i>0524204982</i>
----------------------------	---	---

Observaciones Generales _____

Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos

Fuente: Autoras (2015).

Anexo # 35: Entrevista a Hacienda Cabrera.**Entrevista a Hacienda Cabrera**

Empresa: Hacienda Cabrera

Dirección: Provincia del Azuay.

Buenas Tardes.

Soy Gabriela Cabrera Quizhpi, estudiante de la Universidad Politécnica Salesiana. El día de hoy me encuentro en sus instalaciones para realizar una entrevista acerca de su negocio, con el propósito de ayudarles a la comercialización de hortalizas orgánicas.

1. ¿Cómo surgió la idea de empezar este negocio?

Este negocio se empezó simplemente por querer continuar con el negocio de la familia y por la necesidad de dedicarse a realizar alguna actividad que genere ingresos para la familia ya que, por los años 50 estábamos rodeados de pobreza y sin preparación académica, debido a que duras penas cursamos el sexto grado de primaria por falta de recursos económicos.

Se inició comprando un cuerpo de terreno en donde realizábamos la producción para luego vender las hortalizas en pequeñas ferias que se realizaba en la parroquia Solano, en donde llegaban comerciantes a comprar al por mayor. Poco a poco en conjunto de mi esposa fuimos obteniendo más terrenos debido al esfuerzo y sacrificio en el trabajo. En 1970 fuimos adquiriendo de a poco herramientas y maquinarias para complementar las actividades de producción.

2. Actualmente, ¿cuáles son los activos que posee la Hacienda Cabrera?

El vehículo para transportar las hortalizas, lavaderos en donde se realiza el lavado de cada hortaliza una vez sacada de la tierra, gavetas, yunta, sistema de riego por goteo, herramientas de producción.

3. ¿Qué productos cultiva en la Hacienda Cabrera?

Las tierras del Ecuador son muy productivas, y en cada zona (regiones del país) tienen productos específicos de cultivo de acuerdo al clima, en mi hacienda como está ubicada en la sierra ecuatoriana se cultivan frutas como el tomate de árbol, granadilla, durazno; hortalizas como el tomate riñón, cebolla colorada, apio, acelga, zanahoria, col, coliflor, papa, lechuga, zapallo y nabo; y granos como el fréjol canario, cebada, arveja y maíz.

4. ¿Qué hortalizas son de mayor demanda?

Las pocas veces que hemos comercializado productos han sido en su mayoría hortalizas, las cuales con mayor demanda son el apio, tomate, cebolla, zanahoria, col, coliflor, lechuga, nabo y acelga.

5. ¿Qué inconvenientes atraviesa usted que imposibilite que su pequeña empresa sea altamente rentable?

El inconveniente mayor que se atraviesa es la falta de comercialización continua de los productos, por lo general se lo hace siete veces al año.

6. ¿Cómo cree usted que podría solucionar estos inconvenientes?

Queremos vender nuestros productos en la ciudad de Guayaquil, dar a conocer que son orgánicos y para ello se necesita dinero para comprar semillas en gran cantidad, trabajadores, maquinaria para facilitar el arado y así trabajar algunas tierras que tengo que no se usa por la falta de recursos económicos.

7. ¿Cuál es el proceso riguroso que realiza en su hacienda antes de que empiece el cultivo de hortalizas orgánicas?, aproximadamente ¿Cuál es el gasto de este mantenimiento?

Antes de iniciar el proceso de siembra, la Hacienda Cabrera procede a preparar el terreno, empezando con el corte de la mala hierba, con machete o pala, dependiendo de la profundidad y altura del mismo, luego se amontona este material al margen de la parcela para que se descomponga y pueda ser aprovechado posteriormente como materia orgánica. Además de la mala hierba ellos recogen las piedras, u otros objetos que dificulten el desarrollo normal de las hortalizas, para facilitar las labores posteriores.

Como siguiente actividad se procede a picar el terreno, con herramientas como el pico y el azadón, a una profundidad de 20 cm o más, con el fin de que el agua filtre y favorezca al máximo el desarrollo de cada hortaliza.

Por consiguiente se inicia arar la tierra con un mecanismo antiguo llamado yunta, que consiste en usar una pareja de animales y a medida que estos pasan por el terreno van arrastrando el arado formando los surcos en donde se pondrá después las semillas de cada hortaliza.

Por último se realiza el abono que es netamente orgánico, y está compuesto a base de estiércol de vaca y el humus de lombriz.

8. ¿Existe algún proceso riguroso que realiza en su hacienda durante el cultivo de hortalizas orgánicas?

La siembra consiste en colocar las semillas de cada hortaliza en los surcos elaborados previamente en la preparación del terreno.

9. ¿Cuál es el proceso riguroso que realiza en su hacienda al momento de cosechar las hortalizas orgánicas?

Al momento de la cosecha la mano de obra encargada lo realiza con una herramienta llamada lampa y con mucho cuidado evitando golpearlos o dañarlos para no desmejorar la calidad, para luego ser depositados en gavetas plásticas grandes los cuales previamente son desinfectados, lavándolos con hipoclorito de calcio y posteriormente se realiza el proceso de post cosecha.

Cada hortaliza orgánica es cosechada en el punto justo de maduración, porque según los propietarios de la hacienda es el mejor momento para obtener el sabor pleno y todos los nutrientes que estos aportan.

10. ¿Cuáles son los precios que determina al producto final?

Cuando se vende las hortalizas se lo hace en mercados o plazas mayoristas por sacos o gavetas.

Tipo de Empaque	Hortaliza	Libras	Costo Por Libra	Costo Total	Cantidad
Gaveta	Acelga	34	\$ 0,12	\$ 4,08	5
Gaveta	Apio	18	\$ 0,22	\$ 3,96	5
Saco	Cebolla	90	\$ 0,19	\$ 17,10	7
Gaveta	Col	75	\$ 0,06	\$ 4,50	5
Gaveta	Coliflor	80	\$ 0,08	\$ 6,40	5
Gaveta	Lechuga	81,25	\$ 0,10	\$ 8,13	6
Gaveta	Nabo	68,25	\$ 0,07	\$ 4,78	5
Gaveta	Tomate	44	\$ 0,30	\$ 13,20	8
Saco	Zanahoria	64,25	\$ 0,14	\$ 9,00	7

11. Si realiza la actividad de comercialización de hortalizas orgánicas ¿Cuáles son los canales de distribución?

Pues el único y actual que se tiene es comercializar al mercado o plaza en la ciudad de Azogues o del cantón Déleg y así llegar al consumidor final.

12. En la actualidad, ¿A qué nicho distribuye su producto? y ¿Qué tipo de transporte utiliza?, ¿Cuál es su costo?

Cuando no hay mucha cosecha se lo distribuye en la parroquia Solano y cuando es lo contrario en Déleg y Azogues. El transporte que se tiene es una camioneta en donde se trasladan los productos para la venta y lo que se consume al mes \$25 en gasolina.

13. En el mantenimiento de la hacienda, ¿Genera algún tipo de costo?, ¿Cuánto aproximadamente?

Descripción	Costo Mensual	Costo Anual
Energía Eléctrica	\$ 30,00	\$ 360,00
Agua Potable	\$ 38,00	\$ 456,00
Transporte(gasolina)	\$ 20,00	\$ 240,00
Lubricante	\$ 60,00	\$ 720,00
Alimentación	\$ 45,00	\$ 540,00
Teléfono	\$ 8,00	\$ 96,00
Gorros para proceso postcosecha	\$ 2,00	\$ 24,00
Guantes para proceso de postcosecha	\$ 1,50	\$ 18,00
Sacos de 1quintal	\$ 0,60	\$ 7,20
Cestas plásticas.	\$ 4,00	\$ 48,00
Material de Aseo	\$ 8,00	\$ 96,00
Hipoclorito de calcio	\$ 20,00	\$ 240,00
TOTAL	\$ 237,10	\$ 2.845,20

Anexo # 36: Hoja de evaluación de la entrevista dirigida a empresarios.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Tema de Tesis: Estudio de factibilidad financiera para la producción de hortalizas orgánicas de la "Hacienda Cabrera" ubicada en Yolón provincia del Cañar y propuesta de comercialización en una cadena de supermercados de la ciudad de Guayaquil.

Autor: Gabriela Mishell Cabrera Quizphi - Irina Roxanna Santos Balón

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Entrevista dirigido a empresarios

Objetivos General:

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tenga el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrumento o P= Pertinente NP = No pertinente		B) Calidad técnica y representativa O= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I = Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		
11	/		/				/		
12	/		/				/		
13									

DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: <i>Karlan A. Arceño Bargas</i> Profesión: <i>Docente Universitario (Ing. Com.)</i> Cargo: <i>Docente I de Area.</i> Fecha: <i>04 febrero 2015.</i>	Firma:  C.I. <i>0905665681.</i>
----------------------------	--	---

Observaciones Generales _____

Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos

Fuente: Autoras (2015).

Anexo # 37: Hoja de evaluación de la entrevista dirigida a empresarios.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Tema de Tesis: Estudio de factibilidad financiera para la producción de hortalizas orgánicas de la "Hacienda Cabrera" ubicada en Yolón provincia del Cañar y propuesta de comercialización en una cadena de supermercados de la ciudad de Guayaquil.

Autor: Gabriela Mishell Cabrera Quizphi - Irina Roxanna Santos Balón

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Entrevista dirigido a empresarios

Objetivos General:

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tenga el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrumento O P= Pertinente NP = No pertinente		B) Calidad técnica y representativa O= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I = Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		
11	/		/				/		
12	/		/				/		
13	/		/				/		

DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: <i>Oswaldo Murado</i>	Firma: <i>[Firma]</i>
	Profesión: <i>Ingeniero</i>	C.I. <i>0524204703</i>
	Cargo: <i>Docente</i>	
	Fecha: <i>17/01/2015</i>	

Observaciones
Generales _____

Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos

Fuente: Autoras (2015).

Anexo # 38: Hoja de evaluación de la entrevista dirigida a empresarios.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

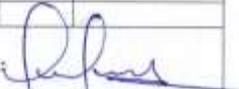
Tema de Tesis: Estudio de factibilidad financiera para la producción de hortalizas orgánicas de la "Hacienda Cabrera" ubicada en Yolón provincia del Cañar y propuesta de comercialización en una cadena de supermercados de la ciudad de Guayaquil.

Autor: Gabriela Mishell Cabrera Quizphi - Irina Roxanna Santos Balón

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Entrevista dirigido a empresarios

Objetivos General:

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tengo el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrumento O P= Pertinente NP = No pertinente		B) Calidad técnica y representativa O= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I = Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	✓		✓				✓		
2	✓		✓				✓		
3	✓		✓				✓		
4	✓		✓				✓		
5	✓		✓				✓		
6	✓		✓				✓		
7	✓		✓				✓		
8	✓		✓				✓		
9	✓		✓				✓		
10	✓		✓				✓		
11	✓		✓				✓		
12	✓		✓				✓		
13									

DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: Ercilia María Franco Cedeño Profesión: Economista Cargo: Docente Fecha: 04.02-2015	Firma:  C.I. 0915611537
----------------------------	--	---

Observaciones Generales _____

Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos

Fuente: Autoras (2015).

Anexo # 39: Entrevista a Megamaxi.**Entrevista a Megamaxi**

Empresa: Corporación La Favorita.

Dirección: Av. del Bombero diagonal a Rio Centro Ceibos.

Entrevistado: Rubén Cevallos.

Buenas Tardes.

Somos estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana, Irina Santos Balón y Gabriela Cabrera Quizhpi, el propósito de esta entrevista es adquirir información adecuada que nos sea de gran utilidad para el desarrollo de nuestra tesis, estudio de factibilidad financiera para la producción de hortalizas orgánicas en su establecimiento.

1. ¿Cuáles son los requisitos para ser proveedor de hortalizas orgánicas?

- Presentar el Registro Único del Contribuyente.
- Presentar la propuesta del producto con lista de precios.
- Cantidad mínima ofertada anualmente en kilogramos es de 115000 kg.

2. ¿El almacén revisa la calidad de las hortalizas que sus proveedores les entregan?, ¿Cómo es la revisión?, ¿Qué es lo que hacen?

Claro en el centro de distribución hay personas indicadas y especializadas que revisan y centro de calidad con la fecha que es la caducidad elaboración que todo esté en buen estado

3. ¿En la actualidad tiene algún inconveniente con sus proveedores de hortalizas?, ¿Qué tipo de inconvenientes?

No, cuando es época de invierno y se daña el producto, es cuestión de que si lo recibimos o no

4. ¿Cuáles y Cuántos son los proveedores de hortalizas que tienen a su disposición?

Hay muchos, exactamente no le puedo decir cuántos pero son diferentes marcas.

5. ¿Cuáles son los criterios prioritarios para seleccionar a sus proveedores de hortalizas? (precio, calidad, entrega justo a tiempo, presentación, tiempo de caducidad).

Pues de las que me menciona los requisitos importantes son la entrega justo a tiempo y que esté a fecha de consumo, la q están cerca de la fecha de caducidad se las devuelve.

6. ¿Con que frecuencia se abastece de hortalizas orgánicas?

Todos los días estos productos vienen por empaque en 8 o 10 fundas en cada gaveta un peso de 2 kl.

7. ¿Cree que el precio influye al momento de selección?

No creo que influya, para ser un producto orgánico y el cliente elije orgánico como no orgánico

8. ¿Cuál es el proceso de pago de los proveedores de hortalizas?

El pago es a crédito con 60 días plazo.

9. ¿Cuál es el comportamiento del cliente al comprar las hortalizas orgánicas?

Por la calidad y precio

10. ¿Cuál es la temporada donde el cliente consume más las hortalizas orgánicas?

Siempre consume el cliente

11. Al momento de considerar a un nuevo proveedor de verduras u hortalizas ¿la empresa considera la producción orgánica de los mismos?

Pues la verdad que las hortalizas que receptamos no tienen que ser necesariamente orgánicas.

12. ¿Estarían dispuesto a comprar hortalizas orgánicas que cultivan la Hacienda Cabrera?

Sí.

Anexo # 40: Entrevista a Mi Comisariato.**Entrevista a Mi comisariato**

Empresa: Corporación El Rosado.

Dirección: 9 de Octubre y Boyacá.

Entrevistada: Ingrid Velasco.

Buenas Tardes.

Somos estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana, Irina Santos Balón y Gabriela Cabrera Quizhpi, el propósito de esta entrevista es adquirir información adecuada que nos sea de gran utilidad para el desarrollo de nuestra tesis, estudio de factibilidad financiera para la producción de hortalizas orgánicas en su establecimiento.

1. ¿Cuáles son los requisitos para ser proveedor de hortalizas orgánicas?

- Ser persona natural o jurídica que resida en el país
- Tener registro único contribuyente
- Se debe presentar el producto
- Estar vinculados a los sistemas tecnológicos de información que se emplean por el supermercado

2. ¿El almacén revisa la calidad de las hortalizas que sus proveedores les entregan?, ¿Cómo es la revisión?, ¿Qué es lo que hacen?

Sí, siempre se revisa cada producto que ingresa a nuestras bodegas pasan por revisión tenemos personal encargado y especializado en la misma.

3. ¿En la actualidad tiene algún inconveniente con sus proveedores de hortalizas?, ¿Qué tipo de inconvenientes?

No, ningún tipo de inconveniente

4. ¿Cuáles y Cuántos son los proveedores de hortalizas que tienen a su disposición?

Tenemos variedad ya que somos líderes en proveedores.

5. ¿Cuáles son los criterios prioritarios para seleccionar a sus proveedores de hortalizas? (precio, calidad, entrega justo a tiempo, presentación, tiempo de caducidad).

El Precio.

6. ¿Con que frecuencia se abastece de hortalizas orgánicas?

Pasando dos días nos abastecemos de las hortalizas.

7. ¿Cree que el precio influye al momento de selección?

Siempre influye el precio porque nosotros los vendemos a un precio justo.

8. ¿Cuál es el proceso de pago de los proveedores de hortalizas?

Bueno por lo general es mensual no hay otro tipo de pago y puede ser en efectivo como en cheque.

9. ¿Cuál es el comportamiento del cliente al comprar las hortalizas orgánicas? (Precio, calidad).

Siempre eligen el mejor precio.

10. ¿Cuál es la temporada donde el cliente consume más las hortalizas orgánicas?

No hay temporadas para elegir siempre se consumen las hortalizas.

11. Al momento de considerar a un nuevo proveedor de verduras u hortalizas ¿la empresa considera la producción orgánica de los mismos?

No necesariamente.

12. ¿Estarían dispuesto a comprar hortalizas orgánicas que cultivan la Hacienda Cabrera?

Si estamos dispuestos.

Anexo # 41: Entrevista a Gran Akí.**Entrevista a Gran Akí**

Empresa: Corporación La Favorita.

Dirección: Letamendi 303 Entre Chile Y Chimborazo.

Entrevistado: José Ricardo Veloz.

Buenas Tardes.

Somos estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana, Irina Santos Balón y Gabriela Cabrera Quizhpi, el propósito de esta entrevista es adquirir información adecuada que nos sea de gran utilidad para el desarrollo de nuestra tesis, estudio de factibilidad financiera para la producción de hortalizas orgánicas en su establecimiento.

1. ¿Cuáles son los requisitos para ser proveedor de hortalizas orgánicas?

- Se debe presentar el plan de mercadeo
- Se debe presentar una muestra y/o catalogo lista de precios
- El departamento comercial evaluara la información y si le parece pertinente a la empresa será notificado en un plazo de 15 días desde la recepción completa de la información

2. ¿El almacén revisa la calidad de las hortalizas que sus proveedores les entregan?, ¿Cómo es la revisión?, ¿Qué es lo que hacen?

Si, la revisión es minuciosa ya que deseamos que nuestros clientes se vayan satisfechos del producto que brindamos, por lo general pasa por un control estricto para verificar si existe algún daño.

3. ¿En la actualidad tiene algún inconveniente con sus proveedores de hortalizas?, ¿Qué tipo de inconvenientes?

No, pero todos los proveedores siempre envían de menos.

4. ¿Cuáles y Cuántos son los proveedores de hortalizas que tienen a su disposición?

Son muchas no tenemos un numero específicos porque hoy están y mañana aparecen otros nuevos pero si existen algunas fijas.

5. ¿Cuáles son los criterios prioritarios para seleccionar a sus proveedores de hortalizas? (precio, calidad, entrega justo a tiempo, presentación, tiempo de caducidad).

Por lo general siempre buscamos la calidad y luego el precio.

6. ¿Con que frecuencia se abastece de hortalizas orgánicas?

Todos los días nos abastecemos de las hortalizas puesto que es un producto perecible.

7. ¿Cree que el precio influye al momento de selección?

Lo que influye para nosotros es la calidad pero está en segundo lugar el precio.

8. ¿Cuál es el proceso de pago de los proveedores de hortalizas?

Cada 60 días.

9. ¿Cuál es el comportamiento del cliente al comprar las hortalizas orgánicas? (Precio, calidad).

La calidad es más que el precio.

10. ¿Cuál es la temporada donde el cliente consume más las hortalizas orgánicas?

El cliente jamás deja de consumir hortalizas siempre se consume.

11. Al momento de considerar a un nuevo proveedor de verduras u hortalizas ¿la empresa considera la producción orgánica de los mismos?

No todo es por igual.

12. ¿Estarían dispuestos a comprar hortalizas orgánicas que cultivan la Hacienda Cabrera?

Por su puesto siempre estamos abiertos a nuevos proveedores.

Anexo # 42: Imágenes de la Entrevista a Mi Comisariato.



Fuente: Autoras (2015).

Anexo # 43: Tarifario Banco Pichincha.

1.1 TASAS DE INTERÉS		Tasa Nominal							Tasa Efectiva
		COMERCIAL		CONSUMO		VIVIENDA		MICROEMPRESA	
De la entidad	TASA FIJA	TASA VARIABLE	TASA FIJA	TASA VARIABLE	TASA FIJA	TASA VARIABLE	TASA FIJA	TASA VARIABLE	
Crédito Dinámico (2)			15.18%						16.28%
Crédito Preciso (1)(2) (A)			15.18%						16.28%
Crédito Autoseguro 1 (A)			15.15%						16.25%
Préstamo Preferencial Dineros PPD (A) (2) **			15.12%						16.21%
Crédito Productivo (2)(4) (A)									11.83%
De \$22,000 a \$200,000	11.20%								11.79%
De \$200,001 a \$1,000,000	9.74%								10.19%
De \$1,000,001 en adelante	8.92%								9.29%
Crédito Línea Abierta (garantía hipotecaria) (A) (2)				15.15%					16.25%
Crédito Habitar (1) (A) (2)						10.75%			11.30%
Crédito para adquisición de terrenos(hasta 3 años) (2)						10.75%			11.30%
Crédito Multihipoteca (2) (A)				15.20%					16.30%
Crédito Competriota(2)						10.75%			11.30%
Crédité (A) (2)									
De \$300 a \$1,000								26.90%	30.48%
De \$1,001 a \$3,000								26.90%	30.48%
De \$3,001 a \$5,000								24.30%	27.45%
De \$5,001 a \$10,000								23.90%	26.70%
De \$10,001 a \$20,000								22.30%	24.97%
PLAN DE PAGOS									
Tablas de Amortización		X	X		X		X		
Operación a término		X							
Sobregiro Ocasional	15.10%		15.10%				15.10%		16.30%
Sobregiro Contratado	15.10%		15.10%				15.10%		16.30%
TASAS DE MORA									
Fecha de aplicación	Desde la fecha de vencimiento de la obligación hasta el día de pago								
% ADICIONAL DE INTERÉS	Se aplicará un recargo de hasta 0.1 veces a la tasa vigente de cada crédito al momento del vencimiento (para tasa fija) y 1.1 veces la tasa vigente de cada crédito al momento del vencimiento (para tasa reajutable)								

1.2 COSTO DEL CRÉDITO								
TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses)	MONTO	ASA DE INTERÉS		VALOR TOTAL INTERÉS	CUOTA TOTAL	MONTO TOTAL A PAGAR	CARGA FINANCIERA
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA BCE				
COMERCIAL	36	50,000	11.20%	11.83%	9300.32	1654.14	59,548.92	9548.92
CONSUMO	12	1,500	15.18%	16.30%	126.18	135.51	1,630.55	130.55
CONSUMO VEHICULOS	48	11,490	15.15%	16.30%	3901.32	390.91	18,234.41	6744.01
MICROCRÉDITO	18	10,500	22.50%	30.50%	1968.57	755.81	12,588.41	2088.41
VIVIENDA	36	5,000	10.75%	11.33%	871.68	166.34	5,871.68	988.36

NOTAS ACLARATORIAS

- A) Para obtener un crédito no es necesario contratar otros servicios adicionales a los valorizados en la pizarra
- B) Los impuestos y gastos notariales no se consideran para el cálculo de la carga financiera
- C) La normativa de transparencia y protección del cliente de servicios financieros forma parte de la Codificación de Resoluciones de la SBS y de la Junta Bancaria.
- D) La institución cuenta con un folleto de tarifas para clientes
- E) En caso de reclamos diríjase al Balcón de Servicios o las recibimos a través de Código Postal 17-01-261 o en reclamos@pichincha.com
- F) Banco Pichincha atenderá sus quejas y reclamaciones en el plazo de hasta 15 días para reclamos originados en el país y de hasta 2 meses en operaciones relacionadas con transacciones internacionales.

Fuente: Banco Pichincha.