# UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

## FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

## CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Tesis de Grado previo a la obtención del Título de Ingeniera en Gestión Empresarial.

**TEMA:**

# ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HORTALIZAS DE ORIGEN ORGÁNICO, CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2014.

**AUTORA**

**Kelly Lisbeth García Veloz**

**DIRECTORA**

**Dra. Martha Judith Arboleda Briones MSc.**

**Quevedo – Ecuador**

**2015**

# AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **García Veloz Kelly Lisbeth**, declaro ser la autora exclusiva del Proyecto de Investigación, es original, auténtico y personal; Por medio de la presente declaración, cedo mi derecho de propiedad intelectual de este Proyecto de Investigación a la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, según las normas establecidas.

**GARCÍA VELOZ KELLY LISBETH**
**C.I. 050346745-8**

# CERTIFICACIÓN

Dra. Martha Arboleda Directora de Tesis. **CERTIFICO** : Que la Egresada **García Veloz Kelly Lisbeth**, realizó la Tesis titulada: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HORTALIZAS DE ORIGEN ORGÁNICO, CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2014.** Bajo mi dirección habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas por la Facultad de Ciencias Empresariales.

**Dra. Martha Judith Arboleda Briones MSc.**
**DIRECTORA DE TESIS**

# UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

## FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

## CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HORTALIZAS DE ORIGEN ORGÁNICO, CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2014.**

Presentado a la Comisión Académica de la Facultad de Ciencias Empresariales como requisito previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión Empresarial.
Aprobado:

**……**

**Lcdo. Bolívar Yépez Yánez MSc**

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

| | |
|---|---|
| **……** | **……** |
| **Ing. Enrique Vásquez Aguirre MSc** | **Ing. Julia Fajardo Arriaga MSc** |
| **MIEMBRO DEL TRIBUNAL** | **MIEMBRO DEL TRIBUNAL** |

**QUEVEDO – ECUADOR.**

**AÑO 2015**

# AGRADECIMIENTO

Como prioridad en mi vida agradezco a Dios por su infinita bondad, y por haber estado conmigo en los momentos que más lo necesitaba, por darme salud, fortaleza, responsabilidad y sabiduría, por haberme permitido culminar con éxito una de mis metas, también porque tengo la certeza y el gozo de que siempre va a estar conmigo.

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Facultad de Ciencias Empresariales, Carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial y a mis estimados maestros, que, a lo largo de mi carrera, me han transmitido sus amplios conocimientos y sus sabios consejos; especialmente al Dra. Martha Arboleda Briones MSc, quien, muy acertadamente, dirigió mi tesis un agradecimiento muy especial

A mi madre por estar conmigo apoyándome siempre en los momentos más difíciles, por sus sabios consejos, por su ejemplo de valentía, coraje, dedicación y por hacer el rol de padre en el transcurso de mi vida.

Gracias a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto.

**Kelly Lisbeth García Veloz**

# DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitir el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi madre, por ser el pilar fundamental más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional.

A mi hija, quien me da las fuerzas necesarias para seguir adelante y no rendirme en ningún momento, a ella le dedico mis esfuerzos en mi lucha diaria antes las adversidades de la vida.

A mi esposo, por estar conmigo en los buenos y malos momentos, por ser mí apoyo, mi guía principal en todos los objetivos que me propongo.

**Kelly Lisbeth García Veloz**

# ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada ..... i
Autoría ..... ii
Certificación ..... iii
Agradecimiento ..... v
Dedicatoria ..... vi
Índice de contenido ..... vii
Índice de cuadros ..... xi
Índice de anexos ..... xiii
Índice de gráficos ..... xiv
Resumen ejecutivo ..... xv
Abstract ..... xv
CAPÍTULO I MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN ..... 1
1.1 Introducción ..... 2
1.1.1. Planteamiento del problema ..... 4
1.1.1.1. Diagnóstico. ..... 4
1.1.1.1.4. Formulación del problema. ..... 5
1.1.2. Sistematización del problema ..... 5
1.1.2.1. Delimitación del problema. ..... 5
1.1.3. Justificación ..... 6
1.2. Objetivos ..... 7
1.2.1. Objetivo General ..... 7
1.2.2. Objetivos Específicos. ..... 7
1.3. Hipótesis ..... 8
1.3.1. Hipótesis General ..... 8
1.3.2. Hipótesis Específica. ..... 8
1.3.3. Variables. ..... 8
1.3.3.1. Variable Dependiente ..... 8
1.3.3.2. Variable independiente ..... 8
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN. ..... 9

2.1. Fundamentación teórica.....10
2.1.1 Estudio de Mercado. .....10
2.1.3. Mercado. .....10
2.1.4. Análisis de la oferta. .....11
2.1.4.1. Precio. .....12
2.1.4.2. Demanda. .....12
2.1.4.3. Oferta. .....13
2.1.5. Canales de distribución. .....13
2.1.6. Competencia. .....14
2.1.7. Servicios. .....14
2.1.8. Estudio Económico. .....15
2.1.9. Inversión. .....15
2.1.10. Estudio de factibilidad. .....16
2.1.10.1. Tipos de Estudio de Factibilidad. .....16
2.1.10.1.1. Factibilidad Económica .....17
2.1.10.1.2. Factibilidad humana y operativa .....17
2.1.10.1.3. Factibilidad técnica o tecnológica .....17
2.1.10.1.4. Factibilidad organizacional .....18
2.1.10.1.5. Factibilidad legal .....18
2.1.10.1.6 Factibilidad política.....18
2.1.10.1.7. Factibilidad de tiempo .....19
2.1.11. Hortalizas .....19
2.1.11.1. Los principales tipos de hortalizas son:.....20
2.1.12. Clasificación de las hortalizas .....21
2.1.12.1. Según la parte de la planta comestible .....21
2.1.12.2. Según el medio de conservación .....21
2.1.12.3. Según el color .....22
2.1.13. Técnicas aplicadas al cultivo de hortalizas orgánicas. .....22
2.1.13.1. Ubicación del terreno. .....22
2.1.13.2. Calidad de la semilla .....23
2.1.14. Recursos utilizados para la producción de hortalizas orgánicas. .....23

2.1.14.1. Suelo. ..... 23
2.1.14.2 Conocer el terreno. ..... 24
2.1.14.3 Producción. ..... 24
2.1.14.3 Abono orgánico. ..... 24
2.1.15. Talento Humano. ..... 25
2.1.15.1. Gestión del Talento Humano ..... 25
2.1.15.2. Características del Talento Humano ..... 25
2.2. Fundamentación Conceptual ..... 27
2.2.1. Estudio de Mercado ..... 27
2.2.2. Estudio Técnico ..... 28
2.2.3. Estudio Económico ..... 28
2.3. Fundamentación legal. ..... 30
2.3.1. Constitución de la Republica. ..... 30
2.3.2. Requisitos para la constitución de una Microempresa. ..... 30
2.3.3. Requisitos para registrar la microempresa en la cámara demicroempresarios. ..... 31
2.3.4. Registro único de contribuyente RUC ..... 31
2.3.5 Permisos y patentes municipales. ..... 32
2.3.5.1 Apertura de patentes municipales. ..... 32
2.3.5.2 Instituto ecuatoriano de seguridad social. ..... 32
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN **..... 34**
3.1. Localización y duración de la investigación ..... 35
3.1.2. Métodos de investigación. ..... 35
3.2. Tipos de investigación. ..... 36
3.3. Diseño de la Investigación ..... 36
3.3.1. Encuesta. ..... 37
3.4. Población y Muestra. ..... 37
3.4.1. Población ..... 37
3.4.2. Muestra. ..... 37
CAPÍTULO IV RESULTADOS **..... 39**
4.1. Resultados ..... 40

4.1.1 Estudio de Mercado realizado a los Habitantes del Cantón Quevedo. .....40
4.1.2. Estudio Técnico .....50
4.1.2.1. Localización .....50
4.1.2.1.2. Macro Localización .....50
4.1.2.1.3. Micro Localización.....51
4.1.3. Factibilidad Económica y Financiera.....52
4.1.3.1. Producto.....52
4.1.3.2. Estrategias de producto. .....52
4.1.3.3. Precio.....52
4.1.4. Análisis Financiero.....52
4.1.3.4. Inversión Inicial. .....52
4.1.3.5. Fuentes de Financiamiento.....53
4.1.3.6 Detalle de los Activos Fijos .....54
4.1.3.7. Maquinarias y Herramientas .....55
4.1.3.8. Detalle del Capital Operacional.....57
4.1.3.9. Proyección de los Gastos Administrativos .....59
4.1.3.10. Gastos de Venta .....60
4.1.3.11. Depreciación .....61
4.1.3.12. Ingresos de las Ventas Anuales de la empresa .....63
4.1.3.13. Estado de Pérdida y Ganancia de la empresa. .....64
4.1.3.14. Flujo de Caja de la empresa. .....65
4.1.3.15. Indicadores de Rentabilidad.....66
4.1.3.16. Tiempo de Recuperación de la Inversión. .....66
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**.....69**
5.1. Conclusiones .....70
5.2. Recomendaciones .....71
CAPÍTULO VI BIBLIOGRAFÍA**.....72**
6.1 literatura Citada.....73
CAPÍTULO VII ANEXOS**.....75**

# ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Habitantes del Cantón Quevedo .....40
Cuadro 2. Alimentos .....41
Cuadro 3. Cantidad de Ingresos .....42
Cuadro 4. Frecuencia de Compras .....43
Cuadro 5. Consumo de Hortalizas .....44
Cuadro 6. Hortalizas que Consumen más a Menudo .....45
Cuadro 7. Empresa Productora de Hortalizas Orgánicas .....46
Cuadro 8. Características de las Hortalizas .....47
Cuadro 9. Hortalizas Orgánicas .....48
Cuadro 10. Hortalizas Orgánicas .....49
Cuadro 12. Inversión inicial del Proyecto. .....53
Cuadro 13. Financiamiento del proyecto .....54
Cuadro 14. Tabla de Amortización. .....54
Cuadro 15. Muebles y Enseres para la creación de la Empresa .....55
Cuadro 16. Equipos de Oficina para la creación de la Empresa .....55
Cuadro 17. Costos de Constitución para la creación de la Empresa .....55
Cuadro 18. Maquinarias para la creación de la Empresa .....56
Cuadro 19. Sueldos y Beneficios para la creación de la Empresa .....57
Cuadro 20. Suministros de Oficina para la creación de la Empresa .....58
Cuadro 21. Materiales de Oficina para la creación de la Empresa .....58
Cuadro 22. Servicios Básicos para la creación de la Empresa .....58
Cuadro 23. Publicidad para la creación de la Empresa .....59
Cuadro 24. Gastos Administrativos para la creación de la Empresa .....59
Cuadro 25. Proyección de Gastos Administrativos para la creación de la Empresa .....59
Cuadro 26. Gastos de Venta para la creación de la Empresa .....60
Cuadro 27. Depreciación de la empresa .....61
Cuadro 28. Depreciación de la Empresa. .....62
Cuadro 29. Ingreso de las Ventas Anuales .....63

Cuadro 30. Estado de pérdida y ganancia de la empresa .....64
Cuadro 31. Depreciación de la Empresa. .....65
Cuadro 32. Indicadores de rentabilidad de la empresa.....66

# ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Quevedo.....76
Anexo 2. Fotografías del cultivo de hortalizas .....79
Anexo 3. Costos Totales Para el Cultivo de Hortalizas.....80
Anexo 4. Costos Totales Para el Cultivo de Hortalizas.....81
Anexo 5. Costos Totales Para el Cultivo de Hortalizas.....82
Anexo 6. Costos Totales Para el Cultivo de Hortalizas.....83
Anexo 7. Costos Totales Para el Cultivo de Hortalizas.....84
Anexo 8. Costo Unitario de Hortaliza Cultivada Orgánicamente.....84
Anexo 9. Presupuesto de Venta .....85
Anexo 10. Presupuesto de Venta de Unidades demandadas.....86

# ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1: Habitantes del cantón Quevedo .....40
Grafico 2: Alimentos.....41
Grafica 3. Cantidad de ingresos.....42
Grafica 4. Frecuencia de compras.....43
Grafico 5. Consumo de hortalizas.....44
Grafico 6: Hortalizas que consumen más a menudo .....45
Grafico 7. Empresa productora de hortalizas orgánicas .....46
Grafico 8. Características de las hortalizas.....47
Grafico 9. Hortalizas orgánicas.....48
Grafico 10. Hortalizas orgánicas.....49

## RESUMEN EJECUTIVO

La destrucción del medio ambiente, los altos costos de pesticidas y abonos químicos, así como los efectos de la salud de las personas es la razón principal para introducir la siembra de productos agrícolas orgánicos a los mercados de consumo, cabe señalar que la producción orgánica no altera el ecosistema que nos rodea, garantizando así al consumidor un producto apto para su salud. La comercialización de productos orgánicos tendrá éxito pues hoy por hoy los consumidores exigen productos sanos para su alimentación.

Las hortalizas orgánicas se producen sin el uso de agroquímicos, su manejo se realiza con el uso de abonos orgánicos, insecticidas naturales, diversidad de cultivos asociados. Todo esto para cuidar nuestro medio ambiente (suelos, plantas, agua, animales) y a nosotros como seres humanos nos favorece los alimentos sanamente cultivados.

Es por ello que con esta investigación se pretende crear la empresa, para que de esta manera se aproveche este tipo de productos de una forma diferente, procesándolas y obteniendo alimentos para comercializarlos en el mercado nacional, y de esta forma estaría ayudando y creando fuentes de trabajo y una nueva alternativa de incrementar sus ingresos.

La inversión inicial es de $ 25.000.00 el cual el 20% es de capital propio $5.000.00 mientras que el 80% estará financiado por el Banco Nacional de Fomento es decir $20.000.00, a cuatro años plazo y a una tasa de interés del 10% anual, la tasa interna de retorno es de 146% y el valor actual neto de la inversión es de $93,865.00, el tiempo de recuperación de la inversión es de 3 años, 1 mes y 23 días el cual indica que el proyecto es rentable.

## ABSTRACT

The destruction of the environment, the high costs of pesticides and chemical fertilizers as well as the effects of the health of people is the main reason for introducing planting organic consumer market agricultural products, it should be noted that organic production is not alters the ecosystem around us, ensuring the consumer a product suitable for your health. The marketing of organic products will succeed because consumers today demand for healthy food products.

Organic vegetables are produced without the use of agrochemicals, its management is performed with the use of organic fertilizers, natural insecticides, diversity of cropping. All this to save our environment (soil, plants, water, animals) and us as human beings in our favor food grown healthily.

That is why this research is to create the company, so that in this way these products differently, processing them take advantage and getting food to market in the domestic market, and thus would be helping and creating sources work and a new alternative for increasing their income.

The initial investment is $ 25,000.00 which 20% is equity $ 5,000.00 while 80% will be funded by the National Development Bank that is $ 20,000.00, four year term and an interest rate of 10%, the internal rate of return is 146% and the net present value of the investment is $ 93865.00, time of payback is 3 years, 1 month and 23 days which indicates that the project is profitable .

# ESQUEMA DE CODIFICACIÓN

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | |
| 1 | **Título / Title** | M | **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HORTALIZAS DE ORIGEN ORGÁNICO, CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2014** |
| 2 | **Creador / Subject** | M | Kelly Lisbeth García Veloz |
| 3 | **Materia / Subject** | M | Carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial |
| 4 | **Descripción / Description** | M | La presente investigación se realizó en el Cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos, con el objetivo de realizar un **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HORTALIZAS DE ORIGEN ORGANICO, CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2014** Mediante este proyecto se plantea la creación de la empresa, con un debido estudio de mercado para conocer la oferta y demanda, estudio económico, y financiero con la finalidad de determinar la factibilidad del mismo. |
| 5 | **Editor / Publisher** | M | Kelly Lisbeth García Veloz |
| 6 | **Colaborador / Contributor** | O | **Dra. Martha Judith Arboleda Briones MSc.** |
| 7 | **Fecha / Date** | M | |
| 8 | **Tipo / Type** | M | Tesis de Grado |
| 9 | **Formato / Format** | R | Programas: Microsoft Word 2010; Microsoft Excel 2010; Microsoft Power Point 2010. |
| 10 | **Identificador / Identifier** | M | kellygarciagc@hotmail.com |
| 11 | **Fuente / Source** | O | Población, habitantes del Cantón Quevedo, textos, internet |
| 12 | **Lenguaje / Langueje** | M | Español |
| 13 | **Relación / Relation** | O | Ninguno |
| 14 | **Cobertura / Coverage** | O | |
| 15 | **Derechos / Rights** | M | Ninguno |
| 16 | **Audiencia / Audience** | O | Tesis de Grado |

# CAPÍTULO I

# MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

## 1.1 Introducción

El siguiente trabajo tiene por objetivo realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de hortalizas de origen orgánico en el cantón Quevedo año 2014. Para ello se llevó a cabo una encuesta, tomando en cuenta los habitantes del cantón Quevedo y fue aplicada sobre una muestra probabilística.

Capítulo I. Consta el Marco Contextual de la Investigación, contiene el planteamiento del problema, diagnóstico, formulación del problema, justificación, así como los objetivos que desean alcanzarse con la ejecución del mismo.

Capítulo II. Se define la fundamentación teórica en el cual consta todo lo referente al tema de investigación, el estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero.

Capítulo III. Indica la metodología del proyecto, contiene la población y muestra considerada para el estudio y señala las técnicas, métodos y procedimientos aplicables para la realización del mismo.

Capítulo IV. Se refiere al análisis e interpretación de resultados de la investigación, utilizando como referente las encuestas realizadas a los habitantes del Cantón Quevedo.

Capítulo V. Contiene las conclusiones y recomendaciones del proyecto de investigación.

Capítulo VI. Se detalla la bibliografía que se obtuvo de libros, y de internet.

Captulo VII. Se detalla todos los anexos obtenidos para la elaboración del proyecto de investigación.

La destrucción del medio ambiente, los altos costos de pesticidas y abonos químicos, así como los efectos de la salud de las personas es la razón principal para introducir la siembra de productos agrícolas orgánicos a los mercados de consumo, cabe señalar que la producción orgánica no altera el ecosistema que nos rodea, garantizando así al consumidor un producto apto para su salud. La comercialización de productos orgánicos tendrá éxito pues hoy por hoy los consumidores exigen productos sanos para su alimentación.

.Las hortalizas orgánicas se producen sin el uso de agroquímicos, su manejo se realiza con el uso de abonos orgánicos, insecticidas naturales, diversidad de cultivos asociados. Todo esto para cuidar nuestro medio ambiente (suelos, plantas, agua, animales) y a nosotros como seres humanos nos favorece los alimentos sanamente cultivados.

Es por ello que con esta investigación se pretende crear la empresa, para que de esta manera se aproveche este tipo de productos de una forma diferente, procesándolas y obteniendo alimentos para comercializarlos en el mercado nacional, y de esta forma estaría ayudando y creando fuentes de trabajo y una nueva alternativa de incrementar sus ingresos.

El proyecto de investigación tiene como propósito elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de hortalizas de origen orgánico, en el cantón Quevedo, año 2014.

### 1.1.1. Planteamiento del problema

#### 1.1.1.1. Diagnóstico.

Este proyecto surge de la idea de crear una empresa, cuyo objetivo es la producción y comercialización de alimentos orgánicos por medio de procesos estrechamente relacionados, los cuales permiten utilizar los subproductos de un proceso e incluirlo como insumo en otros, mitigando el impacto negativo en el medio ambiente.

La actual situación que se vive a nivel mundial, por las condiciones ambientales presentes en los diferentes ecosistemas del globo terrestre, ha generado la necesidad de buscar el cambio a través de procesos que contribuyan a disminuir los contenidos contaminantes emitidos por los procesos desarrollados por el ser humano.

#### 1.1.1.2. Pronóstico

- Alimentos sanamente cosechados.
- Posibles clientes satisfechos con el producto.
- Personal altamente calificado para el cultivo de las hortalizas.

##### 1.1.1.2.1. Control del Pronóstico

- Hortalizas orgánicas frescas para el consumo diario de los habitantes.
- Aceptación de los productos por parte de los habitantes del Cantón Quevedo.
- Herramientas necesarias para el cultivo de las hortalizas.

#### 1.1.1.1.4. Formulación del problema.

¿Cómo el estudio de factibilidad incide positivamente en la creación de una empresa productora y comercializadora de hortalizas de origen orgánico, cantón Quevedo, año 2014?

### 1.1.2. Sistematización del problema

¿Cuál es la influencia de un estudio de mercado, en la realización del proyecto de investigación?

¿Cómo un estudio técnico definirá la localización de la empresa productora y comercializadora de hortalizas orgánicas en el cantón Quevedo año 2014?

¿Cuál es la factibilidad económica y financiera de la instalación de la empresa productora y comercializadora de hortalizas orgánicas, cantón Quevedo?

#### 1.1.2.1. Delimitación del problema.

Esta investigación está basada en el proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de hortalizas de origen orgánico, en el cantón Quevedo, año 2014.

El proceso consiste en conocer las necesidades del mercado, para posteriormente dar soluciones a la población.

### 1.1.3. Justificación

En respuesta a las necesidades económicas y mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del cantón Quevedo, se lleva a cabo un Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de hortalizas orgánicas, la cual surge como alternativa de solución debido a que contribuye a optimizar las condiciones humanas de trabajo y en consecuencia incrementar la producción de alimentos en la región.

Con el estudio de mercado realizado, se espera que en nuestro cantón el consumo de hortalizas orgánicas sea el más frecuente en consumir ya que es un producto que evitará un alto índice de enfermedades, que a diferencia de los otros productos de consumo, estos sean más escogidos por los consumidores.

Mediante el estudio financiero, se conocerá cual es la inversión para la realización del proyecto de investigación, para de esta manera no hacer gastos innecesarios, que justifiquen la inversión del mismo.

La investigación es realizada ya que es un requisito importante para obtener el título de Ingeniería en Gestión Empresarial.

## 1.2. Objetivos

### 1.2.1. Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad, para la creación de una empresa productora y comercializadora de hortalizas orgánicas en el cantón Quevedo año 2014.

### 1.2.2. Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado, que determine los compradores potenciales de los diferentes productos a comercializar.

- Establecer un estudio técnico que defina la localización de la empresa productora y comercializadora de hortalizas orgánicas en el cantón Quevedo año 2014.

- Comprobar la factibilidad económica y financiera de la instalación de la empresa productora y comercializadora de hortalizas orgánicas en el cantón Quevedo año 2014.

## 1.3. Hipótesis

### 1.3.1. Hipótesis General

El estudio de factibilidad influye positivamente en la creación de una empresa productora y comercializadora de hortalizas orgánicas en el cantón Quevedo, año 2014.

### 1.3.2. Hipótesis Específica.

El estudio de mercado, el estudio técnico y el análisis financiero garantiza el proyecto de investigación para la creación de la empresa productora y comercializadora de hortalizas orgánicas en el Cantón Quevedo año 2014.

### 1.3.3. Variables.

#### 1.3.3.1. Variable Dependiente

Estudio de factibilidad.

#### 1.3.3.2. Variable independiente

Creación de la empresa productora y Comercializadora de Hortalizas Orgánicas en el Cantón Quevedo año 2014.

# CAPÍTULO II

# MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN.

## 2.1. Fundamentación teórica.

### 2.1.1 Estudio de Mercado.

**Córdova, M. (2010)** "Considera que el estudio de mercado es la determinación y la cuantificación de la oferta, la demanda, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización."

**Blanco, A. (2010)** "Define que el estudio de mercado es una herramienta que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados; procesados mediantes herramientas estadísticas y así obtener como resultado la aceptación o no y complicaciones de un producto del mercado."

### 2.1.2. Empresa.

**Baca, G. (2011)** "Manifiesta que la alta dirección establece la misión de la empresa, sus objetivos, las estrategias generales y las políticas de la empresa, los directores del marketing deben colaborar estrechamente con otros departamentos de la empresa."

### 2.1.3. Mercado.

**Córdova, M. (2010)** "Considera que el mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten las necesidades o deseos específicos y que podrían estar dispuestos a tener la capacidad para realizar un intercambio para satisfacer una necesidad."

**Blanco, A. (2010)** “Expone que el mercado es el área en que influyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.**”**

### 2.1.4. Análisis de la oferta.

**Córdova, M. (2010)** “Agrega que el estudio de la oferta, consiste en conocer los volúmenes de producción y venta de un determinado producto o servicio, así como saber, el mayor número de características de las empresas que los generan. Durante el proceso de recolección de datos, es frecuente que las organizaciones eviten dar información sobre sí mismos, por lo que hay necesidad de proveer ciertos procedimientos o técnicas para obtener los datos o información que se requieren, por ello, lo primero es determinar el número de productores y oferentes que intervienen en el área de influencia, es decir nuestra competencia.

Si existe solo un productor, se trata de una especie de monopolio que posiblemente tenga asegurada su venta y en estas condiciones poco se puede hacer ya que la solución probablemente reviste un mayor carácter político que técnico. Pero si es el caso contrario, porque hay muchas empresas que compiten entonces los datos más importantes a obtener serán en torno a los costos de producción, niveles de calidad y servicios que se agregan al producto.

Si son pocos los oferentes, se debe buscar información como por ejemplo: capacidad instalada, producción real y potencial, programas de expansión, posicionamiento, etc. Los aspectos a considerar pueden ser: Prestigio de la marca, políticas de expansión, costo de producción, niveles de competencia,

distancia con los centros de consumo, tipos y costos de transporte, periodos y motivos por los que se eleva a baja la producción.

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades o condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio.

El precio se establece que a medida que el precio aumenta, la cantidad ofrecida es mayor, será menor si el precio disminuye, por lo tanto precio y cantidad reacciona en razón directa".

**2.1.4.1. Precio.**

**Blanco, A. (2010) "**Establece que el precio es la manifestación en valores de cambio monetarios, o como la cantidad de dinero, que es necesario entregar para adquirir un bien o servicio".

**Tárrago, S. (2012)** "Expone que la fijación de precios pueden hacérselas en función de los costos, competencia y demanda".

**2.1.4.2. Demanda.**

**M. (2010)** "Considera que la demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer una necesidad o un deseo quienes además tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un periodo determinado y en un lugar establecido***".***

**Tarrago, S. (2012)** “Menciona que la demanda tiene por objeto demostrar y cuantificar la existencia, o ubicaciones geográficamente definidas, de individuos o entidades organizadas con consumidores o usuarios actuales o potenciales del bien o servicio que se piensa ofrecer”.

### 2.1.4.3. Oferta.

**Baca, G. (2011)** “Considera que la oferta de bienes y servicios deben basarse en información sobre volúmenes de producciones actuales, proyectadas y capacidades instaladas y utilizadas en planes de ampliación”.

**Vega, V. (2011)** “Define que la oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para satisfacer necesidades o deseos, y en cuanto a cada una de ellas”.

### 2.1.5. Canales de distribución.

**Blanco, A. (2010)** “Considera que los canales de distribución es lo relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios”.

**Tárrago, S. (2012) “**Señala que los canales de distribución en mercadotecnia incluyen el precio, actividades promocionales, publicidad personal de venta, promoción de ventas y relaciones públicas etc. Para la ejecución de proyectos”.

### 2.1.6. Competencia.

**Córdova, M. (2010)** “Determina que es el conjunto de empresas que ofrecen productos similares a los de nuestra empresa y producen bienes o sustituyen en el consumo a nuestros productos”.

**Blanco, A. (2010)** “Considera que la competencia es una fuerza importante en la mayoría de los mercados por lo que éste se debe a las diferentes marcas, precios que sean accesibles para el consumidor”.

### 2.1.7. Servicios.

**Tárrago, S. (2012) “**Agrega que son todas aquellas actividades identificables, intangibles, que son el objeto principal de una operación que se concibe para proporcionar la satisfacción de necesidades de los consumidores”.

**Córdova, M. (2010) “**Menciona que los servicios son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de los esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño un esfuerzo que implica generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarnos o almacenarlos; pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta, por lo tanto puedes ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes”.

### 2.1.8. Estudio Económico.

**Baca, G. (2011) "**Declara que el estudio económico consiste en ordenar y sistematizar la información de carácter monetario, que promocionan las demás etapas y elevar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica".

**Córdova, M. (2010)** "Confirma que el estudio económico, tiene como finalidad proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área".

### 2.1.9. Inversión.

**Baca, G. (2011)** "Sostiene que son todos los gastos que se efectúan en unidad de tiempo, para la adquisición de determinados factores o medios productivos, los cuales permiten implementar una unidad de producción, que a través del tiempo genera flujo de beneficios".

**Blanco, A. (2010)** "Consiste en un proceso por el cual, un objeto decide vincular recursos financieros líquidos a cambios de expectativas, para obtener unos beneficios también líquidos a largo de un plazo de tiempo, denominando vida útil u horizonte temporal del proyecto".

### 2.1.10. Estudio de factibilidad.

**Blanco, A. (2010)** "Considera que el estudio de factibilidad de un proyecto es determinar la viabilidad social, económica y financiera haciendo uso de herramientas contables y económicas como lo son el cálculo del punto de equilibrio y el valor agregado, así como también el uso de herramientas financieras tales como el cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Presente Neto (VPN)".

**Flores, J. (2011)** "Menciona que el estudio debe conducir a la identificación precisa del plan de negocio a través del estudio de mercado, tamaño, localización, ingeniería de proyecto, diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto, estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología, lo mismo que los costos de operación y el cálculo de ingresos, identificación plena de fuentes de financiación y la regulación de compromisos de participación en el proyecto".

#### 2.1.10.1. Tipos de Estudio de Factibilidad.

**Flores, J. 2011)** Agrega que existen tres tipos de estudio de factibilidad.

**Factibilidad técnica:** Si existe o está al alcance la tecnología necesaria para el sistema.

**Factibilidad económica:** Relación, beneficio, costo.

**Factibilidad operacional u organizacional:** Si el sistema puede funcionar en la organización.

#### 2.1.10.1.1. Factibilidad Económica

**Blanco, A. (2010)** “Menciona que es un mercado de clientes, dispuestos a adquirir y utilizar los productos y servicios obtenidos del proyecto del desarrollo. Así mismo indica si existen las líneas de obtención, distribución y comercialización del producto del sistema y de no ser así indica que es posible crear o abrir esas líneas para hacer llegar las mercancías o los servicios a los clientes que así lo desean”.

#### 2.1.10.1.2. Factibilidad humana y operativa

**Flores, J. ( 2011)** “Se refiere a que debe existir el personal capacitado, requerido para llevar a cabo el proyecto y así mismo, deben existir usuarios finales dispuestos a emplear los productos o servicios desarrollados”.

#### 2.1.10.1.3. Factibilidad técnica o tecnológica

**Flores, J. (2011)** “Indica que si se dispone de los conocimientos y habilidades en el manejo de métodos, procedimientos y funciones requeridas para el desarrollo e implementación del proyecto, se debe realizar, así como de los equipos y herramientas para llevar a cabo; de no ser así, hay que ver la posibilidad de generarlos o crearlos con el tiempo requerido por el proyecto”.

#### 2.1.10.1.4. Factibilidad organizacional

**Blanco, A. (2010)** "Determina que existe una estructura funcional y/o divisional de tipo formal que apoyen y faciliten las relaciones entre personal, sean empleados o gerentes, de tal manera que provoquen un mejor aprovechamiento de los recursos especializados, una mayor eficiencia y coordinación entre los que diseñan, procesan, producen y comercializan los productos o servicios".

#### 2.1.10.1.5. Factibilidad legal

**Flores, J. (2011) "**Se refiere a que el desarrollo del proyecto de todo tipo de sistema no debe inferir alguna norma o ley establecida a nivel local, municipal, estatal o federal".

#### 2.1.10.1.6 Factibilidad política

**Blanco A, (2010) "**advierte que el sistema o proyecto propuesto debe respetar los acuerdos, convenios y reglamentos internos de tipo empresarial, industrial, sindical, religioso, partidista cultural, deportivo; pues se debe evitar que las autoridades de control del estado establezcan responsabilidades civiles o penales."

### 2.1.10.1.7. Factibilidad de tiempo

**Córdova, M. (2010)** “Define que en ella se verifica que se cumplan los plazos entre lo planeado y lo real para poder llevar a cabo el proyecto cuando se necesite, pues todo proyecto que se pretenda realizar debe ser sustentable en el tiempo por lo que dicha sustentabilidad no solamente es económica, sino también social y ambiental”.

.

### 2.1.11. Hortalizas

**Fúnez, C. (2012)** “Considera que el cultivo de hortalizas, comúnmente conocido como horticultura es la rama de la agronomía que se dedica al estudio de las hortalizas, frutas, flores y nueces. Las hortalizas son cultivos que requieren inversiones altas por unidad de superficie, pero también permiten obtener rentabilidades altas; son de ciclo corto y muy pocas especies son perennes, deben ser consideradas para programas diversificados por la cantidad de especies involucradas más que todo las altas demandas así como la adaptación y diversidad de producto que proporcionan al mercado nacional”**.**

La mayoría de las hortalizas son de clima templado a clima cálido. Otras hortalizas son de clima frío pero toleran el calor, como es la cebolla y la papa. El clima frío tiene 4ºC mínimo y 25ºCmaximo, mientras que el clima cálido arriba de los 10ºC. Dentro del clima los factores más incidentes son la luz y la humedad de la atmósfera.

Son cultivos explotados de suelo: deben tener buen drenaje, textura y estructura con alto contenido de materia orgánica.

El consumo es el propósito primordial de la producción para producir y comercializar efectivamente, debe hacerse un análisis de la presente de los consumidores en materia de compra, se estudian los factores de cambio de consumo y se determinan las necesidades y deseos de los futuros compradores.

En sí las hortalizas son un conjunto de plantas cultivadas generalmente en huertas o regadíos, que se consumen como alimento, ya sea de forma cruda o preparada culinariamente.

**2.1.11.1. Los principales tipos de hortalizas son:**

- Acelga
- Achicoria
- Ajo
- Alcachofa
- Apio
- Berenjena
- Berro
- Brócoli
- Cebolla
- Col
- Coliflor
- Espárrago
- Espinaca
- Guisante
- Haba
- Lechuga
- Nabo
- Patata
- Perejil
- Pimiento
- Rábano
- Remolacha
- Repollo
- Zanahoria

### 2.1.12. Clasificación de las hortalizas

#### 2.1.12.1. Según la parte de la planta comestible

Las hortalizas se clasifican en:

- **Frutos:** berenjena, pimiento, tomate, calabaza
- **Bulbos:** cebolla, ajo.
- **Hojas y tallos verdes:** acelgas, lechuga, espinacas, perejil, apio, col, brócoli.
- **Flor:** alcachofa, coliflor.
- **Tallos jóvenes:** Espárragos.
- **Legumbres frescas o verdes:** guisantes, habas.
- **Raíces:** Zanahorias, nabo, remolacha, rábano. **(Ministerio de Agricultura, 2011)**

#### 2.1.12.2. Según el medio de conservación

**Las hortalizas se clasifican en:**

- **Hortalizas frescas:** se venden a granel o envasadas.
- **Hortalizas congeladas:** prácticamente tiene las mismas propiedades que frescas.
- **Hortalizas deshidratadas o desecadas:** Se les ha eliminado el agua.

### 2.1.12.3. Según el color

Las hortalizas se clasifican en:

- **Hortalizas de hoja verde:** Son las verduras y aportan pocas calorías y tienen un gran valor alimenticio por su riqueza en vitaminas A, C, el complejo B, E y K, minerales como el calcio y el hierro y fibra. El color verde se debe a la presencia de la clorofila. Son ejemplo de verduras: lechuga, escarola, repollo, achicoria, berro, acelga y espinaca **Fúnez, C. (2012).**

- **Hortalizas amarillas:** Estas hortalizas son ricas en caroteno, sustancia que favorece la formación de vitamina A. El caroteno se aisló por primera vez a partir de la zanahoria, hortaliza a la que debe su nombre.

- **Hortalizas de otros colores**: Contienen poco caroteno pero son ricas en vitamina C y en las vitaminas del complejo B **Fúnez, C. (2012)**

### 2.1.13. Técnicas aplicadas al cultivo de hortalizas orgánicas.

#### 2.1.13.1. Ubicación del terreno.

**Fúnez, C.(2012)** "Menciona que el terreno para la siembra debe estar ubicado en lugares estratégicos y por supuesto el suelo debe ser el adecuado para el cultivo. De preferencia, deben utilizarse las zonas cercanas a los centros de consumo o que tengan fácil acceso para agilizar el transporte y/o comercialización. Debe haber suficiente disponibilidad de agua para efectuar los riegos, pues las

hortalizas necesitan suficiente para lograr su normal desarrollo. La incidencia de vientos fuertes o prolongados afectan la fisiología de los cultivos, razón por la cual deben protegerse de éstos con cortinas rompe vientos. La plantación necesita de cuidados intensivos, por lo que es precisa una constante vigilancia. Los suelos deben ser de preferencia planos y profundos, ricos en materia orgánica, con buen drenaje externo e interno".

### 2.1.13.2. Calidad de la semilla

**(Ministerio de Agricultura, 2011)** Sostiene que para la siembra de hortalizas es necesario disponer de semilla de buena calidad, de preferencia semilla certificada.

- Es recomendable que antes de hacer los semilleros o la siembra directa, realizar una prueba de germinación de la semilla que se utilizará, pues el porcentaje mínimo aceptable de viabilidad es del 85%.

### 2.1.14. Recursos utilizados para la producción de hortalizas orgánicas.

**Fúnez, C.( 2012)** Agrega que los recursos utilizados se pueden clasificar en tres: suelo, abono orgánico y semilla. Debido a que esta última dependerá del tipo de cultivo, se enfocará solo en dos: suelo y abono.

### 2.1.14.1. Suelo.

**Ministerio de Agricultura (2011)** Sostiene que para convertir una finca de producción convencional, en productora orgánica además de suspender la

aplicación de insumos químicos, se necesita sobre todo de un plan de manejo del suelo a largo plazo.

**2.1.14.2 Conocer el terreno.**

Para comenzar se debe tener una idea completa de cuán intoxicado está el suelo y de cuánto tiempo se necesitará para desintoxicarlo, en este esfuerzo es posible utilizar análisis físico-químico del suelo. Lo común es un período entre 1 y 3 años para lograr una buena desintoxicación, pero esto dependerá del tipo de plaguicidas que se haya utilizado en el terreno. **Ministerio de Agricultura (2011).**

**2.1.14.3 Producción.**

**Ministerio de Agricultura (2011)** Define que en cualquier proceso de cambio, al comienzo siempre surgirán problemas. Frecuentemente el mismo agricultor tiene que experimentar varias veces en su terreno para lograr el éxito. Para el pequeño agricultor que no tiene otro ingreso más que su parcela, esto no es posible ya que le significará pasar hambre, por lo mismo en este tipo de agricultura es muy importante compartir las experiencias con otros agricultores, y es en este aspecto que el apoyo de organizaciones no gubernamentales ha resultado imprescindible por el momento.

**2.1.14.3 Abono orgánico.**

**Fúnez, C. (2012)** “Manifiesta que los abonos orgánicos son importantes porque ayudan a que la tierra produzca más y que los productos sean de buena calidad:

su elaboración fácil, ya que se hace con los desperdicios de cultivos y otros materiales que fácilmente se tienen a disposición.

### 2.1.15. Talento Humano.

**Cordova, M. (2010) "**Manifiesta que el talento humano es un proceso donde se incorpora nuevos integrantes a una labor y que además desarrolla y retiene a un recurso humano existente".

#### 2.1.15.1. Gestión del Talento Humano

**Flores, J. (2011)** "Define que es un proceso que impulsa el éxito de la empresa desarrollando habilidades y destrezas de sus empleados. Las compañías que han puesto la gestión del talento en práctica lo han hecho para solucionar el problema de la retención del personal y problemas derivados al éxito de la empresa".

#### 2.1.15.2. Características del Talento Humano

- **Actitud activa.** Ante los problemas y las situaciones, capacidad para tomar iniciativas y no actuar siempre reactivamente. Estas cualidades se denominan capacidad de emprender. No se trata de montar una empresa, sino de ser capaz de hacer proyectos y llevarlos a cabo,

- **Capacidad para aprender eficazmente a lo largo de toda la vida.** Aprender no es asimilar conceptos o ideas, sino competencias, capacidades, facultades. El talento está siempre deseoso de aprender.
- **Capacidad para crear.** Crear es producir intencionadamente novedades eficaces.
- **Capacidad para evaluar,** tanto en el plano individual como en el social.
- **Debe tener las virtudes de la acción,** de la **realización** y del **cumplimiento**.

## 2.2. Fundamentación Conceptual

### 2.2.1. Estudio de Mercado

**Flores, J. ( 2011)** “Considera que el estudio de mercado en los proyectos de inversión, busca cuantificar los bienes o servicios que la empresa debe producir y vender para satisfacer las necesidades del consumidor final. En los proyectos públicos, los esfuerzos se orientan hacia el mejoramiento de las condiciones económicas y sociales de la comunidad que se beneficia con el proyecto.”

**Blanco, A, (2010)** “Manifiesta que el mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio.

El estudio de mercado es el punto de partida de la presentación detallada del proyecto, sirve para los análisis técnicos, financieros y económicos, además recopila y analiza antecedentes para ver la conveniencia de producir y atender una necesidad”.

**Tárrago, S. (2012)** “Consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. El estudio de mercado consta de dos grandes análisis importantes como son análisis de los consumidores y estrategias. El análisis de los consumidores define el comportamiento de los mismos para detectar sus necesidades de consumo, mientras que las estrategias enmarca el rumbo de la empresa”.

### 2.2.2. Estudio Técnico

**Fernández, J. (2010),** “Agrega que el estudio técnico busca determinar si es físicamente posible hacer el proyecto. En este estudio se define y justifica el proceso de producción y la tecnología a emplear para obtener el producto; además se define el tamaño del proyecto y los costos relacionados con la producción, la operación y el monto de las inversiones a realizar para que el proyecto inicie su operación”.

**Córdova, M. (2011)** “Sostiene que el estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿Cuánto, donde, como y con que producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción optima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o servicio”.

### 2.2.3. Estudio Económico

**Tarrágo, S.( 2012)** “Define que el estudio económico o análisis económico dentro de la metodología de evaluación de proyectos, consiste en expresar en términos monetarios todas las determinaciones hechas en el estudio técnico. Las decisiones que se hayan tomado en el estudio técnico, en términos de cantidad de materia prima necesaria y cantidad de desechos del proceso, cantidad de mano de obra directa e indirecta, cantidad de personal administrativo, número y capacidad de equipo y maquinaria necesarios para el proceso”.

**Córdova, M. (2011)** "Se refiere a un proceso que busca la obtención de la mejor alternativa utilizando criterios universales; es decir, la evaluación, la cual implica asignar a un proyecto un determinado valor. Dicho de otra manera, se trata de comparar los flujos positivos (ingresos) con flujos negativos (costos) que genera el proyecto a través de su vida útil, con el propósito de asignar óptimamente los recursos financieros".

Todo lo anterior sirve para la toma de decisiones importantes:

- La decisión de inversión
- La decisión de financiamiento.

De esta forma el criterio de evaluación debe responder a la pregunta de cuál es la mejor alternativa y qué tan productiva es la utilización del recurso capital.

## 2.3. Fundamentación legal.

### 2.3.1. Constitución de la Republica.

La Constitución de la República del Ecuador es la Carta Magna que rige los destinos de la patria, motivo por el cual es necesario mencionar las normativas legales que se refieren para la constitución de las empresas.
Se cita al respecto, las siguientes normativas legales de la Carta Magna de la República.

**Art. 227.-** La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación.

### 2.3.2. Requisitos para la constitución de una Microempresa.

1. Solicitud de aprobación dirigida al Señor Ministro de Trabajo.

2. Acta de la Asamblea constitutiva, suscrita por todos los miembros fundadores de la misma que deberá contener expresamente:

a) La voluntad de los miembros de constituir la misma.
b) La nómina de la directiva provisional
c) Los miembros completos, la nacionalidad, numero de documentos de identidad y domicilio de cada uno de los miembros fundadores y;
d) La indicación del lugar en que la entidad en formación tendrá su sede.

2. Todas las solicitudes previstas deberán tener un patrocinio de un abogado.

3. Deberán acreditar por cualquier medio que el tiempo de la aprobación del estatuto cuentan con un patrimonio mínimo de USD 600 dólares.

### 2.3.3. Requisitos para registrar la microempresa en la cámara de microempresarios.

- Copia del acta de constitución de la microempresa.
- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal de la microempresa.
- Copia del RUC
- Comprobante de pago de registro y pago de la cuota social anual de $ 200.00.
- Dos fotografías tamaño carnet del representante legal.

### 2.3.4. Registro único de contribuyente RUC

El RUC permite que el negocio funcione correctamente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos.

- Presentar el documento legal del registro de la sociedad.
- Copia de planilla en la que aparezca la dirección donde funcionará la compañía.
- Copia certificada de la escritura de constitución y nombramiento del representante legal.
- Carta de autorización a la persona que va realizar el trámite.
- El trámite para obtención del registro único de contribuyente no tiene ningún costo monetario**. www.SRI.gob.ec**

### 2.3.5 Permisos y patentes municipales.

Todo negocio sin importar su finalidad, debe cumplir con lo que dispone la ley en los ámbitos legales, tributarios, sanitarios. Etc. Para que sus operaciones sean reconocidas por las autoridades y especialmente por los clientes.

Este permiso o documento se lo obtiene en las oficinas de la muy Ilustre Municipalidad del Cantón.

#### 2.3.5.1 Apertura de patentes municipales.

- Balance de apertura
- Fotocopia del RUC
- Contrato de alquiler del local
- Papeleta de pago del impuesto inmobiliario
- Escritura de constitución inscrita en el registro público
- Inspección del local y control de sistemas de seguridad, salubridad, impacto ambiental y sondeo vecinal.
- Posterior aprobación, se abonará el patente en forma semestral o anual.

#### 2.3.5.2 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Están sujetos al régimen de seguro general obligatorio los empleados privados bajo relación de dependencia por lo tanto es obligación del patrono registrarse en el IESS, para obtener el numero patronal con el cual podrán asegurar a sus trabajadores desde el primer día de labores.

**Algunas obligaciones y trámites.**

- Solicitar su cédula de inscripción patronal.
- Notificar al IESS las modificaciones de sueldos y salarios de los accidentes de trabajo, de las enfermedades profesionales, y demás condiciones. **www.quevedo.gob.ec/sistearchivos/ordenpatentes.pdf.**

# CAPÍTULO III

# METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

## 3.1. Localización y duración de la investigación

La investigación se realizó en la ciudad de Quevedo, geográficamente se encuentra ubicada al norte de la provincia de Los Ríos, en la zona central del Ecuador; a 1°2'30" de latitud sur, y 79°28'30" de longitud oeste, tiene como vecinos: Al Norte Valencia, Buena Fe y la Provincia de Cotopaxi; al Sur: Mocache y Ventanas; al Este: Ventanas y al Oeste: El Empalme (Provincia del Guayas).

### 3.1.2. Métodos de investigación.

Mediante el método **Deductivo,** se logró realizar el análisis de la información y poder emitir opiniones firmes, relacionadas a la problemática referente al Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa.

Se utilizó el método **Inductivo**, porque permitió realizar la investigación de lo particular a lo general, lo que permite emitir conceptos de las variables de la investigación como son el estudio de factibilidad y la investigación de mercado.

Se utilizó el método **Analítico – Sintético**, porque mediante estos métodos se logró realizar un análisis de la información, además se aplicaron encuesta a las habitantes del Cantó Quevedo para posteriormente emitir conclusiones referentes a tema de investigación.

### 3.2. Tipos de investigación.

La investigación **Descriptiva,** permitió caracterizar situaciones, costumbres y actitudes predominantes de una población mediante la descripción de las actividades, que realizan para el consumo de hortalizas.

Mediante la investigación **Bibliográfica,** se logró recopilar información, procedente de libros, revistas, páginas del internet, investigaciones y documentos, relacionados con la actual creación de la empresa.

Se aplicó la investigación de **Campo,** para aplicar la técnica de la encuesta a los habitantes del cantón Quevedo.

### 3.3. Diseño de la investigación

Para adquirir la información necesaria se aplicó la encuesta con el fin de alcanzar los objetivos propuestos, que permitieron conocer las formas y gustos de los posibles clientes, también se realizó varios análisis enfocados al mercado como; los costos de insumos, los consumidores, etc., con la finalidad de que la investigación sea clara y precisa. Así mismo se utilizó modelos estadísticos, que sirvieron en el cálculo de la muestra para facilitar la aplicación de la encuesta y la elaboración de gráficos para una mejor comprensión de los resultados.

Es una investigación cuantitativa, porque con la extracción de las encuestas que se realizaron a los habitantes del Cantón Quevedo y la recolección de información técnica y financiera se podrá establecer un estudio para determinar la rentabilidad del proyecto.

### 3.3.1. Encuesta.

Este instrumento será aplicado a los habitantes del Cantón Quevedo, para conocer las directrices y recopilar la información necesaria, mediante un cuestionario de preguntas, para comprobar o negar la hipótesis.

## 3.4. Población y Muestra.

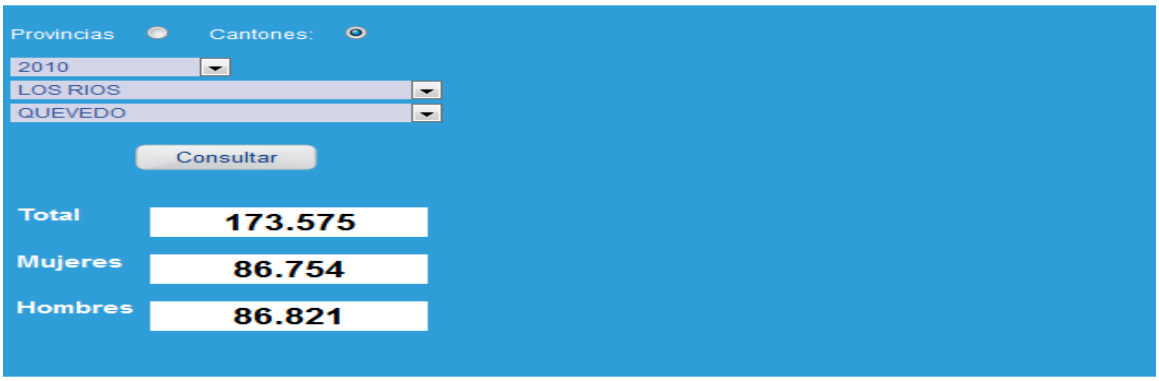
### 3.4.1. Población

En esta investigación, la población está representada por la cantidad total para la realización del estudio de investigación.

### 3.4.2. Muestra.

Tomando en consideración lo planteado anteriormente, en relación con la población, la muestra en esta investigación, estará dada por una cantidad representativa de los datos del INEC en el censo del 2010 con 173.575 habitantes.

**Resultados Censo de Población**




GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

**Cálculo de la muestra.**

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

**Datos:**

N = Población

E = Error de la muestra $(0.05)^2$

n = Tamaño de la Muestra

$$\boldsymbol{n} = \frac{\mathbf{173.575}}{(\mathbf{0,05})^2\boldsymbol{x}(\mathbf{173.575}-\mathbf{1})+\mathbf{1}}$$

$$\boldsymbol{n} = \frac{\mathbf{173.575}}{\mathbf{0.0025}(\mathbf{173.574})+\mathbf{1}}$$

$$\mathbf{n} = \frac{\mathbf{173.575}}{\mathbf{434.94}}$$

$$\mathbf{n} = \mathbf{399}$$

La muestra representativa es de 399 personas del Cantón Quevedo.

# CAPÍTULO IV

# RESULTADOS

## 4.1. Resultados

### 4.1.1 Estudio de Mercado realizado a los Habitantes del Cantón Quevedo.

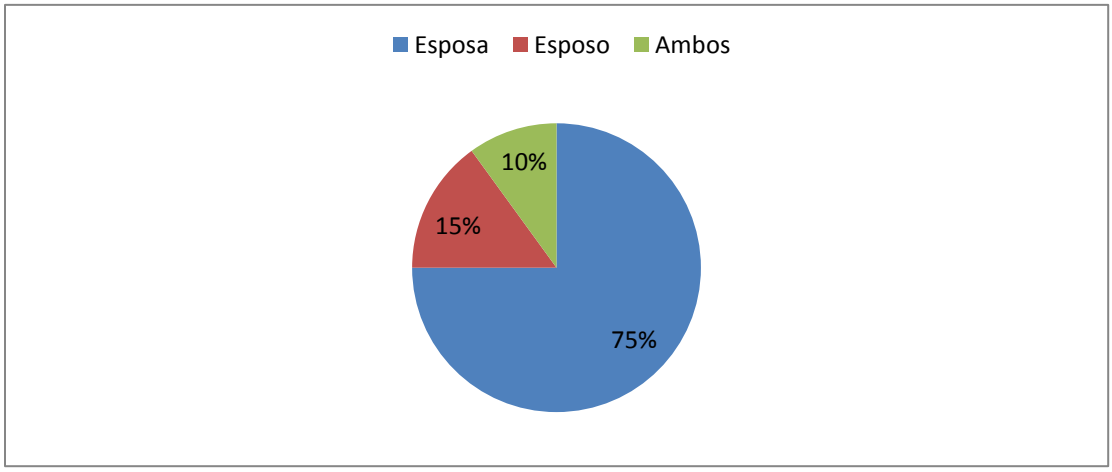
**Pregunta # 1. ¿En su hogar, quién toma las decisiones en cuanto a compra de alimentos?**

**Cuadro 1. HABITANTES DEL CANTÓN QUEVEDO**

| INDICADORES | CANTIDAD | PORCENTAJE % |
|---|---|---|
| Esposa | 210 | 75% |
| Esposo | 105 | 15% |
| Ambos | 84 | 10% |
| **TOTAL** | **399** | **100** |

**Fuente:** Encuesta Realizada
**Elaboración:** La Autora

**Grafico 1:** Habitantes del cantón Quevedo




**Fuente:** Encuesta Realizada
**Elaboración:** Kelly García

**Análisis:** el gráfico indica que el 75% de las personas encuestadas consideran que la esposa es quien compra los alimentos, ya que en muchas ocasiones el esposo se dedica al trabajo.

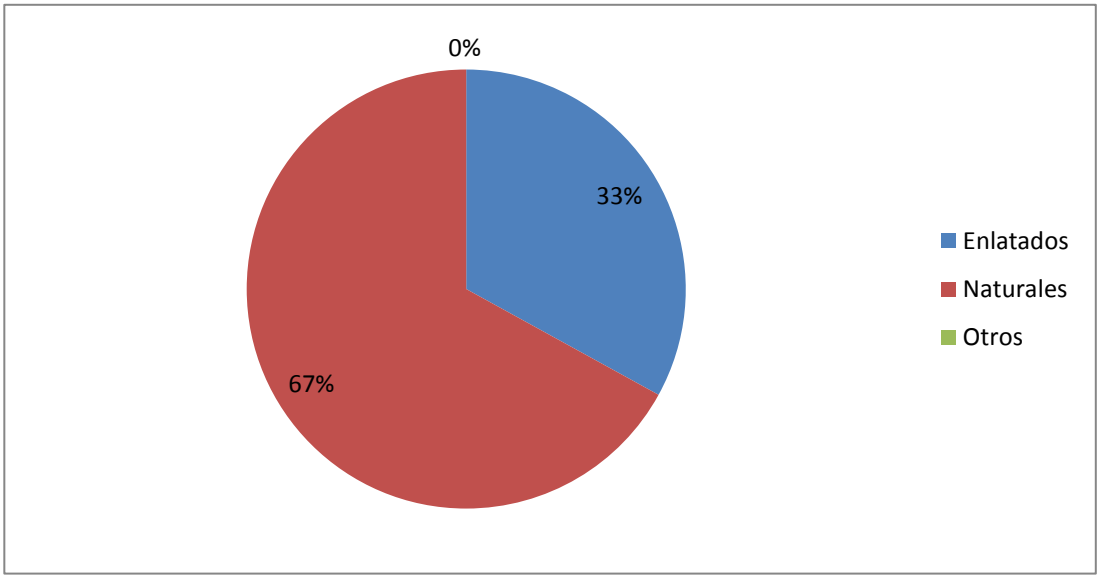
**Pregunta # 2.** ¿En cuánto alimentos perecederos como frutas, verduras y demás usted en qué presentación los compra?

**Cuadro 2. ALIMENTOS**

| INDICADORES | CANTIDAD | PORCENTAJE % |
|---|---|---|
| Enlatados | 140 | 33% |
| Naturales | 259 | 67% |
| Otros | 0 | 0% |
| **TOTAL** | **399** | **100** |

**Fuente:** Encuesta Realizada
**Elaboración:** Kelly García

**Grafico 2:** Alimentos




**Fuente:** Encuesta Realizada
**Elaboración:** Kelly García

**Análisis:** La gráfica indica que el 67% de las personas encuestadas, compran sus alimentos naturales mientras que el 33% los prefieren enlatados.

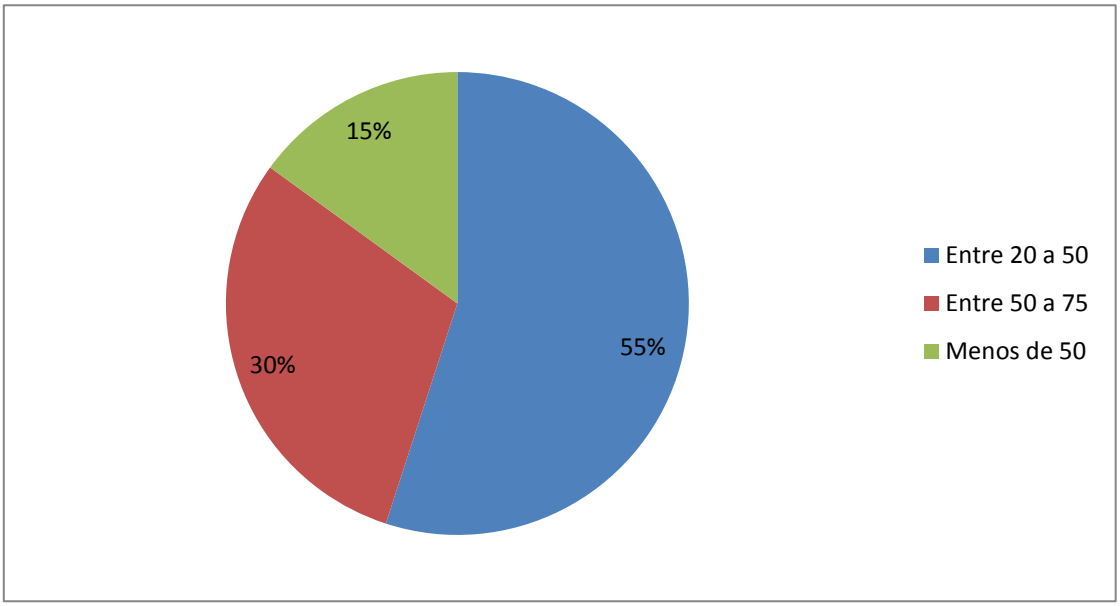
**Pregunta # 3.** ¿Qué cantidad de sus ingresos mensuales utiliza para adquirir las compras de su hogar, en cuanto a hortalizas se refiere?

**Cuadro 3. CANTIDAD DE INGRESOS**

| INDICADORES | CANTIDAD | PORCENTAJE % |
|---|---|---|
| Entre 20 a 50 dólares | 190 | 55% |
| Entre 50 a 75 dólares | 150 | 30% |
| Menos de 50 dólares | 59 | 15% |
| **TOTAL** | **399** | **100** |

**Fuente:** Encuesta Realizada
**Elaboración:** Kelly García

**Grafica 3.** Cantidad de ingresos




**Fuente:** Encuesta Realizada
**Elaboración:** Kelly García

**Análisis:** la gráfica indica que el 55% de las personas adquieren sus hortalizas entre 20 y 50 dólares mensuales dependiendo el número de personas que se encuentren en su hogar.

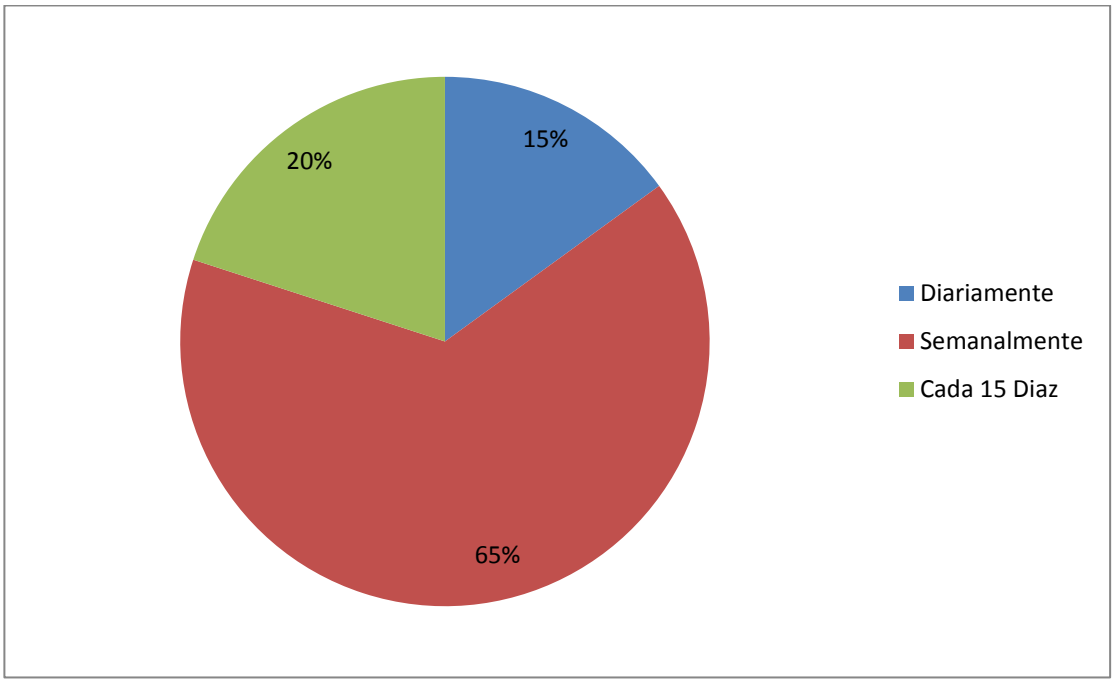
**Pregunta # 4.** ¿Con qué frecuencia realiza las compras de alimentos perecederos (hortalizas)?

**Cuadro 4. FRECUENCIA DE COMPRAS**

| INDICADORES | CANTIDAD | PORCENTAJE % |
|---|---|---|
| Diariamente | 115 | 15% |
| Semanalmente | 155 | 65% |
| Una vez cada quince días | 129 | 20% |
| **TOTAL** | **399** | **100** |

**Fuente:** Encuesta Realizada
**Elaboración:** Kelly García

**Grafica 4.** Frecuencia de compras




**Fuente:** Encuesta Realizada
**Elaboración:** Kelly García

**Análisis:** la gráfica indica que el 65% de las personas encuestadas consideran que hacen sus compras de hortalizas semanalmente.

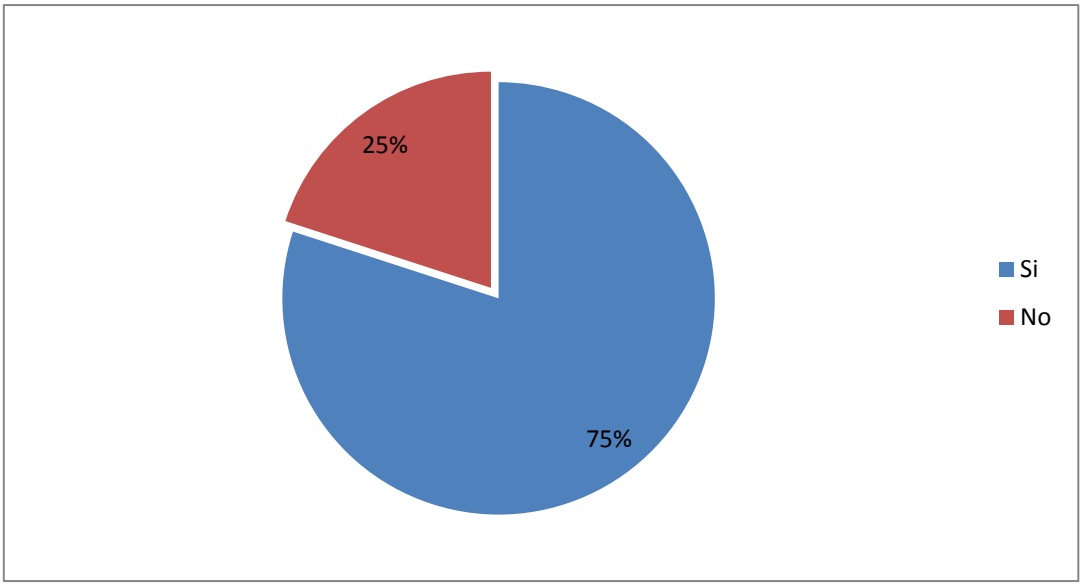
**Pregunta # 5.** ¿Le gustaría consumir hortalizas orgánicas?

**Cuadro 5. CONSUMO DE HORTALIZAS**

| INDICADORES | CANTIDAD | PORCENTAJE % |
|---|---|---|
| Si | 299 | 75% |
| No | 100 | 25% |
| **TOTAL** | **399** | **100%** |

**Fuente:** Encuesta Realizada
**Elaboración:** Kelly García

**Grafico 5.** Consumo de hortalizas




**Fuente:** Encuesta Realizada
**Elaboración:** Kelly García

**Análisis:** la gráfica indica que la mayor parte de las personas consideran que sí están de acuerdo en consumir hortalizas orgánicas, por los beneficios importantes que tienen pero el 25% considera que igualmente consumirían el producto anterior ya que las hortalizas orgánicas tendrían un precio más elevado por la calidad del producto.

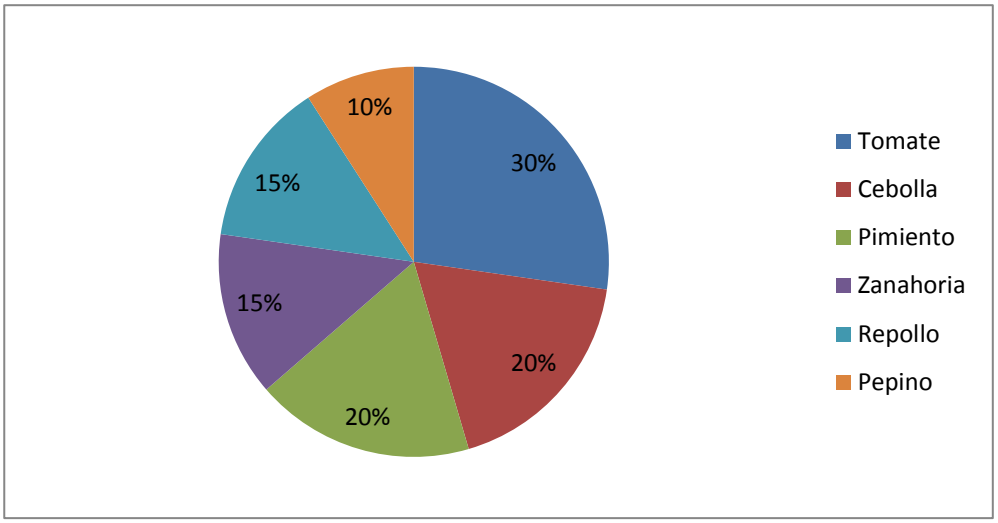
**Pregunta # 6.** ¿Cuáles son las clases de hortalizas que consume más a menudo?

**Cuadro 6. HORTALIZAS QUE CONSUMEN MÁS A MENUDO**

| INDICADORES | CANTIDAD | PORCENTAJE % |
|---|---|---|
| Tomate | 120 | 30% |
| Cebolla | 115 | 20% |
| Pimiento | 114 | 20% |
| Zanahoria | 25 | 15% |
| Repollo | 25 | 15% |
| Pepino | 15 | 10% |
| **Total** | **399** | **100%** |

**Fuente:** Encuesta Realizada
**Elaboración:** Kelly García

**Grafico 6:** Hortalizas que consumen más a menudo




**Fuente:** Encuesta Realizada
**Elaboración:** Kelly García

**Análisis:** La gráfica indica que la mayor parte de las personas compran sus hortalizas en un porcentaje medio ya que todas las hortalizas son de consumo diario.

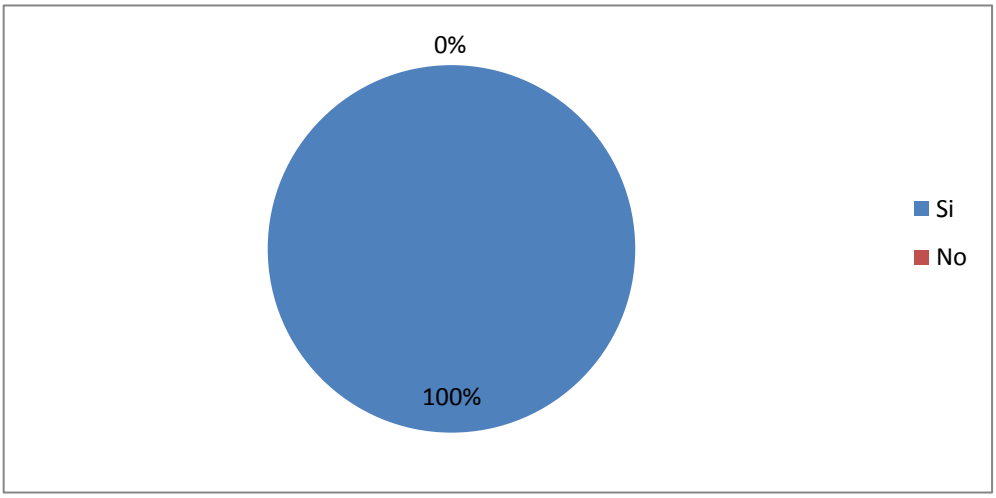
**Pregunta # 7.** ¿Le gustaría que nuestro cantón cuente con una empresa productora de hortalizas orgánicas?

**Cuadro 7. EMPRESA PRODUCTORA DE HORTALIZAS ORGÁNICAS**

| INDICADORES | CANTIDAD | PORCENTAJE % |
|---|---|---|
| Si | 399 | 100% |
| No | 0 | 0% |
| **TOTAL** | **399** | **100%** |

**Fuente:** Encuesta Realizada
**Elaboración:** Kelly García

**Grafico 7.** Empresa productora de hortalizas orgánicas




**Fuente:** Encuesta Realizada
**Elaboración:** Kelly García

**Análisis:** la gráfica indica que el 100% de las personas encuestadas consideran que si debería haber un lugar en Quevedo donde se pueda comprar estos productos.

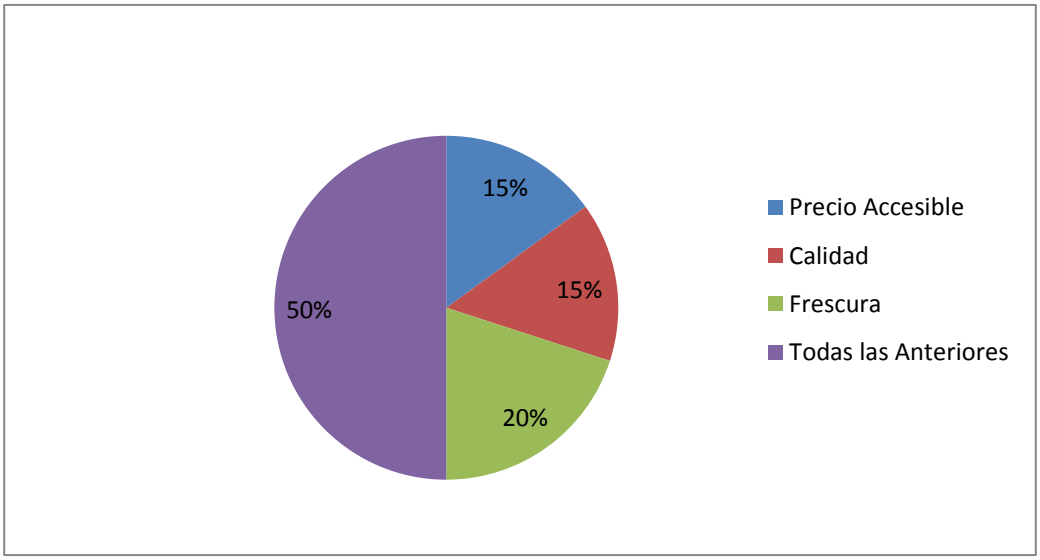
**Pregunta # 8.** ¿Cuál es la principal característica que incide al momento de comprar sus hortalizas?

**Cuadro 8. CARACTERÍSTICAS DE LAS HORTALIZAS**

| INDICADORES | CANTIDAD | PORCENTAJE % |
|---|---|---|
| Precio Accesible | 57 | 15% |
| Calidad | 57 | 15% |
| Frescura | 60 | 20% |
| Todas las anteriores | 225 | 50% |
| **Total** | **399** | **100%** |

**Fuente:** Encuesta Realizada
**Elaboración:** Kelly García

**Grafico 8.** Características de las hortalizas




**Fuente:** Encuesta Realizada
**Elaboración:** Kelly García

**Análisis:** según los datos obtenidos de las encuestas realizadas a los habitantes del cantón Quevedo consideran que las características que más inciden en la compra de hortalizas son todas las anteriores siendo estas: el Precio, Calidad y Frescura de suma importancia.

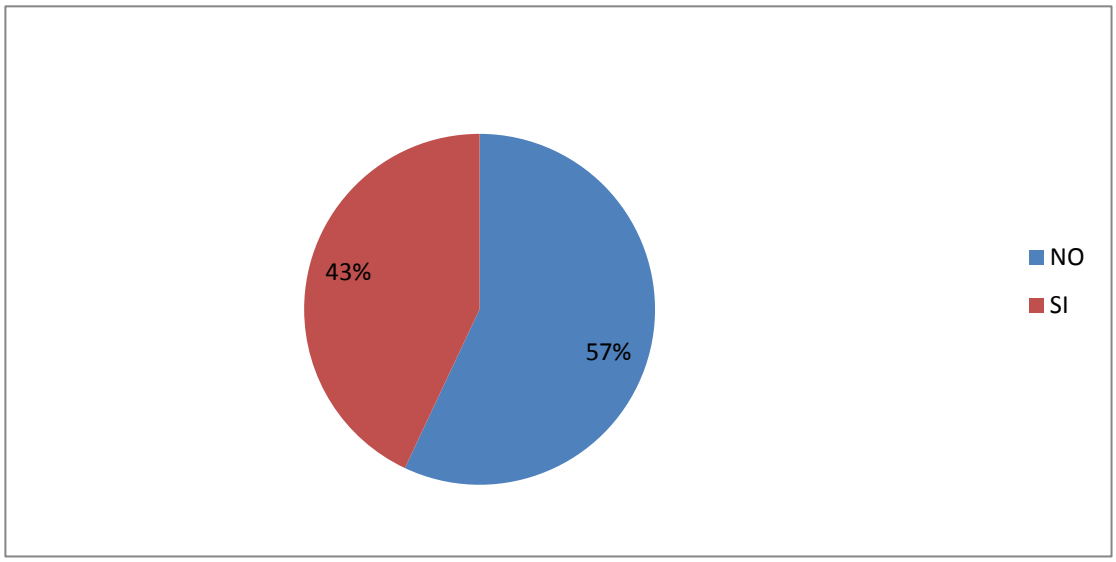
**Pregunta # 9.** ¿Sabía usted que las hortalizas orgánicas son plantas saludables para el consumo humano ya que son cultivadas de manera natural y sin ningún químico?

**Cuadro 9. HORTALIZAS ORGÁNICAS**

| INDICADORES | CANTIDAD | PORCENTAJE % |
|---|---|---|
| No | 210 | 57% |
| Si | 189 | 43% |
| **TOTAL** | **399** | **100%** |

**Fuente:** Encuesta Realizada
**Elaboración:** Kelly García

**Grafico 9**. Hortalizas orgánicas




**Fuente:** Encuesta Realizada
**Elaboración:** Kelly García

**Análisis:** La gráfica indica que el 57% de las personas desconocen acerca de la producción de hortalizas orgánicas mientras que el 43% si conocen sobre la producción del mismo.

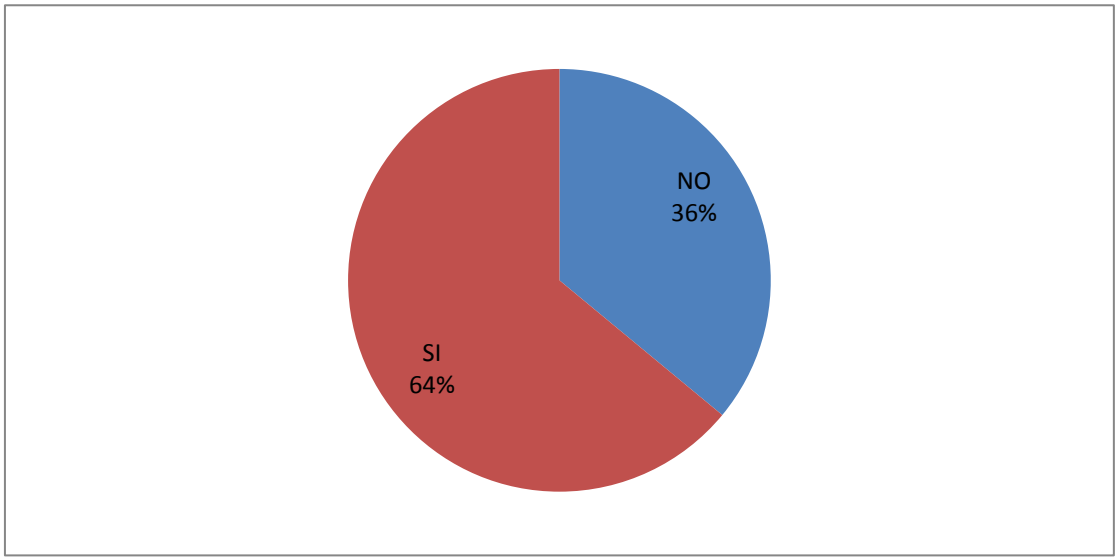
**Pregunta # 10.** ¿Estaría usted de acuerdo en adquirir hortalizas orgánicas, sabiendo que éstas tendrán un costo más elevado a diferencia de las hortalizas procesadas químicamente?

**Cuadro 10. HORTALIZAS ORGÁNICAS**

| INDICADORES | CANTIDAD | PORCENTAJE % |
|---|---|---|
| Si | 255 | 64% |
| No | 144 | 36% |
| **TOTAL** | **399** | **100%** |

**Fuente:** Encuesta Realizada
**Elaboración:** Kelly García

**Grafico 10.** Hortalizas orgánicas




**Fuente:** Encuesta Realizada
**Elaboración:** Kelly García

**Análisis:** La gráfica indica que el 64% de las personas consideran que si comprarían este tipo de hortalizas por ser procesadas naturalmente, mientras que el 36% manifiesta lo contrario.

## 4.1.2. Estudio Técnico

El estudio técnico permite diferenciar aspectos importantes para el servicio que ofrecerá la empresa productora y comercializadora de hortalizas orgánicas, para crearla se requiere determinar la localización física y la estructura organizacional, maquinarias herramientas necesarias para el funcionamiento de la empresa.

### 4.1.2.1. Localización

#### 4.1.2.1.2. Macro Localización

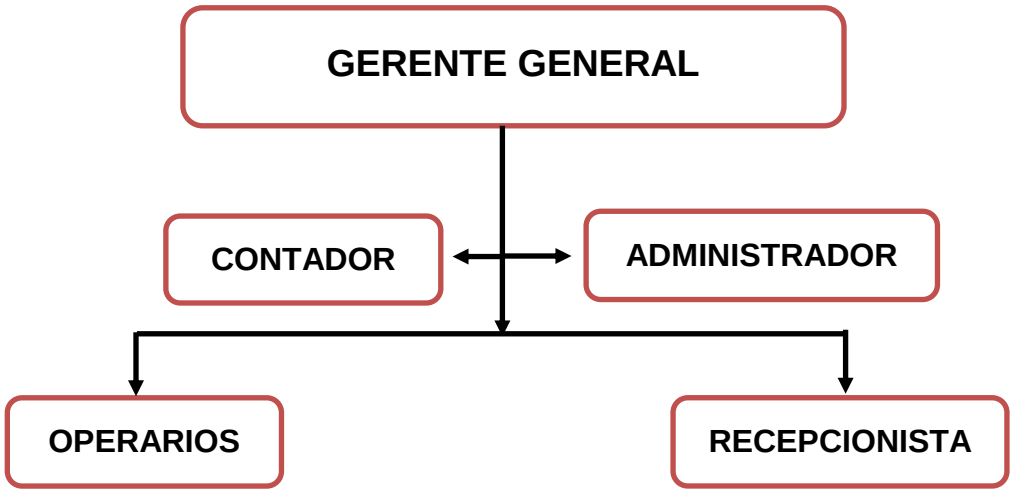
Esta empresa estará ubicada en el cantón Quevedo, Provincia de los Ríos, República del Ecuador.

#### 4.1.2.1.3. Micro Localización

La empresa estará ubicada en la Avenida Quito-Santo Domingo, donde se encuentran disponibles terrenos para el cultivo de hortalizas orgánicas.

**Micro Localización**

**Estructura Organizacional.**




**Organigrama del Área Administrativa**

## 4.1.3. Factibilidad Económica y Financiera

### 4.1.3.1. Producto.

Para el desarrollo del estudio de investigación se considera como producto las hortalizas con más demanda, según los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los habitantes del cantón Quevedo, los cuales son: tomate, cebolla, pimiento. zanahoria., repollo, pepino.

### 4.1.3.2. Estrategias de producto.

Las estrategias contribuirán al desarrollo, mejora de las características y variedades del producto a comercializar favoreciendo su diferenciación, este se desarrolla en dos etapas a corto plazo y a largo plazo.

### 4.1.3.3. Precio.

Para las proyecciones descritas en el presente documento se consideró los precios de mercado que presentan las hortalizas.

### 4.1.4. Análisis Financiero

### 4.1.3.4. Inversión Inicial.

Para la realización del Estudio Económico de la empresa productora y comercializadora de hortalizas orgánicas se requerirá una inversión inicial de **$25,000.00** detallados por activos fijos, maquinarias, materiales, equipos y el capital operacional.

**Cuadro 11. Inversión inicial del Proyecto.**

| DETALLE | PRESUPUESTO |
|---|---|
| **ACTIVOS FIJOS** | |
| Muebles y Enseres | 165.00 |
| Equipos de Oficina | 1260.00 |
| Materiales de Oficina | 878.49 |
| Suministros de Oficina | 188.20 |
| Costos de Constitución | 150.00 |
| **Total de Activos Fijos** | **2641.69** |
| | |
| **Maquinarias** | **17129.89** |
| | |
| **CAPITAL DE OPERACIÓN** | |
| **Gastos Administrativos** | **3252.94** |
| Sueldos y Salarios | 1592.94 |
| Servicios Básicos | 1260,00 |
| Arriendo de terreno | 400,00 |
| **Gastos de Venta** | **310,00** |
| Publicidad | 110,00 |
| Otros Gastos | 200,00 |
| **Total de Capital Operacional** | **3562.94** |
| **Sub Total** | **23809.52** |
| Imprevistos el 5% | 1190.48 |
| **TOTAL DE INVERSIÓN** | **25000.00** |

### 4.1.3.5. Fuentes de Financiamiento

Para establecer el financiamiento de la inversión es importante indicar que será financiado por el 20% de Capital propio mientras que el 80% será financiado por el Banco Nacional de Fomento (BNF) es decir que $ 20,000.00 serán financiados por el Banco con una tasa de interés del 10% de interés anual a cuatro años Plazo.

**Cuadro 12. Financiamiento del proyecto**

| Inversión | Monto Absoluto ($) | Relativo |
|---|---|---|
| Capital Propio | 5.000.00 | 20% |
| Financiamiento (BNF) | 20.000.00 | 80% |
| **Total** | **25.000.00** | **100%** |

**Cuadro 13. Tabla de Amortización.**

| | |
|---|---|
| **Monto** | 20000,00 |
| **Plazo** | 4 Años |
| **Tasa de interés** | 10% |
| **Forma de Pago** | Anual |

| Años | 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|---|---|---|---|
| **Monto de Préstamo** | 20,000.00 | 15000.00 | 10000.00 | 5000.00 |
| **Abono de Capital** | 5000.00 | 5000.00 | 5000.00 | 5000.00 |
| **Saldo** | 15000.00 | 10000.00 | 5000.00 | 0.00 |
| **Interés Anual (10%)** | 2000.00 | 1500.00 | 1000.00 | 500.00 |
| **Cuota Mensual** | 166.67 | 125.00 | 83.33 | 41.67 |

### 4.1.3.6 Detalle de los Activos Fijos

Se considera activos fijos, Muebles y Enseres, Maquinarias, Equipos y Herramientas, Equipos de Oficina, entre otros ya que serán de utilidad para el desarrollo de la empresa.

**Cuadro 14. Muebles y Enseres para la creación de la Empresa**

| Detalle | Cantidad | V. Unitario | Total |
|---|---|---|---|
| Escritorio | 1 | 75,00 | 75,00 |
| Sillas Giratorias | 1 | 35,00 | 35,00 |
| Dispensador de Agua | 1 | 30,00 | 30,00 |
| Teléfono | 1 | 25,00 | 25,00 |
| **Total** | | | **165.00** |

**Cuadro 15. Equipos de Oficina para la creación de la Empresa**

| Detalle | Cantidad | V. Unitario | Total |
|---|---|---|---|
| Computadoras | 1 | 950,00 | 950.00 |
| Impresoras | 1 | 250,00 | 250,00 |
| Sumadoras | 1 | 30,00 | 30,00 |
| Archivadores | 3 | 10,00 | 30,00 |
| **Total** | | | **1260,00** |

**Cuadro 16. Costos de Constitución para la creación de la Empresa**

| Costos de Constitución | Valor |
|---|---|
| Registros y Patentes Municipales | 40,00 |
| Permiso del Cuerpo de Bomberos | 10,00 |
| Legalización del RUC | 15,00 |
| Cargo de Notaria | 150.00 |
| Impuestos y Consultorías (Costos de Planeación) | 100.00 |
| **Total** | **315.00** |

### 4.1.3.7. Maquinarias y Herramientas

En los siguientes cuadros se detalla las maquinarias que se utilizará para el desarrollo de la empresa.

**Cuadro 17. Maquinarias para la creación de la Empresa**

| Descripción | Unidades | Unidades Requeridas | Precio Unitario | Precio Total |
|---|---|---|---|---|
| **MAQUINARIAS** | | | | **15667.89** |
| Vehículo | 1 | 1 | 14992.89 | 14992.89 |
| Bomba para Riego | 1 | 4 | 225,00 | 900,00 |
| | | | | |
| **EQUIPOS** | | | | **730,00** |
| Báscula de 50 qq. | 2 | 2 | 125,00 | 250,00 |
| Mochila Agrícola | 1 | 8 | 60,00 | 480,00 |
| Carretilla Manual | 1 | 8 | 58,00 | 464,00 |
| | | | | |
| **HERRAMIENTAS** | | | | **177,75** |
| Cuchillos | 1 | 15 | 3,00 | 45,00 |
| Cuchara o Palita | 1 | 15 | 8,85 | 132,75 |
| Regadera | 1 | 8 | 8,00 | 64,00 |
| | | | | |
| **Herramientas para la preparación del trabajo** | | | | **151,50** |
| Pala Recta | 1 | 15 | 5,10 | 76,50 |
| Rastillo | 1 | 15 | 5,00 | 75,00 |
| Pico y Palo | 1 | 15 | 8,60 | 129,00 |
| Machete 22 Pulgadas | 1 | 15 | 4,50 | 67,50 |
| | | | | |
| **Equipos de Protección Personal** | | | | **177,75** |
| Guantes de Hule | 1 | 15 | 3,00 | 45,00 |
| Gabacha Plástica | 1 | 15 | 8,85 | 132,75 |
| Botas de Hule | 1 | 15 | 41,25 | 618,75 |
| Mascarilla | 1 | 15 | 8,00 | 120,00 |
| Gafas | 1 | 15 | 2,00 | 30,00 |
| Total | | | | **17129.89** |

### 4.1.3.8. Detalle del Capital Operacional

En el siguiente cuadro se detalla los rubros del capital operacional iniciando con los sueldos y beneficios que la empresa otorgará a sus trabajadores por la prestación de sus servicios.

**Cuadro 18. Sueldos y Beneficios para la creación de la Empresa**

| Detalle | # | | Sueldo Mensual | Decimo Tercero | Decimo Cuarto | Fondos de Reserva | Vacaciones | Aporte al IESS | Total Mensual | Total Anual |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Administrador | 1 | | 350,00 | 29,17 | 29,17 | 29,17 | 14,58 | 32,73 | 484,81 | 5817,70 |
| Contador | 1 | | 350,00 | 29,17 | 29,17 | 29,17 | 14,58 | 32,73 | 484,81 | 5817,70 |
| Trabajadores | 3 | 150,00 | 450,00 | 37,50 | 37,50 | 37,50 | 18,75 | 42,08 | 623,33 | 7479,90 |
| **Total** | **5** | | **1150,00** | **95,83** | **95,83** | **95,83** | **47,92** | **107,53** | **1592,94** | **19115,30** |

**Cuadro 19. Suministros de Oficina para la creación de la Empresa**

| Detalle | Cantidad | V. Unitario | Costo Mensual | Cantidad Anual | Costo Anual |
|---|---|---|---|---|---|
| Ambientales | 3 | 3,75 | 11.25 | 5 | 56.25 |
| Desinfectantes | 3 | 3,00 | 9.00 | 6 | 54.00 |
| Escobas | 2 | 2,20 | 4.40 | 3 | 13.20 |
| Tachos de Basura | 2 | 5,50 | 11.00 | 2 | 22.00 |
| Fundas de Basura | 3 | 1,50 | 4.50 | 5 | 22.50 |
| Franelas | 3 | 2,25 | 6.75 | 3 | 20.25 |
| **Total** | **16** | **18,20** | **46.90** | **14** | **188.20** |

**Cuadro 20. Materiales de Oficina para la creación de la Empresa**

| Detalle | Cantidad | V. Unitario | Costo Mensual | Costo Anual |
|---|---|---|---|---|
| Resma de Hojas A4 | 1 | 3,53 | 3,53 | 42,36 |
| Lapiceros | 6 | 0,27 | 1,62 | 19,44 |
| Tinta Recargable | 3 | 7,57 | 22,71 | 272,52 |
| Grapadoras | 2 | 3,99 | 7,98 | 95,76 |
| Corrector liquido | 2 | 1,15 | 2,30 | 27,60 |
| Factureros | 5 | 6,00 | 30,00 | 360,00 |
| Caja de Grapas | 3 | 1,69 | 5,07 | 60,84 |
| **Total** | **22** | **24,2** | **73,21** | **878,49** |

**Cuadro 21. Servicios Básicos para la creación de la Empresa**

| Detalle | Costo Mensual | Costo Anual |
|---|---|---|
| Luz | 56,00 | 672.00 |
| Agua | 4,00 | 48,00 |
| Teléfono | 25,00 | 300,00 |
| Internet | 20,00 | 240,00 |
| **Total** | **105.00** | **1260.00** |

**Cuadro 22. Publicidad para la creación de la Empresa**

| Detalle | Cantidad | V. Unitario | Total |
|---|---|---|---|
| Vallas Publicitarias | 4 | 15,00 | 60.00 |
| Folletos Volantes | 2500 | 0,02 | 50,00 |
| **Total** | | **15,02** | **110,00** |

**Cuadro 23. Gastos Administrativos para la creación de la Empresa**

| Detalle | Año 2015 |
|---|---|
| Sueldos y Salarios | 19115.30 |
| Servicios Básicos | 1260.00 |
| Suministros de Oficina | 188.20 |
| Materiales de Oficina | 878.49 |
| **Total** | **21.441.99** |

### 4.1.3.9. Proyección de los Gastos Administrativos

La proyección de los Gastos de Administrativos se obtiene multiplicando el valor anual de los sueldos, beneficios, servicios básicos, Suministros de oficina y materiales de oficina a estos se le agrega un margen de utilidad del 5% en cada valor.

**Cuadro 24. Proyección de Gastos Administrativos para la creación de la Empresa**

| Detalle | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 |
|---|---|---|---|---|
| Sueldos y Salarios | 19115.30 | 20071.07 | 21074.63 | 22128.36 |
| Servicios Básicos | 1260.00 | 1323.00 | 1389.15 | 1458.61 |
| Suministros de Oficina | 188.20 | 197.61 | 207.49 | 217.86 |
| Materiales de Oficina | 878.49 | 922.42 | 968.54 | 1016.97 |
| **Total** | **21.441.99** | **22514.10** | **23639.81** | **24821.80** |

### 4.1.3.10. Gastos de Venta

**Cuadro 25. Gastos de Venta para la creación de la Empresa**

| Detalle | Año 2015 |
|---|---|
| Gastos de Publicidad | 110,00 |
| Otros Egresos | 200,00 |
| **Total** | **310,00** |

### 4.1.3.11. Depreciación

**Cuadro 26. Depreciación de la empresa**

| Detalle | Costo de Adquisición | Tiempo de Vida en Años | Depreciación en % | Depreciación Anual | Depreciación Mensual |
|---|---|---|---|---|---|
| Bomba para riego | 225.00 | 15 | 15% | 15.00 | 1.25 |
| Bascula de 50 qq. | 125.00 | 3 | 33% | 41.66 | 3.47 |
| Mochila Agrícola | 60.00 | 3 | 33% | 20.00 | 1.67 |
| Carretilla Manual | 58.00 | 3 | 33% | 19.33 | 1.61 |
| Cuchillos | 3.00 | 3 | 33% | 1.00 | 0.10 |
| Cuchara o Palita | 8.85 | 3 | 33% | 2.95 | 0.25 |
| Regadera | 8.00 | 3 | 33% | 2.67 | 0.27 |
| Pala Recta | 5.10 | 3 | 33% | 1.70 | 0.15 |
| Rastillo | 5.00 | 3 | 33% | 1.67 | 0.13 |
| Pico y Palo | 8.60 | 3 | 33% | 2.87 | 0.24 |
| Machete 22 Pulgadas | 4.50 | 3 | 33% | 1.50 | 0.12 |
| **Total** | | | | **110.35** | **9.26** |

**Cuadro 27. Depreciación de la Empresa.**

| Detalle | Costo de Adquisición | Tiempo de Vida en Años | Depreciación en % | Depreciación Anual | Depreciación Mensual |
|---|---|---|---|---|---|
| Computadoras | 950,00 | 3 | 33% | 316,67 | 26,39 |
| Impresoras | 250,00 | 3 | 33% | 83,33 | 6,94 |
| Sumadoras | 30,00 | 3 | 33% | 10,00 | 0,83 |
| Archivadores | 10,00 | 3 | 33% | 3,33 | 0,28 |
| Escritorio | 75,00 | 3 | 33% | 25,00 | 2,08 |
| Sillas Giratorias | 35,00 | 3 | 33% | 11,67 | 0,97 |
| Dispensador de Agua | 30,00 | 3 | 33% | 10,00 | 0,83 |
| Teléfono | 25,00 | 3 | 33% | 8,33 | 0,69 |
| **Total** | | | | **468,33** | **39,03** |
| **Total Depreciación** | | | | **578.68** | **48.29** |

### 4.1.3.12. Ingresos de las Ventas Anuales de la empresa

**Cuadro 28. Ingreso de las Ventas Anuales**

| Ventas | | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Concepto** | **Precio** | **Cantidad** | **$** | **Cantidad** | **$** | **Cantidad** | **$** | **Cantidad** | **$** |
| Tomate | 0.65 | 480 | 312.00 | 1200 | 780.00 | 2200 | 1430.00 | 3200 | 2080.00 |
| Cebolla | 0.55 | 450 | 247.50 | 1400 | 770.00 | 2500 | 1375.00 | 3500 | 1925.00 |
| Pimiento | 0.45 | 720 | 324.00 | 1520 | 684.00 | 2400 | 1080.00 | 3400 | 1530.00 |
| Zanahoria | 0.30 | 430 | 129.00 | 2300 | 690.00 | 2500 | 750.00 | 3500 | 1050.00 |
| Repollo | 0.25 | 360 | 90.00 | 1150 | 287.50 | 1500 | 375.00 | 2500 | 625.00 |
| Pepino | 0.90 | 350 | 315.00 | 2500 | 2250.00 | 3500 | 3150.00 | 4500 | 4050.00 |
| **TOTALES** | | | 1417.50 | | 5461.50 | | 8160.00 | | 11260.00 |

### 4.1.3.13. Estado de Pérdida y Ganancia de la empresa.

**Cuadro 29. Estado de pérdida y ganancia de la empresa**

| Detalle | Años | | | | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| **Ventas Netas** | **1417,50** | **5461,50** | **8160,00** | **11260,00** | 26299,00 |
| (-) Costo de Venta | | | | | 0,00 |
| **Utilidad Bruta** | **1417,50** | **5461,50** | **8160,00** | **11260,00** | 26299,00 |
| **Gastos Operativos** | | | | | |
| **Gastos de Administración** | **21441,99** | **22514,00** | **23639,81** | **24821,50** | 92417,30 |
| Sueldos y Beneficios | 19115,30 | 20071,07 | 21074,63 | 22128,36 | 82389,36 |
| Servicios Básicos | 1260,00 | 1323,00 | 1389,15 | 1458,61 | 5430,76 |
| Suministros de Oficina | 188,20 | 197,51 | 207,49 | 217,86 | 811,06 |
| Materiales de Oficina | 878,49 | 922,42 | 968,54 | 1016,67 | 3786,12 |
| **Gastos de Venta** | **310,00** | **325,50** | **341,78** | **358,87** | 1336,15 |
| Gasto de Publicidad | 110,00 | 115,50 | 121,28 | 127,34 | 474,12 |
| Otros Egresos | 200,00 | 210,00 | 220,50 | 231,53 | 862,03 |
| **Depreciación** | **578,68** | 578,68 | 578,68 | 578,68 | 2314,72 |
| **Total Gastos en OPERACIÓN** | **22330,67** | **23418,18** | **24560,27** | **25759,05** | 96068,17 |
| **Utilidad Antes de Impuesto y Participación de Trabajadores** | **20913,17** | **17956,68** | **16400,27** | **14499,05** | 69769,17 |
| Participación de TRABAJADORES 15% | 3136,98 | 2693,50 | 2460,04 | 2174,86 | 10465,38 |
| Impuesto a la Renta 25% | 5228,29 | 4489,17 | 4100,07 | 3624,76 | 17442,29 |
| **Utilidad Neta** | **12547,90** | **10774,01** | **9840,16** | **8699,43** | **41861,50** |
| **Utilidad Neta Acumulada** | **12547,90** | **23321,91** | **33162,07** | **41861,50** | |

### 4.1.3.14. Flujo de Caja de la empresa.

### Cuadro 30. Depreciación de la Empresa.

| | AÑOS | | | | | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Detalle** | **Año 0** | **1** | **2** | **3** | **4** | |
| Ingresos por ventas | | 1.417,50 | 5.461,00 | 8.160,00 | 11.260,00 | 26.298,90 |
| Capital Propio | 5000,00 | | | | | |
| Préstamo Bancario (BNF) | 20000,00 | | | | | |
| Total de Ingresos | | 1.417,50 | 5.461,00 | 8.160,00 | 11.260,00 | 26.298,50 |
| **Gasto de administración** | | **21.441,99** | **22.514,00** | **23.639,81** | **24.821,50** | 92.417,30 |
| Gastos de venta | | 310,00 | 325,50 | 341,78 | 358,87 | 1.336,15 |
| **Depreciación** | | **578,68** | **578,68** | **578,68** | 578,68 | 2.314,72 |
| **Total de Egresos** | | **22.330,67** | **23.418,18** | **24.560,27** | **25.759,05** | 96.068,17 |
| **Utilidad antes de Impuesto** | | **59302,92** | **62880,11** | **66822,92** | **70082,27** | 259.088,22 |
| Participación de trabajadores | 15% | 8895,44 | 9432,02 | 10023,44 | 10512,34 | 38.863,23 |
| Impuesto a la renta | 25% | 14825,73 | 15720,03 | 16705,73 | 17520,57 | 64.772,06 |
| **Flujo después de Impuestos** | | **35581,75** | **37728,07** | **40093,75** | **42049,36** | 155.452,93 |
| Inversión Inicial | 25000,00 | | | | | |
| Muebles y Enseres | 165,00 | | | | | |
| Equipos de Oficina | 1260,00 | | | | | |
| Costos de Constitución | 150,00 | | | | | |
| Sueldos y Salarios | 1592,94 | | | | | |
| Servicios Básicos | 1260,00 | | | | | |
| Arriendo de Local | 400,00 | | | | | |
| Suministros de oficina | 188,20 | | | | | |
| Materiales de oficina | 878,49 | | | | | |
| Publicidad | 110,00 | | | | | |
| Otros Gastos | 200,00 | | | | | |
| Imprevistos 5% | | | | | | |
| **Depreciación (+)** | | **578,68** | **578,68** | **578,68** | **578,68** | **2.314,72** |
| **Flujo de Caja Neto** | | 36.160,43 | 38.306,75 | 40.672,43 | 42.628,04 | **157.767,65** |
| **Flujo de Caja Acumulado** | | 36.160,43 | 74.467,18 | 115.139,61 | 157.767,65 | |

### 4.1.3.15. Indicadores de Rentabilidad

**Cuadro 31. Indicadores de rentabilidad de la empresa**

| | | |
|---|---|---|
| Porcentaje | 12% | |
| Tasa Interna de Retorno | TIR | 146% |
| Valor Actual Neto | VNA | 93.865.00 |

La tasa interna de Retorno es del 146%

**Valor Actual Neto:** Si el resultado de este índice financiero es positivo entonces nos indica que el proyecto es conveniente, y si es negativo seria todo lo contrario. En este caso se tiene como Valor Actual Neto de $ 93.865.00

### 4.1.3.16. Tiempo de Recuperación de la Inversión.

El periodo de Recuperación de la inversión (PRI), Calcula en que tiempo se recuperar el total de la inversión a valor presente del proyecto, esto nos indica la fecha en el cual se cubre la inversión en años, meses y días. Para calcular se utiliza la siguiente Formulas.

$$\text{PRI} = \text{Año que cubre la Inversión} + \frac{\text{Inversión - Suma Flujo Efectivo}}{\text{Flujo de Periodo de la Inversión}}$$

**Cuadro 39. Tiempo de Recuperación de la Inversión (PRI) de la empresa**

| | | | |
|---|---|---|---|
| PRI= 2+ | (25000.00 - 36160.43) / 74467.18 | | |
| PRI= 2+ | (11160.43) / 74467.18 | | |
| PRI= 2+ | 1,149870453 | 3,149870453 | 3 Años |
| | | 1.798445436 | 1 Mes |
| | | 23.95336308 | 23Días |

## 4.2. Discusión

Según el estudio el 100% de las personas está de acuerdo con el estudio de factibilidad para la creación de la empresa productora y comercializadora de Hortalizas Orgánicas, por lo que coincidimos con **(George , 2012)**, quien define que el estudio de factibilidad es el análisis financiero económico de una inversión y que este es un documento que en forma ordenada y sistemática detalla los aspectos operacionales y financieros de una empresa.

Según la investigación de mercado los resultados de las encuestas que fueron aplicados a los habitantes del Cantón Quevedo se evidencia que la mayoría de las personas si consideran necesario que exista una empresa productora y comercializadora de Hortalizas Orgánicas, **(Baca U. G., 2008)** quien Considera que el estudio de mercado es el primer paso que se realiza porque sus resultados sirven de referencias necesarias para los análisis técnicos y económicos del proyecto.

El valor actual Neto es de 93.865.00 Positivo, coincidiendo con lo manifestado de **(Cordova, 2010)** que manifiesta que este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero donde (VAN) equivale al valor presente de los futuros flujos netos de efectivo, descontando el costo de capital**.**

La tasa interna de retorno (TIR) es de 146% por lo tanto el proyecto es factible y viable desde el punto de vista económico.

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos los he cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto. Obteniendo como resultado 4.28 es decir que por cada dólar invertido retorna cinco centavos **(Córdova, 2010)** quien define que la relacion beneficio costo compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. Por lo cual se aplicó una tasa de oportunidad del

10% el cual indica que el estudio de factibilidad es confiable y por lo tanto se puede realizar la inversione propuesta a la hipótesis planteada. El estudio técnico, económico y financiero garantizará el proyecto de investigación para la creación de la empresa productora y comercializadora de Hortalizas Orgánicas, se acepta.

# CAPÍTULO V

# CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

## 5.1. Conclusiones

- ✓ El estudio de mercado permitió definir los compradores potenciales, que son las esposas, quienes son las encargadas de adquirir los alimentos en el hogar. Mediante la encuesta realizada a los habitantes del cantón Quevedo se determinó que los productos más accesibles para el consumo diario son el tomate con el 30% de aceptación, Cebolla 20%, pimiento 20%, zanahoria 15% Repollo 15%, pepino 10%.

- ✓ El estudio técnico demostró que sí es posible contar con el cultivo de Hortalizas Orgánicas en el Cantón Quevedo, el cual se llegó a establecer que la empresa estará ubicada en la vía a Santo Domingo, donde se encuentran disponibles terrenos para el cultivo de hortalizas orgánicas.

- ✓ La factibilidad económica y financiera permitió conocer que la inversión total de $ 25.000.00 se recuperará en 3 años, 1 mes y 23 días. La Tasa Interna de Retorno es de 146%, el Valor Actual Neto es de 93.865.00, esto indica que el proyecto es factible.

## 5.2. Recomendaciones

- Mantener sólidas estrategias de producción y comercialización, para captar la atención del consumidor y lograr que las hortalizas cultivadas orgánicamente tengan una mayor demanda.

- Es importante que los consumidores conozcan acerca de las hortalizas orgánicas, para que su consumo sea más frecuente, capacitando y concientizando a las personas acerca de los beneficios de consumir los productos de origen orgánico.

- Con el estudio económico se determinó que la inversión del proyecto a futuro resulta rentable, por tal motivo, se recomienda que se ponga en marcha, además se recomienda mantenerse actualizado respecto a las investigaciones y técnicas de producción de hortalizas orgánicas, con la finalidad de lograr mayor rendimiento y tener mayor participación en el mercado.

# CAPÍTULO VI

# BIBLIOGRAFÍA

## 6.1 Literatura Citada

**Abendaño**, **C. Rodríguez, F, (2011).** Estrategias de Negocios, Editorial ABC, Segunda Edición, Bogotá.

**Blanco, Adolfo (2010).** Formulación y Evaluación de proyectos. Sexta Edición, Enero 2007. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas.

**Baca Urbina, Gabriel. (2010)** Formulación y Evaluación de Proyectos, Segunda Edición, Editorial McGraw Hill.

**Córdova, Padilla Marcial. (2010)** Formulación y Evaluación de Proyectos, Ediciones Ecoe. Bogotá.

**Fernández, José (2010).** "La planificación urbanística y estratégica". Editorial Disandes. México.

**Flores Juan Antonio Uribe. (2012).** Estudio de factibilidad. México DF. México.

**Fúnez Cohorsil (2010)"**Huertas Orgánicas Biointensivas" El Salvador, Cuarta Edición.

**Tárrago, Sabaté (2012),** Fundamentos de economía de la empresa, Editorial McGraw Hill, México.

**Vega Victor Hugo (2011)** Mercado Básico. Segunda Edición. San José de Costa Rica. C.R.

**Asamblea Nacional (2010)**. Ley Orgánica de Servidores Públicos. Quito, Ecuador. Art. 23.

**Linkografia**

www.quevedo.gob.ec./sitearcivos/ordepatentes.pdf.

www.sri.goc.ec

www.iess.goc.ec

Tesis Yessica Lomas 6 de Abril.pdf

Tesis Herlinda Saltos 06.04.15.pdf

# CAPÍTULO VII

# ANEXOS

## Anexo 1. Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Quevedo

**UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO**
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**
**CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL**

Con el objetivo de determinar la factibilidad para la creación de la empresa productora y comercializadora de hortalizas de origen orgánico en el cantón Quevedo. Se plantearon las siguientes encuestas.

1. ¿En su hogar quien toma la decisión en la compra de alimentos?

   El esposo ☐
   La esposa ☐
   Ambos ☐
   Otros ☐

2. ¿En cuánto alimentos perecederos como frutas, verduras y demás usted en qué presentación los compra?

   Enlatados ☐
   Naturales ☐
   Otros ☐

3. ¿Qué cantidad de sus ingresos mensuales utiliza para adquirir las compras de su hogar en cuanto a hortalizas se refiere?

   Entre 20 a 50 ☐
   Entre 50 a 75 ☐
   Menos de 50 ☐
   Otros

4. ¿Con qué frecuencia realiza las compras de alimentos perecederos (hortalizas)?

   Una semana ☐
   Diariamente ☐
   Una vez cada quince días ☐

5. ¿Le gustaría consumir hortalizas orgánicas?

   Sí ☐ No ☐

6. ¿Cuáles son las clases de hortalizas que consume más a menudo?

   Tomate ☐
   Cebolla ☐
   Pimiento ☐
   Zanahoria ☐
   Pepino ☐

7. ¿Le gustaría que nuestro cantón cuente con una empresa productora de hortalizas orgánicas?

   Sí ☐ No ☐

8. ¿Cuál es la principal característica que incide al momento de comprar sus hortalizas?

   Precio Accesible ☐
   Calidad de producto ☐
   Frescura ☐
   Todas las Anteriores ☐

9. ¿Sabía usted que las hortalizas orgánicas son plantas saludables para el consumo humano ya que son cultivadas de manera natural y sin ningún químico?

Sí ☐ No ☐

10. ¿Estaría usted de acuerdo en adquirir hortalizas orgánicas, sabiendo que éstas tendrán un costo más elevado a diferencia de las hortalizas procesadas químicamente?

Sí ☐ No ☐

## Anexo 2. Fotografías del cultivo de hortalizas

**Anexo 3. Costos Totales Para el Cultivo de Hortalizas.**

| Producto | Clasificación del Costo | Descripción (Costos incurridos en los cultivos) | Cantidad | Unidad | Precio Unit. | Precio Total | Numero de Cortes por cosecha | Unidad Cosechada |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Cebolla** | Costo Variable | Abono Orgánico | 2 | Quintales | 9,67 | 19,34 | 1 | 1350 |
| | Costo Variable | Agua | 3800 | Litros | 0,03 | 114,00 | | |
| | Costo Variable | Semillas | 1350 | Unidades | 0,02 | 27,00 | | |
| | Costo Variable | Insecticida y Repelente M5 | 1 | Litro | 2,00 | 2,00 | | |
| | Costo Fijos | Mano de Obra para labores culturales | 1 | Persona | 15,20 | 15,20 | | |
| | Costo Fijos | Mano de Obra para Ventas | 1 | Persona | 8,09 | 8,09 | | |
| | | | | **TOTAL** | | **185,63** | | |

**Anexo 4. Costos Totales Para el Cultivo de Hortalizas.**

| Producto | Clasificación del Costo | Descripción (Costos incurridos en los cultivos) | Cantidad | Unidad | Precio Unit. | Precio Total | Numero de Cortes por cosecha | Unidad Cosechada |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Pimiento** | Costo Variable | Abono Orgánico | 2 | Quintales | 9,67 | 19,34 | 10 | 12530 |
| | Costo Variable | Agua | 7300 | Litros | 0,03 | 219,00 | | |
| | Costo Variable | Semillas | 45 | Unidades | 0,02 | 0,72 | | |
| | Costo Variable | Insecticida y Repelente M5 | 1 | Litro | 2,00 | 2,00 | | |
| | Costo Fijos | Mano de Obra para labores culturales | 1 | Persona | 61,30 | 61,30 | | |
| | Costo Fijos | Mano de Obra para Ventas | 1 | Persona | 35,50 | 35,50 | | |
| | | | | **TOTAL** | | **337,86** | | |

**Anexo 5. Costos Totales Para el Cultivo de Hortalizas.**

| Producto | Clasificación del Costo | Descripción (Costos incurridos en los cultivos) | Cantidad | Unidad | Precio Unit. | Precio Total | Numero de Cortes por cosecha | Unidad Cosechada |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Zanahoria** | Costo Variable | Abono Orgánico | 2 | Quintales | 9,67 | 19,34 | 1 | 1350 |
| | Costo Variable | Agua | 7300 | Litros | 0,03 | 219,00 | | |
| | Costo Variable | Semillas | 1350 | Unidades | 0,01 | 13,50 | | |
| | Costo Variable | Insecticida y Repelente M5 | 1 | Litro | 2,00 | 2,00 | | |
| | Costo Fijos | Mano de Obra para labores culturales | 1 | Persona | 30,37 | 30,37 | | |
| | Costo Fijos | Mano de Obra para Ventas | 1 | Persona | 17,03 | 17,03 | | |
| | | | | **TOTAL** | | **301,24** | | |

**Anexo 6. Costos Totales Para el Cultivo de Hortalizas.**

| Producto | Clasificación del Costo | Descripción (Costos incurridos en los cultivos) | Cantidad | Unidad | Precio Unit. | Precio Total | Numero de Cortes por cosecha | Unidad Cosechada |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Repollo** | Costo Variable | Abono Orgánico | 1 | Quintales | 9,67 | 9,67 | 1 | 64 |
| | Costo Variable | Agua | 1300 | Litros | 0,03 | 39,00 | | |
| | Costo Variable | Semillas | 64 | Unidades | 0,02 | 1,28 | | |
| | Costo Variable | Insecticida y Repelente M5 | 1 | Litro | 2,00 | 2,00 | | |
| | Costo Fijos | Mano de Obra para labores culturales | 1 | Persona | 6,03 | 6,03 | | |
| | Costo Fijos | Mano de Obra para Ventas | 1 | Persona | 4,00 | 4,00 | | |
| | | | | **TOTAL** | | **61,98** | | |

**Anexo 7. Costos Totales Para el Cultivo de Hortalizas.**

| Producto | Clasificación del Costo | Descripción (Costos incurridos en los cultivos) | Cantidad | Unidad | Precio Unit. | Precio Total | Numero de Cortes por cosecha | Unidad Cosechada |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Pepino** | Costo Variable | Abono Orgánico | 2 | Quintales | 9,67 | 19,34 | 10 | 9755 |
| | Costo Variable | Agua | 7300 | Litros | 0,03 | 219,00 | | |
| | Costo Variable | Semillas | 52 | Unidades | 0,02 | 1,04 | | |
| | Costo Variable | Insecticida y Repelente M5 | 1 | Litro | 2,00 | 2,00 | | |
| | Costo Fijos | Mano de Obra para labores culturales | 1 | Persona | 60,55 | 60,55 | | |
| | Costo Fijos | Mano de Obra para Ventas | 1 | Persona | 32,15 | 32,15 | | |
| | | | | **TOTAL** | | **334,08** | | |

**Anexo 8. Costo Unitario de Hortaliza Cultivada Orgánicamente.**

| Producto | Costo Total | Unidades Cosechadas | Costo Unitario | Precio por Unidad promedio de Hortalizas | Margen de Ganancia |
|---|---|---|---|---|---|
| **Tomate** | 342,64 | 11520 | 0,03 | 0,10 | 0,07 |
| **Cebolla** | 185,63 | 1350 | 0,14 | 0,20 | 0,06 |
| **Pimiento** | 337,86 | 12530 | 0,03 | 0,15 | 0,12 |
| **Zanahoria** | 301,24 | 1350 | 0,22 | 0,25 | 0,03 |
| **Repollo** | 61,98 | 64 | 0,97 | 1,05 | 0,08 |
| **Pepino** | 334,08 | 9755 | 0,03 | 0,17 | 0,14 |

## Anexo 9. Presupuesto de Venta

Para el diseño del presupuesto de venta se tomaron los datos de las encuestas realizadas a los habitantes del cantón Quevedo considerando la demanda de las hortalizas como producto.

| Meses | Hortalizas | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | **Tomate** | **Cebolla** | **Pimiento** | **Zanahoria** | **Repollo** | **Pepino** |
| | **Precio Libras** | **Precio Libras** | **Precio Libras** | **Precio Libras** | **Precio Libras** | **Precio Libras** |
| Enero | 0,90 | 0,80 | 0,98 | 0,90 | 0,98 | 1,15 |
| Febrero | 0,78 | 0,60 | 0,55 | 0,80 | 1,12 | 0,90 |
| Marzo | 0,50 | 0,50 | 0,65 | 0,70 | 0,58 | 0,80 |
| Abril | 0,70 | 0,35 | 0,85 | 0,60 | 0,65 | 0,70 |
| Mayo | 0,60 | 0,58 | 0,54 | 0,50 | 0,75 | 0,85 |
| Junio | 1,15 | 0,65 | 0,45 | 0,40 | 0,85 | 0,75 |
| Julio | 0,85 | 0,78 | 0,50 | 0,45 | 0,90 | 0,55 |
| Agosto | 0,68 | 0,75 | 0,40 | 0,85 | 0,80 | 0,65 |
| Septiembre | 0,55 | 0,45 | 0,60 | 0,65 | 0,70 | 0,60 |
| Octubre | 0,45 | 0,30 | 0,75 | 0,75 | 0,60 | 0,55 |
| Noviembre | 0,98 | 0,85 | 0,65 | 0,85 | 0,55 | 0,85 |
| Diciembre | 1,01 | 0,90 | 0,80 | 0,90 | 0,68 | 0,55 |
| **Suma** | **9,15** | **7,51** | **7,72** | **8,35** | **9,16** | **8,90** |
| **Precio Promedio** | **0,76** | **0,63** | **0,64** | **0,70** | **0,76** | **0,74** |

## Anexo 10. Presupuesto de Venta de Unidades demandadas

| Hortalizas | 1-3 Unidades demandadas Semanalmente | | | 4-6 Unidades demandadas Semanalmente | | | Total Demandado Semanalmente |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Promedio | # Consumidores | Total Unid. | Promedio | # Consumidores | Total Unid. | |
| **Tomate** | 2 | 78 | 156 | 4 | 125 | 500 | 656 |
| **Cebolla** | 2 | 65 | 130 | 4 | 111 | 444 | 574 |
| **Pimiento** | 2 | 59 | 118 | 4 | 68 | 272 | 390 |
| **Zanahoria** | 2 | 64 | 128 | 4 | 83 | 332 | 460 |
| **Repollo** | 2 | 65 | 130 | 4 | 0 | 0 | 130 |
| **Pepino** | 2 | 68 | 136 | 4 | 12 | 48 | 184 |
| **Total** | | **399** | | | **399** | | |

| Nombre de la Hortaliza | Total de Unidades Demandadas | Numero de semanas por un mes | Total de Unidades Mensual | Meses | Anual |
|---|---|---|---|---|---|
| **Tomate** | **656** | 4 | 2624 | 12 | 31488,00 |
| **Cebolla** | 574 | 4 | 2296 | 12 | 27552,00 |
| **Pimiento** | 390 | 4 | 1560 | 12 | 18720,00 |
| **Zanahoria** | 460 | 4 | 1840 | 12 | 22080,00 |
| **Repollo** | 130 | 4 | 520 | 12 | 6240,00 |
| **Pepino** | 184 | 4 | 736 | 12 | 8832,00 |