



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS AGRICOLAS, EN
LA CIOMUNA LAS BALSAS, PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR: FLORES BELTRÁN FREDDY LEONCIO

TUTOR: ECON. HERMELINDA COCHEA TOMALÁ

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS AGRICOLAS, EN
LA COMUNA LAS BALSAS, PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2013”

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR: FLORES BELTRÁN FREDDY LEONCIO

TUTOR: ECON. HERMELINDA COCHEA TOMALÁ

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

La Libertad, 26 de Noviembre del 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del trabajo de investigación, **“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS AGRICOLAS, EN LA COMUNA LAS BALSAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”**, elaborado por el Sr. Freddy Leoncio Flores Beltrán, egresado de la Carrera de Administración de Empresas, Escuela de Administración, Facultad de Ciencias Administrativa de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, apruebo en todas sus partes.

Atentamente

ECON. HERMELINDA COCHEA TOMALÁ
TUTORA

DEDICATORIA

A mis padres que a pesar de sus limitaciones económicas y gracias a su voluntad lograron avanzar sin doblegarse ofreciéndome en la vida una educación inicial, con ejemplo de honradez, solidaridad y gran voluntad de lucha por alcanzar los objetivos trazados.

Freddy

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena, a la Facultad de Ciencias Administrativas, a sus directivos y docentes, por sus valiosos conocimientos impartidos, y, particularmente, a la Econ. Hermelinda Cochea Tomalá, por su constante apoyo y guía en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

A todas las personas que de una manera directa o indirecta me brindaron su apoyo moral y la fuerza que me han impulsado para ser mejor cada día.

Freddy

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
**DECANA DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

Ing. Jairo Cedeño Pinoargote, MBa
**DIRECTOR DE ESCUELA
DE ADMINISTRACIÓN**

Econ. Hermelinda Cochea Tomalá
PROFESORA-TUTOR

Econ. Irene Palacios Bauz MSc.
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL- PROCURADOR

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS AGRICOLAS,
EN LA COMUNA LAS BALSAS, PROVINCIA
DE SANTA ELENA, AÑO 2013.”**

Autor: Freddy Leoncio Flores Beltrán

Tutor: Econ. Hermelinda Cochea Tomalá

Resumen Ejecutivo

El objetivo del estudio es identificar las oportunidades de mercado y establecer la factibilidad financiera de un proyecto para la implementación de una microempresa agrícola en la comuna Las Balsas. Para el estudio de mercado, se seleccionó una muestra representativa de 350 agricultores, a través de la cual se investigaron temas relacionados con el tipo de productos, lugar de compra. En cuanto a la factibilidad financiera, se realizó el análisis del tamaño y localización de la microempresa, administración, estudios de ingeniería, costos e ingresos del proyecto, determinación del punto de equilibrio, análisis y financiamiento de las inversiones y su evaluación financiera. Entre los resultados más importantes tiene mayor relevancia la identificación de una demanda potencial muy atractiva para el proyecto. Además, existe un marcado interés por la práctica de comercialización, ligada a una adecuada y oportuna asistencia técnica. Los ingresos generados por la acción de vender productos, proveer asistencia técnica a los productores; son suficientes para financiar las actividades de los próximos años con recursos propios (fuentes internas) de la microempresa de servicios, debido al incremento de la demanda. El diagnóstico del estudio permitió identificar que los agricultores de la zona podrían adquirir en la microempresa agrícola los insumos y materiales necesarios para la producción, la comercialización de productos agrícolas fomentara el incremento comercial del sector y así se obtendrán beneficios para el sector donde se va a implementar la microempresa comercializadora. Fomentara el desarrollo microempresario, generara fuentes de trabajo, mejorara el ornato del sector, los productos como el maíz es uno de los principales productos que se cultiva en la comuna las Balsas y uno que tiene gran acogida en los principales lugares de la Provincia de Santa Elena. La comercialización en la provincia es de vital importancia para incrementar el desarrollo productivo del sector.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TRIBUNAL DE GRADO	6
ÍNDICE GENERAL	8
ÍNDICE DE TABLAS	12
ÍNDICE DE GRÁFICOS	13
ÍNDICE DE CUADROS.....	14
ÍNDICE DE ANEXOS.....	15
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL	17
TEMA:.....	17
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
Formulación del problema:	17
Interrogantes del problema.....	17
JUSTIFICACIÓN	18
OBJETIVOS	20
Objetivo General	20
Objetivos Específicos:.....	20
HIPÓTESIS.....	21
Variables.	21
CUADRO No. 1 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	22
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	24
1.1. ANTECEDENTES	24
1.4. Fundamentación Teórica:	31
ORÍGEN Y EVOLUCIÓN DE LAS MICROEMPRESAS.....	32
LAS MICROEMPRESAS EN ECUADOR.....	33
1.4.1. Tipos de Empresas:.....	35
1.4.2. Creación de una Microempresa Comercializadora.....	36
1.4.3. Proceso Administrativo de las microempresa:	36
Microempresas que llevan y no llevan contabilidad.....	38
1.4.4. Capacidad de producción de la comuna	41

1.4.5.	Administración de los recursos económicos.....	41
1.5.	Fundamentación Legal.	43
1.5.1.	Regulaciones vigentes para la creación de empresas y microempresas.....	43
1.6.	Marco de Referencia/situacional.	46
CAPÍTULO II		47
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		47
2.	Diseño de la investigación.....	47
	Diseño descriptivo.....	47
	Diseño por la dimensión temporal	47
	Diseños Transversales:.....	47
2.1.	Modalidades de la investigación	48
2.2.	Tipos de investigación	49
2.3.	Métodos de la investigación.....	50
2.4.	Técnicas e instrumentos para la obtención de datos	50
2.5.	Población y muestra	52
CAPÍTULO III.....		55
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.....		55
3.1.	Análisis de las encuestas	55
3.2.	Análisis de las encuestas a comerciantes de la Provincia de Santa Elena	65
3.3.	Análisis de las entrevistas	75
3.4.	DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	79
CAPÍTULO IV.....		81
4.1.	SITUACIÓN ACTUAL.....	81
4.2.	DESCRIPCIÓN DE LA MICROEMPRESA	83
4.2.1.-	OBJETIVOS	83
4.2.2.	FILOSOFÍA	83
4.3.-	ESTRUCTURA LEGAL	85
4.3.1.-	Registro del nombre y la actividad de la microempresa.....	85
4.3.2.	Abrir la cuenta de integración de capital en el Banco del Pichincha.....	86
4.3.3.	Registros de Patentes Municipales.....	86
4.3.4.	Obtención del RUC	87
4.3.5.	Permiso de Funcionamiento.....	87
4.3.6.	Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos de Santa Elena.....	87
4.3.6.	El RISE	88

4.4. Análisis FODA.....	88
4.5. Marketing Mix (mercado).....	90
4.5.1 Producto	90
Productos y beneficios	93
4.5.1.1 Presentación	94
4.5.2 Precio	95
4.5.3 Plaza.....	96
4.5.4 Publicidad.....	98
4.6.- ESTRUCTURA MICROEMPRESA.....	100
4.6.1. FUNCIONES Y PERFILES DE PUESTOS.....	101
4.7 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA	105
4.7.1 Localización	105
4.7.1.1 Macro Localización.....	105
4.7.1.2 Micro Localización	106
4.8 ESTUDIO TÉCNICO	107
4.8.1 Descripción de la microempresa comercializadora.....	107
4.8.2 Nombre de la microempresa	107
4.8.3 Características Diferenciadoras.....	108
4.8.4 Ventajas competitivas	108
4.9. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	110
4.9.1. INVERSIONES REQUERIDAS	111
4.9.2. EQUIPO DE COMPUTACIÓN	111
4.9.3. EQUIPO DE OFICINA	112
4.9.4. MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA	112
5. INVERSIÓN FIJA	113
5.1. ACTIVOS DIFERIDOS.....	113
5.1.1. CAPITAL DE TRABAJO	114
6. RESUMEN DE INVERSIONES	114
6.1. PRÉSTAMO BANCARIO.....	115
6.2. BALANCE GENERAL.....	117
6.3. PRESUPUESTOS DE INGRESOS	118
6.4. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS	122
6.5. ROL DE PAGOS.....	124
6.6. PRESUPUESTO ADMINISTRATIVO.....	126

GASTOS DE OPERACIÓN	127
DEPRECIACIÓN	127
PUBLICIDAD	129
SERVICIOS BÁSICOS	129
6.7. ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	130
6.8. FLUJO DE CAJA.....	130
6.8.1. Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR).....	133
6.8.2. Tasa interna de retorno.....	133
Tasa interna de retorno.....	139
Tasa Mínima Atractiva de Retorno.....	139
7. CONCLUSIONES	140
8. RECOMENDACIONES	141
9. BIBLIOGRAFÍA	142
CFN: Corporación Financiera Nacional.....	148
ANEXO I	149
ANEXO II.....	152
ANEXO III.....	155
ANEXO IV	158

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 Actividades Productivas	55
TABLA No. 2 Regularidad de Cultivos al Año.....	56
TABLA No. 3 Oportunidades de trabajo en la comunidad.....	57
TABLA No. 4 Capacitaciones sobre producción.....	58
TABLA No. 5 Incentivos al Área de Producción	59
TABLA No.- 6 Obras necesarias para la Comuna.....	60
TABLA No.- 7 Infraestructura para Crear Microempresa.....	61
TABLA No.- 8 Venta directamente a mercados.....	62
TABLA No.- 9 Parte de una Microempresa	63
TABLA No.- 10 Creación de una microempresa agrícola.....	64
TABLA No.- 11 Conocimiento de la comuna las Balsas	65
TABLA 12 Existencia de producción en la comuna.....	66
TABLA No. 13 Adquisición de productos agrícolas	67
TABLA No.- 14 Clase de productos que comercializan.....	68
TABLA No.- 15 Bases fundamentales de adquisición	69
TABLA No.- 16 Donde adquiere los productos	70
TABLA No.- 17 Satisfacción de los productos comprados.....	71
TABLA No.- 18 Cambiar de proveedor	72
TABLA No.- 19 Creación de una microempresa en la comuna las Balsas	73
TABLA No.- 20 Adquisición de productos agrícolas.....	74
TABLA No. 21 Representante de la Comuna Las Balsas	75

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO No. 1 Actividades Productivas	55
Gráfico No. 2 Regularidad de Cultivos al Año.....	56
GRÁFICO No. 3 Oportunidades de trabajo en la comunidad.	57
GRÁFICO No. 4 Capacitaciones Sobre Producción.....	58
GRÁFICO No. 5 Incentivos al Área de Producción.....	59
GRÁFICO No. 6 Obras Necesarias para la Comuna.	60
GRÁFICO No. 7 Infraestructura para crear la Microempresa.....	61
GRÁFICO No. 8 Ventas Directamente a Mercados	62
GRÁFICO No. 9 Parte de una Microempresa	63
GRÁFICO No. 10 Creación de una Microempresa Agrícola.	64
GRÁFICO No. 11 Conocimiento de la comuna las Balsas.	65
GRÁFICO No. 12 Existencia de Producción en la comuna.	66
GRÁFICO No. 13 Adquisición de productos agrícolas.....	67
GRÁFICO No. 14 Clase de productos que comercializan.....	68
GRÁFICO No. 15 Base Fundamentales de Adquisición.....	69
GRÁFICO No. 16 Donde adquieres los productos.....	70
GRÁFICO No. 17 Satisfacción de los productos comprados.....	71
GRÁFICO No. 18 Cambiar de Proveedor	72
GRÁFICO No. 19 Creación de una Microempresa en la Comuna las Balsas	73
GRÁFICO No. 20 Adquisición de Productos Agrícolas.	74

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
CUADRO No. 1 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	22
CUADRO No. 2 DEPENDIENTE: Desarrollo productivo	23
CUADRO No. 3 Actividades Agrícolas	40
CUADRO No. 4 Población	52
CUADRO No. 5 Cálculo de la Muestra.....	53
CUADRO No. 6 Análisis FODA	88
CUADRO No. 7 Cultivo de Sandía	91
CUADRO No. 8 Cultivo De la Papaya.....	92
CUADRO No. 9 Productos y Beneficios.....	92
CUADRO No. 10 Precios de los productos agrícolas PRODUBALSA	95
CUADRO No. 11 Plaza	96
CUADRO No. 12 Precios mayoristas	97
CUADRO No. 13 Cuñas radiales.....	99
CUADRO No. 14 Estructura microempresa.....	100
CUADRO No. 15 Funciones de puesto	101
CUADRO No. 16 Marketing Y Comercialización	102
CUADRO No. 17 Operaciones Y Personal:	102
CUADRO No. 18 Contador	103
CUADRO No. 19 Flujo Del Proceso De Selección De Los Productos.	103
CUADRO No. 20 Área de Marketing.....	109
CUADRO No. 21 Vehículo	111
CUADRO No. 22 Equipo de computación.....	111
CUADRO No. 23 Equipo De Oficina.....	112
CUADRO No. 24 Muebles de oficina	112
CUADRO No. 25 Útiles y enseres.....	113
CUADRO No. 26 Inversión fija.....	113
CUADRO No. 27 Activos diferidos	113
CUADRO No. 28 Capital de trabajo.....	114

CUADRO No. 29 Resumen de inversiones	xiv
--	-----

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO I Encuestas.....	134
ANEXO II Entrevistas Líderes de la comuna Las Balsas.....	137
ANEXO III Encuesta a comerciantes.....	139
ANEXO IV Fotografía	142

INTRODUCCIÓN

Este proyecto se encuentra orientado en la investigación y el análisis de los diferentes instrumentos para la solución de un problema que está enfocado en el proyecto de tesis. Además, se profundizó y se integró investigaciones de mercados, costos relacionados a creación de microempresas, entre otros aspectos, los cuales serán debidamente explicados a través del proyecto.

Para definir la creación de microempresa es necesario definir el concepto de planificación. Esto es lo más importante de las funciones administrativas, ya que trata de decir que hacer, como hacerlo, donde hacerlo, quien lo va a hacer, cuando hacerlo; y relacionarla con las cuatro áreas básicas de toda microempresa: producción, mercadotecnia, finanzas y talento humano.

Se utilizó las diferentes metodologías que permitieron desarrollar el presente Trabajo de Titulación. Se muestran aspectos como el tipo de investigación, las técnicas y procedimientos que fueron utilizados para llevar a cabo dicha investigación.

En la comuna Las Balsas se realizaron las respectivas encuestas, cuya muestra es de 187, con la finalidad de analizar datos estadísticos que permitan conocer las necesidades que tienen los habitantes de la comuna en mención.

El último capítulo se refiere a la puesta en marcha de la propuesta bajo los parámetros antes mencionados en los 3 capítulos anteriores.

Sabemos, que la falta de microempresas en la comuna las Balsas es la causa de que la comercialización de productos se realice a nivel de finca o intermediarios, quienes generalmente obtienen mayores beneficios por conocer los mercados y poseer los medios necesarios para acceder a ellos.

MARCO CONTEXTUAL

1. TEMA:

Propuesta para la creación una Microempresa Comercializadora de productos agrícolas en la Comuna las Balsas, Provincia de Santa Elena, año 2013

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La creación de una microempresa intensificará el desarrollo productivo y por ende el crecimiento económico de la Comuna Las Balsas, la misma que dispone de recursos naturales adecuados y tierras aptas para el cultivo, además de agua que proviene de la represa Chongón Colonche.

El objetivo primordial de este proyecto es satisfacer la necesidad de progreso y superación de las comunas de la provincia. Debido a esto, se presenta la oportunidad de crear una microempresa que permita apoyar y fortalecer el esfuerzo que muchos agricultores y productores realizan cada día.

Aunque la producción individual de los agricultores no representa fuertes cantidades, si se agrupan y trabajan bajo ciertos parámetros y estándares pueden fortalecerse y expandir sus alcances.

Formulación del problema:

¿De qué manera el crecimiento económico en la producción agrícola fomentará el desarrollo productivo de la Comuna las Balsas, Provincia de Santa Elena?

Interrogantes del problema

¿Cómo fomentará la creación de una microempresa el desarrollo productivo de la Comuna Las Balsas del cantón Santa Elena año 2013?

¿Qué efecto ocasiona el no crear una microempresa comercializadora para el desarrollo productivo de las persona y de la comuna Las Balsas del cantón Santa Elena?

¿Cuál es la importancia de la implementación de una microempresa comercializadora para el crecimiento económico de la producción agrícola de la Comuna Las Balsas del cantón Santa Elena año 2013?

¿Los resultados del estudio permitirán el crecimiento económico de la producción y desarrollar una estrategia que beneficie a la población de la comuna Las Balsas?

¿Con la propuesta de la Creación de la microempresa aumentará la capacidad adquisitiva de la población de la Comuna las Balsas?

3. JUSTIFICACIÓN

La Provincia de Santa Elena, ubicada en la Costa del Pacífico, goza de un clima mediterráneo. La mayor parte del año el clima es templado y seco, lo que permite sembrar una amplia gama de cultivos de ciclo corto, semi-permanentes y permanentes.

Los productos con mayor potencial para su procesamiento agroindustrial son: limón Tahití, guayaba, guanábana, papaya, sandía, melón, maíz, entre otros. Esto permitiría que se aproveche su cultivo en la región para que la microempresa pueda comercializarlos. Cabe recalcar que existe gran disponibilidad de terreno donde se puede cultivar. Con una iniciativa empresarial adecuada se puede conseguir que los agricultores puedan ser motivados a sembrar grandes cantidades de frutas que serían comercializadas mediante contratos agrícolas, garantizando el abastecimiento necesario. Los intermediarios en la provincia de Santa Elena son la causa de que los canales de distribución de alimentos sean muy largos y causen dificultades a la comercialización de los productos altamente perecederos.

La comuna Las Balsas se encuentra en una fase de desarrollo lento pero firme. Cabe recalcar que existe un proyecto piloto implementado por la Universidad sobre el cultivo de Tilapia en Jaula. La finalidad es desarrollar una comercializadora de productos que ponga en evidencia la realidad económica, social de la comuna y que pueda responder a las necesidades reales de la problemática del sector, proyecto que apunta a crear una microempresa para el desarrollo económico de los comuneros.

Estos resultados contribuirán a elaborar un estudio de factibilidad para el desarrollo estratégico de una microempresa capaz de generar fuentes de trabajo. Lo que sin duda incrementará la capacidad adquisitiva de cada uno de ellos, ya que esta estrategia permitirá a los pequeños productores recibir parte de las rentas generadas por la microempresa.

Los ingresos que genere la microempresa serán absorbidos por los verdaderos productores, evitando que se beneficien solo unos pocos intermediarios.

Con la microempresa se pretende demostrar hasta donde es viable el proyecto de adquirir los productos de los pequeños productores y distribuirlos a los diferentes mercados de la provincia, La investigación se realiza desde el punto de vista económico-administrativo.

En la evaluación del impacto económico se valora el uso racional de los recursos disponibles que serán utilizados en la puesta en marcha de la microempresa. Es allí donde estará el rol del administrador de microempresas, al permitir aprovechar las oportunidades.

Para el óptimo desarrollo de esta microempresa es conveniente realizar una adecuada investigación acerca de las necesidades de nuestros comuneros así como también de la diversidad de productos que la microempresa estaría en capacidad de comercializar, tales como tomate, sandias, melón, entre otros, utilizando algún grado de tecnología (riego agroquímico) para superar los bajos rendimientos.

4. OBJETIVOS

Objetivo General

Evaluar la influencia que la creación de una microempresa comercializadora tendrá en el crecimiento de la producción agrícola de la Comuna Las Balsas, Provincia de Santa Elena.

Objetivos Específicos:

1. Verificar los criterios y definiciones de análisis de la creación de la microempresa para determinar las causas y consecuencias del crecimiento económico de la población.
2. Realizar las estrategias metodológicas en función de la operacionalización de las variables para así verificar si el proyecto de investigación es sustentable con la respectiva recopilación de información del objeto de estudio.
3. Analizar los resultados del trabajo de investigación en base a tablas y gráficos estadísticos para la preparación de la propuesta de creación de la microempresa comercializadora de productos agrícolas y su impacto en el crecimiento de la producción agrícola.
4. Realizar la respectiva publicidad de la microempresa en los diferentes medios de comunicación y evaluar cuál es la mejor opción de promoción de los productos para así intensificar el desarrollo económico y productivo de la comuna Las Balsas.

5. HIPÓTESIS

Evaluar la influencia de la creación de una microempresa comercializadora en la comuna las Balsas, Provincia de Santa Elena, en el crecimiento de la producción agrícola.

Variables.

Las variables son aquellas que se pueden medir, controlar y estudiar en una investigación. La capacidad de poder medir, controlar o estudiar una variable viene dada por el hecho de que ella varía, y esa variación se puede observar, medir y estudiar. Es decir las variables deben ser susceptibles de medirse u observarse. Indican los aspectos relevantes del fenómeno en estudio en relación directa con el planteamiento del problema. A partir de ello se seleccionan las técnicas e instrumentos de información para la ejecución del problema en estudio.

INDEPENDIENTE: Crecimiento Económico en la producción agrícola.

DEPENDIENTE: Desarrollo productivo de la comuna las Balsas

CUADRO No. 1 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable Independiente	Variable Conceptual	Dimensión	Indicador	Ítems	Instrumentos
Crecimiento Económico en la producción agrícola.	El crecimiento económico es una medida del bienestar ya que genera nuevos ingresos para una población o un sector determinado.	Acciones Estratégicas	Estrategia de venta Estrategia de promoción Financiamiento.	¿La comunidad siente la necesidad de distribuir sus productos agrícolas para obtener mejores ingresos?	Encuesta
		Plan de mercado	Mercado objetivo Segmentación de mercado Posicionamiento. Análisis de los productos.	¿La creación de una microempresa fomenta el desarrollo de la comuna las Balsas?	
		Estructura de la microempresa.	Organigrama. Principios directrices Análisis FODA. Programas. Proyectos.	¿Estarán de acuerdo los comuneros en la creación de una microempresa?	Entrevista
		Factibilidad de creación de microempresa.	Viabilidad de la microempresas. Lugar de estudio. Población existente.	¿Es factible crear una microempresa en la comuna las Balsas?	

Fuente: Operacionalización de las Variables
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

CUADRO No. 2 DEPENDIENTE: Desarrollo productivo de la comuna las Balsas

Variable Dependiente	Variable Conceptual	Dimensión	Indicador	Ítems	Instrumentos
Desarrollo productivo	El desarrollo productivo se relaciona con el bienestar social, con el medio ambiente y la bonanza económica, para así poder propiciar el bienestar económico de la región.	Fuentes de financiamiento	Créditos internos Créditos corporativos	¿Cuáles serán las instituciones que brinden créditos a la microempresas?	Encuesta
		Constitución y estructura	Estructura orgánica Estructura física	¿La microempresa podrá cubrir la falta de empleo y por ende sus necesidades?	
		Administración de los recursos.	Básicos Humanos Tecnológicos	¿El nivel de producción cumplirá los objetivos que la microempresa requiere para poder distribuir a los mercados?	Entrevista
		Actividades y servicios	Capacidad de producción de los agricultores. Ganadería Pesca	¿La mejora continua mejorará la distribución de productos a mercados de la Provincia?	

Fuente: Operacionalización de las Variables
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

CAPÍTULO I

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. ANTECEDENTES

En América Latina se están desarrollando desde hace varios años microempresas comercializadoras de cultivos orgánicos, agrícolas, en tierras y plantaciones libres del uso de químicos sintéticos, usándose técnicas como cultivos asociados y la rotación de cultivos (de ciclo corto), entre otras. La pequeña y mediana empresas representan un papel importante en el desarrollo económico del sector.

Para definir la creación de una microempresa es necesario definir el concepto de planificación. Esto es lo más importante de las funciones administrativas ya que trata de decir que hacer, como hacerlo, donde hacerlo, quien lo va a hacer, cuando hacerlo, y relacionar estos elementos con las cuatro áreas básicas de toda microempresa: producción, mercadotecnia, finanzas y recursos humanos.

En el Ecuador, en lo que respecta a la creación de la microempresa, su proceso de implantación y operatividad, al igual que su comercialización de productos orgánicos y agroindustriales, requiere de un conocimiento sustentable previo en torno al conocimiento bibliográfico sobre las técnicas elementales que le permitan manejar mejor este tipo de actividad, optimizando recursos humanos, técnicos y financieros.

Los temas principales se relacionan con los tipos de productos orgánicos más importantes y representativos de la zona, sus variedades, sus características, proceso de comercialización, aspectos técnicos del manejo productivo, así como de la infraestructura, organización empresarial y financiera.

En la Provincia de Santa Elena es posible hablar en serio de producción de excelente

calidad, pero optimizando recursos humanos, financieros, agricultura sustentable, seguridad alimentaria, buenos rendimientos económicos para los agricultores.

Para lograr estas metas es necesario diseñar políticas de difusión, actualización de maquinaria y sensibilización que permitan a los agricultores, conocer los avances que han revolucionado el sector, cambiando los viejos paradigmas de la producción por los modernos paradigmas de la productividad y la competitividad.

Hablando de las comunas de la provincia de Santa Elena, específicamente de la comuna Las Balsas, sus principales fuentes de ingresos son la agricultura, la pesca y la madera. En estos últimos años la agricultura ha tomado mucho más protagonismo por los productos de excelente calidad que se obtienen.

Para lograr un posicionamiento óptimo de una microempresa en la comuna de estudio hay que tomar en cuenta que los sistemas de comercialización de los productos deben ser eficientes para que estén disponibles en los mercados de la provincia.

Otro aspecto importante es que se debe entregar a los mercados la cantidad necesaria de los productos para así poder satisfacer la demanda presente y futura. Estas cantidades se pueden ver afectada por distintas variables que inciden en la oferta-demanda de los productos como son:

El precio de la materia prima (semillas- frutas) que pueden variar por cambios en el mercado, inflación o problemas climáticos.

El precio de los insumos es otro factor que puede hacer que aumente o disminuya el costo de los productos, afectando así la cantidad ofertada.

Las maquinarias que se implementan para la producción, tales como las motobombas, son de fundamental importancia para el riego de los cultivos. Existen desgranadoras de maíz que ahorran tiempo y mano de obra. Una opción primordial es buscar que el gobierno de turno que facilite créditos agrícolas con el fin de

implementar nuevas maquinarias tale como: desgranadoras, peladoras, bombas de riesgo, para mejorar la productividad agrícola del sector.

1.2. Crecimiento Económico:

Son muy grandes las posibilidades de alcanzar resultados económicos exitosos en las tierras de América Latina y simultáneamente contribuir a reducir el daño ambiental, elevar el nivel de vida del sector rural y mejorar la seguridad alimentaria para el sector urbano.

Los resultados exitosos de una agricultura con conocimiento, planificada y tecnificada, impulsan el dinamismo económico que paulatinamente despierta interés por el sector rural haciendo renacer el crédito y la inversión.

Naturalmente, unas condiciones de bienestar como las que surgen de un sector rural eficiente y rentable, derivadas de la productividad que permite obtener bajos costos y precios competitivos, generan bienestar económico al productor, a su familia, a la comunidad, al municipio, a la provincia y a la nación. Este bienestar se traduce en mayor oferta laboral, menor inflación, reducción de la emigración y balanza comercial más favorable.

Para la agroindustria, estas condiciones son indispensables, si se tiene en cuenta que los mercados de hoy son muy globalizados y por lo tanto muy competitivos. En el sector agroindustrial la competitividad agrícola y la competitividad en la industria son fundamentales para permanecer en el negocio. Más aun cuando se trata de agro exportación, negocio en el que los costos de la materia prima (producción agrícola) y los costos de producción (recursos industriales) tienen que ser competitivos siempre, para no quedarse dependiendo de pequeñas y esporádicas ventajas comerciales. Las acciones encaminadas a conseguir los resultados exitosos, se resumen en un elemento fundamental.

Como componente previo a la planeación agrícola de los predios para el

establecimiento de un proyecto agrícola, una visita de diagnóstico tiene la importancia de conocer y evaluar los diferentes componentes naturales y características de cada uno de ellos para poder tomar las decisiones acertadas sobre el desarrollo futuro de los cultivos y realizar con un mayor margen de seguridad financiera las inversiones adecuadas.

El diagnóstico nos permite:

Evaluar en el predio las condiciones agroecológicas, así como las características agronómicas y ambientales necesarias para la ejecución del proyecto.

Reconocer las formas predominantes de relieve para una selección y distribución adecuada de los mismos según el proyecto de estudio.

Realizar análisis y valoración de los cultivos y vegetación circundante, así como de las fuentes de agua, disponibilidad y calidad de ellas, en el caso del establecimiento de programas idóneos de riego.

Validar labores culturales efectuadas en el predio para corregir procesos actuales e integrarlos en un manejo cultural apropiado para los nuevos programas. El diagnóstico también proporciona la información necesaria para establecer el equipo humano que se requiere o la capacitación que se necesita para la implementación de la de la actividad rural con buenas prácticas agrícolas.

1.3. Desarrollo Productivo:

El desarrollo productivo se ha convertido en una estrategia muy utilizada en países de América Latina. El principio de la división del trabajo enunciado por Adán Smith (La Riqueza de las Naciones; consultado en bibliografía. Pág. 98) es considerado necesario para la especialización y para el aumento de la producción.

La naturaleza de la cultura y ecosistemas de la PSE han forjado la implantación de un modelo de desarrollo agrícola agroforestal y auto sustentable que tradicionalmente ha producido alimentos para el auto consumo y no para fines comerciales. Los negocios de pesca y turismo fueron fomentados por clientes externos, ajenos al territorio.

En las dos últimas décadas, América Latina apostó con fuerza por la integración en la economía global, ya que fue la región del mundo en desarrollo que adoptó con mayor decisión los programas de liberalización económica. El examen de este período permite valorar algunos logros que fueron muy importantes, pero también identificar rezagos y temas pendientes. CEPAL (Comisión Económica para América Latina). La CEPAL sostiene que es necesario construir sobre lo ya conseguido, pero también es preciso superar las brechas existentes y abordar los temas aún no tratados. Los avances que se consigan pueden incluso ser esenciales para consolidar la mayor integración al mundo y para que los costos sociales, económicos y políticos asociados al proceso de reformas económicas no hayan sido en vano.

Los temas de desarrollo productivo están recibiendo creciente atención entre los países de América Latina, preocupados por alcanzar o mantener altas tasas de crecimiento económico que sean sostenibles a partir de aumentos generalizados de la productividad. Luego de décadas de políticas de protección y fomento sectorial, desde principios de la década pasada estas políticas fueron abandonadas en general, dejando lugar a herramientas horizontales de promoción del sector privado.

En el Ecuador es importante señalar que el sistema económico es altamente dependiente de los ingresos generados por las exportaciones de productos primarios. Su modelo de especialización, debido a la dependencia del petróleo, está a nivel primario, por lo que existe poca diversificación de la estructura productiva.

La recesión de los mercados externos, la falta de demanda de productos acentúa la disminución de liquidez, que a su vez afecta el consumo privado e inversión, factores que influyen en el crecimiento económico-productivo. Los problemas de mayor importancia para las MIPYMES (Pequeña y mediana empresas), frente a la crisis, son la disminución de la producción debido a la baja del poder adquisitivo, aumento de desempleo, las condiciones de financiamiento y restricción de crédito productivo, disminución del comercio internacional y mínima inversión tanto nacional como internacional.

Como estrategias para el desarrollo productivo se está impulsando diez subsectores de la economía, que impactan con fuerza sobre el producto interno bruto, la generación de empleo, la redistribución de la riqueza y son atractivos para la inversión extranjera. Estos son la acuicultura, biocombustibles, consultoría y software, flores, frutas y hortalizas procesadas, metalmecánica, pesca y derivados, silvicultura, transporte y logística, y turismo, actividades que tienen una importancia sustancial en la economía ecuatoriana.

El MIPRO (Ministerio de Industrias y Productividad), (http://mipro.gob.ec/images/stories/mipymes/ACCESO_FINANCIAMIENTO.pdf) armonizando las líneas dictadas por el Gobierno nacional y cumpliendo con su misión de “fomentar el desarrollo de la Industria Nacional mediante políticas públicas y programas que incrementen los niveles de calidad, productividad y competitividad, que dinamicen en forma sostenida el comercio interno y externo, generen empleo y mejoren las condiciones de vida de la población ecuatoriana”, desarrolló la Política Industrial.

De otro lado, en la Provincia de Santa Elena, aquellos comuneros que habían adquirido ciertos conocimientos y destrezas en trabajos en plantaciones agrícolas de otras zonas del país, veían limitadas sus iniciativas por los escasos recursos financieros en los mercados formales disponibles para pequeños productores o, por el alto costo de los mismos. Esto limitaba los niveles y la calidad de su producción,

lo que sumado a los altos costos de transporte e información, los obligaba a dirigirse a sectores de menor atractivo económico como son los intermediarios.

Estas condiciones de aparente imposibilidad para emprender en proyectos agropecuarios de gran escala y productividad que permitan adaptarse a la nueva dinámica económica, fueron aprovechada por agentes externos de gran poder económico, que, haciendo uso de procedimientos en ocasiones correctos, pero en otras de dudosa idoneidad legal y moral, llevaron a cabo compras masivas de tierras con gran potencial agrícola, sobre todo, por tener acceso a la infraestructura de riego del trasvase a las comunas, muchas de las cuales presentaban organizaciones sociales fragmentadas y cabildos con escasa representatividad. Así, el creciente proceso de concentración de la tierra, de maquinaria e información, vienen efectivizando la exclusión de las comunidades campesinas de la oportunidad de desarrollo.

Es urgente entonces, el desafío de poner en práctica en la provincia de Santa Elena un proyecto alternativo que atienda las desigualdades sociales, las especificidades culturales y la convivencia multiétnica en un marco de igualdad de oportunidades.

Para establecer los cultivos y comercializar la producción resultante en la comuna Las Balsas, o la ampliación de la visión de los comités comunales tradicionales, se debería crear una especie asociación o centro de servicios agrícolas. La asociación se encargaría de la consecución de créditos para los productores, de la compra de los insumos, del alquiler de maquinaria agrícola y de la contratación de capacitación y asistencia técnica. Serviría como nexo entre la producción y el mercado, contactando clientes y proveedores para beneficiarse de buenos precios por la producción y economías a escala en los costos.

El contacto directo con los hermanos Santa Elenenses, para conocer de cerca sus necesidades, se ha convertido en parte fundamental dentro de las actividades del Prefecto. El jueves 6 de enero, entre abrazos y sonrisas espontáneas, los habitantes de la comuna Cerezal Bellavista las Balsas, Julio Moreno de la parroquia Colonche,

recibieron al titular del Gobierno Provincial.

En esta localidad se trabaja incansablemente con el PIDAASSE (Proyecto Integrado de Desarrollo Agrícola, Ambiental, Social y Sostenible para el Ecuador). Prefectura de Santa Elena Edición 7 de Enero del 2011. Consultado: El 29 De septiembre Del 2012. Editor: Boletín de prensa RRPP. 048 (http://www.santaelena.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=560:gobierno-provincial-impulsa-el-desarrollo-agricola-de-las-comunas-santaelenenses&catid=1:ultimas&Itemid=31)

1.4. Fundamentación Teórica:

¿Qué es la microempresa en el Ecuador?

Se define como microempresas a pequeñas empresas a aquellas que operan por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrollan cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios.

THOMPSON Iván (2007) "La microempresa es una entidad independiente, creada para ser rentable, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que la conforma no excede un determinado límite, y como toda empresa, tiene aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras, todo lo cual, le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad" Pág. 128

Las pequeñas y medianas empresas, conocidas también por el acrónimo MIPYME son empresas con características distintivas, y tienen dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los estados o regiones. Son agentes con lógicas, culturas, intereses y un espíritu emprendedor específicos. Usualmente se ha visto que es una expansión del término original, en donde se

incluye a la microempresa. Durante los últimos años, hemos experimentado el boom del concepto de emprendimiento, las capacidades de generar empleo, tanto en el sector público como en el privado. Tienen ya la suficiente capacidad para absorber la creciente demanda de empleo que sigue incrementándose en forma geométrica.

Las microempresas se conforman para que las personas que trabajan allí alcancen objetivos que no podrían lograr de manera aislada debido a las limitaciones individuales. Pueden orientarse hacia la producción de bienes o productos. Ejercen presión sobre la vida de los individuos y hacen parte integral del medio donde el hombre trabaja, se recrea, estudia, satisface sus necesidades.

ORÍGEN Y EVOLUCIÓN DE LAS MICROEMPRESAS.

VITERI Fernando (2010). Si nos remontamos al nacimiento de este núcleo de empresas denominadas PYMES, encontramos dos formas de surgimiento de las mismas. Por un lado aquella que se originan como empresas propiamente dichas, es decir, en las que se puede distinguir correctamente una organización y una estructura, donde existe una gestión empresarial. Pág. 58

Estas, en su mayoría, son de capital y se desarrollan dentro del sector formal de la economía. Por otro lado, están aquellas que tuvieron un origen familiar, caracterizadas por una gestión a la que sólo le preocupó su supervivencia, sin prestar demasiada atención a temas tales como el costo y capital, o la inversión que permite el crecimiento. Las PYMES en general y las dedicadas al sector industrial en particular, comenzaron a adquirir importancia dentro de la economía en los años 50' y 60' con el desarrollo de la revolución industrial y con el proceso de tejidos, madera, imprenta, metal, minas y alimentos.

Posteriormente, luego de la profunda crisis de 1999 y una época de inestabilidad política en nuestro país, las empresas se preocuparon únicamente por su supervivencia y estabilidad económica interna, buscando obtener los niveles más

altos de productividad e ingresos y mejores condiciones de trabajo y aun así mejorar el estilo de vida.

Esto parece indicar el comienzo de una segunda etapa en la historia de la evolución de las PYMES, con algunos obstáculos que aún deben superarse. Hablar de microempresa es hablar de algo que requerimos y que implica un cambio total de nuestro enfoque, y que podría hacernos transitar caminos que ni siquiera hemos sospechado y llevarnos hacia donde siempre debimos haber ido.

LAS MICROEMPRESAS EN ECUADOR.

ALARCÓN César 2005 “Cuando en 1984, la Fundación Ecuatoriana de Desarrollo FED dio inicio al primer programa del Ecuador dirigido a promover el desarrollo de la microempresa, este término era casi desconocido para la mayoría de compatriotas; solo algunos estudiosos de la sociología, los consultores y expertos de organismos especializados estaban familiarizados con su significado.”. Pág.92

La extraordinaria diversidad de la microempresa es tan amplia como excepcional, su horizonte tan versátil como imaginativo, su presencia tan oportuna como innovadora. Nada queda estático en torno a la microempresa. En el movimiento radica su "modo de existencia" y entre sus fortalezas se destaca la capacidad de adaptación a las más cambiantes e inimaginables circunstancias de tiempo y espacio. En el ámbito social, el avance registrado a través de los tiempos, es una infatigable secuencia de emprendimientos, unas veces evolutivos y otros revolucionarios, en ocasiones pacíficos y en ocasiones violentos, en algunas oportunidades con altas dosis de planificación y en otras con magníficas improvisaciones.

ALARCÓN César 2005 “Nadie debe equivocarse al juzgar a una microempresa, restringiendo la exclusivamente a su actual aspecto externo o superficial, sin darse cuenta que por dentro posee el ímpetu creador y la sustancia energética para

elevarse y proyectarse. Para unos el número máximo de trabajadores debe ser cinco, para otros diez, pero todo depende del medio en que se desarrolla, lo que para un contexto es demasiado, para otro es insuficiente.”

Uno de los atributos fundamentales de la microempresa es la vitalidad manifestada en su capacidad de respuesta a los requerimientos de la colectividad. Esta es una de sus cualidades más destacadas, lo mismo como productora urbana, agropecuaria, minera o pesquera, que como proveedora de servicios de reparación, transporte, belleza, preparación de alimentos o comercialización.

La microempresa es la principal fuente de empleo en nuestra Patria, allí labora el 65% de la Población Económicamente Activa PEA; no solo trabaja el emprendedor, sino que genera ocupación para otros. En este aspecto se destaca su fortaleza para complementar los esfuerzos que la institucionalidad pública y privada realiza para crear nuevas plazas de trabajo, con resultados tan limitados, que no alcanzan a responder a las expectativas del crecimiento vegetativo de la población.

La microempresa no solo trabaja cuando los demás trabajan, sino además cuando muchos de ellos descansan. No se limita a los parámetros del Código de Trabajo y demás leyes laborales que regulan horarios, descansos obligatorios, feriados y vacaciones anuales. La microempresa trabaja allí donde el emprendedor percibe una oportunidad, sin importar la fecha ni la hora, las condiciones climáticas ni la época del año. Precisamente, donde los demás encuentran un problema, la microempresa encuentra una oportunidad. Para unos es la intuición, para otros la sagacidad instintiva u otro olfato para el negocio, lo cierto es que el emprendedor no deja pasar la oportunidad para desplegar con iniciativa y audacia su imaginación.

En la actualidad las pequeñas y medianas empresas desempeñan una función crucial en la competencia mundial. Si bien se esperaba que ésta requeriría de grandes unidades de producción, la historia industrial de los últimos decenios ha demostrado con claridad que no son agentes marginales de la dinámica competitiva; es decir, el

escenario no está plenamente dominado por unos cuantos gigantes. En buena parte de los países desarrollados y subdesarrollados, las microempresas han registrado un dinamismo importante, como consecuencia de uno de los principales giros introducidos por la globalización.

1.4.1. Tipos de Empresas:

Existen dos tipos de empresas que son Públicas y Privadas:

Públicas: en éste tipo de empresa el capital pertenece al Estado y generalmente su final es satisfacer las necesidades sociales.

Privadas: el capital de estas es propiedad de inversionistas privados y la finalidad es eminentemente lucrativa.

Según su capital pueden ser:

1. **Micro Empresas:** son unidades productivas menores que las pequeñas empresas. Difieren en el monto de capital y la cantidad de empleados.

2. **Pequeñas Empresas:** son unidades que tienen dueños y gerentes locales, que trabajan en un solo lugar.

3. **Medianas Empresas:** son empresas que por lo general no son de un único dueño, se forman como compañía por acciones.

4. **Grandes Empresas:** son empresas que tienen grandes capacidades y que tienen acceso al crédito ilimitado; en la mayoría de los casos funciona como su principal fuente de financiamiento. Se diferencia de las demás en que realizan grandes inversiones y por ende obtienen grandes beneficios sobre estas inversiones, poseen tecnología y sus costos son menores porque producen en grandes escalas.

1.4.2. Creación de una Microempresa Comercializadora

Las microempresas comerciales son intermediarios entre el productor y el consumidor, su función principal es la compra y venta de productos terminados.

Pueden ser de tres tipos:

a.**Mayoristas:** son empresas que efectúan ventas a gran escala y que distribuyen el producto directamente al consumidor.

b.**Minoristas o detallistas:** son los que venden productos al menudeo, con cantidades al consumidor.

c.**Comisionistas:** se dedican a vender mercancías que los productores les dan a consignación, percibiendo por esta función una ganancia o comisión.

1.4.3. Proceso Administrativo de las microempresa:

Es la combinación de las actividades que realiza la planificación, la organización, la dirección y el control de una empresa. En el siglo XIX varios autores acostumbraban a definir la administración en cuatro funciones específicas. Los gerentes planifican, organizan, dirigen y controlan. Por lo tanto, cabe decir que la administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización

- **Planificar:** implica que los administradores piensan con antelación en sus metas y acciones, basándose en algún método plan o lógica, no en corazonadas.
- **Organizar:** es el proceso para ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización de tal manera que estos puedan alcanzar las metas de la organización.
- **Dirección:** implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen las tareas esenciales. Las relaciones y el tiempo son fundamentales para la actividad de la dirección.

- **Control:** es proceso para asegurarse que las actividades reales se ajusten a las actividades planificadas.

Características de las Empresas comercializadora.- Es una unidad de producción, de decisión, financiera y organizada. Taylor & Francis (Versión of record firstPublisher: 02 Oct 2009; Pág. 87) describe la práctica de la administración como algo distinto a la contabilidad, las finanzas, la producción y otras funciones características de los negocios. Sostenía que la administración era una actividad común a todos los esfuerzos humanos en los negocios, el gobierno y hasta el hogar

Los objetivos de una microempresa consisten en:

1. Producir bienes y servicios.
2. Obtener beneficios.
3. Lograr la supervivencia.
4. Mantener un crecimiento.
5. Ser rentable.

Las pequeñas y medianas empresas crean fuentes de empleos y contribuyen a disminuir el desempleo que existe en nuestro país.

Factibilidad de creación de microempresas comercializadora.

Es factible crear una microempresa en la comuna las Balsas y determinar cuánto beneficio tendrán los habitantes. Se trata de analizar si el proyecto reúne las condiciones de rentabilidad, solvencia y liquidez necesarias para llevarlo a cabo.

Criterio de constitución legal de las microempresa:

De acuerdo con el régimen jurídico en que se constituya la empresa, éstas pueden

ser:

Sociedades anónimas, sociedad anónima de capital variable, sociedad de responsabilidad limitada, sociedad cooperativa, sociedad de demanda simple, sociedad en comandita por acciones y sociedad en nombre colectivo.

1. Empresas de servicios: son aquellas que brindan un servicio a la comunidad y que persiguen fines lucrativos, o no lucrativos.
2. Empresas industriales: Lo primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes y productos mediante la transformación y/o extracción de materia prima. Son dos tipos.

Primarias: extractivas: explotan los recursos naturales, ya sean renovables o no renovables, entendiéndose como recursos naturales todas las cosas de la naturaleza que son indispensables para la subsistencia del hombre.

Secundaria: manufactureras: son empresas que transforman la materia prima en productos terminados.

Empresas que producen bienes al consumo final. Ejemplo: productos alimenticios, aparatos y accesorios eléctricos.

Empresas que producen bienes. Estas empresas satisfacen preferentemente la demanda de consumo. Ejemplo: productores del papel, materiales de construcción y productos químicos.

Microempresas que llevan y no llevan contabilidad.

Después de realizar las respectivas investigaciones en las distintas instituciones del Ecuador, en el SRI (Servicio de Rentas Internas) Datos obtenidos en línea, 29 de septiembre del 2012 (<http://www.sri.gob.ec/web/10138/304>) las personas naturales obligados a llevar contabilidad son personas particulares que tienen actividades

económicas. Normalmente en las facturas tienen el nombre del dueño o nombre comercial. Se reconoce porque en la factura dice obligado a llevar contabilidad. Esta obligación se da cuando pasan los montos establecidos de \$ 60.000,00 en capital o \$ 100.000,00, en ventas al año.

Esto significa que la microempresa que se va a estructurar en la comuna Las Balsas no está obligada a llevar contabilidad porque no pasan los montos establecidos por el SRI. Pero están obligadas a emitir las notas de ventas y estar bajo los parámetros del RISE (Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano).

El RISE, es un sistema impositivo cuyo objetivo es facilitar y simplificar el pago de impuestos de un determinado sector de contribuyentes.

Los principales beneficio que ofrece el RISE para las microempresa son las siguientes

- a) No necesita hacer declaraciones, por lo tanto se evita los costos por compra de formularios y contratación de terceras personas, como tramitadores, para el llenado de los mismos.
- b) Se evita que le hagan retenciones de impuestos,
- c) Entregar comprobantes de venta simplificados en los cuales solo se llenará fecha y monto de venta
- d) No tendrá obligación de llevar contabilidad, Por cada nuevo trabajador que incorpore a su nómina y que sea afiliado en el IESS, Página oficial del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, en línea el 29 de septiembre del 2012 (<http://www.iess.gob.ec/site.php?category=afiliados>) donde nos informa que se podrá descontar un 5% de su cuota, hasta llegar a un máximo del 50% de descuento.

El RISE puede inscribir a las personas naturales, cuyos ingresos no superen los USD 60,000 dentro de un período fiscal, es decir entre el 1 de enero hasta el 31 de diciembre.

Condiciones que tienen que cumplir al RISE y son las siguientes:

- Ser persona natural.
- No tener ingresos mayores a USD 60,000 en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia el ingreso por este concepto no supere la fracción básica del Impuesto a la Renta gravada con tarifa cero por ciento (0%) para cada año, para el año 2010 equivale a 8910 USD
- No dedicarse a alguna de las actividades excluidas
- No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.
- Las fechas de pago y las diferentes cuestiones que tiene que cumplir los diferentes beneficiarios al RISE.
- Debe cancelarlas mensualmente y en función de su noveno dígito del RUC (Régimen Único de Contribuyente), conforme al calendario que puede visualizar en la sección RISE y se debe cancelar de acuerdo a la categoría de ingresos anuales. En el cuadro siguiente se ve reflejado específicamente del sector agrícola.

CUADRO No. 3 Actividades Agrícolas

Categorías	Intervalos de Ingresos Anuales		Intervalos de Ingresos Mensuales		Cuota Mensual
	Inferior	Superior	Inferior	Superior	
1	0	5.000	0	417	\$ 1.00
2	5.001	10.000	417	833	\$ 2.00
3	10.001	20.000	833	1.667	\$3.00
4	20.001	30.000	1.667	2.000	\$5.00
5	30.001	40.000	2.000	3.333	\$8.00

6	40.001	50.000	3.333	4.167	\$12.00
7	50.001	60.000	4.167	5.000	\$15.00

Fuente: RISE

Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

1.4.4. Capacidad de producción de la comuna

La capacidad de producción es el nivel de actividad máximo que puede alcanzarse con una estructura productiva dada. El estudio de la capacidad es fundamental para la gestión empresarial en cuanto permite conocer y analizar el grado de uso de cada uno de ellos en la organización y así tener oportunidad de optimizarlos. Los incrementos y disminuciones de la capacidad productiva provienen de decisiones de inversión o desinversión.

Cuando una línea de producción está formada por varias máquinas o estaciones de trabajo, la capacidad de producción de la planta está determinada por la máquina o la estación más lenta (la que tenga una menor capacidad de producción).

Se llama balance de línea al proceso mediante el cual se determina la cantidad de máquinas y herramientas por estación de trabajo, para lograr que todas ellas estén bastante equilibradas, evitando desperdicios.

1.4.5. Administración de los recursos económicos

Recursos básicos.- Para el establecimiento de una empresa es imprescindible hacer un proyecto para establecer una estructura adecuada en la cual los recursos cumplen un papel fundamental para la ejecución de las actividades de la empresa. La buena utilización de esos recursos garantiza el buen funcionamiento de la microempresa.

Los recursos son los medios utilizados por las microempresas para ejecutar sus actividades y de esta manera alcanzar sus objetivos. En las microempresas hay gran cantidad de recursos tales como: personas, máquinas, dinero, materiales, etc., los cuales son obtenidos del medio ambiente exterior y entran a la empresa a cumplir

diferentes funciones, las cuales son:

Unos son procesados y transformados en bienes o servicios para luego ser distribuidos entre los consumidores o usuarios, quienes se hallan ubicados en el medio ambiente externo.

Los recursos pueden ser propios o en calidad de préstamo. Lo importante es la función que cumplen dentro de la empresa. Los resultados que presenta la empresa que pueden ser bienes o servicios por su venta permiten la continuidad en su funcionamiento.

La empresa no sólo tiene influencia en la comunidad por sus productos sino que el salario pagado a sus empleados permite que se compren otros productos, los impuestos pagados por la empresa permiten obras sociales y su control a los desperdicios permite la conservación del medio ambiente.

Recurso Humano.

Las personas constituyen el recurso más importante en toda organización, ya que son ellas quienes utilizan, diseñan, transforman y perfeccionan los demás recursos. Las cualidades del elemento humano como las actitudes, habilidades, conocimientos, experiencias y las relaciones tanto individuales como colectivas son muy importantes para las actividades de la empresa.

En todas las operaciones que se llevan a cabo en la empresa es fundamental el recurso humano. También se habla de liquidez que es la capacidad de convertir activos a efectivo y a la disponibilidad de fondos para satisfacer sus necesidades.

Recursos técnicos y maquinaria.

Al conjunto de técnicas, procesos, procedimientos, métodos y sistemas que son utilizados por la empresa en las diferentes actividades relacionadas con la producción de bienes o servicios y las maquinarias que son de importante para la

producción. Las maquinarias se refieren a los instrumentos con los cuales se realiza la producción en formas más eficiente y eficaz. Esta aplicación influye de manera decisiva en el comportamiento y utilización de otros recursos de la organización.

Es un determinante de:

La cantidad y calidad de los recursos humanos que requiere la empresa

La estructura organizativa y de algunos procedimientos organizaciones adoptados por la empresa.

La planeación del trabajo individual y de grupo.

1.5. Fundamentación Legal.

Es el principio o conocimiento legal sobre el que se apoyan algunas acciones; es el sustento jurídico sobre el cual se puede reclamar un derecho o exigir una obligación. Esta definición de fundamentos legales nos permite entender que todos los países del mundo tienen leyes que rigen los comportamientos sociales, dotándolos de derechos y de obligaciones a realizar para que se pueda establecer un “orden” social que permita cierta igualdad y una calidad de vida para todos los ciudadanos.

1.5.1. Regulaciones vigentes para la creación de empresas y microempresas.

Constitución del Ecuador

La constitución del Ecuador. Publicación en el Registro Oficial el 20 de octubre de 2008. Consultado: (El 30 de Septiembre del 2012). Art. 315. Establece, en su Art.315, el Estado constituirá microempresas públicas para la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y el desarrollo de otras

actividades económicas.

Las microempresas públicas estarán bajo la regulación y el control específico de los organismos pertinentes, de acuerdo con la ley; funcionarán como sociedades de derecho público, con personalidad jurídica, autonomía financiera, económica, administrativa y de gestión, con altos parámetros de calidad y criterios empresariales, económicos, sociales y ambientales.

La constitución, primera sección: formas de organización de la producción y su gestión, Art. 319, se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

Las principales leyes que regulan el manejo sustentable de las microempresas en el Ecuador son:

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional. En tanto, el Art. 320, en las diversas formas de organización de los procesos de producción. Se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Cabe destacar que según el Art. 335.- El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos. Mientras tanto, según el Art. 336, el Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación.

Las estrategias que definen para la primera fase según el SENPLADES (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo) Audiolibro, en línea el 30 de septiembre del 2012 y su aplicación durante el periodo 2009-2013 y estas son:

- Democratización de los medios de producción, distribución de la riqueza y diversificación de las formas de propiedad y de organización.
- II. Transformación del patrón de especialización de la economía a través de la sustitución selectiva de importaciones para el Buen Vivir.

Con estos fundamentos, el plan aterriza en lo concreto y propone una lógica de planificación a partir de los siguientes grandes objetivos nacionales para el Buen Vivir, los mismos que ya fueron planteados en el Plan Nacional de Desarrollo y que ahora son actualizados bajo parámetros que se relacionan con el desempeño de las metas nacionales, con las distintas propuestas de acción pública sectorial y territorial, y principalmente con la necesidad de concretar los desafíos derivados del nuevo marco constitucional.

En la última reunión de autoridades, el 4 de septiembre de 2012, a las 11h00, el MAGAP entregó la Ley de Comunas y Formas de Organización Ancestral Indígena a la Ministra de Agricultura. En el acto los representantes de la Copisa, expusieron los puntos más importantes que contiene dicha legislación a fin de que las autoridades conozcan los aportes recogidos en las reuniones con las más de 173 organizaciones participantes.

Dentro de los principios manejados en la legislación de Comunas, se destacaron las siguientes: Fortalecimiento de las estructuras organizativas, el ejercicio de los derechos colectivos, la plurinacionalidad, la interculturalidad y la producción.

En meses posteriores, se entregarán al ejecutivo otras leyes conexas a la soberanía alimentaria, como las legislaciones de Pesca, Crédito, Sanidad Animal, Consumo y

Comercialización Agrícola.

1.6. Marco de Referencia/situacional.

La comercialización de los productos agrícolas se realiza principalmente en forma individual. El objetivo es crear una microempresa comercializadora de productos agrícolas en la comuna Las Balsas para mejorar la distribución de los productos agrícolas del sector y mejorar la capacidad adquisitiva de cada uno.

La microempresa ofertará productos frescos y de alta calidad, con un precio justo; productos que se convertirán en la base nutricional de las familias. El primer capítulo establece toda la información científica del tema de investigación tomando en cuenta una sistematización lógica de los contenidos.

Se enfoca en determinar el establecimiento del diagnóstico con el que se busca por medio de la recolección de datos tener una idea certera del problema de la investigación, sus causas y consecuencias.

Como eje principal se fundamentó en el estudio para MIPYMES de América Latina, donde propone una serie de elementos básicos “para medir la condición de competitividad y para determinar los factores críticos endógenos que permiten aportar a mejorar la posición competitiva de las microempresa”

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se presenta la metodología que permitió desarrollar el presente Trabajo Especial de Grado. Se muestran aspectos como el tipo de investigación, las técnicas y procedimientos que fueron utilizados para llevar a cabo dicha investigación. Se centra en conceptos y teorías que se utilizan para formular, desarrollar un argumento o trabajo de investigación. Esto se refiere a las ideas básicas que forman la base para los argumentos, mientras que la revisión de literatura se refiere a los artículos, estudios y libros específicos que se usa dentro de la estructura predefinida. Estos argumentos son de principal importancia para desarrollar una tesis convincente.

2. Diseño de la investigación.

Diseño descriptivo.- El estudio descriptivo relaciona una serie de cuestiones y se miden independientemente, para así describir lo que se investiga. Consiste en reflejar lo que aparece, tanto en el ambiente natural, como social. La descripción puede ser con información primaria o secundaria que comprende la elaboración y desarrollo de una propuesta de creación de una microempresa para solucionar problemas de falta de trabajo y eliminación de intermediarios que se quedan con las pocas ganancias de la comuna Las Balsas; de esta manera poder distribuir a los grandes mercados de la Provincia de Santa Elena los diferentes productos que se cultivan.

Diseño por la dimensión temporal

Diseños Transversales.-El diseño transversal es el más utilizado en la investigación por encuesta. Los datos se recogen, sobre grupos de sujetos, en un

solo momento temporal; se trata del estudio en un determinado corte puntual en el tiempo, el grupo de sujeto en el cual se recogió la información será de las personas que se dedican a la comercialización y cultivo de productos en la comuna Las Balsas.

2.1. Modalidades de la investigación

En esta investigación se utiliza las siguientes modalidades:

Investigación Documental Bibliográfica.

En esta investigación se recurrió a fuentes documentales con el fin de dar viabilidad a la información mediante periódicos, revistas, sucesos históricos, con el propósito de indagar, conocer, ampliar, profundizar y deducir diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre el tema en que se desea incursionar, es decir solucionar el problema de la falta de una microempresa comercializadora que permita a los agricultores de la comuna Las Balsas del Cantón Santa Elena poder comercializar sus productos.

Investigación de Campo.

Es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen los acontecimientos. En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto

Las interrogantes que orientaron el estudio son las siguientes:

- ¿Qué consecuencias conlleva la falta de microempresas tipo comercial para el desarrollo económico de la comuna Las Balsas del Cantón Santa Elena?
- ¿Los resultados del estudio permitirán desarrollar estrategias que beneficien a los productores de la comuna Las Balsas?
- ¿Cuál es la importancia de la implementación de una microempresa

comercializadora para el desarrollo económico de los agricultores de la comuna Las Balsas del Cantón Santa Elena, año 2013?

- ¿Cuál será el rol de la administración local en la microempresa comercializadora

2.2. Tipos de investigación

Por el propósito;

Investigación Aplicada

Se empleó para obtener datos directos mediante la observación a fin de resolver problemas como la falta de instrumentos y técnicas en la comercialización; y la inexistencia de una planificación y organización de las actividades productivas que se realizan en la comuna Las Balsas. Esta indagación se apoya en la investigación básica con el fin de evaluar la teoría, ya que se requiere de un marco teórico, pero lo más importante en este estudio son las consecuencias prácticas.

Por el nivel de estudio:

Nivel descriptivo o Correlacional

Se relaciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así describir lo que se investiga, reflejar lo que aparece, tanto en el ambiente natural como social.

Está encaminada al descubrimiento de estudios descriptivos que miden de manera bien independiente los concepto, la variable de estudio de creación de una microempresa comercializadora y desarrollo productivo de la comuna Las Balsas. El objetivo no es indicar como se relacionan estas, sino describir cada una de ellas.

2.3. Métodos de la investigación

Método Inductivo.-El método inductivo es un proceso analítico, sistemático, mediante el cual se parte del estudio de causas, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general. Este método va de lo particular a lo general. Su aplicación consiste en observar las causas, como la migración, falta de empleo, necesidades básicas insatisfechas, lo cual induce a sacar una conclusión que se evidencia en el estado de subdesarrollo en que vive la comuna Las Balsas.

Método deductivo.-Este método parte del problema de estudio para establecer las posibles causas, de lo general a lo particular, de lo abstracto a lo concreto. Se observa el efecto como es el estancamiento del desarrollo económico social de la comuna Las Balsas, se visualizan las causas para empezar a reflexionar, deducir e investigar cuales serían las que intervienen para que perdure el problema.

Método Analítico.-Este método implica el análisis, esto es la separación del problema de investigación que es la creación de una microempresa comercializadora de productos agrícolas en la comuna Las Balsas, separando el problema en sus elementos constitutivos de un todo material, la sociedad y sus partes: base económica (fuerzas productivas y relaciones sociales de producción) y la superestructura (política, jurídica, religiosa, moral).

2.4. Técnicas e instrumentos para la obtención de datos

La Encuesta.- Es considerada como una rama de la investigación social científica orientada a la valoración de poblaciones enteras mediante el análisis de muestras y de preguntas específicas.

Es importante para poder hacer un diagnóstico de cómo está en realidad el problema, cuantificarlo y cualificarlo, para determinar los diferentes aspectos que comprende la propuesta de creación de una microempresa.

Consideraciones a la hora de elaborar la encuesta.

- En la encuesta se redactaron diez preguntas.
- Los indicadores sirvieron para medir las variables.
- La redacción de las preguntas fue de manera sencilla y clara con el fin de tener la respectiva comprensión y evitar confusiones por parte del encuestado.
- Los ítems tendrán el propósito de recolectar información necesaria para la aplicación eficiente a la propuesta de creación de una microempresa comercializadora de la Comuna Las Balsas

Pregunta Cerrada.-Se emplean preguntas cerradas en la encuesta. La cuantificación y la cualificación de las respuestas fueron objetivas, ya que se refirieron a datos objetivos, tales como contestar con sí o no, o con la elección de una proposición dada.

Cerradas Opcionales.-Se ofrece al encuestado la posibilidad de escoger entre dos alternativas de respuesta.

Cerradas Poli opcionales.-Se propone al encuestado más de dos opciones de respuesta. Para esta investigación se han escogido las preguntas de selección simple, que presentan más de dos opciones de respuesta, de las cuales el encuestado debe escoger una sola.

La Entrevista

Es una técnica para obtener datos que consiste en un diálogo entre dos personas: el investigador y el entrevistado. Se realizó con el fin de obtener información relevante del entrevistado, que es una persona entendida en la materia de investigación.

La ventaja esencial reside en que son los mismos actores sociales, en este caso los agricultores de la comuna Las Balsas, quienes nos proporcionan los datos relativos

a sus conductas y opiniones.

Entrevista estandarizada o estructurada

Las preguntas se presentaron con las mismas palabras y en el mismo orden a todos los entrevistados. Estas se utilizan para estudios que permitan probar la hipótesis.

2.5. Población y muestra

La población estudiada fue de 350 personas que correspondió a quienes se dedican a la actividad agrícola.

CUADRO No. 4 Población

ELEMENTOS	NI	Ni
Agricultores	250	133.51
Ganaderos	50	26.70
Pescadores	25	13.35
Otros	25	13.35
TOTAL	350	186.91

Fuente: Comuna Las Balsas.
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

Muestra.

Se basa en la teoría de las probabilidades. Implica que los elementos deban seleccionarse de manera aleatoria a fin de garantizar que todos tengan la misma posibilidad de selección.

Se aplicó el muestreo probabilístico aleatorio simple.

Simbología:

n= tamaño de la muestra

N= universo

p= Posibilidades a favor de que se cumpla la hipótesis.

q= Posibilidades en contra de que se cumpla la hipótesis.

e= error admisible.

CUADRO No. 5 Cálculo de la Muestra

N=	350
e=	0.05
n=	186.91

Fuente: Comuna Las Balsas.
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

$$\text{Formula: } n = \frac{N(p.q)}{(N-1)\left(\frac{e}{K}\right)^2 + p.q}$$

$$K = 2$$

$$n = 350(0,5*0,5) / ((350-1) (0,05/2) ^2 + 0,5*0,5)$$

$$n = 350(0,25) / ((0,2181) + 0,25)$$

$$n = 87,5 / 0,4681$$

$$n = 186,91569$$

$$n = 187$$

2.6. Procedimiento de la investigación

Hasta el momento hemos supuesto que los datos que maneja una aplicación no son tan voluminosos y por lo tanto caben en memoria. Cuando recurrimos a los archivos, se debe a la necesidad de conservar datos después de que termina un programa. Sin embargo, existen problemas en donde el volumen de datos es tan grande que es imposible mantenerlos en memoria.

El procedimiento de la investigación estará compuesto por los indicadores:

- Esquematización de la estrategia de investigación.
- Definición de los procedimientos para el desarrollo de la estrategia.
- Definición de las variables de interés.
- Explicación del proceso mediante el cual fueron seleccionados los participantes del estudio.
- Recolección de datos.

2.7. **Procesamiento de la información.**

Mediante la entrevista que se va a realizar al presidente del Comité de la comuna las Balsas, se determinará que es necesario crear una microempresa, y que los recursos económicos que generaría serían reinvertidos en la comuna, para lograr un desarrollo y mejoras en la calidad de vida.

- Organizar los datos auscultados.
-
- Tabulación de datos.
-
- Elaboración de tablas y gráficos de los datos a obtenerse.
-
- Presentación del proceso de análisis aplicado a los datos.
-
- Formulación de las conclusiones.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. Análisis de las encuestas

Encuesta relacionada a la población de la comuna Las Balsas

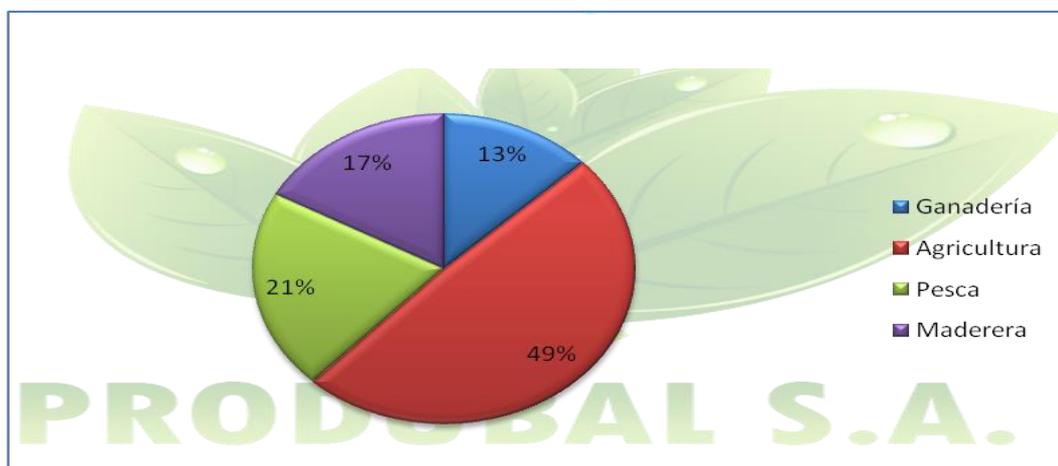
PREGUNTA No. 1 ¿Qué actividades productivas desarrollan los pobladores de la Comuna las Balsas?

TABLA 1 Actividades Productivas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Agricultura	92	49%
Pesca	39	21%
Maderera	31	17%
Ganadería	25	13%
TOTAL	187	100%

Fuente: Encuestas población de La Comuna Las Balsas
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

GRÁFICO No. 1 Actividades Productivas



Fuente: Encuestas población de La Comuna Las Balsas
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

El 49% de la población manifestó que se dedica a la agricultura, siendo esta la base fundamental de ingreso económico del sector. Esto se lo define como el desarrollo sustentable que tiene por objeto asegurar una mejor calidad de vida.

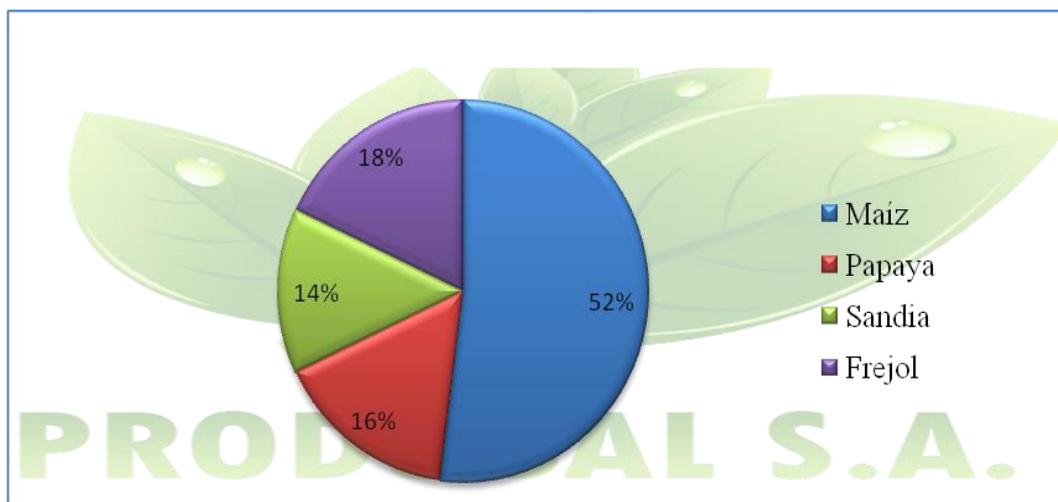
Pregunta No.- 2 ¿Qué productos se cultivan con mayor regularidad en el año?

TABLA No. 2 Regularidad de Cultivos al Año

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Maíz	98	52%
Frejol	33	18%
Papaya	29	16%
Sandia	27	14%
TOTAL	187	100%

Fuente: Encuestas población de La Comuna Las Balsas
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

Gráfico No. 2 Regularidad de Cultivos al Año.



Fuente: Encuestas población de La Comuna Las Balsas
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

El 52% de la población encuestada manifestó que la mayor producción es la de maíz por ser altamente comercializable. Sirve como alimentos para animales de corral. Es un producto de ciclo corto que se cultiva con mayor regularidad en el año y su riego se lo realiza por medio de bombas que extraen el agua de la represa Chongón Colonche. La papaya con el 16% es otra actividad que debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades de producción en la economía local. El fréjol con un 18% es otra base fundamental, promoviendo las formas alternativas de cultivo coherente con el desarrollo sostenible.

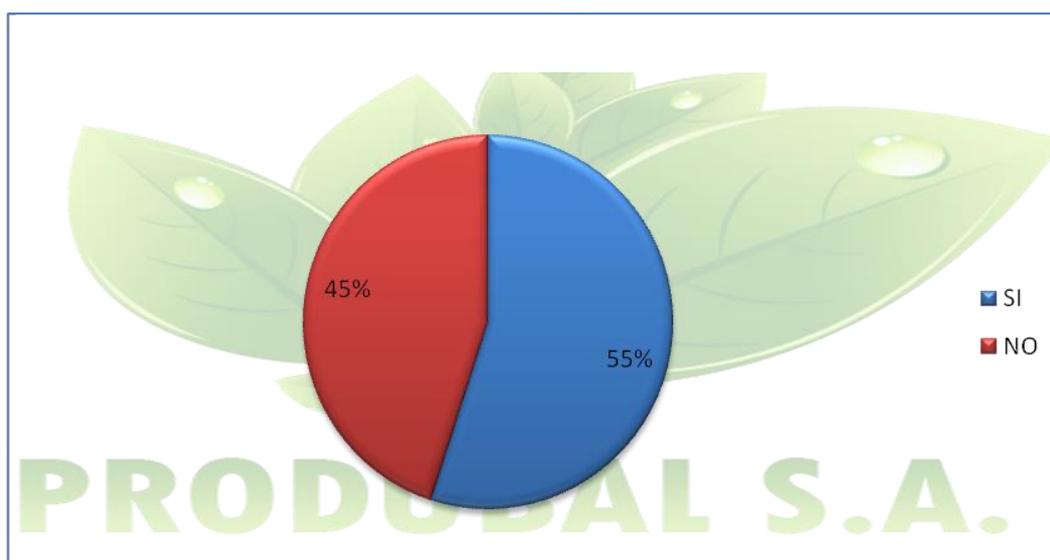
Pregunta No. 3 ¿Existen oportunidades de trabajo en la comuna Las Balsas?

TABLA No. 3 Oportunidades de trabajo en la comunidad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	103	55%
NO	84	45%
TAL VEZ	0	0%
TOTAL	187	100%

Fuente: Encuestas población de La Comuna Las Balsas
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

GRÁFICO No. 3 Oportunidades de trabajo en la comunidad.



Fuente: Encuestas población de La Comuna Las Balsas
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

El 55% de las personas encuestadas expresó que existen oportunidades de trabajo y beneficios económicos. Manifestaron que existen tierras aptas para la producción, el cultivo se lo realiza en pequeña escala para su propio consumo. Los pobladores manifestaron que con incentivos se mejoraría la calidad de vida local. El 45% expresó que no existe oportunidad por la falta de inversión de las autoridades locales y no busca alternativas de solución.

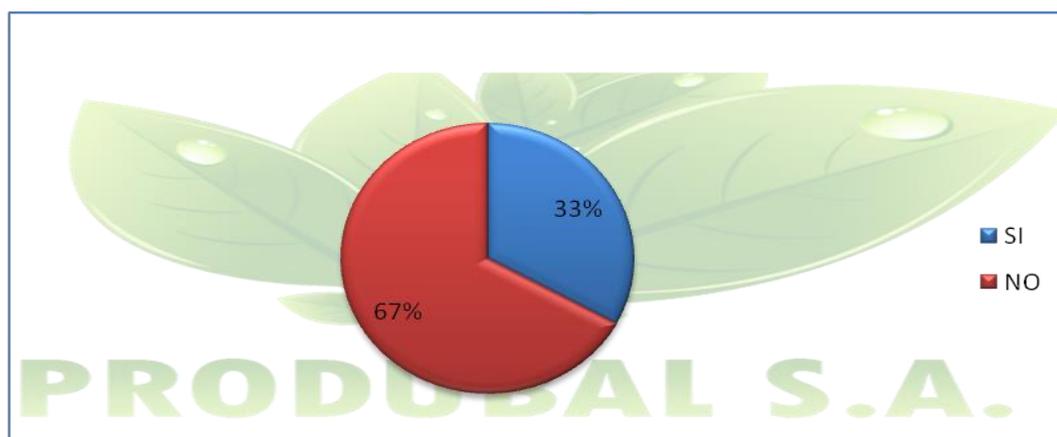
PREGUNTA No. 4 ¿Ud. ha recibido alguna capacitación para administrar su producción agrícola?

TABLA No. 4 Capacitaciones sobre producción

Variable	Frecuencia	Porcentaje
NO	126	67%
SI	61	33%
TAL VEZ	0	0%
TOTAL	187	100%

Fuente: Encuestas población de La Comuna Las Balsas
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

GRÁFICO No. 4 Capacitaciones Sobre Producción.



Fuente: Encuestas población de La Comuna Las Balsas
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

El 67% de personas encuestadas manifestó que no ha recibido capacitación de cómo administrar sus recursos propios. Sólo se lo hace a un extracto de la población, por motivo de encontrarse en un sector apartado o muchas veces realizando sus labores diarias de trabajo. Existen representantes que reciben dicha capacitación pero muchas veces ellos no son recíprocos en las reuniones que se realizan los días domingos en la sede municipal. El 33% indicó que sí ha recibido capacitaciones por estar en contacto con las autoridades comunales o prefectura. La capacitación puede atraer beneficios económicos y sociales que contribuirán a mejorar las condiciones de los habitantes.

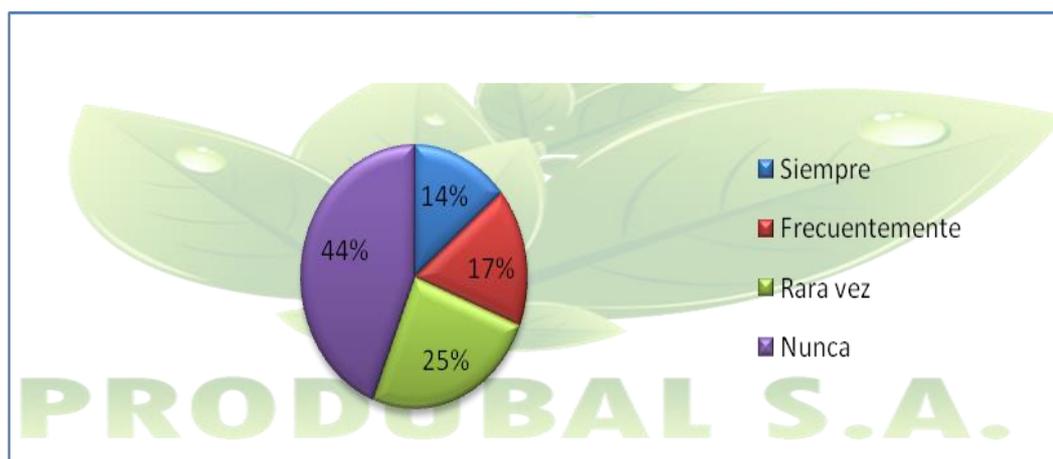
PREGUNTA No. 5 ¿La prefectura de Santa Elena les brinda incentivos para desarrollar actividades productivas?

TABLA No. 5 Incentivos al Área de Producción

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	82	44%
Rara vez	47	25%
Frecuentemente	32	17%
Siempre	26	14%
TOTAL	187	100%

Fuente: Encuestas población de La Comuna Las Balsas
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

GRÁFICO No. 5 Incentivos al Área de Producción.



Fuente: Encuestas población de La Comuna Las Balsas
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

El 44% de las personas encuestadas manifestó la prefectura nunca les brinda incentivos para el desarrollo de producción que genere fuentes de trabajo. Estas respuestas provinieron de personas entrevistadas en lugares un poco alejados del sector pero que pertenecen a la comuna. El 25% indica que rara vez observan a personal de la prefectura pero ellos no informan el motivo de su presencia en el sector. El 17% manifiesta que la prefectura frecuentemente realiza visitas y mediciones de campo, pero hace falta comunicación del motivo de los estudios. Y un mínimo de 14% informó que siempre cuentan con visita de autoridades e incentivos por parte del Prefecto.

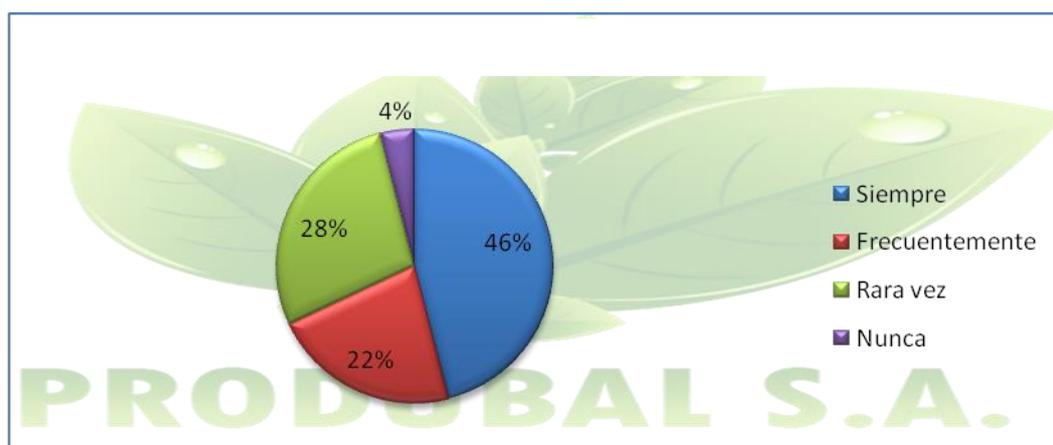
PREGUNTA No. 6 ¿Los dirigentes comunales se preocupan por realizar obras necesarias en el sector?

TABLA No.- 6 Obras necesarias para la Comuna.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	86	46%
Rara vez	53	28%
Frecuentemente	41	22%
Nunca	7	4%
TOTAL	187	100%

Fuente: Encuestas población de La Comuna Las Balsas
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

GRÁFICO No. 6 Obras Necesarias para la Comuna.



Fuente: Encuestas población de La Comuna Las Balsas
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

El 46% de personas encuestadas indicó que las autoridades locales solo se preocupan de las obras necesarias cuando hay una emergencia: por ejemplo, el desborde del río, el lastrado de las carreteras en época invernal, pero no se toman acciones preventivas para problemas futuros. Cabe recalcar que los comuneros tienen toda la disponibilidad de ayudar a su comuna. El 28% indicó que rara vez se preocupan por las obras. Y el 4% dijo que las autoridades nunca se preocupan, el pueblo no desarrolla, no crece económicamente y existe desempleo.

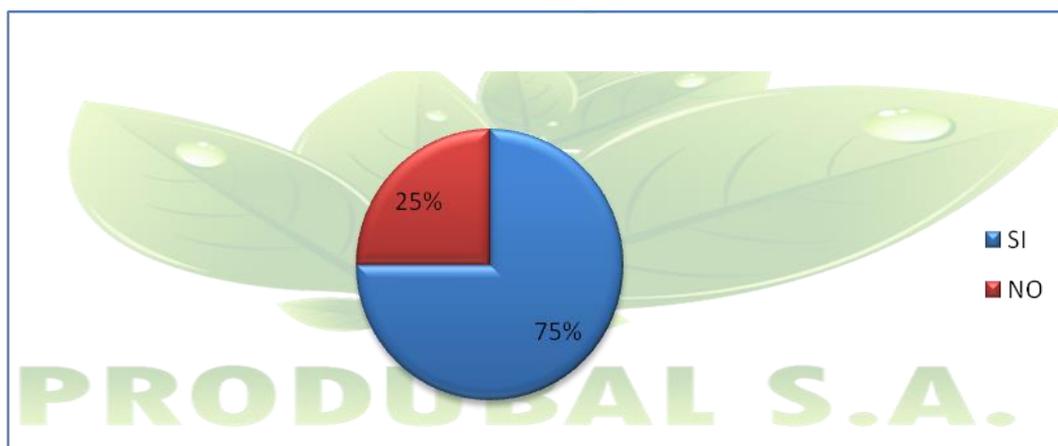
PREGUNTA No. 7 ¿La comuna cuenta con el espacio suficiente (terreno) adecuado para la creación de una microempresa agrícola?

TABLA No.- 7 Infraestructura para Crear Microempresa

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	140	75%
NO	47	25%
TAL VEZ	0	0%
TOTAL	187	100%

Fuente: Encuestas población de La Comuna Las Balsas
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

GRÁFICO No. 7 Infraestructura para crear la Microempresa.



Fuente: Encuestas población de La Comuna Las Balsas
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

El 75% de los encuestados expresa que hay espacio suficiente para crear una microempresa. La población concordó en que beneficiará al sector con fuente trabajo y mejores ingresos. Siempre y cuando se lo haga con el respectivo dialogo con los comuneros del sector en las reuniones los días domingo y manifestando las ventajas y desventajas de implementar una microempresa. El 25% no está de acuerdo; indicaron que al crear una microempresa solo se beneficiarían las personas que trabajarían en la antes mencionada, siendo esto en su mayoría personas de edad avanzada.

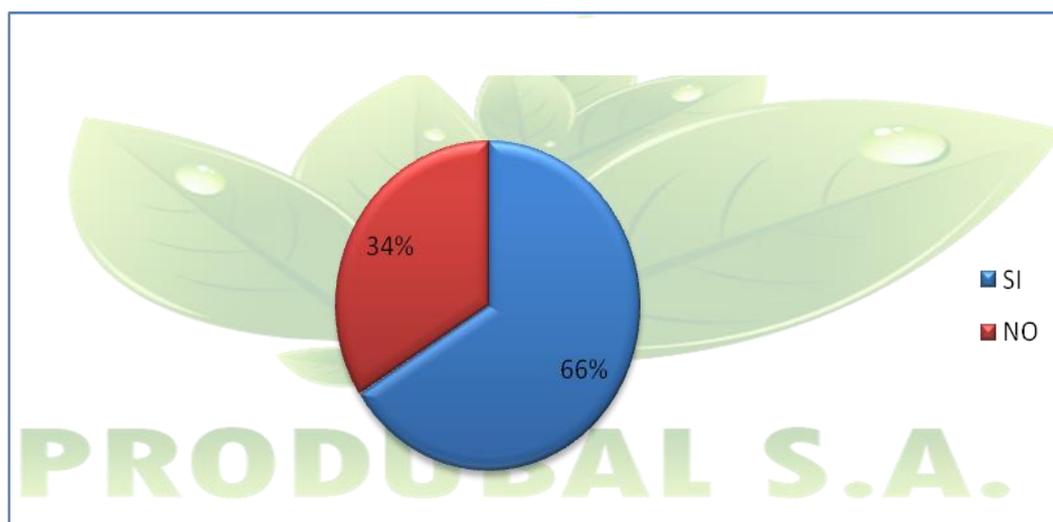
PREGUNTA No. 8 ¿Está dispuesto a vender sus productos directamente sin intermediarios?

TABLA No.- 8 Venta directamente a mercados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	124	66%
NO	63	34%
TAL VEZ	0	0%
TOTAL	187	100%

Fuente: Encuestas población de La Comuna Las Balsas
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

GRÁFICO No. 8 Ventas Directamente a Mercados



Fuente: Encuestas población de La Comuna Las Balsas
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

El 66% de los encuestados manifestó estar de acuerdo con vender sus productos sin intermediarios porque ellos acaparan las pocas ganancias de la actividad agrícola, la cual no se vería afectada. Todo lo contrario, se beneficia porque al vender directamente mejorarían sus ingresos. El 34% desconoce la existencia de alguna otra opción que compre su producción, no cuentan con medio de transportes para comercializar a otros sectores.

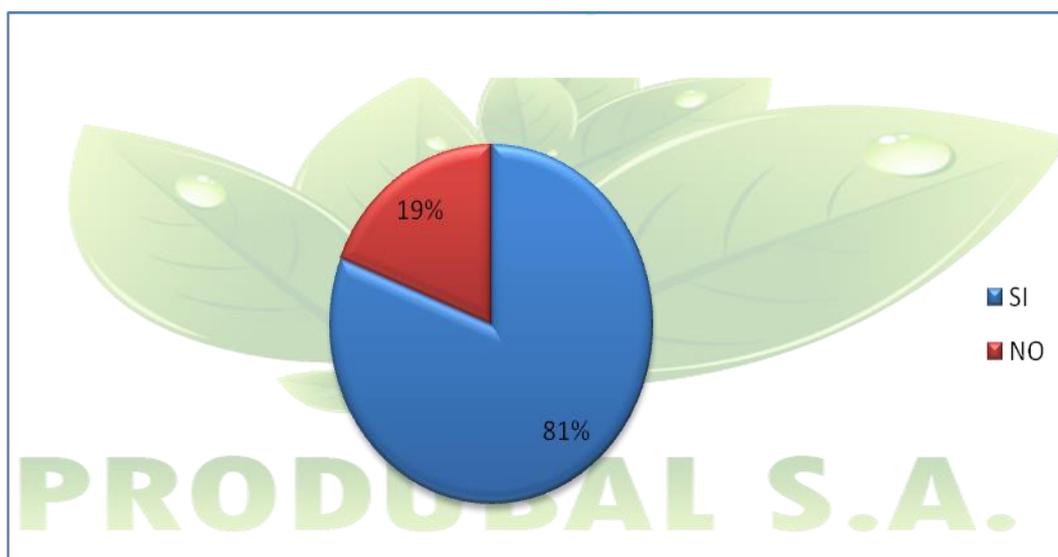
PREGUNTA No. 9 ¿Le gustaría ser parte de una microempresa como comerciante de productos agrícolas?

TABLA No.- 9 Parte de una Microempresa

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	152	81%
NO	35	19%
TOTAL	187	100%

Fuente: Encuestas población de La Comuna Las Balsas
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

GRÁFICO No. 9 Parte de una Microempresa



Fuente: Encuestas población de La Comuna Las Balsas
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

El 81% de las personas encuestadas si participaría como comerciante en una microempresas, siendo esta una fuente de ingreso, trabajo, bienestar social y mejora del ornato de la comuna; mientras que el 19% opinó que siente temor a no recibir todos los beneficios de ley, no ser remunerados por el empleador y no contar con los conocimientos necesarios.

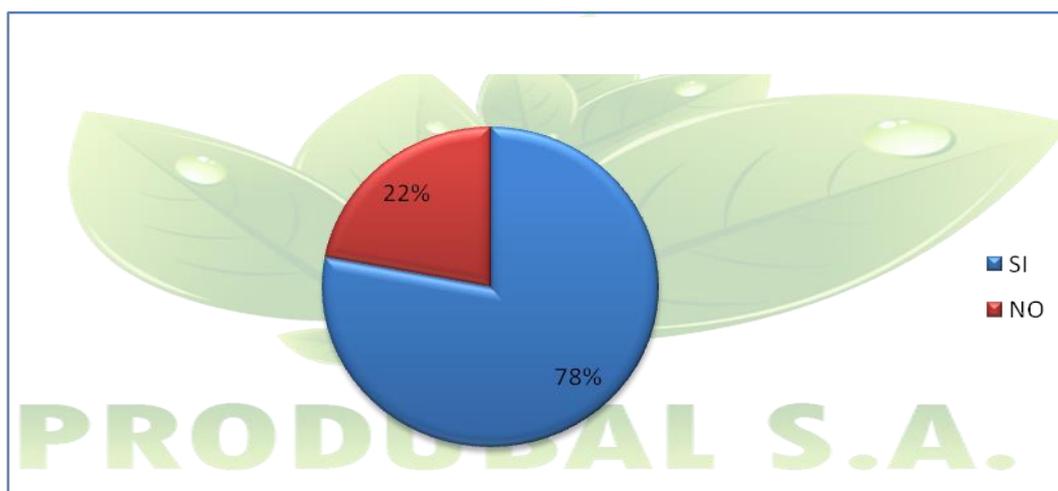
PREGUNTA No. 10 ¿Al crear una microempresa agrícola mejoraría el ingreso de dinero al sector comunal?

TABLA No.- 10 Creación de una microempresa agrícola

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	146	78%
NO	41	22%
TOTAL	187	100%

Fuente: Encuestas población de La Comuna Las Balsas
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

GRÁFICO No. 10 Creación de una Microempresa Agrícola.



Fuente: Encuestas población de La Comuna Las Balsas
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

Con respecto a esta pregunta el 78% manifiesta que la creación de una microempresa si traería beneficio económico al sector, asegurando una mejor calidad de vida para todos los habitantes. El 22% dice que al crearse una microempresas solo se beneficia una determinada parte de la comunidad.

Llegando a la conclusión que se debería socializar con la población, la creación de la microempresa para así incentivar al sector de la comunidad que respondió negativamente.

3.2 Análisis de las encuestas a comerciantes de la Provincia de Santa Elena

Las encuestas se las realizo a los comerciantes de la provincia de Santa Elena, en el sector de La Libertad, mercado Jorge Cepeda Jácome, por ser un sector donde el comercio es mayor en la compra y venta de productos agrícolas, la pesca y de muebles; y en el cantón Santa Elena. Mercado Municipal de Santa Elena, que es un pilar fundamental del comercio en el cantón.

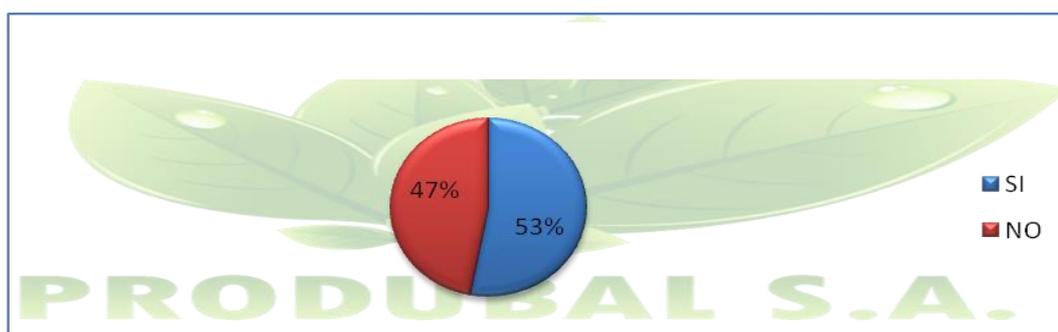
PREGUNTA No.- 1 ¿Ud. Conoce la comuna Las Balsas?

TABLA No.- 11 Conocimiento de la comuna las Balsas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	75	53%
NO	68	47%
TOTAL	143	100%

Fuente: Encuestas a los comerciantes PSE.
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

GRÁFICO No. 11 Conocimiento de la comuna las Balsas.



Fuente: Encuestas a los comerciantes PSE.
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

El 53% de los comerciantes de la Provincia de Santa Elena conoce la comuna Las Balsas. Otros la han visitado por turismo, por pesca en la represa y por adquirir productos agrícolas y frutas. El 47% de los encuestados solo ha escuchado pero no la ha visitado, no tienen conocimiento de la comuna. Indicaron que se debe de realizar publicidad para dar a conocer lo nuestro.

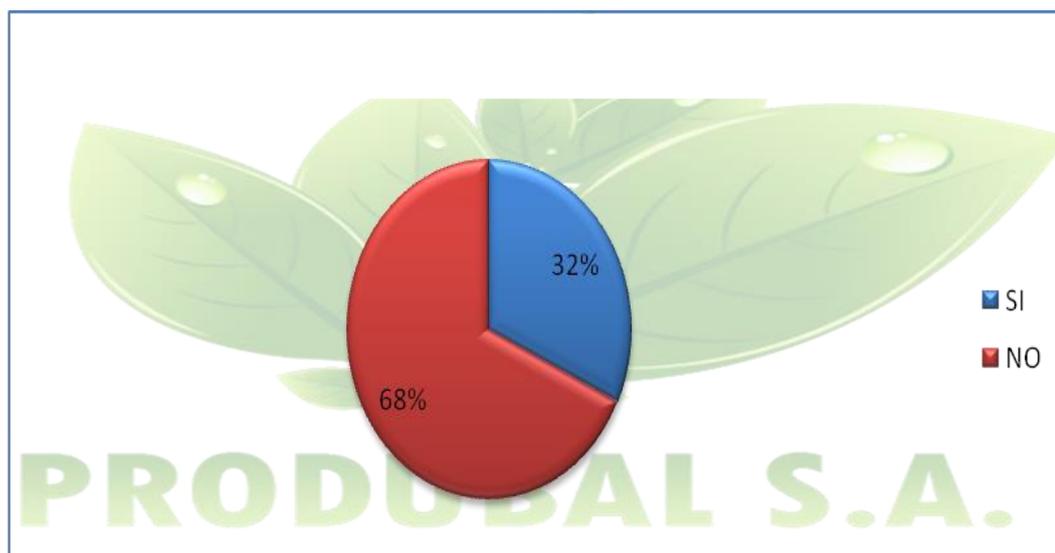
PREGUNTA No. 2 ¿Tiene conocimiento que en la comuna Las Balsas existe producción agrícola?

TABLA 12 Existencia de producción en la comuna

Variable	Frecuencia	Porcentaje
NO	97	68%
SI	46	32%
TAL VEZ	0	0%
TOTAL	143	100%

Fuente: Encuestas a los comerciantes PSE
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

GRÁFICO No. 12 Existencia de Producción en la comuna.



Fuente: Encuestas a los comerciantes PSE.
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

Referente a la pregunta anterior, de 60 personas encuestadas, el 68% tiene pleno conocimiento que existe agricultura, porque han adquirido en alguna ocasión su diversidad de productos; también realizan visitas con sus trabajadores que son del sector comunal. Solo el 32% desconoce los cultivos que se realizan. Manifiestan que solo saben que existe pesca en la represa Chongón Colonche.

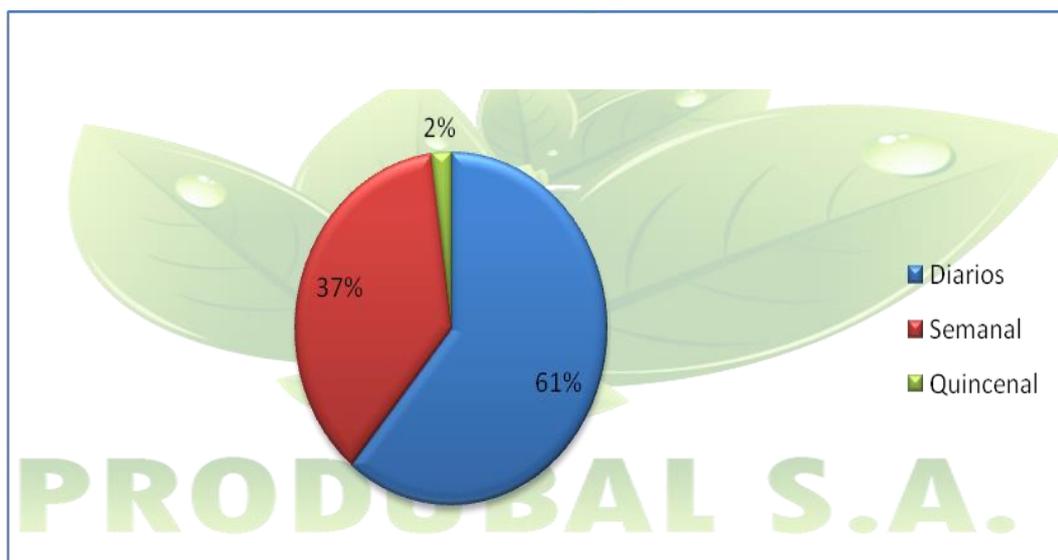
PREGUNTA No. 3 ¿Con qué frecuencia adquiere productos agrícolas?

TABLA No. 13 Adquisición de productos agrícolas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Diarios	87	61%
Semanal	53	37%
Quincenal	3	2%
TOTAL	143	100%

Fuente: Encuestas a los comerciantes PSE.
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

GRÁFICO No. 13 Adquisición de productos agrícolas.



Fuente: Encuestas a los comerciantes PSE
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

El 61% de los comerciantes manifestó que adquieren productos diariamente porque algunos de ellos son perecederos y son de gran demanda. El 37% lo realiza cada semana. Compran los llamados granos secos que son duraderos y por último el 2% lo realiza cada quince días pero en grandes cantidades.

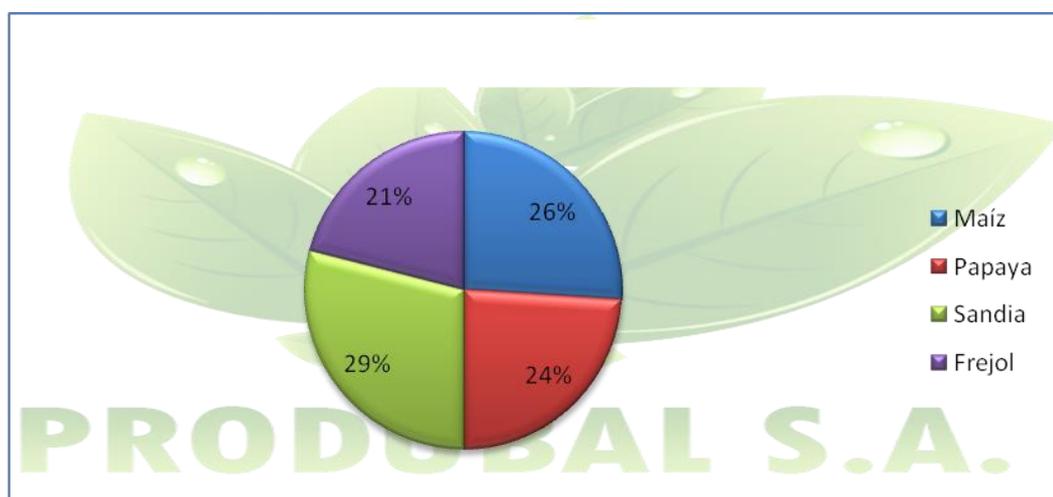
PREGUNTA No. 4 ¿Qué clase de productos agrícolas comercializa usted en su establecimiento?

TABLA No.- 14 Clase de productos que comercializan

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sandía	41	29%
Maíz	37	26%
Papaya	34	24%
Frejol	31	21%
TOTAL	143	100%

Fuente: Encuestas a los comerciantes PSE
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

GRÁFICO No. 14 Clase de productos que comercializan



Fuente: Encuestas a los comerciantes PSE
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

El 29% de los comerciantes encuestados manifestó que la sandía es el producto que más se vende en época de temporada, pero el maíz con un 26% es el producto que se comercializa en todo el año por ser este alimento de animales de corral y es altamente comercializable. Sin menospreciar el 24% de la papaya y el 21% de fréjol que son productos que no pueden faltar en la mesa de las familias.

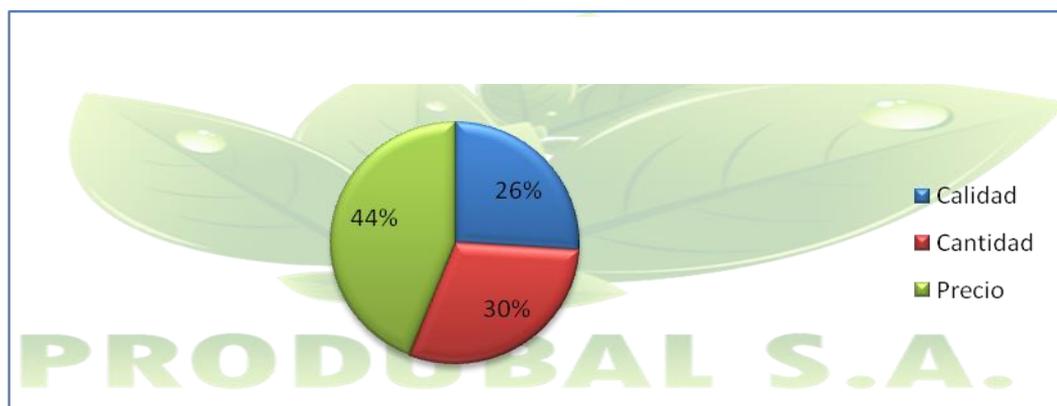
PREGUNTA No.- 5 ¿Qué aspectos considera los más importantes cuando adquiere productos agrícolas?

TABLA No.- 15 Bases fundamentales de adquisición

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Precio	63	44%
Cantidad	43	30%
Precio	37	26%
TOTAL	143	100%

Fuente: Encuestas a los comerciantes PSE
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

GRÁFICO No. 15 Base Fundamentales de Adquisición.



Fuente: Encuestas a los comerciantes PSE
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

El 44% de los comerciantes manifestó que el precio es el principal aspecto que se toma en cuenta, pues del precio dependen las posibles ganancias. El 30% se fija en la cantidad, pues un buen comerciante debe tener en cuenta que al comprar productos excelentes los clientes siempre estarán satisfechos. Y el 26% indica que la cantidad debe tomarse en cuenta para poder ser competitivo con los otros comerciantes.

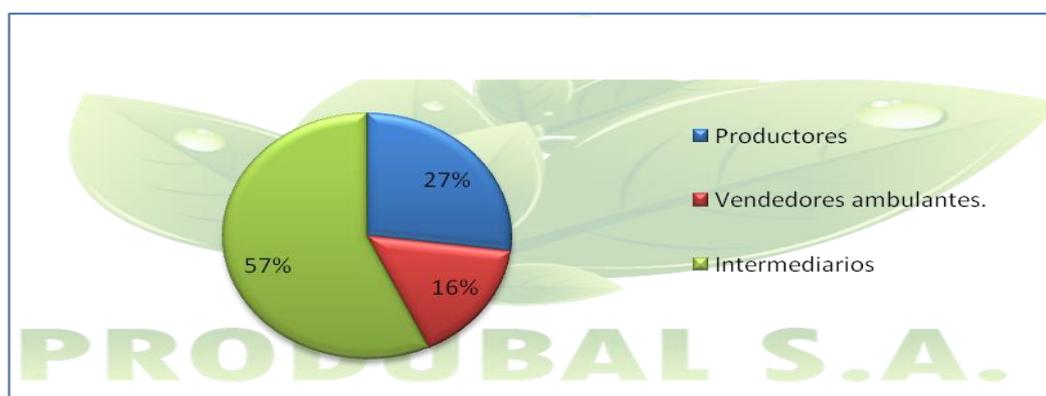
PREGUNTA No.- 6 ¿Dónde adquiere usted los productos agrícolas que luego comercializa?

TABLA No.- 16 Donde adquiere los productos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Intermediarios	82	57%
Productores	38	27%
Vendedores ambulantes.	23	16%
TOTAL	143	100%

Fuente: Encuestas a los comerciantes PSE
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

GRÁFICO No. 16 Donde adquieres los productos



Fuente: Encuestas a los comerciantes PSE
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

El 57% de los comerciantes adquiere los productos por medio de intermediarios por ser estos quienes conocen los lugares donde existen productores que le venden sus productos a menor precio. Ellos se encargan de comercializar a los diferentes mercados de la Provincia de Santa Elena. El 27% compra directamente a los productores, pues este extracto de comerciantes cuenta con vehículo para ir directamente a los sectores productivos y comprar a precio de costo, y el 16% lo hace a vendedores ambulantes solo por la necesidad que tienen de suplir la demanda en ese momento.

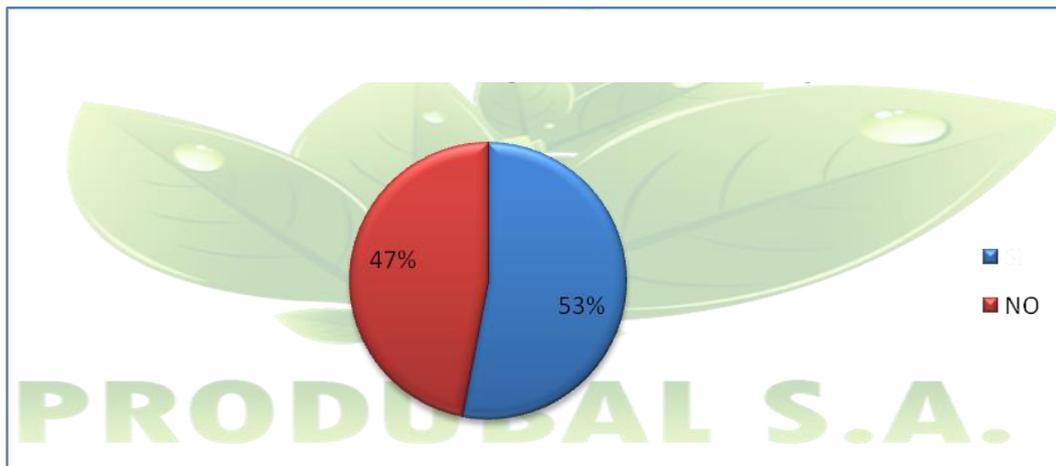
PREGUNTA NO. 7 ¿Está satisfecho con la calidad y cantidad del producto que adquiere?

TABLA No.- 17 Satisfacción de los productos comprados

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	76	53%
NO	67	47%
TAL VEZ	0	0%
TOTAL	143	100%

Fuente: Encuestas a los comerciantes PSE
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

GRÁFICO No. 17 Satisfacción de los productos comprados



Fuente: Encuestas a los comerciantes PSE
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

Análisis.-El 53% de los encuestados expresa que sí está conforme con la calidad y cantidad de los productos que recibe, por el simple hecho de que su proveedor es una persona confiable de varios años. El 47% no está de acuerdo porque muchas veces llega un poco deteriorado, siendo éste el único proveedor que comercializa este tipo de producción.

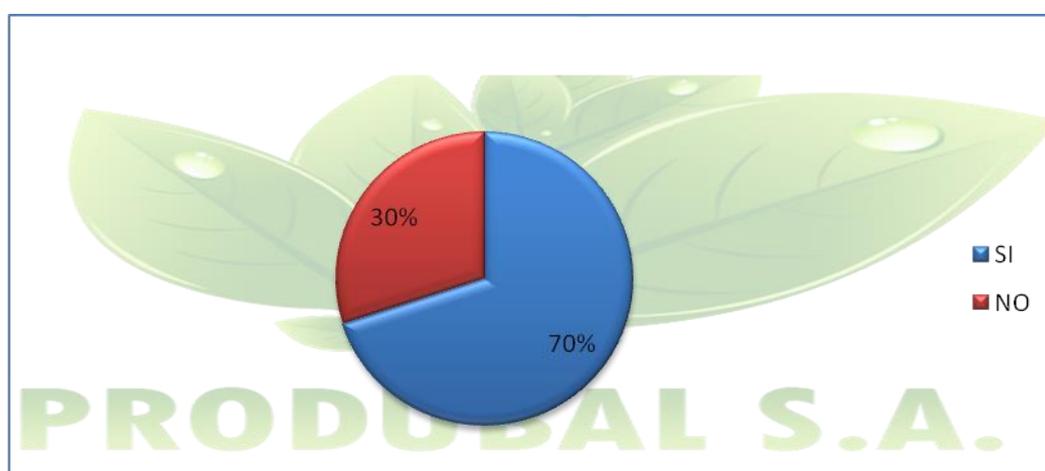
PREGUNTA No.-8 Si su respuesta es negativa con respecto a la pregunta anterior: ¿Estaría dispuesto a cambiar de proveedor?

TABLA No.- 18 Cambiar de proveedor

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	47	70%
NO	20	30%
TOTAL	67	100%

Fuente: Encuestas a los comerciantes PSE
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

GRÁFICO No. 18 Cambiar de Proveedor



Fuente: Encuestas a los comerciantes PSE
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

El 70% manifestó que sí cambiaría de proveedor siempre y cuando los productos sean de excelente calidad, beneficiándose las partes, como lo son productor, comerciantes y clientes. El 30% no lo haría por desconocimiento del nuevo proveedor.

Como conclusión tenemos que se debe de tomar en cuenta la publicidad y propaganda para dar a conocer al nuevo proveedor y a su vez la microempresa.

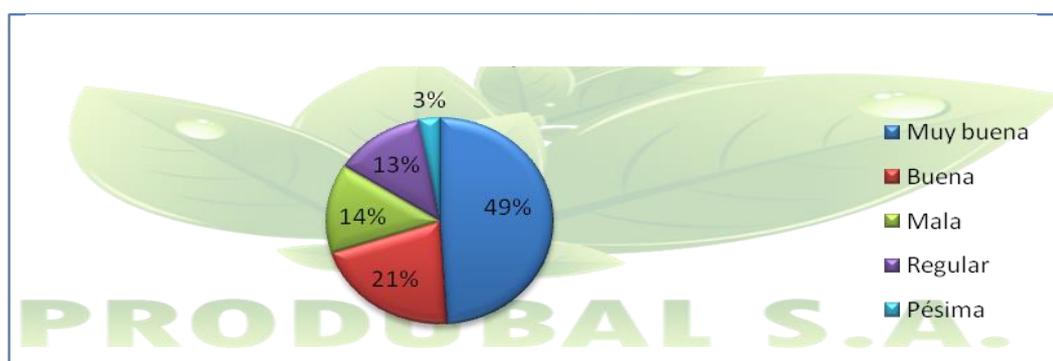
PREGUNTA No.- 9 ¿Cómo considera usted la creación de una microempresa comercializadora de productos agrícolas en alguna comuna?

TABLA No.- 19 Creación de una microempresa en la comuna las Balsas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	70	49%
Buena	30	21%
Mala	20	14%
Regular	19	13%
Pésima	4	3%
TOTAL	143	100%

Fuente: Encuestas a los comerciantes PSE.
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

GRÁFICO No. 19 Creación de una Microempresa en la Comuna las Balsas



Fuente: Encuestas a los comerciantes PSE.
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

El 49% y 21% nos manifiesta que es importante que exista una microempresa para el fortalecimiento del desarrollo productivo de la comuna. La provincia de Santa Elena tiene la infraestructura necesaria y los productos para comercializar a los diferentes sectores. Esto da una base suficiente para realizar la respectiva propuesta de creación. El 14% y 19% nos indican que no sería buena idea crear una empresa por motivo de no tener las fuentes de financiamiento para su estructuración y que subiría un poco el precio de sus productos y el 9% considera pésima la propuesta porque existen comuneros que no tienen los conocimientos necesarios para crear una microempresa.

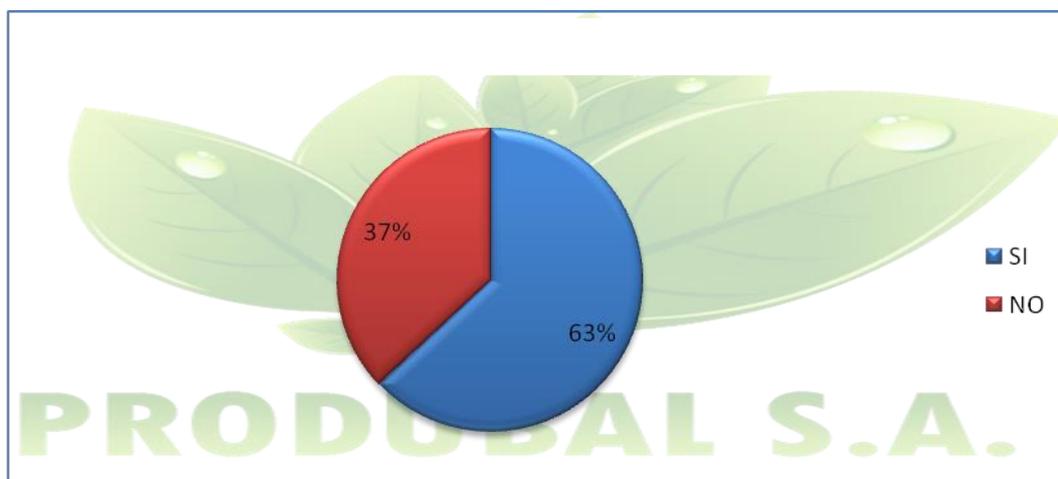
PREGUNTA No.- 10 ¿Estaría dispuesto a adquirir productos agrícolas de la comuna Las Balsas?

TABLA No.- 20 Adquisición de productos agrícolas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	60	80%
NO	15	20%
TAL VEZ	0	0%
TOTAL	75	100%

Fuente: Encuestas a los comerciantes PSE
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

GRÁFICO No. 20 Adquisición de Productos Agrícolas.



Fuente: Encuestas a los comerciantes PSE
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

De 75 personas que conocen la comuna Las Balsas, el 80% respondió que si compraría estos productos para fomentar el desarrollo productivo del sector y de la provincia. El 20% manifestó que por el momento no adquiriría los productos por desconocimiento de su calidad y precio.

3.3 Análisis de las entrevistas

Con la finalidad de determinar la situación y posibilidad de desarrollo de la comuna Las Balsas, se realizó una entrevista al presidente de la comuna y a las siguientes personas:

TABLA No. 21 Representante de la Comuna Las Balsas

Representante	Cargo
Sr. Simón Primitivo Reyes	Presidente
Sr. Antonio Beltrán.	Vicepresidente
Sr. Cosme Suarez	Sindico
Sr. Fromel Beltrán Asencio	Comunero
Sr. Teodoro Ortega Santisteban	Comunero

Fuente: Entrevistas a los comuneros PSE

Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

PREGUNTA No.- 1 ¿Cómo está la situación actual de los agricultores de la comuna Las Balsas?

- Sr. Simón Primitivo R, (Presidente de la comuna Las Balsas): manifiesta que es mala la situación de la comuna, el agricultor no es remunerado en la labor diaria que realiza, a pesar de es el que generan ingresos por ser la agricultura la base fundamental de desarrollo.
- Sr. Antonio Beltrán M, (Vicepresidente de la comuna Las Balsas): la situación es mala por el simple hecho que no existe inversión en la tierra para explotarla en forma positiva para el sector comunal y sus habitantes.

- Sr. Cosme Suarez, (Sindico de la comuna Las Balsas): la situación en los últimos años se ha vuelto mala. Existen personas que compran la poca producción agrícola a precios muy bajos y se queda con las ganancias.
- Sr. Fromel Beltrán Asencio, (Comunero): manifestó que es buena la situación de la comunas, pues desde que se construyó la represa Chongón Colonche cuenta con agua todo el año y hace beneficioso el riego de producción agrícola en época que no hay lluvias..
- Sr. Teodoro Ortega Santisteban, (Comunero): para los pequeños productores la situación es mala y esto afecta directamente a la comuna Las Balsas por ser ellos quienes generan el movimiento económico de la localidad.

PREGUNTA No.- 2 ¿La comuna Las Balsas está tomando medidas para impulsar el proceso productivo?

- Sr. Simón Primitivo R, (Presidente de la comuna Las Balsas): nunca existe interés por parte de las autoridades de los municipios sobre la producción agrícola del sector.
- Sr. Antonio Beltrán M, (Vicepresidente de la comuna Las Balsas): no existe interés de parte de algunos comuneros que no asisten a las respectivas reuniones para así llegar a un consenso.
- Sr. Cosme Suarez, (Sindico de la comuna Las Balsas): los directivos de la comuna envían los respectivos oficios a las autoridades autónomas pero nunca se la toma en cuenta y muchas veces solo son archivados.
- Sr. Fromel Beltrán Asencio, (Comunero): la comuna siempre busca en forma directa beneficios para el sector, ayuda de los gobiernos seccionales que muchas veces no toman en cuenta las peticiones de los comuneros y la poca producción es financiada con recursos propios.

- Sr. Teodoro Ortega Santisteban, (Comunero): los directivos de la comuna siempre están buscando alternativas para impulsar el desarrollo productivo, pero los esfuerzos no son tomados en cuenta por la prefectura y municipios.

PREGUNTA No.- 3 ¿Ha existido alguna propuesta para la comuna Las Balsas para la creación de microempresas?

- Sr. Simón Primitivo R, (Presidente de la comuna Las Balsas): manifestó que la creación de una microempresa traería beneficios al sector productivo y mejoraría la calidad de vida de sus habitantes, teniendo en cuenta parámetros de investigación donde se va a localizar la planta, su infraestructura y si los recursos productivos abarcarán la demanda de los mercados de la provincia.
- Sr. Antonio Beltrán M, (Vicepresidente de la comuna Las Balsas): indicó que el implementar una microempresa traería a más de ingresos económicos turismo, y se podría pensar en el cultivo de nuevos productos. Mejorar la pesca sería beneficioso para todos.
- Sr. Cosme Suarez, (Sindico de la comuna Las Balsas): manifiesta que crear una microempresa en la comuna es beneficioso pero que las autoridades de la prefectura hacen caso omiso a las peticiones de los comuneros. Muchas veces los dirigentes comunales se sienten impotentes al momento de las reuniones cuando dan a conocer que la prefectura no responden los oficios enviados.
- Sr. Fromel Beltrán Asencio, (Comunero): sí han existido propuestas de creación de una microempresa. Recientemente se propuso la creación de una asociación de productores de maíz pero por parte de estudiantes universitarios. Por parte del municipio y la prefectura no.

- Sr. Teodoro Ortega Santisteban, (Comunero): no ha existido propuestas de creación de microempresa por parte de las autoridades municipales y Prefectura pero por parte de las UPSE sí.

PREGUNTA No.- 4 ¿La comercialización de productos agrícolas se lo realizar al por mayor, al por menor, por unidad o todas?

- Sr. Simón Primitivo R, (Presidente de la comuna Las Balsas): la comercialización se realiza al por mayor, a personas que cuentan con medios de transporte, y la producción es también a gran escala por las variedades de cultivo.
- Sr. Antonio Beltrán M, (Vicepresidente de la comuna Las Balsas): cuando la venta se la realiza al por mayor se obtienen beneficios económicos por la gran salida de productos.
- Sr. Cosme Suarez, (Sindico de la comuna Las Balsas): manifestó que si la comercialización se la realiza por unidad las ganancias netas quedarían con los verdaderos beneficiarios.
- Sr. Fromel Beltrán Asencio, (Comunero): indicó que al vender productos al por menor, el excedente productivo sería absorbido por los productores y no por los intermediarios.
- Sr. Teodoro Ortega Santisteban, (Comunero): existen muchos beneficios al comercializar al por menor, pues pequeños productores con cultivos a menor escala podrán vender y no solo los que cultivan en gran magnitud.

PREGUNTA No.- 5 ¿El número de productores con el que cuenta la comuna tiene experiencia para la ejecución de actividades productivas?

- Sr. Simón Primitivo R, (Presidente de la comuna Las Balsas): la agricultura es la fuente de ingreso en el sector. La población en su gran mayoría se

dedica a esta actividad y tiene pleno conocimiento en cultivo agrícola, conocimiento del suelo y el tiempo en que se puede producir un determinado tipo de producto.

- Sr. Antonio Beltrán M, (Vicepresidente de la comuna Las Balsas): La comuna Las Balsas se caracteriza por tener a personas con los conocimientos necesarios en agricultura, mano de obra excelente, optimización del suelo y conocimiento en riego.
- Sr. Cosme Suarez, (Sindico de la comuna Las Balsas): existe mano de obra pero muchas de estas personas no cuentan con el debido conocimiento necesario en nuevas maquinarias y la aplicación de nuevos implementos para que la producción sea más rápida y efectiva.
- Sr. Fromel Beltrán Asencio, (Comunero): la falta de educación de la población hace dificultosa la producción de cultivos con las nuevas maquinarias que se están implementando.
- Sr. Teodoro Ortega Santisteban, (Comunero): la población de Las Balsas conoce todo lo relacionado con el cultivo de productos, el control plagas y los abonos necesarios para que no se pierda la inversión.

3.4 DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

La comuna siente la necesidad de organizarse para emprender un trabajo justo y de calidad, con los recursos propios que genera la creación de una microempresa. La comunidad se dedica a la agricultura, pesca, ganadería, madera, pero lamentablemente la ausencia de políticas de progreso por parte de la Prefectura y en parte de los dirigente comunales obstaculiza el desarrollo de la actividad económica del sector, todo esto sumado a que existen muchos intermediarios que se quedan con las pocas ganancias y no pagan el valor que le corresponde a los productores.

Mediante la realización del presente estudio se busca contar con una mejor visión de lo que actualmente está aconteciendo en este importante sector agrícola de la provincia, que durante muchos años estuvo relegado por la falta de un sistema de riego, el mismo que al llegar a través de la construcción del trasvase a la Provincia de Santa Elena, ha propiciado el desarrollo agrícola.

La creación de una microempresa agrícola tiene por objeto asegurar una mejor calidad de vida para los habitantes y para futuras generaciones. Es importante considerar que las bases para un desarrollo duradero en una comunidad se obtienen cuando sus pobladores se liberan de la apatía producida por las muchas esperanzas truncadas ante las falsas promesas; cuando se llenan de confianza en un futuro y advierten que está en su poder el mejorar sus condiciones de vida.

Los pobladores de la comuna Las Balsas están convencidos de que el desarrollo de una microempresas agrícola, contribuirá a mejorar sus condiciones sociales y económicas.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS AGRICOLAS, EN LA COMUNA LAS BALSAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013

4.1 SITUACIÓN ACTUAL

En los últimos años, la Provincia de Santa Elena ha sido objeto de estudio por parte de planificadores e investigadores de diferentes instituciones y organismos no gubernamentales. Al tener una gran población rural, cuenta con organizaciones campesinas llamadas comunas. Las actividades económicas que realizan los comuneros para generar ingresos para familias son diversas. Se ha seleccionado las actividades con mayor número de trabajadores para el estudio posterior. Estas actividades están agregadas en mano de obra (agricultura, ganadería, caza y actividades de servicio.), comercio (al por mayor, al por menor, por unidad.) y pesca (explotación de criaderos de peces y granjas piscícolas)

Al no existir microempresas locales no se ha logrado organizar adecuadamente una actividad productiva estable, por el hecho de no existir un plan de producción para que la zona tenga alternativas de comercialización. Esto último ocurre porque no se dispone de información suficiente sobre las mejores producciones agrícolas posibles con el buen uso de los recursos existentes, ni sobre las posibilidades de mercado y las características socioeconómicas del área.

A su vez, en la comuna Las Balsas, al no disponer de recursos de inversión, no han sido capaces de desarrollar actividades agrícolas significativas. De la misma manera, el bajo nivel de organización de las fuerzas productivas de la zona se traduce en una pobre utilización de los recursos disponibles.

La infraestructura no está siendo aprovechada adecuadamente. La población se caracteriza por defender sus tierras y está dispuesta a volver a ellas para explotarlas con racionalidad y eficiencia.

Como lo manifestó el Prefecto, Ing. Patricio Cisneros, cuando mantuvo un dialogo con los moradores que habitan de la comuna Las Balsas de la parroquia Colonche, se realizaron tareas de rehabilitación de caminos vecinales asentados en esta área de la cordillera Chongón – Colonche, reconfirmando el valor y la seriedad de la palabra del titular del Gobierno Provincial. Para así hacer mucho más fácil la transportación de productos a diversos sectores aledaños a la comuna. Lo hizo en un dialogo con los comuneros y con el presidente de la comuna Las Balsas, Sr. Simón Primitivo Reyes.

Abastecimiento de agua potable: En la comuna Las Balsas no existe abastecimiento de agua para el consumo. Tienen que esperar los tanqueros de agua que van solo dos veces a la semana. Sí existe el agua pero no para el consumo humano, aunque sirve para el riego de las plantaciones de los productos.

La falta de microempresas en las comunas Las Balsas hace que la comercialización de productos sea a nivel de finca o rescatadores intermediarios, quienes generalmente obtienen mayores beneficios, pues conocen los mercados y poseen los medios necesarios para acceder a ellos.

La ausencia de microempresas tanto para la compra de insumos como para el logro de un mejor acceso al mercado coloca a los productores en una situación de desventaja, ya que los precios que reciben los productores, como consecuencia de los anterior, son bajos, existiendo una considerable diferencia entre estos y los precios al consumidor.

Existen empresas de otras ciudades que se encargan de comercializar productos agrícolas a los mercados de la provincia de Santa Elena, como lo son las de la zona de la sierra que traen producción al por mayor. Ellos cuentan con vehículos de carga pesada.

4.2 DESCRIPCIÓN DE LA MICROEMPRESA

4.2.1.- OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Ser una microempresa comercializadora de productos agrícolas, con la finalidad de incentivar y contribuir al desarrollo social, económico y cultural de la comuna Las Balsas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Objetivos Específicos

- Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población.
- Desarrollar una buena comercialización del producto para que éste llegue de manera óptima al cliente final.
- Determinar los canales de distribución más adecuados para garantizar la entrega oportuna de los productos al consumidor en tiempo y volumen requerido.
- Proporcionar empleo productivo a la comunidad de agricultores.
- Proporcionar al mercado productos a precios accesibles, manteniendo la calidad.

4.2.2. FILOSOFÍA

Misión

Ser una microempresa líder en la comercialización de productos de agrícola a nivel comunal, ofreciendo productos de la más alta calidad en el mercado, satisfaciendo

las necesidades de los clientes a través de acciones de calidad, puntualidad y eficiencia.

Visión

Lograr el posicionamiento de la microempresa en el mercado provincial con los excelentes productos agrícolas que se ofrezcan. Con esta propuesta estratégica se quiere informar a la población en general que puede ser de gran ayuda para disminuir el alto índice de desempleo existente.

Políticas

Las políticas de la microempresa son decisiones corporativas, mediante las cuales se definen criterios y marcos de actuación que orientan la gestión en todos los niveles de la organización en aspectos específicos.

Una vez adoptada, se convierten en pautas de comportamiento no negociables y de obligación, cuyo propósito es reducir la incertidumbre y canalizar los esfuerzos hacia la realización del objetivo social de la microempresa.

Política de Servicio.

El cliente representa para la microempresa su razón de ser. Alrededor de la satisfacción de las necesidades y la superación de sus expectativas, estamos construyendo el camino a la excelencia.

Política de Calidad.

Los encargados de recibir la producción agrícola en la microempresa tendrán que revisar que los productos lleguen en buenas condiciones. La calidad se debe comprender como las propiedades que de forma inherente se dan a un objeto, que le confieren capacidad para poder satisfacer necesidades de manera implícita. y explícita.

Valores

Los valores de la empresa son los pilares más importantes de cualquier organización. Con ellos en realidad se define a sí misma, porque los valores de una organización son los valores de sus miembros, y especialmente los de sus dirigentes.

La microempresa debe cultivar un conjunto de valores corporativo, que inspiran a sus directivos y trabajadores para alcanzar nuestras metas de servicios.

- **Honradez:** En el manejo de los recursos confiados por los productores.
- **Solidaridad:** ser equitativo, cooperación entre productores y clientes.
- **Perseverancia:** En el cumplimiento de los objetivos
- **Respeto:** A la opinión de los comuneros y las funciones que desempeñe.
- **Calidad:** Cuenta con productos agrícolas que brindan total confianza.
- **Integridad:** Realizamos nuestro trabajo con honestidad y transparencia.
- **Trabajo en Equipo:** El mutuo apoyo es vital para la consecución de los objetivos.
- **Servicios:** nos caracteriza nuestra actitud de servicios con los productos que se comercializan a los clientes. Proporciona satisfacción servirlos y crear una relación con ellos.
- **Eficiencia:** Cumplir con nuestro procedimiento de comercialización de los productos agrícolas.

4.3.- ESTRUCTURA LEGAL

Pasos para legalizar la microempresa

4.3.1.- Registro del nombre y la actividad de la microempresa **PRODUBALSA**

- a. Seleccionar un nombre y definir la actividad que se desarrolla en la nueva microempresa.

- b. Acudir a una de las oficinas de la Superintendencia de Compañías y reservar el nombre. El funcionario de dicha entidad entregará un oficio “Absolución de denominación”, el mismo que es la garantía de la reserva del nombre.
- c. Un oficio que incorpore el nombre, el objeto social o la actividad, nacionalidad, domicilio, el capital y la participación de acciones.
- d. Entregar el oficio a la Superintendencia de Compañía.
- e. Publicar en un diario de alta circulación el extracto entregado por la superintendencia de compañía y adquirir tres ejemplares.
- f. Completar el resto de trámite en el Registro Mercantil y el Municipio e ingresar conjuntamente con las escrituras, nombramiento y demás documentos habilitantes a la Superintendencia de Compañías.
- g. En el momento en que se complete el paso seis quedara automáticamente ratificado el nombre de la microempresa.

4.3.2. Abrir la cuenta de integración de capital en el Banco del Pichincha

- a. “Absolución de denominación”.
- b. Carta de la microempresa que solicite la integración de capital con el detalle de los socios y aporte de cada uno.
- c. Copia de cedula y papeleta de votación a color de los socios.
- d. Planilla actual de pago de servicios.
- e. Formulario de declaración de licitud de fondos y transacciones para el caso de inversión de integración de capital por transacciones que superen los USD 400,00.
- f. Entrevista inicial para especificar la fuente de ingreso.
- g. Depósito inicial que será congelado por 180 días, para sociedades anónimas USD 400,00.

4.3.3. Registros de Patentes Municipales.

- a. Original y copia de la escritura de constitución de la microempresa.
- b. Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañía.

- c. Original y copia de cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- d. Dirección donde funciona la misma.

4.3.4. Obtención del RUC

Se deberá acercar al Servicio de Rentas Internas con la documentación requerida, según su naturaleza.

- a. Original y copia de la cédula de identidad.
- b. Para extranjeros: original y fotocopia de la cédula o del pasaporte.
- c. Original y copia del certificado de votación.
- d. Extranjeros: original y fotocopia del Censo.
- e. Fotocopia de un documento que certifique la dirección del establecimiento donde desarrolla la actividad económica; recibo de luz, agua o teléfono.
- f. En caso de artesanos: fotocopia de la calificación artesanal.

4.3.5. Permiso de Funcionamiento

Para que la empresa pueda funcionar tanto en la planta principal como en los distintos centros comerciales donde se van ubicar pequeños stands en el corto plazo, debe contar con los respectivos permisos legales que son:

- a. Copia del RUC del propietario del negocio
- b. Copia de cédula del propietario del negocio
- c. Copia del certificado de votación del propietario
- d. Carta dirigida al coordinador de vigilancia sanitaria del departamento de gestión de vigilancia sanitaria de la Dirección Provincial de Salud de Santa Elena.

Luego de cinco días laborables, se realiza la inspección que tiene como objetivo el cálculo del costo del permiso.

4.3.6. Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos de Santa Elena.

- a. Deberá acercarse a las ventanillas de recaudación del Municipio del sector.
- b. Comprar un formulario de declaración de Activos Totales en las ventanillas de recaudación del Municipio.
- c. Llenarlo registrarlo en las ventanillas municipales.
- d. Acudir con este formulario a las oficinas de Recaudación del Cuerpo de Bomberos
- e. Solicitar la respectiva Inspección del local por parte de los señores inspectores de Bomberos.

4.3.6. El RISE

- a. Presentar el original y copia a color de la cédula de identidad o ciudadanía.
- b. Presentar el último certificado de votación
- c. Presentar original y copia de una planilla de agua, luz o teléfono, contrato de arrendamiento, comprobante de pago del impuesto predial, estado de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito (de los 3 últimos meses).

4.4. Análisis FODA

El análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la microempresa agrícola se resumen en el siguiente cuadro:

CUADRO No. 6 Análisis FODA

<p>FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Productos frescos de excelente calidad. 2. Precios accesibles para cualquier cliente y comerciante. 3. Horarios adecuados a la disponibilidad de los clientes 4. Única microempresa en el sector. 	<p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La comuna no cuenta con una asociación legalmente constituida. 2. Escasa disponibilidad de recursos económicos de las familias comunales 3. Falta de herramientas técnicas en producción agrícola.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gran apoyo del Estado a las microempresas agrícolas 2. La comuna Las Balsas está en un auge productivo por la represa Chongón Colonche. 3. Fomento de nuevos cultivos en la provincia de Santa Elena. 	<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Las inundaciones que pueden afectar la comercialización de los productos. 2. Falta de apoyo y continuidad en los proyectos por parte de los gobiernos seccionales 3. Inflación de los precios

Análisis FODA/

Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

4.5. Marketing Mix (mercado)

4.5.1 Producto

Estrategia de Posicionamiento

Para competir, se ofrecer productos agrícolas con calidad nutricional debido al alto contenido de proteínas y vitaminas; pero con un precio de venta al público bajo debido a que nuestro mercado meta son compradores minoristas, mayoristas y cliente final.

En nuestro caso se ha dado prioridad a la estrategia de calidad para que así nuestro segmento de mercado pueda adquirir nuestro producto; pero sin que esto sea una razón que afecte el precio.

Para lograr el posicionamiento de los productos, se va a realizar una intensa campaña promocional en los principales medios de comunicación (radio y prensa) que son los que con más frecuencia llaman la atención a las personas que conforman nuestro segmento de mercado. Esta campaña promocional va a llevarse a cabo con mayor fuerza durante los primeros años en que los productos estén en el mercado y después de que los productos ya sean conocidos por su calidad y precios competitivos.

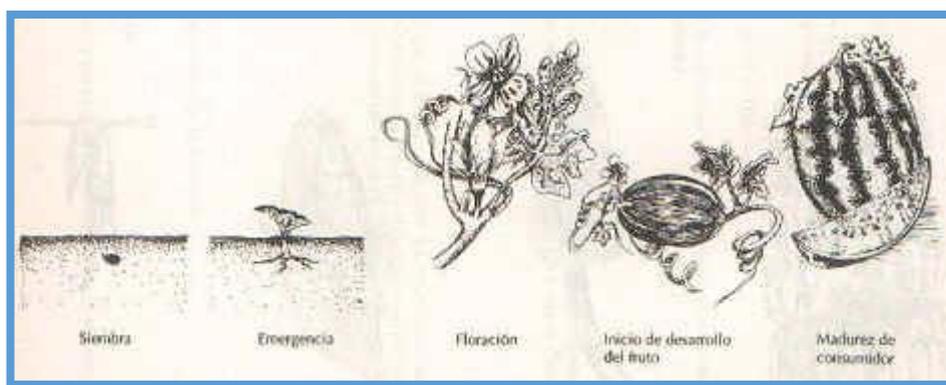
Además, un aspecto de gran importancia para posicionar los productos serán las promociones que van a realizarse para poder captar con mayor fuerza la atención del cliente.

La microempresa agrícola es de gran ayuda para fortalecer el desarrollo del sector, beneficiando tanto a productores, familias y clientes con una excelente comercialización. Son productos de consumo que se cultivan en la comuna Las Balsas, Provincia de Santa Elena.

SANDIA.- es un producto de mayor cultivo en el sector, se lo cosecha por medio de goteo, el cual lo hace de fácil manejo. Su gran tamaño lo hace diferente a los de otros sectores y no se utiliza ningún grado de tecnología, y su abono es orgánico, lo cual hace que su sabor sea diferente.

Los marcos de plantación en sandía utilizada fueron de 1,7 m x 1 m con 5,800 plantas por hectárea. Las distancias muy cercanas tienen el inconveniente de que se cubre la superficie muy pronto e incluso a veces antes de que se hayan desarrollado suficientes flores femeninas, ya que éstas aparecen a partir de la quinta o sexta coyuntura.

CUADRO No. 7 Cultivo de Sandia



Cultivo de sandías

Elaborado por. Freddy Flores Beltrán.

Riego.- El riego que mejor se adapta a este cultivos es el riego por goteo, sin embargo, también se obtienen aceptables resultados con otros métodos de riego, incluido por surcos. Durante el ciclo, según el estado del cultivo, el volumen de agua varía entre 500 a 750 mm.

Cosecha.- Generalmente esta operación es llevada a cabo a los 80 a 90 días, guiándose por los siguientes síntomas externos:

El zarcillo que hay en el pedúnculo del fruto está completamente seco, o la primera hoja situada por encima del fruto está marchita.

Al golpear el fruto con los dedos se produce un sonido sordo.

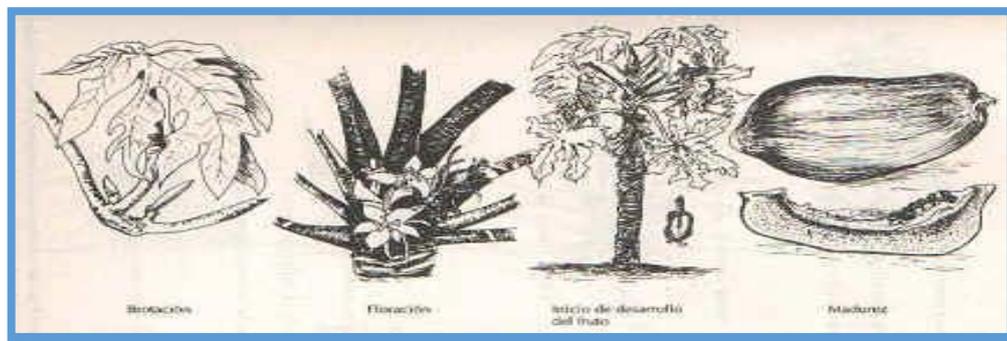
Al oprimir el fruto entre las manos se oye un sonido claro como si se resquebrajase interiormente.

Al rayar la piel con las uñas, ésta se separa fácilmente.

Sus rendimientos alcanzan las 50 Ton/Ha.

PAPAYA.- Se realiza por semillas, seleccionadas de árboles con frutos de polinización abierta. Se requieren aproximadamente 150 gramos de semilla para una hectárea, obteniéndose 2,000 plantas por hectárea.

CUADRO No. 8 Cultivo De la Papaya



Cultivo de la Papaya

Elaborado por: Freddy Flores Beltran

Después de efectuada la siembra en los semilleros, cuando las plántulas tengan entre 15 y 20 cm de altura o 30 a 45 días, se trasplanta al sitio definitivo. La distancia de siembra en surcos dobles es de 1.5 x 2 x 3.5 m, de esta manera alcanza poblaciones de 1,800 plantas/ha.

Los huecos deben tener una profundidad de 20 a 30 cm, en donde se siembran las tres plantas que vienen en la bolsa y se eliminan dos al inicio de la identificación floral, dejando en lo posible la hermafrodita en cada sitio; aunque en las regiones de la costa los árboles femeninos son más productivos que los hermafroditas.

Cosecha.- El momento de la cosecha inicia al séptimo u octavo mes de sembrado y continua durante 18 a 24 meses, con cortes una o dos veces por semana. El punto de cosecha para mercado local, debe presentar el 25 a 35 % de amarilla miento; y para mercado externo, debe presentar apenas un vestigio de amarilla miento.

CUADRO No. 9 Productos y Beneficios

PRODUCTOS BENEFICIOS



MAIZ. -Es un producto de excelente calidad, por lo que es una fuente de ingresos para el sector. Por el cuidado que se les brinda, el abono artesanal que los mismos agricultores realizan. Su cultivo se lo realiza cada 3 meses al año. Por lo tanto es un producto factible para comercializar. Su cultivo es de 150q por hectáreas y su riego es por goteo, por lo que ahorra dinero.



PLATANO.- Se comercializa en todo el país y es uno de los principales productos de exportación del Ecuador. Es altamente competitivo, es una fuente de ingreso para la microempresa. Se está adaptando a la zona climática de la comuna las Balsas



TOMATES.-El tomate de las microempresas cuenta con grandes beneficios por ser fresco, saludable y sin grado químico. La principal ventaja que tiene es que puede ser cultivado sin ningún fungicida. Se cultiva cada dos meses al año y es un producto que no falta en el hogar. Su cultivo se lo realiza por hectárea cuadrada, se ahorra costo por el sistema de riego por goteo.



COLIFLOR.- su grado proteínico lo hace esencial en el consumo diario. La principal ventaja es que es un producto de la sierra pero se ha adaptado al sector y eso lo hace altamente competitivo para los mercados Santa Elenenses. Se lo cultiva 4 veces al año. Rinde 80k por hect.



COL.- su cultivo es de 20 a 30 Ton/ha. Se cultiva cada 2 meses al año. Es apetecido por su riqueza nutritiva. En la zona se están implementando sistemas de riego, abono orgánico a base de lombrices, lo que hace al producto altamente saludable, sin ningún grado de herbicidas

4.5.1.1 Presentación

Un aspecto importante de la mezcla de marketing es el slogan, el cual está constituido por todas las actividades de diseño y la comercialización del producto. Dentro de este aspecto se encuentra la dirección, tipo de productos, marca y aquella información requerida por los compradores.

El slogan debe constituir una ventaja diferencial del producto o, al menos, una parte importante del mismo.

Logotipo de la microempresa



Fuente: Logotipo de la Microempresa.

Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

4.5.2 Precio

CUADRO No. 10 Precios de los productos agrícolas PRODUBALSA y la Sierra.

MICROEMPRESA PRODUBALSA			ASOCIACION DE LA SIERRA	PRECIO AL CLIENTE
PRODUCTOS	PERIODO DE CULTIVO	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO
Col	4 VECES AL AÑO	Unidad	\$ 0,75	\$ 0,50
Choclo	3 VECES AL AÑO	Unidad	\$ 0,40	\$ 0,30
Pepino	4 VECES AL AÑO	Unidad	\$ 0,15	\$ 0,10
Choclo	3 VECES AL AÑO	Unidad	\$ 0,40	\$ 0,30
Zapallo	4 VECES AL AÑO	Unidad	\$ 1,50	\$ 1
Pepino	4 VECES AL AÑO	Unidad	\$ 0,15	\$ 0,10
Melón	4 VECES AL AÑO	Unidad	\$ 0,80	\$ 0,60
Zapallo	4 VECES AL AÑO	Unidad	\$ 1,50	\$ 1
Maíz	3 VECES AL AÑO	Quintal	\$31.00	\$30.00
papa chola	3 VECES AL AÑO	Quintal	\$ 30	\$ 28
Yuca	3 VECES AL AÑO	Quintal	\$ 15	\$ 13
Plátanos	3 VECES AL AÑO	Cabeza(30 unid)	\$4,0	\$3.5
Verde	3 VECES AL AÑO	Cabeza(45 unid)	\$ 15	\$ 10
Maduro	3 VECES AL AÑO	Cabeza(35 unid)	\$ 6	\$ 5,50
Limón	1 VECES AL AÑO	Saco (80 lbs.)	\$ 7	\$ 8
Naranja	1 VECES AL AÑO	cien unid	\$ 5	\$ 4
Maracuyá	3 VECES AL AÑO	cien unid	\$ 6	\$ 7
Mango	1 VECES AL AÑO	Caja	\$ 10	9
Tomate	5 VECES AL AÑO	Caja	\$ 2	\$ 3
TOTAL			\$ 105,10	\$ 95

Fuente: Proyecciones de ventas.
Elaborado. Freddy Flores Beltrán

En el cuadro anterior están establecidos los precios a los que la microempresa vendería a los diferentes mercados de la provincia. Estos precios se han establecido para mejorar así el sector comunal, para los productores y familias. Estos precios son para los menoristas-El precio para los mayoristas se establece dependiendo de

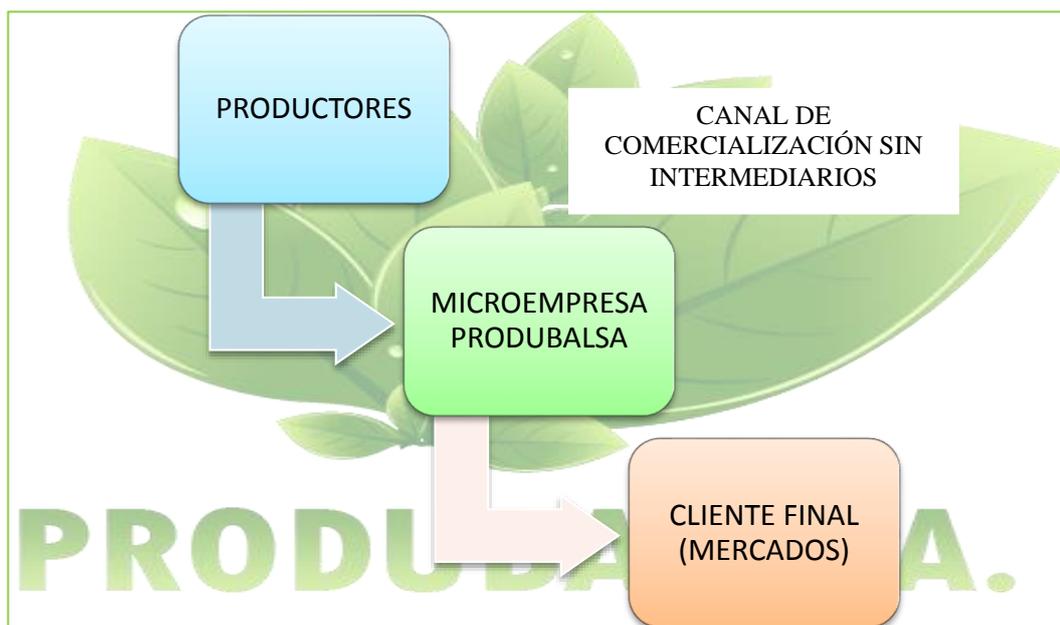
la cantidad que se comercialice, un 5% de descuento y el 10% por cada 12 unidades vendidas de productos.

4.5.3 Plaza

Para la comercialización de los productos se van a utilizar vehículos. En la comuna las Balsas algunas familias cuentan con vehículos de carga como los de carga de madera que se le puede adaptar para comercializar la producción.

Comprar y comercializar, el mayorista (en el largo plazo), ya que la se encargaría en entregar directamente a los minoristas (propietarios de tiendas) el producto, para que ellos a su vez se encarguen de entregárselo a los compradores finales.

CUADRO No. 11 Plaza



Fuente: Flujo de la comercialización

Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

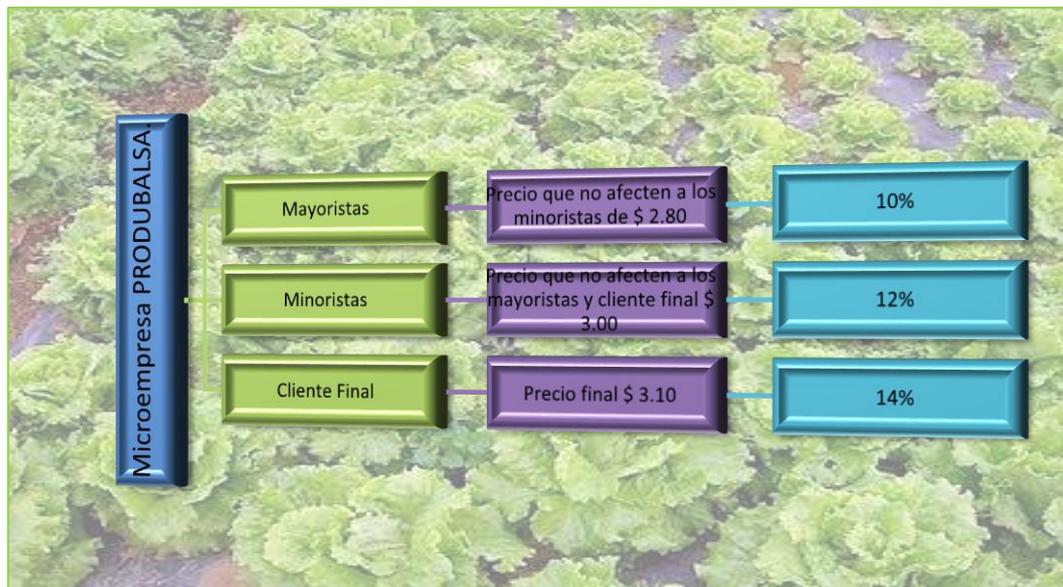
Estrategias a mayoristas, minoristas y cliente final

Para la venta de los productos agrícolas se va a utilizar un canal de tres niveles que es el que contiene mayoristas, minoristas y el cliente final. En un mercado de consumo, los intermediarios suelen ser un mayorista y un detallista. Para los

productos propuestos, se van a utilizar como canales a un mayorista, que se va a encargar de tener en su bodega (almacén) la cantidad de productos necesarios para cuando los detallistas requieran los productos, y en el mediano plazo, a varios detallistas que serán dueños de tiendas cercanas a las familias de bajos ingresos, donde ellas también puedan adquirir los productos.

Aparte de comercializar con los mayoristas (en el largo plazo), la microempresa se encargaría en entregar directamente a los minoristas (propietarios de tiendas) los productos, sin olvidar a los compradores finales.

CUADRO No. 12 Precios mayoristas



Fuente: Cuadro de los precios a mayoristas, minoristas y cliente final

Elaborado: Freddy Flores Beltrán

Estrategias de plaza y distribución

- ✓ Afianzar las alianzas estratégicas con los productores de frutas, legumbres, hortalizas y verduras a fin de evitar el incremento de costos por intermediarios.
- ✓ Crear un centro de acopio a fin de lograr estandarizar la producción agrícola

del sector comunal

- ✓ Crear una la red logística a fin de disminuir tiempos de entrega y reducir costos de traslado.

Medios y Costos de Transporte.

Si bien es cierto el proyecto estará ubicado en una parroquia del área rural como es el sector de la comuna Las Balsas, ésta dispone de vías de comunicación en buenas condiciones, lo que facilitaría la comercialización, el abastecimiento de la producción de los agricultores, que básicamente están dentro del perímetro de la comuna.

Es decir, la microempresa se instalará cerca de las hectáreas de cultivo, lo que resulta una ventaja para ambas partes.

Descripción del camión Canter YBA

- Motor: 2l diésel 4 tiempo –cilindrada
- 130 caballos de fuerza.
- Elevalunas y retrovisores eléctricos.
- Volquete hidráulico.
- Soporta hasta 3500 kg.
- Freno a motor.

Se realizará un convenio con los dueños de vehículos de carga para transportar los productos a los diferentes mercados de la provincia de Santa Elena, para que el beneficio sea de mutuo acuerdo. Se les pagará por flete un valor de \$30.00 diarios, los viáticos que son \$5.00, el combustible \$10.00 y el mantenimiento del vehículo \$100.00 mensuales o dependiendo del daño.

4.5.4 Publicidad

Existen varios pasos para el diseño de una campaña, entre los cuales están:

- Creación del mensaje: El mensaje debe obtener y mantener la atención de la audiencia meta; el anunciante debe tratar de mostrar el beneficio más que el atributo; que son productos con alto contenido proteico.

El Plan de Medios que consideramos apropiado en este componente del Marketing Mix, está conformado por anuncios tanto en radio, como en prensa, pero con mucho más énfasis en la radio, ya que las personas que conforman nuestro segmento de mercado acostumbran a escuchar ciertas emisoras como Radio Amor, y en el periódico Súper que han ganado mucha aceptación en este segmento de mercado.

Radio: se pautarán 6 cuñas diarias, con un costo de USD 21,50 diarios; estas cuñas serán transmitidas en las dos emisoras más escuchadas en la ciudad, que de acuerdo a la investigadora nacional Pulso Ecuador, son Radio Amor y Antena 3, los días lunes, miércoles, viernes y domingos, en las siguientes horas:

CUADRO No. 13 Cuñas radiales

Lunes	Miércoles	Viernes	Domingos	Total
6.30, 7.00	7.30, 8.00	8.30, 10.00	12.30	
8.00, 8.30	10.00, 12.30	12.30	13.30	
12.30, 13.30	18.00	18.00	18.00 y 19.30.	
\$21.50	\$21.50	\$21.50	\$21.50	\$86.00

Fuente: Cuñas en radio Amor
Elaboración. Freddy Flores Beltrán

El \$ 86.00 es por los 4 días a la semana. Si se estima para un mes de publicidad será un total de \$ 258.00 por las tres semanas.

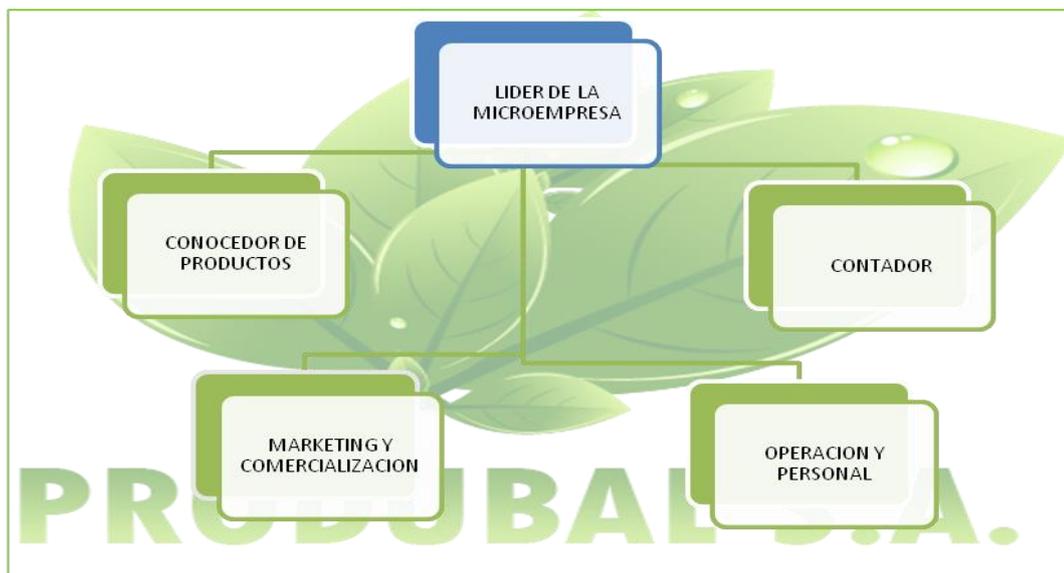
Prensa: Los anuncios de prensa, se los va a realizar una vez al mes, ya que como comentamos anteriormente, las personas que conforman nuestro segmento de mercado, no leen muy seguido el periódico, aunque en el mediano plazo, la frecuencia con que se publiquen los anuncios puede aumentar. Inicialmente, se va a publicar una vez al mes un anuncio en el diario Súper, los domingos de quincena,

a un costo de USD 35.00 con una foto de cuatro página. La prensa solo se la utilizara 2 veces por semana cada quincena.

4.6.- ESTRUCTURA MICROEMPRESA

La microempresa mantendrá una estructura organizacional circular, enfocada netamente a la comercialización al cliente interno (comunidad) y externo (mercados). Esta estructura; busca en todo momento retener clientes y no únicamente ganarlos.

CUADRO No. 14 Estructura microempresa



Fuente: Cuadro de Estructura Organizacional

Elaborado: Freddy Flores Beltrán

Actores Internos

Contador: Se encarga de registrar, clasificar, controlar para tomar decisiones en materia fiscal, presupuestaria, administrativa, económica y financiera.

Conocedor de productos agrícolas (cobertura): personas que conozcan los mercados de la provincia de Santa Elena, para la captación de nuevos clientes, así

como el mantenimiento de los que ya existen, procurar detectar todas las necesidades para satisfacer con sus productos agrícolas.

Persona encargada del Marketing: tiene como responsabilidad buscar alternativa de publicidad para así mejorar el posicionamiento de la microempresa.

Colaboradores: personas con conocimiento en producción agrícola y calidad que permitan brindar una buena imagen de comercialización a los clientes. Difundir a la microempresa, obtener información adecuada en el mercado y sobre todo apoyar a la publicidad o promociones de ventas que esta realice.

Cliente: el actor más importante para cualquier microempresa en el cliente final, el que esta fuera de ella y el que compra los productos y accede a los productos que la microempresa genere.

Actores Externos.- Proveedores (productores): es la parte importante de todo el sistema de generación de valor para el cliente. Influye directamente en los costos, calidad, disponibilidad y comercialización.

4.6.1. FUNCIONES Y PERFILES DE PUESTOS

CUADRO No. 15 Funciones de puesto

Líder de la microempresa (Simón Primitivo Reyes) Se encargara de coordinar y ordenar en base a sus conocimientos la microempresa
FUNCIONES: a. Brindar incentivos a los comuneros e incentivar a los colaboradores. b. Elaborar en coordinación con los empleados un modelo de gestión organizativa. c. Llevar pleno control de los objetivos y metas de la microempresa.

Fuente: Cuadro de funciones de puesto
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

CUADRO No. 16 Marketing Y Comercialización

Marketing y comercialización. (Antonio Beltrán M)

Es el área que se encarga de canalizar la publicidad y la comercialización hasta el consumidor o usuario final.

FUNCIONES:

- a. Realiza las funciones de mercadeo como: investigación de mercado, gastos de mercadeo, determinación de precios, cuotas de mercado, así como enviar campaña publicitaria a los mercados y sectores.
- b. Se encarga de planificar y dirigir la microempresa en lo referente a productos, precios, promociones y comercialización.
- c. Realizar las acciones necesarias para la captación de clientes.
- d. Realizar el material promocional necesario.

Fuente: Cuadro de funciones de puesto
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

CUADRO No. 17 Operaciones Y Personal:

Personal. (Cosme Suarez)

Organizar, coordinar, dirigir y controlar el potencial humano y los procesos de producción del servicio y las ventas.

FUNCIONES:

- a. Diseñar las guías a seguir en el reclutamiento, selección, formación, desarrollo, promoción y desvinculación del personal.
- b. Determinar una política de retribuciones que sea coherente, competitiva y que motive al personal.
- c. Colaborar en la definición de la cultura microempresaria, facilitando la creación de valores apropiados en la misma.

Cuadro de funciones de puesto
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

CUADRO No. 18 Contador

Contador.

Su principal función es tener al día la contabilidad de la empresa.

FUNCIONES:

- Informar por escrito los avances y dificultades acontecidas a lo largo de su trabajo.
- Participará directamente en las reuniones de la microempresa con la finalidad de aportar en ideas las mejoras continuas para que su labor sea eficaz.

Cuadro de funciones de puesto
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

PERFIL:

- Responsable.
- Ético.
- Profesional.
- Puntual.
- Resolver problemas a presión.
- Cumplir metas.

CUADRO No. 19 Flujo Del Proceso De Selección De Los Productos Agrícolas.



Fuente: Flujo De Proceso De Selección
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

Cultivos De Los Productos.

La adquisición de los productos será netamente de los pobladores de la comuna Las Balsas. Los productos cultivados son de excelente calidad y en buen estado para la comercialización a los diferentes sectores de la provincia. La recolección de los productos se la realizará por parte de personas que laboran en la microempresa, que cuentan con la experiencia en calidad de productos agrícolas.

Recolección.-Esta es una operación que reviste una importancia grande en cualquier actividad productiva de la microempresa PRODUBALSA. Consiste en recibir de los productores la producción requerida, de acuerdo a las especificaciones entregadas por la microempresa. Esta operación implica el compromiso de un pago por lo recibido y debe tenerse el cuidado de especificar claramente si lo que cumple con los requisitos es el todo o parte del lote que se recibe, en orden de fijar el monto a pagar por los productos.

La selección.-Se debe de realizar minuciosamente porque de esto vendrán los beneficios tanto para el que labora dentro de la microempresa, productores y sobre todo las familias del sector comunal.

El operario debe ser muy consciente de la responsabilidad de su trabajo e influencia en la calidad de los productos. Se debe realizar en una forma ordenada, organizando cada tipo de productos según su estado natural, la madurez de los productos, la cantidad y la calidad.

Organización.-Permite separar entre las verduras, frutas u otro producto que pasaron la selección, aquellas que están listas para comercializar, en razón de su grado de madurez y las verdes o aún pintonas que deben ser almacenadas. Aquí también los instrumentos más ágiles y económicos son los sentidos de los operarios. El color, aroma o dureza de las verduras y frutas permiten elegir las adecuadas.

4.7.1.2 Micro Localización

La comuna Las Balsas tiene los siguientes límites:

Al norte con el Rio Chongón Colonche

Al sur el Corozo.

Al este con Las Garzas.

Al oeste con San Vicente.

EQUIPOS E INSTALACIONES

Se utilizara dos tipos de maquinarias, las cuales sirven para hacer más ágil la selección y la limpieza de los productos como el maíz y los granos que por su tamaño se hace complicado limpiarlos manualmente.

Desgranadora de maíz.- esta se va a encargar de ahorrar tiempo con las mazorcas de maíz que manualmente se pierde mucho tiempo, es una maquina necesaria para la comercialización ya que nos ahorra tiempo y dinero.

Características

- Accionada con motor eléctrico de 10 HP
- Baja velocidad de tambor de trilla.
- Cóncavo envolvente.
- Estructura y cuerpo reforzado.
- Daño mecánico menor al 1%.
- Capacidad: de 800 a 5000 kgrs/h
- Precio está entre \$450.

La microempresa va adquirir 3 de este tipo de maquinaria para hacer más ágil el proceso de desgranado de maíz en época de cosecha para así optimizar recursos y tiempo.

Limpiadora de granos ICG-1 LCC3

Esta máquina va a poner la producción de granos como líder en el mercado. En las fotos se muestra granos antes y después haber pasado por la máquina y también se muestra la foto del rechazo.

Características

- La producción promedio de esta máquina es de 15q.q por hora.
- Motor tiene características eléctricas y gasolina
- Fácil de usar y no ocupa mucho espacio y es beneficiosa para hacer más ágil un proceso.
- Limpia y Clasifica todo tipo de granos: maíz, trigo, fréjol, soya, arroz, girasol y otros.
- Zarandas intercambiables de acuerdo al tamaño y tipo de grano.
- De fácil transporte.

Su precio es de 520 dólares, con los cuales se va a adquirir una de estas limpiadoras

4.8 ESTUDIO TÉCNICO

4.8.1 Descripción de la microempresa comercializadora

La propuesta de creación de una comercializadora de productos agrícolas en la comuna Las Balsas, se dedica a la compra y venta de la producción y venderlos a los diferentes sectores de la provincia contribuyendo con el crecimiento del sector.

4.8.2 Nombre de la microempresa

La microempresa que se creará con el proyecto se llamará PRODUBALS.A., una combinación de “producción en la comuna Las Balsas”.

4.8.3 Características Diferenciadoras.

La calidad de los productos agrícolas que comercializara la microempresa, es una de las características más importantes, puesto que esta situación hace que los comerciantes obtengan productos también de calidad, los cuales podrán venderlos a un mejor precio al consumidor final.

Una forma posible de evitar la falta de interés de los comerciantes, es demostrándoles que los cultivos obtenidos son de excelente calidad y se pueden vender a un mejor precio en el mercado en beneficio tanto agricultores y comerciantes.

4.8.4 Ventajas competitivas

La microempresa comercializadora de productos agrícolas está dirigida a un segmento de consumidores constituido por personas de ambos sexos pertenecientes a los estratos socioeconómicos, con capacidad adquisitiva y que desarrollan actividades comerciales.

Los canales de comercialización están definidos para mercados Santa Elenenses como almacenes y supermercados.

PLAN ESTRATEGICO

CUADRO No. 20 Área de Marketing

ÁREA DE MARKETING					
PLANES	Realizar una Investigación de mercado.	Lanzar una campaña publicitaria innovadora.	Analizar la competencia.	Posicionarse en la mente del consumidor.	Investigar el lanzamiento de unos nuevos productos agrícolas.
PRESUPUESTO: Para que todos los planes y procedimientos se puedan llevar a cabo el microempresa destinará el 10% de sus ingresos para cubrir con los gastos que incurrirán estas actividades.					
PROCEDIMIENTOS	Determinar nuestro mercado objetivo.	Dar a conocer a la microempresa en el medio informando lo que ofrece.	Realizar un análisis FODA de cada competidor.	Lanzar una innovadora compañía publicitaria.	Realizar una investigación de mercado
	Analizar y segmentar cada grupo de población al cual nos dirigimos.	Analizar el medio más óptimo para la campaña publicitaria.	Comparar los precios y la calidad de los productos agrícolas de los competidores.	Constantemente analizar el comportamiento del cliente así como sus preferencias.	Realizar pruebas y degustaciones a los clientes hasta dar con nuevos cultivos agrícolas.
	Determinar el medio de recolección de información más óptimo.	Diseñar trípticos en donde se detallan los productos y servicios que se están ofertando.	Analizar la posibilidad de realizar un benchmarking con los datos de la competencia.	Llevar una base de datos de los clientes.	Ofrecer nuevas promociones por la compra de los productos.

Fuente: Cuadro de área de marketing
Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

ANÁLISIS FINANCIERO

4.9. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

El análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos indispensable para la realización del proyecto; además cual el costo total de la microempresa, de tal manera que abarque las funciones de prestaciones del servicio, administración y ventas, que servirán como base para la evaluación económica necesaria para la toma de decisiones. Para realizar el estudio financiero es preciso determinar la inversión inicial que comprende la información obtenida de los siguientes datos:

Inversión fija que está diferida por los bienes de propiedad de la microempresa e inversión diferida que son los gastos para las instituciones que son la base para calcular la depreciación y amortización anual el cual a su vez, es un dato que se utiliza tanto en el balance, general como en el punto de equilibrios y en el estado de resultados.

Otro de sus puntos importante es determinar el cálculo del capital de trabajo que, aunque también es parte de la inversión inicial, no está sujeto a depreciación y amortización, dada su naturaleza liquida. Como parte de la inversión inicial consideramos un financiamiento en el cual se muestra su cálculo tanto en forma de pagar intereses y el pago del capital.

Para esto es necesario mostrar cómo se aplica en el estado de resultados y en el flujo neto de efectivo.

La evaluación económica propone describir los métodos actuales que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rentabilidad y el valor presente neto.

4.9.1. INVERSIONES REQUERIDAS

VEHÍCULO

Con la adquisición del vehículo automotor se pretende satisfacer la necesidad de dotar al despacho de los productos y que este a su vez cumpla con las especificaciones técnicas necesarias para su desplazamiento a los distintos puntos del sector, a donde deba desplazarse para cumplir con los compromisos de ventas y demás usos que requiera la microempresa, para el cabal cumplimiento de su misión institucional.

CUADRO No. 21 Vehículo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	SUB TOTAL
Vehículo	1	12.000,00	12000,00
TOTAL			12000,00

Fuente: Inversiones plan de financiamiento.

Elaborado: Freddy Flores Beltrán

4.9.2. EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Son todos los elementos físicos de un sistema de cómputo. Estos elementos son los que permiten procesar los datos proporcionados por el cliente y así obtener los resultados que se requieran para formar base de datos. La microempresa pone a disposición la nómina de los equipos de cómputo a adquirir:

CUADRO No. 22 Equipo de computación

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	SUB TOTAL
Computadoras Computador Intel Core I5 Lcd 18.5 Disco 750gb 4gb Ddr3 DVD	3	\$ 500,00	\$ 1.500,00
impresoras multifunción Impresora Multifunción Hp Deskjet 3050 Aio, Wifi	2	\$ 110,00	\$ 220,00
TOTAL			\$ 1.720,00

Fuente: Inversiones plan de financiamiento

Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

4.9.3. EQUIPO DE OFICINA

Son elementos esenciales que se requieren para el desarrollo de las diferentes actividades en la microempresa se detallan a continuación:

CUADRO No. 23 Equipo De Oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	SUB TOTAL
Aire acondicionado	1	1200,00	1200,00
Caja registradora	2	1500,00	3000,00
Teléfono	1	25	25
TOTAL			4225,00

Fuente: Inversiones plan de financiamiento

Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

4.9.4. MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA

La cuenta Muebles y Enseres, también denominada también mobiliario, la emplearemos para controlar las mesas, sillas, archivos, etc., usadas en las oficinas de la microempresa. Se requiere del siguiente mobiliario para la ejecución de las diferentes áreas:

CUADRO No. 24 Muebles de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	SUB TOTAL
Escritorio/silla	2	300,00	600,00
Muebles	2	700,00	1400,00
Archivador	4	80,00	320,00
TOTAL			2320,00

Fuente: Inversiones plan de financiamiento

Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

CUADRO No. 25 Útiles y enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	SUB TOTAL
Juego de mesas y sillas	6	150,00	900,00
Utensilios y más	1000	2,00	2000,00
TOTAL			2900,00

Fuente: Inversiones plan de financiamiento

Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

4. INVERSIÓN FIJA

CUADRO No. 26 Inversión fija

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Vehículo	12000,00	52%
Equipo de computación	1720,00	7%
Equipo de oficina	4225,00	18%
Muebles de oficina	2320,00	10%
Muebles y enseres	2900,00	13%
TOTAL	23165,00	100%

Fuente: Inversiones plan de financiamiento

Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

Dentro de la inversión fija tenemos los activos necesarios para la prestación del servicio. El rubro más representativo corresponde al vehículo que equivale al 52%, es decir son los activos con mayor costo en el mercado para su debida adquisición.

5.1. ACTIVOS DIFERIDOS

Son todas aquellas inversiones que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Como parte de los requisitos para la instalación de la microempresa, están los permisos legales cuyos costos son:

CUADRO No. 27 Activos diferidos

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Estructura publica notariado	250,00	44%
Inscripción de registros públicos	150,00	26%
Permiso sanitario	60,00	11%
Permiso municipal	70,00	12%
Inscripción en el IESS	0,00	0%
Permiso del cuerpo de bomberos	40,00	7%
TOTAL	570,00	100%

Fuente: Balance General

Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

5.1.1. CAPITAL DE TRABAJO

La inversión del capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios para cancelar el primer desembolso de los insumos de operación. Está constituido por los siguientes rubros y el capital es para el primer mes de trabajo del año 1.

CUADRO No. 28 Capital de trabajo

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Costo de producción	3772,27	63%
Gastos administrativos	2273,27	38%
Gastos generales	643,74	11%
Gastos de arriendo	2400,00	40%
TOTAL	9089,29	100%

Fuente: Balance General

Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

6.RESUMEN DE INVERSIONES

CUADRO No. 29 Resumen de inversiones

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Inversiones fijas	23165,00	70,57%
Diferidas	570,00	1,74%
Capital de trabajo	9089,29	27,69%
Total	32824,29	100,00%
FINANCIAMIENTO		
DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Recursos propios	14824,29	45,16%
Préstamo	18000	54,84%
Total	32824,29	100,00%

Fuente: Inversiones plan de financiamiento

Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

La inversión total para ejecutar este proyecto asciende a \$32.824,29, de los cuales a la inversión fija le corresponde el 70,57% que equivale a 23.165,00; el capital de trabajo suma 9.089,29 que representa el 27,69%. Para la puesta en marcha de la microempresa, el 54,84% de la inversión total provendrá del financiamiento a través de un crédito solicitado a la entidad financiera Banco Nacional de Fomento y lo restante procede de un aporte de los socios y directivos de la comuna.

6.1.PRÉSTAMO BANCARIO

La inversión que se requiere para el proyecto se financiará mediante un préstamo a la entidad financiera privada a un plazo de 2 años

Período	2 años
Tasa de interés	15%

Capital 18000,00
Plazo (meses) 24 meses

PERIODO	INTERES	CAPITAL	PAGO MENSUAL	CAPITAL REDUCIDO
0	0,00	0	0	18000
1	50,82	723,18	774,01	17276,82
2	48,78	725,23	774,01	16551,59
3	46,73	727,27	774,01	15824,31
4	44,68	729,33	774,01	15094,99
5	42,62	731,39	774,01	14363,60
6	40,56	733,45	774,01	13630,15
7	38,49	735,52	774,01	12894,62
8	36,41	737,60	774,01	12157,02
9	34,33	739,68	774,01	11417,34
10	32,24	741,77	774,01	10675,57
11	30,14	743,87	774,01	9931,70
12	28,04	745,97	774,01	9185,74
13	25,94	748,07	774,01	8437,67
14	23,82	750,18	774,01	7687,48
15	21,71	752,30	774,01	6935,18
16	19,58	754,43	774,01	6180,75
17	17,45	756,56	774,01	5424,20
18	15,32	758,69	774,01	4665,50
19	13,17	760,84	774,01	3904,67
20	11,02	762,98	774,01	3141,68
21	8,87	765,14	774,01	2376,55
22	6,71	767,30	774,01	1609,25
23	4,54	769,46	774,01	839,78
24	2,37	771,64	774,01	68,15
	644,35	17931,85	18576,20	

Fuente: Inversiones plan de financiamiento

Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

Para hacer este cálculo es necesario determinar el monto de la cantidad que se pagará cada mes. Aplicando la fórmula, tenemos que el pago mensual es de \$407,82 con esto se construye la tabla de amortización de la deuda.

$$T = \frac{\text{PAGO MENSUAL}}{C \times T \times \frac{(1+T)^n}{(1+T)^{n-1}}} = \frac{24/18000.00}{18000 \times 0.001333333} = 0.001333333$$

Los intereses se obtienen multiplicando 0,15% que es la tasa de interés anual con el capital reducido de cada pago.

$$\text{INTERÉS} = C \times T \times t$$

$$\text{P. MENSUAL} = \frac{18000 \times 0.001333333 \times \frac{(1+0.001333)^{24}}{(1+0.001333)^{24-1}}}{18000 \times 0.001333} = 1,03248724$$

$$\text{P. MENSUAL} = \frac{18000 \times 0.001333 \times 1,03248724}{0,03248724} = 31,78131598$$

$$\text{P. MENSUAL} = 18000 \times 0.001333 \times 31,78131598 = 774,01$$

$$\text{P. MENSUAL} = 18000 \times 0,04236449 = 774,01$$

$$\text{P. MENSUAL} = 774,01$$

$$\text{INTERÉS} = \$23,99$$

6.2.BALANCE GENERAL

A continuación se presenta la estructura del Balance General que refleja el orden de cada rubro. Activo para la empresa significa algo material o inmaterial. Pasivo representa cualquier tipo de obligaciones o deudas que tenga con terceros. Capital es presentado en dinero que es propiedad de los socios de la microempresa.

BALANCE INICIAL
(Expresado en miles de dólares)

ACTIVO CIRCULANTE		9089,29	PASIVO	18000,00
CIRCULANTE				
Caja	9089,29		Préstamo	18000,00
ACTIVO FIJOS		23165,00		
Vehículo	12000,00			
Equipo de computación	1720,00		CAPITAL	
Equipo de oficina	4225,00			
Muebles de oficina	2320,00		Capital social	14824,29
Maquinaria y equipo	2900,00			
ACTIVO DIFERIDOS		570,00		
Gastos de instalación	570,00			
TOTAL ACTIVO		32824,29	TOTAL PASIVO + CAPITAL	32824,29

Fuente: Balance Inicial

Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

6.3.PRESUPUESTOS DE INGRESOS

Tomando en cuenta la producción del primero de los años de vida útil del proyecto, se calcularon los ingresos generados anualmente. Para esto, se han adoptado cifras conservadoras en lo que respecta a precios, así también la comercialización de cada uno de los productos. Aclarar que la producción de la microempresa se destina en un 100% al mercado local, siendo los meses de abril y diciembre los de mayor comercialización para los mercados de Santa Elena y la Libertad.

PROYECCIONES DE VENTAS

VENTAS (CANTIDADES)
(Expresado en miles de dólares)

PRODUCTOS	AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017
Col		840	840	840	840	840
Cebolla blanca		1.080	1.080	1.080	1.080	1.080
Cebolla paitaña		1.020	1.020	1.020	1.020	1.020
Choclo		1.020	1.020	1.020	1.020	1.020
Frejol		1.080	1.080	1.080	1.080	1.080
Pepino		1.140	1.140	1.140	1.140	1.140
Pimiento		1.080	1.080	1.080	1.080	1.080
Zanahoria		600	600	600	600	600
Maíz		720	720	720	720	720
Zapallo		900	900	900	900	900
Tubérculos						
Papa chola		540	540	540	540	540
Yuca		540	540	540	540	540
Plátano		840	840	840	840	840
Verde		660	660	660	660	660
Maduro		660	660	660	660	660
Frutas						
Limón		550	550	550	550	550
Mango		600	600	600	600	600
Maracuyá		960	960	960	960	960
Melón		1.140	1.140	1.140	1.140	1.140
Naranja		850	850	850	850	850
Tomate		1.020	1.020	1.020	1.020	1.020

Fuente: Proyecciones de Ventas por año

Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

Gracias a la producción de la provincia de Santa Elena, se ha considerado que se podrá tener un abastecimiento normal de los productos agrícolas durante todo el año, con los periodos estacionales establecidos para cada una de los productos que se va a comercializar para abastecer al mercado.

PRECIOS (REFERENCIALES)

AÑOS					
PRODUCTOS	2013	2014	2015	2016	2017
Col	0,65	0,68	0,72	0,75	0,79
Cebolla blanca	0,75	0,79	0,83	0,87	0,91
Cebolla paitaña	0,45	0,47	0,50	0,52	0,55
Choclo	0,45	0,47	0,50	0,52	0,55
Frejol	1,00	1,05	1,10	1,16	1,21
Pepino	0,25	0,26	0,28	0,29	0,30
Pimiento	3,00	3,15	3,30	3,47	3,64
Zanahoria	0,50	0,52	0,55	0,58	0,61
Maíz	35,00	36,73	38,54	40,45	42,45
Zapallo	3,00	3,15	3,30	3,47	3,64
Tubérculos					
Papa chola	28,00	29,38	30,83	32,36	33,96
Yuca	13,00	13,64	14,32	15,02	15,77
Plátano	8,50	8,92	9,36	9,82	10,31
Verde	8,00	8,40	8,81	9,25	9,70
Maduro	7,50	7,87	8,26	8,67	9,10
Frutas					
Limón	8,00	8,40	8,81	9,25	9,70
Mango	9,50	9,97	10,46	10,98	11,52
Maracuyá	7,00	7,35	7,71	8,09	8,49
Melón	6,00	6,30	6,61	6,93	7,28
Naranja	4,00	4,20	4,40	4,62	4,85
Tomate	8,00	8,40	8,81	9,25	9,70

Fuente: Precios referenciales por año resumen de inversiones

Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

Se observa que existe una demanda de productos agrícolas en el mercado nacional, el cual ha tenido un crecimiento notable durante los últimos años, mientras que en el mercado local es conveniente iniciar un plan masivo de mercadeo para posicionar en la mente de los consumidores, y de esta manera, incentivar la demanda actual y potencial que el proyecto se encuentra en capacidad de cubrir. Las cualidades de los productos, los volúmenes de comercialización y la promoción local, facilitarán el mercadeo interno de nuestros productos, ya que la demanda del mercado es en base a un producto de calidad.

VENTAS EN DOLÁRES

PRODUCTOS	AÑOS					TOTAL
	2011	2012	2013	2014	2015	
Col	546,00	572,97	601,28	630,98	662,15	3.013,38
Cebolla blanca	810,00	850,01	892,00	936,07	982,31	4.470,40
Cebolla paitaña	459,00	481,67	505,47	530,44	556,64	2.533,23
Choclo	459,00	481,67	505,47	530,44	556,64	2.533,23
Frejol	1.080,00	1.133,35	1.189,34	1.248,09	1.309,75	5.960,53
Pepino	285,00	299,08	313,85	329,36	345,63	1.572,92
Pimiento	3.240,00	3.400,06	3.568,02	3.744,28	3.929,25	17.881,60
Zanahoria	300,00	314,82	330,37	346,69	363,82	1.655,70
Maíz	25.200,00	26.444,88	27.751,26	29.122,17	30.560,80	139.079,11
Zapallo	2.700,00	2.833,38	2.973,35	3.120,23	3.274,37	14.901,33
Tubérculos						
Papa chola	15.120,00	15.866,93	16.650,75	17.473,30	18.336,48	83.447,47
Yuca	7.020,00	7.366,79	7.730,71	8.112,60	8.513,37	38.743,47
Plátano	7.140,00	7.492,72	7.862,86	8.251,28	8.658,89	39.405,75
Verde	5.280,00	5.540,83	5.814,55	6.101,79	6.403,22	29.140,39
Maduro	4.950,00	5.194,53	5.451,14	5.720,43	6.003,02	27.319,11
Frutas						
Limón	4.400,00	4.617,36	4.845,46	5.084,82	5.336,01	24.283,65
Mango	5.700,00	5.981,58	6.277,07	6.587,16	6.912,56	31.458,37
Maracuyá	6.720,00	7.051,97	7.400,34	7.765,91	8.149,55	37.087,76
Melón	6.840,00	7.177,90	7.532,48	7.904,59	8.295,08	37.750,04
Naranja	3.400,00	3.567,96	3.744,22	3.929,18	4.123,28	18.764,64
Tomate	8.160,00	8.563,10	8.986,12	9.430,04	9.895,88	45.035,14
TOTAL	109.809,00	115.233,56	120.926,10	126.899,85	133.168,70	

Fuente: Precios referenciales por año resumen de inversiones

Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

Se ha optado por la instalación de una microempresa comercializadora de productos agrícolas en la comuna Las Balsas. El análisis de sensibilidad realizado demostró que el proyecto es rentable incluso en situaciones adversas, pero no hay que dejar que el nivel de ventas esperado anual se reduzca más allá de un 1% promedio anual.

6.4.PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

El presupuesto es un plan de acción dirigido para cumplir una meta prevista. Esta meta se expresa en valores y términos financieros y se necesita realizarla en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas. La formulación de un buen presupuesto implica la responsabilidad de todas las áreas de la microempresa.

El presupuesto es un instrumento y una norma importante que sirve como un medio administrativo para la determinación adecuada del dinero representado por los costos e ingresos necesarios en la organización. Del mismo modo, en él también se encuentra la debida utilización de los recursos disponibles, acorde con las necesidades de cada una de los departamentos.

Los costos y gastos se los ha clasificado en costos de producción, gastos administrativos, de ventas de los productos y financieros. Los costos también tienen un incremento igual que los ingresos del 3%.

El presupuesto de ventas es una herramienta valiosa que otorga una dirección a la microempresa en lo que refiere a sus ventas esperadas. Ayuda a mejorar la rentabilidad de la organización. La firma confecciona un plan financiero teniendo en cuenta la cantidad de productos que planea vender en el plazo de un año, y el precio serán vendidos.

El detalle de estos costos se presenta a continuación en las siguientes tablas:

COSTO DE VENTA

3%

DESCRIPCION	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIALES DIRECTOS	2900,00	34800	35844,00	36919,32	38026,90	39167,71
MANO DE OBRA DIRECTA	795	9.540,00	10017,00	10517,85	11043,74	11595,93
TOTAL	3695,00	44340,00	45861,00	47437,17	49070,64	50763,64

Elaborado: Freddy Flores Beltrán

OPERARIOS

Denominación	Cargo	Salario Mensual	Salario Anual	13° sueldo o Bono navideño	14° sueldo o Bono escolar	Aporte Patronal 12,15%	Total anual
Lisette Arguello	OPERARIO	318,00	3816	318,00	318,00	463,644	5.233,64
Pedro Beltrán	OPERARIO	318,00	3816	318,00	318,00	463,644	5.233,64
TOTAL		636,00	7.632,00	636,00	636,00	927,29	10.467,29

Elaborado: Freddy Flores Beltrán

6.5.ROL DE PAGOS

Es un documento contable, de carácter interno, en el que se registran los valores que constituyen ingresos y deducciones para el trabajador por concepto de remuneraciones. Para la microempresa estos rubros representan gastos. Estos valores deberán ser entregados por lo general en forma mensual al trabajador, en pago por sus servicios prestados dentro de la institución.

La microempresa Produbalsa contará con personal del mismo sector comunero. A continuación se pone a consideración la nómina de los trabajadores y su respectivo cargo que desempeñaran en la microempresa.

ROL DE PAGO

(Expresado en miles de dólares)

DENOMINACION	CARGO	SALARIO MENSUAL	SALARIO ANUAL	13° SUELDO O BONO NAVIDEÑO	14° SUELDO O BONO ESCOLAR	APORTE PATRONAL 12,15%	TOTAL ANUAL
Mario Balón	Gerente general	500,00	6000,00	500,00	318,00	729	7547,00
Liliana Matías	Contador	318,00	3816,00	318,00	318,00	463,644	4915,64
Fernanda Vega	Cajera	318,00	3816,00	318,00	318,00	463,644	4915,64
Luis Gaona	Mantenimiento	318,00	3816,00	318,00	318,00	463,644	4915,64
Javier Córdova	Mantenimiento	318,00	3816,00	318,00	318,00	463,644	4915,64
María Gutiérrez	Atención al cliente	318,00	3816,00	318,00	318,00	463,644	4915,64
TOTAL		2090,00	7632,00	636,00	636,00	927,29	9831,29

Elaborado: Freddy Flores Beltrán

6.6.PRESUPUESTO ADMINISTRATIVO

Considerando como la parte medular de todo presupuesto porque se destina la mayor parte del mismo; son estimados que cubren la necesidad inmediata de contar con todo tipo de personal para sus distintas unidades, buscando darle operatividad al sistema.

PRESUPUESTO GASTOS ADMINISTRATIVO

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldos	2090,00	25080,00
Beneficios sociales	106,00	1272,00
Aporte patronales	77,27	927,29
	2273,27	27279,288

GASTOS GENERALES

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Útiles de oficina	120,00	1440,00
servicios básicos	523,74	6284,87
TOTAL	643,74	7724,86712

Elaborado: Freddy Flores Beltrán

GASTOS DE OPERACIÓN

DESCRIPCIÓN	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de administración	2273,27	27279,29	28643,25	30075,42	31579,19	33158,15
Gastos publicitario	155,00	1860,00	1915,80	1973,27	2032,47	2093,45
Gastos generales	643,74	7724,87	7956,61	8195,31	8441,17	8694,41
Gastos de capacitación	41,67	500,00	515,00	530,45	546,36	562,75
Gastos de arriendo	200,00	2400,00	2472,00	2546,16	2622,54	2701,22
Depreciación	343,99	4127,83	4214,83	6196,44	4454,07	4549,14
TOTAL	3657,67	43891,99	45717,50	49517,05	49675,81	51759,12

Elaborado:

Freddy Flores Beltrán

DEPRECIACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR	VIDA UTIL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vehículo	12000,00	5	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00
Equipo de computación	1720,00	3	573,33	573,33	573,33		
Equipo de computación Reemplazo	1892,00	3			1892,00	630,67	630,67
equipo de oficina	4225,00	10	422,50	422,50	422,50	422,50	422,50
muebles de oficina	2320,00	10	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00
Equipos y herramientas	2900,00	1	2900,00				
Equipos y herramientas Reemplazo	2987,00	1		2987,00			
Equipos y herramientas Reemplazo	3076,61	1			3076,61		
Equipos y herramientas Reemplazo	3168,91	1				3168,91	
Equipos y herramientas Reemplazo	3263,98	1					3263,98

TOTAL			4127,83	4214,83	6196,44	4454,07	4549,14
--------------	--	--	---------	---------	---------	---------	---------

PUBLICIDAD

MEDIOS	MENSUAL	ANUAL
Ambulante	100,00	1.200,00
Vallas publicitarias	120,00	120,00
Hojas volantes	45,00	540,00
TOTAL	265,00	1.860,00

SERVICIOS BÁSICOS

	AÑOS	2011	2012	2013	2014	2015	TOTAL
Agua potable	%	300,00	309,99	320,31	330,98	342,00	1.603,28
Adm	20%	60,00	62,00	64,06	66,20	68,40	320,66
Cif	80%	240,00	247,99	256,25	264,78	273,60	1.282,63
Total		300,00	309,99	320,31	330,98	342,00	1.603,28

	AÑOS	2011	2012	2013	2014	2015	TOTAL
Energía eléctrica	%	600,00	619,98	640,63	661,96	684,00	3.206,56
Adm	20%	120,00	124,00	128,13	132,39	136,80	641,31
Cif	80%	480,00	495,98	512,50	529,57	547,20	2.565,25
Total		600,00	619,98	640,63	661,96	684,00	3.206,56

	AÑOS	2011	2012	2013	2014	2015	TOTAL
Telefonía e internet	%	276,00	285,19	294,69	304,50	314,64	1.475,02
Adm	75%	207,00	213,89	221,02	228,38	235,98	1.106,26
Cif	25%	69,00	71,30	73,67	76,13	78,66	368,75
Total		276,00	285,19	294,69	304,50	314,64	1.475,02

Total	AÑOS	2011	2012	2013	2014	2015	TOTAL
Adm		387,00	399,89	413,20	426,96	441,18	2.068,23
Cif		789,00	815,27	842,42	870,47	899,46	4.216,63
Total		1.176,00	1.215,16	1.255,63	1.297,44	1.340,64	6.284,87

Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

6.7.ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

Tener en cuenta cómo funciona el proceso contable de su empresa es una fortaleza para saber cómo actuar frente a las amenazas o riesgos que puedan presentarse en el día a día de su negocio.

Dentro del estado de pérdidas y ganancias se evalúan dos características esenciales de todo negocio:

- Los ingresos deben detallarse en el estado de pérdidas y ganancias para determinar su verdadero valor en el negocio.
- **Gastos:** es el costo en el que se incurre en el desarrollo del producto.
- **Costos:** cuando la empresa incurre en unos gastos los cuales pueden generar una ganancia o que se pueden convertir en activo.

Para nuestro estudio económico la microempresa Produbalsa establece una utilidad de 12.958,81 para el primer año de ejecución lo cual se considera que es aceptable para su desarrollo

6.8.FLUJO DE CAJA

El Flujo de Caja es un informe financiero que presenta un detalle de **los flujos** de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado. Algunos ejemplos de ingresos son los ingresos por venta, el cobro de deudas, alquileres, el cobro de préstamos, intereses, los de egresos o salidas de dinero, el pago de facturas, pago de impuestos, pago de sueldos, préstamos, intereses, amortizaciones de deuda, servicios de agua o luz, etc.

La diferencia entre los ingresos y los egresos se conoce como saldo o flujo neto, por lo tanto constituye un importante indicador de la liquidez de la empresa. Si el saldo es positivo significa que los ingresos del período fueron mayores a los egresos; si es negativo significa que los egresos fueron mayores a los ingresos.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

(Expresado en miles de dólares)

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS		109809,00	115233,56	120926,10	126899,85	133168,70
(-) Costo de producción		45267,29	46834,65	48459,51	50144,09	51890,76
UTILIDAD BRUTA EN VENTA		64541,71	68398,91	72466,60	76755,76	81277,94
(-) Gastos operativo		43891,99	45717,50	49517,05	49675,81	51759,12
Gastos administrativos	27279,29					
Gastos generales	7724,87					
Gastos de capacitación	500,00					
Gastos publicitario	1860,00					
Gastos de arriendo	2400,00					
Depreciación	4127,83					
UTILIDAD OPERATIVA		20649,72	22681,41	22949,54	27079,95	29518,83
(-) Gastos financieros		322,173	322,173			
UTILIDAD ANTES 15% TRABAJADORES		20327,55	22359,24	22949,54	27079,95	29518,83
(-) 15% PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES		3049,13	3353,89	3442,43	4061,99	4427,82
Utilidad antes Imp. Renta		17278,42	19005,35	19507,11	23017,95	25091,00
(-) Impuesto a la renta 25%		4319,60	4751,34	4876,78	5754,49	6272,75
UTILIDAD NETA		12958,81	14254,02	14630,33	17263,47	18818,25

Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

FLUJO DE CAJA

(Expresado en miles de dólares)

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		109809,00	115233,56	120926,10	126899,85	133168,70
TOTAL DE INGRESOS		109809,00	115233,56	120926,10	126899,85	133168,70
(-) COSTOS Y GASTOS						
Costos de producción		45267,29	46834,65	48459,51	50144,09	51890,76
gastos operativos		43891,99	45717,50	49517,05	49675,81	51759,12
gastos financieros		322,17	322,17			
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS		20327,55	22359,24	22949,54	27079,95	29518,83
(-) Reparto de utilidad (15%)		3049,13	3353,89	3442,43	4061,99	4427,82
(-) Impuesto a la renta (25%)		4319,60	4751,34	4876,78	5754,49	6272,75
UTILIDA NETA		12958,81	14254,02	14630,33	17263,47	18818,25
(+) Depreciación		4127,83	4214,83	6196,44	4454,07	4549,14
UTILIDAD + DEPRECIACION		17086,65	18468,85	20826,78	21717,54	23367,40
INVERSION						
Inversión fija	-23165,00					
Activos diferidos	-570,00					
Capital de trabajo	-9089,29					
(-) préstamo		8965,93	8965,93			
(-) inversión de reemplazo			2987,00	4968,61	3168,91	3263,98
FLUJO NETO DEL EFECTIVO	-32824,29	8120,72	15481,85	15858,17	18548,63	20103,42

TIR	32%	VAN	16970,91
-----	-----	-----	----------

Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

6.8.1. Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR)

Una vez que se ha definido el costo del préstamo y la rentabilidad exigida al capital propio, debe calcularse una tasa de descuento ponderada, que incorpore los dos factores en la proporcionalidad adecuada.

El costo ponderado del capital es un promedio de los costos relativos a cada una de las fuentes de financiamiento que el proyecto utiliza, los que se ponderarán de acuerdo con la proporción de los costos dentro de la estructura de capital definida. Este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados.

6.8.2. Tasa interna de retorno

Este criterio evalúa el proyecto en función de una tasa única de rendimiento por período con lo cual la totalidad de los beneficios actualizados es exactamente igual a los desembolsos, es aquella tasa que hace cero el valor actual neto.

La tasa así calculada se compara con la tasa de descuento del proyecto (TMAR). Si la TIR es igual o mayor que esta, el proyecto debe aceptarse y si es menor, debe rechazarse.

Para el inversionista en cambio, la TIR es de 32, implica que el inversionista debe aceptar invertir en el proyecto propuesto.

Es la relación en términos de valor actual del flujo neto que permite calcular la tasa interna de retorno sobre la inversión inicial; representa la generación de excedentes fruto de la actividad principal del proyecto.

6.9. INDICADORES DE EVALUACIÓN

Los índices financieros son indicadores que permiten evaluar diferentes aspectos de la empresa, como las utilidades respecto de sus ventas, capacidad de responder a los proveedores, etc. Los índices financieros que se presentan a continuación tienen como base el balance general; el estado de pérdidas y ganancias y el flujo de caja proyectado a 5 años.

6.9.1. VALOR ACTUAL NETO

Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar la inversión, es decir trae los flujos futuros al valor presente y los compara con la inversión. Para el cálculo se considera la tasa de descuento del 10% porque es la tasa actual que se maneja en el país. El resultado de flujo de caja con el valor de desecho proyectó un valor actual neto de \$\$ 16.970,91

En consecuencia, este estudio es viable, debido al resultado positivo del VAN.

AÑOS	FLUJO NETO DISPONIBLE
0	-32824,29
1	8120,72
2	15481,85
3	15858,17
4	18548,63
5	20103,42
VAN	\$ 16.970,91

Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

6.9.2. TASA INTERNA DE RETORNO

Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la Tasa Interna de Retorno se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza. El resultado de flujo de caja con el valor de desecho proyectó una tasa interna de retorno TIR del **32%**, la misma revela que el estudio es rentable y se puede invertir en él.

Flujo Neto Disponible

AÑOS	FLUJO NETO DISPONIBLE
0	0,00
1	8120,72
2	15481,85
3	15858,17
4	18548,63
5	20103,42
TIR	32%

Elaborado por Freddy Flores Beltrán

ANÁLISIS DE ÍNDICES FINANCIEROS

Un índice financiero es una relación entre dos cifras extraídas de cualquiera de los estados financieros como son: el balance general, estado de resultados, flujo de caja, estado fuentes y aplicación de recursos o de cualquier otro informe interno con el cual el usuario de la información busca tener una medición de los resultados internos de un negocio o de un sector específico de la economía, aspecto que confronta con parámetros previamente establecidos como el promedio de la actividad, los índices de periodos anteriores, los objetivos de la organización y los índices de sus principales competidores.

ÍNDICE DE LIQUIDEZ

Este índice permite saber si los Activos Circulantes de la empresa pueden servir para cumplir las obligaciones de Pasivo Circulantes. Esta razón representa el financiamiento con que cuenta la empresa para cumplir con sus obligaciones acorto plazo.

$$\text{Liquidez} = \frac{\text{Activos Circulantes}}{\text{Pasivos Circulantes}}$$

$$\frac{9089,29}{18000,00}$$

$$0,504960385$$

El resultado de ésta razón significa que por cada dólar que debo se tiene \$0,50
Dólar

RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO

La razón deuda a capital se calcula simplemente dividiendo la deuda total de la compañía, entre los activos totales.

La razón por la cual se trata de un indicio general, es que los activos y flujos de efectivo de la compañía proporcionan los medios para el pago de la deuda.

Rendimiento sobre los activos totales (RAT) = $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos totales}}$

12958,81

32824,29

0,394793442

El proyecto muestra que posee una razón de endeudamiento del 39% debido a que se realizó un préstamo a la Institución financiera, la cual se irá cubriendo en los dos años del proyecto.

ÍNDICES DE RENTABILIDAD

Estas razones permiten analizar y evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños.

Margen bruto de utilidades (MB): Indica el porcentaje que queda sobre las ventas después que la empresa ha pagado sus existencias.

Margen bruto de utilidad = $\frac{\text{Utilidad Neta-Costo de venta}}{\text{Ventas}}$

Ventas

64541,71

109.809,00

0,587763407

En el primer año de la empresa, el margen de utilidad es bueno y se debe tener en cuenta que recién empieza sus actividades.

CUADRO No. 30 Plan de acción de la microempresa PRODUBALSA

Desarrollo productivo de la comuna las Balsas			
Fin del proyecto: Creación de una microempresa Comercializadora de productos agrícola en la comuna Las Balsas		Indicadores: Análisis FODA Marketing MIX Encuestas realizada a la población de la comuna Las Balsas	
Propósito del Proyecto: Crear una Microempresa Comercializadora de productos agrícolas mediante el crecimiento económico en la producción agrícola para fomentar el desarrollo productivo de la Comuna las Balsas, Provincia de Santa Elena		INDICADOR: genera desarrollo sostenible en el crecimiento económico y mejorando el nivel de vida y teniendo una filosofía empresarial coherente orientado a satisfacer en forma permanente las necesidades y expectativa cambiante de los clientes	
Objetivo Especifico	Indicadores	Estrategia	Actividades
Fundamentar teóricamente los criterios y definiciones de análisis de la creación de la microempresa para determinar las causas y consecuencias del crecimiento del productivo agrícola.	Estrategia de venta Estrategia de promoción Financiamiento. Mercado objetivo Segmentación de mercado Posicionamiento. Análisis de los productos.	Estrategias a mayoristas, minoristas y cliente final: Para la venta de los productos agrícolas se van a utilizar un canal de tres niveles que es el que contiene mayoristas, minoristas y el cliente final. En un mercado de consumo, los intermediarios suelen ser un mayorista y un detallista.	Alternativas de actividades para realizar la respectiva publicidad para captar mercado.
			campana promocional va a llevarse a cabo con mayor fuerza durante los primeros años
			Posicionar los productos serán las promociones que van a realizarse para poder captar con mayor fuerza la atención del cliente.
			El slogan debe constituir una ventaja diferencial del producto o, al menos, una parte importante del mismo.
Elaborar las estrategias metodológicas en función de la operacionalización de las variables para la instrumentación que facilitará la recopilación de información del objeto de estudio.	Organigrama. Principios directrices Análisis FODA. Programas. Proyectos. Viabilidad de la microempresas. Lugar de estudio. Población existente	Estrategias de plaza y distribución ü Afianzar las alianzas estratégicas con los productores de frutas, legumbres, hortalizas y verduras a fin de evitar el incremento de costos por intermediarios.	la fuente de información
			mercado objetivo
			presupuesto del estudio
			ejecución de la actividad
			Slogan

Realizar la respectiva publicidad de la microempresa a los diferentes medios de comunicación y evalúa cual es la mejor opción de promoción de los productos. Para así ampliar el desarrollo económico productivo de la comuna Las Balsas.	Administración de los recursos.	El Plan de Medios que consideramos apropiado en este componente del Marketing Mix, está conformado por anuncios tanto en radio, como en prensa, pero con mucho más énfasis en la radio ya que las personas que conforman nuestro segmento de mercado	
			Diseño del mensaje publicitario
			Medios de comunicación
			Elaboración del presupuesto
			Cronograma de actividades y ejecución
Actividades y servicios			
Desarrollo del estudio Económico y Financiero			
Determinar cuál es el monto de los recursos económicos indispensable para la realización del proyecto; administración y ventas, que servirán como base para la evaluación económica financiera del proyecto	Tasa interna de retorno	Si la tasa de rendimiento del proyecto El resultado de flujo de caja con el valor de desecho proyectó una tasa interna de retorno TIR del 32% , la misma revela que el estudio es rentable y se puede invertir en él. Para el cálculo se considera la tasa de descuento del 10% porque es la tasa actual que se maneja en el país. El resultado de flujo de caja con el valor de desecho proyecto un valor actual neto de \$ 16.970,91 En consecuencia, este estudio es viable, debido al resultado positivo del VAN.	Análisis de índices financieros
			Índice de liquidez
			Razón de endeudamiento
			Índices de rentabilidad
			Indicadores de evaluación
Tasa Mínima Atractiva de Retorno			

Elaborado por: Freddy Flores Beltrán

7. CONCLUSIONES

- Se han analizado los principales factores que influyen en la demanda de productos agrícolas a proyectar y se ha concluido de las encuestas desarrolladas que la preferencia por crear una microempresa agrícola está determinada por el precio, calidad y el nivel de comercialización que se ofrezca a los clientes.
- En general todos los pobladores encuestados mostraron interés en crear una microempresa en la zona; siempre y cuando haya continuidad en el suministro, se mantenga una excelente calidad, los precios sean competitivos y se cumpla con las normas exigidas por cada establecimiento.
- Los comerciantes de La Libertad y Santa Elena aceptan adquirir productos de comunas para el desarrollo del sector. La comuna cuenta con ventajas naturales como son: clima y suelo, que es el adecuado para este tipo de cultivo, los suelos aptos para la producción, la facilidad de reproducción de la planta y durabilidad, en efecto es una oportunidad para que se interesen nuevos productores y los actuales extiendan su actual producción.

8. RECOMENDACIONES

- Se propone la creación de una microempresas comercializadora de productos agrícolas en la comuna Las Balsas, cuyas acciones se orientan a brindar una fuente de ingreso a las familias y capacidad de gestión de la misma. Evitando a los intermediarios que se quedan con las pocas ganancias, y que están sean bien distribuidas a los productores.
- Se recomienda elaborar un Plan de Marketing profundo y agresivo, que permita captar la gran demanda potencial, y cubrir el mercado, ya que por ser una microempresa nueva se va a requerir de mucha publicad para captar mercado.
- Incentivar a los agricultores a realizar una buena actividad productiva para garantizar frutos de buena calidad y que estos sean bien remunerados en el mercado.
- Buscar una estabilidad en el precio del mercado, producir con calidad para que los precios no bajen y el rendimiento del proyecto no se vea afectado.

9.BIBLIOGRAFÍA

ABN: Chávez: Medidas para enfrentar crisis financiera se están aplicando desde hace 10 años. Publicado el 10 de febrero de 2009

ARRIAGADA, R. (2007) "Diseño de un sistema de medición de desempeño para evaluar la gestión empresarial: una propuesta metodológica". Santiago de Chile:ILPES, Naciones Unidas CEPAL.

AMPUDIA PINARGOTE, NANCY MERCEDES (2011). Análisis de la crisis financiera de Estados Unidos en el año 2008. Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura. PUCE. Quito. 115 p.

ARTEAGA, WALTER (2007) Lo Local: Dilemas de la democracia y la participación social, CEDLA

ASONAHORES (2006) Estadísticas Seleccionadas del Sector Turístico. Sept.05, Santo Domingo

ASCANIO ALFREDO. (2007) Turismo y Planificación Hotelera: Evaluación Económica y Ambiental, Editorial CampinasPapyrus.

BARREIRO FERNANDO, 2007 Desarrollo desde el territorio: a propósito del desarrollo local <http://www.ligov.org>

BERASTAIN LUIS (2009) Aprender a innovar en una PYME Editorial Cidel, España.

CUEVA ARELLANO (2007) Comportamiento del Consumidor Enfoque América Latina, Editorial McGraw Hill.

CHÁVEZ F. HUGO. (2007) "Líneas Generales del Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2007-2011".

CORBETTA PIERGIORGIO (2007) Metodología y Técnicas de Investigación Social, Madrid, España, Mc Graw Hill Interamericana Editores de España S.A.

DE SOUZA MINAYOMARÍA CECILIA (2007) Investigación Social, Teoría, Método y Creatividad, 2º Reimpresión, Buenos Aires, Argentina, Lugar Editorial.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL 2008. Plan estratégico participativo de la comuna Palmar. .

FEDERACIÓN PLURINACIONAL DE TURISMO COMUNITARIO DEL ECUADOR (2007) Guía de Turismo Comunitario del Ecuador.

GONZÁLEZ REY FERNANDO LUIS (2007) Investigación Cualitativa y Subjetividad, Los procesos de Construcción de la Información, Interamericana Editores S.A.,

GÓMEZ GALÁN, (2009)Manuel“Las microempresas como agentes de desarrollo en el Sur”. ed. litCideal. Centro de Investigación Europa-España-América Latina

GÓMEZ GALÁN (2009) Manuel Las microempresas como agentes de desarrollo en el Sur. ed. litCideal. Centro de Investigación Europa-España-América Latina

HORNGREN CHARLES (2007): Contabilidad financiera, México, Prentice Hall Séptima Edición.

JOSÉ ISRAEL (2009) Contabilidad para Microempresas” Editorial Granica.

MEYER WILLERER A.O. (2007)“Calidad de las harinas de pescado y otros insumos para alimentos balanceados” Eds. Báes-Dueñas Ma Hermosillo.

MEYER A.O (2007) “Elaboración a pequeña escala de harinas a partir de desperdicios marinos” Cuarto Congreso de la Asociación Mex de acuicultura, Hermosillo

PARDINAS FELIPE (2008) Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales, 39º Edición, México, Siglo XXI Editores.

S.J. TAYLOR Y R. (2008) BodganIntroducción a los métodos cualitativos de Investigación, Madrid, España, Ediciones Paidos Ibérica S.A.

SAUTU RUTH (Compiladora) (2007) Práctica de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa, Articulación entre teoría, los métodos y las técnicas, Buenos Aires, Argentina, Ediciones Lumiere S.A.

SERRANO JOVER, (2010) Características de la empresa turística, Fundación Universidad-Empresa. Madrid.

ZAPATA GOMEZ. (2007) “Contabilidad de costos”. Tercera edición.

“CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR 2008-MONTECRISTI – ECUADOR”.

“CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES 2011”.

ZAPATA GOMEZ. (2007)“Contabilidad de costos”. Tercera edición.

“CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR 2008-MONTECRISTI – ECUADOR”.

“CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES 2011”.

GLOSARIO

ACTITUD ANTE LA MARCA: Imagen y reacciones de los consumidores ante una marca específica. Es muy importante para los anunciantes conocer qué reacciones provoca su marca. Una mala imagen puede dañar al producto y una buena imagen ayuda a la venta de los productos de dicha marca

ACTIVO FIJO: Se considera como Activo Fijo al conjunto de bienes duraderos que posee una entidad para su uso.

ACTOS DE ADMINISTRACIÓN INTERNA: Los actos de administración interna se orientan a la eficacia y eficiencia de los servicios y a los fines permanentes de las entidades.

ADQUISICIÓN: Acción orientada a obtener la propiedad o cualquiera de sus atributos sobre un bien.

AMORTIZACIÓN: Reembolso del principal de los préstamos recibidos, de acuerdo al cronograma de vencimientos, del contrato, mediante cuotas periódicas generalmente iguales.

BANCO CENTRAL: El Banco Central es persona jurídica de derecho público. Tiene autonomía dentro del marco de su Ley Orgánica.

BASE DE DATOS: Conjunto de datos organizados entre los cuales existe una correlación y que están almacenados con criterios independientes de los programas que los utilizan.

BIENES Y SERVICIOS: Gastos para la adquisición de bienes, pago de viáticos y asignaciones por comisión de servicio o cambio de colocación, así como pagos por

servicios de diversa naturaleza, sin vínculo laboral con el Estado o personas jurídicas.

CALIFICACIÓN PERSONAL: La calificación personal representa el potencial laboral del servidor. Comprende las características adquiridas por el servidor en relación a las exigencias de la carrera

CAPACITACIÓN: La capacitación es un proceso continuo de enseñanza-aprendizaje, mediante el cual se desarrolla las habilidades y destrezas de los servidores,

COSTO FIJO: Es el costo cuya magnitud no depende del volumen total de procedimientos tramitados; es considerado como costo del período y se excluye del costo del procedimiento cuando se utiliza el costeo directo.

COSTO VARIABLE: Es el costo que se incrementa o modifica en forma proporcional con el nivel de utilización o tramitación del Procedimiento.

CULTURA ORGANIZACIONAL: Conjunto de suposiciones, creencias, valores y normas que comparten y aceptan los miembros de una organización.

EFICACIA: Se refiere al grado de avance y/o cumplimiento de una determinada variable respecto a la programación prevista.

EFICIENCIA: El Indicador de Eficiencia relaciona dos variables, permitiendo mostrar la optimización de los insumos

EVALUACIÓN PRESUPUESTARIA; Es el conjunto de procesos de análisis para determinar, sobre una base continua en el tiempo, los avances físicos y financieros obtenidos

GRUPO DE TRABAJO: Conjunto organizado de trabajadores que se hace responsable por un resultado.

HORIZONTE DE EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO: El período para evaluar un Proyecto de Inversión se establece sobre la base de la vida económica esperada del componente más importante de la inversión inicial prevista.

MERCADO REAL: El mercado real es aquel que está compuesto por un grupo de personas que tiene necesidad de un producto o servicio, que posee los medios financieros necesarios para cubrirla y que está interesada en adquirirlos.

PROVEEDOR: Personas naturales o jurídicas que venden bienes, prestan servicios

PROYECTO: Es el conjunto de operaciones limitadas en el tiempo, de las cuales resulta un producto final.

RESPONSABILIDAD SOCIAL: En el marketing es el reconocimiento por el mercadólogo o empresario que el bienestar de la sociedad o del consumidor es tan importante como la obtención de utilidades.

SERVICIO: La actividad o labor que realiza una persona natural o jurídica ajena a la Entidad.

VENTAJA COMPETITIVA: Características básicas o agregadas de una empresa que le otorgan distinción en tales aspectos frente a su competencia directa e indirecta.

ABREVIATURAS

BCE: Banco Central Del Ecuador.

BID: Banco Interamericano de Desarrollo.

CPR: Corporación de Promoción Rural.

CFN: Corporación Financiera Nacional

ESPOL: La Escuela Superior Politécnica del Litoral.

FNE: Flujo neto del efectivo.

INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos.

PEA: Población Económicamente Activa.

PMRC: El Programa de Manejo de Recursos Costeros.

RISE: Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano

TIR: La tasa interna de retorno.

UPSE: Universidad Península de Santa Elena.

VAN: valor actual neto.

FOME: Foro ecuatoriano de la microempresa

ANEXO I



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA
ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ENCUESTA A LOS HABITANTES DE LA COMUNA LAS BALSAS.

Objetivo de la encuesta, determinar las causas y consecuencias del porque estructurar una microempresa agrícola en la comuna Las Balsas.

DATOS DEL ENCUESTADO

Ciudad:.....Dirección:.....

...

Ocupación:.....Nivel de educación:.....

Edad: 18 - 28

29 - 39

40 - 50

51 - 61

62 en adelante

<input type="checkbox"/>

Sexo: M

F

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Encuestado

por:.....Fecha:.....

1. ¿Qué actividades productivas desarrollan los pobladores de la Comuna las Balsas?

Ganadería

Agricultura

Pesca

Maderera

2. ¿Qué productos se cultivan con mayor regularidad en el año?

Maíz.

Papaya.

Sandia.

Frejol.

3. ¿Existen oportunidades de trabajo en la comuna Las Balsas?

Sí No

¿Por qué?

.....
.....
.....

4. ¿Ud. ha recibido alguna capacitación de cómo administrar su producción agrícola?

Sí No

¿Por qué?

.....
.....
.....

5.- ¿La prefectura de Santa Elena les brinda incentivos para desarrollar actividades productivas?

Siempre
Frecuentemente
Rara vez
Nunca

6. ¿Las autoridades comunales se preocupan por realizar obras necesarias en el sector?

Siempre
Frecuentemente
Rara vez
Nunca

7. ¿La comuna cuenta con el espacio suficiente (terreno) adecuado para la creación de una microempresa agrícola?

Sí No

¿Por qué?

.....
.....
.....

8. ¿Está dispuesto a vender sus productos directamente sin intermediarios?

Sí No

¿Por qué?

.....
.....
.....

9.- ¿Le gustaría ser parte de una microempresa como comerciante de productos agrícolas?

Sí

No

¿Por qué?

.....
.....
.....

10. ¿Al crear una microempresa agrícola mejoraría el ingreso de dinero al sector comunal?

Sí

No

¿Por qué?

.....
.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO II



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA
ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ENTREVISTA A LOS PRINCIPALES DIRECTIVOS DE LA COMUNA
LAS BALSAS.**

Objetivo de la entrevista, buscar información relevante sobre la situación de la comuna y buscar alternativas de solución.

DATOS DEL ENTREVISTADO

Nombre:.....

...

Ciudad:.....Dirección:.....

....

Ocupación:.....Nivel de educación:.....

Edad: 18 - 28

29 - 39

40 - 50

51 - 61

62 en adelante

Sexo: M

F

Encuestado

por:.....Fecha:.....

1. ¿Cómo está la situación actual de los agricultores de la comuna Las Balsas?

Muy buena

Buena

Mala

Regular

Pésima

¿Por qué?

.....

.....

.....

2. ¿La comuna Las Balsas está tomando medidas para impulsar el proceso productivo?

Siempre

Frecuentemente

Rara vez

Nunca.

¿Por qué?

.....

.....

.....

3. ¿Ha existido alguna propuesta para la Comuna Las Balsas para la creación de microempresas?

Si

No

¿Por qué?

.....

.....

.....

4. ¿La comercialización de productos agrícolas se lo realizar al?

Por mayor

Por unidad

Por menor

Todas.

¿Por qué?

.....

.....

.....

5. ¿El número de productores con el que cuenta la comuna tiene experiencia para la ejecución de actividades productivas?

Sí

No

¿Por qué?

.....

.....

...

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO III



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA
ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA A LOS COMERCIANTES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

Objetivo: Tiene como fin determinar la aceptación de una nueva microempresa comercializadora de productos agrícolas

Ciudad:.....Dirección:.....
...

Ocupación:.....Nivel de
educación:.....

Edad: 18 - 28
29 - 39
40 - 50
51 - 61
62 en adelante

Sexo: M
F

Encuestado

por:.....Fecha:.....

1. ¿Ud. Conoce la comuna Las Balsas?

Sí No

¿Por qué?

.....
.....

2. ¿Tiene conocimiento que en la comuna Las Balsas existe producción agrícola?

Sí No

¿Por qué?

.....

.....
.....

3. ¿Con que frecuencia adquiere productos agrícolas?

- Diarios
- Semanal
- Quincenal
- Otros

4. ¿Qué clase de productos agrícolas comercializa usted en su establecimiento?

- Maiz.
- Papaya.
- Sandia.
- Frejol.

5. ¿Qué aspectos considera el más importante cuando adquiere productos agrícolas?

- Calidad
- Cantidad
- Precio
- ¿Por qué?

.....
.....

6. ¿Dónde adquiere usted los productos agrícolas que luego comercializa?

- Productores
- Vendedores ambulantes
- Intermediarios
- ¿Por qué?

.....
.....

7. ¿Está satisfecho con la calidad y cantidad del producto que adquiere?

- Sí No
- ¿Por qué?

.....
.....

8. Con respecto a la pregunta anterior, si su respuesta es negativa: ¿Estaría dispuesto a cambiar de proveedor?

- Sí No
- ¿Por qué?

.....
.....

.....

9. ¿Cómo considera usted la creación de una microempresa comercializadora de productos agrícolas en la Comuna Las Balsas?

Muy buena

Buena

Mala

Regular

Pésima

¿Por qué?

<input type="checkbox"/>

.....

.....

.....

10. ¿Estaría dispuesto a adquirir productos agrícolas de la comuna Las Balsas?

Sí

No

¿Por qué?

.....

.....

.....

Gracias por su colaboración

ANEXO IV







