



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO

FACULTAD DE ECONOMIA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

TEMA:

GREEN KINGDOM: TIENDA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CIENCIAS
EMPRESARIALES CON CONCENTRACIÓN EN DIRECCIÓN Y
PLANEACIÓN COMERCIAL**

MARIA FERNANDA ROMERO NAVARRETE

CHRISTIAN OCTAVIO IDROVO WILSON

SAMBORONDÓN, ENERO, 2015

DEDICATORIA

A mi Dios por ser mi guía y fortaleza y con su ayuda he podido realizar esta tesis.

A mi familia por ser mi fuente de apoyo, comprensión e infinito amor y por ser el corazón latente de mí ser.

AGRADECIMIENTO

A mi familia: WILLIAMS ROMERO, BIANCA ROMERO, LAYEVSKA ARREAGA Y a mí mamá TERESITA NAVARRETE que me ayudó desde principio a fin en la tesis.

A VICENTE RAMIREZ por su tiempo, comprensión y apoyo en la elaboración del contenido.

A MANUEL GORDILLO por su paciencia y por compartir sus conocimientos sobre el tema.

A ALAN CABELLO por ser parte esencial a la realización de la tesis. Por su tiempo y apoyo.

RESUMEN

La presente investigación se llevó a cabo en la isla San Cristóbal, con el objetivo de identificar el hábito alimenticio y de compras de los habitantes. El diseño metodológico que se escogió es una investigación bibliográfica y de campo mediante encuestas. Parte de la existencia del problema es la escasez de productos orgánicos en la isla lo que produce un inadecuada alimentación dentro de los habitantes.

Este proyecto de cosecha y comercialización aporta significativamente a la alimentación de los habitantes ya que son cultivados en la isla y cosechados sin ningún tipo de fertilizante u otros químicos que usualmente se usan en su crecimiento. Así mismo, una vez cosechados serán puestos a la venta en un local que se encuentra en un sector estratégico y accesible para los habitantes, previamente los vegetales han sido tratados higiénicamente para que el cliente al momento de comprarlos obtenga un producto sano y limpio. La inversión requerida en relación a las ventas totales es mínima, dando oportunidad para seguir aumentando la capacidad de producción y variedad de los productos. También se podrá invertir en talleres, trípticos informativos, asesoramiento personalizado, etc., con lo que se espera que la población tenga mayor conocimiento sobre los beneficios de los productos orgánicos y así mantener una vida saludable.

Seguidamente se incluyen las conclusiones que surgen de la investigación realizada. Finalmente se presenta la viabilidad del proyecto a realizar el cual contribuye significativamente para mejorar la alimentación de los habitantes de la isla San Cristóbal.

1. INDICE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
RESUMEN.....	iii
INDICE	iv
CAPITULO 1.....	1
1.1 JUSTIFICACIÓN	1
CAPITULO 2.....	4
2.1 PROBLEMA A RESOLVER.....	4
CAPITULO 3.....	5
3.1 OBJETIVO GENERAL	5
CAPITULO 4.....	6
4.1 MISION Y VISION	6
4.1.1 MISION	6
4.1.2 VISION.....	6
CAPITULO 5.....	7
5.1 METAS.....	7
CAPITULO 6.....	8
6.1 VIABILIDAD LEGAL	8
CAPITULO 7.....	9
7.1 ANALISIS DE MERCADO	9
7.1.1 MERCADO OBJETIVO	9
7.1.2 ANALISIS PESTAL	24
7.1.3 ANÁLISIS FODA.....	27

7.1.4	ANÁLISIS DE LAS 4 PS	28
CAPITULO 8.....		32
8.1	ANÁLISIS OPERATIVO	32
8.1.1	LOCALIZACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LAS INSTALACIONES.....	32
8.1.2	MÉTODOS DE PRODUCCIÓN	33
8.1.3	CAPACIDAD INSTALADA	35
8.1.4	CADENA DE ABASTECIMIENTO DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS, OTIDA (OPERACIÓN, TRANSPORTE, INSPECCIÓN, DEMORA Y ALMACENAMIENTO)	37
8.1.4.1	Producción	37
8.1.4.2	Comercialización	38
8.1.5	RECURSOS HUMANOS	38
8.1.5.1	ORGANIGRAMA	39
8.1.5.2	PERFIL PARA EL PUESTO	39
8.1.5.3	FUNCIONES DEL PUESTO.....	41
CAPITULO 9.....		43
9.1	ANÁLISIS FINANCIERO	43
9.1.1	ESTUDIO TECNICO.....	43
9.1.2	TABLA DE AMORTIZACION.....	46
9.1.3	COSTO UNITARIO.....	48
9.1.4	ESTUDIO FINANCIERO.....	49
9.1.5	ESTADO DE RESULTADO	50
9.1.6	FLUJO DE CAJA PROYECTADO	51
9.1.8	BALANCE GENERAL.....	53

9.1.8	ANALISIS FINANCIERO	54
9.1.9	TASA DEL CREDITO RENTABILIDAD PROMEDIO NOMINAL DEL PROYECTO (T.R.P).....	55
9.1.10	VAN	55
9.1.11	INDICE DE RENTABILIDAD	56
9.1.12	INDICE DE RENTABILIDAD EN %	56
9.1.13	TASA INTERNA DE RETORNO.....	56
9.1.14	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	57
9.1.15	CAPITAL DE TRABAJO	58
9.1.16	INDICE DE LIQUIDEZ	58
9.1.17	VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	58
9.1.18	INDICE DE EMPLEO.....	59
9.1.19	PRESENTACION DE LOS INDICES.....	59
9.1.20	MARGEN NETO DE UTILIDAD.....	61
9.1.21	ROTACION DE ACTIVOS	61
9.1.22	DUPON.....	61
9.1.23	ANALISIS DE SENSIBILIDAD SOBRE LA UTILIDAD OPERATIVA.....	62
9.1.24	ESCENARIOS PROPUESTOS	63
CAPITULO 10.....		66
10.1	VIABILIDAD DEL PROYECTO	66
BIBLIOGRAFIA.....		69
ANEXOS.....		71

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: PREGUNTA DE ENCUESTAS	12
Gráfico 2: PREGUNTA DE ENCUESTAS	13
Gráfico 3: PREGUNTA DE ENCUESTAS	14
Gráfico 4: PREGUNTA DE ENCUESTAS	15
Gráfico 5: PREGUNTA DE ENCUESTAS	16
Gráfico 6: PREGUNTA DE ENCUESTAS	17
Gráfico 7: PREGUNTA DE ENCUESTAS	18
Gráfico 8: PREGUNTA DE ENCUESTAS	19
Gráfico 9: PREGUNTA DE ENCUESTAS	20
Gráfico 10: PREGUNTA DE ENCUESTAS	21
Gráfico 11: PREGUNTA DE ENCUESTAS	22
Gráfico 12: PREGUNTA DE ENCUESTAS	23
Gráfico 13 : VISTA AÉREA DE LA DISTANCIA ENTRE EL LOCAL GREEN KINGDOM Y HACIENDA LA PONDEROSA.....	72
Gráfico 14: UBICACIÓN DEL LOCAL GREEN KINGDOM.....	73
Gráfico 15: INSTALACIÓN DE RIEGO EN HACIENDA LA PONDEROS. 74	
Gráfico 16: PLANO DEL LOCAL GREEN KINGDOM.....	75
Gráfico 17: PLANO DEL ÁREA DE PRODUCTO TERMINADO	76
Gráfico 18: SISTEMA DE RIEGO	77
Gráfico 19: LOGO.....	79

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: PREGUNTA DE ENCUESTAS	12
Tabla 2: PREGUNTA DE ENCUESTAS	13
Tabla 3: PREGUNTA DE ENCUESTAS	14
Tabla 4: PREGUNTA DE ENCUESTAS	15
Tabla 5: PREGUNTA DE ENCUESTAS	16
Tabla 6: PREGUNTA DE ENCUESTAS	17
Tabla 7: PREGUNTA DE ENCUESTAS	18
Tabla 8: PREGUNTA DE ENCUESTAS	19
Tabla 9: PREGUNTA DE ENCUESTAS	20
Tabla 10: PREGUNTA DE ENCUESTAS	21
Tabla 11: PREGUNTA DE ENCUESTAS	22
Tabla 12: PREGUNTA DE ENCUESTAS	23
Tabla 13: SISTEMA DE RIEGO.....	78
Tabla 14: GASTOS GENERALES	78

CAPITULO 1

1.1 JUSTIFICACIÓN

Actualmente existe una inadecuada alimentación en la población de la isla San Cristóbal Galápagos debido a la escasez de productos orgánicos. La población está obligada a consumir víveres llevados del continente ecuatoriano lo mismos que son manipulados y sometidos a un viaje de varios días, por lo que llegan en un estado no apto para el consumo humano.

Los comerciantes de la isla usan más del transporte marítimo, ya que es económico pero al mismo tiempo tienen que estar conscientes de que en cualquier momento la nave pueda sufrir daños hasta hundirse, como ya sucedió en el 2014 que se hundieron dos embarcaciones, “Galapaface” y “San Cristóbal”, los mismos que representaron grandes pérdidas a los comerciantes ya que algunos de ellos invirtieron todo su capital en sus negocios, dada esta situación hubo escasez de alimentos y de otras necesidades en la población.

En la actualidad se cuenta con dos barcos que transportan carga. Estos barcos se demoran unas dos semanas aproximadamente en recorrer la

isla y regresar a la ciudad de Guayaquil. Los comerciantes deben esperar a que el barco regrese y poder cargar su mercadería la cual no siempre puede irse por las grandes filas que deben hacer afuera de los muelles esperando si su mercadería pueda ser transportada pero, muchas veces es rechazada ya que no hay espacio en el barco y si son productos perecibles se echan a perder ocasionando pérdidas a los comerciantes. Hay otra manera para que ingresen los alimentos que es por vía aérea pero es muy costoso y difícil de embarcar ya que, sin registro sanitario no puede ingresar nada al avión.

Es importante que la población tome conciencia de los efectos nocivos que se presentan al consumir productos que en su crecimiento han sido tratados con fungicidas, fertilizantes y otros químicos. Los pesticidas químicos están relacionados con varias enfermedades, entre las que se incluyen el cáncer, el linfoma, las anomalías reproductivas, los trastornos endocrinos y los problemas neurológicos. Según Science Daily, científicos de la UCLA (Universidad de California, Los Ángeles), descubrieron relaciones entre la enfermedad del Parkinson y el uso de dos pesticidas comunes, maneb y paraquat. Los expertos de la salud tienen una especial preocupación acerca de la exposición a la que se someten los niños, ya que en proporción consumen más alimentos durante su etapa de crecimiento y están en permanente contacto con las superficies del suelo donde se encuentran los residuos de los pesticidas. Además, los pesticidas matan insectos de manera indiscriminada, lo que destruye a insectos beneficiosos para las plantas y que constituyen una fuente de alimento para otras especies (Wood, 2012).

Por lo que se ha pensado en este proyecto de cultivo y venta de productos orgánicos para disminuir la mala alimentación que lleva al deterioro de nuestra salud con enfermedades irreversibles.

Por los antecedentes expuestos es necesario llevar a cabo la ejecución de este proyecto a la brevedad posible y más aún que el gobierno por medio del Ministerio de agricultura, ganadería, acuacultura y pesca, ha lanzado una campaña de “Yo prefiero producto local” la cual impulsa a la población de las islas Galápagos a consumir productos cosechados en las islas.

Se incentivara a la población a que consuma productos orgánicos para que gocen una vida saludable ya que los mismos serán cultivados naturalmente en tierras vírgenes no tratadas. Se proporcionará información nutricional a través de talleres de capacitación, folletos, trípticos, hojas volantes, afiches, etc., para que el consumidor tenga conocimiento acerca de los beneficios para la salud.

CAPITULO 2

2.1 PROBLEMA A RESOLVER

Alimentación inadecuada en los habitantes de la isla San Cristóbal Galápagos debido a la escasez de productos orgánicos.

CAPITULO 3

3.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de negocios de productos orgánicos en la isla de San Cristóbal para disminuir la inadecuada alimentación que existe en la población debido a la escasez de los mismos.

CAPITULO 4

4.1 MISIÓN Y VISIÓN

4.1.1 MISIÓN

Disminuir las enfermedades producidas por la inadecuada alimentación que existe en los habitantes de la isla San Cristóbal Galápagos, incentivándoles a que consuman productos orgánicos por su potencial nutritivo.

4.1.2 VISIÓN

Ser una empresa líder en productos orgánicos de alta calidad que abastezca a las islas Galápagos.

CAPITULO 5

5.1 METAS

- Disminuir el índice de enfermedades producidas por la inadecuada alimentación de la población.
- Concientizar a la población para que consuma productos orgánicos por medio de talleres y campañas nutricionales.
- Lograr que la población consuma productos orgánicos por sus altos beneficios nutritivos.

CAPITULO 6

6.1 VIABILIDAD LEGAL

La empresa Green Kingdom será una microempresa constituida en el cantón San Cristóbal en la provincia de Galápagos, dedicada al cultivo y comercialización de productos orgánicos, la misma que operará bajo las leyes y reglamentos de la constitución del Ecuador y cumpliendo con sus responsabilidades generales tales como:

- Ley del Régimen Tributario Interno
- Código de trabajo
- Ley orgánica del consumidor

También la empresa tendrá los siguientes permisos:

- Permiso de funcionamiento
- Permiso de higiene y medio ambiente
- Permiso de patente y rótulo
- Permiso de salud
- Permiso de bomberos
- Permiso de suelo
- Permiso de la agricultura
- Registro Único de Contribuyente RUC

CAPITULO 7

7.1 ANÁLISIS DE MERCADO

7.1.1 MERCADO OBJETIVO

Para la sostenibilidad del plan de negocios se realizó una investigación de campo ya que así se tendrá la oportunidad de experimentar de cerca la realidad del interior y entorno de área a investigar. Para la recaudación de información se aplicaran las técnicas de la observación y las encuestas.

Se aplicó la observación científica directa, la misma que se realizó en distintos locales que comercializan productos orgánicos en la isla San Cristóbal.

Se pudo observar que en los lugares donde se venden los vegetales para el consumo humano, son colocados a la venta sin contar con un tratamiento de higiene adecuado para su comercialización sino que son puestos tal cual llegan a la isla. Siendo esto un riesgo para que se propaguen enfermedades en los habitantes de la misma.

También se realizaron encuestas, con preguntas cerradas las mismas que llevaron a reconfirmar la aceptación del plan de negocios dentro de la población a la que va dirigido.

El perfil para la realización de encuestas fueron personas que viven en la isla San Cristóbal, entre las edades de 15 a 65 años de edad de ambos sexos indiferente de su situación económica y social.

Los resultados de las encuestas han sido positivos debido a la preocupación y bienestar personal. Los habitantes consideran que la escasez de productos orgánicos en la isla ha ocasionado situaciones poco favorables para la salud.

Se procederá a estudiar la información, se ordenará las encuestas y se procederá a organizar la información con el fin de que al momento de realizar las tabulaciones sea complaciente. Se tomó información del último censo realizado en el 2010 dando los siguientes datos: Habitantes 7,475 de los cuales el 68,30% tienen la edad requerida para la muestra que es de 15 a 65 años de edad.

Para obtener la muestra a la cual se le realizaron las encuestas se utilizó la siguiente fórmula matemática.

n: Muestra: El número de encuesta que se va a realizar.

N: Población: Es el número de personas que vamos a estudiar.

Z: Nivel de confianza: Mide la confiabilidad de los resultados.

e: Grado de error: Mide el porcentaje de error que pueden haber en los resultados.

p: Probabilidad de ocurrencia: Probabilidad de que ocurra el evento.

q: Probabilidad de no ocurrencia: Probabilidad de que no ocurra el evento.

Datos:

Z: 0,95

e: 0,05

N: 5.105,43

P: 0,50

q: 0,50

Fórmula:

$$n = \frac{(Z^2 * P * q * N)}{(Ne^2 + Z^2 * P * q)}$$

$$n = \frac{(0,95^2 * 0,50 * 0,50 * 5105,43)}{(5105,43 (0,05^2) + 0,90 * 0,50 * 0,50)}$$

$$n = \frac{1148,72}{12,99}$$

$$n = 88,69$$

7.1.1.1 TABULACIÓN DE ENCUESTAS

Gráfico 1: PREGUNTA DE ENCUESTAS



Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

Tabla 1: PREGUNTA DE ENCUESTAS

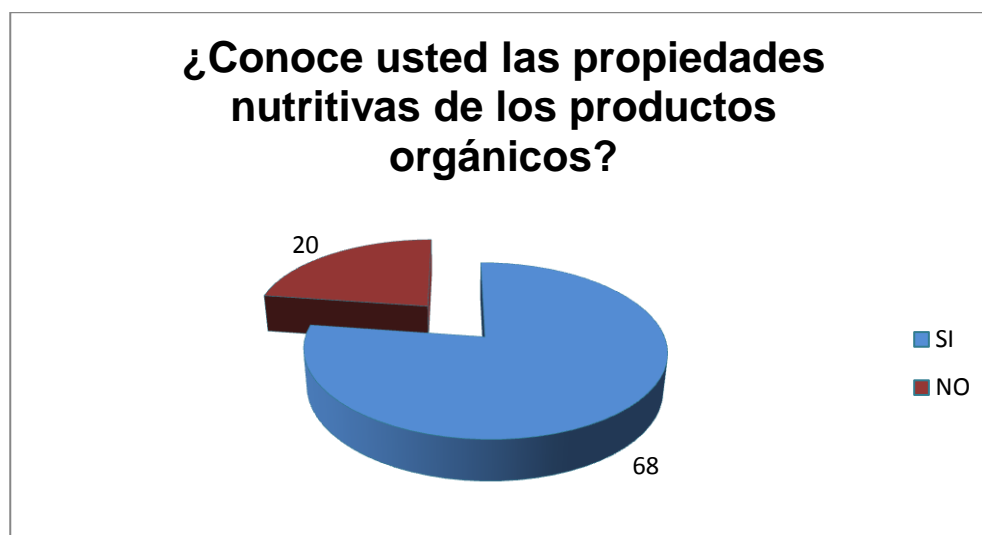
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	81	92,05
NO	7	7,95
TOTAL	88	100

Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

De acuerdo a los resultados, el 92,05% de la población conoce que son los productos orgánicos mientras que el 7,95% desconocen. Por lo que es importante dar a conocer a toda la población.

Gráfico 2: PREGUNTA DE ENCUESTAS



Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

Tabla 2: PREGUNTA DE ENCUESTAS

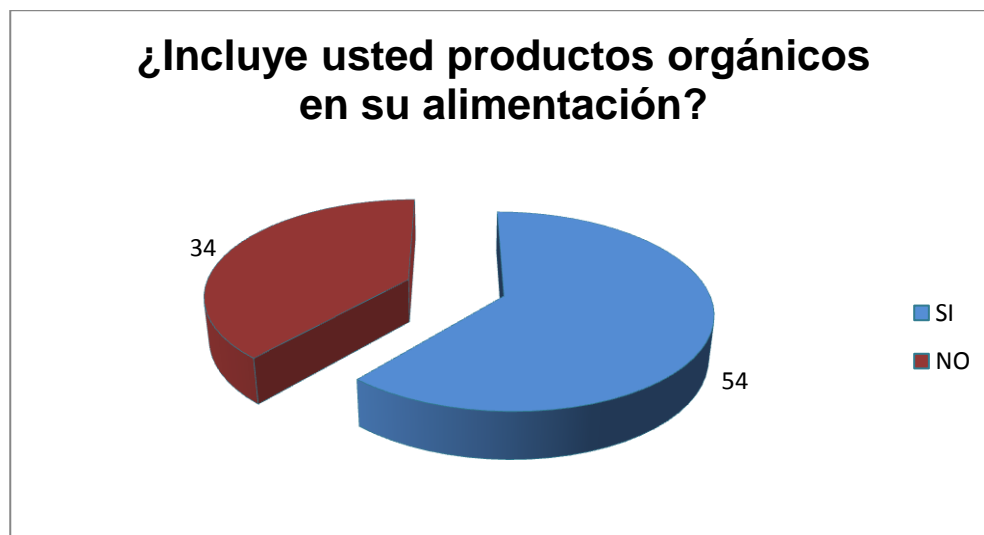
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	68	77,27
NO	20	22,73
TOTAL	88	100

Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

De acuerdo a los resultados, el 77,27% de la población conoce cuales son las propiedades nutritivas de los productos orgánicos mientras que el 22,73% desconocen. Por lo que es importante dar a conocer a toda la población.

Gráfico 3: PREGUNTA DE ENCUESTAS



Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

Tabla 3: PREGUNTA DE ENCUESTAS

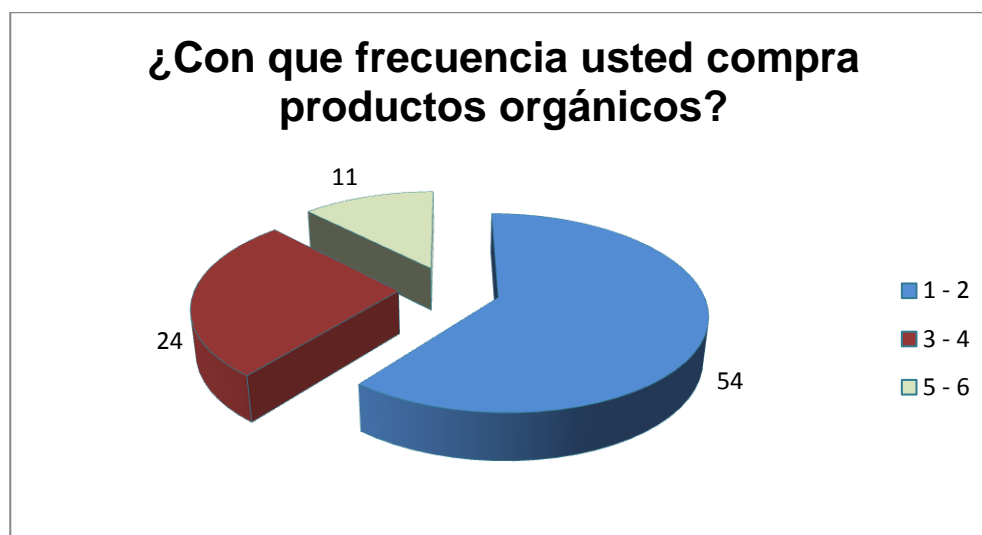
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	54	61,36
NO	34	38,64
TOTAL	88	100

Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

De acuerdo a los resultados, el 61,36% de la población consideran que incluyen productos orgánicos en su alimentación mientras que el 38,64% no consumen vegetales o desconocen su procedencia.

Gráfico 4: PREGUNTA DE ENCUESTAS



Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

Tabla 4: PREGUNTA DE ENCUESTAS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 – 2	53	60,23
3 – 4	24	27,27
5 - 6	11	12,50
TOTAL	88	100

Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

De acuerdo a los resultados, el 60,23% de la población compra de 1 a 2 veces por semana productos orgánicos mientras que el 27,27% lo hacen de 3 a 4 veces por semana y el 12,50% de 5 a 6 veces.

Gráfico 5: PREGUNTA DE ENCUESTAS



Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

Tabla 5: PREGUNTA DE ENCUESTAS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	85	96,59
NO	3	3,41
TOTAL	88	100

Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

De acuerdo a los resultados, el 96,59% de la población considera que es importante el consumo de productos orgánicos mientras que el 3,41% consideran lo contrario.

Gráfico 6: PREGUNTA DE ENCUESTAS



Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

Tabla 6: PREGUNTA DE ENCUESTAS

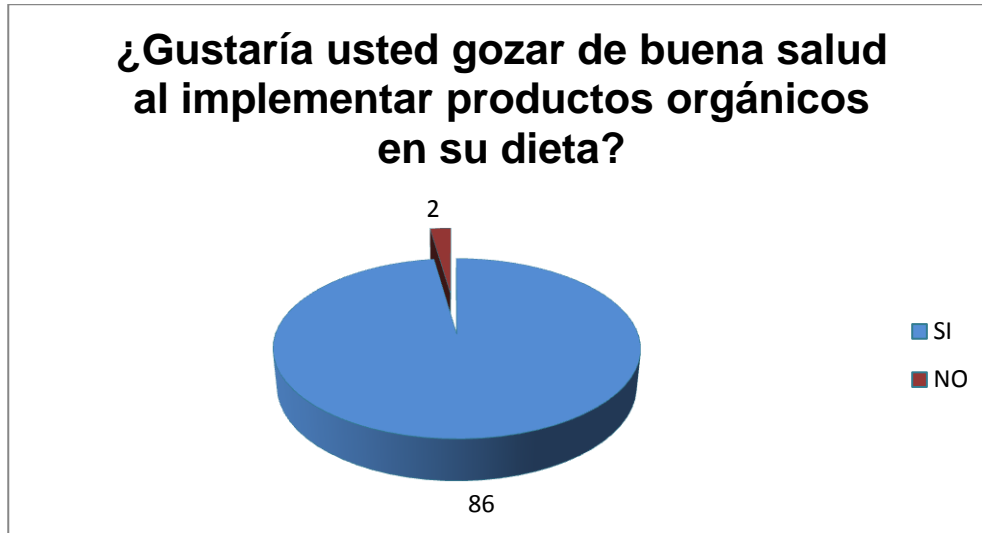
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	85	96,59
NO	3	3,41
TOTAL	88	100

Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

De acuerdo a los resultados, el 96,59% de la población recomendarían el consumo de productos orgánicos mientras que el 3,41% no lo consideran necesario.

Gráfico 7: PREGUNTA DE ENCUESTAS



Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

Tabla 7: PREGUNTA DE ENCUESTAS

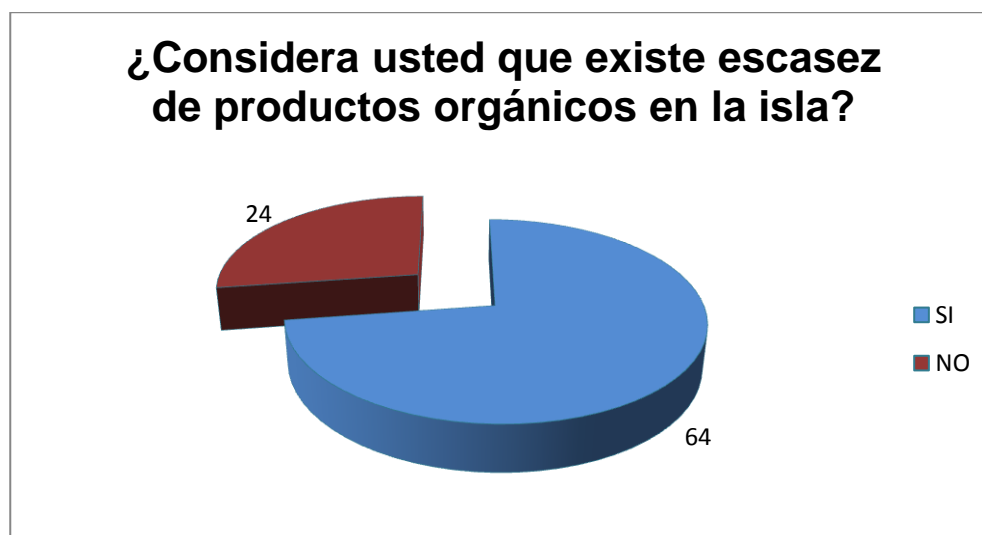
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	86	97,73
NO	2	2,27
TOTAL	88	100

Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

De acuerdo a los resultados, el 97,73% de la población si gustaría de gozar de buena salud al implementar productos orgánicos mientras que el 2,27% no lo desean ya que se sienten cómodos con su alimentación sin productos orgánicos

Gráfico 8: PREGUNTA DE ENCUESTAS



Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

Tabla 8: PREGUNTA DE ENCUESTAS

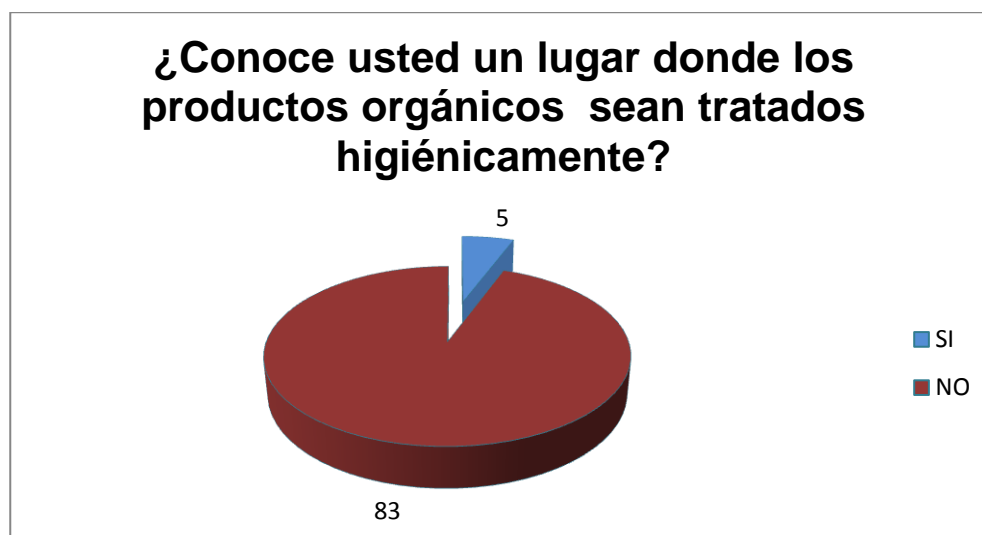
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	64	72,73
NO	24	26,27
TOTAL	88	100

Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

De acuerdo a los resultados, el 72,73% de la población considera que existe escasez de productos orgánicos mientras que el 26,27% consideran lo contrario.

Gráfico 9: PREGUNTA DE ENCUESTAS



Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

Tabla 9: PREGUNTA DE ENCUESTAS

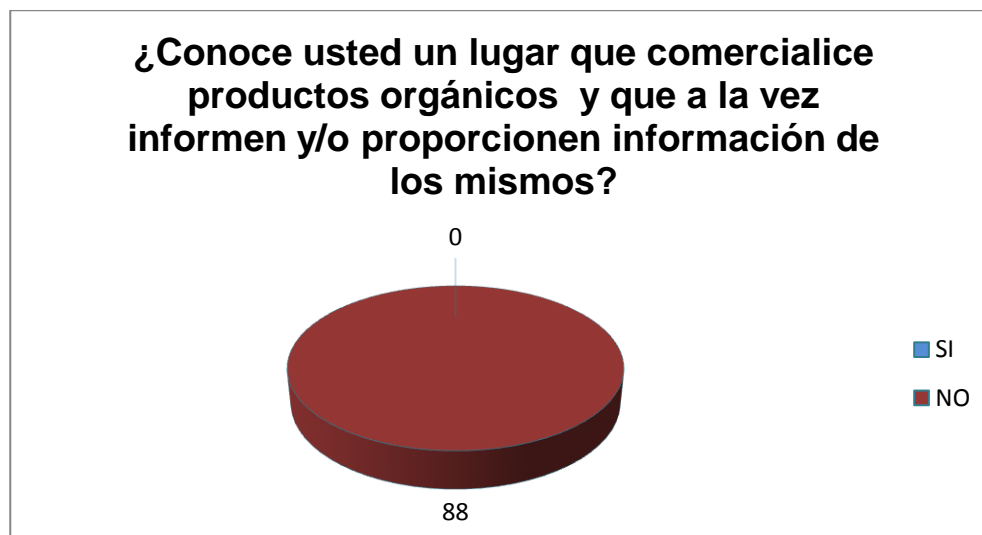
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	5,68
NO	83	94,32
TOTAL	88	100

Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

De acuerdo a los resultados, el 94,32% de la población consideran que los productos orgánicos no son tratados higiénicamente mientras que el 5,68% consideran lo contrario.

Gráfico 10: PREGUNTA DE ENCUESTAS



Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

Tabla 10: PREGUNTA DE ENCUESTAS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0
NO	88	100
TOTAL	88	100

Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

De acuerdo a los resultados, el 100% de la población coincide que no existen lugares en la isla donde comercialicen productos orgánicos y que a la vez proporcionen información de los mismos.

Gráfico 11: PREGUNTA DE ENCUESTAS



Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

Tabla 11: PREGUNTA DE ENCUESTAS

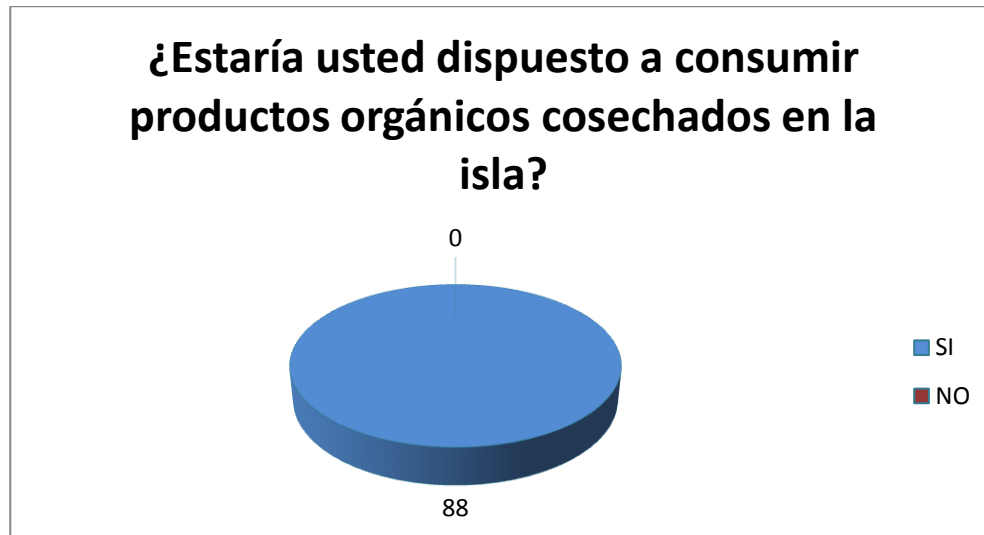
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	88	100
NO	0	0
TOTAL	88	100

Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

De acuerdo a los resultados, el 100% de la población coincide en que gustaría que existiera un lugar donde puedan comprar productos orgánicos que sean tratados adecuadamente.

Gráfico 12: PREGUNTA DE ENCUESTAS



Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

Tabla 12: PREGUNTA DE ENCUESTAS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	88	100
NO	0	0
TOTAL	88	100

Elaborado: María Fernanda Romero

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a la población de San Cristóbal.

De acuerdo a los resultados, el 100% de la población estaría dispuesto a consumir productos orgánicos cosechados en la isla.

7.1.2 ANÁLISIS PESTAL

POLÍTICO

- En el Ecuador, el tema político tiene gran influencia en el sector económico del país. En la actualidad las leyes son cambiantes debido a las nuevas reformas como es la constitución vigente.
- No habría impedimento alguno para ejecutar el plan de negocios según las políticas y normas locales.
- Las políticas y normativas locales no prohíben el ingreso de productos orgánicos por vía marítima o como carga aérea.

ECONÓMICO

- El gobierno actual ha implementado programas de apoyo para las empresas de producción nacional.
- Los bancos estatales son más flexibles para otorgar préstamos para la creación de nuevas pequeñas y medianas empresas.

- El sueldo básico unificado incrementa anualmente.

SOCIAL

- Los habitantes de San Cristóbal muestran gran interés y apoyo a la disminución de enfermedades debido a la mala alimentación. La ejecución de este plan de negocios representa lo que es la mentalidad de la población cristobaleña: Desarrollo, responsabilidad ambiental, preocupación por la salud, entre otras características que este conlleva.

TECNOLÓGICO

- Para el proceso de producción de este proyecto no se hará uso de la tecnología debido a que es en su totalidad artesanal. La cosecha y cultivo se realizará manualmente.
- Para la comercialización se utilizará un computador con su respectivo programa para el cobro de los vegetales y entrega de facturas.
- Por otro lado para la publicidad de Green Kingdom será también por medio de redes sociales las cuales está al acceso de todas las personas a quien va dirigido el proyecto. De esta manera se interactuará directamente con el consumidor final.

AMBIENTAL

- Green Kingdom aportará de gran manera al medio ambiente de la isla San Cristóbal y Galápagos en general.
- En la actualidad los vegetales que se consumen en la isla San Cristóbal en su mayoría son ingresados desde el continente ecuatoriano, los mismos que no son lavados antes del viaje y esto puede ocasionar grandes daños en la isla, debido a que en la tierra que llevan los vegetales existen micro organismos que son perjudiciales para el sector agrícola así como también para el bienestar humano.

Existen casos en donde animales extraños a la isla han ingresado de esta manera y ha ocasionado daños irreversibles. Tal es el caso de los mosquitos, más conocido localmente como “Carmelitos”. Este insecto entro por medio de las hojas de unas matas de verde y se propago de manera rápida en la isla siendo imposible hasta la actualidad de erradicarlos

7.1.3 ANÁLISIS FODA



7.1.4 ANÁLISIS DE LAS 4 PS

PRODUCTO

Vegetales cosechados en tierras vírgenes de San Cristóbal 100% orgánicos, lo cual significa que son cultivados sin ningún tipo de químicos y así mismos puestos a la venta sin conservantes o preservantes.

Contarán con un proceso de traslado adecuado que no altere y deteriore el estado del producto, así mismo contarán con un proceso de higiene óptimo para el consumo humano.

El local estará adecuadamente preparado para la comercialización de los productos tanto en la temperatura del ambiente como la higiene en el mismo.

PRECIO

El precio establecido para la venta de zanahorias, cebolla y tomate por libra es de \$0,50, en comparación con el precio promedio de mercado que es de \$0,75. Con esta disminución de precio se espera que el consumidor a más de elegir por la calidad de los vegetales, también decidas gastar menos a la hora de consumir los mismos.

La forma de pago será solamente en efectivo. Pero se espera que en un futuro se pueda instalar el equipo necesario para cobrar mediante tarjeta de débito y crédito.

PLAZA

La venta de los productos será mediante distribución directa debido a la excelente ubicación del local los clientes tienen fácil acceso al mismo.



PROMOCIÓN

- Anuncios por radio
 - Spots publicitarios
- Redes sociales
 - Los consumidores podrán publicar recetas o videos donde usen los productos Green Kingdom y mensualmente se regalará un kit Green Kingdom.

- Regalos publicitarios
 - Plumas
 - Adhesivos para carro
 - Calendarios
 - Llaveros

- Anuncios en el punto de venta
 - Afiches y carteleras de tamaño grande en el local los cuales pueden ser ubicados en la pared o al piso con soportes.

 - Hojas volantes, trípticos y folletos informativos que indicarán los beneficios y propiedades de los productos orgánicos, los mismos que serán ubicados en lugares estratégicos como la caja y lugares cercanos a los productos.

- Premios de fidelidad
 - Los consumidores por cada cierta cantidad de dinero mensual por varios meses consecutivos obtendrán un descuento en su siguiente compra.
Ejemplo: Por cada \$40 mensuales por 6 meses de compra consecutivos el cliente obtendrá \$20 de descuento en su siguiente compra.

- Sorteos

- En la caja habrá un recipiente donde el cliente podrá dejar sus datos y mensualmente se realizará un sorteo por un kit Green Kingdom.

Kit 1: Un mandil y una tabla de picar.

Kit 2: Un set de 3 toallas de cocina.

Kit 3: Juego de 6 vasos

Kit 4: Juego de 4 individuales

CAPITULO 8

8.1 ANÁLISIS OPERATIVO

8.1.1 LOCALIZACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LAS INSTALACIONES

La cosecha de los productos se realizará en la parte alta de la isla San Cristóbal sector Vía la Soledad, ubicado a 10 minutos del puerto principal. Coordenadas -0.901095, -89.546901. Este sector es óptimo para la agricultura gracias a su clima que varía desde los 19° - 25° grados dependiendo de la temporada. Las tierras son vírgenes ya que no han sido tocadas ni tratadas anteriormente, esto permite que los productos sean de un excelente tamaño y calidad.

La finca “La Ponderosa” de 8 hectáreas, será el lugar donde se encuentren las instalaciones de Green Kingdom la misma que cuenta con 6 hectáreas listas para producir. Junto a las tierras se instalará el área donde se realizará el proceso necesario para que los productos queden listos para la venta.

Una vez listos los productos irán a un local situado en el puerto principal del cantón San Cristóbal, a solo 5 minutos del aeropuerto y así mismo del centro comercial.

Las instalaciones se encuentran en la Av. Alsacio Northia entre Armada Nacional y Monseñor Hugolino Cerasuolo, es un domicilio de 20 x 20 metros cuadrados de terreno y 14 x 16 metros de construcción, cuenta con un local comercial de 9 x 12 metros cuadrados, el mismo que se adecuara para la tienda Green Kingdom.

8.1.2 MÉTODOS DE PRODUCCIÓN

A continuación el proceso detallado de los productos orgánicos desde su cultivo hasta su comercialización.

- Preparación de la tierra: La tierra debe estar segmentada según el vegetal que se va a sembrar y se fumiga para eliminar insectos u organismo. Se procede a cavar las líneas donde se colocarán las semillas.

- Cultivo: La semilla se coloca en la tierra y diariamente se realiza el riego. El agricultor podará y limpiará las líneas constantemente.

La fumigación a las plantas se realizará con un insecticida casero el cual se preparará con 1 libra de ajo, 5 libras de cebolla y 50 litros de agua. Esto alcanzará para toda la producción y se lo rociará mensualmente.

- **Recolección:** Ya en la etapa de madurez se procede a desprender el vegetal de la planta y se los coloca en una gaveta para trasladarlo al área donde se realiza el proceso de higiene.

- **Lavado:** Una vez llevados al área de producto terminado, los vegetales son puestos en piscinas con agua para retirar los restos de tierra. Para la eliminación de bacterias son lavados con desinfectante Citrus que por cada litro de agua se vierte 2,5 ml del mismo.

- **Selección:** Ya limpios los vegetales son puestos en una mesa donde serán revisados y seleccionados para proceder al empaque de los mismos.

- **Empaque:** Una vez listos los vegetales serán puestos de manera ordenada en gavetas para su traslado a la tienda.

- **Traslado:** El traslado al local se debe realizar cuidadosamente donde posteriormente deben ser puestos en recipientes previamente lavados.

- Perchado: Las canastas serán ubicadas dentro del local según el producto para brindar comodidad al cliente y puedan ser vistos fácilmente.

El tiempo de cosecha de:

Zanahoria: 120 días

Cebolla: 120 días

Tomate: 120 días

8.1.3 CAPACIDAD INSTALADA

La finca “La ponderosa” actualmente cuenta con 6 hectáreas listas para cultivar, las mismas que serán adecuadas de la siguiente manera.

Zanahoria: 1 hectárea

Cebolla: 3 hectáreas

Tomate: 1.5 hectáreas

La planta de tomate una vez cosechadas da fruto constantemente sin ser reemplazadas, esto quiere decir que necesita ser sembrada una sola vez. Por otro lado la planta de la cebolla y zanahoria da un solo fruto, esto quiere decir que una vez sembrada y cosechada la planta hay que volver a sembrarla para que vuelva a dar fruto. Por tal motivo la hectárea destinada a la

zanahoria se dividirá en 4 ciclos para estar abastecidos todo el año de este vegetal y a la de cebolla se destinaran 3 hectáreas que se dividirá en 4 ciclos sembrando 1 hectárea mensual.

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

HECTAREA: 100m X100m

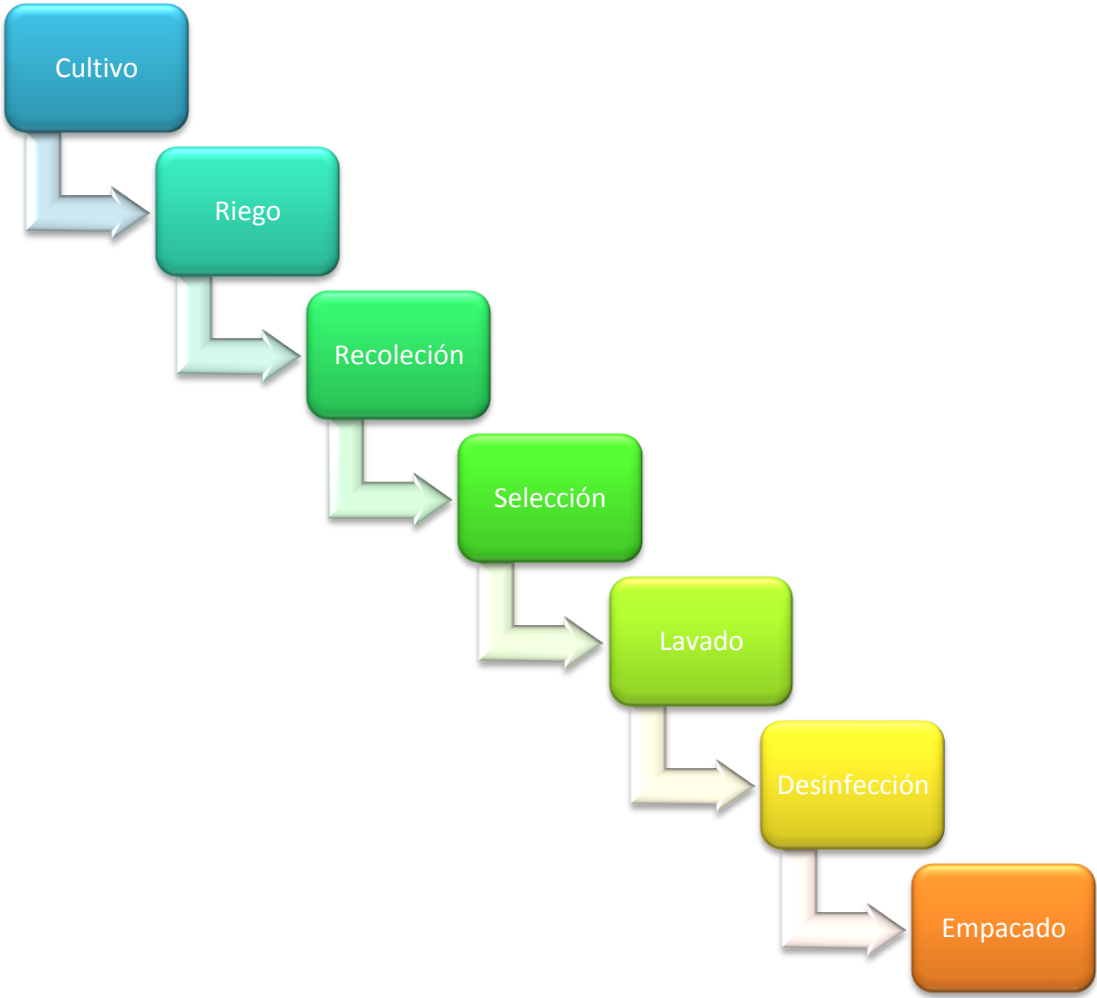
VEGETAL	HECTAREAS (MTRS.)	
	HORIZONTAL	VERTICAL
Zanahoria	25	100
Cebolla	100	100
Tomate	150	150

VEGETAL	DISTANCIA (MTRS.)	
	LINEAS	PLANTAS
Zanahoria	0,10	0,40
Cebolla	0,20	0,40
Tomate	0,40	0,70

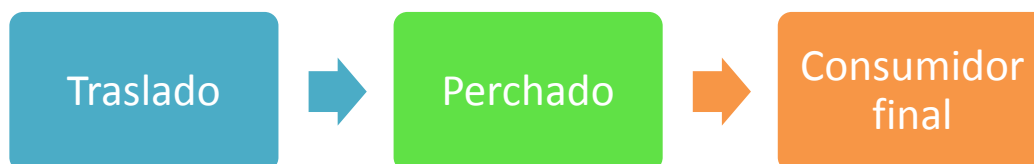
VEGETAL	LINEAS							PRODUCCIÓN ANUAL
	HORIZONTAL	VERTICAL						
Zanahoria	250	250	62.500	/3	20.833	*12	250.000	
Cebolla	500	250	125.000	/3	41.667	*12	500.000	
Tomate	375	214	80.357	/3	26.786	*12	321.429	
							1.071.429	

8.1.4 CADENA DE ABASTECIMIENTO DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS, OTIDA (OPERACIÓN, TRANSPORTE, INSPECCIÓN, DEMORA Y ALMACENAMIENTO)

8.1.4.1 Producción



8.1.4.2 Comercialización



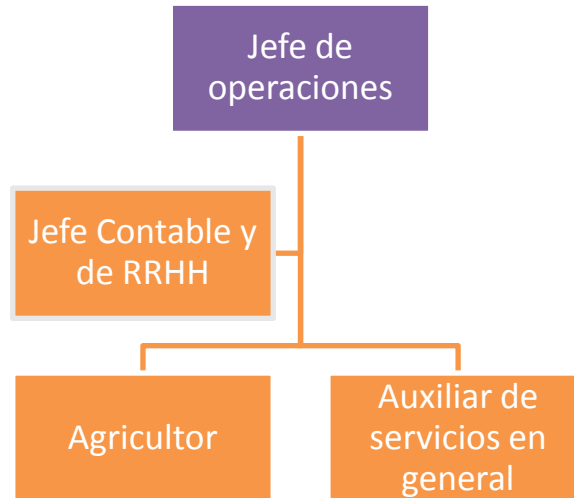
8.1.5 RECURSOS HUMANOS

Para la realización de este proyecto se trabajará con personas dedicadas al tema de la agricultura y servicio al cliente para poder ofrecer un excelente servicio dentro de nuestras instalaciones y que el consumidor se sienta satisfecho y gustoso en regresar a las mismas.

Para este proyecto se necesitará profesionales para los puestos de:

- Jefe de operaciones
- Jefe Contable y de Recursos Humanos
- Agricultor
- Asistente de servicios en general

8.1.5.1 ORGANIGRAMA



8.1.5.2 PERFIL PARA EL PUESTO

- **Agricultor**

- Género: Hombre
- Edad: Entre 20 y 40 años
- Conocimiento general en agricultura
- Educación: Indiferente
- Experiencia previa en puestos similares
- Apto para trabajar en tempranas horas del día
- Condiciones físicas aptas para estibar y trasladar

- **Jefe de operaciones**

- Género: Indiferente
- Edad: Entre 20 y 40 años
- Educación: Superior
- Conocimientos en logística y abastecimiento
- Aptitudes de líder
- Apto para trabajar en tempranas horas del día
- Comunicador y facilidad de resolver situaciones bajo presión

- **Auxiliar de servicios den general**

- Género: Indiferente
- Edad: Entre 20 y 40 años
- Educación: Superior
- Conocimientos en servicio al cliente
- Aptitudes de vendedor
- Persona organizada

- **Jefe contable y de recursos humanos**

- Género: Indiferente
- Edad: Entre 20 y 40 años
- Educación: Superior
- Conocimientos contables y tributarios
- Conocimientos en recursos humanos
- Experiencia previa en puestos similares
- Aptitudes de líder

- Comunicador y facilidad de resolver situaciones bajo presión

8.1.5.3 FUNCIONES DEL PUESTO

- **Jefe de operaciones**

- Coordinar diariamente la logística y abastecimiento del local. Estará al tanto de todo el movimiento, debe comunicarse con el agricultor hasta el auxiliar de servicios en general, si hay requerimientos poder resolverlos de la mejor manera. Se encargara de trasladar diariamente los vegetales desde el lugar de producción hasta el lugar donde se comercializarán.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes puestos de trabajo.
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes para mantener el buen funcionamiento de la organización.

- **Jefe contable y de recursos humanos**

- Mantiene la contabilidad al día, de acuerdo con las normas generales que al efecto le sean impartidas por el supervisor inmediato.

- Realizar las declaraciones tributarias de acuerdo a la ley.
- Mantener al día las obligaciones con las entidades gubernamentales.
- Atender a los empleados y realizar pruebas constantes para medir el desempeño del proyecto.
- Pago de nóminas.

- **Agricultor**

- Sembrar y cosechas las plantas, realizar el riego diariamente, recolectar los vegetales y llevarlos al área de higiene.
- Realizar la adecuada higiene de los vegetales. Empacarlos y dejarlos listos para el traslado.

- **Auxiliar de servicios en general**

- Perchar los vegetales, mantener el local limpio y organizado.
- Realizar el cobro a los clientes así como también asesorarlos en su compra.

CAPITULO 9

9.1 ANÁLISIS FINANCIERO

9.1.1 ESTUDIO TECNICO

PRODUCCION ANUAL

Zanahoria	115,74	
Cebolla	231,48	
Tomate	148,61	
Total libras por hora	<u>495,83</u>	
180 horas mensuales	2.160,00	horas anuales
Total libras anuales	<u>1.070.988,00</u>	

COSTOS DIRECTOS

Semillas		
Zanahoria	1 lb	0,00022
Cebolla	1 lb	0,0015
Tomate	1 lb	0,0022
		<u>0,00392</u>
Producción anual		1.070.988,00
Costo anual semillas		\$ 4.198,27

Agua

Consumo por hora	ltrs.	128,70
Total horas por año		<u>2.160,00</u>
Total consumo		277.992,00
Precio por litro		<u>0,01</u>
Costo anual agua	\$	5.479,92

Energía Eléctrica

Consumo por hora	kw	20
Total horas por año		<u>2.160,00</u>
Total kilovatios		43.200,00
Precio por kw		<u>0,09</u>
Costo anual E.E.E.	\$	3.888,00

Mano de Obra

3 agricultores	\$1.858,50	12	\$ 22.302,00
Horas extras		12	\$ 4.460,40
Costo anual mano de obra			\$ 26.762,40

TOTAL COSTOS DIRECTOS**\$ 40.328,59****COSTOS INDIRECTOS**

Gastos Administrativos	\$ 3.400,00	12	\$ 40.800,00
Gastos generales	\$ 931,99	12	<u>\$ 11.183,82</u>

TOTAL COSTOS INDIRECTOS**\$ 51.983,82**

INVERSIONES

Descripción	Valor
Terrenos	\$40.000,00
Local	\$20.000,00
Área Sanitaria	\$20.000,00
Instalaciones	\$25.123,49
Vehículo	\$30.000,00
TOTAL INVERSION	\$135.123,49

Crédito	\$ 25.123,49	18,6%
Aporte Propio	\$ 110.000,00	81,4%
Inversión	\$ 135.123,49	100%

DEPRECIACIONES

Descripción	Valor	Depreciación %	
Terrenos	\$ 40.000,00	0,00	\$ -
Edificios	\$ 40.000,00	0,05	\$ 2.000,00
Instalaciones	\$ 25.123,49	0,10	\$ 2.512,35
Vehículo	\$ 30.000,00	0,20	\$ 6.000,00
TOTAL DEPRECIACION	\$ 135.123,49		\$ 10.512,35

9.1.2 TABLA DE AMORTIZACIÓN

Beneficiario:	GREEN KINGDOM		
Instit. Financiera:	CFN		
Monto en UDS.:	\$ 25.123,49		
Tasa de interés:	10,85%		T. Efectiva: 11,41%
Plazo:	5	años	Moneda: Dólares
Gracia:	0	años	Dividendo: \$ 544,37
Fecha de inicio:	22/01/2015		
Amortización cada:	30	días	
N° de periodos:	60	amortizar capital	

No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		\$ 25.123,49			
1	21-feb-2015	\$ 24.806,28	\$ 227,16	\$ 317,21	\$ 544,37
2	23-mar-2015	\$ 24.486,20	\$ 224,29	\$ 320,08	\$ 544,37
3	22-abr-2015	\$ 24.163,23	\$ 221,40	\$ 322,97	\$ 544,37
4	22-may-2015	\$ 23.837,34	\$ 218,48	\$ 325,89	\$ 544,37
5	21-jun-2015	\$ 23.508,50	\$ 215,53	\$ 328,84	\$ 544,37
6	21-jul-2015	\$ 23.176,69	\$ 212,56	\$ 331,81	\$ 544,37
7	20-ago-2015	\$ 22.841,88	\$ 209,56	\$ 334,81	\$ 544,37
8	19-sep-2015	\$ 22.504,04	\$ 206,53	\$ 337,84	\$ 544,37
9	19-oct-2015	\$ 22.163,14	\$ 203,47	\$ 340,89	\$ 544,37
10	18-nov-2015	\$ 21.819,17	\$ 200,39	\$ 343,98	\$ 544,37
11	18-dic-2015	\$ 21.472,08	\$ 197,28	\$ 347,09	\$ 544,37
12	17-ene-2016	\$ 21.121,85	\$ 194,14	\$ 350,22	\$ 544,37
13	16-feb-2016	\$ 20.768,46	\$ 190,98	\$ 353,39	\$ 544,37
14	17-mar-2016	\$ 20.411,88	\$ 187,78	\$ 356,59	\$ 544,37
15	16-abr-2016	\$ 20.052,07	\$ 184,56	\$ 359,81	\$ 544,37
16	16-may-2016	\$ 19.689,00	\$ 181,30	\$ 363,06	\$ 544,37
17	15-jun-2016	\$ 19.322,66	\$ 178,02	\$ 366,35	\$ 544,37
18	15-jul-2016	\$ 18.953,00	\$ 174,71	\$ 369,66	\$ 544,37
19	14-ago-2016	\$ 18.580,00	\$ 171,37	\$ 373,00	\$ 544,37
20	13-sep-2016	\$ 18.203,62	\$ 167,99	\$ 376,37	\$ 544,37
21	13-oct-2016	\$ 17.823,84	\$ 164,59	\$ 379,78	\$ 544,37
22	12-nov-2016	\$ 17.440,63	\$ 161,16	\$ 383,21	\$ 544,37
23	12-dic-2016	\$ 17.053,96	\$ 157,69	\$ 386,68	\$ 544,37

24	11-ene-2017	\$ 16.663,79	\$ 154,20	\$ 390,17	\$ 544,37
25	10-feb-2017	\$ 16.270,09	\$ 150,67	\$ 393,70	\$ 544,37
26	12-mar-2017	\$ 15.872,83	\$ 147,11	\$ 397,26	\$ 544,37
27	11-abr-2017	\$ 15.471,98	\$ 143,52	\$ 400,85	\$ 544,37
28	11-may-2017	\$ 15.067,50	\$ 139,89	\$ 404,48	\$ 544,37
29	10-jun-2017	\$ 14.659,37	\$ 136,24	\$ 408,13	\$ 544,37
30	10-jul-2017	\$ 14.247,54	\$ 132,55	\$ 411,82	\$ 544,37
31	09-ago-2017	\$ 13.832,00	\$ 128,82	\$ 415,55	\$ 544,37
32	08-sep-2017	\$ 13.412,69	\$ 125,06	\$ 419,30	\$ 544,37
33	08-oct-2017	\$ 12.989,60	\$ 121,27	\$ 423,09	\$ 544,37
34	07-nov-2017	\$ 12.562,68	\$ 117,45	\$ 426,92	\$ 544,37
35	07-dic-2017	\$ 12.131,90	\$ 113,59	\$ 430,78	\$ 544,37
36	06-ene-2018	\$ 11.697,22	\$ 109,69	\$ 434,68	\$ 544,37
37	05-feb-2018	\$ 11.258,62	\$ 105,76	\$ 438,61	\$ 544,37
38	07-mar-2018	\$ 10.816,05	\$ 101,80	\$ 442,57	\$ 544,37
39	06-abr-2018	\$ 10.369,47	\$ 97,80	\$ 446,57	\$ 544,37
40	06-may-2018	\$ 9.918,86	\$ 93,76	\$ 450,61	\$ 544,37
41	05-jun-2018	\$ 9.464,18	\$ 89,68	\$ 454,68	\$ 544,37
42	05-jul-2018	\$ 9.005,38	\$ 85,57	\$ 458,80	\$ 544,37
43	04-ago-2018	\$ 8.542,44	\$ 81,42	\$ 462,94	\$ 544,37
44	03-sep-2018	\$ 8.075,31	\$ 77,24	\$ 467,13	\$ 544,37
45	03-oct-2018	\$ 7.603,95	\$ 73,01	\$ 471,35	\$ 544,37
46	02-nov-2018	\$ 7.128,34	\$ 68,75	\$ 475,62	\$ 544,37
47	02-dic-2018	\$ 6.648,42	\$ 64,45	\$ 479,92	\$ 544,37
48	01-ene-2019	\$ 6.164,17	\$ 60,11	\$ 484,26	\$ 544,37
49	31-ene-2019	\$ 5.675,53	\$ 55,73	\$ 488,63	\$ 544,37
50	02-mar-2019	\$ 5.182,48	\$ 51,32	\$ 493,05	\$ 544,37
51	01-abr-2019	\$ 4.684,97	\$ 46,86	\$ 497,51	\$ 544,37
52	01-may-2019	\$ 4.182,96	\$ 42,36	\$ 502,01	\$ 544,37
53	31-may-2019	\$ 3.676,42	\$ 37,82	\$ 506,55	\$ 544,37
54	30-jun-2019	\$ 3.165,29	\$ 33,24	\$ 511,13	\$ 544,37
55	30-jul-2019	\$ 2.649,54	\$ 28,62	\$ 515,75	\$ 544,37
56	29-ago-2019	\$ 2.129,13	\$ 23,96	\$ 520,41	\$ 544,37
57	28-sep-2019	\$ 1.604,01	\$ 19,25	\$ 525,12	\$ 544,37
58	28-oct-2019	\$ 1.078,89	\$ 14,50	\$ 529,87	\$ 544,37
59	27-nov-2019	\$ 549,03	\$ 9,76	\$ 534,61	\$ 544,37
60	27-dic-2019	\$ 14,42	\$ 4,96	\$ 539,40	\$ 544,37
	26-ene-2020	\$ (524,99)	\$ 0,13	\$ 544,24	\$ 544,37

9.1.3 COSTO UNITARIO

MARGEN DE COSTO UNITARIO

DESCRIPCIÓN

Costos Directos		\$	40.328,59
Costos Indirectos		\$	51.983,82
Depreciación		\$	10.512,35
Gastos Financieros		\$	2.809,52
Costo Total		\$	105.634,28
Unidades Anuales			1.070.988,00
Costo Unitario	x libra	\$	0,10
Precio de Venta	x libra	\$	0,50
Utilidad Unitaria	x libra	\$	0,40
Margen Unitario	x libra	\$	0,80

PRODUCCIÓN Y VENTAS

Zanahoria			115,74
Cebolla			231,48
Tomate			148,61
Producción libras por hora			495,83
180 horas mensuales			2.160,00
Producción anual			1.070.988,00
Precio de ventas unitario		\$	0,50
Ventas anuales		\$	535.494,00

9.1.4 ESTUDIO FINANCIERO

* Proyectar estados financieros a 5 años

>Estado de Resultado

>Flujo de Caja

>Balance General

RESUMEN TABLA DE AMORTIZACIÓN

AÑO	INTERÉS	DIVIDENDOS	CAPITAL
1	\$ 2.336,64	\$ 5.988,31	\$ 3.651,67
2	\$ 2.114,30	\$ 6.532,42	\$ 4.418,12
3	\$ 1.610,36	\$ 6.532,42	\$ 4.922,06
4	\$ 1.048,94	\$ 6.532,42	\$ 5.483,48
5	\$ 428,62	\$ 7.076,78	\$ 6.648,16
TOTAL	\$ 7.538,86	\$ 32.662,35	\$ 25.123,49

9.1.5 ESTADO DE RESULTADO

Ventas Anuales:	\$ 535.494,00	3,0%	Incremento anual
Costos Directos :	\$ 40.328,59	1,5%	
Costos Indirectos :	\$ 51.983,82	1,5%	
Depreciación:	\$ 10.512,35	-	
Gastos Financieros :	\$ 2.809,52	-	

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Totales	\$ 401.620,50	\$ 535.494,00	\$ 551.558,82	\$ 568.105,58	\$ 585.148,75
(-) Costo de Venta					
Costos Directos	\$ 30.246,44	\$ 40.328,59	\$ 40.933,52	\$ 41.547,52	\$ 42.170,73
Costos Indirectos	\$ 38.987,87	\$ 51.983,82	\$ 52.763,58	\$ 53.555,03	\$ 54.358,36
Total Costo de Venta	\$ 69.234,31	\$ 92.312,41	\$ 93.697,10	\$ 95.102,55	\$ 96.529,09
(-) Gastos					
Depreciación	\$ 10.512,35	\$ 10.512,35	\$ 10.512,35	\$ 10.512,35	\$ 10.512,35
Gastos Financieros	\$ 2.336,64	\$ 2.114,30	\$ 1.610,36	\$ 1.048,94	\$ 428,62
Total Gastos	\$ 12.848,99	\$ 12.626,65	\$ 12.122,71	\$ 11.561,29	\$ 10.940,97
Total Costos y Gastos	\$ 82.083,30	\$ 104.939,06	\$ 105.819,81	\$ 106.663,84	\$ 107.470,06
(=)Utilidad antes de Impuestos	\$ 319.537,20	\$ 430.554,94	\$ 445.739,01	\$ 461.441,74	\$ 477.678,69
- Impuesto reparto utilidades 15%	\$ 47.930,58	\$ 64.583,24	\$ 66.860,85	\$ 69.216,26	\$ 71.651,80
- Impuesto a la renta 22%	\$ 70.298,18	\$ 94.722,09	\$ 98.062,58	\$ 101.517,18	\$ 105.089,31
Utilidad Neta	\$ 201.308,44	\$ 271.249,61	\$ 280.815,58	\$ 290.708,30	\$ 300.937,58

9.1.6 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Monto de Inversión:	\$135.123,49
Crédito Bancario	\$ 25.123,49
Aporte Propio	\$110.000,00
Ventas anuales	\$535.494,00
Costos Directos	\$ 40.328,59
Costos Indirectos	\$ 51.983,82

Prueba

Flujo Neto	\$ 1.372.457,76
Valor Crédito	\$ 25.123,49
Depreciación	\$ 52.561,75
TOTAL	\$ 1.345.019,50
Total Utilidad Neta	\$ 1.345.019,50

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Ingresos					
Ventas Totales	\$ 401.620,50	\$535.494,00	\$ 551.558,82	\$ 568.105,58	\$ 585.148,75
(-) Egresos					
- Costos Directos	\$ 30.246,44	\$ 40.328,59	\$ 40.933,52	\$ 41.547,52	\$ 42.170,73
- Costos Indirectos	\$ 38.987,87	\$ 51.983,82	\$ 52.763,58	\$ 53.555,03	\$ 54.358,36
(=) Margen	\$ 332.386,19	\$443.181,59	\$ 457.861,72	\$ 473.003,03	\$ 488.619,66

Ingresos No Operativos					
Crédito Bancario	\$ 25.123,49	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aporte propio	\$ 110.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total ingresos no operativos	\$ 135.123,49	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Egresos No operativos					
Inversiones	\$ 135.123,49	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago dividendo de crédito	\$ 5.988,31	\$ 6.532,42	\$ 6.532,42	\$ 6.532,42	\$ 7.076,78
Total de egresos no operativos	\$ 141.111,80	\$ 6.532,42	\$ 6.532,42	\$ 6.532,42	\$ 7.076,78
Utilidad antes de impuesto	\$ 326.397,88	\$436.649,17	\$ 451.329,30	\$ 466.470,61	\$ 481.542,88
Reparto de utilidades 15%	\$ 47.930,58	\$ 64.583,24	\$ 66.860,85	\$ 69.216,26	\$ 71.651,80
Impuestos renta 22%	\$ 70.298,18	\$ 94.722,09	\$ 98.062,58	\$ 101.517,18	\$ 105.089,31
Utilidad después de impuestos	\$ 208.169,12	\$277.343,84	\$ 286.405,87	\$ 295.737,17	\$ 304.801,77
Flujo Neto	\$ 208.169,12	\$277.343,84	\$ 286.405,87	\$ 295.737,17	\$ 304.801,77
Flujo Acumulado	\$ 208.169,12	\$485.512,96	\$ 771.918,83	\$1.067.655,99	\$1.372.457,76

9.1.7 BALANCE GENERAL

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO					
Activo Corriente	\$ 208.169,12	\$ 485.512,96	\$ 771.918,83	\$1.067.655,99	\$1.372.457,76
Activos Fijos Netos	\$ 124.611,14	\$ 124.611,14	\$ 124.611,14	\$ 124.611,14	\$ 124.611,14
Total activo	\$ 332.780,26	\$ 610.124,10	\$ 896.529,97	\$1.192.267,13	\$1.497.068,90
PASIVO	\$ 21.471,82	\$ 17.053,70	\$ 12.131,64	\$ 6.648,16	\$ -
PATRIMONIO					
Aporte de Capitalización	\$ 110.000,00	\$ 110.000,00	\$ 110.000,00	\$ 110.000,00	\$ 110.000,00
Utilidad del Ejercicio	\$ 201.308,44	\$ 271.249,61	\$ 280.815,58	\$ 290.708,30	\$ 300.937,58
Utilidad Retenida	\$ -	\$ 201.308,44	\$ 472.558,05	\$ 753.373,63	\$1.044.081,92
Total Patrimonio	\$ 311.308,44	\$ 582.558,05	\$ 863.373,63	\$1.154.081,92	\$1.455.019,50
Pasivo + Patrimonios	\$ 332.780,26	\$ 599.611,75	\$ 875.505,27	\$1.160.730,08	\$1.455.019,50

9.1.8 ANÁLISIS FINANCIERO

Inversión Inicial **\$135.123,49**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Flujo Neto de cada año	\$208.169,12	\$277.343,84	\$286.405,87	\$295.737,17	\$304.801,77	\$1.372.457,76
	\$ 208.169,12	\$ 485.512,96	\$771.918,83	\$1.067.655,99	\$1.372.457,76	

Yo digo que mi PayBack está en el año 1, en el cual superé mi inversión que es \$135,123,49

PAYBACK

1.- Ubicación del año				Año1		
2.- Diferencia con Inversión Inicial	\$	135.123,49	\$	208.169,12	\$(73.045,63)	
3.- Flujo Mensual Promedio	\$	208.169,12		12	\$ 17.347,43	
4.- Números de meses	\$	(73.045,63)	\$	17.347,43	-4	meses

Respuesta: Payback la inversión se recupera en 4 meses

9.1.9 TASA DEL CREDITO RENTABILIDAD PROMEDIO NOMINAL DEL PROYECTO (T.R.P)

Si es mayor de la tasa del crédito se acepta , si es menor se rechaza

Sumatoria del Flujo	\$1.372.457,76
Número de años	5
Total de inversión	\$ 135.123,49

$$\text{T.R.P.} = \frac{\$274.491,55}{\$135.123,49} \quad \text{T.R.P.} = 203,14\%$$

9.1.10 VAN

Inversión inicial \$135.123,49 Tasa 10,85%

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo Neto de cada año	\$208.169,12	\$277.343,84	\$286.405,87	\$295.737,17	\$304.801,77

VAN	INVERSIÓN	VAN - INVERSIÓN	
946.730,33	\$ 135.123,49	811.606,84	Aceptado

9.1.11 INDICE DE RENTABILIDAD

Cuantos dólares voy a recuperar frente a cada dólar invertido
 Se expresa en veces, si es mayor a 1 aceptamos , si es menor a 1 rechazamos

VAN	INVERSION	VAN / INVERSIÓN	
946.730,33	135.123,49	7,01	Aceptado

9.1.12 INDICE DE RENTABILIDAD EN %

Nos dice cuanto realmente estoy ganando en % , que debe ser mayor a la tasa del crédito

R.R.	7,01	1	7,04%
------	------	---	-------

9.1.13 TASA INTERNA DE RETORNO

El TIR sirve para determinar lo máximo que yo puedo pagar de interés por el crédito.

Inversión inicial \$ 135.123,49

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo Neto de cada año	\$(135.123,49)	\$208.169,12	\$ 277.343,84	\$286.405,87	\$295.737,17	\$304.801,77

TIR **172,70%** Aceptado, porque es mayor que 10,85% que se esta pagando

9.1.14 PUNTO DE EQUILIBRIO

>Resultado se da en dólares, que se lo evalúa dividiendo el resultado de la fórmula para las ventas anuales.

>Si el % es mayor al punto de equilibrio se rechaza

>Si el % es menor al punto del equilibrio se acepta, Resultado óptimo menor al 50%

>Ese % se aplica a las unidades anuales, multiplica * la unidades

$$PE = \frac{\text{Costos indirectos}}{1 - \frac{\text{costos directos}}{\text{ventas}}}$$

Costos indirectos	\$	51.983,82
Costos directos	\$	40.328,59
Ventas	\$	535.494,00

$$PE = 1 - \frac{51.983,82 + 40.328,59}{535.494,00}$$

$$PE = \frac{51.983,82}{0,92}$$

$$PE = \$ 56.217,63$$

$$PE = \frac{56.217,63}{535.494,00}$$

$$PE = 10,5\%$$

Producción Anual	1.070.988,00	10,5%	112.435,25	libras
------------------	--------------	-------	------------	--------

9.1.15 CAPITAL DE TRABAJO

Activo corriente - pasivo corriente (dinero disponible después de pagar las deudas)

Activo Corriente	\$208.169,12
Pasivo Corriente	\$ 3.651,67
Capital disponible	\$204.517,45

9.1.16 INDICE DE LIQUIDEZ

Activos corrientes / pasivos corrientes

$$\text{Proyecto: } \frac{\text{Flujo neto} + \text{pago de dividendos}}{\text{Pago de dividendos}}$$

Activo corriente	208.169,12	57,01%
Pasivo corriente	3.651,67	

Flujo neto + pago divid.	214.157,43	35,76%
pago divid.	5.988,31	

9.1.17 VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS

$$\text{VAV} = \frac{\text{gastos personal} + \text{gastos financieros}}{\text{Ventas}}$$

Mano de obra directa	\$	26.762,40
Mano de obra indirecta	\$	-
Gastos Administrativos	\$	40.800,00
Total gastos de personal	\$	67.562,40
Gastos Financieros	\$	2.336,64
Ventas	\$	535.494,00

$$\text{VAV} = \frac{\$ 69.899,04}{\$535.494,00}$$

$$\text{VAV} = 13,05\%$$

9.1.18 INDICE DE EMPLEO

Indica el aporte del empleado en el proyecto

$$\text{IE} = \frac{\text{Gasto de personal}}{\text{Activos fijos netos}}$$

$$\text{IE} = \frac{\$ 67.562,40}{\$ 124.611,14}$$

$$\text{IE} = 54,22\%$$

9.1.19 PRESENTACION DE LOS INDICES

Capital de trabajo	204.517,45
Índice de liquidez	57,01%
Valor agregado sobre ventas	13,05%
Índice de empleo	54,22%

Activos Corrientes	\$208.169,12
Activos Fijos Netos	\$124.611,14
Activos Totales	\$332.780,26
Utilidad Neta	\$201.308,44

$$1 - \frac{\$208.169,12}{\$332.780,26}$$

Riesgo de iliquidez= **37,45%** **Aceptable**, ya que es menos de 50%

$\frac{\$201.308,44}{\$332.780,26}$

Rendimiento corriente= **60,49%** **Aceptable**, ya que es mayor a la tasa de crédito

COBERTURA FINANCIERA	Utilidad Operativa	\$ 69.234,31	29,6
	Gastos Financieros	\$ 2.336,64	
INVERSION TOTAL	Utilidad Operativa	\$ 69.234,31	0,51
	Inversión Total	\$ 135.123,49	
MONTO DEL CREDITO	Utilidad Neta	\$ 201.308,44	8,0
	Monto del crédito	\$ 25.123,49	
MONTO DE INVERSION	Utilidad Neta	\$ 201.308,44	1,5
	Inversión Inicial	\$ 135.123,49	

9.1.20 MARGEN NETO DE UTILIDAD

Utilidad Neta	\$	201.308,44	37,6%
Ventas Totales	\$	535.494,00	

9.1.21 ROTACION DE ACTIVOS

Representa a cuantas veces cubre lo que vendemos frente a lo invertido en el proyecto

Ventas Totales	\$	535.494,00	1,61	veces
Activos Totales	\$	332.780,26		

9.1.22 DUPON

La razón que nos dice cuan eficiente es el proyecto
Mientras más cercano sea al 100%, más eficiente es el proyecto

Margen Neto	37,6%
Rotación Activos	1,61
	60,5%

9.1.23 ANALISIS DE SENSIBILIDAD SOBRE LA UTILIDAD OPERATIVA

Se calcula sobre el año normal

UOP	Utilidad operativa
P	Precio de venta
Q	volumen de producción (unidades anuales)
CUV	costo unitario variable (costos directos / unidades)
CF	costos fijos (indirecto)

Precio de venta	\$ 0,50	$Uop = (P \times Q) - (Cuv \times Q) - CF$		
Q volumen de producción	1.070.988,00	$Uop = \$ 535.494,00$	$\$ 40.328,59$	$\$ 51.983,82$
Costo directo	\$ 40.328,59	Uop 1 = \$ 443.181,59		
Unidades anuales	1.070.988,00			
Costo Unitario variable	\$ 0,04			
Costo fijos (costos indirectos)	\$ 51.983,82			

9.1.24 ESCENARIOS PROPUESTOS

ESCENARIO No. 1

Que efectos causa sobre la utilidad operativa proyectada incrementos del 20% en el costo unitario variable y 10% sobre los costos fijos

Precio de venta	\$	0,50			
Q volumen de producción		1.070.988,00			
Costo directo	\$	40.328,59			
Unidades anuales		1.070.988,00			
Costo Unitario variable	\$	0,04	20%	\$ 0,008	\$ 0,045
Costo fijos (costos indirectos)	\$	51.983,82	10%	\$ 5.198,38	\$ 57.182,20

$$Uop = (P \times Q) - (Cuv \times Q) - CF$$

$$Uop = 535.494,00 - 48.394,31 - 57.182,20$$

$$Uop2 = 429.917,49$$

Uop2	\$ 429.917,49	-3%
Uop1	\$ 443.181,59	

En el proyecto el pico de incremento es 20%, pero con este incremento el costo cae -3% es decir que el proyecto es sensible a un incremento de costos.

Dos herramientas para contrarrestar : aumento de producción o aumento de precios

$$P = \frac{U_{op} + CF + (C_{uv} \times Q)}{Q}$$

$$Q = \frac{U_{op} + CF}{P + C_{uv}}$$

ESCENARIO No. 2

Que volumen de producción se deberá alcanzar para mantener constante la utilidad operativa proyectada frente a los cambios propuestos en el escenario número uno.

Precio de venta	\$	0,50		
Q volumen de producción		1.070.988,00		
Costo directo	\$	40.328,59		
Unidades anuales		1.070.988,00		
Costo Unitario variable	\$	0,04	20%	\$ 0,008
costo fijos (costos indirectos)	\$	51.983,82	10%	\$ 5.198,38
Uop1	\$	443.181,59		\$ 57.182,20

$$Q = \frac{U_{op} + CF}{P + C_{uv}}$$

$$Q = \frac{500.363,79}{0,45}$$

$$Q = \frac{1.100.151,83}{1.070.988,00} \quad \mathbf{3\%}$$

Se tendría que incrementar un 3% de la producción para que el incremento del costo no afecte.

ESCENARIO No. 3

Qué precio de venta deberíamos fijar para mantener constante la utilidad operativa proyectada frente a los cambios propuestos en el escenario número uno.

Precio de venta	\$	0,50			
Q volumen de producción		1.070.988,00			
Costo directo	\$	40.328,59			
Unidades anuales		1.070.988,00			
Costo Unitario variable	\$	0,04	20%	\$ 0,008	\$ 0,045
costo fijos (costos indirectos)	\$	51.983,82	10%	\$ 5.198,38	\$ 57.182,20
Uop1	\$	443.181,59			

$$P = \frac{Uop + CF + (Cuv \times Q)}{Q}$$

$$P = \frac{\$ 548.758,10}{1.070.988,00}$$

$$P = \$ 0,51$$

\$	0,51	2%
\$	0,50	

La conclusión es que el proyecto Green Kingdom es sensible a los costos, pero la solución sería un incremento de precios ya que es más factible poder llevar a cabo el incremento de precios 2%, que el incremento de producción en un 3% .

CAPITULO 10

10.1 VIABILIDAD DEL PROYECTO

Conclusiones:

De los resultados obtenidos en la investigación a través de las encuestas aplicadas a los habitantes de la isla San Cristóbal, se puede establecer las siguientes conclusiones:

- Los habitantes de la isla San Cristóbal desconocen la procedencia de los vegetales que están consumiendo.
- Se considera que cuentan con una inadecuada alimentación ya que no incluyen vegetales en su nutrición.
- Los habitantes desconocen las propiedades nutritivas de los productos orgánicos.
- Existe una escasez de productos orgánicos en la isla.

- Los habitantes consideran que el trato que se le da a los vegetales en las tiendas no es el correcto y que su precio de venta es elevado comparado con la calidad que reciben.
- Es un riesgo para el ambiente que ingresen vegetales a la isla ya que pueden introducir especies dañinas a la misma.

Recomendaciones:

Dada a las conclusiones previamente descritas, el proyecto Green Kingdom brinda un aporte significativo dentro de los habitantes de la isla San Cristóbal, ya que los habitantes sabrán de donde provienen los alimentos que están consumiendo, los mismos que serán cosechados en la isla.

Esto también aporta en el sector ambiental debido a que al ser cosechados en la isla no hay riesgo de que entren especies extrañas a la misma. Y como son productos orgánicos es decir que son libres de químicos, estos utilizarán insecticidas caseros a base de vegetales.

Para la producción de los productos orgánicos se instalará un sistema de riego por goteo, permitiendo ahorrar agua y reducir costos de producción. El precio de venta por libra es inferior al que actualmente está en el mercado, esto permitirá que los clientes consuman productos de alta calidad a menor precio.

Como se puede observar en el estado de resultados, el margen de utilidad es alto lo cual permitirá que Green Kingdom se expanda en la capacidad de producción y variedad. También, permitirá que se invierta en folletos, talleres, etc., informativos para que los clientes puedan tener más conocimiento sobre lo que están consumiendo y que esto aporte en su plan alimenticio ya que querrán incluir productos orgánicos debido a sus propiedades nutritivas.

Así podemos concluir que este proyecto incentivará a los habitantes y visitantes de la isla San Cristóbal a que consuman productos orgánicos y gocen de una vida saludable.

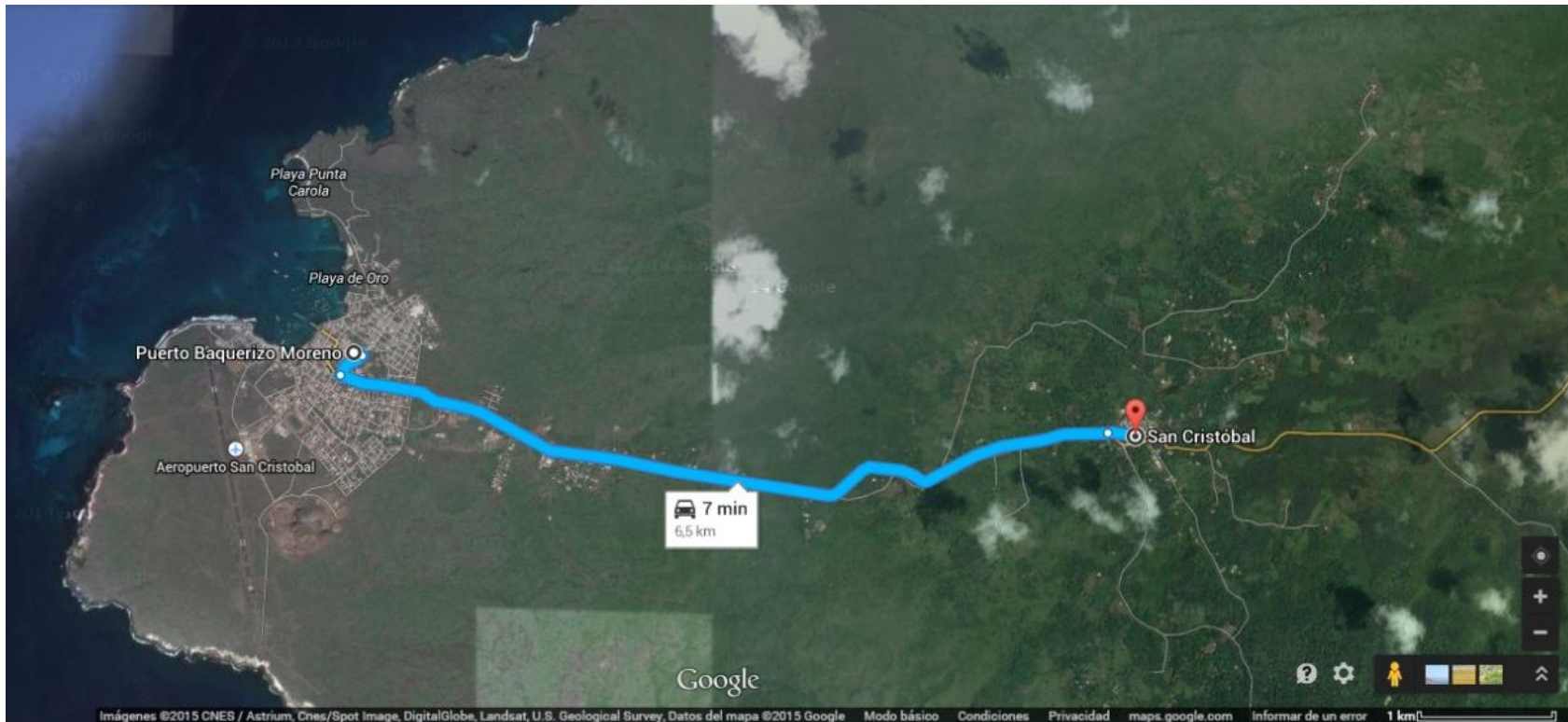
BIBLIOGRAFIA

- Antioquía, C. M. (27 de 10 de 2011). *YouTube*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=ilrNOpmVYJ4>
- Barrios, I. E. (05 de 2011). *Scribd*. Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/102372886/Material-de-Postcosecha-Ilustrado>
- Barrios, I. E. (03 de 2011). *Scribd.com*. Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/102372886/Material-de-Postcosecha-Ilustrado>
- Censos, I. N. (2010). *Ecuadorencifras*. Obtenido de Ecuadorencifras.gob.ec: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual-lateral/Resultados-provinciales/galapagos.pdf>
- Cristobalbosmediano. (2015). *Cristobalbosmediano.com*. Obtenido de <http://cristobalbosmediano.com/fertilizantes/semillas-de-hortalizas-y-frutas-criboseeds/>
- Gimeno, J. (17 de 06 de 2008). *Ecomania.com*. Obtenido de <http://ecomaria.com/blog/el-uso-del-ajo-como-repelente-de-plagas-insectos-y-como-control-de-enfermedades-criptogamicas/>
- IBÉRICA, S. J. (2011). *SemillasJADIBÉRICA.com*. Obtenido de <http://www.semillasjadiberica.com/index.php/informacion-util>

- Imagrosa. (08 de 01 de 2015). Sistema de Riego. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Kader, L. K. (01 de 1996). *Fao.org*. Obtenido de <http://www.fao.org/Wairdocs/X5403S/X5403S00.htm>
- Lakota. (2009). *Youtube.com*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=G1RL0YKfsHk>
- Malla Morocho, I. E. (27 de 03 de 2012). Las Estrategias de Ventas y su incidencia en los clientes en la Empresa "Agrofertil", del Cantón Ambato. Azuay, Ambato, Ecuador: Universidas Técnica del Azuay.
- Mejia, D. (21 de Septiembre de 2014). *El Universo*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/09/21/nota/4007331/mala-alimentacion-empieza-hogar>
- Ministerio de Agricultura, G. A. (2014). *Agricultura.gob.ec*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/magap-y-ci-presentaron-la-campana-yo-prefiero-producto-local-en-galapagos/>
- Wood, J. L. (2012). *eHow en español*. Obtenido de http://www.ehowenespanol.com/efectos-fertilizantes-pesticidas-lista_106484/

ANEXOS

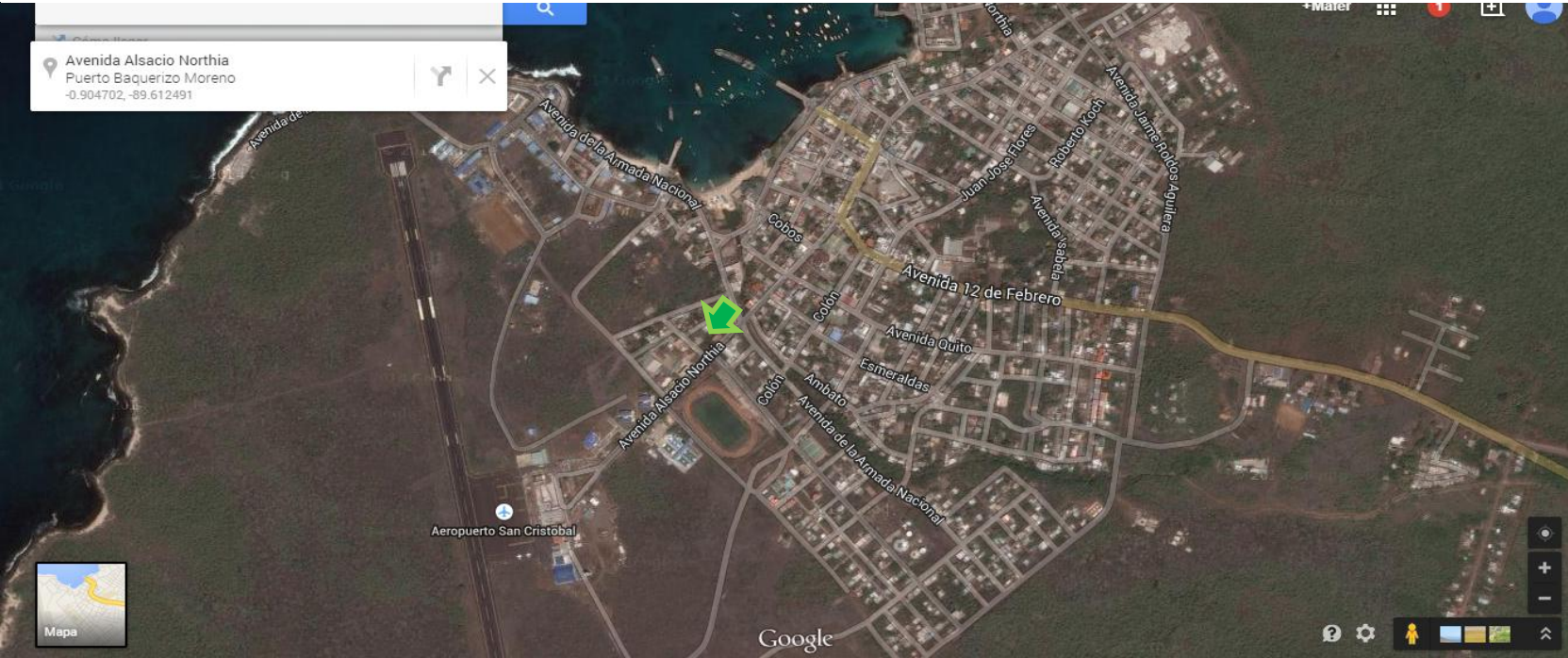
Gráfico 13 : VISTA AÉREA DE LA DISTANCIA ENTRE EL LOCAL GREEN KINGDOM Y HACIENDA LA PONDEROSA



Elaborado por: María Fernanda Romero

Fuente: Google Maps

Gráfico 14: UBICACIÓN DEL LOCAL GREEN KINGDOM



Elaborado por: María Fernanda Romero

Fuente: Google Maps

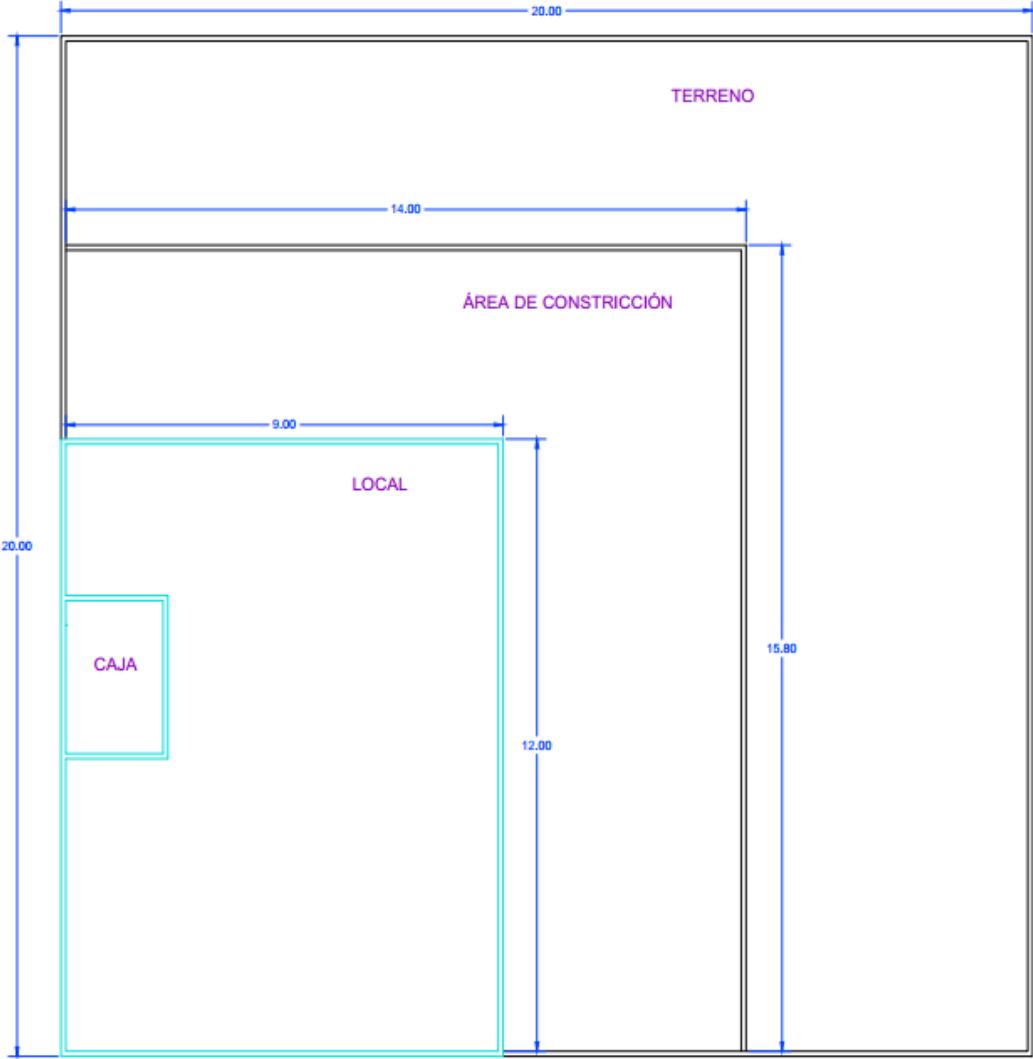
Gráfico 15: INSTALACIÓN DE RIEGO EN HACIENDA LA PONDEROSA



Elaborado por: María Fernanda Romero

Fuente: Google Maps

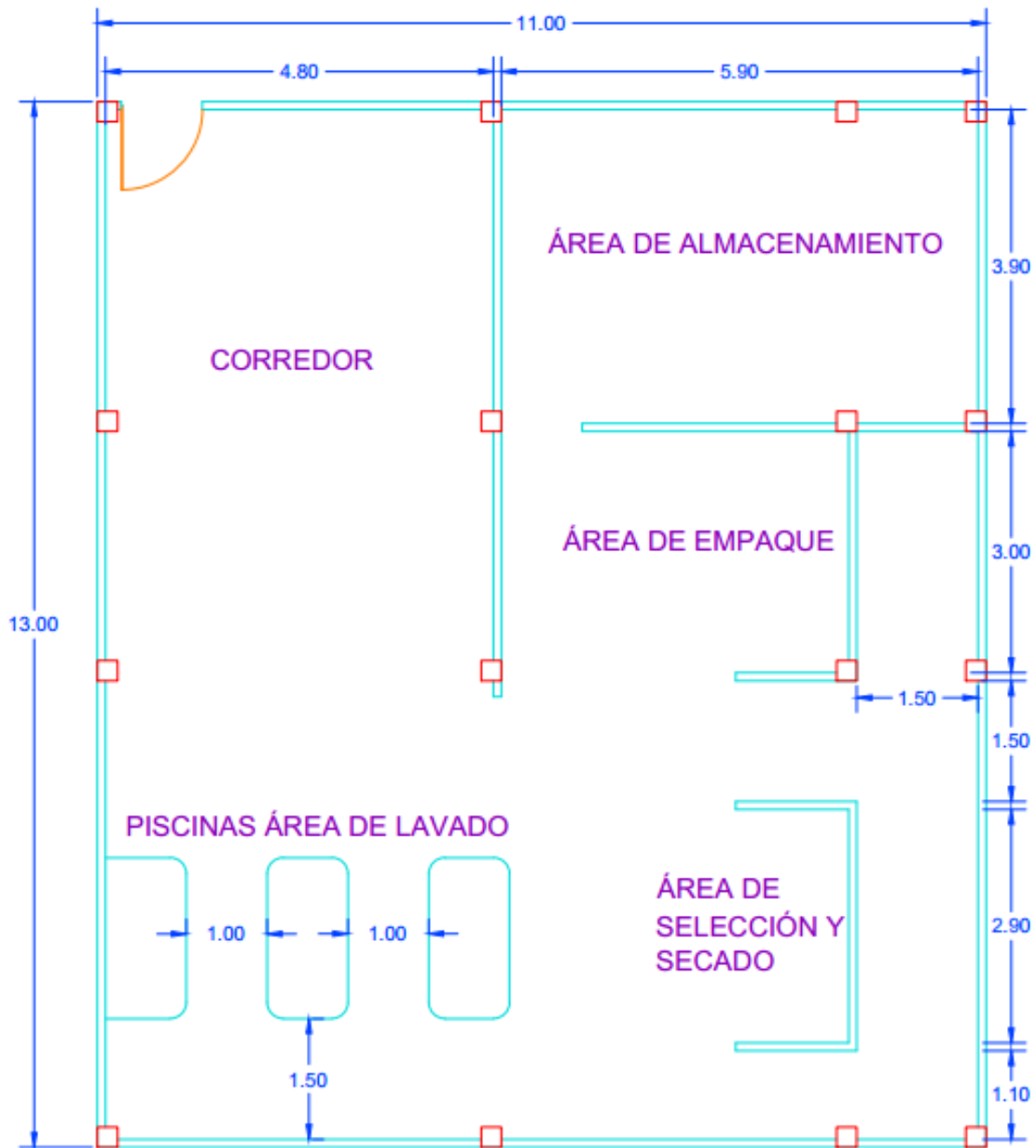
Gráfico 16: PLANO DEL LOCAL GREEN KINGDOM



Elaborado por: Arq. Javier Vera

Fuente: María Fernanda Romero

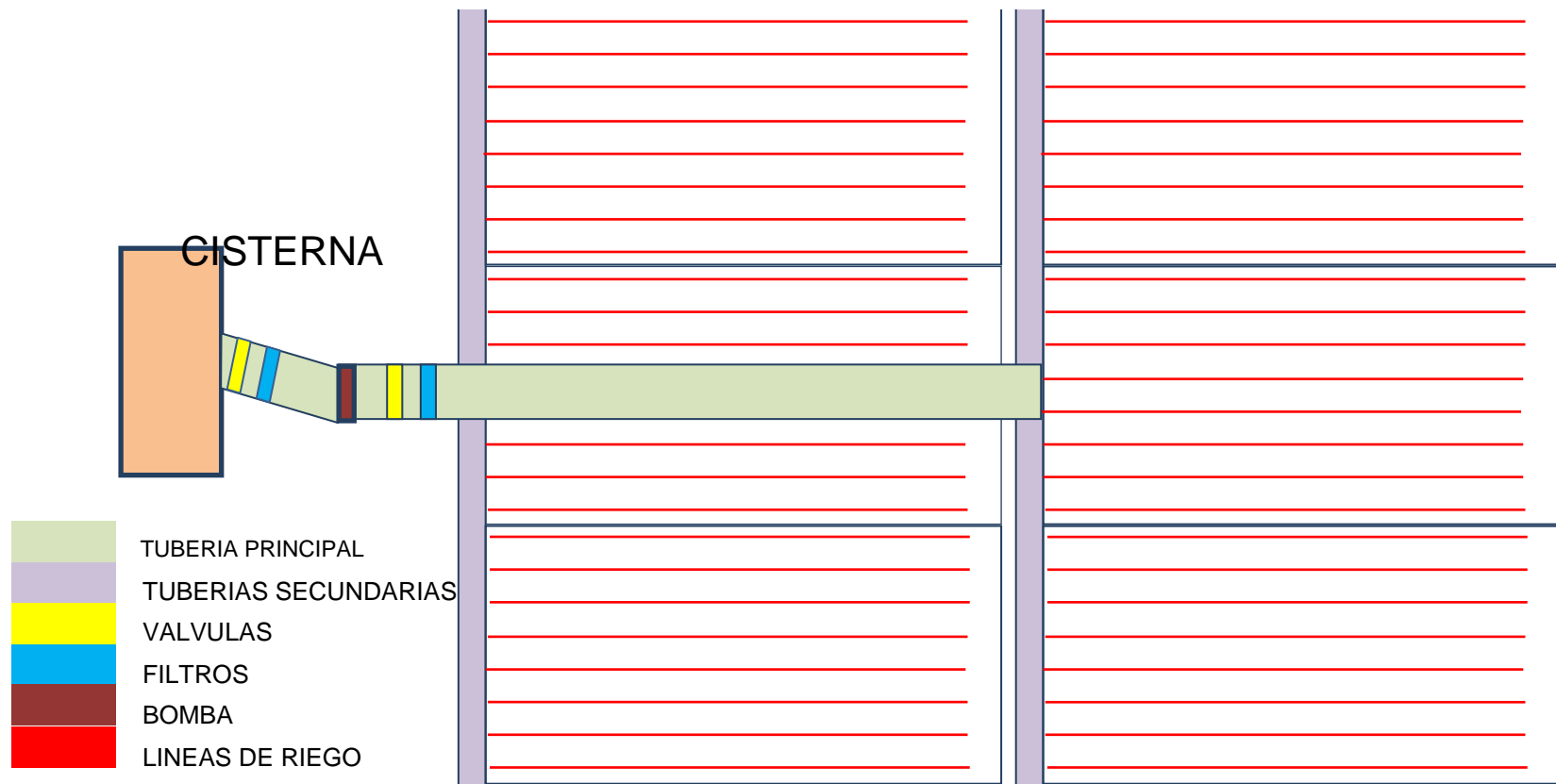
Gráfico 17: PLANO DEL ÁREA DE PRODUCTO TERMINADO



Elaborado por: Arq. Javier Vera

Fuente: María Fernanda Romero

Gráfico 18: SISTEMA DE RIEGO



Elaborado por: María Fernanda Romero

Fuente: María Fernanda Romero

Tabla 13: SISTEMA DE RIEGO

	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
PVC 63"	25	\$ 7,15	\$ 178,75
PVC 50"	120	\$ 6,34	\$ 760,80
TAPONES 50"	4	\$ 1,89	\$ 7,56
FILTRO 1"	2	\$ 25,00	\$ 50,00
VALVULAS DE 63"	2	\$ 21,62	\$ 43,24
CINTA DE RIEGO 16MM - 1.300 M	99	\$ 234,00	\$ 23.166,00
PEGAMENTO DE PVC	1	\$ 15,55	\$ 15,55
UNION EN "T"	1	\$ 4,29	\$ 4,29
UNION EN "X"	1	\$ 3,29	\$ 3,29
BOMBA DE AGUA	1	\$ 68,00	\$ 68,00
CONECTOR CINTA DE RIEGO 16MM	1284	\$ 0,32	\$ 410,88
CONECTOR CINTA FLER 16MM	1284	\$ 0,32	\$ 410,88
UNION UNIVERSAL PARA CISTERNA	1	\$ 2,10	\$ 2,10
ADAPTADOR 63"	1	\$ 2,15	\$ 2,15
Costos de instalación			\$ 25.123,49

Elaborado por: María Fernanda Romero

Fuente: Imagrosa

Tabla 14: GASTOS GENERALES

	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
GASOLINA	636,48	\$ 1,47	\$ 935,63
DESINFECTANTE	168,75	\$ 6,50	\$ 1.096,88
INSECTICIDA	12	\$ 1,17	\$ 14,04
HOJAS VOLANTES	3000	\$ 0,07	\$ 210,00
SPOT RADIAL	12	\$ 20,00	\$ 240,00
SET DE PRECIOS	12	\$ 4,00	\$ 48,00
LUZ LOCAL	86400	\$ 0,09	\$ 7.776,00
FUNDAS PLASTICAS	1	\$ 863,28	\$ 863,28
TOTAL GASTOS GENERALES			\$ 11.183,82

Elaborado por: María Fernanda Romero

Fuente: Ma. Fernanda Romero

ENCUESTAS

SEXO _____ EDAD _____

1 ¿Conoce usted que son los productos orgánicos?

SI _____ NO _____

2 ¿Conoce usted las propiedades nutritivas de los productos orgánicos?

SI _____ NO _____

3 ¿Incluye usted productos orgánicos en su alimentación?

SI _____ NO _____

4 ¿Con que frecuencia usted compra productos orgánicos? (semanal)

1 a 2 _____ 3 a 4 _____ 5 a 6 _____

5 ¿Considera usted importante el consumo de productos orgánicos?

SI _____ NO _____

6 ¿Recomendaría usted los productos orgánicos?

SI _____ NO _____

7 ¿Gustaría usted gozar de buena salud al implementar productos orgánicos en su dieta?

SI _____ NO _____

8 ¿Considera usted que existe escasez de productos orgánicos en la isla?

SI _____ NO _____

9 ¿Conoce usted un lugar donde los productos orgánicos sean tratados higiénicamente?

SI _____ NO _____

10 ¿Conoce usted un lugar que comercialice productos orgánicos y que a la vez informen y/o proporcionen información de los mismos?

SI _____ NO _____

11 ¿Desearía usted que haya un lugar donde pueda comprar productos orgánicos que sean tratados adecuadamente?

SI _____ NO _____

12 ¿Estaría usted dispuesto a consumir productos orgánicos cosechados en la isla?

SI _____ NO _____

Gráfico 19: LOGO



Elaborado por: María Fernanda Romero

Fuente: María Fernanda Romero