



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

Centro de Educación Continua

Diplomado en Administración Empresarial

VI PROMOCION

PLAN DE NEGOCIO

Empresa Asesora para el Establecimiento de
Cultivos no Tradicionales en el Cantón Baba
y la Parroquia Ricaurte de la Provincia de
Los Ríos

A U T O R

Ing. Fabricio Angulo Paredes



2 0 0 6



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

CENTRO DE EDUCACION CONTINUA

DIPLOMADO EN ADMINISTRACIÓN EMPRESARIAL

VI PROMOCION

PLAN DE NEGOCIO

**EMPRESA ASESORA PARA EL ESTABLECIMIENTO DE
CULTIVOS NO TRADICIONALES EN EL CANTON BABA
Y LA PARROQUIA RICAUORTE DE LA PROVINCIA DE
LOS RIOS**

AUTOR

ING. FABRICIO ANGULO PAREDES

2006



AGRADECIMIENTO

**Especial agradecimiento
dejo constancia en este
documento a los señores:**

**Ingeniero Julio León
Bazán, profesional de alto
prestigio y de enorme
capacidad con quien tuve
el privilegio de colaborar.**

**Al Maestro, Doctor
Eduardo Santillán Sosa
por sus conocimientos
impartidos, y por las
experiencias significativas
que hoy se acumulan en
mi acervo cultural.**

**A ellos expreso mis
sinceros agradecimientos,**

**“la mayor gloria del
maestro, es hablar por
boca se sus discípulos”.**

**Hoy uno de sus discípulos
ha expresados es modesto
agradecimiento.**



DEDICATORIA

**Al Dios omnipotente,
creador del cielo y de la
tierra que por su
misericordia soy salvo.**

**A mis padres, Lic. José
Angulo García y Lic. Teresa
Paredes de Angulo, mis
mejores e incondicionales
amigos, a quienes les debo
lo que soy.**

**A mis hijos Emily Fabiola,
Derian Fabricio y Koraima
Nayelli, razón de mi
existencia, mi fortaleza en
horas difíciles y la
expresión mas fiel del amor
de Dios para conmigo.**



INDICE

| | |
|---|----|
| RESUMEN EJECUTIVO | 3 |
| ANTECEDENTES | 4 |
| 1. DESCRIPCIÓN DE LA MICROEMPRESA | 7 |
| Objetivo general | 8 |
| Objetivos específicos | 8 |
| Misión | 9 |
| Visión | 9 |
| Consideración de género | 9 |
| Principios éticos | 11 |
| Impacto socio ambiental | 13 |
| Características del emprendedor | 13 |
| 2. EL PRODUCTO | 14 |
| Descripción general del producto | 15 |
| Valor distintivo del producto y servicio para el consumidor y los proveedores | 15 |
| 3. MERCADO | 16 |
| Los clientes | 17 |
| Los proveedores | 17 |
| La competencia | 17 |
| Barreras de entrada | 18 |
| 4. PLAN DE MERCADO | 20 |
| Estrategias de precios | 20 |
| Estrategias de ventas | 21 |
| Tácticas de ventas | 22 |
| Estrategia promocional | 23 |
| 5. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA | 24 |
| Entidad Ejecutora | 24 |
| Gerente | 24 |
| Jefe de planificación y mercado | 25 |
| Asistente financiero | 25 |
| Facilitadores | 26 |
| Organigrama funcional del Plan de negocios | 27 |
| 6. RELACIONES COMUNITARIAS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL | 27 |



| | |
|--|-----------|
| Plan comunicacional | 28 |
| 7. PLAN FINANCIERO | 31 |
| Inversión | 31 |
| Capital de trabajo | 31 |
| Capital fijo | 32 |
| Costo Variable | 32 |
| Costo de mantenimiento | 33 |
| Costo de personal | 33 |
| Costo anuales | 34 |
| Flujo de caja | 34 |
| Tasa interna de retorno | 37 |
| 8. PLAN DE IMPLANTACION | 38 |
| Cronograma de actividades | 38 |
| 9. EVALUACION DE LA IDEA DE NEGOCIO | 39 |
| Fortalezas | 39 |
| Debilidades | 39 |
| Oportunidades | 39 |
| Amenazas | 40 |
| 10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 40 |
| Conclusiones | 40 |
| Recomendaciones | 41 |
| 11. ANEXOS | 42 |
| Plan comunicacional | 42 |
| Punto de equilibrio | 43 |
| Gráfico del VAN | 44 |
| 12. BIBLIOGRAFIA | 45 |



RESUMEN EJECUTIVO

La empresa asesora para el establecimientos de cultivos no tradicionales, surge como una respuesta ante las crisis que afecta a todos los agricultores de la provincia de Los Ríos.

Partiendo de esta realidades, la unión de Organizaciones Montubias y Campesinas a fines de Baba (UOMOCAB), perteneciente al cantón Baba, han establecido la necesidad de impulsar un plan de negocio alternativo en función de los campesinos, organizaciones de montubios de primer, segundo grado que operan dentro de estas jurisdicciones territoriales y cuyo radio de acción esta directamente involucrados con el accionar del proyecto PROLOCAL dentro de la Micro Región Occidental de Los Ríos.

La empresa asesora para el establecimiento de cultivos no tradicionales, tendrá un segmento de mercado destinado principalmente en brindar asesoría técnica a organizaciones campesinas, montubias, pequeños y medianos productores

La visión de los miembros de la UNOMOCAB al constituir esta empresa es la de ser una institución sólida y líder en brindar asistencia técnica para el establecimiento de cultivos no tradicionales, para ello el servicio que brindara la empresa se caracterizará fundamentalmente por ser de alta calidad, efectivo, oportuno y personalizado, contará con un equipo multidisciplinario especializados en cada una de las áreas de competencia de los cultivos no tradicionales. Se pondrá especial énfasis al establecimientos de alianzas con socios estratégicos.



El fortalecimiento de la empresa implica la acción directa de todos los involucrados en la misma y la comunidades donde se desenvuelven, esto es: funcionarios de la empresa, dirigentes de la UNOMOCAB, miembros de las organizaciones de base y la comunidad en general.

La unión de Organizaciones Montubias, campesinas y afines de Baba, se caracterizar por ser una organización de segundo grado constituida por 20 organizaciones de base, con un promedio de 45 socios por cada una, por lo que tendrá una incidencia directa en alrededor de 900 familias.

Para lograr los objetivos planteados, se contará con una oficina funcional, la misma que funcionará en la sede de la UNOMOCAB,



ANTECEDENTES

La crisis económica que afecta a todo el litoral ecuatoriano y principalmente a las organizaciones campesinas, productores independientes y pequeños finqueros del cantón Baba y la parroquia Ricaurte, ha sido un factor determinante para que este sector busque nuevas alternativas para producir sus campos con cultivos alternativos, un mercado más estable, mayores rendimientos y con un criterio de producción con carácter intensivo y no extensivo.

Los productos no tradicionales de exportación son todos aquellos productos, tanto primarios como industrializados, que no formaban parte de las exportaciones ecuatorianas antes de 1980.

En base a los datos del Banco Central del Ecuador, las exportaciones de productos no tradicionales, durante el periodo comprendido del año de 2000 a 2005, han incrementado en un 27.43% (en valores FOB dólares); reconociéndose dentro de este rubro como algunos productos primarios no tradicionales: flores naturales, palmito, cebolla, sandías, mango; y como algunos productos industrializados no tradicionales: jugos y conservas de frutas, conservas de hortalizas, harina de pescado, enlatados de pescado, químicos y fármacos.

De acuerdo a la estadísticas de Cordes, las ventas de productos no tradicionales en 2005 fueron más del doble del promedio de exportaciones efectuadas en la décadas de los 90, representando solo en 1996 el 22.7% de las exportaciones del país. En 1998, las exportaciones agroindustriales representan más del 65 % de las exportaciones totales ecuatorianas y de ellas, el 15 % corresponden a nuevos productos de exportación.



La provincia de los Ríos, es sin lugar a dudas por la constitución de su micro clima, estructura de su suelos, fuentes hídricas una zona de grandes potencialidades para el establecimientos de la cultivos alternativos o cultivos no tradicionales, debido a la Presencia de relieves que tienen promedio de pendiente del 5 al 25%; bosques de formación ecológica húmedo tropical, suelos que se han formado a partir de sedimentos aluviales.

Además, la red fluvial de la Provincia de Los Ríos es muy extensa, sus ríos nacen de la Cordillera Occidental de Los Andes, su bio diversidad, pertenece a la clasificación, ecosistémica de bosque siempreverde de tierras bajas de la costa y, se considera que es una zona en 98% intervenida, con pequeños reductos de zonas con remanentes de bosque naturales como el caso de la reserva de juaneche. El humedal de Abras de Mantequilla localizado en el cantón Vinces, reconocido en como reserva ecológica en el año de 1999, constituye un recurso natural importante.

Dentro de la provincia de Los Ríos se encuentra el cantón Baba. cantón muy antiguo cuya base de su economía la constituye la agricultura. Baba actualmente tiene una población de 34.356 habitantes, de los cuales 12.156 habitantes constituyen la población económicamente activa, lo que representa el 35.38% del total de la población.

El cantón Baba, tiene alrededor de 47.614 hectáreas de tierra de las cuales se encuentran distribuidos de las siguiente manera: la mayor parte está destinada a los cultivos transitorios 15.997 hectáreas que corresponden al 34%, del total del territorio cantonal; seguido por la



ocupación de cultivos permanentes de 11.587 hectáreas que corresponden al 24%; 7.687 hectáreas destinados a pastos cultivados que corresponden, al 16%; 5.899 hectáreas en pastos naturales que corresponden al 12%; en tierra de descanso 4.127 hectáreas que corresponde al 9%; 1,334 hectáreas destinados a otros cultivos que corresponden al 3%; y, tan solo 984 hectáreas en bosques y barbechos que corresponde al 2%.

La Parroquia Ricaurte tiene una población de 20.573 habitantes que representa el 79.7 % de la población total del cantón Urdaneta, distribuidos de la siguiente manera en la cabecera parroquial se encuentran asentados 6.260 habitantes y en el área periférica 14.313 habitantes que corresponde al 24.215% y 55.45 % de la población total del cantón respectivamente.

Estos cifras revelan el carácter predominante rural de este cantón, por lo que el desarrollo rural en ese ámbito esta relacionados a otros elementos de la estructura y dinámica socio económica y demográfica.

1. DESCRIPCION DE LA MICROEMPRESA

Es una microempresa, que estará destinada a brindar asesoría a organizaciones campesinas, montubias, pequeños y medianos finqueros, para el establecimiento de cultivos no tradicionales dentro del cantón Baba y la Parroquia Ricaurte perteneciente al cantón Urdaneta de la provincia de Los Ríos.

La empresa, es una institución con personería jurídica, que esta sujeta a las disposiciones legales emanadas por la ley de compañías, siendo los principales socios 20 organizaciones de base que forman la UOMOCAB. El nombre legal de la Microempresa es" Empresa Asesora para el establecimientos de Cultivos no tradicionales"



Se establecerá en la cabecera cantonal del cantón Baba, en la sede de la Unión de Organizaciones Montubias y Campesinas afines de Baba, "UOMOCAB".

Los principales ejecutivos de este plan de negocios consta con una estructura mínima : Gerente (a), Jefe(a) de planificación y mercado, un asistente (a) Administrativo – financiero y 3 Facilitadores (as).

Objetivo general

Mantener y fortalecer la imagen institucional como la empresa líder en brindar asesoría para el establecimiento de cultivos alternativos dentro de las organizaciones campesinas, pequeños y medianos productores en el cantón Baba y la parroquia Ricaurte de la Provincia de Los Ríos.

Objetivos específicos

- Brindar una asesoría personalizada, de alta calidad, efectiva y eficiente a nuestros clientes.
- Brindar nuestros servicios a 60 organizaciones de base y a 45 pequeños y medianos productores a partir del primer año.
- Obtener una rentabilidad del 20 % sobre la inversión, por la prestación de nuestros servicios, con una proyección de incrementar la misma en un 5 % a partir del quinto año.



Misión

Brindar asistencia técnica de alta calidad para el establecimiento de cultivos no tradicionales a organizaciones campesinas, pequeños y medianos productores del Cantón Baba y la Parroquia Ricaurte.

Visión

Ser una empresa sólida y líder en brindar asistencia técnica para el establecimiento de cultivos no tradicionales dentro de la provincia de Los Ríos .

Consideración de género

En relación al género dentro de la parroquia Ricaurte y el cantón Baba no se están realizando programas o proyectos sociales de desarrollo focalizados en las Mujeres. El Bono solidario, como se ha dicho, ayuda mucho más a las mujeres pero este es un programa focalizado en los pobres, no precisamente en las mujeres.

Los escasos programas para mujeres que se realizan en la parroquia Ricaurte y el Cantón Baba tienen sesgo asistencialista.

Esto hace que las mujeres agudicen la situación de desventaja que de por sí ya viven en su condición de mujeres.

A partir de esta reflexión se puede establecer la existencia de una dinámica que se expresa en dos vertientes. Una dinámica que revela mantiene inequidades y discriminaciones de Género. Y otra que



abre opciones a crear y generar alternativas y oportunidades para construir equidad social y de género.

La realidad observada muestra que en la dinámica económica, socio político y cultural de la parroquia Ricaurte y el Cantón Baba se producen diferencias e inequidades. El reconocimiento de estas es el punto nodal para plantear la necesidad de una redistribución justa y equitativa de bienes, recursos y poder. Trabajar en esta línea abre opciones para generar un nuevo equilibrio de las relaciones sociales, una mejor contribución al desarrollo de la gobernabilidad y acceso al poder.

Las mujeres son las que viven de manera mucho más aguda y crítica la situación de pobreza en el campo. A ellas les afecta con mayor intensidad la crisis económica y social de la sociedad ecuatoriana.

Así, por ejemplo:

- ☞ Tienen poco acceso a la propiedad de la tierra y la vivienda.
- ☞ Presentan baja presencia en el mundo laboral.
- ☞ Representan altas tasas de desempleo.
- ☞ Tienen bajas remuneraciones e ingresos, cuando trabajan
- ☞ No tienen presencia en los espacios públicos.
- ☞ Participación Política
- ☞ Muchos de sus derechos son vulnerados, propiedad individual, acceso a servicios de salud, seguridad social, recreación, libertad para el trabajo, educación, empleo, entre otros.

De acuerdo con esta realidad, la Unión de Organizaciones Campesinas y Montubias a fines de Baba, mediante la Empresa de asesora para el establecimiento de cultivos no tradicionales tiene como política, el establecimiento de una propuesta de revalorización de la equidad de hombres y mujeres mediante el fortalecimiento de las organizaciones sociales existentes en la parroquia y la



creación de nuevas organizaciones y se potencien sus capacidades sociales, organizativas y laborales.

Este planteamiento de la UMOMOCAB a través de la empresa asesora para el establecimiento de cultivos no tradicionales la efectúa, tomando en cuenta ciertos parámetros en que se desenvuelve el accionar diario de la mujer en cuanto a las actividades productivas, reproductivas, educación, entorno social, actividades recreativas y culturales.

La empresa asesora para el establecimiento de cultivos no tradicionales desde la perspectiva de género tendrá un 50 % de profesionales mujeres. Además por la características de los cultivos no tradicionales, se espera incorporar a esta actividad al 30 % de las jefas de hogar de las diferentes organizaciones campesinas que operan en el cantón Baba y la parroquia Ricaurte.

Involucrar a la mujer, dentro de las actividades productivas implica, desde el punto de vista de la UNOMOCAB, modificar el accionar de la misma en aspectos como la actividad reproductiva, reproductiva, sociales, culturales, mejorar los ingresos económicos lo que constituye un aporte fundamental para el desarrollo de las organizaciones y la comunidad en que se desenvuelve.

Principios éticos

Los principios éticos, son la base de las interrelaciones entre los socios y socias de la Unión de Organizaciones Montubias y Campesinas de Baba y afines, y los colaboradores de la empresa asesora para el establecimientos de cultivos no tradicionales a fin de alcanzar los objetivos trazados y fortalecer el tejido social en la comunidad.

La honradez, la justicia y la cortesía forman una filosofía moral que, asociada con el mutuo interés entre los



hombres, constituye el fundamento de la ética, por lo que estos principios no son ajenos entre los miembros de la UNOMOCAB Y los colaboradores de la empresa.

La ética empresarial es una exigencia de la persona, supone que sus principios son los mismos de la moral general.

Dentro de la empresa a parte de los principios anteriormente señalados se podrán en práctica los principios de la confianza, responsabilidad y transparencia, los mismos que serán pilar fundamental para el desarrollo socio organizativo de nuestro plan de negocio, eje de desarrollo de las relaciones interpersonales entre los colaboradores de la empresa, clientes y la comunidad.

Por la naturaleza de la empresa, en cuanto a las prestación de asesoría, esta implica la observación de una serie de leyes, normas y demás disposiciones legales en el campo tributario, conservación de medio ambiente, prácticas adecuados en cuanto al uso de los recursos naturales. Atender estos preceptos legales constituyen normas de comportamientos éticos dentro de de la empresa asesora ` para el establecimiento de cultivos no tradicionales.

Aunque todos estos principios son parte de nuestra cultura organizacional y del quehacer diario de nuestro negocio y de los asociados, es necesario formalizarlos y establecer un marco de referencia común que unifique los criterios y oriente las acciones de todas las personas involucradas en este Plan de Negocios.



Impacto socio ambiental

El estableciendo de la empresa y su radio de acción en el cantón de Baba y la parroquia de Ricaurte, tendrán un efecto positivo en el aspecto socio económico y ambiental; así vemos que en el aspecto socio económico se mejorará la calidad de vida por cuanto los cultivos no tradicionales no requieren de grandes extensiones de tierra como los tradicionales para mejorar los ingresos en cuanto a los rendimientos. Al contrario se producen con criterios técnicos del alta densidad de siembra y son cultivos intensivos. Es decir que en pequeñas parcelas se puede obtener los rendimientos que se lograría si se siembran grandes extensiones con los cultivos tradicionales.

Otro aspecto importante desde el punto de vista social, es que por ser cultivos de poca extensión, fácilmente incorpora la mano de obra femenina y de los hijos por lo que indirectamente favorece al desarrollo del trabajo comunitario familiar.

En relación al aspecto ambiental, los cultivos no tradicionales están íntimamente relacionados con la aplicación de productos orgánicos, prácticas de conservación de suelo, labranza cero, preparación de abonos orgánicos casero, trampas biológicos, es decir toda una gama de prácticas agronómicas con criterios de sostenibilidad y sustentabilidad de los mismos.

Características del emprendedor

Dentro de la empresa se concibe al emprendedor como una persona que lidera el negocio, capaz de trabajar en coordinación con todos sus colaboradores, asumir responsabilidades, retos, delegar funciones con un alto sentido de vocación de trabajo, cuyo objetivo final es el logro de los objetivos planteados.



Nuestro emprendedor no solo tiene que estar íntimamente ligado con el saber, conocimientos, cultura, si que requiere de un alto compromiso con la realidad local en que se desenvuelve la empresa, colaboradores y los clientes, esto implica tener conocimientos de las costumbres étnicas, valores culturales, religioso y respeto a la biodiversidad.

Nuestro emprendedor, se planteará cada dia nuevos paradigmas a fin de romper los existentes con el propósito de innovar en benéfico de la empresa, mejorando la calidad de servicio, el trabajo en equipo, optimización de recursos económicos y humanos. Esto implica ejecutar una gerencia tipo horizontal donde se tome en cuenta y se ponga en práctica las diferentes sugerencias obtenidas no solo de nuestros colaboradores, si no también de nuestros clientes.

Para la obtención de los objetivos planteados, se respaldara en un adecuado plan de comunicación alternativo, a fin de llegar a los demás, es decir saber hablar y saber escuchar.

2. EL SERVICIO

La empresa asesora para el establecimiento de cultivos no tradicionales, brindará una asesoria de alta calidad, efectiva, eficiente, oportuna y personalizada con profesionales calificado. Para el efecto la empresa tendrá establecerá alianzas con socios estratégicos, contará con una oficina en el cantón Baba, asi como un adecuado plan de comunicación.



DESCRIPCION GENERAL DEL SERVICIO.

La Empresa Asesora para el establecimiento de cultivos no tradicionales en el Cantón Baba y la parroquia Ricaurte de la Provincia de los Ríos, brindará una asesoría personalizada, oportuna, eficaz, asistencia permanente en el campo, estudio de prefactibilidad de proyectos productivos, tutorías de cultivos, etc.

Para el efecto contará con un equipo multidisciplinario especializados en cada una de las áreas de competencia de los diferentes cultivos no tradicionales. Contará con una logística permanente, alianzas con socios estratégicos, así como costos asequibles y programas de pagos en benéficos de nuestros clientes.

VALOR DISTINTIVO DEL SERVICIO PARA EL CONSUMIDOR Y LOS PROVEEDORES.

El servicio de asesoría que brinda la empresa, está dirigido principalmente a organizaciones campesinas y montubias de primer, segundo, tercer grado y pequeños productores que deseen mejorar sus condiciones de vidas, mediante la implementación de cultivos alternativos como los no tradicionales con criterio de alta densidad de siembra, intensivos y no extensivos.

Nuestro servicios se caracteriza por tener:

- Atención cien por ciento profesional.
- Actualización permanentes de los profesionales
- Asesoría personalizada.
- Trabajo bajo presión.
- Estudio permanentes de nuevos proyectos.

- Financiamientos directos.
- Costos accesibles.
- Programas de conservación del ecosistema.

3.MERCADO

La empresa asesora para el establecimiento de cultivos no tradicionales, para la prestación de los servicios de asesoría contará inicialmente con tres profesionales en calidad de facilitadores permanentes, los mismos que pueden aumentar dependiendo de la demanda de los clientes.

En relación al tamaño del mercado dentro del cantón Baba y la parroquia Ricaurte existen alrededor de 140 organizaciones campesinas y 405 productores independientes y pequeños finqueros, por lo que se aspira cubrir la demanda de un segmento de mercado de 60 organizaciones campesinas y 45 productores independientes y pequeños finqueros.

Es importante anotar que el cantón Baba cuenta con 34.356 habitantes, 138 recintos y 7424 familias. Mientras que la parroquia Ricaurte tiene 20573 habitantes, 45 recintos y 4238 familias. Estos datos constituyen una cifras muy importantes mas aun cuando el 70 % de la población esta directamente relacionada con la agricultura, teniendo un potencial segmento de mercado que se puede captar.

En cuanto a la tendencia del mercado dentro del cantón Baba y la Parroquia Ricaurte, vemos que esta orientada básicamente a brindar asesoramientos a cultivos tradicionales principalmente el Banano, cacao soya y el arroz.



En relación al beneficio de la asistencia técnica esta dirigida principalmente a grandes productores, los mismo que reciben estos servicios a cambio de venderles los productos y el cobro de cantidades muy alta por el seguimiento técnico proporcionado.

Los clientes

Nuestros clientes son organizaciones campesinas de primer, segundo, tercer grado, productores independientes y pequeños finqueros que se encuentran dentro del cantón Baba y la parroquia Ricaurte los mismos que están directamente inmerso en la agricultura.

Los proveedores

Los profesionales que son colaboradores de la empresa asesora para el establecimientos de cultivos no tradicionales son elementos altamente calificados, con experiencia en el manejo y producción de cultivos alternativos, nativos de la provincia de los Ríos, con un alto espíritu de vocación de servicio y buen manejo de las relaciones interpersonales.

La Competencia:

La implementación de este tipo de empresa no cuenta con una competencia directa en el mercado de cantón Baba y la parroquia Ricaurte, no existe en los mismos empresas, instituciones públicas o privadas destinadas específicamente a brindar asesoría técnica para el establecimientos de cultivos no tradicionales.



De ingresar dentro del mercado empresas con este mismo fin, la nuestra estará en constante monitoreo de los nuevos clientes y tiene la perspectiva de ampliarse a otros cantones de la provincia de Los Ríos.

Dentro de la Provincia de los Ríos, principalmente los cantones del norte como son Buena Fé, Valencia y Quevedo existe la presencia de compañías de gran envergadura que se dedican a brindar asistencia técnica en cultivos no tradicionales, también se encuentran dentro del cantón Babahoyo, específicamente en parroquia clementina, por lo que podríamos anotar que la competencia dentro del cantón Baba y la parroquia Ricaurte es de tipo indirecta, que se expresa en asesoramientos en forma individual por parte de los profesionales que trabajan para empresas como REYBAMPAC, DOLE, GRUPO NOBOA , etc. Los mismo que tienen una incidencia en el sector de apenas el 3 %.

Barreras de entrada

El establecimiento de la Empresa Asesora para la implementación de cultivos no tradicionales tiene como obstáculo la falta de predisposición y la resistencia casi natural de los agricultores de seguir produciendo el tradicional cultivo del arroz, maíz y la soya.

Este aspecto no es un obstáculo de peso más bien vemos que esta directamente relacionado con el desconocimiento de las potencialidades de los cultivos no tradicionales así como la incertidumbre que genera emprender un nuevo proyecto con criterio de sostenibilidad y sustentabilidad. Este factor puede ser superado con una adecuada campaña estratégica y el establecimiento de compromisos formales.



Otro aspecto que es importante anotar dentro de las barreras de entrada es la presencia de una serie de leyes y reglamentos que la empresa debe cumplir para obtener su personería jurídica, fundamentalmente en instituciones del estado donde se manejan con un interés de tipo político.

También es preciso anotar que por la naturaleza de la empresa, está directamente relacionada con organizaciones campesinas y montubias, las mismas que dentro de su estructura responden a una directiva que puede estar politizada, o en su defecto existe la presencia de los famosos caciques que se resisten al cambio por temor a ser desplazados, los cuales pueden generar un clima de inseguridad.

También se puede dar el caso de la presencia de la influencia de políticos o determinados funcionarios que organizaron a las asociaciones campesinas con fines de carácter eminentemente políticos.

Nuestros clientes inicialmente serán las organizaciones campesinas que operan dentro del cantón baba y la Parroquia Ricaurte, las mismas que tienen una experiencia en trabajo comunitario asociativos por cuanto han tenido convenios con el proyecto PROLOCAL.

En relación al segmento de clientes constituidos por los pequeños y medianos productores, estos son mas factibles a optar por nuestros productos, debido fundamentalmente por los niveles de ingresos que tienen y por cuanto asocian el asesoramiento técnico con el incremento de sus ingresos.

Para la venta de los servicios se pondrá mayor énfasis a establecer que la empresa brinde un servicio de alta calidad, eficacia, personalizado y oportuno, adicionalmente se efectuará un acompañamiento en los



lotes en que nuestros clientes requieran establecer parcelas demostrativas o para día de campo.

Los conceptos esenciales que se utilizará en la venta de nuestros servicios es que la "agricultura es fuente de riqueza"; "nuestra fortaleza nuestras manos", "la producción de cultivos Alternativos, la base del desarrollo de nuestros pueblos".

4. PLAN DE MERCADEO

Estrategias de precios

Visto que los promedios de costo por asesoramiento que se cobran en el sector están dentro de los rangos de los 200 a 500 dólares por visita, nuestra empresa ha visto necesario ofrecer costo bajo acorde a la realidad socio económica del sector, se implementarán alternativas de pago.

Por cuanto es una empresa con fines de dar asesoramiento personalizado a trabajos comunitarios asociativos el costo por visita a cada cliente de 21.97 dólares, con un promedio de 2 vistas mensuales por cliente, las mismas que se puede incrementar dependiendo del tipo de problema que se encuentre en cada plantación, o de acuerdo a la necesidad de los clientes.

La empresa debe tener un margen de utilidad que le permita amortizar la inversión y mantener un capital operativo de un 15 al 20%.



Estrategias de ventas

Para iniciar nuestra actividad contaremos con el 5 % de las organizaciones campesinas de base que se encuentran en vinculación directa con PROLOCAL y el 2,5 % de los productores independientes y pequeños finqueros, teniendo siempre nuestra mirada a satisfacer las demandas de las organizaciones y como un pilar fundamental para nuestra empresa lograremos incorporar el mayor número de productores independientes y pequeños finqueros del cantón Baba y la parroquia Ricaurte del cantón Urdaneta.

Para lograr la incorporación de los clientes nuestros personal actuará con un total profesionalismo dando respuestas concretas y oportuna a los requerimientos de los mismos, los costo del asesoramiento serán asequibles, no tendrán comparación alguna con los costo que cobran las transnacionales por asesoría,, el ambiente de trabajo será agradable en el trato con el cliente, contaremos con una tecnología de punta adecuadas a los requerimientos de cada caso o problema planteado.

La Empresa Asesora y de Capacitación para el Establecimiento de Cultivos no Tradicionales en el Cantón Baba y la parroquia Ricaurte de la Provincia de los Ríos, brindará los siguientes servicios:

- Asesoramiento personalizado, oportuno y eficaz.
- Asistencia permanente en el campo.
- Estudio de prefactibilidad de proyectos productivos.



- Personal técnico especializados en cada una de las áreas de competencia de los diferentes cultivos no tradicionales.
- Tutoría de cultivos.
- Programas de capacitación a los agricultores.
- Estudio y mapeo de suelo.
- Logística permanente.
- Publicación de una página Web con la información actualizada.
- Establecimientos de convenios con socios estratégicos de prestigio.
- Costos asequibles y programas de pagos.
- Manejo integrado de plagas y enfermedades.
- Incorporación de practicas de conservación del eco sistema.
- Comercialización de los productos.

Tácticas de ventas

La prestación del servicio de asesoría se lo hará en forma personalizada, atendiendo a cada cliente dentro de su propiedad o finca, sin intermediarios, en forma rápida, oportuna y eficaz.



Para brindar los servicios se contará con una oficina operativa equipada con tecnología de punta, profesionales especializados en cada una de las áreas de cultivo de interés de nuestros clientes, equipos audiovisuales, estudios actualizados de los mercados, alianzas con socios estratégicos, monitoreo de suelos y una logística social y humana.

En relación al servicio a los clientes, este estará caracterizado por un trato agradable, una asistencia especializada, oportuna, personalizada y eficaz. Se pondrá especial énfasis al mejoramiento de las relaciones interpersonales entre los colaboradores de la empresa y los clientes.

Para mejorar los servicios hacia los clientes, los colaboradores de la empresa estarán en constante capacitación y actualización, se promoverán alianzas estratégicas con instituciones dedicadas a la producción y comercialización de cultivos no tradicionales o alternativos.

Estrategia promocional

Para la promoción de los servicios que se ofrece se realizará campañas publicitarias a través de las radios en horarios focales donde el mensaje llegue a la mayor cantidad de potenciales clientes.

Se entregarán trípticos con el mensaje de los servicios que se ofrecen.

Se implementará publicidad por los medios de comunicación escrita.

Hojas volantes repartidas en lugares estratégicos como centros comerciales, MBS, Dirección provincial del Ministerio de Agricultura y Ganadería.



5. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

La microempresa para este Plan de negocios funcionara con los siguientes ejecutivos: Un gerente(a), Jefe (a) de planificación y mercado, un asistente(a) financiero, tres facilitadores (as).

Entidad Ejecutora (Asamblea General)

- Supervisar las actividades del Administrador y personal de la microempresa.
- Aprobar el presupuesto de la microempresa.
- Buscar financiamiento para la microempresa.

Gerente

- ✚ Cumplir y hacer cumplir la ley, los estatutos y reglamentos internos de la empresa.
- ✚ Cumplir y hacer cumplir con los planes y programas aprobados por el Consejo Administrativo de la empresa.
- ✚ Nombrar al personal ejecutivo de acuerdo a lo planificado y al organigrama de la empresa.
- ✚ Reajustar e implementar cambios en los planes y programas de acuerdo a las necesidades que se presenten.
- ✚ Exigir eficiencia y eficacia a cada uno de sus colaboradores
- ✚ Representar legalmente a la empresa en todos los actos públicos y privados con personas naturales y jurídicas.
- ✚ Coordinar con el jefe de planificación y mercado programas de capacitación para los pequeños y medianos productores, empresas públicas y privadas, personas naturales y jurídicas etc.



Jefe de Planificación y Mercado

- ✚ Proyectar a base de la investigación la proyección de nuevas formas del marketing, planes y programas, a fin de que los objetivos generales, específicos y particulares se cumplan.
- ✚ Elaborar y ejecutar proyectos de capacitación para los colaboradores de la empresa en cada una de sus áreas.
- ✚ Efectuar estudios de proyecciones de mercado local, nacional e internacional.
- ✚ Vigilar el desempeño de las funciones de los asistentes de asesoría y capacitación de cultivos no tradicionales y gestión ambiental.
- ✚ Cumplir con todas las disposiciones estatutarias y legales de la empresa y las leyes de la República.
- ✚ Cumplir con las disposiciones encomendadas por el gerente.
- ✚ Planificar programas de Asesoramiento técnico y capacitación para pequeños, medianos productores, instituciones públicas y privadas, así como personas naturales.
- ✚ Planificar y proveer logística necesaria para el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Asistente Financiero

- ✚ Planificar los ingresos administrativos y corriente de la empresa.
- ✚ Efectuar el Presupuesto de gasto e inversiones de la empresa.
- ✚ Mantener al día a la empresa del pago de las obligaciones tributarias por ley.
- ✚ Pagar a proveedor.
- ✚ Llevar el rol de pago de los empleados.



- ↓ Ordenar y regular el manejo de los fondos rotativos y el pago de movilizaciones de acuerdo al reglamento respectivo de la empresa.
- ↓ Gestionar recursos adicionales necesarios para la buena marcha de la empresa.
- ↓ Llevar el cumplimiento contable de la empresa.

- ↓ Cumplir con todas las disposiciones estatutarias y legales de la empresa y las Leyes de la República.
- ↓ Llevar a cabo días de Campo, parcelas demostrativas etc.

Facilitadores

- ↓ Prestar Asesoramiento y dar capacitación a los pequeños y medianos productores, personas naturales y jurídicas en el establecimiento de Cultivos no Tradicionales y Gestión Ambiental.
- ↓ Cumplir con todas las disposiciones estatutarias y legales de la empresa y las Leyes de la República.
- ↓ Llevar a cabo días de Campo, parcelas demostrativas etc.
- ↓ Entregar al asistente de asesoría y capacitación el informe de actividades efectuadas, así como los cumplimientos de metas dentro de su área de acción.

Organigrama funcional del plan de negocios



6. RELACIONES COMUNITARIAS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

La empresa Asesora para el establecimiento de cultivos no tradicionales en el cantón Baba y la Parroquia Ricaurte de la provincia de Los Ríos, dentro las relaciones comunitarias se plantea trabajar con todos los sectores inmersos dentro del cantón Baba y la Parroquia Ricaurte sin discriminación de carácter social, religiosa o política.



La empresa garantizará el libre acceso de las mujeres en los diversos procesos productivos emprendidas por la misma procurando la equidad de género, también implementará dentro de sus colaboradores la aplicación de destrezas androgógicas para una correcta Inter. Acción con los adultos y adultas del sector.

Es política de la empresa incorporar en todos sus proyectos paquetes tecnológicos de gestión ambiental.

A fin de garantizar una mejor Inter. Relación entre los colaboradores y los clientes, la empresa impulsará programas de capacitación para adultos a través de la Escuela para Padres, clubes deportivos, espacios recreativos, club ecológicos. Trabajos comunitarios, los mismo que implicarán necesariamente el acceso sin ninguna restricción para los hombres y mujeres, niños y adolescentes que estén inmerso dentro del radio de acción donde opera la empresa.

PLAN COMUNICACIONAL

La comunicación es la práctica que permite que se establezcan relaciones interinstitucionales, interpersonales y contactos con el entorno dentro de la colectividad en la que nos desenvolvemos.

La comunicación es la base de las interrelaciones entre los miembros de la Unión de Organizaciones Montubias y Campesinas de Baba y la empresa asesora para el establecimiento de cultivos no Tradicionales en el cantón Baba y la Parroquia Ricaurte perteneciente al cantón Urdaneta de la provincia de Los Ríos, moradores del sector, recinto, para mantener una adecuada comunicación a fin de alcanzar los objetivos trazados y fortalecer el tejido social en la comunidad.



La UNOMOCAB, entiende y siente al proceso de comunicación como una herramienta alternativa y liberadora del pensamiento críticos de todos los que se encuentran directa e indirectamente relacionados con el accionar de la organización y la empresa; para se plantea incorporar prácticas de comunicación que responda a la realidad del medio en que se desenvuelve la empresa, es importante acotar que dentro de las iniciativas apoyados por PROLOCAL,

Los hombres y mujeres de la organización son personas que se dedican a la agricultura a pesar de no contar como propio el recurso suelo, arrendando pequeñas superficies para producir soya, tomate, pimiento, arroz, maíz, de acuerdo a la experiencia y preferencia que tiene cada productor en cultivar para producir con la ayuda de la familia (esposa e hijos) en algunos casos, para solventar los costos que conlleva esta práctica agrícola.

En base al plan de negocios la organización se ha propuesto fortalecer la capacidad de enrumbar los procesos educativos liberadores y transformadores de la comunicación comunitaria en la Asociación Agropecuaria "Narcisa de Jesús", y la empresa de producción artesanal y comercialización de abono orgánico para su uso en cultivos de la micro región occidental de Los Ríos, tomando en cuenta las potencialidades de cada uno de sus miembros con criterios de confianza, autoestima, respeto a la opinión ajena y participación de todos los actores involucrados en la organización para la consecución de nuevas alternativas de comunicación rural destinadas a la optimización y eficiencia del trabajo.

Para la consecución de lo planteado tenemos que potenciar las capacidades de comunicación interna y externa entre los miembros de la organización y la empresa de producción artesanal y comercialización de abono orgánico para su uso en cultivos de la micro región occidental de Los Ríos, en el proceso educativo liberador



y transformador de la comunicación rural, formándose con ella, comprendiendo críticamente su realidad y adquiriendo instrumentos para mejorar la integración, la autoestima.

Para ello debemos efectuar talleres de capacitación en relaciones humanas y relaciones públicas entre los miembros de la organización y de la empresa (Gerente, colaboradores, clientes, proveedores).

Propiciar conversatorios sobre temas de interés de los miembros de la organización para incentivar el diálogo y la participación.

Para implementar estrategias de comunicación comunitaria, tendientes a la consecución de la confianza, la solidaridad, el diálogo, la participación y conservación del entorno (ambiente) de los miembros de la organización y la empresa de producción artesanal y comercialización de abono orgánico para su uso en cultivos de la micro región occidental de Los Ríos.

Vamos a elaborar murales, hojas volantes, afiches, periódicos murales, elaboración de discursos por parte de los miembros de la organización y de la empresa.

Difundir en material divulgativo las bondades del producto, de la empresa y la organización (ver anexo).



7. PLAN FINANCIERO

Inversión

| Cantidad | Artículo | Costo Unitario | Costo Total | Vida Útil | Proveedor |
|----------|----------------------------|----------------|----------------|-----------|-------------------|
| 1 | Computadora portátil | 1000.00 | 1000.00 | 3 años | Novainser |
| 1 | PC | 600.00 | 600.00 | 3 años | Novainser |
| 1 | Proyector | 1200.00 | 1200.00 | 3 años | Novainser |
| 1 | Impresora | 250.00 | 250.00 | 3 años | Novainser |
| 1 | Equipo Telefax | 120.00 | 120.00 | 3 años | Comercial Delgado |
| 10 | Sillas | 60.00 | 600.00 | 10 años | PIKA |
| 2 | Escritorio Tipo secretaria | 300.00 | 600.00 | 10 años | IMPAL |
| 1 | Escritorio tipo ejecutivo | 400.00 | 400.00 | 10 años | IMPAL |
| 1 | Archivador | 250.00 | 250.00 | 10 años | IMPAL |
| 2 | Silla tipo secretaria | 100.00 | 200.00 | 10 años | IMPAL |
| 1 | Sillón tipo ejecutivo | 150.00 | 150.00 | 10 años | IMPAL |
| 1 | Línea telefónica | 120.00 | 120.00 | - | PACIFICTEL |
| 1 | Gasto trámite legal | 500.00 | 500.00 | - | |
| | | TOTAL | 5990.00 | | |

CAPITAL DE TRABAJO/ POR UN MES

| Cantidad | Actividad | |
|----------|--------------------------------|----------------|
| 3 | Facilitadores | 1050.00 |
| 3 | Movilización | 300.00 |
| 3 | Sueldo personal Administrativo | 1803.83 |
| | TOTAL | 3153.83 |



COSTO FIJO

| Actividad | Pago Mensual (en dólares) | Pago ANUAL (en dólares) |
|------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|
| Remuneraciones | 1803.82 | 21645.84 |
| Servicios básicos | 150.00 | 1800.00 |
| Movilización | 100.00 | 1200.00 |
| Arriendo | 120.00 | 1400.00 |
| Suministros de Oficina | 30.00 | 360.00 |
| Publicidad Radial | 60.00 | 720.00 |
| Publicidad Prensa Escrita | 80.00 | 960.00 |
| TOTAL | 2343.82 | 28085.84 |

COSTOS VARIABLES

| Articulo | Gastos Diarios (en dólares) | Costo al Mes (en dólares) | Costo al Año (en dólares) |
|----------------------|--|--|--|
| Facilitadores | 35,00 | 1050,00 | 12.600,00 |
| Afiches | - | 20.00 | 240.00 |
| Trípticos | - | 10.00 | 120.00 |
| TOTAL | | 1080.00 | 12.960,00 |



COSTO DE MANTENIMIENTO

| Articulo | Costo Mensual | Costo Anual |
|------------------------------------|---------------|----------------|
| Adecuación de Oficina | 70.00 | 840.00 |
| Mantenimiento de Computadoras | 80.00 | 960.00 |
| Mantenimiento de muebles y enseres | 30.00 | 360.00 |
| Mantenimiento de proyector | 70.00 | 840.00 |
| TOTAL | 370.00 | 3000.00 |

COSTO DE PERSONAL

| Personal | Ene ro | Feb ro | Mar zo | Abr il | May o | Jun io | Juli o | Ago sto | Sep . | Oct. | Nov . | Dic. |
|----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Gerente | 848.37 | 848.37 | 848.37 | 848.37 | 848.37 | 848.37 | 848.37 | 848.37 | 848.37 | 848.37 | 848.37 | 848.37 |
| Aux. Financiero y Administrativo | 477.73 | 477.73 | 477.73 | 477.73 | 477.73 | 477.73 | 477.73 | 477.73 | 477.73 | 477.73 | 477.73 | 477.73 |
| Aux. de Planificación y mercado | 477.73 | 477.73 | 477.73 | 477.73 | 477.73 | 477.73 | 477.73 | 477.73 | 477.73 | 477.73 | 477.73 | 477.73 |
| Facilitador 1 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 |
| Facilitador 2 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 |
| Facilitador 3 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 |
| Total Mensual | 2853.82 | 2853.82 | 2853.82 | 2853.82 | 2853.82 | 2853.82 | 2853.82 | 2853.82 | 2853.82 | 2853.82 | 2853.82 | 2853.82 |

Costo Anual = 34245.84



COSTOS ANUALES

| Unidades | Costos Indirectos | Costos Directos | Costo Total |
|------------------------|--------------------------|------------------------|--------------------|
| Facilitadores | | 1050.00 | 12600.00 |
| Movilización | | 300.00 | 3600.00 |
| Movilización Gerente | | 100.00 | 1200.00 |
| Servicios Básicos | 150.00 | | 1800.00 |
| Arriendo | | 120.00 | 1440.00 |
| Suministros de Oficina | 30.00 | | 360.00 |
| Publicidad Radial | 60.00 | | 720.00 |
| Publicidad escrita | 80.00 | | 960.00 |
| Trípticos | 10.00 | | 120.00 |
| Afiches | 20.00 | | 240.00 |
| TOTAL | | | 23040.00 |

FLUJO DE CAJA

| | |
|------------------------------------|----------------|
| Ingresos | 49450.00 |
| Costo de Personal (-) | 21645,84 |
| Costos Fijos (-) | 6440.00 |
| Costos Variables (-) | 12.960,00 |
| Costos de Mantenimiento (-) | 3000.00 |
| Beneficios (Flujo de Caja) | 5404.16 |
| | |



FACTOR DEL VALOR ACTUAL

| año | Capital | Ingreso | Costo de Operación | Flujo antes del impuesto (2+3-4) | Base Imponible | Impuesto 25% | Flujo despues del impuesto | F.V.A 20% | F.D.C |
|-----|---------|----------|--------------------|----------------------------------|----------------|--------------|----------------------------|-----------|----------|
| 0 | 9143.83 | - | | | | | | | -9143.83 |
| 1 | | 49500.00 | 44045.84 | 5454.16 | 5454.16 | 1363.54 | 4090.62 | 0,8333 | 3408.71 |
| 2 | | 49500.00 | 44045.84 | 5454.16 | 5454.16 | 1363.54 | 4090.62 | 0,6944 | 2840.52 |
| 3 | | 49500.00 | 44045.84 | 5454.16 | 5454.16 | 1363.54 | 4090.62 | 0,5787 | 2367.24 |
| 4 | | 49500.00 | 44045.84 | 5454.16 | 5454.16 | 1363.54 | 4090.62 | 0,4823 | 1972.90 |
| 5 | 1527.00 | 49500.00 | 44045.84 | 6981.16 | 6981.16 | 1745.29 | 5235.87 | 0,4019 | 2104.29 |
| | | | | | | | | | 3549 |



Flujo de efectivo

Índices financieros. Tasa Interna de Retorno

$$\frac{3549.00}{X} = \frac{244.99}{20 - X}$$

$$3549(20 - X) = 244.99 X$$

$$70980 - 3549X = 244.99 X$$

$$70980 = \frac{244.99X + 3549 X}{3793.99X}$$

$$70980 = 3.793.99X$$

$$X = \frac{70980}{3.793.99}$$

$$X = 18.7$$

$$\text{TIR} = 20 + 18.7$$

| |
|-------------------|
| TIR = 38.7 |
|-------------------|



8. PLAN DE IMPLANTACION cronograma de actividades

COMPONENTES

Componente 1. OFICINA INSTALADA

- 1.1. Alquiler de local
- 1.2. Contratación del personal
- 1.3. Cotización de Mobiliario de oficina
- 1.4. Compra del Mobiliario

Componente 2.- PUBLICIDAD

- 1.1 Elaboración de afiches y trípticos.
- 1.2 Publicidad radial
- 1.3 Publicidad prensa escrita

Componente 3.- TRABAJO DE ASESORIA DE CAMPO

- 1.1 Contratación de profesionales (asesoria personalizada)
- 1.2 Visitas a organizaciones campesinas y productores independientes
- 1.3 Realización de parcelas demostrativas con organizaciones campesinas
- 1.4 Establecimiento de alianzas estratégicas

1.5 Monitoreo de las asesoría especializada a las organizaciones campesinas y productores independientes del cantón Baba y la parroquia Ricaurte.

9. EVALUACION DE LA IDEA DEL NEGOCIO (FODA)

Para evaluar la idea del plan de negocio se utilizo la metodología del FODA

Fortalezas.

- Profesionales altamente capacitados en el medio
- No presencia de competidores directos en el área de influencia de la empresa
- Cultivos con porcentajes de rendimientos muy altos.
- Poco espacio para la producción
- Asistencia personaliza, oportuna, eficiente y eficaz
- Conocimiento del entrona natural

Debilidades

- Desconocimientos de las potencialidades de los cultivos no tradicionales en los agricultores
- Falta de capital para cubrir todo el segmento de mercado existente en el cantón Baba y la parroquia de Ricaurte
- Presencia de zonas baja e inundables en el cantón Baba y la parroquia Ricaurte.

Oportunidades

- Financiamiento de Prolocal
- Canales de distribución a nivel de Micro Región
- Aumento de la demanda de los cultivos no tradicionales en los mercados internacionales.
- Establecimientos de alianzas estratégicas con empresas, fundaciones de reconocidos prestigio en esta área.



Amenazas

- La cultura de los productores (tradiciones, hábitos, costumbres)
- La competencia nacional e internacional
- La inestabilidad económica
- La inestabilidad política

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- En el cantón Baba y la parroquia Ricaurte, los suelos son de formación aluviales y tienen un microclima adecuado para la producción de cultivos como los no tradicionales.
- La explotación de los cultivos no tradicionales en la zona baja del cantón Los Ríos, es aun incipiente, por lo que la presencia de competidores es relativamente baja, lo que favorece para el posicionamiento de nuestra empresa.
- El segmento de mercado que la empresa tendrá será de 60 organizaciones de base y 45 productores independientes y pequeños finqueros.
- En el cantón Baba y la parroquia Ricaurte existen 148 organizaciones campesinas y 405 productores independientes, por lo que es un segmento de mercado considerable que puede la empresa posesionarse en el mismo.
- La rentabilidad del proyecto se ve reflejado en el Valor actual neto (VAN), el cual es de \$ 3.549 Por su parte, la tasa interna de retorno (TIR) es de 38.7%, mayor a la tasa de interés que un inversionista podría pagar sin perder dinero, determinándose así la viabilidad del presente plan de negocios.



Recomendaciones

- Invertir en el proyecto puesto que se ha demostrado su viabilidad financiera.
- Brindar una asesoría de alta calidad, personalizada, oportuna y eficaz a todos los clientes.
- Establecer alianzas estratégicas con instituciones públicas o privadas para mejorar el servicios a nuestros clientes.
- Establecer como políticas de la empresa, el respeto a las biodiversidad cultural, asegurar la equidad de género como pilar fundamental para el desarrollo de la misma y el entorno local en que se encuentra.
-



11. ANEXOS

Plan comunicacional

| ACTIVIDADES | MATERIALES | UNIDAD DE MEDIDA | DE | VALOR UNITARIO \$ | CANTIDAD | TOTAL \$ |
|--|------------------------|------------------|----|-------------------|----------|----------------|
| 1.1.- Realizar talleres de realidad de la organización para fortalecer la autoestima y las relaciones interpersonales mediante una adecuada comunicación entre los colaboradores de la empresa y socios de la organización | Pizarra | unidad | | 120,00 | 1 | 120,00 |
| | Marcadores | docenas | | 20,00 | 3 | 60,00 |
| | Papelógrafos | cientos | | 50,00 | 2 | 100,00 |
| 1.2.- Establecimiento de estrategias de comunicación comunitarias, logotipos, mensaje central de la empresa y línea gráfica de la misma mediante la participación activa de todos los colaboradores de la empresa. | cartelera | Unidad | | 80,00 | 1 | 80,00 |
| | Marcadores | Docenas | | 20,00 | 3 | 60,00 |
| | Papelógrafos | Cientos | | 50,00 | 2 | 100,00 |
| | Guías | docenas | | 60,00 | 4 | 240,00 |
| 1.3.-Elaborar murales, hojas volantes, afiches, periódicos murales, del radio de acción de la empresa. | Marcadores | Docena | | 20,00 | 3 | 60,00 |
| | Papelógrafos | Ciento | | 50,00 | 2 | 100,00 |
| | Periódicos | Publicación | | 200,00 | 6 | 1200,00 |
| | Revistas | Publicación | | 50,00 | 4 | 200,00 |
| | Papel A-4 | Millar | | 5,00 | 1 | 5,00 |
| | Cinta maskin | Docena | | 10,00 | 5 | 50,00 |
| | Goma | docena | | 10,00 | 5 | 50,00 |
| 2.1.-Efectuar talleres de capacitación en relaciones humanas y relaciones públicas entre los miembros de la organización y de la empresa. | Papalografo | Ciento | | 50,00 | 1 | 50,00 |
| | Material didáctico | Docena | | 25,00 | 2 | 50,00 |
| | Marcadores | Docena | | 20,00 | 5 | 100,00 |
| | Carpeta de apunte | docena | | 2,00 | 5 | 10,00 |
| | | | | | | |
| 2.2.-Difundir el material divulgativo de la organización y la empresa. | Hojas volantes | millar | | 50,00 | 2 | 100,00 |
| | Afiches | Millar | | 250,00 | 2 | 500,00 |
| | Pegables | Ciento | | 100,00 | 2 | 200,00 |
| | Espacios publicitarios | Unidad | | | | |
| TOTAL | | | | 1130 | | 2260,00 |

Punto de equilibrio

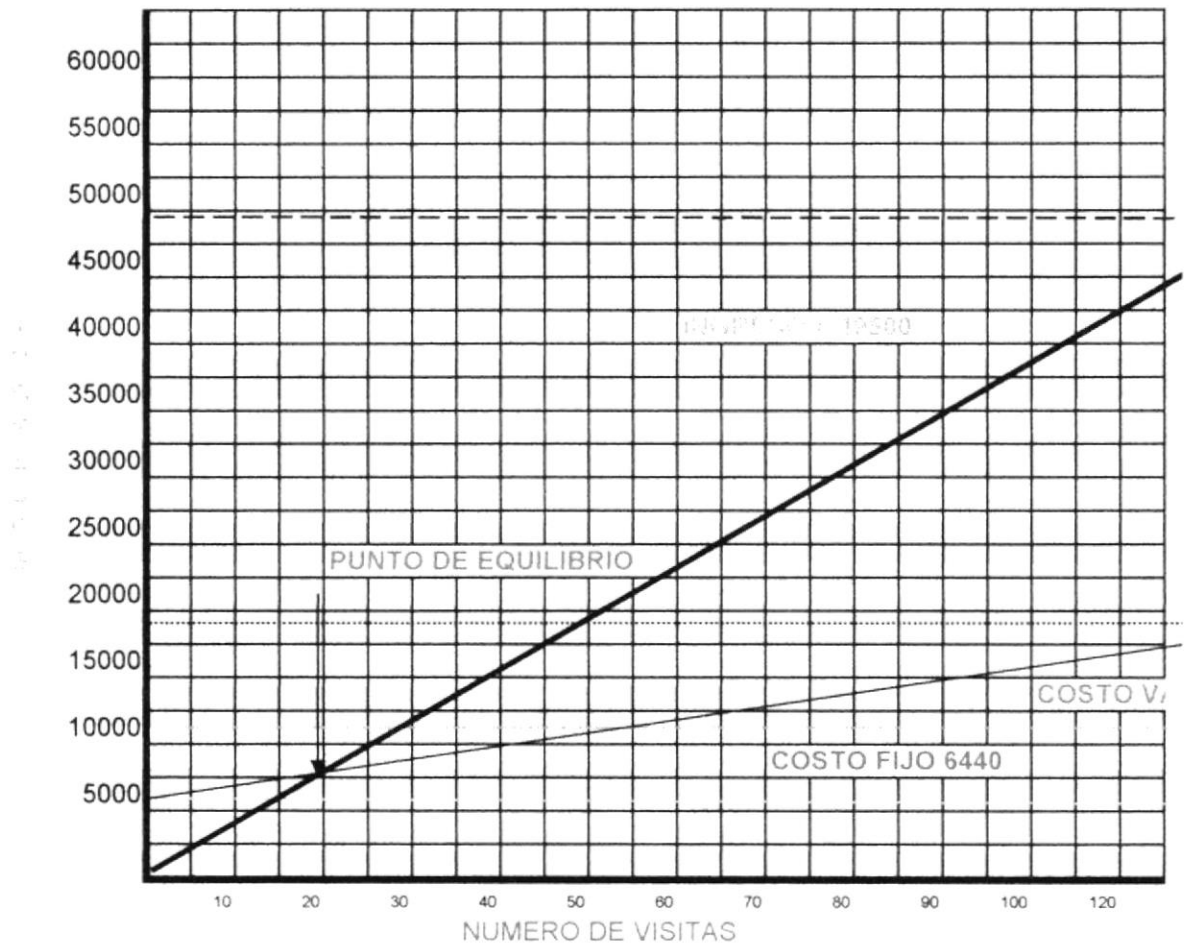
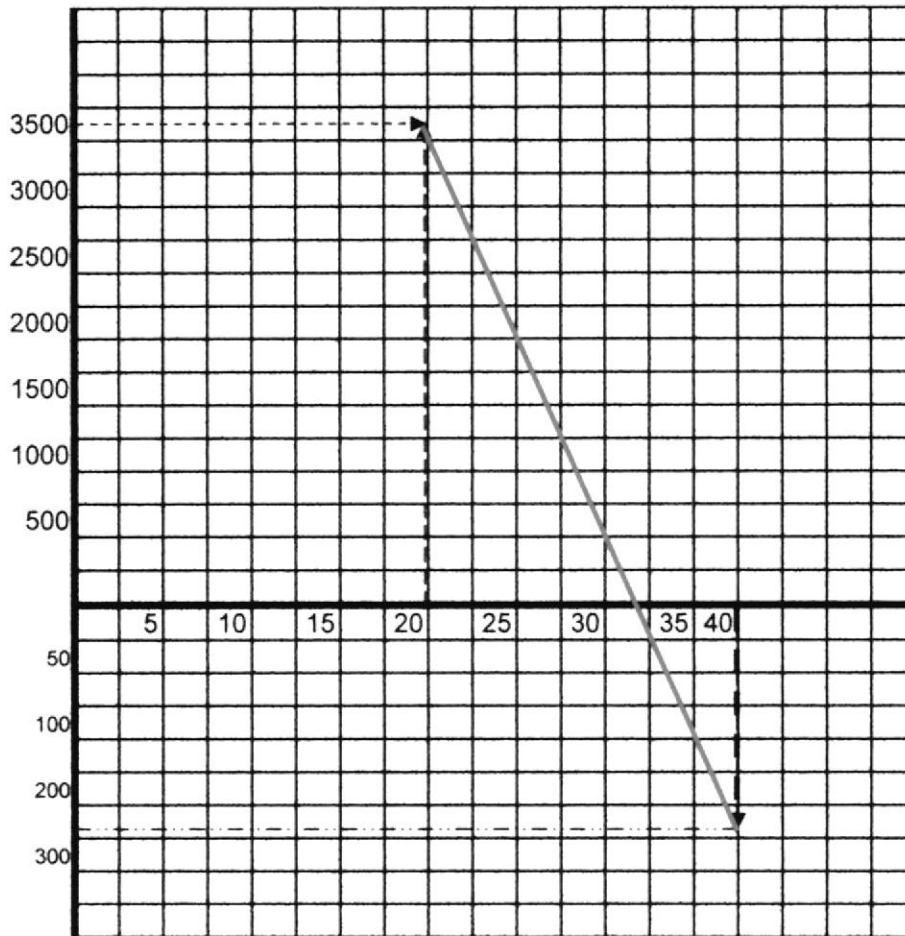


GRAFICO DEL VAN





12. BIBLIOGRAFÍA

1. CARDONA V. FABIO LEÓN. 2001. Principios éticos y valores. Guía para la convivencia, la democracia y la productividad. Secretaría de Desarrollo Comunitario. Bello, Colombia.
2. CORDES. (2005). Estudio del comportamiento de mercado de los cultivos alternativos.
3. GUAYASAMÍN ESHELA. (2005). Plan de Desarrollo Local Participativo del cantón Baba
4. INTERNET. 2006. Femsa.
5. JENS HARDINGS. 2003. Confianza, Transparencia y Seguridad.
6. MICROSOFT CORPORATION. 2002. Biblioteca de Consulta Encarta.
7. MONOGRAFÍAS. COM. 2000. Ramirez Woolrich Beatriz.
8. MAZACÓN CPONTRERAS ANTONIO. (2005). Plan de Desarrollo Local participativo parroquia Ricaurte
9. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO. CENTRO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO. Maestría género, equidad y desarrollo sostenible. Pág. 89. Ambato, Ecuador.
10. WWW. GESTIOPOLIS. COM. Tomás Jiménez. código de ética del administrador de empresas.