



UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA
FACULTAD DE CIENCIAS Y SISTEMAS

T.Mon
659
L864
2008

TESINA PARA OPTAR AL TITULO DE
INGENIERO DE SISTEMAS

PLAN ESTRATEGICO DE PUBLICIDAD Y PROMOCION PARA EL
PERIODO 2008 EN LA EMPRESA ENSALADA'S

PRESENTADO POR:

Br. Ericka María López Madrigal, No. Carné 2002- 10304

Br. Heylin Elisa Valenzuela Zamora, No. Carné 2001-21820

Br. Karla Vanessa Valverde Aguirre, No. Carné 2002-10410

Tutor

Mba. Gonzalo Zúñiga Morales

MANAGUA NICARAGUA MAYO 2008

Managua, 13 de Mayo 2008

Msc. Carlos Sánchez Hernández
Decano F.C.S
Su despacho

Reciba fraternos saludos de mi parte.

Por este medio deseo comunicarle en calidad de tutor del tema de tesina: **“Plan estratégico de Publicidad y Promoción en la empresa Ensalada’s para el periodo del año 2008”** que el mismo cumple con la normativa para la elaboración de trabajos de tesina.

Por lo cual he autorizado a los(a) bachilleres: Karla Valverde Aguirre, Ericka López Madrigal y Heylin Valenzuela Zamora, la entrega del documento a la instancia correspondiente.

Esta de mas destacar, el gran sentido de responsabilidad mostrado por las bachilleres, a lo largo del trabajo, el cual, como indico al inicio cumple con los requisitos necesarios para que opten al título de Ingenieros de Sistemas.

Sin mas que agregar y deseándole éxito en sus labores académicas y administrativas, me despido.

Atentamente,

Mba. Gonzalo Zúñiga Morales
Tutor de Tesina

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme permitido llegar a la culminación de la tesina, por las bendiciones y sabiduría brindadas durante toda la carrera, por darme la oportunidad de formarme como ser humano con valores y ser profesional que aporte al desarrollo del país.

A mis padres Evaristo López Calero y Teresa Madrigal Rivera por estar siempre a mi lado, y llevarme de la mano en este camino difícil, por todo el amor infinito que me han brindado por todo su apoyo afectivo y económico, por su paciencia esfuerzo y sacrificio.

A mis hermanas Fátima y Gaby por su cariño y darme ese espíritu alentador de apoyo en esos días difíciles de trabajos y desvelos.

A Lic. Virginia Castillo Zapata por el apoyo en el desarrollo de la tesina, el tiempo y la paciencia brindada.

Al tutor Msc. Gonzalo Zúñiga, por la ayuda, el apoyo y la paciencia en el proceso de este trabajo aportando sus conocimientos y experiencia en el tema.

A los profesores que me transmitieron sus conocimientos en el desarrollo del aprendizaje y me alentaron a seguir adelante.

Ericka Maria López Madrigal.

AGRADECIMIENTO

Ahora que veo culminada una de mis más grandes metas, quiero agradecer principalmente a Jehová, por ayudarme, levantarme y sostenerme en los momentos difíciles y darme fuerzas para seguir adelante siempre.

Agradezco a mi padre Sr. Orlando Valverde y a mi madre Sra. Piedad Aguirre por haberme inculcado con sus sabios consejos el hábito del estudio, por dedicarme sus vidas, su constancia y su apoyo incondicional, también a mis hermanos Orlando y Meylan Valverde, a mi novio por su apoyo y comprensión.

Con mucho cariño agradezco a mi tutor Lic. Gonzalo Zúñiga, a quien respeto, admiro y considero un gran ser humano “gracias por apoyarnos y guiarnos por el camino del aprendizaje y por dedicarnos tanto tiempo”.

A Lic. Virginia Castillo Zapata por su apoyo, dedicación y tiempo empleado en este trabajo.

Karla Vanessa Valverde Aguirre.

AGRADECIMIENTO

Deseo agradecer principalmente a Dios Todopoderoso por iluminar mi camino durante el transcurso de mis estudios. Así mismo deseo agradecer de manera muy especial a mis padres, Socorro Zamora, Ramón Valenzuela, por su esfuerzo, dedicación, amor y comprensión, de la misma manera a mis hermanos: Merari Valenzuela Zamora, Henry Valenzuela Zamora, José Ramón Valenzuela Zamora, a mi abuelito Domingo Zamora, por el apoyo incondicional brindado durante todo este recorrido.

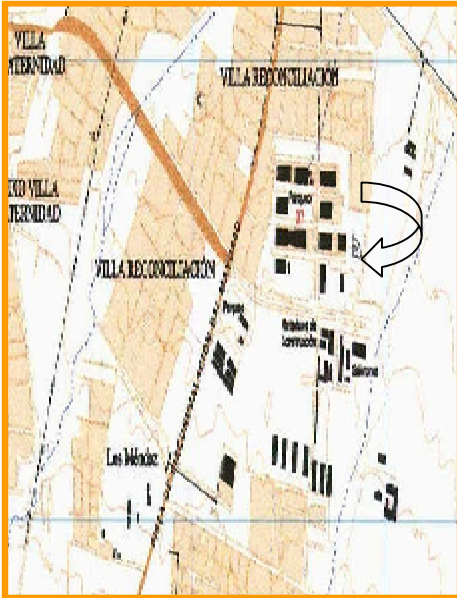
Deseo hacer una mención muy especial a mi esposo René Antón por su apoyo y dedicación a cada consulta, por sus palabras de aliento y esperanza en los momentos difíciles. Al mismo tiempo agradezco por el tiempo y dedicación esmerada al apoya brindado por Lic. Virginia Castillo Zapata para la realización de esta tesis.

De igual manera agradezco a todas aquellas personas, que de una u otra manera contribuyeron a la culminación de mis estudios.

Agradezco con mucho cariño a mi tutor Mba. Gonzalo Zúñiga Morales por compartir sus conocimientos en la elaboración de esta tesis.

Gracias.

Heylin Elisa Valenzuela Zamora



UBICACION GEOGRAFICA

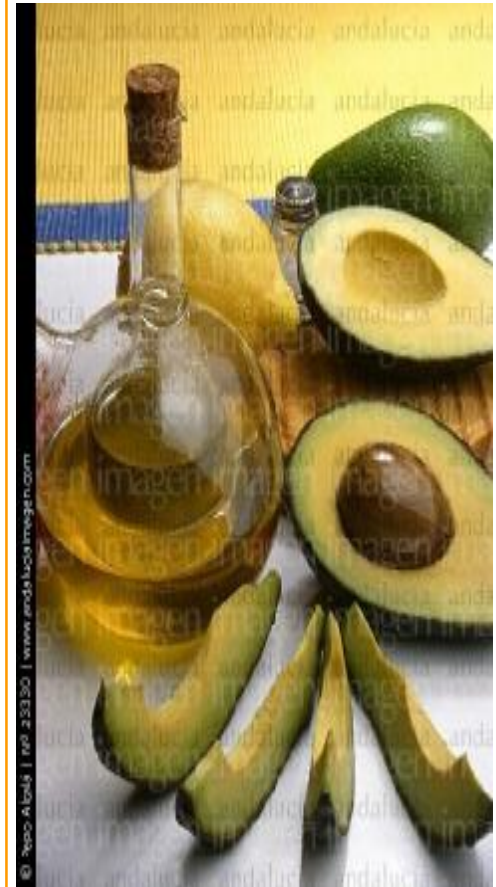
Dirección

Phone: 505-2-33-45-89

Fax: 505-2-33-45-89

E-mail:

ensalada's@yahoo.com



Mercado Mayoreo
Módulo No. 13



Es una empresa que tiene 3 años de estar presente en el mercado nacional, iniciando sus operaciones desde julio del año 2004, fue fundada por el Lic. Carlos Vindell dueño y Gerente Propietario, quien trabaja dicho negocio junto a sus familiares. Su giro de operaciones es la comercialización al por mayor de frutas y hortalizas a domicilio.

La empresa comenzó distribuyendo dichos productos, en zonas geográficas cercanas a la ubicación de sus instalaciones, como son el hotel la Mercedes

Y los comedores populares ubicados en el Mercado el Mayoreo.

Al inicio de sus operaciones contaba con un vendedor y un ayudante, quienes promocionaban las ventas y tomaban los pedidos, actualmente la empresa con dos vendedores.

Ensalada's obtiene sus utilidades al comercializar productos perecederos como hortalizas, frutas y algunos tipos de granos básicos provenientes de productores de otros departamentos del país y que llegan al mercado el Mayoreo ofrecer sus productos.



Mi visión

“Somos una empresa competitiva con capacidades empresariales en el sector de la comercialización de productos perecederos y granos básicos, abocada a incrementar la calidad del servicio de abastecimiento de alimentos, por medio de la prestación del servicio con personal calificado en el ramo, dirigido al segmento de restaurantes, hoteles, comedores y otros”.

Vi visión

“Ser la segunda empresa más importante en comercialización de frutas, hortalizas y granos básicos de la ciudad de Managua, brindando un servicio de abastecimiento rápido y de calidad a nuestros clientes”.

Promociones

La empresa fomenta promociones para fidelizar a los Clientes actuales, brindando un trato preferencial a los mismos.

Formato No 1: Análisis de la Empresa

El objetivo de esta entrevista es conocer el entorno de la empresa tanto interno como externo, por el gerente general, para la realización de un análisis.

1. ¿Qué tipo de productos comercializa?
2. ¿Quiénes son sus principales clientes?
3. ¿Quiénes son sus proveedores? ¿Con qué frecuencia y cuanto los abastecen?
4. ¿Está la empresa constituida legalmente?
5. ¿Cuál es la forma de pago que se les brinda a los clientes de la empresa?
6. ¿Qué tipo de empaque utiliza para las frutas, hortalizas y granos básicos?
7. ¿Qué efectos considera usted que tiene sobre la empresa el incremento de la competencia?
8. ¿Qué acciones ha tomado para reducir dicho efecto?
9. ¿Qué resultado ha obtenido de dichas acciones?
10. ¿Realiza la empresa estudios de mercado?
11. ¿Cuenta la empresa con una estrategia eficaz para la publicidad y la promoción?
12. ¿Qué resultado ha obtenido de la publicidad? ¿Ha captado más clientes? ¿Las ventas han aumentado?
13. ¿Cómo está definida la estructura organizacional de la empresa y cuáles son las funciones?

Formato No 2: Análisis de la Competencia

Con esta entrevista se desea conocer el entorno de las empresas que comercializan frutas, hortalizas y granos básicos a hoteles, comedores, restaurantes y bares de Managua.

Nombre de la empresa:

1. ¿Cuáles son sus principales clientes?
2. ¿Cuáles son las condiciones de pago a los clientes?
3. ¿Cuáles son sus proveedores? ¿Cada cuanto los abastece?
4. ¿Forma de pago a los proveedores?
5. ¿Cuántos trabajadores y medios de comercialización poseen?
6. ¿Qué opina de la publicidad? ¿es una estrategia útil o es un gasto?
7. ¿De qué forma la ha implementado en la empresa? (Si la respuesta es positiva pasa a la 8)
8. ¿Qué resultado ha obtenido de la publicidad? ¿ha captado más clientes? ¿Las ventas han aumentado?
9. ¿Qué tipo de promociones utilizan para incentivar a los clientes?
10. ¿Cuánto tiempo tiene de comercializar frutas y hortalizas?
11. ¿Además de frutas y hortalizas que otros productos ofrece?

Formato No 3: Encuestas de Demanda de comercialización de frutas y hortalizas

Buenos días (tardes), soy representante de una empresa comercializadora de frutas y hortalizas, estamos realizando un estudio para conocer las necesidades y preferencias de restaurantes, hoteles y comedores del Municipio de Managua.

1. ¿Realizan pedidos a empresas que distribuyen frutas y hortalizas?

Si: _____ No: _____

2. ¿Qué empresa les distribuye frutas y hortalizas?

Venegas: _____ Hortifrutas: _____ Ensalada´s: _____ Cándida: _____ Otra: _____

¿Cuál?: _____

3. ¿Qué frutas y hortalizas son las que más solicitan?

CANTIDAD / PRODUCTO						
Menos de 50 unid.						
50 a 100 unid						
101 a 200 unid.						
Mayores de 201 uni						

4. La empresa le distribuye granos básicos.(Si la respuesta es afirmativa pasa a la preg.5).

Si _____ No _____

5. ¿Qué tipos de granos básicos le distribuye?

Arroz _____

Azúcar _____

Aceite _____

Frijoles _____

Otros _____

6. ¿Cuál es la frecuencia de compra de las frutas y hortalizas por pedido?

Formatos de Recopilación de información y memoria de cálculo

FRECUENCIA / PRODUCTO						
Diario						
2 o 3 veces por semana						
Semanal						

7. ¿Cuál es el precio que paga por los productos que mas compra?

PRODUCTO	PRECIO

8. ¿Considera que el precio de esos productos es apropiado?

Si ____ No ____

9. ¿Ha visto o escuchado publicidad referente a empresas que comercializan frutas y hortalizas?

A. Si ____ B. No ____

Si su respuesta fue afirmativa, especifique, ¿en qué medio?

MEDIO\FRECUENCIA	SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	EVENTUAL
Radio				
Volantes				
Brochures				
A través de otras personas				
Páginas Amarillas				

10. ¿Ha sido beneficiado por alguna promoción al comprar productos perecederos?

A. Si ____ B. No ____

11. Si su respuesta anterior fue afirmativa, ¿Qué promociones le han brindado?

Descuentos___

Bonos___

Rifas___

Paquetes por temporadas___

Otras___

12. ¿Cómo calificaría el servicio que se le está brindando?

Pésima ___

Mala ___

Regular ___

Buena ___

Excelente ___

13. ¿Estaría dispuesto a cambiar de empresa por otra que le ofrezca mejores beneficios?

A) Si___ B) No___

Datos generales:

Lugar:

Memoria de cálculo de la determinación del tamaño de la muestra

Se utilizó una muestra probabilística, debido a una población finita, donde se utilizó un muestro aleatorio simple.

Se determinó el número de encuestas a utilizar con el siguiente procedimiento, la ecuación es la siguiente:

$$N = \frac{(Z)^2 N(P)(Q)}{(e)^2 (N-1) + (Z)^2 (P)(Q)} = 73 \text{ encuestas.}$$

Tamaño Muestra:

N: población o universo.

Z: intervalo de confianza.

P: grado de aceptación.

Q: grado de no aceptación.

E: margen de error.

n: muestra.

N: 1454

Z: 95%= 1.96

P: 95%

Q: 5%

E: 5%

Lista de hoteles, restaurantes y comedores encuestados del área urbana de Managua

A. Hoteles

1. Hotel Ritzo
2. Hotel Ticomo
3. Hotel Mansión Teodolinda
4. Hotel Confort
5. Hotel Estrella
6. Hotel Las Mercedes
7. Hotel Las Colinas
8. Hotel Colon
9. Hotel Guanacaste
10. Hotel Casa Vivaldi
11. Hotel Austria
12. Hotel Bello Horizonte
13. Hotel Casa del Sol
14. Hotel Clay
15. Hotel El Almendro
16. Hotel La Palmera
17. Hotel Jury Jen

B. Restaurantes

1. Restaurante Asados Criollos.
2. Restaurante Campestre El Bosque.
3. Restaurante El Guapinol.
4. Restaurante Mi Viejo Ranchito.
5. Restaurante El Pollo Asado a la leña.
6. Restaurante Esquina Brasileira.
7. Restaurante Full House.
8. Restaurante Wok.
9. Restaurante Mr.Lee Delivery (Metrocentro).
10. Restaurante Santa Fe.
11. Restaurante Hary's Grill&Bar.
12. Restaurante La Plancha.
13. Restaurante Las Brasas.
14. Restaurante Maria Bonita.
15. Restaurante La Hora del Taco.
16. Restaurante El Chalecito.
17. Restaurante Los Girasoles.
18. Restaurante La Sazón.
19. Restaurante Mediterráneo.
20. Restaurante Chop Suey Internacional(Colonia Centroamérica).
21. Restaurante Marea Alta (Metrocentro).

C. Comedores

1. Bar y Comedor su Rinconcito Peruano
2. Comedor Cristhofer Viva Miguel Gutiérrez
3. Comedor Island Taste
4. Comedor El popular René
5. Bar River Beer
6. Comedor El Ranchito
7. Comedor Edylin
8. Comedor El Arroyito
9. Comedor Gloria
10. Comedor Trébol
11. Comedor El Zepolazo
12. Comedor Zoila Gaitán
13. Comedor David
14. Comedor Doña Cris
15. Comedor El Bambo
16. Comedor Guadalupe
17. Comedor Jenny
18. Comedor Elena
19. Comedor Los Asados
20. Comedor Mi Solleil
21. Comedor Popular Javier
22. Comedor Tere
23. Comedor Yoli
24. Comedor Casera
25. Comida rápida Silvio
26. Comida rápida María Valentín
27. Comedor Callejas

- 28. Comedor El Buen Samaritano
- 29. Comedor Doña Carmen
- 30. Comedor Buffet Azucena
- 31. Comedor Ninfas
- 32. Comedor Doña Julia
- 33. Comedor Asados Lacayo
- 34. Comedor Reyes
- 35. Comedor Rosita

Anexo2

Aspectos Financieros

Cuadro No. 1`
PROYECCION DE INGRESOS PERIODO 2008-2009
 (En cordobas)

Productos	2008						2009						INGRESOS TOTALES
	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Enero	Feb.	Marzo	Abril	Mayo	Junio	
Hortalizas													
Tomate	26,448.51	25,991.05	27,860.90	38,990.45	36,678.62	50,877.21	38,093.12	34,507.29	40,880.91	55,996.96	41,087.88	46,757.80	464,170.71
Chiltoma	16,294.17	18,049.34	24,034.93	21,244.80	24,197.70	28,553.54	21,162.84	24,262.94	23,352.67	41,997.72	19,973.28	23,844.15	286,968.08
Cebolla	37,783.59	34,654.73	41,856.75	41,589.81	43,470.95	96,908.98	39,503.98	41,696.31	38,096.91	74,662.61	45,653.20	52,728.53	588,606.36
Lechuga	6,612.13	7,701.05	6,278.51	8,397.94	7,335.72	14,536.35	12,697.71	14,018.59	12,088.44	17,919.03	22,141.80	20,471.08	150,198.35
Repollo	18,419.50	14,599.91	19,129.84	16,462.63	18,543.08	40,494.11	17,424.08	21,027.88	22,858.14	26,691.88	20,772.21	22,177.00	258,600.27
Apio	5,667.54	9,626.31	11,772.21	12,796.87	8,965.88	12,459.73	8,465.14	9,058.16	6,593.70	14,335.22	11,413.30	9,305.04	120,459.09
Perejil	1,574.32	1,925.26	2,616.05	2,999.27	1,698.08	3,461.03	3,527.14	1,437.80	1,465.27	4,853.07	6,847.98	8,529.62	40,934.89
Zanahoria	28,337.69	35,296.49	31,065.56	29,992.65	33,112.64	60,568.11	37,034.98	34,147.84	35,715.85	70,929.48	38,995.44	44,586.63	479,783.36
Remolacha	3,463.50	2,647.24	3,597.06	3,299.19	3,922.57	3,807.14	2,909.89	2,372.38	3,223.58	2,053.22	1,673.95	2,132.40	35,102.13
Pipian	944.59	-	-	1,499.63	1,324.51	2,076.62	846.51	1,078.35	769.26	1,455.92	1,027.20	1,279.44	12,302.04
Ayote	3,148.63	4,813.16	4,905.09	7,331.54	8,830.04	12,113.62	10,228.71	9,345.72	8,058.96	10,079.45	11,032.86	13,182.13	103,069.91
Chayote	472.29	561.53	981.02	833.13	1,018.85	1,903.57	1,763.57	1,617.53	1,465.27	2,333.21	2,853.33	3,101.68	18,904.97
Chilote	1,133.51	770.11	941.78	719.82	855.83	1,661.30	1,269.77	970.52	1,054.99	1,343.93	1,415.25	1,674.91	13,811.71
Papa	15,743.16	12,835.09	15,532.78	19,995.10	14,603.52	34,610.35	17,282.99	16,534.74	17,400.03	14,932.52	16,739.51	24,231.86	220,441.66
Quequisque	1,967.90	2,085.70	1,635.03	1,749.57	2,377.32	3,461.03	2,204.46	2,336.43	2,289.48	3,266.49	3,233.77	4,846.37	31,453.55
Yuca	11,335.08	9,626.31	10,791.19	14,396.47	12,226.21	16,612.97	15,660.50	14,018.59	13,187.39	10,527.43	11,185.03	11,863.92	151,431.10
Platano	15,743.16	19,733.94	21,173.63	19,745.16	23,603.37	38,157.91	18,517.49	17,523.23	16,484.24	18,665.65	17,119.95	14,442.19	240,909.93
Coliflor	-	6,417.54	5,232.09	-	6,113.10	10,383.10	-	5,032.31	4,395.80	-	8,369.75	10,080.46	56,024.16
Brocoli	1,574.32	2,246.14	2,616.05	1,666.26	2,716.93	4,153.24	3,174.43	4,313.41	3,296.85	2,613.19	3,043.55	3,101.68	34,516.04
Aguacate	-	26,953.68	34,335.62	31,992.16	26,490.11	36,340.87	27,511.70	30,193.88	28,572.68	-	-	-	242,390.70
Sub total Ingresos Hortalizas	196,663.59	236,534.58	266,356.11	275,702.47	278,085.04	473,140.78	279,279.00	285,493.89	281,250.42	374,656.99	284,579.23	318,336.90	3,550,079.01

Fuente: Elaboración propia

Anexo2

Aspectos Financieros

Cuadro No. 2
PROYECCION DE INGRESOS PERIODO 2008-2009
(En cordobas)

Productos	2008						2009						INGRESOS TOTALES
	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Enero	Feb.	Marzo	Abril	Mayo	Junio	
Frutas													
Papaya	9,445.90	11,551.58	-	-	12,226.21	18,689.59	10,581.42	14,018.59	21,978.99	33,598.18	-	-	132,090.44
Melon	-	-	-	-	-	-	7,407.00	8,986.27	10,989.49	9,332.83	7,608.87	-	44,324.45
Piña	2,833.77	4,813.16	3,433.56	4,498.90	5,603.68	7,787.33	7,407.00	7,009.29	7,692.64	6,719.64	7,418.65	8,141.91	73,359.51
Bananos	1,290.94	1,443.95	1,357.07	1,832.88	1,613.18	2,076.62	1,410.86	988.49	1,373.69	1,493.25	1,388.62	1,550.84	17,820.39
Pitahaya	11,020.21	8,021.93	12,426.22	-	-	-	-	-	-	-	13,695.96	16,283.81	61,448.14
Granadilla	-	-	6,540.12	8,664.54	-	-	9,170.57	8,626.82	10,256.86	11,199.39	13,695.96	-	68,154.26
Calala	4,722.95	5,775.79	3,924.07	4,498.90	3,973.52	6,749.02	4,232.57	4,205.58	3,296.85	5,319.71	5,135.99	4,070.95	55,905.88
Naranja dulce	7,871.58	7,299.95	8,175.15	5,915.22	7,641.38	12,113.62	9,258.74	8,087.65	6,410.54	8,026.23	9,701.31	8,801.01	99,302.38
Naranja agria	3,778.36	5,775.79	3,924.07	4,798.82	4,482.94	10,383.10	6,348.85	4,313.41	3,956.22	4,255.77	3,743.56	3,628.96	59,389.87
Limon	4,722.95	2,406.58	2,125.54	2,499.39	3,396.17	7,787.33	5,290.71	4,493.14	4,212.64	5,226.38	3,519.10	3,877.10	49,557.02
Guayaba	314.86	641.75	817.51	499.88	713.20	1,072.92	775.97	826.74	915.79	1,306.60	1,179.37	969.27	10,033.87
Melocoton	251.89	282.37	418.57	493.21	570.56	622.99	451.47	488.85	424.93	477.84	395.66	434.23	5,312.58
Mandarina	-	-	-	-	-	1,384.41	846.51	1,294.02	1,758.32	4,181.11	2,282.66	-	11,747.04
Sub total ingresos Frutas	46,253.41	48,012.85	43,141.89	33,701.75	40,220.82	68,666.93	63,181.67	63,338.84	73,266.95	91,136.92	69,765.70	47,758.09	688,445.82
Granos basicos													
Arroz	44,080.86	41,467.20	39,618.02	33,197.00	41,145.88	52,181.76	44,631.90	40,645.60	44,380.64	50,253.68	39,946.55	32,358.86	503,907.95
Azucar	21,313.82	19,005.80	24,902.76	26,788.31	28,736.81	36,607.10	29,845.04	28,894.32	24,796.80	23,691.02	25,753.09	22,964.35	313,299.22
Frijol	45,412.97	37,024.29	41,504.59	48,065.15	50,942.52	41,931.77	52,907.11	41,475.11	46,494.01	51,689.50	43,897.31	55,919.68	557,264.01
Aceite	10,656.91	13,575.57	13,281.47	15,791.00	18,391.56	16,985.69	13,728.72	12,774.33	16,117.92	15,794.01	18,027.16	16,403.11	181,527.46
Sub total ingresos G. Basicos y otros	121,464.55	111,072.86	119,306.84	123,841.46	139,216.77	147,706.32	141,112.76	123,789.36	131,789.38	141,428.22	127,624.11	127,646.00	1,555,998.64

Fuente: Elaboración propia

Anexo2

Aspectos Financieros

Cuadro No.3

PRECIOS PROYECTADOS DE LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA DURANTE EL PERIODO 2008-2
(EN CORDOBAS)

Productos	2008						2009					
	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Hortalizas												
Tomate	6.85	6.98	7.11	7.25	7.39	7.53	7.67	7.82	7.97	8.12	8.28	8.43
Chiltoma	8.56	8.73	8.89	9.06	9.24	9.41	9.59	9.77	9.96	10.15	10.35	10.54
Cebolla	9.13	9.31	9.49	9.67	9.85	10.04	10.23	10.43	10.63	10.83	11.04	11.25
Lechuga	6.85	6.98	7.11	7.25	7.39	7.53	7.67	7.82	7.97	8.12	8.28	8.43
Repollo	14.84	15.12	15.41	15.71	16.01	16.31	16.63	16.94	17.27	17.60	17.93	18.27
Apio	13.70	13.96	14.23	14.50	14.78	15.06	15.35	15.64	15.94	16.24	16.55	16.87
Perejil	11.42	11.63	11.86	12.08	12.31	12.55	12.79	13.03	13.28	13.54	13.79	14.06
Zanahoria	5.71	5.82	5.93	6.04	6.16	6.27	6.39	6.52	6.64	6.77	6.90	7.03
Remolacha	6.28	6.40	6.52	6.65	6.77	6.90	7.03	7.17	7.30	7.44	7.59	7.73
Pipian	3.42	3.49	3.56	3.62	3.69	3.76	3.84	3.91	3.98	4.06	4.14	4.22
Ayote	11.42	11.63	11.86	12.08	12.31	12.55	12.79	13.03	13.28	13.54	13.79	14.06
Chayote	2.85	2.91	2.96	3.02	3.08	3.14	3.20	3.26	3.32	3.38	3.45	3.51
Chilote	0.68	0.70	0.71	0.72	0.74	0.75	0.77	0.78	0.80	0.81	0.83	0.84
Papa	5.71	5.82	5.93	6.04	6.16	6.27	6.39	6.52	6.64	6.77	6.90	7.03
Quequisque	2.85	2.91	2.96	3.02	3.08	3.14	3.20	3.26	3.32	3.38	3.45	3.51
Yuca	6.85	6.98	7.11	7.25	7.39	7.53	7.67	7.82	7.97	8.12	8.28	8.43
Platano	2.85	2.91	2.96	3.02	3.08	3.14	3.20	3.26	3.32	3.38	3.45	3.51
Coliflor	22.83	23.27	23.71	24.17	24.63	25.10	25.58	26.07	26.56	27.07	27.59	28.11
Brocoli	11.42	11.63	11.86	12.08	12.31	12.55	12.79	13.03	13.28	13.54	13.79	14.06
Aguacate	34.25	34.90	35.57	36.25	36.94	37.65	38.37	39.10	39.84	40.61	41.38	42.17
Frutas												
Papaya	34.25	34.90	35.57	36.25	36.94	37.65	38.37	39.10	39.84	40.61	41.38	42.17
Melon	11.42	11.63	11.86	12.08	12.31	12.55	12.79	13.03	13.28	13.54	13.79	14.06
Piña	3.42	3.49	3.56	3.62	3.69	3.76	3.84	3.91	3.98	4.06	4.14	4.22
Bananos	0.57	0.58	0.59	0.60	0.62	0.63	0.64	0.65	0.66	0.68	0.69	0.70
Pitahaya	11.42	11.63	11.86	12.08	12.31	12.55	12.79	13.03	13.28	13.54	13.79	14.06
Granadilla	22.83	23.27	23.71	24.17	24.63	25.10	25.58	26.07	26.56	27.07	27.59	28.11
Calala	1.71	1.75	1.78	1.81	1.85	1.88	1.92	1.95	1.99	2.03	2.07	2.11
Naranja dulce	0.57	0.58	0.59	0.60	0.62	0.63	0.64	0.65	0.66	0.68	0.69	0.70
Naranja agria	1.37	1.40	1.42	1.45	1.48	1.51	1.53	1.56	1.59	1.62	1.66	1.69
Limon	0.57	0.58	0.59	0.60	0.62	0.63	0.64	0.65	0.66	0.68	0.69	0.70
Guayaba	1.14	1.16	1.19	1.21	1.23	1.25	1.28	1.30	1.33	1.35	1.38	1.41
Melocoton	0.46	0.47	0.47	0.48	0.49	0.50	0.51	0.52	0.53	0.54	0.55	0.56
Mandarina	0.91	0.93	0.95	0.97	0.99	1.00	1.02	1.04	1.06	1.08	1.10	1.12
Granos basicos												
Arroz	7.99	8.14	8.30	8.46	8.62	8.78	8.95	9.12	9.30	9.47	9.66	9.84
Azucar	6.28	6.40	6.52	6.65	6.77	6.90	7.03	7.17	7.30	7.44	7.59	7.73
Frijol	17.12	17.45	17.78	18.12	18.47	18.82	19.18	19.55	19.92	20.30	20.69	21.09
Aceite	25.12	25.60	26.08	26.58	27.09	27.61	28.13	28.67	29.22	29.78	30.35	30.93

Fuente: Elaboración propia

Anexo2

Aspectos Financieros

Cuadro No.4

VENTAS ANUAL PROYECTADAS HORTALIZAS DURANTE EL PERIODO (JULIO 2008-JUNIO 2009)
(Unidades)

Productos	Año 2008						Año 2009						VENTAS TOTALES	
	Julio	Agosto	Sept.	Octubre	Nov.	Dic.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	UNIDADES	%
Tomate	3,861	3,723	3,916	5,378	4,965	6,757	4,965	4,413	5,130	6,895	4,965	5,544	60,512	13%
Chiltoma	1,903	2,069	2,703	2,344	2,620	3,034	2,206	2,482	2,344	4,137	1,931	2,262	30,035	7%
Cebolla	4,137	3,723	4,413	4,303	4,413	9,653	3,861	3,999	3,585	6,895	4,137	4,689	57,809	13%
Lechuga	965	1,103	883	1,158	993	1,931	1,655	1,793	1,517	2,206	2,675	2,427	19,306	4%
Repollo	1,241	965	1,241	1,048	1,158	2,482	1,048	1,241	1,324	1,517	1,158	1,214	15,638	3%
Apio	414	690	827	883	607	827	552	579	414	883	690	552	7,916	2%
Perejil	138	165	221	248	138	276	276	110	110	359	496	607	3,144	1%
Zanahoria	4,965	6,068	5,240	4,965	5,378	9,653	5,792	5,240	5,378	10,481	5,654	6,344	75,157	16%
Remolacha	552	414	552	496	579	552	414	331	441	276	221	276	5,102	1%
Pipian	276	-	-	414	359	552	221	276	193	359	248	303	3,199	1%
Ayote	276	414	414	607	717	965	800	717	607	745	800	938	7,998	2%
Chayote	165	193	331	276	331	607	552	496	441	690	827	883	5,792	1%
Chilote	1,655	1,103	1,324	993	1,158	2,206	1,655	1,241	1,324	1,655	1,710	1,986	18,010	4%
Papa	2,758	2,206	2,620	3,310	2,372	5,516	2,703	2,537	2,620	2,206	2,427	3,448	34,724	8%
Quequisque	690	717	552	579	772	1,103	690	717	690	965	938	1,379	9,791	2%
Yuca	1,655	1,379	1,517	1,986	1,655	2,206	2,041	1,793	1,655	1,296	1,351	1,407	19,941	4%
Platano	5,516	6,785	7,143	6,537	7,667	12,163	5,792	5,378	4,965	5,516	4,965	4,110	76,536	17%
Coliflor	-	276	221	-	248	414	-	193	165	-	303	359	2,179	0%
Brocoli	138	193	221	138	221	331	248	331	248	193	221	221	2,703	1%
Aguacate	-	772	965	883	717	965	717	772	717	-	-	-	6,509	1%
Ventas Totales													462,003	100%

Fuente: Elaboración propia

Cuadro No.5

VENTAS ANUAL PROYECTADAS DE FRUTAS DURANTE EL PERIODO (JULIO 2008-JUNIO 2009)
(Unidades)

Productos	Año 2008						Año 2009						VENTAS TOTALES	
	Julio	Agosto	Sept.	Octubre	Nov.	Dic.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	UNIDADES	%
Papaya	276	331	0	0	331	496	276	359	552	827	0	0	3,448	1%
Melon	0	0	0	0	0	0	579	690	827	690	552	0	3,337	1%
Piña	827	1379	965	1241	1517	2069	1931	1793	1931	1655	1793	1931	19,031	5%
Bananos	2262	2482	2289	3034	2620	3310	2206	1517	2069	2206	2013	2206	28,215	7%
Pitahaya	965	690	1048	0	0	0	0	0	0	0	993	1158	4,854	1%
Granadilla	0	0	276	359	0	0	359	331	386	414	496	0	2,620	1%
Calala	2758	3310	2206	2482	2151	3585	2206	2151	1655	2620	2482	1931	29,539	7%
Naranja dulce	13790	12549	13790	9791	12411	19306	14480	12411	9653	11860	14066	12522	156,630	40%
Naranja agria	2758	4137	2758	3310	3034	6895	4137	2758	2482	2620	2262	2151	39,302	10%
Limon	8274	4137	3585	4137	5516	12411	8274	6895	6344	7723	5102	5516	77,915	20%
Guayaba	276	552	690	414	579	855	607	634	690	965	855	690	7,805	2%
Melocoton	552	607	883	1020	1158	1241	883	938	800	883	717	772	10,453	3%
Mandarina	0	0	0	0	0	1379	827	1241	1655	3861	2069	0	11,032	3%
Ventas Totales													394,183	100%

Fuente: Elaboración propia

Cuadro No.6

**VENTAS ANUAL PROYECTADAS GRANOS BASICOS Y OTROS DURANTE EL PERIODO (JULIO 2008-JUNIO 2009)
(UNIDADES)**

Productos	Año 2008						Año 2009						VENTAS TOTALES	
	Julio	Agosto	Sept.	Octubre	Nov.	Dic.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	UNIDADES	%
Arroz	5,516	5,092	4,774	3,925	4,774	5,940	4,986	4,455	4,774	5,304	4,137	3,288	56,965	41%
Azucar	3,395	2,970	3,819	4,031	4,243	5,304	4,243	4,031	3,395	3,182	3,395	2,970	44,978	33%
Frijol	2,652	2,122	2,334	2,652	2,758	2,228	2,758	2,122	2,334	2,546	2,122	2,652	29,278	21%
Aceite	424	530	509	594	679	615	488	446	552	530	594	530	6,492	5%
Ventas Totales												137,712	100%	

Fuente: Elaboración propia