



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO QUE SE DEDIQUE A LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS, EN LA PARROQUIA DE IMBAYA, DEL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS.

Autor: ACOSTA M. Marcos André

Director: Ing. MENA Alexandra

Ibarra, octubre del 2012

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto denominado Estudio de Factibilidad Para La Creación De Un Centro De Acopio dedicado a comercialización de productos agrícolas, en la parroquia de Imbaya, del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, tiene como objeto determinar la aceptabilidad de la nueva unidad económica, a través del análisis del sector así como de las zonas involucradas en este estudio, entre ellos agricultores, comerciantes, las familias y la población económicamente activa. Además por medio del sustento de la base teórico–científica se definieron los términos relacionados a la producción agrícola, así como las técnicas para la comercialización y distribución de los productos. A través del estudio de mercado se determinó el nivel de oferentes y demandantes, competencia, productos sustitutos, precios de venta, y los mecanismos necesarios para la comercialización y distribución. El centro de acopio contará con equipo tanto material como humano acorde a los requerimientos de la misma, que permite satisfacer las necesidades de la posible demanda potencial y al mismo tiempo generar utilidad. En función a varios factores se seleccionó la alternativa más óptima de localización del proyecto, misma que se concentró en el centro de la parroquia de Imbaya. El centro de acopio será constituido como Sociedad Anónima conformada por 15 miembros accionistas y el financiamiento de la misma se realizará con capital propio en un 40% y con la ayuda del Banco Nacional de Fomento el 60% restante. Los impactos en su gran mayoría de aspecto positivo, son beneficios para la unidad económica; se recalca que el proyecto cumple con todos los aspectos legales y con la normativa adecuada que garantiza el correcto funcionamiento de la misma. Con lo expuesto anteriormente y de acuerdo a los resultados presentados en la evaluación financiera con un VAN de 27.798,88 un TIR del 17.59%, mayor a la tasa del Costo de Oportunidad y un Costo–Beneficio de 1,06 dólares, nos indica que probabilísticamente es factible el proyecto, siempre y cuando los escenarios no tengan cambios significativos.

EXECUTIVE SUMMARY

This research called, "Study of Feasibility to Create a Distribution Centre oriented to trade agricultural products in the Parish of Imbaya, Antonio Ante, and province of Imbabura", attempts to determine the acceptability of a distribution center as a new economic unit. This will be done through the analysis of the area as well as the zones involved in it among farmers, traders, families and labor force. Besides, by means of the theoretical foundation, there were defined terms related to agricultural production, as well as the techniques for the marketing and distribution of the products. Through a market research, it was determined the level of suppliers and demanders, competitors, substitute products, retail prices and the mechanisms to market and distribute the products. The distribution center will have material resources as well as human resources according to its requirements. This will allow satisfying the needs of the potential demanders and generating profit. On the basis of several factors, the Centre of the parish of Imbaya has been selected as optimal alternative to place the project. The distribution Centre will be constituted as public limited company formed by 15 stockholder members. The financing of the Centre will be done with owner's equity in a 40 percent and the remaining 60 per cent will be the help of "Banco Nacional de Fomento". The impacts, positive in its majority, are benefits for the economic unit. It is also highlighted that the project fulfills all the legal requirements and adequate regulations, which in turn guarantees the appropriate functioning of it.

As stated above, and according to the results presented in the financial evaluation, with an NPV of 27.798,88 and an IRR of 17.59%, which is higher than the rate of opportunity and a benefit costs of 1.06 American dollars if there are not meaningful changes in the scenarios the project is probabilistically feasible.

AUTORÍA

Yo, Marcos André Acosta Martínez, portador de la cédula de identidad N°100333919-7, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi exclusiva responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado de calificación profesional, y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

.....

Marcos André Acosta Martínez
C.I. 1003339197

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por el Egresado Marcos André Acosta Martínez, para optar por el título de Ingeniería en Economía Mención Finanzas , cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO QUE SE DEDIQUE A LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS, EN LA PARROQUIA DE IMBAYA, DEL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador.

En la ciudad de Ibarra en el mes de octubre del 2012.

Ing. Alexandra Mena V.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Marcos André Acosta Martínez, con cédula de ciudadanía Nro.100333319-7, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO QUE SE DEDIQUE A LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS, EN LA PARROQUIA DE IMBAYA, DEL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Firma:

Nombre: Marcos André Acosta Martínez

Cédula: 100333919-7

Ibarra, en el mes de octubre del 2012



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100333919-7		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Acosta Martínez Marcos André		
DIRECCIÓN:	Imbaya calle Antonio Ante frente a la Plazoleta		
EMAIL:	ozzo_andre@yahoo.com		
TELÉFONO FIJO:	2540-003	TELÉFONO MÓVIL:	094200008
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO QUE SE DEDIQUE A LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS, EN LA PARROQUIA DE IMBAYA, DEL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA"		
AUTOR (ES):	Marcos André Acosta Martínez		
FECHA: AAAAMMDD	2012-06-22.		
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO		
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Economía Mención Finanzas		
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Alexandra Mena V		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Marcos André Acosta Martínez, con cédula de ciudadanía Nro.100333919-7, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, en el mes de octubre del 2012

EL AUTOR:

Firma.....

Nombre: Marcos Acosta Martínez

CC: 100333919-7

ACEPTACIÓN:

Firma.....

Nombre: Lic. Ximena Vallejos

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mis padres y hermanos que con infinito amor, paciencia y esfuerzo me han apoyado durante mi formación personal como profesional, gracias a mi padre ya que en los momentos más difíciles de mi vida él siempre estuvo allí brindándome todo su apoyo y me dio las suficientes fuerzas para seguir luchando, y gracias también a toda mi familia ya que sin ellos no hubiese alcanzado esta meta.

Marcos Acosta M.

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la fortaleza espiritual durante mi vida estudiantil. A mi padre por apoyarme siempre en los momentos más difíciles de mi vida y a la Universidad Técnica del Norte por abrirme las puertas del saber y la enseñanza.

Marcos Acosta M.

PRESENTACIÓN

El proyecto que se realizó, es de mucha importancia a nivel socioeconómico, ya que ayudará a dinamizar la economía del sector de la parroquia de Imbaya , creando fuentes de empleo tanto en mano de obra calificada como no calificada, de esta manera se beneficiará a los posibles consumidores con precios accesibles y productos de buena calidad, ya que el proyecto tiene mayor incidencia en lo que tiene que ver con la competitividad y la comercialización de productos agrícolas, ayudando de esta manera que se vuelva un sector mucho más comercial dinamizando la economía.

En primer lugar se realizó un diagnóstico situacional el cual permitió determinar la situación del entorno en donde se ubicó el proyecto, se verificó la situación socio-económica, mediante una investigación de campo tomando en cuenta información primaria que permitió establecer con exactitud la realidad del sector, para esto se tuvo que utilizar diferentes técnicas para la recolección de datos como son las encuestas y las entrevistas.

En el segundo capítulo que trata del marco teórico, los conceptos fundamentales a ser aplicados en los capítulos posteriores, se describe lo que es un centro de acopio y sus posibles teorías mercadológicas que se pondrán en práctica. Adicionalmente a esto se encuentra un contenido completo en lo referente a la comercialización cuáles son los canales de comercialización.

Estas las bases teóricas van a respaldar el presente estudio a través de una investigación bibliográfica y documentada, de fuentes secundarias como son libros, revistas, periódicos e Internet.

Además se realizó un estudio de mercado, el cual ayudó a determinar el nivel de aceptación de los productos en el mercado que van a ser comercializados, este estudio tomó en cuenta algunas variables que son producto, comercialización, oferta, canales de distribución, oferta y demanda, esto se llevó cabo con la aplicación de encuestas, entrevistas a las familias de la parroquia de Imbaya y a los comerciantes de los distintos mercados de la ciudad de Ibarra.

Se determinó la estructura organizacional o el orgánico funcional con la que va a contar el centro de acopio, que se conformó por los accionistas, un administrador que domine aspectos contables y tributarios, y el departamento de ventas.

Para determinar la viabilidad del proyecto se realizó el respectivo estudio Financiero, con el fin de conocer el tiempo de recuperación de la inversión, como el Valor Actual Neto, la Tasa Interna De Retorno, el Beneficio Costo y el Punto De Equilibrio económico financiero, indicadores que demostraron ser factible el proyecto que se llevó a cabo.

Finalmente se estableció cuáles fueron los posibles impactos que tuvo el proyecto a nivel económico, social, cultural, ambiental y ético.

Objetivos.

Objetivo General.

- Realizar un Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Acopio que se dedique a la Comercialización de Productos Agrícolas, en la Parroquia de Imbaya, del Cantón Antonio ante, Provincia de Imbabura.

Objetivo Específico.

- Realizar un diagnóstico situacional de cómo se encuentra actualmente la comercialización de productos agrícolas en el Cantón Antonio Ante, en la Parroquia de Imbaya.
- Realizar el marco teórico para sustentar las bases teóricas aplicadas al proyecto.
- Realizar un estudio de mercado donde se pueda determinar los niveles de producción, oferta y demanda, el precio, la comercialización y la publicidad.
- Realizar un estudio técnico para determinar el tamaño, y la localización del proyecto.
- Elaborar un estudio económico financiero para determinar la factibilidad del estudio del proyecto.
- Establecer la estructura organizacional que identifique las funciones y las políticas del centro de acopio de productos agrícolas.
- Determinar los impactos sociales, económicos y ambientales que generará el proyecto mediante una investigación de campo.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	ii
EXECUTIVE SUMMARY	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN.....	xi
Objetivos.....	xii
Objetivo General.....	xii
Objetivo Específico.....	xiii
ÍNDICE.....	xiv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxiv
ÍNDICE DE MAPAS	xxv
DIAGNOSTICO SITUACIONAL.....	27
Antecedentes del Diagnóstico.....	27
Ubicación Geográfica.....	30
Objetivos.....	31
Objetivo General.....	31
Objetivo Específico.....	31
Variables Diagnosticas.....	31
Variables.....	31
Indicadores.....	32
Matriz de Relación Diagnóstica.....	33
Metodología de la Investigación.....	34
Metodología de la Investigación.....	34
Método Inductivo.....	34

Método Deductivo.....	34
Método Analítico– Sintético.	35
Método Sintético.	35
Técnicas e Instrumentos.....	35
Información Primaria.....	35
Información Secundaria.	37
Instrumentos.	37
Mecánica Operativa.	37
Identificación de la Población.....	37
Cálculo de la Muestra.	38
Fórmula de cálculo.....	39
Tabulación y Análisis de la Información.....	40
Encuesta Dirigida a Agricultores del Sector Imbaya	40
Matriz AOR.....	53
CAPITULO II.....	55
MARCO TEÓRICO.	55
Empresa.	55
Concepto de Empresa.	55
Importancia de la Empresa.	56
Características de la Empresa.....	57
Clasificación de la Empresa.....	58
Según su Función Económica.	61
La Microempresa.	61
Definición de Microempresa.....	61
Importancia de la Microempresa.....	62
Clasificación de la Microempresa.	62
Objetivos de la Microempresa.....	63
Características de la Microempresa.....	64
Ventajas y Desventajas de la Microempresa.	65
Ventajas de la Microempresa.....	65
Desventajas de la Microempresa.....	65
Niveles Estructurales y Funcionales de la Microempresa.....	66

Nivel Ejecutivo.	66
Nivel Operativo.	66
Centro de Acopio.	67
Definición de Centro de Acopio.....	67
¿Qué son los Centros de Acopio?	68
Características del Centro de Acopio.....	69
Función del Centro de Acopio.....	69
Beneficiarios de los Centros de Acopio.	70
Comercialización de Productos Agrícolas.....	70
Definición de Productos Agrícolas.	70
Tipos de Productos Agrícolas.	71
Tomate Riñón.	71
Brócoli.....	72
Pimiento.....	73
Col.....	75
Coliflor.....	76
Lechuga... ..	78
Clasificación de los Productos Agrícolas.	79
Oferta de Productos Agrícolas.	80
Definición de la oferta.	80
Demanda de Productos Agrícolas.	80
Definición de la Demanda.....	80
Consumo de Productos Agrícolas.....	81
Definición de Consumo.....	81
Canales de Distribución.....	81
Definición de Canales de Distribución.	81
Tipos de Canales de Distribución.	82
Funciones de los Canales de Distribución.	84
Estrategias de Distribución.	85
Definición del TIR.....	86
Definición del VAN.....	87
CAPÍTULO III.....	89

ESTUDIO DE MERCADO.....	89
Planteamiento del Problema de Investigación	89
Objetivos del Estudio de Mercado	89
Centro de Acopio.	90
Servicios Sustitutivos.	91
Segmento de Mercado.....	92
Niveles Socioeconómico y Posición Geográfica.	92
Segmento de Mercado (Población Total).....	93
Segmento de Mercado Comerciantes de Mercados de la Ciudad de Ibarra.	
93	
Cálculo de la Muestra.	93
Tabulación y Análisis de las Encuestas Dirigidas a Comerciantes	96
Segmento de Mercado Agricultores de la Parroquia Imbaya.....	101
Cálculo de la Muestra.	101
Tabulación y Análisis de las Encuestas Dirigidas Agricultores de la	
Parroquia Imbaya.....	103
Mercado Meta.	108
Análisis de la Demanda.	108
Demanda Actual de los Productos.....	108
Proyección de la Demanda.....	109
Análisis de la Oferta.....	110
Oferta Actual del Producto.....	111
Proyección de la (Producción).	112
Demanda Insatisfecha.	113
Cantidad Proyectada del Proyecto.....	113
Determinación del Precio de los Productos.	114
Comercialización de los Productos.	115
Comercialización.....	115
Logotipo del Centro de Acopio.....	116
Diseños que Intervienen en el Logotipo del Centro de Acopio.	116
Promoción y Publicidad.	118
CAPÍTULO IV.....	119

ESTUDIO TÉCNICO.....	119
Tamaño del Proyecto.....	119
Mercado.....	119
Disponibilidad de Recursos Financieros.....	119
Disponibilidad de Mano de Obra.....	120
Disponibilidad de Mercadería	120
Capacidad de Carga.....	120
Localización del Proyecto.....	121
Macro Localización	121
Mapa de Macro Localización.....	121
Micro Localización.....	122
Medios de Transporte.....	122
Disponibilidad de Mano de Obra.....	123
Cercanía de Abastecimiento a Mercadería.....	123
Infraestructura.....	123
Cercanía al Mercado.....	123
Ambiente... ..	123
Planos de la Micro localización	124
Ingeniería del Proyecto.....	125
Procesos.....	125
Flujograma del Proceso Interno del Centro de Acopio.....	125
Proceso de Abastecimiento de la Mercadería.....	125
Tecnología.....	128
Maquinaria y Equipo	128
Obras Civiles.....	131
Diseños de Instalaciones de la Planta.....	131
PLANO DE LA INSTALACIÓN Y DISEÑO DEL CENTRO DE ACOPIO.....	132
Presupuesto Técnico.....	133
Inversión Fija.....	133
Terreno.....	133
Infraestructura Física.....	133
Construcción de las Instalaciones y de la Planta.....	133

Maquinaria y Equipos de Operación.....	134
Muebles y Equipos de Oficina.....	135
Equipos de Computación.....	135
Resumen de la Inversión Fija.....	136
Inversión Diferida.....	136
Capital de Trabajo.....	136
Inversión del Proyecto.....	137
Financiamiento.....	137
Talento Humano.....	137
CAPÍTULO V.....	139
EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO.....	139
Determinación de Ingresos Proyectados.....	139
Determinación de Egresos.....	140
Costos de Operación.....	140
Mercadería.....	140
Mano de Obra.....	141
Costos Indirectos de Operación.....	142
Gastos Administrativos.....	142
Sueldos al Personal Administrativos.....	142
Suministros y Materiales de Oficina.....	143
Gastos Generales de Administración.....	143
Gastos de Ventas.....	144
Sueldo al Personal de Ventas.....	144
Gasto Publicidad.....	144
Movilización y Transporte.....	145
Tabla de Amortización.....	145
Depreciación de Activos Fijos.....	146
Resumen de los Egresos Proyectados.....	147
Balance General.....	147
Estado de Pérdidas y Ganancias.....	148
Evaluación Financiera.....	148
Flujo de Caja.....	148

Costo de Oportunidad.....	149
Valor Actual Neto.....	149
Cálculo de la Tasa Interna de Retorno.....	150
Relación Beneficio Costo.....	151
Relación Ingresos Egresos.....	151
Punto de Equilibrio.....	152
Periodo de Recuperación de la Inversión.....	153
CAPÍTULO VI.....	155
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	155
Aspecto Legal de la Microempresa.....	155
Registro Único de Contribuyentes RUC.....	155
Patente Municipal.....	156
Certificado de Salud.....	156
Permiso de Bomberos.....	156
Organización de la Microempresa.....	157
La Empresa.....	157
Misión.....	157
Visión.....	157
Políticas.....	158
Valores Corporativos.....	159
Reglamentos.....	160
Objetivos.....	161
Objetivo General.....	161
Objetivos Específicos.....	161
Organización Estructural.....	162
Orgánico Funcional.....	163
Funciones y Descripción del Puesto.....	163
Junta General de Accionistas.....	163
Directorio.....	163
Gerente.....	164
Contador y Auxiliar.....	165
Bodeguero.....	166

Jefe de Producción.	166
Obreros de Producción.	167
Vendedor.	167
Secretaria.	168
CAPÍTULO VII.....	169
ESTUDIO DE IMPACTOS.	169
Impacto Educativo.	169
Impacto Social.	169
Fuentes de Trabajo.....	169
Impacto Económico.	170
Rentabilidad del Proyecto.	170
Ingresos Empresa.....	170
Impacto Ambiental	171
Impacto General del Proyecto.....	172
CONCLUSIONES:	173
RECOMENDACIONES:.....	175
BIBLIOGRAFÍA.	177
LINCOGRAFÍA.....	179
TABLA DE ANEXOS.....	179

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Matriz de Relación Diagnóstica.....	33
Cuadro 2 Productos Agrícolas	40
Cuadro 3 Lugar Destinado para la Comercialización	41
Cuadro 4 Localidad Cuenta con Servicios Básicos.....	42
Cuadro 5 Condición del Lugar	43
Cuadro 6 Formar Parte del Centro de Acopio.....	44
Cuadro 7 Productos Agrícolas con Mayor Demanda	45
Cuadro 8 Problemas de Comercialización	46

Cuadro 9 Centro de Acopio Dinamiza la Economía.....	47
Cuadro 10 centro de Acopio Genera Mayor Rentabilidad.....	48
Cuadro 11 Mano de Obra Adecuada	49
Cuadro 12 Tratamiento de Desechos	50
Cuadro 13 Características	91
Cuadro 14 Segmentación de Mercado	92
Cuadro 15 Comerciantes de Mercados	93
Cuadro 16 Proveniencia de Productos Agrícolas.....	96
Cuadro 17 Precios de Productos	97
Cuadro 18 Disponibilidad de Compra	98
Cuadro 19 Calidad de los Productos Agrícolas Transportados	99
Cuadro 20 Promedio de Compra de Productos Agrícolas	100
Cuadro 21 Venta de Productos Agrícolas	104
Cuadro 22 Lugares de Comercialización de Productos	105
Cuadro 23 Pago por Producto	106
Cuadro 24 Agricultores Dispuestos Formar Parte de Centro Acopio	107
Cuadro 25 Demanda Actual de Productos Agrícolas.....	108
Cuadro 26 Demanda Actual.....	109
Cuadro 27 Proyección de la Demanda	110
Cuadro 28 Producción Anual de la Parroquia Imbaya año 2011	111
Cuadro 29 28 Proyección de la Producción con 2.7% de Crecimiento..	112
Cuadro 30 Cantidad Proyectada del Proyecto	113
Cuadro 31 Precio Promedio 2011.....	114
Cuadro 32 Proyección del Precio de los Productos	115
Cuadro 33 Edificio.....	133
Cuadro 34 Maquinaria y Equipo de Operación	134
Cuadro 35 Muebles y Equipos de Oficina	135
Cuadro 36 Equipos de Computación	135
Cuadro 37 Inversión Fija.....	136
Cuadro 38 Inversión Diferida	136
Cuadro 39 Inversión Total del Proyecto.....	137
Cuadro 40 Financiamiento del Proyecto	137

Cuadro 41 Talento Humano.....	137
Cuadro 42 Precio de Venta de Mercadería.....	139
Cuadro 43 Precio de la Mercadería	140
Cuadro 44 Costo de Ventas.....	141
Cuadro 45 Proyección del Salario Básico Unificado Personal	141
Cuadro 46 Proyección Total del Salario Básico Unificado Personal	141
Cuadro 47 Costos Indirectos de Operación	142
Cuadro 48 Otros Costos Indirectos de Operación	142
Cuadro 49 Proyección Sueldo Personal Administrativo	142
Cuadro 50 Proyección Total Sueldo Personal Administrativo	143
Cuadro 51 Suministros y Materiales de Oficina	143
Cuadro 52 Gastos Generales de Administración	143
Cuadro 53 Proyección del Salario Básico Unificado Personal de Ventas	144
Cuadro 54 Proyección Total del Salario Básico Unificado Personal de Ventas.....	144
Cuadro 55 Gasto Publicidad	144
Cuadro 56 Movilización y Transporte.....	145
Cuadro 57 Tabla de Amortización del Préstamo.....	145
Cuadro 58 Resumen de Egresos Proyectos	147
Cuadro 59 Balance General.....	147
Cuadro 60 Estado de Pérdidas y Ganancias	148
Cuadro 61 Flujo de Caja	148
Cuadro 62 Costo de Oportunidad	149
Cuadro 63 Calor Actual Neto	149
Cuadro 64 VAN Tasa Inferior.....	150
Cuadro 65 VAN Tasa Superior	150
Cuadro 66 Relación beneficio Costo.....	151
Cuadro 67 Relación Ingresos Egresos	152
Cuadro 68 Punto de Equilibrio en Dólares	152
Cuadro 69 Punto de Equilibrio en Unidades	153
Cuadro 70 Periodo de recuperación de la Inversión	153

Cuadro 71 Impacto Educativo.....	169
Cuadro 72 Impacto Social.....	170
Cuadro 73 Impacto Económico.....	171
Cuadro 74 Impacto Ambiental.....	171
Cuadro 75 Impacto Social.....	172

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Productos Agrícolas	40
Gráfico 2 Lugar Destinado para la Comercialización	41
Gráfico 3 Localidad Cuenta con Servicios Básicos.....	42
Gráfico 4 Condición del Lugar.....	43
Gráfico 5 Formar Parte del Centro de Acopio	44
Gráfico 6 Productos Agrícolas con Mayor Demanda	45
Gráfico 7 Problemas de Comercialización	46
Gráfico 8 Centro de Acopio Dinamiza la Economía	47
Gráfico 9 Centro de Acopio Genera Mayor Rentabilidad	48
Gráfico 10 Mano de Obra Adecuada	49
Gráfico 11 Tratamiento de Desechos	50
Gráfico 12 Proveniencia de Productos Agrícolas.....	96
Gráfico 13 Precios de Productos	97
Gráfico 14 Disponibilidad de Compra	98
Gráfico 15 Calidad de los Productos Agrícolas Transportados.....	99
Gráfico 16 Promedio de Compra de Productos Agrícolas	100
Gráfico 17 Producción Agrícola de la Parroquia Imbaya	103
Gráfico 18 Precio Promedio de los Productos Agrícolas	103
Gráfico 19 Venta de Productos Agrícolas	104
Gráfico 20 Lugares de Comercialización de Productos	105
Gráfico 21 Pago por Producto.....	106
Gráfico 22 Agricultores Dispuestos Formar Parte de Centro Acopio	107
Gráfico 23 Logotipo.....	116

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 1 Imbaya	29
Mapa 2 Provincia de Imbabura	121
Mapa 3 Parroquia Imbaya.....	122
Mapa 4 Plano Microlocalización.....	124

CAPÍTULO I

1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL.

1.1. Antecedentes del Diagnóstico.

El sector agropecuario del Ecuador enfrenta nuevos y más complejos desafíos. El proceso de globalización de la economía impone a cada país la necesidad de la especialización en aquellas producciones que le permitan una inserción estable al comercio mundial.

El sector agropecuario tradicionalmente ha estado ligado al comercio exterior, sin embargo, el contexto actual y futuro está caracterizado por condiciones de mayor competencia internacional. En Ecuador, tanto el proceso de apertura al comercio mundial y la voluntad manifestada por las autoridades económicas y políticas de participar en los foros multilaterales de negociación, como el interés de afirmar un modelo de desarrollo económico sustentado en equilibrios macroeconómicos y la aplicación de una política económica orientada por la desregulación y modernización del Estado en sus funciones y procedimiento, hacen imperativo actualizar no sólo las medidas con las que participa en la economía, sino también, y de manera preferente, la formación de los profesionales para que puedan encarar los nuevos desafíos.

Durante las tres últimas décadas el agro ecuatoriano ha experimentado significativos procesos de transformación en sus estructuras productivas y en sus características demográficas, ecológicas, sociales y culturales.

Al mismo tiempo ha sido el escenario de agudos conflictos especialmente relacionados con la lucha por la tierra y con las demandas territoriales de las nacionalidades amazónicas y el espacio en el que se han construido identidades colectivas diversas y en el que han emergido actores que han logrado una presencia política de relevancia nacional organizaciones y movimientos campesinos e indígenas.

Las diferentes regiones naturales en nuestro país se distinguen claramente por la presencia de cultivos de acuerdo al clima y tipo de suelo que poseen.

Los cultivos, de ciclo corto y algunos permanentes, se encuentran en determinadas zonas estratégicas de la Región Costera. El arroz y los pastos que de preferencia están en zonas inundables se localizan en la provincia de Los Ríos y parte de la provincia del Guayas.

En la región de Galápagos existe una variedad de productos de ciclo corto y propio de zonas templadas y cálidas.

En las partes altas de la región Interandina predomina el cultivo del maíz suave, como consecuencia de las costumbres alimentarias que tiene la población. En casi todas las provincias de la Sierra ecuatoriana se destacan los cultivos de maíz, papa, trigo, cebada, quinua, tomate, cebolla, arveja, que son la base de la alimentación de una gran mayoría de la población.

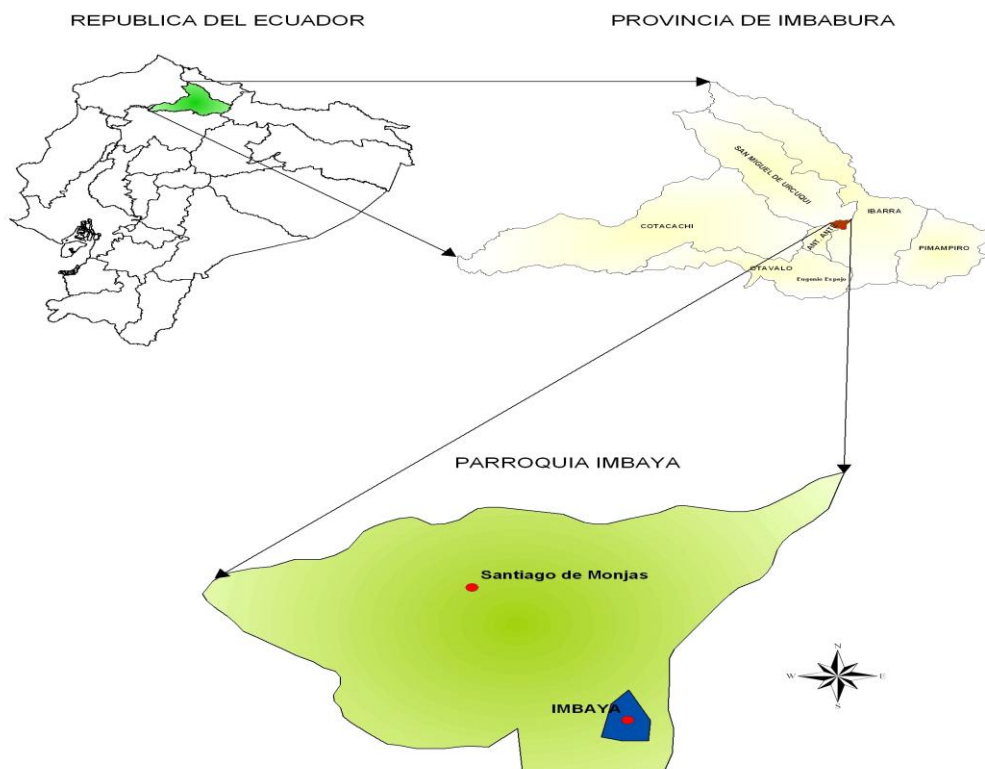
Los cultivos se distinguen de acuerdo al tiempo de duración de la planta, los cultivos permanentes son los que se mantienen con más de diez años de producción continua, los cultivos transitorios o de ciclo corto son los que la vida de la planta termina igual con la cosecha del fruto.

Según el nivel del consumo los cultivos son básicos cuando forman parte de la dieta familiar y cultivos secundarios los que se utilizan en menor escala; y pueden ser permanentes o transitorios.

En la provincia de Imbabura, se encuentra la parroquia Imbaya dedicada en su gran mayoría a la producción agrícola, los habitantes de este sector se dedican especialmente al cultivo de arveja, tomate riñón, col, cilantro brócoli, lechuga, entre otros.

La parroquia de Imbaya presenta un clima templado en la parte alta y en la cabecera parroquial, se encuentra desde los 2040 m.s.n.m. hasta los 2240 m.s.n.m., y clima cálido desde los 1750 m.s.n.m. hasta los 2040 m.s.n.m.; posee una pluviosidad de 500mm a 700mm, su temperatura anual aproximadamente es de 16°C en la parte alta y alcanza los 18°C en la parte baja. En el centro poblado presenta un clima templado con una temperatura media aproximada de 24°C y una pluviosidad de 612mm.

Mapa 1 Imbaya



Otro factor importante es el número de meses secos ya que en toda la franja noreste de la cabecera parroquial existe un máximo de 9 meses secos, así como también en la parte suroeste de la parroquia un mínimo de 8 meses secos. Esto es muy importante para tomar medidas que solucionen los problemas de la producción (agricultura, ganadería, etc.) en épocas de estiaje las alternativas pueden ser la construcción de reservorios de agua, proteger las fuentes de agua y el buen uso y manejo del agua.

El uso potencial de los suelos de la parroquia de Imbaya, por sus características edáficas y de vocación agrícola y forestal. La parroquia de Imbaya se encontró que están divididos en tres áreas muy importantes de acuerdo a su potencial los mismos que son los bosques, pastos y cultivos.

Es por eso que la Agricultura es la actividad económica principal de la cabecera parroquial, una zona apta para todo tipo de cultivos. Luego está la ganadería con un 30%, producen ganado de carne y ganado de leche, productos que son comercializados a nivel cantonal y provincial fundamentalmente.

De todo lo mencionado anteriormente, nace una necesidad de mejora para la población de Imbaya, ya sea en lo turístico como en lo económico, lo cual permitirá un mayor realce y prestigio de dicha parroquia.

1.1.1. Ubicación Geográfica.

El presente proyecto estará ubicado geográficamente en las calles Antonio Ante y la calle Antonio Granda Centeno, tras la iglesia Católica de la parroquia. Al Norte limita con el Barrio la Dolorosa, al Sur limita con el Barrio Central, Al Este limita con la Escuela Jacinto Collahuazo; al oeste limita con el Barrio San Antonio.

1.2. Objetivos.

1.2.1. Objetivo General.

Realizar un diagnóstico situacional en la Parroquia de Imbaya para conocer si es factible la creación de un centro de acopio comercializador de productos agrícolas.

1.2.2. Objetivo Específico.

- Conocer la producción real de los productos agrícolas que se dan en la Parroquia de Imbaya.
- Determinar la variedad de productos que se dan en la Parroquia de Imbaya.
- Establecer cadenas de comercialización eficientemente que permita satisfacer la atención al cliente.
- Establecer la ubicación apropiada para la creación del centro de acopio.
- Determinar las vías de acceso que permitan trasladar el producto a su destino de comercialización.
- Determinar si el clima es adecuado para el cultivo de los productos.

1.3. Variables Diagnosticas.

1.3.1. Variables.

- Producción
- Productos
- Comercialización
- Ubicación
- Vías de acceso
- Clima

1.3.2. Indicadores.

•Producción

- Tipo de productos
- Control de calidad
- Tecnología
- Cantidad de hectáreas

•Productos

- Variedad de productos
- Áreas de cultivo
- Mano de obra
- Tiempo de cosecha

•Comercialización

- Actividad económica
- Canales de comercialización
- Capacidad instalada
- Ventas

•Ubicación

- Extensión superficial
- Distancia
- Accesibilidad
- Servicios básicos

•Vías de acceso

- Canales de distribución
- Competencia
- Tipo de mercado

•Clima

- Temperatura
- Suelos
- Canales de riego

1.3.3. Matriz de Relación Diagnóstica.

Cuadro 1 Matriz de Relación Diagnóstica

OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Conocer la producción real de los productos agrícolas que se dan en la Parroquia de Imbaya.	Producción	Tipo de productos Control de calidad Cantidad de hectáreas	Encuestas Encuestas Encuestas	Productores y consumidores
Determinar la variedad de productos que se dan en la Parroquia de Imbaya.	Productos	Variedad de productos Áreas de cultivo Mano de obra Tiempo de cosecha	Encuestas Encuestas Encuestas Encuestas	Productores
Establecer cadenas de comercialización eficientemente que permita satisfacer la atención al cliente.	Comercialización	Actividad económica Canales de comercialización Capacidad instalada Ventas	Encuestas Encuestas Observación Encuestas	Productores y consumidores.
Establecer la ubicación apropiada para la creación del centro de acopio	Ubicación	Extensión superficial Distancia Accesibilidad Servicios básicos	Encuestas Observación	Propietarios de terrenos. Productores
Determinar las vías de acceso que permitan trasladar el producto a su destino de comercialización	Vías de acceso	Canales de distribución Competencia Tipo de mercado	Encuestas y por observación.	Personas dueños de terrenos.
Determinar si el clima es adecuado para el cultivo de los productos	Clima	Temperatura Suelos Canales de riego	Mediante la observación	Ministerio de ambiente.

1.4. Metodología de la Investigación.

1.4.1. Metodología de la Investigación.

Para la elaboración del proyecto se utilizarán los siguientes métodos que son:

1.4.1.1. Método Inductivo.

El método inductivo según (Gómez, 2001), consiste en: “establecer enunciados universales ciertos a partir de la experiencia, esto es, ascender lógicamente a través del conocimiento científico, desde la observación de los fenómenos o hechos de la realidad a la ley universal que los contiene. Las investigaciones científicas comenzarían con la observación de los hechos, de forma libre y carente de prejuicios” (p.23).

Se lo aplicó para la elaboración del diagnóstico, puesto que se fue buscando información relevante al tema de estudio buscando entre las partes para llegar a lo general.

1.4.1.2. Método Deductivo.

(Méndez, 2006) “Es el proceso de conocimiento que se inicia con la observación de fenómenos generales con el propósito de señalar las verdades particulares contenidas explícitamente en la situación general”. (p. 141).

Se aplicó este método debido a que nos ayudó en la formulación del problema, en el estudio de mercado, así como en el análisis de la información de las encuestas y entrevistas aplicadas.

1.4.1.3. Método Analítico– Sintético.

El método analítico según Eyssautier Maurice (2007), “El método analítico sintético descompone una unidad en sus elementos más simples, examina cada uno de ellos por separado, volviendo a agrupar las partes para considerarlas en conjunto” (p.98).

Este método se aplicó en el proyecto específicamente en el estudio financiero, y formulación de conclusiones y recomendaciones.

1.4.1.4. Método Sintético.

El método sintético según Rodríguez Ernesto “Es un proceso mediante el cual se relacionan hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos. El historiador que realiza investigación documental y de campo acerca de la comunidad debe integrar todos los acontecimientos” (p.30).

En el presente estudio se lo aplicó en todo lo concerniente a la descripción del proyecto ya que se realizó un estudio de diferentes aspectos el cual integra todos los acontecimientos del proyecto, como también se pudo aplicar a las recomendaciones y conclusiones.

1.4.2. Técnicas e Instrumentos.

1.4.2.1. Información Primaria.

Contienen información original, que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más. Es producto de una investigación de campo.

- **Entrevista**

Para Benalcázar (2010), la entrevista es: “la interacción directa entre el entrevistador y el entrevistado, pudiendo hacerse individual o grupalmente”. (p.42)

Fue aplicada al presidente de la parroquia Imbaya, para recabar información relevante en cuanto a los agricultores del sector así como la forma de trasladar los productos hacia otros mercados.

- **Observación**

(Achig, 2001) “la observación es una técnica que ha sido utilizada por la humanidad en todos los tiempos y lugares para la adquisición de conocimientos. Constituye la manera más directa y abierta de contacto y conocimiento del mundo”. (p.92)

La observación fue otra forma de recolectar información tanto en las zonas de producción como en las de comercialización.

- **Encuesta**

(Benalcázar, 2010), afirma que la encuesta: “se aplica a un número de personas previamente establecido con determinadas características. Para su construcción se sugiere aplicar normas de diseño y aplicación, de acuerdo a los objetivos, variables e indicadores, y a las preguntas directrices” (p.42).

Se aplicó a productores agrícolas y comerciantes mayoristas de productos provenientes de la agricultura, para determinar la producción, oferta y demanda de los mismos.

1.4.2.2. Información Secundaria.

Están especialmente diseñadas para facilitar y maximizar el acceso a las fuentes primarias o a sus contenidos. Componen la colección de referencia de la biblioteca y facilitan el control y el acceso a las fuentes primarias. Se debe hacer referencia a ellas cuando no se puede utilizar una fuente primaria por una razón específica, cuando los recursos son limitados y cuando la fuente es confiable. La utilizamos para confirmar nuestros hallazgos, ampliar el contenido de la información de una fuente primaria y para planificar nuestros estudios.

En el presente proyecto, la información secundaria se empleará en el mercado minorista el mismo que existe en la parroquia de Imbaya, el cual funciona los días sábados y domingos desde las 7:00 am hasta las 13:00pm en donde se comercializa variedad de productos que se dan en este sector.

1.4.2.3. Instrumentos.

Para cada técnica de investigación se aplicó un instrumento, es así que para la entrevista y encuesta se elaboró un cuestionario estructurado y para la observación se elaboró fichas las mismas que permitieron recolectar información de los potenciales demandantes de los productos que el centro de acopio expenderá, tales como el Mercado Amazonas, Mercado Santo Domingo, Mercado La Playita, y el Mercado Mayorista.

1.5. Mecánica Operativa.

1.5.1. Identificación de la Población.

Para la determinación de la muestra se ha tomado como referencia los datos estadísticos de los Resultados Definitivos del Censo de Población y

Vivienda 2011, en donde el número de habitantes llega a las 3600 personas, cada familia consta de 4 miembros, entonces Imbaya cuenta con 900 jefes de hogar, de acuerdo a la información proporcionada por el presidente de la parroquia, la mayoría de habitantes se dedica a la agricultura, es por ello que la encuesta se aplicó a toda la población de jefes de hogar.

1.5.2. Cálculo de la Muestra.

Para el cálculo de la muestra su fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{N * d^2 * z^2}{(N - 1)\epsilon^2 + d^2 * z^2}$$

En donde:

n: Tamaño de la muestra.

N: Número total de elementos que conforman la población.

z: Valor estandarizado en función del grado de confiabilidad de la muestra calculada, considerando un 95% de confiabilidad para la muestra seleccionada, por lo que este valor es el 1.96.

ε: Error en el cálculo. Toda expresión que se calcula tiene un error de cálculo debido a las aproximaciones decimales que surgen en la división de decimales, error en la selección de la muestra, por lo que este error se puede tomar entre 1 hasta 10%. Es así que según la tabla de referencia para $N > 10$ se asume un $\epsilon = 0.05$ (5%).

d: Varianza, población respecto a las principales características que se va a representar, es decir es un valor constante que equivale a 0.25.

1.5.3. Fórmula de cálculo

$$n = \frac{N \cdot d \cdot z^2}{N - 1 \cdot e^2 + d^2 \cdot z^2}$$

$$n = \frac{900 \cdot 0.25 \cdot 1.96^2}{899 \cdot 0.05^2 + 0.25^2 \cdot 1.96^2}$$

$$n = 370$$

1.6. Tabulación y Análisis de la Información

1.6.1. Encuesta Dirigida a Agricultores del Sector Imbaya

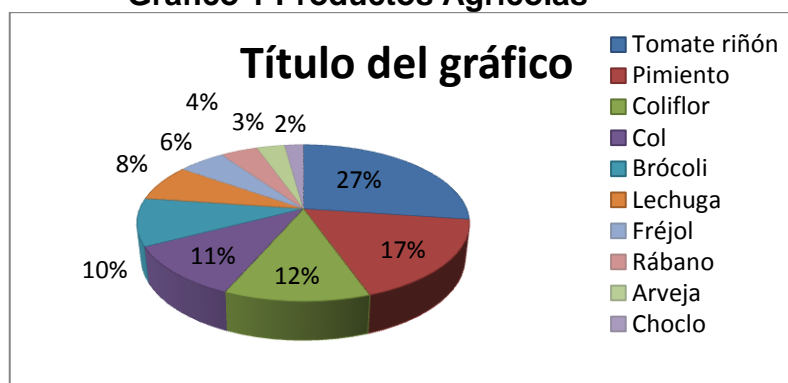
1 ¿Qué productos agrícolas se producen en este sector? Mencione los más importantes.

Cuadro 2 Productos Agrícolas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Tomate riñón	101	27,17%
Pimiento	64	17,39%
Coliflor	44	11,96%
Col	40	10,87%
Brócoli	36	9,78%
Lechuga	28	7,61%
Fréjol	20	5,43%
Rábano	16	4,35%
Arveja	12	3,26%
Choclo	8	2,17%
Total	370	100,00%

Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor.

Gráfico 1 Productos Agrícolas



Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor.

ANÁLISIS:

En el sector de Imbaya se produce con más frecuencia tomate riñón, seguido de pimiento y coliflor, entre otros productos, debido a esta información podemos observar que se tiene una producción diversificada.

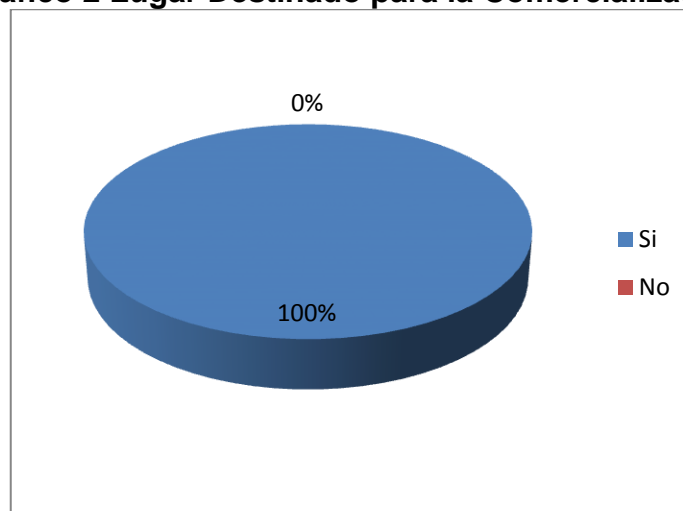
2 ¿Existe un lugar donde se dediquen a la comercialización de productos agrícolas?

Cuadro 3 Lugar Destinado para la Comercialización

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	370	100%
No	0	0%
Total	370	100%

Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor.

Gráfico 2 Lugar Destinado para la Comercialización



Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor.

Análisis:

Después de aplicar las encuestas a los agricultores se determinó que si existe un lugar destinado para la comercialización de los productos que en el sector se produce.

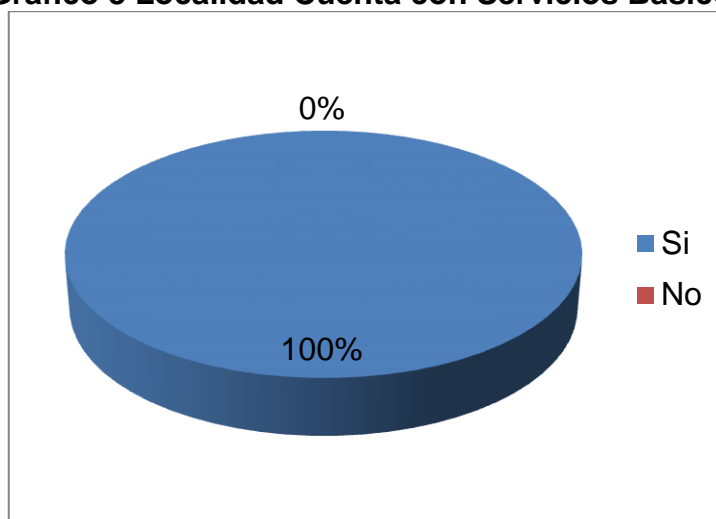
3 Para la localización del centro de acopio, se cuentan con servicios básicos como son: luz, agua, alcantarillado.

Cuadro 4 Servicios Básicos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	370	100%
No	0	0%
Total	370	100%

Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor.

Gráfico 3 Localidad Cuenta con Servicios Básicos



Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor.

Análisis:

La parroquia de Imbaya cuenta con todos los servicios básicos como son agua, luz, teléfono y alcantarillado, de acuerdo a la encuesta realizada.

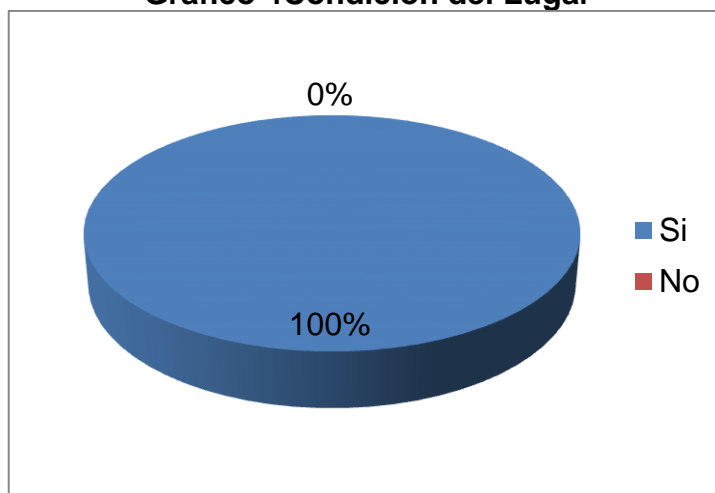
4 ¿El lugar existente para la comercialización de los productos agrícolas en Imbaya se encuentra en buenas condiciones para prestar el servicio?

Cuadro 5 Condición del Lugar

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	0	0
En desacuerdo	370	100%
Total	370	100

Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor.

Gráfico 4 Condición del Lugar



Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor.

Análisis:

El lugar existente para la comercialización de los productos agrícolas, no se encuentra en buenas condiciones para prestar el servicio, es por ello que se propone la creación de un centro de acopio para mejorar las condiciones actuales de los agricultores y la comunidad en general.

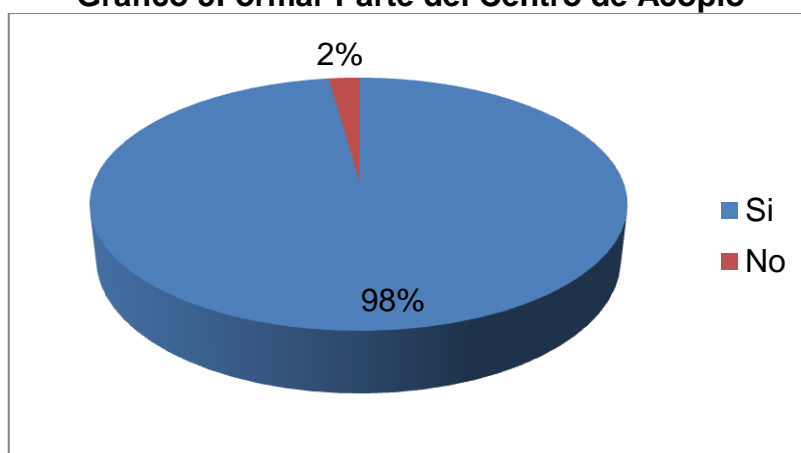
5 ¿Estaría de acuerdo en formar parte de un centro de acopio?

Cuadro 6 Formar Parte del Centro de Acopio

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	362	97,83%
No	8	2,17%
Total	370	100,00%

Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor.

Gráfico 5 Formar Parte del Centro de Acopio



Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor.

Análisis:

Existe una amplia mayoría de los agricultores que están de acuerdo en formar parte del centro de acopio de productos agrícolas, ya que están conscientes de los beneficios que puede brindar, mientras que tan solo un 2% de encuestados no están de acuerdo.

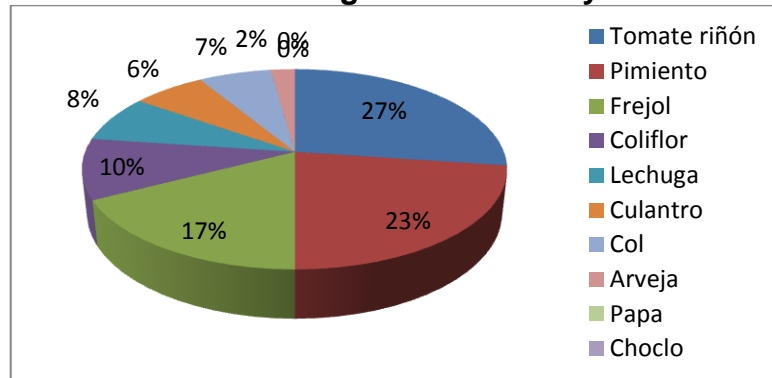
6 ¿Qué productos agrícolas tiene una mayor demanda en el mercado? Mencione por lo menos cinco.

Cuadro 7 Productos Agrícolas con Mayor Demanda

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Tomate riñón	101	27,17%
Pimiento	84	22,83%
Frejol	64	17,39%
Coliflor	36	9,78%
Lechuga	28	7,61%
Cilantro	24	6,52%
Col	24	6,52%
Arveja	8	2,17%
Papa	0	0,00%
Choclo	0	0,00%
total	370	100,00%

Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor.

Gráfico 6 Productos Agrícolas con Mayor Demanda



Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor.

Análisis:

Los productos que mayor demanda tienen son el tomate riñón, pimiento, frejol y coliflor, en una menor cantidad la lechuga, Cilantro, papa, arveja, choclo, es por ello que la producción más relevante es el tomate riñón, especialmente el de invernadero, que tiene un costo superior a los híbridos, pero el precio en el mercado es muy fluctuante y no se puede fijar un precio estándar.

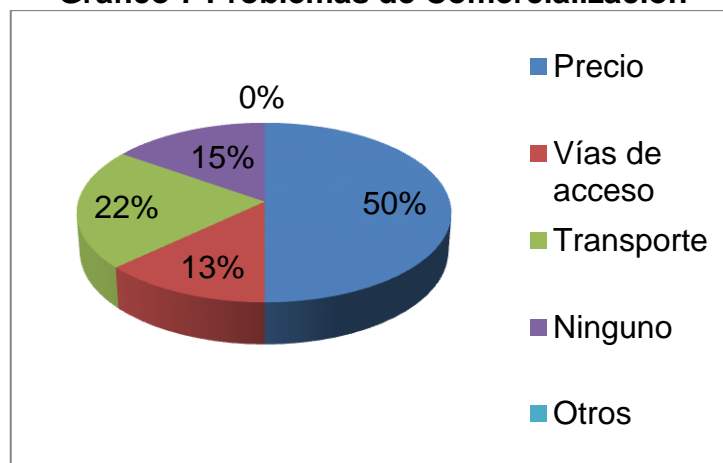
7 ¿Cuál de los siguientes aspectos son los problemas para la comercialización de los productos agrícolas?

Cuadro 8 Problemas de Comercialización

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Precio	185	50,00%
Vías de acceso	48	13,04%
Transporte	80	21,74%
Otros	56	15,22%
Total	370	100,00%

Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor.

Gráfico 7 Problemas de Comercialización



Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor.

Análisis

El mayor problema que enfrentan los agricultores es el precio, debido a que en el mercado existen caídas de precios, los agricultores no pueden cubrir el costo de producción peor aún obtener una utilidad, además el transporte es escaso y se debe alquilar vehículos para la transportación lo que retrasa la llegada al mercado, así también las carreteras se encuentran en malas condiciones hasta la salida a la panamericana, esto también demora la transportación de la carga.

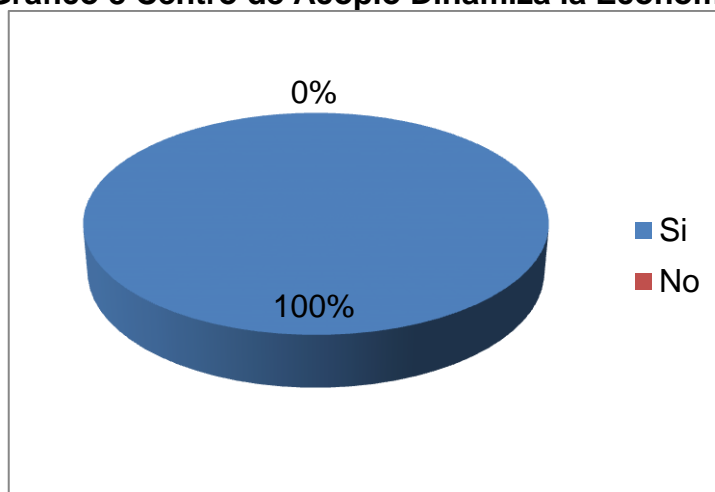
8 ¿Cree usted que se dinamizaría la economía en este sector una vez implementado el centro de acopio?

Cuadro 9 Centro de Acopio Dinamiza la Economía

Categoría	Frecuencia	%
Si	370	100,0%
No	0	0,00%
Total	370	100,00%

Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor.

Gráfico 8 Centro de Acopio Dinamiza la Economía



Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor.

Análisis

Un centro de acopio para productos agrícolas permitirá dinamizar la economía del sector, fomentando plazas de trabajo, además se generará un efecto multiplicador, ya que permitirá la implantación de otros negocios.

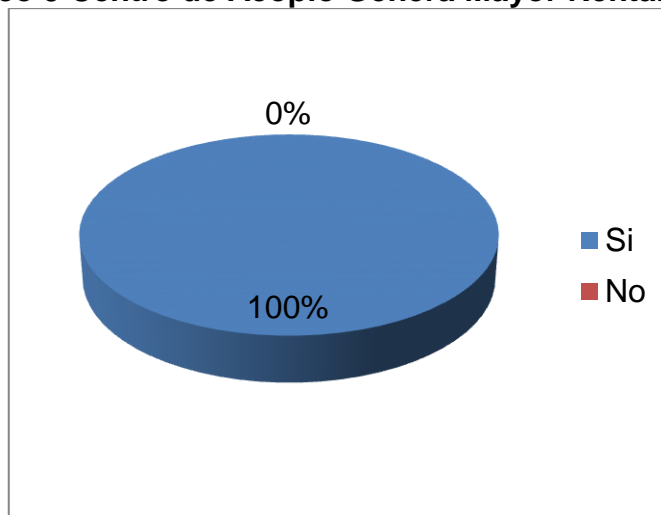
9 ¿Cree usted que existiría una mejoría en la calidad de vida en la población al implementar un centro de acopio en la Parroquia de Imbaya?

Cuadro 10 centro de Acopio Genera Mayor Rentabilidad

Categoría	Frecuencia	%
Si	370	100,0%
No	0	0,00%
Total	370	100,00%

Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor.

Gráfico 9 Centro de Acopio Genera Mayor Rentabilidad



Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor.

Análisis

Los agricultores creen que un centro de acopio si generaría mayor rentabilidad para la población porque permitirá disminuir el costo de transporte y carga, además se contará con una mayor afluencia de compradores que llevan el producto a otras regiones.

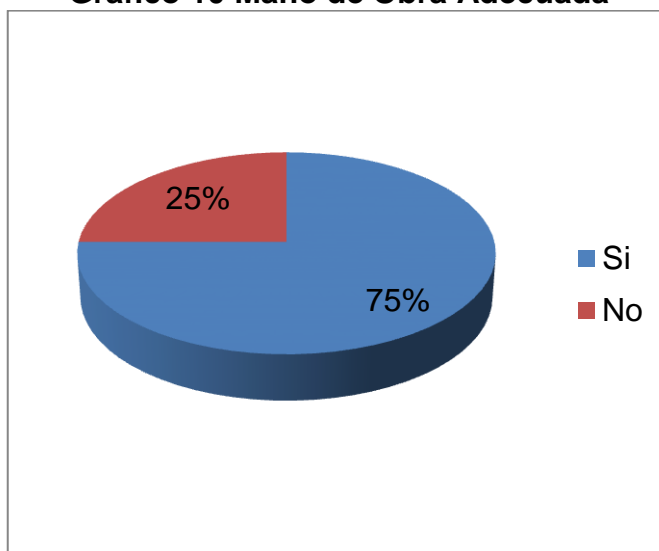
10 ¿Existe mano de obra adecuada por parte de los agricultores al momento del cultivo y post/cosecha?

Cuadro 11 Mano de Obra Adecuada

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	278	75,00%
No	93	25,00%
Total	370	100,00%

Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor.

Gráfico 10 Mano de Obra Adecuada



Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor.

Análisis

Existe una mano de obra adecuada por parte de los agricultores al momento de su cultivo y post/cosecha, debido a la experiencia que ellos tienen en el campo; un porcentaje menor al 30% afirma no ser adecuado especialmente en la población muy joven.

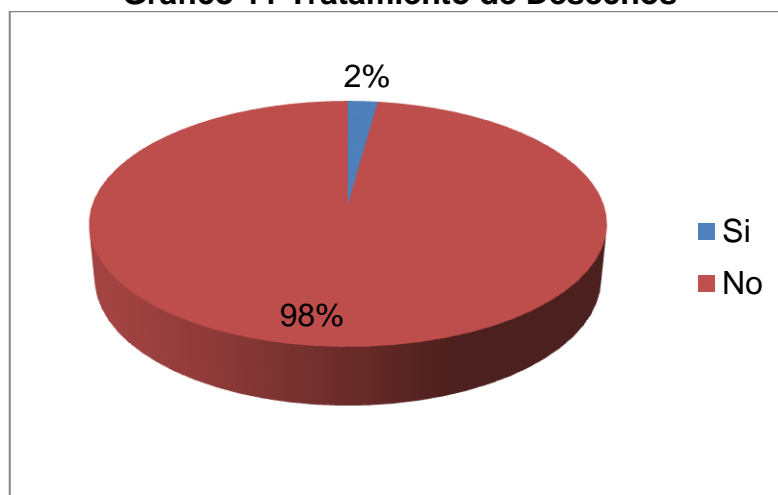
11 ¿Tienen un adecuado tratamiento los desechos una vez utilizados?

Cuadro 12 Tratamiento de Desechos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	2,17%
No	362	97,83%
Total	370	100,00%

Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor.

Gráfico 11 Tratamiento de Desechos



Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor.

Análisis

La mayor parte de investigados, afirman que no se da un tratamiento a los desechos, causando una contaminación y a su vez provocando enfermedades para la población, apenas un 2% afirma que si se da tratamiento.

1.7. Aliados y Oponentes.

1.7.1. Aliados

- Los productores de la parroquia de Imbaya tienen toda la predisposición para participar dentro del proyecto, el cual les permita incrementar sus ingresos.
- El proyecto cuenta con los recursos humanos necesarios para poner en marcha su implementación.
- Existe apoyo comunitario por parte de la junta parroquial, el mismo que servirá para que los productores adquieran mayor conocimiento.

1.7.2. Oponentes

- La falta de conocimiento por parte de los posibles demandantes sobre la existencia del centro de acopio en el sector de Imbaya.
- Los productores de la parroquia de Imbaya no cuentan con capacitación técnica que permita mejorar el proceso de producción.
- El exceso de fungicidas y herbicidas provocaría un desgaste del suelo lo que provocaría alteración en los productos, ya sea falta de calidad al momento de su comercialización.
- La falta de agua de riego en algunos sectores.

1.7.3. Oportunidades

- Los productos agrícolas de este sector tienen una gran demanda dentro de los mercados locales.

- Los productores de la parroquia de Imbaya producen una variedad de productos para el consumo.
- Crecimiento del mercado a través de la oferta de precios competitivos y productos de excelente calidad.
- Aprovechar la creciente demanda de productos agrícolas para abrir nuevos mercados en el extranjero.

1.7.4. Riesgos

- La poca rentabilidad que se obtiene cuando existe una sobre oferta en el mercado causada por los mismos productores al dedicarse a sembrar un solo tipo de producto.
- Los cambios climáticos bruscos que se está experimentando estos últimos años han provocado pérdidas económicas ocasionando riesgo en las zonas de cultivo.
- Dificultades con la preservación de la calidad de los productos agrícolas puesto que este tipo de producción es perecible.
- Escasa inversión en proyectos agrícolas.

1.8. Matriz AOOD.

Cuadro 13 Matriz AOOD

Aliados	Oportunidades	Oponentes	Riesgos
Los productores de la parroquia de Imbaya tienen toda la predisposición para participar dentro del proyecto, el cual les permita incrementar sus ingresos	Los productos agrícolas de este sector tienen una gran demanda dentro de los mercados locales	La falta de conocimiento por parte de los posibles demandantes sobre la existencia del centro de acopio en el sector de Imbaya.	La poca rentabilidad que se obtiene cuando existe una sobre oferta en el mercado causada por los mismos productores al dedicarse a sembrar un solo tipo de producto
El proyecto cuenta con los recursos humanos necesarios para poner en marcha su implementación.	Los productores de la parroquia de Imbaya producen una variedad de productos para el consumo	Los productores de la parroquia de Imbaya no cuentan con capacitación técnica que permita mejorar el proceso de producción	Los cambios climáticos bruscos que se está experimentando estos últimos años han provocado pérdidas económicas ocasionando riesgo en las zonas de cultivo
Existe apoyo comunitario por parte de la junta parroquial, el mismo que servirá para que los productores adquieran mayor conocimiento	Crecimiento del mercado a través de la oferta de precios competitivos y productos de excelente calidad	El exceso de fungicidas y herbicidas provocaría un desgaste del suelo lo que provocaría alteración en los productos, ya sea falta de calidad al momento de su comercialización.	Dificultades con la preservación de la calidad de los productos agrícolas puesto que este tipo de producción es perecible
	Aprovechar la creciente demanda de productos agrícolas para abrir nuevos mercados en el extranjero	La falta de agua de riego en algunos sectores	Escasa inversión en proyectos agrícolas

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO.

2.1. Empresa.

2.1.1. Concepto de Empresa.

Según Joaquín Rodríguez Valencia (2006), Administración I, “La empresa es un término nada fácil de definir, ya que a este concepto se le dan diversos enfoques (económico, jurídico, social, etc.).”

Desde el punto de vista económico empresa es una entidad económica destinada a producir bienes o servicios, venderlos, satisfacer un mercado y obtener un beneficio.

“Desde el punto de vista social, Caude la considera un conjunto de actividades humanas colectivas, organizadas con el fin de producir bienes o servicios y rendir beneficios” (p.53).

Juan Fco. Fuliá Igual y Ricardo J. Server Izquierdo (2005), Contabilidad Financiera Tomo I, manifiesta: “Es una entidad de órganos y organismos con funciones propias dentro de una determinada estructura de organización económica, jurídica y técnica. “ Pág. 11

De acuerdo a los autores antes expuestos, las empresas son entidades económicas que tienen como función principal el de utilizar y combinar todos los recursos existentes para la producción y/o transformación de los factores, materias primas en bienes y servicios dirigidos para la sociedad en general, y que buscan alcanzar la satisfacción de los clientes.

Las empresas siempre trabajan bajo un normativo legal el cual les permite desarrollarse bajo parámetros específicos para su normal desenvolvimiento.

2.1.2. Importancia de la Empresa.

Según lo que manifiesta Joaquín Rodríguez Valencia (2006), Administración I, “En la empresa se materializa la capacidad intelectual, responsabilidad y administración, condiciones o factores indispensables para la producción.”

Hay dos aspectos que recalcan la importancia de la empresa.

En primer lugar, la empresa es una forma de realizar la producción y obtener ganancias. Las empresas producen bienes o servicios satisfacen las necesidades y deseos de la sociedad al ponerse a la venta en un mercado, que es el lugar donde se reúnen compradores y vendedores.

En segundo lugar, la organización administrativa y constitucional legal de una empresa la hacen un organismo que ofrecen garantías, por lo cual se recurre al crédito y puede hacer planes de mediano y largo plazo. Además, la empresa promueve el crecimiento y el desarrollo, por ejemplo, crear una empresa implica la compra de terreno, maquinaria, equipo, patentes, materia prima, etc. La empresa también genera producción, que promueve el empleo y progreso general.

Es importante la creación de empresas ya que así se puede crear puestos de trabajo para un sinnúmero de personas, reduciendo así el desempleo en el país, a través de la generación de sus propios ingresos para poder mantenerse en el mercado, puesto que uno de los factores más importantes de evolución económica dentro de los países en vías de desarrollo es la creación de empresas.

2.1.3. Características de la Empresa.

Según lo que manifiesta Joaquín Rodríguez Valencia (2006), Administración I, Las empresas se han establecido sobre unas bases más o menos continuas como colectividades para la consecución de unos objetivos específicos, con independencia de su actividad productiva, titularidad y dimensión empresarial, responden a las siguientes características comunes.

Orientación hacia los objetivos.- Todas las empresas tienen propósitos que las movilizan y justifican su presencia en el sistema económico y social. Sin un objetivo que sea su razón de ser, no tiene sentido. La organización como un todo se esfuerza por alcanzar esos objetivos en términos de eficiencia.

Individuos o grupos.- que dinamizan las capacidades y generan sinergias. Ya que la empresa facilita el hábitat idóneo para que el resultado sea mayor por el efecto combinado de las potencialidades.

Sistema de trabajo.- es el conjunto de actividades que permiten diferenciar el flujo de trabajo en la medida necesaria para realizar con eficiencia las operaciones.

Cultura empresarial.- la cultura empresarial se configura a partir de ideas compartidas. Se ha comprobado que el conjunto de valores, creencias y actitudes que se instauran en las empresas, es lo que mantienen sus estructuras y procesos. El valor de la cultura es inestimable al inducir las relaciones de poder, trato de personas, etc.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente todas las empresas cumplen con disímiles características que se las diferencian las unas de las otras, en donde cada una de ellas están orientadas a objetivos y metas, los mismos que son la razón principal de ser de la empresa porque existe,

teniendo como prioridad el talento humano para la generación de sus recursos.

2.1.4. Clasificación de la Empresa.

Según lo que manifiesta Joaquín Rodríguez Valencia (2006), Administración I, “La compleja realidad de las empresas como organismos compuestos de distintos elementos y diferentes funciones hace que se proponga varias clasificaciones.”

Existen diversos criterios para clasificar a las empresas, según su:

- Actividad o giro.
- Constitución patrimonial.
- Magnitud.
- Función económica.

Actividad o Giro

Por su actividad o giro las empresas se clasifican con base en la actividad que desarrollen.

Agropecuarias. Son las empresas cuya función básica es la explotación de la agricultura; por ejemplo, empresas pasteurizadores de leche, tejidos y cooperativas, entre otras.

Empresas comerciales.- Son empresas que se dedican a adquirir cierta clase de bienes o artículos, con el propósito de venderlos en el mismo estado físico en que fueron adquiridos, aumentando al precio de costo o adquisición un porcentaje denominado “margen de utilidad”. Estas empresas son intermediarias entre el productor y el consumidor y se dividen en:

Mayoristas. Realizan ventas a gran escala o empresas medio mayoristas, que a su vez distribuyen los productos al mercado de consumo.

Minoristas o detallistas. Venden productos al menudeo o en pequeña cantidad, directamente al consumidor.

Comisionistas. Son aquellos que se dedican a vender artículos de los fabricantes, quienes les dan mercancía a consignación a cambio de una comisión.

Empresas privadas. Las empresas privadas están constituidas por capitales particulares. Son organizadas y dirigidas por sus propietarios y su finalidad puede ser o no lucrativa.

- **Lucrativas.** Las empresas lucrativas pueden ser individuales, es decir, dirigidas por un solo propietario, o colectivas, en sociedad, es decir, pertenecientes a varios socios.
- **No lucrativas.** Son empresas que satisfacen necesidades materiales o físicas de sus componentes. Entre estas empresas están las cooperativas, las asociaciones civiles.

Magnitud. La magnitud es uno de los criterios más utilizados para la clasificación de las empresas. Efectivamente, de acuerdo con su tamaño están organizaciones son microempresas o pequeñas, medianas o grandes empresas. Los aspectos más usuales para determinar la magnitud de una empresa son los siguientes:

- Capital invertido.
- Giros de operación, es decir, ventas.
- Personal empleado.
- Potencia instalada, en caso de industrias.
- Otros criterios.

La clasificación de las empresas por magnitud del personal empleado es la que mejor conviene desde el punto de vista de la administración, debido a que tanto la organización administrativa como la contable dependen de la importancia de la organización.

Según Francisco J. Cara (2007), *Gestión de Empresas*, Argumenta que “El tamaño de la empresa va a tener importantes repercusiones en sus aspectos organizativos. El número de trabajadores es el criterio más importante a la hora de considerar a una empresa grande, mediana o pequeña, aunque también se recomienda utilizar algún criterio financiero complementario como el volumen de negocio y el balance general.” Pág.28

Por otra parte Francisco J. Cara (2007), *Gestión de Empresas*, Argumenta que “El tamaño de la empresa va a tener importantes repercusiones en sus aspectos organizativos. El número de trabajadores es el criterio más importante a la hora de considerar a una empresa grande, mediana o pequeña, aunque también se recomienda utilizar algún criterio financiero complementario como el volumen de negocio y el balance general” (p.28).

Por lo mencionado anteriormente existe una gran variedad de clasificación de las empresas, ya que cada una está estructurada de diferente manera y compuestas de distintos elementos y diferentes funciones por lo que se puede llegar a proponer varias clasificaciones entre las más importantes como son Actividad o giro, Constitución patrimonial, Magnitud y Función económica. Sin embargo, según en qué aspecto nos fijemos, podemos clasificarlas de varias formas. Dichas empresas, además cuentan con funciones, funcionarios y aspectos disímiles.

2.1.5. Según su Función Económica.

De acuerdo a lo que expone Joaquín Rodríguez Valencia (2006), Administración I, las empresas se clasifican por su función económica que se detalla a continuación.

- **Primarias.** Son aquellas que se dedican a las actividades extractivas o constructivas; por ejemplo: empresas mineras, agropecuarias, petrolíferas, etc.

- **Secundarias.** Se dedican a la transformación de las materias primas; por ejemplo: industria papelera, plantas eléctricas, plantas gaseras, etc.

- **De servicios.** Son empresas que se dedican a una actividad puramente de servicios, como por ejemplo: las compañías de seguros, hoteles, despachos de servicios profesionales, aerolíneas, centros recreativos.

Por lo antes expuesto se puede concluir que las empresas están determinadas por diferentes sectores de acuerdo a cada rama de actividad que desempeñan cada una de ellas, donde todas siguen un mismo objetivo que es el de satisfacer las necesidades de las personas.

Es importante mencionar que las empresas transforman, extraen o industrializan la materia prima y convertirla en bienes industrializados, en donde su principal componente es el factor humano.

2.2. La Microempresa.

2.2.1. Definición de Microempresa.

Según lo que menciona Edgar Monteros E. (2005), "Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en

forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o prestación de servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación” (p.15).

Las microempresas son pequeñas unidades económicas o una asociación de personas destinadas a la elaboración de un bien o servicio, a través de la utilización de conocimientos tecnológicos y recursos humanos como económicos para obtener un margen de utilidad que permita cubrir todos sus costos.

2.2.2. Importancia de la Microempresa.

Según Edgar Monteros E. (2005), La importancia del sector micro empresarial de un país, lo constituye su contribución desarrollo como medio para adelantar procesos eficientes de distribución del ingreso y generación de empleo.

Las microempresas son vistas como una nueva y potente alternativa para enfrentar problemas de empleo, desigualdad y pobreza, a escala nacional y mundial.

Es muy importante la creación de las microempresas, puesto que cumplen un papel muy importante como es el desarrollo del país a través de la generación de empleo, ya que así se reducirán los índices de pobreza y se mejorará el nivel de vida de la población.

2.3. Clasificación de la Microempresa.

Según Edgar Monteros E. (2005), “Las microempresas se clasifican por actividades”:

- a) Alimenticio - Agroindustrial.
- b) Artesanales.
- c) Producción y comercialización de cuero y calzado.
- d) Metalmecánica
- e) Textiles y confecciones.
- f) Graficas e impresiones.
- g) De la construcción.
- h) Maderero forestal.
- i) Servicios Técnicos y Profesionales.

2.3.1. Objetivos de la Microempresa.

Según Edgar Monteros E. (2005), “son operativos y deben ser capaces de convertirse en metas y tareas específicas de todas las áreas de las que depende la supervivencia de la microempresa.”

Según el mismo autor los objetivos de la microempresa son:

- **Objetivo de Comercialización.** la microempresa debe ser capaz de crear un cliente que constituya un soporte fundamental para su producción y mantenimiento.
- **Objetivo de Innovación.** Debe ser capaz de innovar, de lo contrario la competencia dejará relegada.
- **Objetivo sobre Recursos Humanos.** Debe determinar objetivos relacionados con el suministro, empleo y desarrollo de los recursos humanos.
- **Objetivo de Productividad.** Debe emplearse adecuadamente los recursos y la productividad debe crecer para que la microempresa sobreviva.

Los objetivos dentro de las empresas son muy importantes ya que son propósitos que pueden llegar a convertirse en metas y tareas en todas las

áreas de la organización, las mismas que ayudaran a fortalecer y mejorar cada uno de los departamentos con los que cuenta la microempresa, ya que de ello depende la supervivencia de la misma.

2.4. Características de la Microempresa.

Según Gustavo Vargas Sánchez (2006), Introducción a la Teoría Económica, las características de la microempresa son:

- Organización de tipo familiar.
- Gran flexibilidad operativa.
- Aunque tiene problemas estructurales, su capacidad de subsistencia es muy grande.
- El dueño es quien proporciona el capital y quien dirige y maneja el negocio.
- El mercado que abastece es pequeño.
- Su producción no es automatizada.
- Cuenta con poco personal.

Este tipo de microempresas resulta más atractivo, en consideración de que montarlas es relativamente más fácil y porque los riesgos de sus operaciones son menores, inclusive tomando en cuenta que es uno de los sectores de la economía con más competidores y que normalmente deja menor margen de utilidades.

Como característica general de las microempresas podemos señalar que también carecen de una estructura formal en todas sus áreas. El trabajo que realiza el dueño se asemeja al de un “hombre-orquesta” y eventualmente recurre a la asesoría externa y en el mejor de los casos el manejo contable y financiero y en especial sobre aspectos legales de personal, finanzas y tributarios. Pág. 449

Por lo mencionado anteriormente, las características más relevantes de las microempresas están determinadas por aspectos como; el dueño es el que aporta con todo el capital; crecen principalmente a través de la reinversión de sus utilidades; no cuentan con apoyo técnico financiero, no son financiadas por el gobierno, el tamaño de la empresa está relacionado con la industria en la cual se desenvuelve y por último el número de empleados no superan las 45 personas.

2.4.1. Ventajas y Desventajas de la Microempresa.

2.4.1.1. Ventajas de la Microempresa.

Según Gustavo Vargas Sánchez (2006), Introducción a la Teoría Económica, algunas ventajas de la microempresa son:

- Sus necesidades de capital son mínimas.
- Se adaptan y asimilan con rapidez a los cambios estructurales y tecnológicos.
- Pueden dar una atención personalizada a los clientes.
- Sus procedimientos administrativos se pueden adaptar a las condiciones del mercado. Pág.450

Una de las ventajas más importantes de la microempresa es que son más flexibles a los cambios del mercado, puesto que no poseen una estructura rígida o ajustada a normas como lo son las grandes empresas.

2.4.1.2. Desventajas de la Microempresa.

De acuerdo a lo que manifiesta Gustavo Vargas Sánchez (2006), Introducción a la Teoría Económica, las principales desventajas son:

- Sus operaciones son reducida, lo que ocasionan bajas ganancias.
- Les falta iniciativa y planeación de sus actividades a largo plazo.

- Tienen un rezago comparativo con otras empresas de mayor tamaño, en el plano tecnológico, productivo y administrativo.
- Enfrentan problemas de diversos tipos, como fiscales, de financiamiento, personal, de planta, transporte etc. Pág. 450

Con lo manifestado anterior mente se puede concluir que la microempresa representa un grado de perjuicios puesto que no desarrolla ni aumenta su productividad, lo que pasa al contrario de lo que son las empresas.

2.5. Niveles Estructurales y Funcionales de la Microempresa.

2.5.1. Nivel Ejecutivo.

Según (<http://www.educacion.gob.pa/n-operat.htm>), la presidencia ejecutiva que ejerce la representación legal y tiene en su misión fijar estrategias y políticas específicas tendientes a lograr los objetivos institucionales, administrando los recursos disponibles (humanos, financieros y técnicos), coordinando las actividades de las diferentes unidades.

De acuerdo a lo establecido anteriormente el nivel ejecutivo se encarga de establecer una determinada persona que cumpla con el rol de presidente ejecutivo, el mismo que deberá implantar estrategias y políticas para el logro y cumplimiento de los objetivos, a través de la correcta administración de los recursos como son humanos, financieros y técnicos.

2.5.2. Nivel Operativo.

Según (<http://www.educacion.gob.pa/n-operat.htm>), Ejecuta actividades para el cumplimiento de objetivos operativos establecidos y de coordinación administrativa y técnica de la Compañía.

Está conformado por:

- a. Gerencia de Ingeniería y Construcción.
- b. Gerencia de Operación y Mantenimiento.
- c. Gerencia de Comercialización.
- d. Gerencia Administrativa – Financiera.
- e. Gerencia de Planificación.
- f. Gerencia de Gestión Ambiental.

En forma complementaria existen algunos reglamentos como: a) el Orgánico Funcional y b) el Manual de Clasificación y Valoración de Puestos, documentos que describen las funciones de cada una de las gerencias de área, así como también las funciones de cada cargo.

El nivel operativo está conformado por delegaciones que conforman las diferentes áreas y funciones de la alta Gerencia, los mismos que se encargan de ejecutar las actividades para lograr el pleno cumplimiento de los objetivos trazados por la institución.

2.6. Centro de Acopio.

El centro de acopio es una medida de mejoramiento de la comercialización de bienes, por lo que a continuación se cita lo siguiente:

2.6.1. Definición de Centro de Acopio.

Según Méndez Gladis (2010) define al centro de acopio: “a la instalación física permanente o temporal, destinada a la recepción de bienes o insumos adquiridos para la venta en donde se selecciona, empaca y prepara, para su venta.” Pág. 80

El centro de acopio es un lugar físico que permite reunir una gran cantidad y variedad de productos agrícolas para mejorar la comercialización directa entre productores y consumidores, brindando así productos de mejor calidad y precios justos.

2.6.2. ¿Qué son los Centros de Acopio?

De acuerdo a la página <http://www.santacruz.gob.bo/productiva/apoyo/agricola/acopio/contenido.php?IdNoticia=2777&IdMenu=400110#ancla>) Son instalaciones administradas por un comité, que cumplen la función de concentrar o reunir la producción de hortalizas y frutas de pequeños productores, para que puedan competir en cantidad y calidad; los mismos están equipados con máquinas de alta tecnología, que realizan el lavado sanitario, secado, selección, procesamiento y empaque de productos, para luego ser enviados a los mercados Mayoristas Urbanos, Distritales, supermercados, etc.

El módulo incluye también: galpón con facilidad de carga y descarga de camiones, balanzas, mesa de selección, despulpadora, cámara frigorífica para congelar pulpa de frutas, depósito de empaques, muebles y equipos de oficina.

Estos centros son resultado del proyecto denominado "Implementación Centro de Acopio - Mercadeo Agrícola" cuyo objetivo es mejorar las condiciones socioeconómicas de los pequeños productores de frutas y hortalizas en seis Municipios del departamento de Santa Cruz.

Basado en el estudio de factibilidad, realizado por la Agencia de Cooperación Internacional del Japón – JICA, el Proyecto Mercadeo Agrícola, dependiente de la Secretaria de Desarrollo Productivo, en el periodo 2005-2007, se encargó de la construcción de seis Centros de Acopio, Selección, Empaque y Procesamiento de Hortalizas y/o Frutas; cinco en Municipios de los valles cruceños (Mairana, Pampa grande, Comarapa, Saipina y Vallegrande) y uno en San Carlos (prov. Ichilo), los mismos que durante las gestiones 2008-2010 fueron implementados con maquinaria y equipos adecuados para el mejoramiento de la sanidad e inocuidad de los productos.

2.6.3. Características del Centro de Acopio.

Según Reinoso Jorge, Ramos Julio, y Torres Hugo (1979), las características del centro de acopio sirven para: “Organizar a los productores para la comercialización del centro de acopio. Elevar los niveles de ingreso de los productores a través del desarrollo del poder de negociación de los productores del centro de acopio. Racionalizar los actuales canales de mercado a fin de lograr ventajas comparativas en los mercados finales. Ampliar la demanda efectiva ofreciendo el producto a precios racionales y más homogéneos.” Pág.24

Las características más relevantes que brinda el centro de acopio son aquellas que ayudara a elevar el nivel de ingresos de los productores como también tener precios competitivos en el mercado, además de racionalizar los canales de distribución, con el fin de que los productos puedan salir de los lugares que sean de difícil acceso y así exista mayor diversificación de los productos.

2.6.4. Función del Centro de Acopio.

Según De Espada Aida, Torrealba Juan y Torres Hugo (1974), “La función de los centro de acopio debe entenderse como uno de los medios para mejorar el sistema de comercialización, estimulando el cambio hacia mejores niveles de productividad en las distintas etapas del mercadeo en que actúen estos centros. Esto implica que estos centros de acopio deben entenderse como una red orgánica que abarque cierta zona, si se pretende impactar los mercados rurales y los mercados mayoristas urbanos.” Pág.13

La función primordial del centro de acopio es mejorar el sistema de comercialización y distribución, estimulando el incremento en la productividad y así brindar un mayor abastecimiento y variedad de productos a todos los mercados locales y regionales.

2.6.5. Beneficiarios de los Centros de Acopio.

De acuerdo a lo que manifiestan De Espada Aida, Torrealba Juan y Torres Hugo (1974) los beneficiarios del centro de acopio son:

Se trata de identificar a los beneficiarios directos e indirectos de los centro de acopio para conocer su número e ingresos antes y después de creado el centro de acopio, determinándose las acciones que se realizarían con ellos. Además se trataría de estimar los efectos sociales y económicos.

2.7. Comercialización de Productos Agrícolas.

Para la comercialización de los productos agrícolas se ha tomado en consideración lo siguiente:

2.7.1. Definición de Productos Agrícolas.

De acuerdo a lo que manifiesta la Enciclopedia Practica de la Agricultura y la Ganadería (2002), “El proceso de producción agrícola consolida una economía de exportación de materias primas agropecuarias. Puede realizarse un recorrido muy somero por la reciente historia agropecuaria latinoamericana.” Pág. 10

Según Muns Joaquim (2005) “Son productos agrícolas los productos del suelo, de la ganadería y de la pesca, al igual que los productos de primera transformación que estén en relación directa con sus productos de base.” Pág. 220-221

Los productos agrícolas son aquellos productos que se relacionan específicamente con el suelo, la ganadería y la pesca que permite la explotación de materias primas de primera transformación para la satisfacción del ser humano.

2.7.2. Tipos de Productos Agrícolas.

2.7.2.1. Tomate Riñón.

a) Descripción

Según Michael Pollock (2003), “Los tomates son vivaces de vida corta que crecen como anuales. Los distribuidores de semillas atienden a la gran popularidad de los tomates suministrando muy diferentes tipos.” Pág. 112-113.

b) Variedad

Las variedades se han desarrollado con frutos que van desde el tamaño de una pasa de corinto, pasando por los tomates tipo cereza y ciruela hasta los tipos bisté del tamaño de un pomelo. Las formas son esféricas, alargadas o de globo aplanados, y por lo que respecta al color incluyen el rojo, verde, amarillo y el morado.

c) Siembra

Los tomates de parra se cultivan normalmente con el tallo central tutorado a un soporte alto y con los brotes laterales eliminados. Las flores y frutos crecen en racimos que se desarrollan desde el tallo principal.

Después de la germinación las plántulas deberían cultivarse a 21-27°C. Cuando las plántulas puedan manipularse, trasplante a tiestos individuales de 5-8 cm, a módulos grandes o mejor a tiestos biodegradables. Abone con un fertilizante líquido equilibrado después de 2-3 semanas o si el cultivo está descolorido. Plante en el exterior después de que las raíces hayan llenado el tiesto y hayan aparecido las primeras flores.

2.7.2.2. Brócoli.

a) Descripción

Según Lesur Luis (2003), “El brócoli es una hortaliza de la familia de las coles, de la que se come la flor, que es de color verde. Tarda de 50 a 90 días entre la siembra y la cosecha que generalmente es continua, conforme van surgiendo nuevas inflorescencias”. Pág. 64

De acuerdo a lo que manifiesta Pereyra José (2003), “El brócoli pertenece a la familia de las crucíferas y su nombre botánico es Brassicaoleracea variedad itálica. Es una planta similar a la coliflor, aunque la pella que forma es más pequeña, la raíz es pivotante con raíces secundarias y superficiales. Las hojas son de color verde oscuro, algo rizado y festoneado. Son muy erectas.” Pág. 45

b) Variedades

De acuerdo a lo que manifiesta Aldana Héctor Miguel (2001), “Las variedades más comunes son Calabrés o Italian Green Sprouting, de Cicco, Waltham 29, Green Mountain, Green Sprouting Medium”. Pág.313

c) Siembra

Según Lesur Luis (2003), “Se siembra a 1cm de profundidad con una separación entre semillas de 2.5 cm si se realiza en almácigo; pero si se hace directo conviene que la separación de 25 a 30cm, al igual que el trasplante.” Pág. 64

El brócoli es una planta muy semejante a la coliflor ya que pertenece a la familia de las coles, donde su flor es más pequeña, sus hojas son de color verde oscuro erectas. El brócoli tiene dos tipos que son: el italiano que es el más común y el que se parece a la coliflor y se cultiva en Ecuador. El

Brócoli tiene un periodo de crecimiento en el que sólo se aprecian las hojas en la que se inicia la formación de la flor, donde se forman los frutos y las semillas.

2.7.2.3. Pimiento.

a) Descripción

Según Pereyra José (2003), "Al pimiento lo describe como: Una planta herbácea perenne con ciclo de cultivo anual de porte variable entre los 0.5 metros en determinadas variedades de cultivo al aire libre y más de 2 metros cultivados en invernadero. Su sistema radicular es pivotante y profundo con numerosas raíces adventicias que horizontalmente pueden alcanzar longitud comprendida entre 50 centímetros y 1 metro.

Tallo principal.- de crecimiento limitado y erecto. A partir de cierta altura emite 2 o 3 ramificaciones dependiendo de la variedad y continua ramificándose de forma dicotómica hasta el final de su ciclo (los tallos secundarios se bifurcan después de brotar varias hojas y así sucesivamente)." Pág. 91

b) Variedad

Según Pereyra José (2003), "Existen tres variedades de pimiento:

-Variedades dulces.- son las que se cultivan en los invernaderos. Presentan frutos de gran tamaño para consumo en fresco e industria conservera.

-Variedades de sabor picante.- muy cultivadas en Sudamérica, suelen ser variedades de fruto largo y delgado.

-Variedades para la obtención de pimentón.- son un subgrupo de las variedades dulces. Dentro de las variedades de fruto dulce se pueden diferenciar tres grupos:

1.- Tipo california: frutos cortos (7-10cm) anchos (6-9cm) con tres o cuatro cascotes bien marcados, con el cáliz y la base del pedúnculo por debajo o a nivel de los hombros y de carne más o menos gruesa.

2.- Tipo Lamuyo.- denominados así en honor a la variedad obtenida por el INRA francés, con frutos largos y cuadrados de carne gruesa. Los cultivares pertenecientes a este tipo suelen ser más vigorosos y menos sensibles al frío que los de tipo california, por lo que es frecuente cultivarlos en ciclos más tardíos.

3.- Tipo dulce italiano.- frutos estrechos, acabados en punta, de carne fina más tolerantes al frío, que se cultivan normalmente en un ciclo único, con plantación tardía en septiembre u octubre y recolección entre diciembre y mayo, dando producciones de 6.7 kg.m².” Pág. 92

c) Temporada

De acuerdo a lo que menciona Sánchez Reyes Cristian (2004), “Es una planta exigente en temperatura. Los saltos térmicos ocasionan desequilibrios vegetativos. Las bajas temperaturas también inducen la formación de frutos de menor tamaño, que pueden presentar deformaciones, reducen la viabilidad del polen y favorecen la formación de frutos partenocárpicos.” Pág. 123

El pimiento es una planta herbácea que llega a medir hasta los 0.5 metros de altura dependiendo si es cultivada al aire libre. Su flor aparece en cada nudo del tallo, son pequeñas y tienen un color blanco, y su fruto varía de acuerdo al tipo de variedad ya sea amarillo verde rojo naranja o violeta.

Existen varios tipos de pimiento que varían de acuerdo a su sabor, como dulces, picantes. El pimiento es una planta que necesita de un clima templado ya que si existen elevadas humedades dificultan la fecundación y si la temperatura es baja puede ocasionar la caída de flores y frutos que recién está brotando.

2.7.2.4. Col.

a) Descripción

Según Carrera Morales, Galán Víctor, González Torres Francisco, Hidalgo Luis, entre otros (2005), “La col es una planta bianual que desarrolla un tallo ligeramente lignificado de 05-1 m de altura, del que surgen de manera paulatina hojas muy pecioladas con limbos redondeados u ovalados que se remata en una roseta de hojas. En las axilas de las hojas laterales aparecen unas yemas foliares que al hipertrofiarse forman pequeños cogollitos prietos (de 2 a 4 cm de diámetro) que son los órganos de aprovechamiento de esa planta.” Pág. 543

De acuerdo a lo que menciona Lesur Luis (2003), “La col es una hortaliza de la que se come la hoja y que tarda de 80 a 90 días entre la siembra y la cosecha. Las coles no se deben sembrar en el mismo sitio más de tres veces al año.” Pág. 25

b) Variedades

De acuerdo a lo que manifiesta Aldana Héctor Miguel (2001), “Las variedades de coles se agrupan en: de hoja crespada, como la mejorada de Siberia, la col verde, grande, de hoja rizada, y la col rizada semienana, verde entre otras y variedades de hoja lisa, como la Georgia, la col de Nápoles.” Pág. 314.

c) Temporada

Según Carrera Morales, Galán Víctor, González Torres Francisco, Hidalgo Luis, entre otros (2005), “Los ciclos de cultivo se da en el área mediterránea y pueden escalonarse entre principios y finales de verano. En zonas más del interior se adelantan a mediados finales de primavera. El exceso de calor es depresivo e induce mala calidad de los cogollitos por descompactación de los mismos.” Pág. 544.

La col es una planta de hojas muy grandes y ovaladas que llega a medir más o menos 05 a 1 metro de altura que surge de una manera muy lenta. Su flor es de color blanco la misma que es la parte comestible de esta hortaliza. Tienen una variedad de tipos que son: la col verde, grande, la col de hoja rizada, la col morada pequeña, entre otras. La col tiene diferentes ciclos para su cultivo, de clima cálido templado ya que se pueden sembrar a finales de verano como también a fines de primavera. El calor excesivo hace que la planta no tenga su misma calidad, por lo que no es bueno sembrar en etapas de mucho calor.

2.7.2.5. Coliflor.

a) Descripción

Según Lesur Luis (2003), “La coliflor es una hortaliza de la familia de las crucíferas de la que se come la flor. Entre la siembra y la cosecha transcurren 60 y 100 días, según la región y la variedad que se siembre.” Pág. 66

De acuerdo a lo que manifiesta Aldana Miguel (2001), “La coliflor la describe como: Las plántulas presentan raíz principal bien definida, que, al desarrollarse, emite abundantes raíces secundarias desde la parte superior. No, obstante, al ser trasplantada aquella se daña y no brotan raíces adventicias. Las verticales llegan a una profundidad de 25 – 35 cm

y lateralmente se extienden unos 30-45 cm. Las hojas son grandes, elípticas y alargadas, rodean la inflorescencia o cabeza, que se compone de flores tiernas abortivas, cuyos tallos son cortos y tiernos. Por ser planta bianual requiere un periodo de frio para desarrollar las flores y reproducir las semillas; se debe tener en cuenta que es una planta de polinización cruzada. El periodo vegetativo varía de 60-75, dependiendo de la variedad.” Pág. 314

b) Variedades

Según Aldana Miguel (2001), “Las diferentes variedades de coliflor requieren condiciones termo climáticas; por ejemplo las EarlySnowbally y EarlNosaki se adaptan a temperaturas promedio de 15° C. Las Snowbal y Marumaki entre 14-15° C. Las variedades Holandesas y gigante de Nápoles están adaptadas a temperaturas entre 5-15° C.” Pág. 315

c) Temporada

De acuerdo a lo que menciona Aldana Héctor Miguel (2001), “Para la cosecha se cortan cuando tienen el tamaño adecuado, antes de amarillarse y de iniciar el brotamiento de flores y que permanezcan apretadas y blancas. Al cortar se eliminan las primeras hojas y solo se dejan cuatro hojas para proteger la cabeza. La coliflor puede almacenarse por dos o tres semanas a 90-95% de humedad relativa.” Pág. 315

La coliflor es una hortaliza de la que se come la flor, donde sus hojas tienen una forma de elipse y alargadas con tallos cortos y tiernos. Esta es una planta que se adapta al frio. Es una hortaliza que tiene una variedad de tipos las mismas que se adaptan a diferentes climas. La temporada de cosecha de la coliflor está determinada entre los 65 a los 100 días, en donde tienen su calidad y tamaño adecuado, si su ciclo de cosecha se

pasa, la coliflor tiende a tornarse de color amarillento y comienza a brotar sus semillas.

2.7.2.6. Lechuga

a) Descripción

Según Pereyra José (2003), “La lechuga pertenece a la familia de las compuestas y su nombre botánico es *Lactuca sativa*. Es una planta anual. La raíz no llega a sobrepasar los 25cm de profundidad. Las hojas están colocadas en roseta, desplegadas al principio, en unos casos siguen así durante todo su desarrollo y otros se acogollan más tarde. Cuando está madura emite el tallo floral que se ramifica. Sus flores son autógamias, y sus semillas tienen un periodo de lactancia por altas temperaturas.” Pág. 86

b) Variedades

De acuerdo a lo que menciona Lesur Luis (2003), “La lechuga está en diversas variedades de hortalizas de hoja, las más conocidas son la romana u orejona; la romanita o la arrepollada; la mantequilla; encarnada; la escarola rizada, y la escarola de punta. Entre el momento de la siembra y la cosecha transcurren de 75 a 85 días.” Pág. 64

c) Temporada

Según Lesur Luis (2003), “La lechuga, como es una hortaliza muy antigua, se han desarrollado variedades para diferentes climas, pero prefiere los templados, húmedos y frescos, no demasiado soleado, porque entonces desarrolla semilla prematuramente. En zonas cálidas es preferible cultivarla en invierno.” Pág. 64

La lechuga es una planta anual, donde sus hojas están desplegadas pero al momento de desarrollarse tienden a encogollarse y son de color verde. Existe una gran variedad de lechugas, entre ellas las más conocidas son la romana, la arrepollada, la mantequilla la encarnada la rizada y la escarola de punta a pesar de existir una gran cantidad de tipos de lechuga. Esta hortaliza se adapta mejor a los climas templados y frescos, ya que es muy susceptible al sol y no podrá desarrollarse completamente.

2.8. Clasificación de los Productos Agrícolas.

Según Bohórquez Díaz Oscar (2005), “Las frutas y hortalizas se pueden clasificar de acuerdo con los tipos de tejidos y respiración así:

Tipo	Ejemplo
Tallo Inmaduro	Espárragos
Botones vegetativos inmaduros	Repollo
Flor inmadura	Coliflor
Fruta inmadura	Habichuela
Hoja	Lechuga
Pecíolo de hoja	Ruibarbo
Raíz modificada	Zanahoria
Tallo modificado	Papa
Hoja modificada	Cebolla de huevo
Semillas	Granos almacenados

Los frutos se pueden clasificar en: climáticos que tienen una madurez comercial primero que la fisiológica y no resisten en la planta madre (manzana, banano, tomate, aguacate); no climáticos; tienen una disminución lenta de la respiración y pueden quedarse en la planta y así pueden ganar un poco de tamaño.” Pág. 8

La clasificación de los productos agrícolas es importante ya que de ello depende la comercialización ordenada y de buena calidad. Para ello hay que saber clasificar de acuerdo a su tamaño, forma, densidad, textura, entre otros, ya que algunos productos pueden ser más perecibles que otros.

2.8.1. Oferta de Productos Agrícolas.

2.8.1.1. Definición de la oferta.

Según lo que manifiesta Paschoal Rossetti José (2002), “La oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y aptos para ofrecer en el mercado, en función de varios niveles posibles de precios, en un período dado.” Pág. 386

De acuerdo a lo manifestado por los anteriores autores, la oferta es la cantidad de bienes o servicios que los vendedores están dispuestos a vender, y que los demandantes están dispuestos a comprar con el fin de satisfacer sus necesidades.

2.8.2. Demanda de Productos Agrícolas.

2.8.2.1. Definición de la Demanda.

De acuerdo a lo que manifiesta Parkin Michael (2009), “El termino demanda se refiere a la relación completa entre el precio de un bien y la cantidad demandada del mismo.” Pág. 61

Por otro lado manifiesta PaschoalRossetti José (2002), “La demanda de un producto específico se determina por las cantidades variables que los consumidores están dispuestos y aptos a adquirir, en función de diferentes niveles posibles de precios, en un periodo determinado.” Pág. 378

De acuerdo a lo manifestado anteriormente, la demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores están dispuestos a comprar, y que los oferentes están dispuestos a vender con el fin de satisfacer sus necesidades.

2.8.3. Consumo de Productos Agrícolas.

2.8.3.1. Definición de Consumo.

Según lo que menciona Díaz Giménez Javier (1999), “El consumo es un agregado de cantidades que mide el valor de todas las mercancías que compran los hogares, excepto las viviendas, el capital productivo y las existencias.” Pág. 152

De acuerdo a lo manifestado anteriormente el consumo es adquirir bienes o servicios para así satisfacer las necesidades presentes o futuras del consumidor final.

2.9. Canales de Distribución.

2.9.1. Definición de Canales de Distribución.

Según lo que manifiesta Díez de Castro Enrique C. (2004), “Entendemos por distribución la función que permite el traslado de productos y servicios desde su estado final de producción al de adquisición y consumo, abarcando el conjunto de actividades o flujos necesarios para situar los bienes y servicios producidos del comprador final (individuos u organizaciones) en las condiciones de lugar, tiempo, forma y cantidad adecuados.” Pág. 6

Por lo anteriormente manifestado se puede decir que los canales de distribución tienen un papel fundamental que es permitir trasladar cualquier bien o servicio desde su lugar de origen hacia cualquier otro

lugar, ya sea dentro o fuera del país para así poder brindar un mejor funcionamiento y abastecimiento a los mercados como también a los consumidores.

2.9.2. Tipos de Canales de Distribución.

De acuerdo a lo que manifiesta Díez de Castro Enrique C. (2004), En general, podemos distinguir tres tipos de canales de distribución:

- **Canal de bienes de Consumo.** El cual es utilizado para el traslado de productos físicos desde el productor a los consumidores finales, pudiéndose emplear distintas alternativas. Una primera alternativa es la venta directa del fabricante o productor al consumidor, siendo frecuente en algunos productos agrícolas o por parte de empresas como Avon. Una segunda alternativa es vender a través de minoristas, como ocurre normalmente en el sector del automóvil (concesionarios), o en el caso del sector alimentario con la venta de a través de grandes superficies, principalmente hipermercados y algunas cadenas de supermercados. Una tercera alternativa es emplear el denominado canal clásico, en el que están presentes instituciones mayoristas y minoristas. Finalmente otra posibilidad es que el contacto entre fabricante y mayorista requiera de la intermediación de los denominados agentes, como ocurre en el caso de los productos de importación, cuya procedencia es muy dispar.

- **Canal industrial o de bienes industriales.** En el cual también se produce traslado de productos físicos con el objetivo de que sean incorporados al proceso productivo de otra organización o al desarrollo de tareas industriales. No se actúa, por tanto, en el mercado de consumo, sino en el organizacional. Aquí también es posible el desarrollo de varias alternativas. En primer lugar, una venta directa entre el fabricante y el denominado usuario industrial, como ocurre en el caso de la maquinaria pesada, grandes equipos, etc. Una segunda posibilidad es que intermedie entre ambas organizaciones un distribuidor, cumpliendo un papel

equivalente al de mayorista o minorista en el caso de canal de bienes de consumo. Así ocurre con productos tales como pintura, pequeñas maquinarias, herramientas, etc. Finalmente el agente también puede intervenir poniendo en contacto a oferentes y demandantes, como ocurre para determinados productos agrarios, como el aceite o el corcho.

- **Canal de servicios.** En el cual el objetivo de la transacción no es un producto físico, sino un servicio (bien tangible). En este caso, los destinatarios del servicio pueden ser los consumidores finales o también los industriales. Suele ser habitual el empleo de canales directos (productor-consumidor o usuario industrial), aunque la importancia de los intermediarios se va acentuando cada vez más. Por ejemplo, las compañías de seguros médicos contratan con clínicas y hospitales la prestación de servicios para sus asegurados. Asimismo, en el sector turístico, los grandes tour finales. También en el contexto organizacional, numerosas empresas se han especializado en la prestación de servicios a otras empresas (software informático, mantenimiento y reparación de equipos productivos, etc.). Pág. 16-18.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente existen tres tipos de canales de distribución como el Canal de bienes de consumo el cual nos permite trasladar bienes o productos físicos de un lugar a otro a través de diferentes formas de distribución. El segundo es el Canal industrial o de bienes industriales que también se produce el traslado de productos físicos para luego ser incorporados al proceso productivo de otra organización, por lo cual no va directamente al consumidor. Y el canal de servicios que es que permite la transacción un servicio que sea un bien tangible, en donde las personas que puedan trasladar este servicio pueden ser los consumidores finales o los industriales.

2.9.3. Funciones de los Canales de Distribución.

Según Díez de Castro Enrique C. (2004), la distribución comprende un conjunto de actividades que posibilitan que el producto fabricado en un lugar pueda ser adquirido en otros lugares muy distantes.

Este conjunto de tareas puede identificarse bajo el rotulo de funciones:

- Función de compra y venta.
- Función de transporte y difusión de la producción.
- Función de fraccionamiento.
- Función de almacenamiento.
- Función de servicios.

Este conjunto de servicios los podemos dividir en dos apartados:

a) Servicios Vinculados Directamente a la Venta

- Prestación y promoción de los productos, donde el merchandising juega un papel esencial.
- Asesoramiento al cliente sobre tipos y características de los productos y/o servicios, ventajas de cada uno de ellos, etc.
- Negociación de la venta con el cliente (precio, condiciones de pago).

b) Servicios no Vinculados Directamente a la Venta

- Entrega a domicilio.
- Instalación y montaje en destino.
- Garantía de reparación.
- Servicio de mantenimiento
- Función de financiación.
- Función de asunción de riesgos.

Por lo antes mencionado se puede concluir que las funciones de distribución están dadas por la Función de compra-venta que comprende un proceso de comunicación bilateral, en el que las partes vendedora y compradora fijan la forma de pago, el precio entre otras. La segunda es la Función de transporte y difusión de la producción aunque no es muy común se trata de trasladar sus productos directamente al consumidor sin que haya intermediarios, aunque hay empresas productoras que admiten esta práctica. El tercero es la Función de fraccionamiento que transforma lotes de producción en lotes de venta. Esto se da porque los mayoristas y minoristas precisan determinadas cantidades de acuerdo a sus necesidades. Tenemos además la Función de almacenamiento que su función es disponer en todo momento de los productos necesarios para satisfacer la demanda de sus clientes.

Existe también la Función de servicios que se deriva en: Servicios directamente a la venta, donde su negociación es directamente con el cliente, y la segunda Servicios no vinculados directamente con el vendedor. Además tenemos la Función de financiación y se da cuando el intermediario paga al contado las mercancías, o en un tiempo inferior al que se tarda en cobrar a los clientes o consumidores finales. Y por último tenemos la Función de asunción de riesgos lo cual implica sumir los riesgos de clientes morosos, pérdidas, mercancía dañada, entre otras.

2.9.4. Estrategias de Distribución.

Según lo que manifiesta Díez de Castro Enrique C. (2004), las estrategias de distribución son: Pág. 69

Directa o indirecta

- Estrategia de aplazamiento.
- Externalización.

Cobertura de mercado

- Distribución intensiva.
- Distribución selectiva.
- Distribución exclusiva.

Verticales vs Horizontales

- Estructura convencional.
- Estructura coordinada.

Estrategia y comunicación

- Estrategia de presión.
- Estrategia de aspiración.

Las estrategias de distribución constituyen la forma en que deben ser asignados los recursos para establecer un canal o canales que una al producto con el consumidor o usuario, con el fin de asegurar que el producto y los servicios relacionados con éste se encuentren disponibles y al alcance del segmento que se ha planteado.

2.9.5. Definición del TIR.

Según Inmaculada Aguilar Díaz (2006), La tasa interna de rendimiento de un proyecto de inversión se define como aquel tipo de actualización o descuento que iguala el valor actual de los flujos netos de caja con el desembolso inicial, es decir, es la tasa de actualización o descuento que iguala a cero el valor actual neto. Pág. 6

Según Juan Carlos Leiva Bonilla (2007), citado por Serna (1995), La Tasa Interna de Retorno es la tasa de descuento que hace que el VAN sea

igual a cero o también la tasa que iguala la suma de los flujos de entradas descontadas con la inversión inicial del proyecto. Pág. 105

De acuerdo a lo que manifiestan los autores anteriores la Tasa Interna de retorno mide la rentabilidad de un activo de renta fija en función con su precio en el mercado. En otras palabras es la tasa que iguala la inversión inicial al valor presente de los flujos futuros provenientes de dicha inversión.

2.9.6. Definición del VAN

Según Inmaculada Aguilar Díaz (2006), El valor actual neto de un proyecto de inversión se define como el valor actual de todos los flujos de caja generados por el proyecto de inversión menos el costo inicial necesario para la realización del mismo. Pág. 5

Como menciona el autor anterior, se trata de la diferencia actual de los flujos de fondos que suministrará una inversión, así también el desembolso inicial necesario para llevarla a cabo el mismo. Con el VAN, todos los flujos de caja se descuentan del valor presente, utilizando la tasa de rendimiento requerida.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Planteamiento del Problema de Investigación

El problema que se ha logrado captar en la parroquia de Imbaya es que los moradores no cuentan con el suficiente espacio físico en donde desempeñar sus labores comerciales por lo que se ven obligados a brindar sus productos en las veredas frente a sus casas, lo cual causa incomodidad a los consumidores que adquieren dichos productos, para lo cual se pretende disponer de un buen espacio físico para la adquisición de los productos, siempre y cuando este lugar sea accesible para los consumidores y se encuentre en un punto estratégico de la parroquia donde este a la vista y alcance de todos .

Para ello se pretende mejorar el lugar donde ejercer la actividad de compra-venta de los productos, contando con personal especializado para brindar una mejor atención al cliente, y lo más importante contar con las normas de higiene y calidad de los productos que se van a ofertar, lo cual daría una buena imagen y prestigio a este lugar de comercialización.

3.2. Objetivos del Estudio de Mercado

Objetivo general

- Realizar un análisis de mercado, enfocado en la creación de un centro de acopio que se dedique a la Comercialización de Productos Agrícolas, en la Parroquia de Imbaya, del Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura, con el objetivo de determinar la aceptación del mercado hacia el centro de acopio y conocer la posible oferta y demanda.

Objetivos específicos.

- Formular y evaluar el mejor modelo de mercado para llevar a cabo la creación del centro de acopio.
- Conocer el estado actual de los centros de acopio existentes, que se encuentre en el sector, para plantear nuevas directrices que puedan servir de guía en la creación de un nuevo centro de acopio.
- Determinar la demanda y oferta actual que existe en la parroquia de Imbaya.
- Determinar el nivel de precios de comercialización en los mercados y determinar el nivel de competencia existente en la parroquia de Imbaya.
- Definir las estrategias y políticas que se llevaran a cabo en la creación del centro de acopio.
- Identificar las promociones y publicidades que se llevaran a cabo en la creación del centro de acopio.

3.3. Centro de Acopio.

Para la identificación del servicio se ha puesto en consideración los siguientes puntos:

Cuadro 14 Características

NOMBRE	DESCRIPCIÓN
Centro de Acopio “El Buen Agricultor”	Las características del centro de acopio sirven para “Organizar” a los productores para la comercialización del centro de acopio. Elevar los niveles de ingreso de los productores a través del desarrollo del poder de negociación de los productores del centro de acopio. Racionalizar los actuales canales de mercado a fin de lograr ventajas comparativas en los mercados finales. Ampliar la demanda efectiva ofreciendo el producto a precios racionales y más homogéneos.

3.4. Servicios Sustitutivos.

En la actualidad la parroquia de Imbaya cuenta con una pequeña feria donde se comercializa verduras, frutas, comidas, entre otros la cual se beneficia la población en una pequeña proporción dejando así una demanda insatisfecha, debido a que no se cuenta con infraestructura como ambiente y lugar, su espacio es reducido y no existe gran variedad de productos para ofrecer al consumidor.

Además esta feria se realiza los fines de semana en especial los días domingos, puesto que existe una mayor concurrencia de la gente de los alrededores y turistas que visitan los balnearios de Chachimbiro, los mismos que demandan de estos productos, pero que no logra abastecer a todos los consumidores por las condiciones que tiene este lugar en cuanto a su dimensión.

3.5. Segmento de Mercado

Mediante la investigación, se puede afirmar que los productores del sector de Imbaya tienen un mercado meta, en el cual abastecen de forma masiva sus productos agrícolas los días Lunes y Jueves, en donde la mayor cantidad de demandantes se reúnen en las afueras del “Mercado Mayorista”.

Es en este lugar donde concurre toda clase de personas y comerciantes de diferentes sitios de la ciudad, como también de diferentes provincias del país para demandar la variedad de productos que salen al mercado para luego ser abastecidos en diferentes puntos del país.

Dentro del estudio el centro de acopio está destinado a todos los productores agrícolas de la zona de Imbaya y sus alrededores.

A continuación se presenta criterios empleados para determinar el segmento de mercado.

3.5.1. Niveles Socioeconómico y Posición Geográfica.

Cuadro 15 Segmentación de Mercado

Criterios de Segmento	Segmento de Mercado
<u>Geografía</u> Región Provincia Parroquia	Sierra Imbabura Imbaya
<u>Demográfica</u>	
Sexo	Comerciantes de Productos Agrícolas.
<u>Conductuales</u> Variedad de Producción y consumo	Tomate riñón Frejol Col Cilantro Choclo Pimiento Coliflor Brócoli Lechuga
<u>Variables Socio-Económico</u> Nivel económico	Dirigido para todo extracto social

Elaborado por: El Autor, 2011

3.5.2. Segmento de Mercado (Población Total).

Mediante la identificación de la población se pretende crear un centro de acopio que se dedique a la comercialización de productos agrícolas en la Parroquia Imbaya, Cantón Antonio Ante.

3.5.3. Segmento de Mercado Comerciantes de Mercados de la Ciudad de Ibarra.

Cuadro 16 Comerciantes de Mercados

Mercados	Número de Comerciantes de Productos agrícolas
Mercado Amazonas	417
Mercado Mayorista	120
Mercado la Playa	102
Santo Domingo	29
Otros	100
Total	768

Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra, 2011
Elaborado por: El Autor

3.5.3.1. Cálculo de la Muestra.

Para el cálculo de la muestra su fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{z^2 * \sigma^2 * N}{e^2 * N - 1 + z^2 * \sigma^2}$$

En donde:

n: Tamaño de la muestra.

N: Número total de elementos que conforman la población.

z: Valor estandarizado en función del grado de confiabilidad de la muestra calculada, considerando un 95% de confiabilidad para la muestra seleccionada, por lo que este valor es el 1.96.

ε: Error en el cálculo. Toda expresión que se calcula tiene un error de cálculo debido a las aproximaciones decimales que surgen en la división de decimales, error en la selección de la muestra, por lo que este error se puede tomar entre 1 hasta 10%. Es así que según la tabla de referencia para $N > 10$ se asume un $\epsilon = 0.05$ (5%).

d: Varianza, población respecto a las principales características que se va a representar, es decir es un valor constante que equivale a 0.25.

$$n = \frac{768 N * d * z^2}{N - 1 * \epsilon^2 + d^2 * z^2}$$
$$n = \frac{768 * 0.25 * 1.96^2}{768 - 1 * 0.05^2 + 0.25^2 * 1.96^2}$$
$$n = 341$$

Debido a la diversidad de productos y a la cantidad de productores en un sector medianamente disperso, se ha visto necesario realizar un reajuste en el cálculo de la muestra. Esto se realiza en base a estudios probabilísticos de la siguiente manera:

$$n = \frac{S^2}{V^2} = \frac{\text{Varianza de la muestra}}{\text{Varianza de la población}}$$

$$S^2 = p \cdot 1 - p = 0,95 \cdot 1 - 0,95 = 0,05$$

p=probabilidad de éxito:95%

q=probabilidad de fracaso:4%

$$V^2 = (0,015)^2 = 0,000225$$

0,015 es un dato estandarizado proveniente de tablas según la distribución normal.

$$n = \frac{S^2}{V^2} = \frac{\text{Varianza de la muestra}}{\text{Varianza de la población}}$$

$$n = \frac{S^2}{V^2} = \frac{0,05}{0,000225} = 200$$

$$n' = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}} = \frac{200}{1 + \frac{200}{341}} = \frac{200}{1 + 0,59} = 125 \text{ Comerciantes}$$

Las proporciones con respecto a la muestra de 125 comerciantes en los 4 mercados de la ciudad de Ibarra son las siguientes:

Cuadro N° 15 Proporciones Respecto a la Muestra de Comerciantes

Mercados	Porcentaje	Comerciantes a Encuestar
Mercado Amazonas	54.3%	68
Mercado Mayorista	15.53%	19
Mercado la Playa	13.28%	17
Santo Domingo	3.77%	5
Otros	13%	16
Total	100,00%	125

Elaborado por: El Autor, 2011

3.5.3.2. Tabulación y Análisis de las Encuestas Dirigidas a Comerciantes

1. ¿De qué cantón provienen con más frecuencia los productos que usted adquiere?

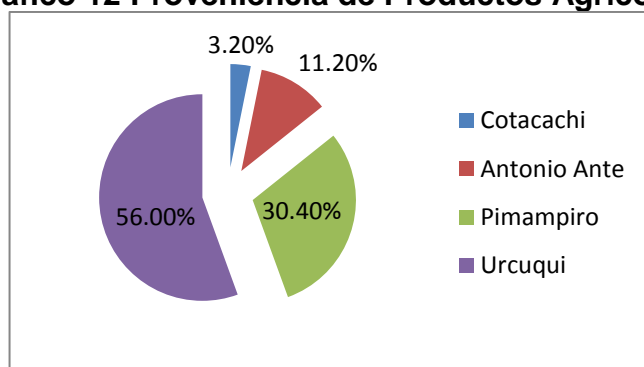
Cuadro 17 Proveniencia de Productos Agrícolas

Categoría	Frecuencia	%
Cotacachi	4	3,20%
Antonio Ante	14	11,20%
Pimampiro	38	30,40%
Urcuquí	70	56,00%
TOTAL	125	100%

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes agrícolas, 2011

Elaborado por: El Autor

Gráfico 12 Proveniencia de Productos Agrícolas



Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes agrícolas, 2011

Elaborado por: El Autor

Análisis:

La mayor parte de la producción agrícola provienen de los cantones de Urcuquí y Pimampiro, seguido del cantón Antonio Ante, en este cantón existe una producción considerable de productos agrícolas lo cual indica la necesidad de implementar la creación de un centro de acopio para los productos locales. Por otro lado existe un pequeño porcentaje de productos agrícolas provenientes de Cotacachi que también llegan a mercados de la ciudad de Ibarra para el consumo aunque no llega en la proporción de la que llega en los demás cantones.

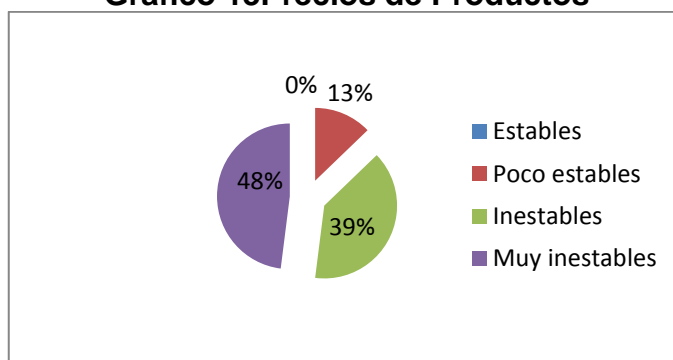
2. Los precios en el mercado son:

Cuadro 18 Precios de Productos

Categoría	# de Frecuencia	%
Poco estables	16	12,80%
Inestables	49	39,20%
Muy inestables	60	48,00%
TOTAL	125	100

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes agrícolas, 2011
Elaborado por: El Autor

Gráfico 13 Precios de Productos



Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes agrícolas, 2011
Elaborado por: El Autor

Análisis:

Casi la mitad de encuestados coinciden que los precios en el mercado son muy inestables puesto que al tratarse de productos agrícolas no existe estabilidad de precios por factores como sobreproducción, escases, clima, entre otros, es por eso que tanto comerciantes como agricultores no tienen estabilidad económica y están sometidos a la variación de precios en el mercado. Por lo tanto, ningún encuestado afirma tener precios estables ya que los precios de estos productos no pueden ser fijados a un tiempo determinado.

3. ¿Estaría dispuesto a adquirir productos agrícolas de un centro de acopio ubicado en la parroquia de Imbaya?

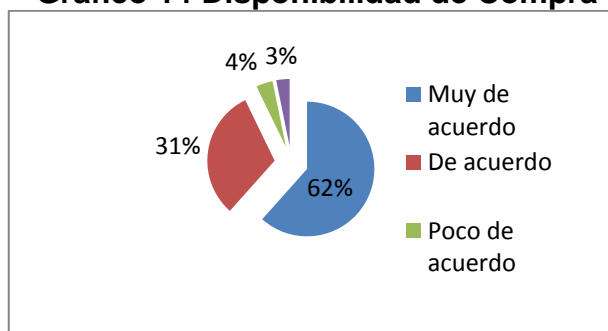
Cuadro 19 Disponibilidad de Compra

Categoría	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	77	62%
De acuerdo	39	31%
Poco de acuerdo	5	4%
En desacuerdo	4	3%
TOTAL	125	100%

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes agrícolas, 2011

Elaborado por: El Autor

Gráfico 14 Disponibilidad de Compra



Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes agrícolas, 2011

Elaborado por: El Autor

Análisis:

Más de la mitad de encuestados que se dedican a la comercialización de productos agrícolas en los diferentes mercados de la ciudad de Ibarra afirman estar muy de acuerdo en adquirir productos agrícolas de un centro de acopio ubicada en la parroquia Imbaya debido a que una cantidad significativa de productos provienen de dicha parroquia, ya que conocen la calidad de estos productos que son muy cotizados en los diferentes mercados de diversas provincias. Aunque existen pocas personas en estar de acuerdo a formar parte de este proyecto ya que no saben o desconocen los beneficios que brinda un centro de acopio.

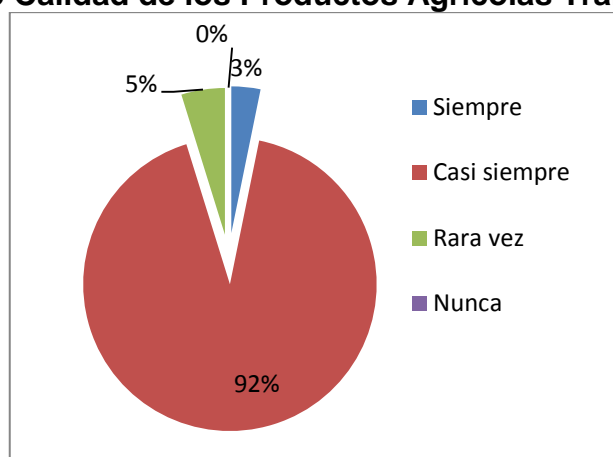
4. ¿Los productos que son transportados a su sector llegan en buenas condiciones?

Cuadro 20 Calidad de los Productos Agrícolas Transportados

Categoría	Frecuencia	%
Siempre	4	3%
Casi siempre	115	92%
Rara vez	6	5%
Nunca	0	0%
TOTAL	125	100%

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes agrícolas, 2011
Elaborado por: El Autor

Gráfico 15 Calidad de los Productos Agrícolas Transportados



Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes agrícolas, 2011
Elaborado por: El Autor

Análisis:

Un gran porcentaje de encuestados afirman que casi siempre los productos llegan en buenas condiciones, esto se debe a que no existe una buena selección del producto al momento del empaclado, como también existe el maltrato del producto al momento de ser transportado al lugar de su destino, lo cual genera una significativa pérdida para el comerciante. Mientras que tan solo el 3% afirman que siempre llega el producto en buenas condiciones, esto se da por que los comerciantes son minoristas y no compran al por mayor, lo cual no refleja una mayor pérdida para el comerciante.

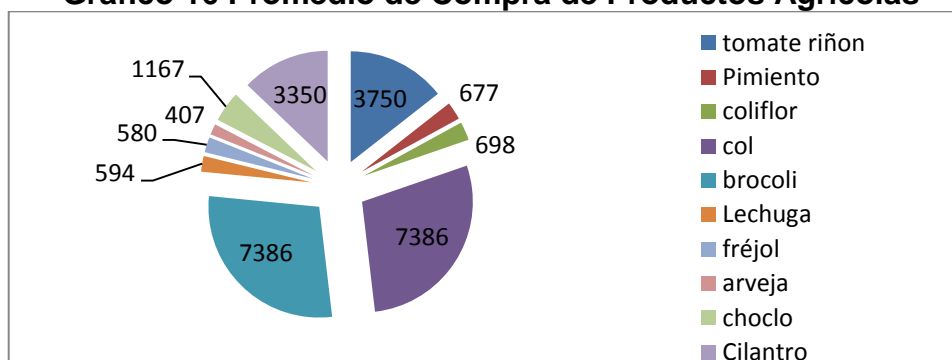
5. ¿En promedio qué cantidad, con qué frecuencia y a qué precio compra los productos?

Cuadro 21 Promedio de Compra de Productos Agrícolas

Detalle	Producción a la semana
tomate riñón	3750
Pimiento	677
Coliflor	698
Col	7386
Brócoli	7386
Lechuga	594
Fréjol	580
Arveja	407
Choclo	1167
Cilantro	3350

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes agrícolas, 2011
Elaborado por: El Autor

Gráfico 16 Promedio de Compra de Productos Agrícolas



Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes agrícolas, 2011
Elaborado por: El Autor

Análisis: Los comerciantes de los mercados de la ciudad de Ibarra compran los productos 2 veces por semana en pequeñas y grandes cantidades que son abastecidas por las cuatro provincias más significativas de la región como son Cotacachi, Antonio Ante, Pimampiro y Urcuquí. Las personas que vienen de otras regiones son quienes se proveen de mayor cantidad de productos que se encargan de distribuir en las demás provincias, en donde el precio que cancelan es el establecido por las fuerzas de mercado en el momento de la feria, es decir no hay un precio fijo en cuanto a los productos agrícolas en la zona de Imbabura, pese a estar fijados los precios de productos agrícolas en el Banco Central para su comercialización.

3.5.4. Segmento de Mercado Agricultores de la Parroquia Imbaya.

3.5.4.1. Cálculo de la Muestra.

Para el cálculo de la muestra su fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{z^2 * \sigma^2 * N}{e^2 * N - 1 + z^2 * \sigma^2}$$

En donde:

n: Tamaño de la muestra.

N: Número total de elementos que conforman la población.

z: Valor estandarizado en función del grado de confiabilidad de la muestra calculada, considerando un 95% de confiabilidad para la muestra seleccionada, por lo que este valor es el 1.96.

ε: Error en el cálculo. Toda expresión que se calcula tiene un error de cálculo debido a las aproximaciones decimales que surgen en la división de decimales, error en la selección de la muestra, por lo que este error se puede tomar entre 1 hasta 10%. Es así que según la tabla de referencia para $N > 10$ se asume un $\epsilon = 0.05$ (5%).

d: Varianza, población respecto a las principales características que se va a representar, es decir es un valor constante que equivale a 0.25.

$$n = \frac{900 N * d * z^2}{N - 1 * e^2 + d^2 * z^2}$$
$$n = \frac{900 * 0.25 * 1.96^2}{899 * 0.05^2 + 0.25^2 * 1.96^2}$$
$$n = 370$$

Debido a la dispersión de la población en el sector se aplicó la fórmula que permite sacar una sub muestra de la siguiente manera:

$$n = \frac{S^2}{V^2} = \frac{\text{Varianza de la muestra}}{\text{Varianza de la población}}$$

$$S^2 = p \cdot 1-p = 0,96 \cdot 1-0,96 = 0,0384$$

p=probabilidad de éxito:96%

q=probabilidad de fracaso:4%

$$V^2 = (0,015)^2 = 0,000225$$

0,015 es un dato estandarizado proveniente de tablas según la distribución normal.

$$n = \frac{S^2}{V^2} = \frac{\text{Varianza de la muestra}}{\text{Varianza de la población}}$$

$$n = \frac{S^2}{V^2} = \frac{0,0384}{0,000225} = 171$$

$$n' = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}} = \frac{171}{1 + \frac{171}{370}} = \frac{171}{1 + 1,462} = \frac{171}{2,462}$$

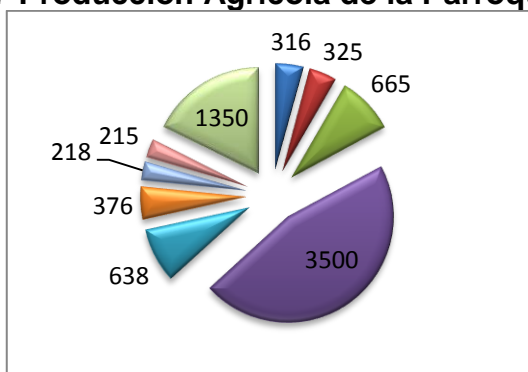
n= 69 Agricultores

Entonces n' es la su muestra que será aplicada estrictamente a los agricultores que poseen mayor extensión de terreno agrícola, para determinar la producción, así como identificar los a los posibles compradores o demandantes, además se determinará a los agricultores que deseen formar parte del centro de acopio como sociedad anónima.

3.5.4.2. Tabulación y Análisis de las Encuestas Dirigidas Agricultores de la Parroquia Imbaya.

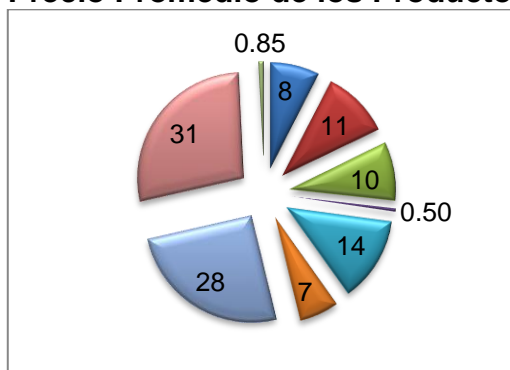
1. ¿En promedio que cantidad produce de cada producto que usted cultiva, y a qué precio lo vende?

Gráfico 17 Producción Agrícola de la Parroquia Imbaya



Fuente: Encuestas, agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor, 2011.

Gráfico 18 Precio Promedio de los Productos Agrícolas



Fuente: Encuestas, agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor, 2011.

Análisis: En esta pregunta, el análisis es en promedio por cada agricultor al año, obteniendo los siguientes resultados, todos los productos a acepción del cilantro se producen 2 veces al año, la producción promedio varía por producto: tomate riñón, 3379 cajas, a un precio promedio de \$8,00; pimiento 808 bultos, a un precio promedio de \$11,00; coliflor 640 bultos, a un precio promedio de \$10,00; col 3500 unidades a un precio promedio de \$ 0,50; brócoli 550 bultos, a un precio promedio de \$14,00; lechuga 354 bultos, a un precio de \$7,00; fréjol, 84 bultos, a un precio promedio de \$28,00; choclo 183 bultos a un precio de \$31,00; cilantro, producción 3 veces al año, 675 atados, a un precio de \$0.85 centavos.

2. ¿Lo que usted produce, vende y en qué cantidad?

Cuadro 22 Venta de Productos Agrícolas

Categoría	Frecuencia	%
La totalidad	69	100%
Una parte	0	
Destina un % autoconsumo	0	
Total	69	100%

Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor

Gráfico 19 Venta de Productos Agrícolas



Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor

Análisis:

Los agricultores venden sus productos agrícolas en su totalidad, eso quiere decir que existe una gran demanda de dichos productos de este sector que son muy pretendidos en el mercado, mientras que nadie responde que los agricultores consumen una parte o para el autoconsumo ya que no lograrían recuperar la inversión así dejen de vender en pequeñas cantidades.

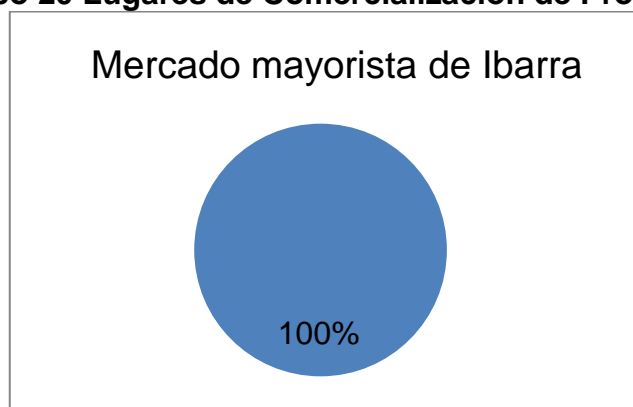
3. Escriba una x en el lugar o lugares donde usted comercializa sus productos.

Cuadro 23 Lugares de Comercialización de Productos

Categoría	Frecuencia	%
Mercado local	0	0%
Mercados cantón Antonio. A	0	0%
Mercados ciudad de Ibarra	0	0%
Mercado mayorista de Ibarra	69	100%
Supermaxi	0	0%
Supermercados	0	0%
Restaurantes	0	0%
Otros	0	0%
Total	69	100%

Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor

Gráfico 20 Lugares de Comercialización de Productos



Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor

Análisis:

La totalidad de los agricultores afirman que el lugar donde comercializan sus productos agrícolas es en el Mercado Mayorista, puesto que en este lugar se realiza la compra venta al por mayor, lo contrario a lo que ocurre en diferentes mercados de la provincia. Cabe recalcar que si se comercializaba estos productos en el Mercado Amazonas, pero por situaciones desfavorables se descartó este lugar para poder comercializar dichos productos.

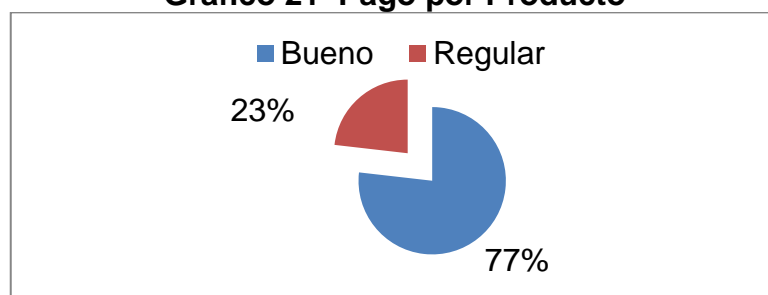
4. El pago que recibe de sus productos es:

Cuadro 24 Pago por Producto

Categoría	Frecuencia	%
Muy bueno	0	0%
Bueno	53	77%
Regular	16	23%
No cubre Costos de Producción	0	0%
Total	69	100%

Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor

Gráfico 21 Pago por Producto



Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor

Análisis:

Existe una mayoría de agricultores que afirman que el pago que reciben de sus productos es bueno, ya que manifiestan que existen días buenos que se recupera la inversión en un par de cosechas, pero también declaran que existen días que el precio disminuye hasta que no cubren ni los costos de producción, es por ello que manifiestan que el precio es bueno ya que compensan lo uno con lo otro aunque esta respuesta no es tan correcta ni tampoco es analizada rigurosamente por que los productores no llevan contabilidad y su estimación es al azar. Mientras que apenas un 23% de los encuestados dicen que el pago por sus productos es regular.

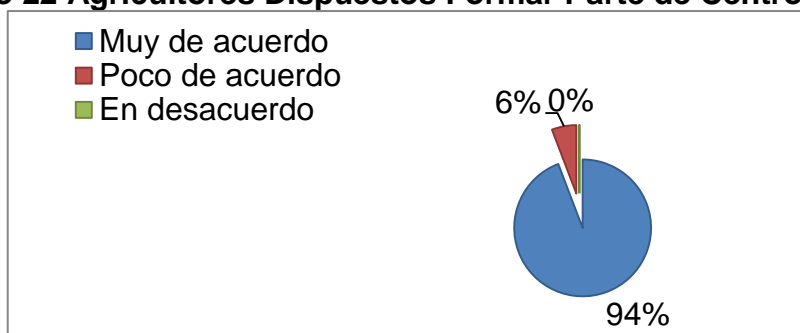
5. ¿Estaría dispuesto a formar parte de un Centro de Acopio como sociedad colectiva para productos agrícolas en la parroquia de Imbaya?

Cuadro 25 Agricultores Dispuestos Formar Parte de Centro Acopio

Categoría	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	65	94%
Poco de acuerdo	4	6%
En desacuerdo	0	0%
Total	69	100%

Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor

Gráfico 22 Agricultores Dispuestos Formar Parte de Centro Acopio



Fuente: Encuesta dirigida a Agricultores, 2011
Elaborado por: El Autor

Análisis:

La gran mayoría de los encuestados están de acuerdo en formar parte de un Centro de Acopio como sociedad colectiva para productos agrícolas en la parroquia de Imbaya, puesto que están muy consientes en los grandes beneficios como generación de empleo, mayores ingresos y estabilización laboral que acarrea la creación de este centro de acopio, además ayudaría a dinamizar la economía local, lo cual haría más atractivo al mercado, mientras que apenas el 6% de agricultores están poco de acuerdo en formar parte de este proyecto ya que desconocen de los beneficios que este puede brindar.

3.6. Mercado Meta.

El mercado meta estará constituido por todos los comerciantes de productos agrícolas de los mercados de la ciudad de Ibarra, debido a que compran productos agrícolas en gran cantidad, y las ferias realizadas son 2 veces a la semana los días lunes y jueves durante todo el año de manera ininterrumpida.

3.7. Análisis de la Demanda.

3.7.1. Demanda Actual de los Productos.

De acuerdo a las encuestas realizadas a los comerciantes de productos agrícolas se pudo concluir que existe una demanda mensual, expresada en el siguiente cuadro:

Cuadro 26 Demanda Actual de Productos Agrícolas

Detalle	Demanda Semanal de la Muestra.	Demanda Semanal Población Total	Demanda mensual	Demanda anual
tomate riñón cajas	3000	18432	73728	884736
Pimiento bultos	650	3994	15974	191693
Coliflor bultos	296	1819	7274	87294
Col unidades	650	3994	15974	191693
Brócoli bultos	298	1831	7324	87884
Lechuga bultos	304	1868	7471	89653
Fréjol bultos	232	1425	5702	68420
Choclo bultos	476	2925	11698	140378
Cilantro atados	1876	11526	46105	553255

Fuente: Encuesta dirigida a Comerciantes, 2011

Elaborado por: El Autor

Cuadro 27 Demanda Actual

Detalle	Demanda anual
tomate riñón	884736
Pimiento	191693
coliflor	87294
Col	191693
brócoli	87884
Lechuga	89653
Fréjol	68420
choclo	140378
Cilantro	553255

Fuente: Encuesta dirigida a Comerciantes, 2011

Elaborado por: El Autor

Los comerciantes de productos agrícolas de la ciudad de Ibarra adquieren la mercadería 2 veces por semana en el mercado mayorista, toda la carga que los productores sacan al mercado es adquirida por dichos comerciantes.

3.7.2. Proyección de la Demanda.

Fórmula:

$$D_p = DA (1+i)^n$$

Dónde:

D_p = Demanda Proyectada

DA = Demanda Actual

1 = Valor Constante

i = Tasa de Crecimiento

n = Tiempo

Para el cálculo de la proyección de la demanda, se tomó la tasa de crecimiento del PIB agrícola correspondiente al año 2011, según el Banco Central es de 2,70%. Además el proyecto abarcara un 30% de la producción de la parroquia Imbaya.

Cuadro 28 Proyección de la Demanda

Detalle	Demanda anual	2012	2013	2014	2015	2016
tomate riñón x caja	884736	908624	933157	958352	984227	1010802
Pimiento x bulto	191693	196869	202184	207643	213249	219007
Coliflor x bulto	87294	89651	92071	94557	97110	99732
Col x unidad grande	191693	196869	202184	207643	213249	219007
brócoli x bulto	87884	90257	92694	95196	97767	100406
Lechuga x bulto	89653	92074	94560	97113	99735	102428
Fréjol	68420	70267	72164	74113	76114	78169
Choclo x bulto	140378	144168	148061	152059	156164	160381
Cilantro x atado	553255	568193	583534	599289	615470	632088

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: El Autor

Fórmula:

$$D_p = D_A(1+i)^n$$

$$D_p = 884736(1+0.027)^1$$

$$D_p = 908624$$

3.8. Análisis de la Oferta.

Para realizar el análisis de la oferta se realizó un estudio en la parroquia Imbaya donde se conoció la existencia de un mercado dedicado a vender productos agrícolas al por menor, debido a la considerable producción agrícola del sector los agricultores trasladan el producto hacia los mercados de la ciudad de Ibarra, especialmente al mercado mayorista en donde comercializan los productos al por mayor. Este lugar presta las mejores condiciones de adaptación, ambiente, buen clima laboral y espacio físico, lo cual genera una gran acogida de comerciantes y productores.

3.8.1. Oferta Actual del Producto.

En el mercado existente de la parroquia de Imbaya, los comerciantes venden todos los productos solo al por menor, lo cual facilita la creación del centro de acopio debido a que los potenciales demandantes de los productos agrícolas que el centro de acopio abarcará son comerciantes de los mercados existentes de la ciudad de Ibarra, que adquieren los productos por bultos y cajas y no por unidades a excepción de la col y el cilantro.

Es por esto se pudo conocer la producción actual, la misma que servirá para realizar los cálculos de abastecimiento de productos para el centro de acopio. Según la encuesta realizada a los productores agrícolas de la parroquia Imbaya existe una producción que se encuentra expresada en el siguiente cuadro:

Cuadro 29 Producción Anual de la Parroquia Imbaya año 2011

Detalle	Frecuencia	Porcentaje	Promedio de Producción	Total	Producción Total
tomate riñón	15	0,2174	600	196	117391
Pimiento	9	0,1304	1334	117	156652
coliflor	11	0,1594	1209	143	173478
Col	5	0,0725	2100	65	136957
brócoli	9	0,1304	283	117	33261
Lechuga	6	0,0870	767	78	60000
fréjol	6	0,0870	653	78	51130
choclo	4	0,0580	215	52	11217
Cilantro	4	0,0580	1350	52	70435
Total	69	100,00%		900	

Fuente: Encuesta dirigida Agricultores de Imbaya, 2011

Elaborado por: El Autor

Los resultados obtenidos fueron calculados mediante el teorema de la matemática que dice que el todo es la suma de las partes.

3.8.2. Proyección de la (Producción).

Para la proyección de la producción se tomó la tasa de crecimiento del PIB agrícola del Ecuador, de acuerdo al Banco Central en el año 2011 fue de 2.7%, y se utilizó la siguiente fórmula:

$$D_p = DA (1+i)^n$$

Dónde:

D_p = Demanda Proyectada

DA = Demanda Actual

1 = Valor Constante

i = Tasa de Crecimiento

n = Tiempo

Cuadro 30 28 Proyección de la Producción con 2.7% de Crecimiento

Detalle	Producción Total	2012	2013	2014	2015	2016
tomate riñón x caja	117391	120560,87	123816,01	127159,045	130592,34	134118,333
Pimiento x bulto	156652	160881,783	165225,59	169686,682	174268,222	178973,464
Coliflor x bulto	173478	178162,174	182972,55	187912,812	192986,457	198197,092
Col x unidad grande	136957	140654,348	144452,02	148352,22	152357,73	156471,388
brócoli x bulto	33261	34158,913	35081,204	36028,3962	37001,1629	38000,1943
Lechuga x bulto	60000	61620	63283,74	64992,401	66747,1958	68549,3701
Fréjol	51130	52510,9565	53928,752	55384,8287	56880,219	58415,9849
Choclo x bulto	11217	11520,2609	11831,308	12150,7532	12478,8236	12815,7518
Cilantro x atado	70435	72336,5217	74289,608	76295,4272	78355,4038	80470,9997

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: El Autor

Cálculo

$$O_p = O_A (1+i)^n$$

$$O_p = 117391(1+0.027)^1$$

$$O_p = 120560,87$$

3.9. Demanda Insatisfecha.

En el presente proyecto no se determinó la demanda insatisfecha debido a que no existen competidores en el sector de estudio, es por ello que la producción existente servirá de abastecimiento para el centro de acopio para la distribución a los comerciantes de la ciudad de Ibarra.

3.10. Cantidad Proyectada del Proyecto.

El centro de acopio estará en capacidad de abarcar tan solo el 30% de producción de los 9 productos estudiados en el proyecto, proveniente de la parroquia Imbaya y sus alrededores para cubrir parte de la demanda existente en el mercado, debido a que el centro de acopio constara de 722 m² de construcción, para lo cual se designara la capacidad de carga que será de 2 veces a la semana basándonos a los metros de construcción que ocupara el centro.

Cuadro 31 Cantidad Proyectada del Proyecto

Detalle	Producción	2012	2013	2014	2015	2016
tomate riñón x caja	35217	36168	37145	38148	39178	40235
Pimiento x bulto	46996	48265	49568	50906	52280	53692
Coliflor x bulto	52043	53449	54892	56374	57896	59459
Col x unidad grande	41087	42196	43336	44506	45707	46941
brócoli x bulto	9978	10248	10524	10809	11100	11400
Lechuga x bulto	18000	18486	18985	19498	20024	20565
Fréjol	15339	15753	16179	16615	17064	17525
Choclo x bulto	3365	3456	3549	3645	3744	3845
Cilantro x atado	21130	21701	22287	22889	23507	24141

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: El Autor

3.11. Determinación del Precio de los Productos.

Para la determinación del precio de los productos, se analizó el comportamiento del mercado, llegando a la conclusión que los precios de los productos son muy inestables; de acuerdo al administrador del mercado mayorista los precios de los productos varían en horas, dependiendo de la cantidad que ingrese a dicho mercado, en base al comportamiento del mercado los comerciantes oscilan los precios en promedio establecidos en el siguiente cuadro:

Cuadro 32 Precio Promedio 2011

Detalle	Precio
tomate riñón	8
Pimiento	10
coliflor	12
Col	0,50
brócoli	12
Lechuga	16
Fréjol	25
choclo	31
Cilantro	0,85

Fuente: Encuesta dirigida a Comerciantes, 2011

Elaborado por: El Autor

El centro de acopio se encargará de adquirir los productos agrícolas a precio de mercado, estableciendo un margen de utilidad por producto de un 10%, y el costo de adquisición de la mercadería se lo proyectará en base a la inflación del Ecuador, de acuerdo al Banco Central del Ecuador en el periodo octubre 2010 a octubre 2011, la inflación cerró en 5,41%.

Cuadro 33 Proyección del Precio de los Productos

Detalle	Precio	Años				
		2012	2013	2014	2015	2016
tomate riñón	8	8,44	8,90	9,39	9,91	10,46
Pimiento	10	10,55	11,13	11,74	12,39	13,07
coliflor	12	12,66	13,36	14,09	14,87	15,68
Col	0,50	0,53	0,56	0,59	0,62	0,65
brócoli	12	12,66	13,36	14,09	14,87	15,68
Lechuga	16	16,35	17,25	18,20	19,20	20,26
fréjol	25	26,38	27,83	29,36	30,97	32,67
choclo	31	32,18	33,95	35,81	37,78	39,86
Cilantro	0,85	0,90	0,95	1,00	1,05	1,11

Fuente: Estudio de Mercado, 2011
 Elaborado por: El Autor

3.12. Comercialización de los Productos.

3.12.1. Comercialización.

La comercialización de los productos se lo realizará a través de los contactos con los comerciantes de la siguiente forma:

Comercialización de los Productos

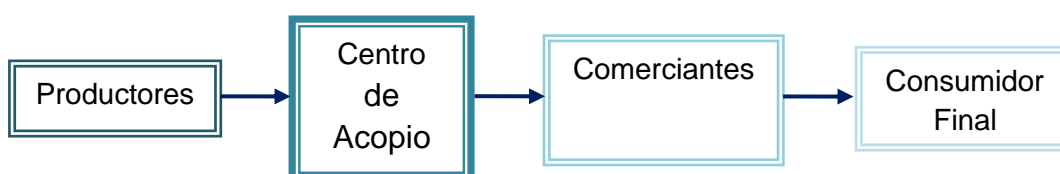


Figura N° Comercialización de los Productos

Elaborado por: El Autor, 2011

3.12.2. Logotipo del Centro de Acopio.


Gráfico 23 Logotipo



ELABORADO POR: El Autor

La presente ilustración es el logotipo que regirá en el centro de acopio, para dar a conocer en el mercado local y provincial.

3.12.3. Diseños que Intervienen en el Logotipo del Centro de Acopio.

Significado	Diseño
<p>El nombre del centro de acopio es el buen agricultor, debido a que de la persona que cultiva depende el producto que se obtenga.</p>	

<p>Se hace notar en el logotipo que es un centro de acopio, para que las personas dedicadas al comercio adquieran los productos.</p>	
<p>Consta una imagen de fréjol tierno en vaina ya que es uno de los productos que el centro de acopio abarca.</p>	
<p>El tomate riñón</p>	
<p>Pimiento rojo y verde</p>	
<p>Se encuentra un hombre jornalero, haciendo notar el cultivo de choclo.</p>	
<p>Lechuga en repollo</p>	
<p>Cilantro</p>	
<p>Col</p>	
<p>Un inmueble en demostración de la infraestructura del centro de acopio.</p>	

3.13. Promoción y Publicidad.

- ✓ A través de la radio de mayor audiencia en la provincia, dar a conocer la ubicación del centro de acopio y los productos que los demandantes podrán adquirir.

- ✓ Dar a conocer las ventajas de los productos al adquirir los productos agrícolas en el centro de acopio por medio de volantes.

- ✓ A través de los comerciantes

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO.

4.1. Tamaño del Proyecto.

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o por año, para el acopio de mercadería.

4.1.1. Mercado.

La compra venta de productos agrícolas en la provincia de Imbabura es a diario, es por esto que el proyecto presenta un camino viable para su creación, el mercado es relativamente atractivo debido al alto número de comerciantes provenientes de diferentes sectores, quienes se abastecen de mercadería para distribuir a otros mercados de diferentes ciudades del país.

4.1.2. Disponibilidad de Recursos Financieros.

El centro de acopio estará financiado por aporte de capital por parte de los accionistas del centro de acopio, así como de un crédito financiero que se considerará la alternativa más conveniente para el proyecto, analizando la tasa de interés, plazos y oportunidades de pago. Dentro del sistema financiero de cada país, existen diferentes fuentes de financiamiento para todo tipo de empresas y microempresas, en el caso del centro de acopio se necesitará de un préstamo de la Corporación Financiera Nacional.

4.1.3. Disponibilidad de Mano de Obra.

La mano de obra que se requerirá para el centro de acopio será personas en conocimiento, de selección, recepción, preparado, lavado, escurrido o secado, pesado, empacado, etiquetado y almacenado de la mercadería. Además en este estudio se determina que el personal tenga conocimiento básico en administración, contabilidad, que maneje inventarios.

4.1.4. Disponibilidad de Mercadería

Imbaya es un lugar que posee grandes extensiones de terreno en donde se cultivan varios productos en toda época del año, debido a que un 80% de la población se dedica a la agricultura, la producción es constante y está en la posibilidad de abastecer al centro de acopio con productos tiernos.

Los productos a comercializar serán los siguientes:

- Tomate riñón
- Frejol
- Col
- Cilantro
- Choclo
- Pimiento
- Coliflor
- Brócoli
- Lechuga

4.1.5. Capacidad de Carga.

Según la investigación de campo, se establece que la capacidad de carga anual que podrá tener el centro de acopio "EL BUEN AGRICULTOR" será de 117391 cajas de tomate riñón, 156652 bultos de pimiento, 173478

bultos de coliflor, 136957 unidades de col, 33261 bultos de brócoli, 60.000 bultos de lechuga, 51.130 bultos de frejol, 11.217 bultos de choclo, 70.435 atados de cilantro.

4.2. Localización del Proyecto.

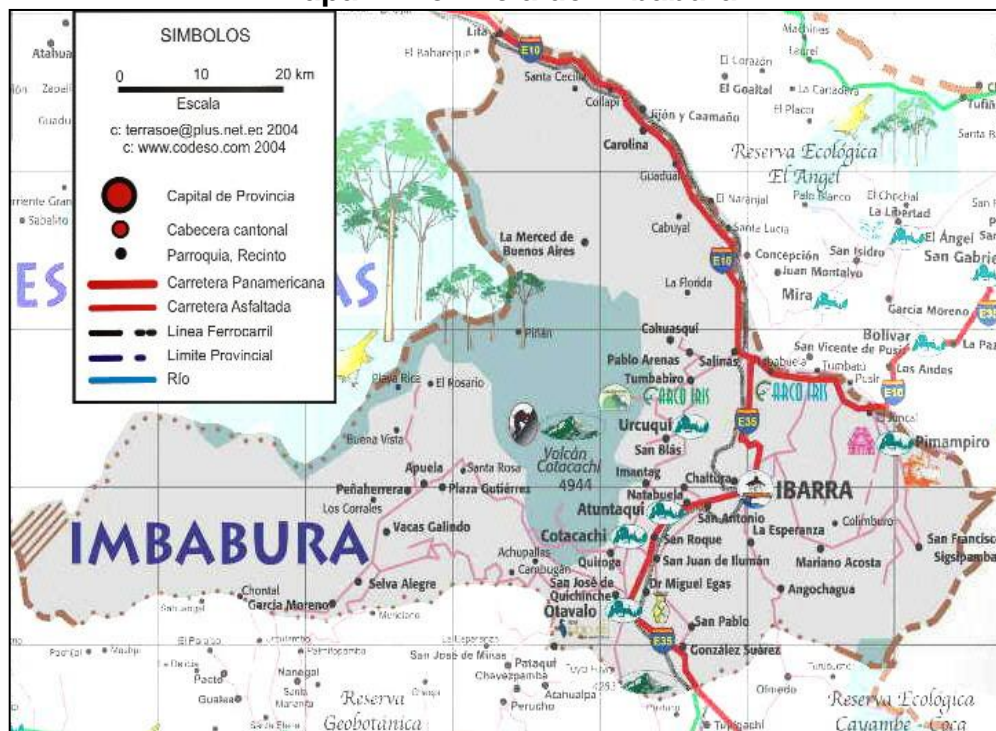
Para determinar la localización del proyecto, se realizó un estudio analítico de macro y micro localización, a través de métodos cualitativos y cuantitativos, con el objetivo de elegir el lugar más conveniente que contribuya al buen funcionamiento del proyecto.

4.2.1. Macro Localización

Para la macro localización se determinó el sector con una producción agrícola considerable, ubicado en la provincia de Imbabura.

4.2.2. Mapa de Macro Localización.

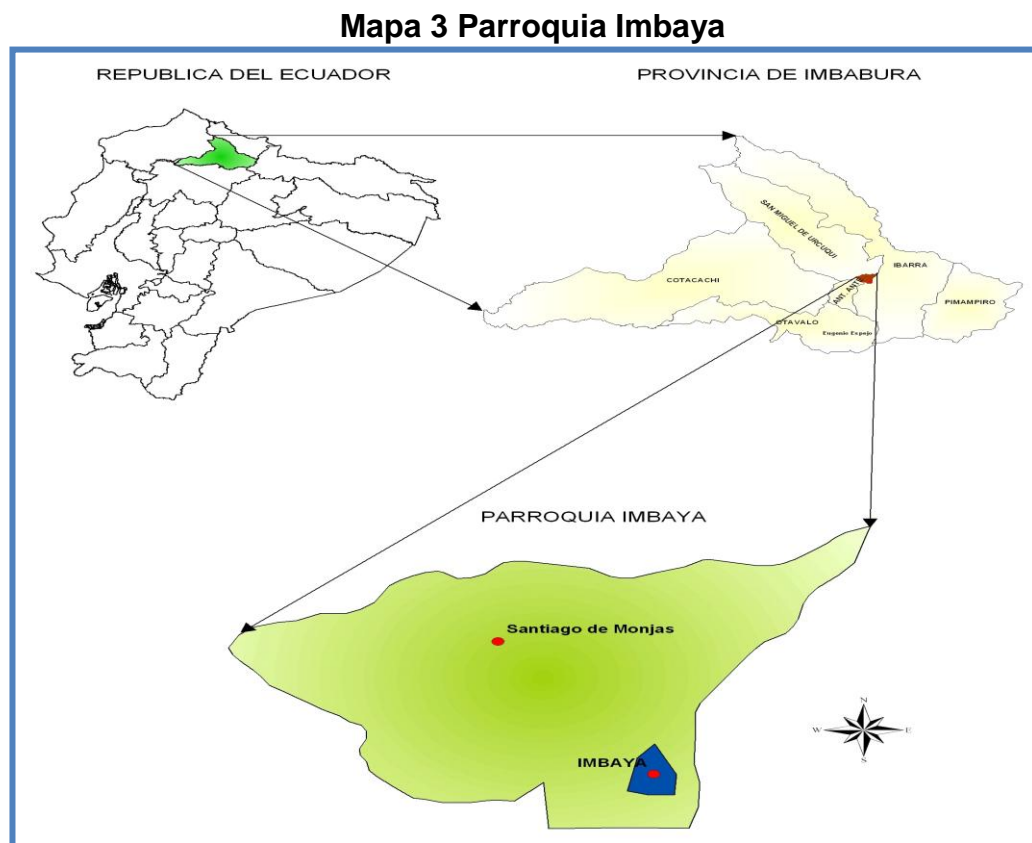
Mapa 2 Provincia de Imbabura



Fuente: Gobierno Parroquial de Imbaya

4.2.3. Micro Localización.

El presente proyecto estará ubicado en las calles Antonio Ante y la calle Antonio Granda Centeno, tras la iglesia Católica de la parroquia Imbaya. Al Norte limita con el Barrio la Dolorosa, al Sur limita con el Barrio Central, Al Este limita con la Escuela Jacinto Collahuazo; al oeste limita con el Barrio San Antonio.



Fuente: Gobierno Parroquial de Imbaya.

4.2.3.1. Medios de Transporte.

Se contará con un camión de carga para trasladar la mercadería de aquellas personas que lo requieran, tomando en cuenta que el transporte de la mercadería corre por cuenta de los demandantes.

4.2.3.2. Disponibilidad de Mano de Obra.

La mano de obra con la que se contará, dependerá de la función encomendada y su remuneración será en base a las leyes establecidas por el gobierno.

4.2.3.3. Cercanía de Abastecimiento a Mercadería.

Por encontrarse ubicado en el sector en donde se encuentran los productores, es más fácil para acopiar los productos y el costo disminuye por el ahorro de transporte y tiempo.

4.2.3.4. Infraestructura.

La infraestructura con que se contará es nueva, se encuentra con los servicios básicos para empezar con el proceso de acopio.

4.2.3.5. Cercanía al Mercado.

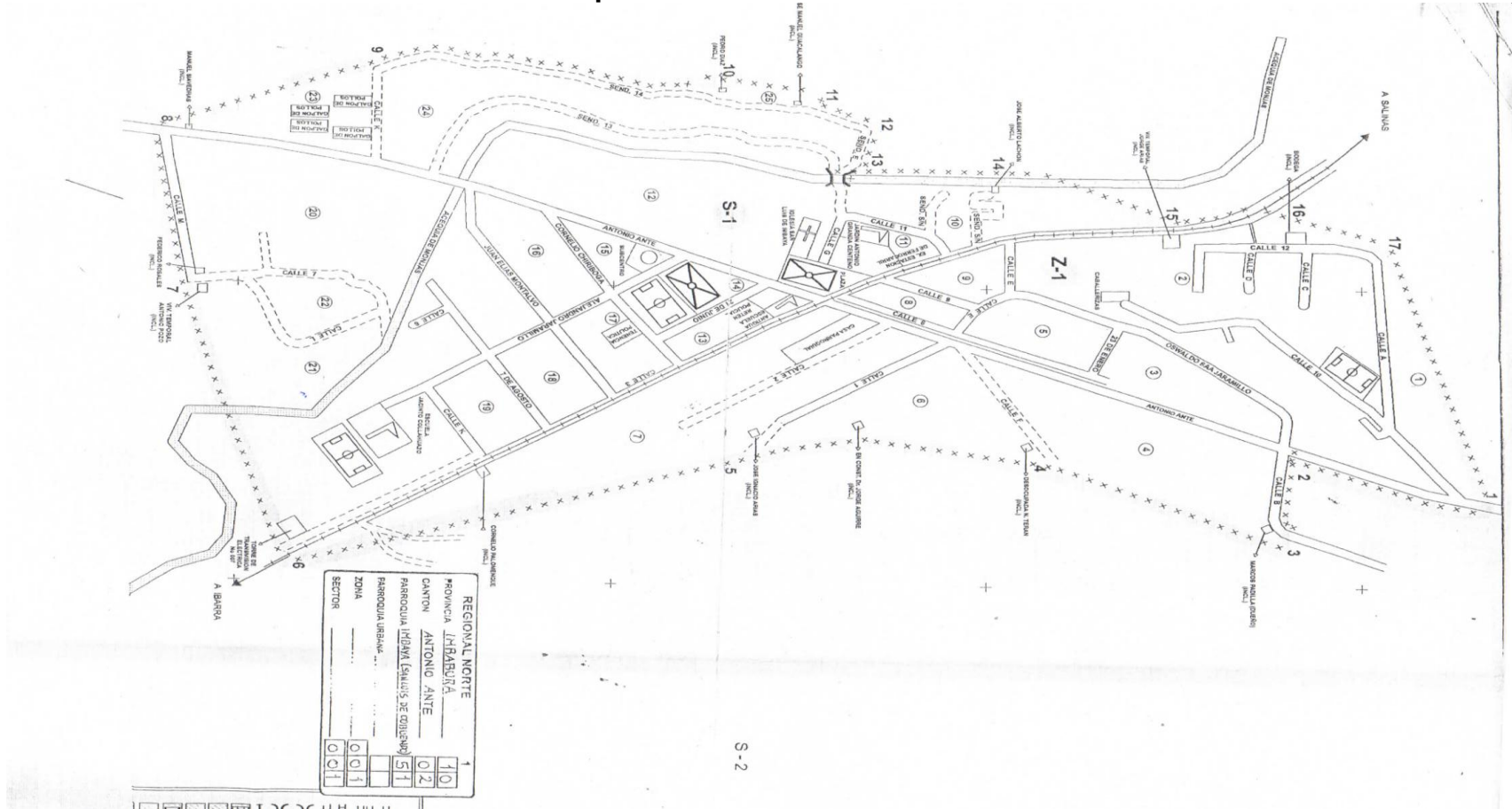
El centro de acopio no se encuentra ubicado cerca de los potenciales demandantes lo que implica aumentar el costo de transporte en entrega de mercadería.

4.2.3.6. Ambiente

El clima de la zona en donde se instalará el centro de acopio es relativamente templado en la parte alta y en la cabecera parroquial, se encuentra desde los 2040 m.s.n.m. hasta los 2240 m.s.n.m., y clima cálido desde los 1750 m.s.n.m. hasta los 2040 m.s.n.m.; posee una pluviosidad de 500mm a 700mm, su temperatura anual aproximadamente es de 16°C en la parte alta y alcanza los 18°C en la parte baja.

4.2.3.7. Planos de la Micro localización

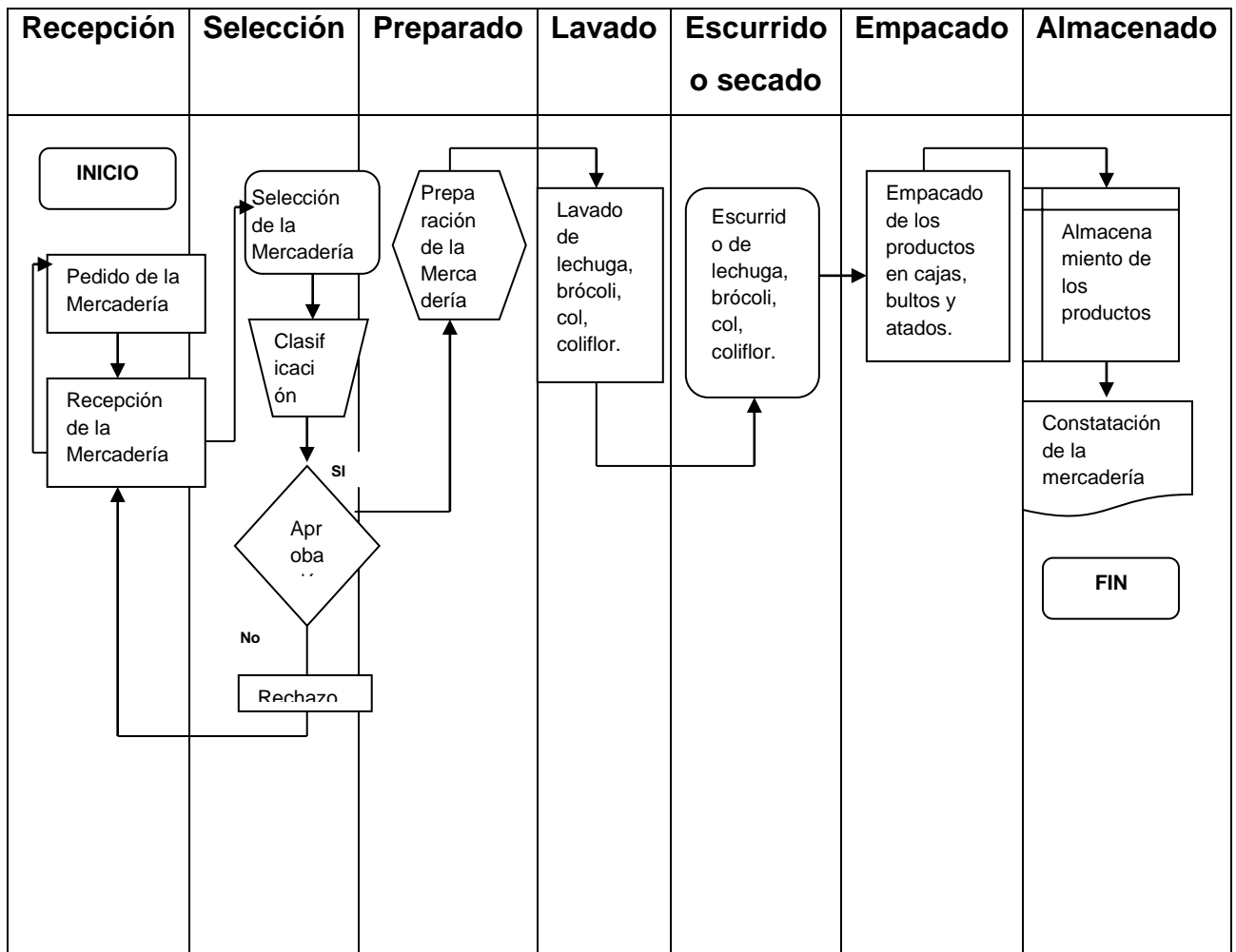
Mapa 4 Plano Microlocalización



4.3. Ingeniería del Proyecto.

4.3.1. Procesos.

4.3.1.1. Flujograma del Proceso Interno del Centro de Acopio.



4.3.1.2. Proceso de Abastecimiento de la Mercadería.

- **Recepción**

En esta sección se realiza primeramente el pedido de la mercadería, convirtiéndose en el primer paso del proceso de abastecimiento de la mercadería en el cual incluye recibir los productos, verificando la cantidad.

Foto 1 Abastecimiento



- **Selección**

El proceso de selección de la mercadería, se lo realiza minuciosamente verificando que esta se encuentre en buen estado, es decir que sea un producto fresco, recién cosechado, de otra manera la mercadería tendrá que ser devuelta.

Foto 2 Selección



- **Preparado**

Poner en bloques los atados de cilantro para evitar mojar todo.

- **Lavado**

Solo se lavará los residuos de tierra de las raíces del cilantro, para obtener un producto sin contaminación y evitar ensuciar al resto de la mercadería.

- **Escurreo o Secado**

Los productos deben quedar sin residuos de agua, para evitar pudrición, los mismos que son llevados a un cuarto debidamente preparado.

- **Empacado**

Los agricultores proporcionan la mercadería debidamente empacada, el centro de acopio mantiene ese proceso y procede a verificar que estén en correcto estado, el cilantro que es sometido al lavado y escurrido, también se mantiene en atados.

Foto 3 Empacado



- **Almacenado**

Los bultos se apilan debidamente, evitando maltratar al producto, las cajas se las ubica en filas, clasificando el tamaño en especial del tomate ya que hay de 3 clases: de primera, segunda y las cajas terceras, el cilantro se mantiene en el cuarto de escurrido para no mojar al resto de mercadería.

4.3.2. Tecnología.

El Centro de Acopio “EL BUEN AGRICULTOR” contará con tecnología adecuada para el buen funcionamiento del mismo y minimizar gastos operativos, dicha tecnología será adquirida a través de los diferentes proveedores de la ciudad.

4.3.3. Maquinaria y Equipo

Foto 4Balanza

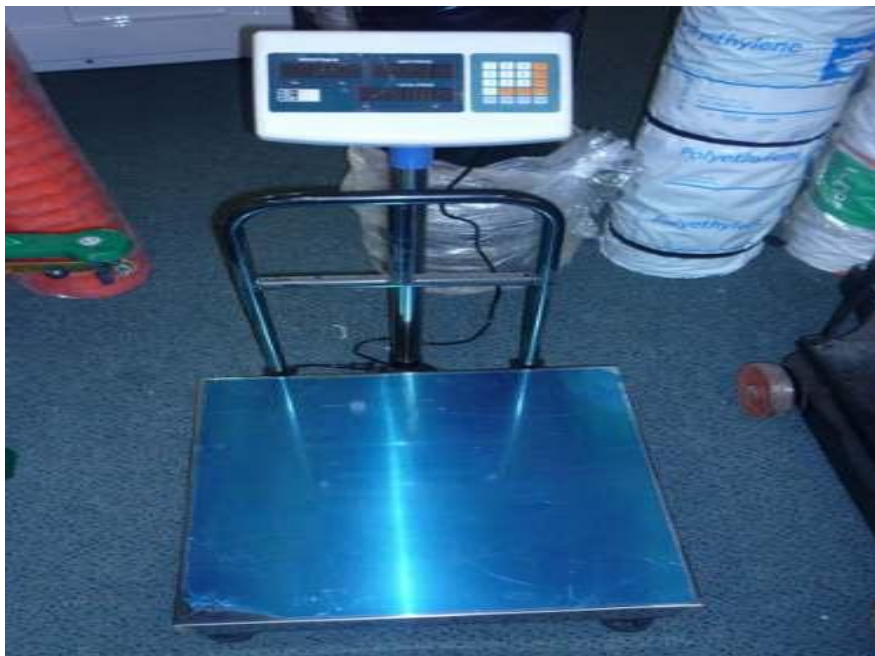


Foto 5Transportador de Carga y Descarga



Foto 6Cosedora



Foto 7Carretilla Hidráulica



Foto 8 Perchas Bilaterales



Foto 9 Gavetas



Foto 10 Costales



4.4. Obras Civiles.

4.4.1. Diseños de Instalaciones de la Planta.

El diseño del centro de acopio, va de acorde a los requerimientos exigidos para el buen funcionamiento del mismo, determinado un área para carga y descarga, lavado y secado , verificación del empacado, enfriamiento (almacenamiento- bodega), cada producto tendrá un cuarto en donde se mantenga el producto en perfectas condiciones hasta poder despachar la mercadería.

4.4.2. PLANO DE LA INSTALACIÓN Y DISEÑO DEL CENTRO DE ACOPIO.

4.5. Presupuesto Técnico.

4.5.1. Inversión Fija.

4.5.1.1. Terreno.

Para el proyecto se cuenta con un área de terreno propio, que son aproximadamente 1810 metros cuadrados.

4.5.1.2. Infraestructura Física.

Para la determinación de los costos de la infraestructura física, se procedió a recolectar proformas de los diferentes proveedores y de un arquitecto, en los que están involucrados: ferrindustrial, Bloquera, Cementos Lafarge, Provesum, Movicom, y Vacas Construcciones, entre otros.

4.5.2. Construcción de las Instalaciones y de la Planta.

Cuadro 34 Edificio

Cód.	Rubro	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
1	Excavación de plintos y cimientos	m3	86,56	8,89	769,518
2	Cimiento de hormigón ciclópeo	m3	52	69,33	3605,16
3	Hormigón simple en plintos, f'c = 210 Kg/cm2	m3	14	117,15	1640,1
4	Hormigón simple en cadenas f'c = 210 Kg/cm2	m3	13	170,75	2219,75
5	Hormigón en riostras f'c 210 Kg/cm2	m3	2,8	193,83	542,724
6	Hormigón simple en muro	m3	6	117,25	703,5
7	Acero de refuerzo	Kg	2191	1,81	3965,71
8	Instalación cuarto frio	Kg	8500	1,88	15980
9	Divisiones de malla y tbos	m2	274	25	6850
10	Cubierta placa residencial	m2	1107,44	19,8	21927,3
11	Contrapiso de hormigón simple, H.S. f'c= 180 Kg/cm2	m2	935	8,46	7910,1
12	Masilla de piso	m2	935	3,61	3375,35
13	Mampostería de bloque e = 0,15m	m2	650	13,12	8528
14	Enlucido vertical paletiado	m2	35	5,91	206,85
15	Cerradura de baño	u	3	25	75
16	Cerradura principal tipo caja	u	1	75	75

17	Punto de agua	pto.	15	25,7	385,5
18	Punto eléctrico empotrado	pto.	50	21,32	1066
19	Tablero de control de cuatro puntos	Ud.	2	65	130
20	Punto de canalización en PVC	pto.	10	15,2	152
21	Inodoro tanque bajo Edesa	u	3	85	255
22	Lavamanos Edesa	u	3	65	195
23	Rejilla de piso d = 3	u	6	3,5	21
24	Cajas de revisión	u	4	75	300
Valor Total del Presupuesto					80878,6

Fuente: Arq. Milton Yépez Rivera

Elaborado por: El Autor, 2012

De acuerdo a la constructora de propiedad Arq. Milton Yépez Rivera, para la construcción e instalación del centro de acopio, se establece que tendrá un costo de 80.878,60 dólares, se calcula el metro cuadrado de construcción de 112,00 dólares, se estima que las instalaciones tendrán aproximadamente 722 m².

4.5.2.1. Maquinaria y Equipos de Operación.

La maquinaria y equipo requerido para la puesta en marcha del proyecto será adquirida dentro del mercado nacional.

Cuadro 35 Maquinaria y Equipo de Operación

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Cosedoras de sacos	5	250	1250
Banda Transportadora	4	200	800
Carretilla Hidráulica	4	390	1560
Balanzas Electrónicas de 300 Kilos	5	340	1700
Perchas Bilaterales	15	698	10470
Total			15780

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: El Autor, 2012

4.5.2.2. Muebles y Equipos de Oficina.

Pada iniciar la operación del centro de acopio se requiere de muebles y equipos básicos de oficina, conforme el centro de acopio crezca, también crecerá la necesidad de aumentar los muebles y equipos de oficina.

Cuadro 36 Muebles y Equipos de Oficina

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Escritorios de Oficina	4	100	400
Mesa de reunión	1	350	350
Sillas	40	15	600
Silla de Gerencia	1	200	200
Teléfonos	2	20	40
Fax	1	70	70
Grapadoras	2	4	8
Perforadoras	2	4,25	8,5
Archivadores de Oficina	1	150	150
Memory Flash	2	15	30
Total			1856,5

Fuente: Varios Proveedores
Elaborado por: El Autor, 2012

4.5.2.3. Equipos de Computación

Cuadro 37 Equipos de Computación

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Computador	4	750	3000,00
Impresora	4	200	800,00
Total			3800,00

Fuente: Varios Proveedores
Elaborado por: El Autor, 2012

4.5.2.4. Resumen de la Inversión Fija.

Cuadro 38 Inversión Fija

Detalle	Valor Total
Terreno	40.000,00
Construcción de las Instalaciones	80.878,57
Maquinaria y Equipo de Operación	15.780,00
Muebles y Equipos de Oficina	1.856,50
Equipos de Computación	3.800,00
Vehículo	65.000,00
Total inversión Fija	207.315,07

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor, 2012

4.5.3. Inversión Diferida.

Cuadro 39 Inversión Diferida

Detalle	Cantidad	Valor Total
Trámites de Constitución	1	900,00
Estudios y Diseños	1	1.200,00
Gastos de Instalación	1	700,00
Total		2.800,00

Fuente: Varios Proveedores
Elaborado por: El Autor, 2012

4.5.4. Capital de Trabajo.

En el presente cuadro se presenta la inversión variable del proyecto, en el primer año de operación, con un valor total de 2.621.552,32 dólares.

Cuadro Nº 37 Capital de Trabajo

Capital de Trabajo		
Detalle	Valor en un mes	Valor en un año
Costos de Operación	214.540,04	2.574.480,45
Gastos Administrativos	2.077,93	24.935,16
Gasto de Ventas	1.844,73	22.136,71
Total Capital de Operación	218.462,69	2.621.552,32

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor, 2012

4.5.5. Inversión del Proyecto.

En el cuadro siguiente se detalla la inversión total del proyecto para la creación de un Centro de Acopio:

Cuadro 40 Inversión Total del Proyecto

Detalle	Valor Total	porcentaje
Inversión Fija	207.315,07	48,37%
Inversión Diferida	2.800,00	0,65%
Inversión Capital de Trabajo	218.462,69	50,97%
Total inversión del Proyecto	428.577,77	100,00%

Fuente: Estudio Técnico - Financiero
Elaborado por: El Autor, 2012

4.5.6. Financiamiento.

Cuadro 41 Financiamiento del Proyecto

Detalle	Monto	Porcentaje
Capital Propio	178.577,77	41,67%
Crédito	250.000,00	58,33%
Total	428.577,77	100,00%

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor, 2012

4.5.7. Talento Humano.

Para el proyecto se requerirá de personal administrativo, operativo y de ventas, detallados en el siguiente cuadro:

Cuadro 42 Talento Humano

Detalle	Número	Sueldo
Gerente	1	350
Contador	1	293,75
Secretaria	1	292,87
Bodeguero	1	292
Supervisor de Mercadería	1	294,33
Empacadores	4	292
Vendedores	3	293,17

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor, 2012

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO.

5.1. Determinación de Ingresos Proyectados.

Para la obtención del precio de venta de mercadería se consideró un margen del 10% sobre el precio de costo de cada producto.

Cuadro 43 Precio de Venta de Mercadería

Detalle	Años				
	2012	2013	2014	2015	2016
Tomate riñón x caja	9,28	9,78	10,31	10,86	11,45
Pimiento x bulto	11,60	12,22	12,88	13,58	14,32
Coliflor por bulto	13,91	14,67	15,46	16,30	17,18
Col x unidad grande	0,58	0,61	0,64	0,68	0,72
Brócoli x bulto	13,91	14,67	15,46	16,30	17,18
Lechuga x bulto	17,97	18,94	19,97	21,05	22,19
Fréjol x bulto	28,99	30,56	32,21	33,95	35,79
Choclo x bulto	35,37	37,28	39,30	41,42	43,66
Cilantro x atado	0,99	1,04	1,10	1,15	1,22

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: El Autor, 2012

La proyección de los ingresos por de venta se obtiene multiplicando la cantidad de mercadería por el costo de adquisición, más un margen de utilidad del 10% en cada producto. Los cálculos para la proyección de los precios se realizaron en base a la inflación del año 2011 que fue del 5,41%.

Cuadro N° 42 Ingresos por Ventas Proyectadas

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Tomate riñón x caja	335.499,68	363.198,77	393.184,71	425.646,32	460.787,98
Pimiento x bulto	559.632,11	605.835,73	655.853,95	710.001,71	768.619,95
Coliflor por bulto	743.690,96	805.090,61	871.559,45	943.516,01	1.021.413,35
Col x unidad grande	24.463,52	26.483,24	28.669,72	31.036,71	33.599,12
Brócoli x bulto	142.587,36	154.359,48	167.103,50	180.899,69	195.834,89
Lechuga x bulto	332.237,88	359.667,67	389.362,09	421.508,09	456.308,09
Fréjol x bulto	456.652,34	494.353,88	535.168,08	579.351,94	627.183,64
Choclo x bulto	122.224,40	132.315,33	143.239,38	155.065,32	167.867,62
Cilantro x atado	21.388,10	23.153,92	25.065,53	27.134,95	29.375,23
total	2.738.376,36	2.964.458,63	3.209.206,41	3.474.160,73	3.760.989,87

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: El Autor, 2012

5.2. Determinación de Egresos.

La inversión variable representa el capital de operación o de trabajo, inversión indispensable para efectuar y mantener las actividades de comercialización de mercadería. La determinación de egresos está basada en el costo de compra de mercadería, multiplicada por la cantidad de cada producto a precio de mercado. Además para cada año se tendrá un crecimiento del 2,7% en la compra de mercadería, este porcentaje corresponde al crecimiento del PIB agrícola del año 2011.

5.2.1. Costos de Operación.**5.2.1.1. Mercadería****Cuadro 44 Precio de la Mercadería**

Detalle	Años				
	2012	2013	2014	2015	2016
Tomate riñón x caja	8,43	8,89	9,37	9,88	10,41
Pimiento x bulto	10,54	11,11	11,71	12,35	13,01
Coliflor por bulto	12,65	13,33	14,05	14,82	15,62
Col x unidad grande	0,53	0,56	0,59	0,62	0,65
Brócoli x bulto	12,65	13,33	14,05	14,82	15,62
Lechuga x bulto	16,34	17,22	18,15	19,14	20,17
Fréjol x bulto	26,35	27,78	29,28	30,87	32,53
Choclo x bulto	32,15	33,89	35,72	37,66	39,69
Cilantro x atado	0,90	0,94	0,9956	1,05	1,11

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: El Autor, 2012

Cuadro 45 Costo de Ventas

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Tomate riñón x caja	304999,71	330180,70	357440,65	386951,20	418898,16
Pimiento x bulto	508756,46	550759,75	596230,86	645456,10	698745,41
Coliflor por bulto	676082,69	731900,55	792326,77	857741,83	928557,59
Col x unidad grande	22239,56	24075,68	26063,38	28215,19	30544,66
Brócoli x bulto	129624,88	140326,80	151912,28	164454,26	178031,72
Lechuga x bulto	302034,44	326970,61	353965,53	383189,17	414825,54
Fréjol x bulto	415138,49	449412,62	486516,44	526683,58	570166,94
Choclo x bulto	111113,09	120286,66	130217,61	140968,47	152606,93
Cilantro x atado	19443,73	21049,02	22786,84	24668,14	26704,76
total	2489433,05	2694962,39	2917460,37	3158327,94	3419081,70

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: El Autor, 2012

5.2.1.2. Mano de Obra.

Cuadro 46 Proyección del Salario Básico Unificado Personal

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
1 Supervisor de mercadería	294,33	324,23	357,18	393,47	433,44
4 Empacadores	1.168,00	1.286,67	1.417,39	1.561,40	1.720,04
Total Mensual	3.798,33	5.470,91	6.026,75	6.639,07	7.313,60
Total Anual	45.579,96	65.650,91	72.321,04	79.668,86	87.763,22

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El Autor, 2012

Cuadro 47 Proyección Total del Salario Básico Unificado Personal

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Salario Básico Unificado	45.579,96	65.650,91	72.321,04	79.668,86	87.763,22
Aporte Patronal 12.15%	5.537,97	7.976,59	8.787,01	9.679,77	10.663,23
Fondos de Reserva	3.796,81	5.468,72	6.024,34	6.636,42	7.310,68
13º Sueldo	3.798,33	5.470,91	6.026,75	6.639,07	7.313,60
14º Sueldo	1.460,00	1.608,34	1.771,74	1.951,75	2.150,05
Total Costo de Mano de Obra	60.173,07	86.175,46	94.930,89	104.575,87	115.200,77

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El Autor, 2012

5.2.1.3. Costos Indirectos de Operación.

Cuadro 48 Costos Indirectos de Operación

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Gavetas	16000	17320,97	18751,00	20299,10	21975,01
Costales de 60*90 (por 1000 uni.)	600	649,54	703,16	761,22	824,06
Cintas para amarre	12,5	13,53	14,65	15,86	17,17
Cajas	2250	2435,76	2636,86	2854,56	3090,24
Costales	1000	1082,56	1171,94	1268,69	1373,44
agujas cocedoras	12	12,99	14,06	15,22	16,48
Daños en Mercadería	2489,43	2694,96	2917,46	3158,33	3419,08
Total	22363,93	24210,32	26209,14	28372,98	30715,47

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El Autor, 2012

Cuadro 49 Otros Costos Indirectos de Operación

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Agua Potable	974,40	1.027,12	1.082,68	1.141,26	1.203,00
Luz Eléctrica k/h	1.536,00	1.619,10	1.706,69	1.799,02	1.896,35
Total	2.510,40	2.646,21	2.789,37	2.940,28	3.099,35

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El Autor, 2012

5.2.2. Gastos Administrativos.

5.2.2.1. Sueldos al Personal Administrativos.

Cuadro 50 Proyección Sueldo Personal Administrativo

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
1 Gerente General	350,00	385,56	424,73	467,89	515,42
1 Contador	293,75	323,60	356,47	392,69	432,59
1 Cajero	293,17	322,96	355,77	391,91	431,73
1 Secretaria	292,87	322,63	355,40	391,51	431,29
1 Bodeguero	292,00	321,67	354,35	390,35	430,01
Total Mensual	1.521,79	1.676,40	1.846,73	2.034,35	2.241,04
Total Anual	18.261,48	20.116,85	22.160,72	24.412,25	26.892,53

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El Autor, 2012

Cuadro 51 Proyección Total Sueldo Personal Administrativo

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Salario Básico Unificado	18.261,48	20.116,85	22.160,72	24.412,25	26.892,53
Aporte Patronal 12.15%	2.218,77	2.444,20	2.692,53	2.966,09	3.267,44
Fondos de Reserva	121,62	133,97	133,97	133,97	133,97
13º Sueldo	1.521,79	1.676,40	1.846,73	2.034,35	2.241,04
14º Sueldo	1.460,00	1.608,34	1.608,34	1.608,34	1.608,34
Total Costo de Mano de Obra	23.583,66	25.979,76	28.442,28	31.155,00	34.143,33

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor, 2012

5.2.2.2. Suministros y Materiales de Oficina.

Cuadro 52 Suministros y Materiales de Oficina

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Caja de Papel Boon	170,00	179,20	188,89	199,11	209,88
Grapadoras	15,00	15,81	16,67	17,57	18,52
Perforadoras	15,00	15,81	16,67	17,57	18,52
Saca Grapas	3,20	3,37	3,56	3,75	3,95
Carpetas	12,50	13,18	13,89	14,64	15,43
Marcadores	28,00	29,51	31,11	32,79	34,57
Esferos	20,00	21,08	22,22	23,42	24,69
Agendas	100,00	105,41	111,11	117,12	123,46
Archivadores	36,00	37,95	40,00	42,16	44,45
Otros	35,00	36,89	38,89	40,99	43,21
Total	434,70	458,22	483,01	509,14	536,68

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor, 2012

5.2.2.3. Gastos Generales de Administración.

Cuadro 53 Gastos Generales de Administración

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Luz Eléctrica	57,60	60,72	64,00	67,46	71,11
Agua Potable	139,20	146,73	154,67	163,04	171,86
teléfono	600,00	632,46	666,68	702,74	740,76
Otros	120,00	126,49	133,34	140,55	148,15
Total	916,80	966,40	1.018,68	1.073,79	1.131,88

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor, 2012

5.2.3. Gastos de Ventas.

5.2.3.1. Sueldo al Personal de Ventas.

Cuadro 54 Proyección del Salario Básico Unificado Personal de Ventas

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
3 Vendedores	879,51	968,87	1.067,31	1.175,74	1.295,20
Total Mensual	879,51	968,87	1.067,31	1.175,74	1.295,20
Total Anual	10.554,12	11.626,42	12.807,66	14.108,92	15.542,39
Total Salario Unificado	10.554,12	11.626,42	12.807,66	14.108,92	15.542,39

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor, 2012

Cuadro 55 Proyección Total del Salario Básico Unificado Personal de Ventas

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Salario Básico Unificado	10.554,12	11.626,42	12.807,66	14.108,92	15.542,39
Aporte Patronal 12.15%	1.282,33	1.412,61	1.556,13	1.714,23	1.888,40
Fondos de Reserva	879,16	968,48	1.066,88	1.175,27	1.294,68
13º Sueldo	879,51	968,87	1.067,31	1.175,74	1.295,20
14º Sueldo	876,00	965,00	1.063,05	1.171,05	1.290,03
Total Personal de Ventas	14.471,11	15.941,38	17.561,02	19.345,22	21.310,70

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor, 2012

5.2.3.2. Gasto Publicidad.

Cuadro 56 Gasto Publicidad

Gasto Publicidad					
Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Radio	2688,00	2833,42	2986,71	3148,29	3318,61
Prensa Escrita	1728,00	1821,48	1920,03	2023,90	2133,39
volantes	120,00	126,49	133,34	140,55	148,15
Total	4536,00	4781,40	5040,07	5312,74	5600,16

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor, 2012

5.2.3.3. Movilización y Transporte.

Cuadro 57 Movilización y Transporte

detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Combustible	940,80	1018,47	1102,56	1193,59	1292,13
Lubricantes	192,00	207,85	225,01	243,59	263,70
Filtro	432,00	467,67	506,28	548,08	593,33
Neumáticos	0,00	0,00	888,90	0,00	987,68
Total	1564,80	1693,99	2722,75	1985,25	3136,84

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor, 2012

5.2.4. Tabla de Amortización.

Cuadro 58 Tabla de Amortización del Préstamo

Años	Monto	Cuotas	Interés	Amortizado	Saldo
2012	250.000,00	50.000,00	20.425,00	29.575,00	200.000,00
2013	200.000,00	50.000,00	16.340,00	33.660,00	150.000,00
2014	150.000,00	50.000,00	12.255,00	37.745,00	100.000,00
2015	100.000,00	50.000,00	8.170,00	41.830,00	50.000,00
2016	50.000,00	50.000,00	4.085,00	45.915,00	0,00

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: El Autor, 2012

5.3. Depreciación de Activos Fijos.

Cuadro Nº 58 Depreciación de Activos Fijos

Detalle	Valor	2012	2013	2014	2015	2016
Dep. Edificio						
Edificio	80878,5744	4043,93	4043,93	4043,93	4043,93	4043,93
Total	80878,5744	4043,93	4043,93	4043,93	4043,93	4043,93
DEP. MAQUINARIA Y EQUIPO						
Cosedoras de sacos	1250	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00
Banda Transportadora	800	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Carretilla Hidráulica	1560	156,00	156,00	156,00	156,00	156,00
Balanzas Electrónicas de 300 Kilos	1700	170,00	170,00	170,00	170,00	170,00
Perchas Bilaterales	10470	1.047,00	1.047,00	1.047,00	1.047,00	1.047,00
Total		1.578,00	1.578,00	1.578,00	1.578,00	1.578,00
DEP. VEHÍCULO						
Vehículo	65.000,00	13.000,00	13.000,00	13.000,00	13.000,00	13.000,00
Total		13.000,00	13.000,00	13.000,00	13.000,00	13.000,00
DEP. EQUIPO DE COMPUTACIÓN						
Equipo de Computación	3.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00		
Impresoras	800,00	266,67	266,67	266,67		
Reinversión de Activos (Equipo de comp.)	4.450,00				1483,33	1.483,33
Total		1.266,67	1.266,67	1.266,67	1.483,33	1.483,33
DEP. MUEBLES Y ENSERES						
Escritorios de Oficina	400,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Mesa de reunión	350,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00
Silla de Gerencia	200,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Archivadores de Oficina	150,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Total		110,00	110,00	110,00	110,00	110,00
Total		19.998,60	19.998,60	19.998,60	20.215,26	20.215,26

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: El Autor, 2012

Nota: dentro de los activos fijos depreciables se consideró aquellos que superen los 100,00 en adelante, caso contrario son considerados bienes fungibles.

5.4. Resumen de los Egresos Proyectados.

Cuadro 59 Resumen de Egresos Proyectados

Costo de Ventas	2489433,05	2694962,39	2917460,37	3158327,94	3419081,70
Costos Operativos	85.047,40	113.031,99	123.929,40	135.889,12	149.015,59
Gasto Administrativo	24.935,16	27.404,37	29.943,97	32.737,93	35.811,89
Gasto de Ventas	20.571,91	22.416,77	25.323,84	26.643,21	30.047,69
Gasto Financiero	20.425,00	16.340,00	12.255,00	8.170,00	4.085,00
Gasto Depreciación	19.998,60	19.998,60	19.998,60	20.215,26	20.215,26
Total	2.660.411,12	2.894.154,11	3.128.911,17	3.381.983,47	3.658.257,15

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: El Autor, 2012

5.5. Balance General

Cuadro 60 Balance General

“El Buen Agricultor” Balance General			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corrientes		Pasivos Corrientes	
Bancos	2.738.376,36	Interés del Préstamo	20.425,00
Total Activos Corrientes	2.738.376,36	Total Pasivos Corrientes	<u>20.425,00</u>
Activos Fijos		Pasivos a Largo Plazo	
Depreciables		Documentos por Pagar	
Inventario de Mercadería	0,00		250.000,00
Edificio	80.878,57		
Maquinaria y Equipo	15.780,00	Total Pasivos a Largo Plazo	<u>250.000,00</u>
Equipo de Computación	3.800,00		
Muebles y Enseres	1.856,50	Otros Pasivos	0,00
Vehículo	65.000,00	Total Otros Pasivos	0,00
<u>167.315,07</u>	Total Pasivos	<u>270.425,00</u>	
No Depreciables			
Terreno	40.000,00		-
Total no Depreciable	<u>40.000,00</u>		-
(-) Depreciación Acumulada	19.998,60		
<u>187.316,48</u>			
Otros Activos		Patrimonio	
Activos Intangibles		Capital Social	
Gasto de Constitución	2.800,00		2.658.067,84
Total Otros Activos	<u>2.800,00</u>	Total Patrimonio	
Total Activos	2.928.492,84	Total Pasivos y patrimonio	2.928.492,84

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: El Autor, 2012

5.6. Estado de Pérdidas y Ganancias.

Cuadro 61 Estado de Pérdidas y Ganancias

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Ingresos	2.738.376,36	2.964.458,63	3.209.206,41	3.474.160,73	3.760.989,87
Egresos					
(-) Costos de Ventas					
Costo de Ventas	2.489.433,05	2.694.962,39	2.917.460,37	3.158.327,94	3.419.081,70
Subtotal	2.489.433,05	2.694.962,39	2.917.460,37	3.158.327,94	3.419.081,70
(=) Utilidad Bruta	248.943,31	269.496,24	291.746,04	315.832,79	341.908,17
(-) Otros Gastos					
Costos de Operación	85.047,40	113.031,99	123.929,40	135.889,12	149.015,59
Gasto Administrativo	24.935,16	27.404,37	29.943,97	32.737,93	35.811,89
Gasto de Ventas	20.571,91	22.416,77	25.323,84	26.643,21	30.047,69
Gasto Financiero	20.425,00	16.340,00	12.255,00	8.170,00	4.085,00
Gasto Depreciación	19.998,60	19.998,60	19.998,60	20.215,26	20.215,26
Total Egresos	170.978,07	86.159,74	87.521,41	87.766,40	90.159,85
(=) Utilidad Operacional	77.965,24	183.336,50	204.224,63	228.066,39	251.748,32
(-) 15% Participación Trabajadores	11.694,79	27.500,48	30.633,69	34.209,96	37.762,25
(=) Utilidad Antes de Impuestos	66.270,45	155.836,03	173.590,93	193.856,43	213.986,07
(-) 25% Impuesto a la Renta	16.567,61	38.959,01	43.397,73	48.464,11	53.496,52
(=) Ganancia o Pérdida del Ejercicio	49.702,84	116.877,02	130.193,20	145.392,32	160.489,55

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor, 2012

5.7. Evaluación Financiera.

5.7.1. Flujo de Caja.

Cuadro 62 Flujo de Caja

Detalle		2012	2013	2014	2015	2016
Utilidad Operacional		77.965,24	183.336,50	204.224,63	228.066,39	251.748,32
Capital Propio	178.577,77					
Crédito	250.000,00					
(-) Reinversión Activo Fijo				4.450,00		
(+) Depreciaciones		19.998,60	19.998,60	19.998,60	20.215,26	20.215,26
(-) 15% Participación Trabajadores		11.694,79	27.500,48	30.633,69	34.209,96	37.762,25
(-) 25% Impuesto a la Renta		16.567,61	38.959,01	43.397,73	48.464,11	53.496,52
(+) Recuperación Venta de Activos Fijos						20.731,51
Total Inversión	428.577,77					
FLUJO NETO DECAJA		69.701,44	136.875,62	145.741,80	165.607,59	201.436,32

5.7.2. Costo de Oportunidad.

Cuadro 63 Costo de Oportunidad

Descripción	Estructura	% de Composición	Tasa de Rendimiento	Valor Ponderado
Inversión Autosustentable	178.577,77	45,86%	0,0453	0,0208
Inversión Financiada	250.000,00	54,14%	0,0817	0,0442
Total de la Inversión	428.577,77	100,00%		0,0650

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: El Autor, 2012

$C_k = \text{Costo de Oportunidad } 0,0650 = 6,50\%$

Riesgo País = 7.68%

Tasa de Redescuento

$$i = (1 + C_k) (1 + R_p) - 1$$

$$i = (1 + 0.065) (1 + 0.786) - 1$$

$$i = 14,87\%$$

5.7.3. Valor Actual Neto.

Cuadro 64 Valor Actual Neto

Años	Flujos Netos	Tasa Redescuento 14,87%	Flujos Netos Actualizados
0	428.577,77		
2012	69.701,44	1,14872	60677,67
2013	136.875,62	1,31955	103729,04
2014	145.741,80	1,51579	96149,17
2015	165.607,59	1,74121	95110,57
2016	201.436,32	2,00016	100710,20
ΣFNA			456376,65

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: El Autor, 2012

$$VAN = \sum FNA - \text{Inversión}$$

$$VAN = 456.376,65 - 428.577,77$$

$$VAN = 27.798,88$$

El Valor Actual Neto calculado es mayor a cero, por tanto el proyecto se acepta ya que se ha demostrado que es factible de llevarlo a cabo. Al invertir 456.376,65 en 5 años se está obteniendo 27.798,88 USD más que la inversión realizada.

5.7.4. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno.

Para el cálculo de la TIR se procede a calcular el valor actual neto con una tasa superior e inferior para luego poder interpolar.

Cuadro 6564 VAN Tasa Inferior

Años	Flujos Netos	Tasa Redescuento (14,87%)	Flujos Netos Actualizados
0	428.577,77		
2012	69.701,44	1,14872	60.677,67
2013	136.875,62	1,31955	103.729,04
2014	145.741,80	1,51579	96.149,17
2015	165.607,59	1,74121	95.110,57
2016	201.436,32	2,00016	100.710,20
∑FNA			456.376,65
VAN TASA INFERIOR			27.798,88

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: El Autor, 2012

Cuadro 66 VAN Tasa Superior

Años	Flujos Netos	Tasa Redescuento 25.5%	Flujos Netos Actualizados
0	-428.557,77		
2012	69.701,44	1,255	55.538,99
2013	136.875,62	1,575	86.903,77
2014	145.741,80	1,977	73.731,48
2015	165.607,59	2,481	66.758,31
2016	201.436,32	3,113	64.702,22
∑FNA			347.634,77
VAN TASA INFERIOR			-80943

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: El Autor, 2012

$$TIR = Tasa Inferior + (Tasa Sup. - Tasa Inf.) \frac{VAN Tasa Inferior}{VAN Tasa Inferior - VAN Tasa Superior}$$

$$TIR = 14,87 + (25,5 - 14,87) \frac{27798,88}{27798,88 - (-80.943,00)}$$

$$TIR=14,87 + 2.72$$

$$TIR = 17.59\%$$

El TIR calculado es de 17,9%, es mayor a la tasa del Costo de Oportunidad, afirmando la factibilidad del proyecto.

5.7.5. Relación Beneficio Costo.

Por cada dólar invertido, recupero 1,06 es decir el dólar de la inversión más 0,06 centavos de dólar adicionales.

Cuadro 67 Relación beneficio Costo

Años	Flujos Netos	Tasa Redescuento (14,87%)	Flujos Netos Actualizados
0	428.577,77		
2012	69.701,44	1,14872	60.677,67
2013	136.875,62	1,31955	103.729,04
2014	145.741,80	1,51579	96.149,17
2015	165.607,59	1,74121	95.110,57
2016	201.436,32	2,00016	100.710,20
ΣFNA			456.376,65
VAN TASA INFERIOR			27.798,88

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: El Autor, 2012

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{\Sigma \text{FNE ACTUALIZADOS}}{\text{INVERSIÓN}}$$

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{456.376,65}{428.577,77}$$

$$\text{Beneficio Costo} = 1.06$$

5.7.6. Relación Ingresos Egresos.

La Relación Ingresos y Egresos es de 1,06; por tanto por cada dólar invertido en gastos hay un ingreso de 1,06 o a su vez por cada dólar se obtiene un superávit de 0,06 centavos de dólar respecto al gasto.

Cuadro 68 Relación Ingresos Egresos

Años	Ingresos	Egresos	Tasa de Redescuento	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
2011	2.738.376,36	2660411,12	1,14872	2.383.857,41	2.315.985,80
2012	2.964.458,63	2781122,12	1,31955	2.246.568,52	2.107.629,83
2013	3.209.206,41	3004981,78	1,51579	2.117.186,25	1.982.454,63
2014	3.474.160,73	3246094,34	1,74121	1.995.255,24	1.864.273,77
2015	3.760.989,87	3509241,55	2,00016	1.880.346,36	1.754.482,15
∑Ingresos y Egresos Actualizados				10.623.213,78	10.024.826,18

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor, 2012

$$\text{Ingresos-Egresos} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{Ingresos-Egresos} = \frac{10.623.213,78}{10.024.826,18}$$

Ingresos-Egresos 1,06

5.7.7. Punto de Equilibrio.

Cuadro 69 Punto de Equilibrio en Dólares

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Ingresos					
Ventas	2.738.376,36	2.964.458,63	3.209.206,41	3.474.160,73	3.760.989,87
Costos Fijos					
Gasto Administrativo	24.935,16	27.404,37	29.943,97	32.737,93	35.811,89
Gasto de Ventas	20.571,91	22.416,77	25.323,84	26.643,21	30.047,69
Depreciaciones	19.998,60	19.998,60	19.998,60	20.215,26	20.215,26
Gasto Financiero	20.425,00	16.340,00	12.255,00	8.170,00	4.085,00
Total Costos Fijos	85.930,67	86.159,74	87.521,41	87.766,40	90.159,85
Costos Variables					
Mercadería	2.489.433,05	2.694.962,39	2.917.460,37	3.158.327,94	3.419.081,70
Costos Operativos	85.047,40	113.031,99	123.929,40	135.889,12	149.015,59
Total Costos Variables	2.574.480,45	2.807.994,38	3.041.389,76	3.294.217,06	3.568.097,30
Punto de Equilibrio (dólares)	1.435.731,45	1.632.430,24	1.673.697,35	1.694.500,26	1.757.922,93

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor, 2012

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - (\text{Costo Variable} / \text{Ventas})}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{85.930,67}{1-(2.574.480,45/2.738.376,36)}$$

Punto de Equilibrio= 1.435.731,45 Dólares

Cuadro 70 Punto de Equilibrio en Unidades

Detalle	Mercadería	%	Precio	Dólares	Unidades
Tomate riñón x caja	35217,39	0,144834245	9,28	207943	22417,12885
Pimiento x bulto	46995,65	0,193273254	11,60	277488	23931,53044
Coliflor por bulto	52043,48	0,214032829	13,91	307294	22085,02324
Col x unidad grande	41086,96	0,168973286	0,58	242600	418453,0718
Brócoli x bulto	9978,26	0,041036369	13,91	58917	4234,34656
Lechuga x bulto	18000,00	0,074026392	17,97	106282	5913,622521
Fréjol x bulto	15339,13	0,06308336	28,99	90571	3124,449603
Choclo x bulto	3365,22	0,013839717	35,37	19870	561,8573642
Cilantro x atado	21130,43	0,086900547	0,99	124766	126590,8453
TOTAL	243156,52	1		1435731	627.311,88

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: El Autor, 2012

5.7.8. Periodo de Recuperación de la Inversión.

Cuadro 71 Periodo de recuperación de la Inversión

Año	Flujos de Efectivo Actualizados	Flujos Netos Acumulados
2012	60677,67	
2013	103729,04	164406,71
2014	96149,17	260555,87
2015	95110,57	355666,44
2016	100710,20	456376,65

355666,44	Suma en el 4 ^o año
428577,77	Inversión
72911,33	4 años
8392,52	meses
8,69	8 meses
21	días

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: El Autor, 2012

La inversión inicial realizada por la empresa se recuperará en cuatro años, 8 meses y 21 días, es decir que la inversión se recupera antes de los 5 años terminación del proyecto.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

6.1. Aspecto Legal de la Microempresa

El centro de acopio es la unidad de producción económica legalmente constituida, conformada por varios accionistas quienes toman las decisiones y responden por las obligaciones que contraiga la misma contando con una serie de elementos personales y materiales, los mismos que están asentados en un lugar determinado para obtener un bienestar económico, ofreciendo bienes para satisfacer las necesidades del consumidor.

6.1.1. Registro Único de Contribuyentes RUC.

Los requisitos para obtener el Registro Único de Contribuyentes RUC es el siguiente:

- Original y copia de la cedula vigente
- Original del certificado de votación.
- Planilla de Servicios Básicos actualizada
- Estado de cuenta bancario, tarjeta de crédito o telefonía celular
- Factura por el servicio de televisión pagada o de internet.
- Cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección del contribuyente.
- Contrato de arrendamiento.
- Nombramiento del Gerente
- Copia de Registro de escrituras en el Registro Mercantil

6.1.2. Patente Municipal.

Para la Patente Municipal los requisitos son los siguientes:

- Copia de la cedula vigente.
- Copia del certificado de votación.
- Copia de Planilla de Servicios Básicos actualizada.
- Nombramiento del Gerente o del Representante Legal.

6.1.3. Certificado de Salud.

El permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública se detalla a continuación:

- Copia del registro único de contribuyentes (RUC Sociedades)
- Copia de la cédula de identidad y copia del certificado de votación del propietario del establecimiento
- Permiso del cuerpo de bomberos
- Copia de certificados de salud conferidos por los Centros de Salud del MSP
- Pago de tasa

6.1.4. Permiso de Bomberos.

- Solicitud de inspección.
- Informe de la inspección.
- Copia del RUC.
- Copia de la cedula.
- Copia de la calificación artesanal.
- Copia de la patente municipal.

6.2. Organización de la Microempresa.

6.2.1. La Empresa.

El Buen Agricultor es un centro de acopio que forma parte del sector privado, ya que los socios o accionistas son personas naturales que no tienen vinculación con el estado. Las formas societarias más utilizadas en el Ecuador son la compañía anónima, por tal razón para el presente proyecto se ha adoptado la estructura organizativa y legal, puesto que deberá constituirse con un mínimo de cinco socios y como máximo quince que responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones.

La razón social del centro de acopio debe darse por los nombres de los socios en forma imperfecta o por el objetivo para el cual se forma, incluyendo el texto de la empresa Sociedad Anónima o su abreviatura S.A. “La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responderán únicamente por el monto de sus acciones”. (Art. 155 de la Ley de Compañías).

6.2.2. Misión.

“**El Buen Agricultor**” es un importante centro de acopio comercializador de productos agrícolas en la provincia de Imbabura, que ofrece productos frescos de calidad al consumidor con la finalidad de contribuir con el desarrollo económico y social en el sector de Imbaya, a través de la generación de empleo.

6.2.3. Visión.

En los próximos 5 años será la mejor empresa comercializadora de productos agrícolas en la provincia de Imbabura, ofreciendo productos

y brindando un servicio de la más alta calidad a través del mejoramiento continuo, la innovación en los procesos y la preservación del medio ambiente, con ética y responsabilidad, satisfaciendo las necesidades del cliente, además de exportar al exterior y de esta manera lograr el reconocimiento en mercados internacionales, garantizando la contribución y progreso del sector de Imbaya.

6.2.4. Políticas

- Ofrecer un producto y brindar un mejor servicio de calidad a los consumidores de la provincia de Imbabura especialmente del cantón Ibarra.
- Promover la enseñanza y el mejoramiento continuo en todas las áreas y las actividades a realizarse, con el fin de ofrecer un producto que satisfaga plenamente las necesidades del cliente.
- Proporcionar estrategias competitivas y elementos adecuados para llevar a cabo un eficiente funcionamiento y administración del centro de acopio.
- Se impulsará el desarrollo empresarial y humanístico en la Parroquia de Imbaya a través del presente proyecto.
- Brindar calidad e higiene en los procesos de elaboración.
- Alcanzar la máxima rentabilidad a través de la utilización óptima de los recursos.
- Se incentivará la cultura y prácticas ecológicas
- Establecer principios y valores para mantener un buen ambiente de trabajo y un excelente clima laboral.

6.2.5. Valores Corporativos.

Los valores corporativos son elementos de la cultura empresarial, propios de cada compañía, dadas sus características competitivas, las condiciones de su entorno, su competencia y la expectativa de los clientes. Específicamente estamos hablando de conceptos, costumbres, actuaciones, actitudes, comportamientos, o pensamientos que en nuestro caso el centro de acopio asume como normas o principios de conducta o que se propone tener o lograr como una característica distintiva de su posicionamiento.

Entre los más principales e importantes tenemos:

- Demostrar en todo tiempo y lugar una actitud positiva, emprendedora y optimista en y sobre nuestro trabajo, buscando sistemáticamente las soluciones y las decisiones en los problemas y las indecisiones, que tenemos como centro de acopio.
- Realizar con la máxima dedicación, esfuerzo y entrega los procedimientos que se establecen en la normativa de nuestras funciones específicas dentro del trabajo, de tal manera que nuestro centro de acopio incremente y fortalezca la cadena de valor de los procesos operativos, administrativos y comerciales.
- Actuar permanentemente con recta intención y buena fe en la ejecución de tareas, buscando siempre las formas y métodos que aseguren los óptimos resultados de éxito, productividad y eficiencia.
- Sostener y promover permanentemente relaciones humanas cordiales, respetuosas y armoniosas con los clientes proveedores, jefes, colaboradores y compañeros de trabajo.

- Valorar la solidaridad, el reconocimiento al talento de jefes de compañeros y el trabajo en equipo como las mejores estrategias de relación humana y laboral que coadyuvan a la productividad, al logro de objetivos y al éxito grupal y personal.
- Respetar la diversidad y pluralidad de opiniones, convicciones e ideas dentro de la empresa, reconociendo en el diálogo la herramienta esencial para la construcción de consensos, la identificación del bien común y la solución de conflictos y diferencias.

6.2.6. Reglamentos.

Es una disposición legislativa expedida por el Poder Ejecutivo en uso de sus facultades constitucionales para hacer cumplir los objetivos del centro de acopio. Su objeto es hacer efectivo el cumplimiento de las leyes administrativas y permitir el buen funcionamiento de la organización.

A continuación citamos los siguientes:

- Todos los trabajadores están obligados a cumplir con la totalidad de lo establecido en el contrato de trabajo y lo que este reglamento dispone.
- No divulgar rumores o hacer comentarios que vayan en desmedro de los intereses del centro de acopio o del buen nombre y prestigio de sus personeros o sus compañeros de trabajo, o produzcan inquietud y malestar entre el personal.
- No divulgar información confidencial que posee el Trabajador en virtud de las labores que desempeña.
- Abandonar sin justa causa el lugar o puesto de trabajo, vale decir, sin la autorización previa del superior correspondiente.

- No acatar las órdenes y disposiciones de trabajo, vale decir, resistirse al cumplimiento de cualquier disposición superior que diga relación directa o indirecta con el trabajo, siempre y cuando la misma se encuentre en las disposiciones legales y reglamentarias.
- No acatar las medidas de seguridad, prevención e higiene exigidas por la Ley, los Reglamentos que dicte la Compañía para el efecto o por las Autoridades competentes.

6.2.7. Objetivos.

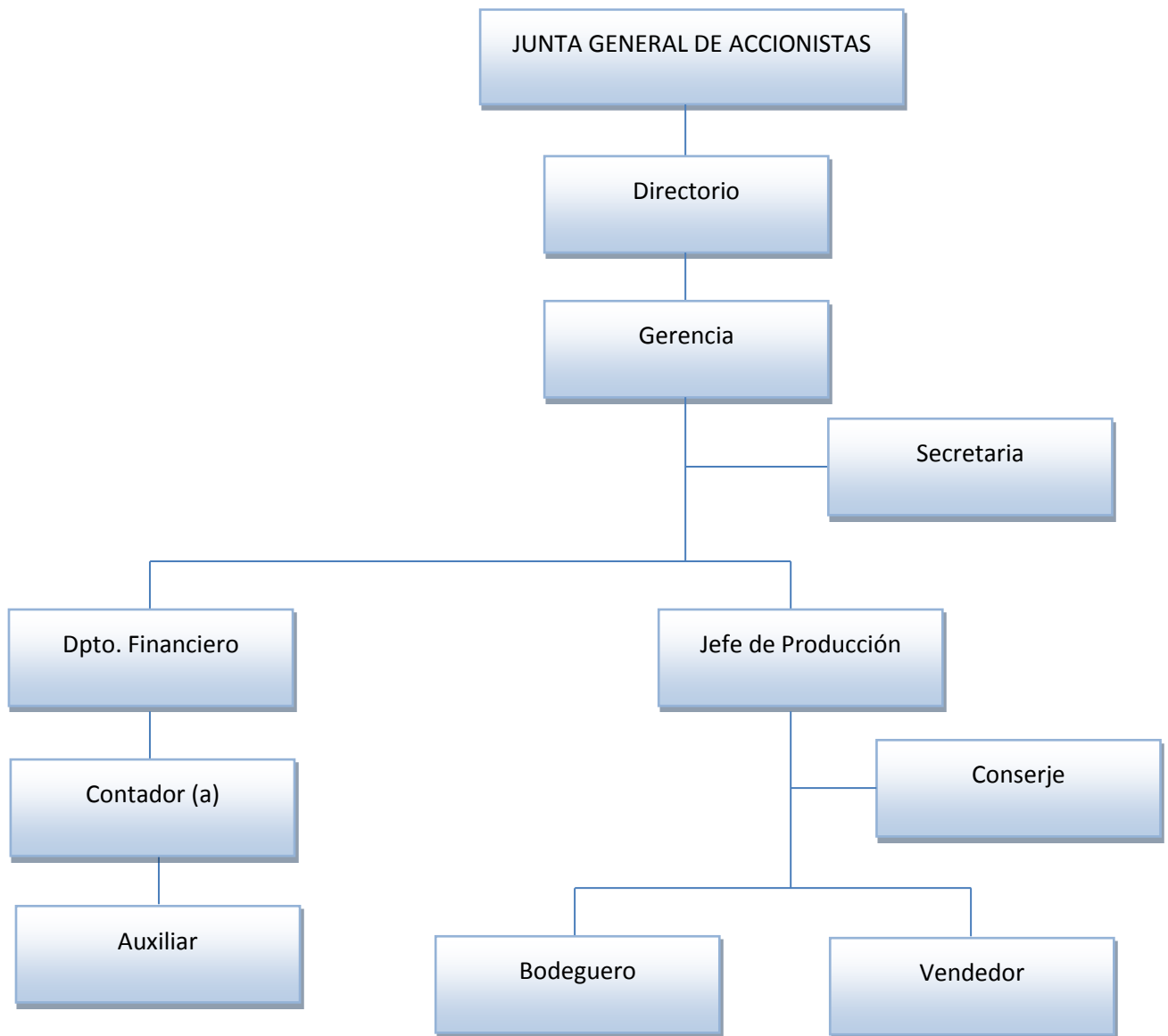
6.2.7.1. Objetivo General.

Comercializar productos agrícolas frescos con los más altos estándares de calidad y cantidad a precios competitivos, implementando programas de protección ambiental.

6.2.7.2. Objetivos Específicos.

- Promover el desarrollo social en el sector de Imbaya a través de la generación de empleo.
- Impulsar el desarrollo de cadenas de comercialización orientados a mercados nacionales e internacionales.

6.3. Organización Estructural.



6.4. Orgánico Funcional.

Toda empresa cuenta en forma implícita o explícita con cierto manejo de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o componentes de la misma. En consecuencia se puede establecer que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella.

6.4.1. Funciones y Descripción del Puesto.

6.4.1.1. Junta General de Accionistas.

Es un órgano soberano de una Sociedad Anónima, donde se toman las decisiones más relevantes de una sociedad, con el fin de aprobar la gestión del Consejo de Administración, el balance, la cuenta de resultados y su distribución.

6.4.1.2. Directorio.

Para este caso el directorio ejercerá un poder ejecutivo con autoridad para dirigir asuntos que le compete dentro del centro de acopio, que garantice el crecimiento y fortalecimiento del mismo.

✓ Funciones

- Establecer la política y lineamientos de inversión y colocación de los recursos.
- Aprobar su reglamento interno.
- Aprobar el reglamento de inversiones y las demás normas y procedimientos administrativos necesarios para el adecuado manejo de los recursos.
- Aprobar los procedimientos para los procesos de selección y contratación de mano de obra tanto calificada como no calificada.

- Presidir las sesiones de asamblea y de directorio.
- Firmar las actas y demás documentos.
- Dar cuenta por escrito de la labor del directorio en cada asamblea ordinaria y de la labor anual.
- Llevar al día el libro de ingreso y egresos además del inventario
- Confeccionar mensualmente un estado de caja.

6.4.1.3. Gerente.

El Gerente del centro de acopio actúa como representante legal de la empresa, es responsable ante los accionistas, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, dirigiendo y controlando las actividades de la empresa. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización.

Actúa como soporte de la organización a nivel general, es decir a nivel conceptual y de manejo de cada área funcional, así como con conocimientos del área técnica y de aplicación de nuestros productos y servicios. Es la imagen de la empresa en el ámbito interno o externo, provee de contactos y relaciones empresariales a la organización con el objetivo de establecer negocios a largo plazo, Su objetivo principal es el de crear un valor agregado en base a los productos que ofrecemos, maximizando el valor de la empresa para los accionistas.

✓ **Funciones.**

- Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas del centro de acopio.
- Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.

- A través de sus subordinados, poner en marcha a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo.
- Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.
- Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.
- Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional liderada por su gerente.
- Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.
- Ejercer un liderazgo dinámico para volver operativos y ejecutar los planes y estrategias determinados.
- Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos y grupos organizacionales.
- Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución (autocontrol y Control de Gestión).

6.4.1.4. Contador y Auxiliar.

Es el responsable de manejar e interpretar la contabilidad de una organización, con la finalidad de diseñar mecanismos de apoyo a la gerencia para la toma de decisiones. También debe preparar los Estados Contables que exige el directorio.

✓ **Funciones.**

- Controlar gastos y/o ingresos presupuestales, verificando la correcta aplicación de partidas genéricas y específicas.
- Preparar informes técnicos sobre el movimiento contable y efectuar conciliaciones bancarias.

- Formular balances del movimiento contable.
- Revisar y liquidar documentos contables tales como partes diarios de fondos, notas de contabilidad, recibos, cupones, asientos de ajuste y otros.
- Realizar análisis de cuentas y establecer saldos y/o preparar ajustes.
- Interpretar cuadros estadísticos del movimiento contable y cuadros de costos.
- Ejecutar el sistema contable establecido en el centro de acopio.

6.4.1.5. Bodeguero.

Realizar un proceso operativo en bodega, en este caso se contará con una persona que almacene productos agrícolas.

✓ **Funciones**

- Manejar la bodega de productos agrícolas y sus correspondientes Inventarios.
- Responsable del correcto Almacenamiento de los distintos productos a su cargo.
- Revisar y despachar los productos en forma oportuna y eficaz.
- Realizar y mantener al día el sistema de inventarios.

6.4.1.6. Jefe de Producción.

Determinar los precios de los productos, además de hacer un estudio del mercado para poder establecer un alza en los precios del índice al consumidor con respecto a los presentados el año. Además de organizar la producción ejerciendo un estricto control sobre cada empleado, observando su rendimiento, su gasto de insumos y materiales, su forma de utilización de los recursos, etc.

✓ **Funciones.**

- Análisis de la Materia Prima Utilizada
- Traslado de Materiales y Disposición de la Planta
- Control de Inventario
- Control de Calidad
- Control de la Producción.

6.4.1.7. Obreros de Producción.

Aportar básicamente en el manejo, control y selección del producto una vez ingresada la mercadería al centro de acopio, ya que de ellos dependerá de manera significativa la calidad del producto a ofrecer a los diferentes demandantes.

✓ **Funciones**

- Recepción del producto
- Lavado del producto.
- Control y selección.
- Empacado.
- Transporte y almacenamiento de la mercadería.
- Embalaje.
- Mensajería.

6.4.1.8. Vendedor.

El vendedor es el elemento más importante de las ventas porque permite establecer una comunicación directa y personal con los clientes actuales y potenciales del centro de acopio, y además, porque tiene la facultad de cerrar la venta y de generar y cultivar relaciones personales a corto y largo plazo con los clientes.

✓ **Funciones**

- Asesorar a los clientes.
- Establecer un nexo entre el cliente y la empresa.
- Contribuir activamente a la solución de problemas.
- Contribuir con altos volúmenes de venta.

6.4.1.9. Secretaria.

Es la encargada de realizar los oficios, recepción de documentos y atención al cliente, ofreciéndole un trato amable con la finalidad de que éste se sienta a gusto. Y además llevará un control de ingresos y egresos, es la encargada de realizar los balances, que posteriormente serán presentados al gerente y a la Junta Directiva respectivamente.

✓ **Funciones**

- Llevar los registros contables de la empresa.
- Manejar y archivar los libros contables.
- Elaborar estados financieros periódicos.
- Presentar la propuesta de pro forma presupuestaria.
- Elaborar los informes que sean requeridos.
- Responsabilizarse de la documentación de la empresa.

CAPÍTULO VII

7. ESTUDIO DE IMPACTOS.

7.1. Impacto Educativo.

Resulta un impacto educativo debido a que los estudiantes y egresados que se encuentran elaborando trabajos de grado, podrán tener un documento de consulta en lo referente al estudio de factibilidad y como medir su rendimiento.

Cuadro 72 Impacto Educativo

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Fuente de información						x	
Total						2	

Impacto Educativo= E/Indicadores

$$\text{Impacto Educativo} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Educativo} = \frac{2}{1}$$

Impacto Educativo= 2

2 = Impacto Positivo del Proyecto

7.2. Impacto Social.

7.2.1. Fuentes de Trabajo.

Para los trabajadores de la empresa, brindando nuevas oportunidades de trabajo en diversos campos, de esta manera estas personas podrán llevar el sustento a los hogares para cubrir las necesidades básicas.

Cuadro 73 Impacto Social

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Fuentes de Trabajo							x
Total							3

Impacto Social= E/Indicadores

$$\text{Impacto Social} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{3}{1}$$

$$\text{Impacto Social} = 3$$

3 = Impacto Positivo del Proyecto

7.3. Impacto Económico.

Porque permitirá dinamizar la economía, durante la creación del centro de acopio porque se adquirirá materiales, insumos y mercadería a diferentes proveedores.

7.3.1. Rentabilidad del Proyecto.

La rentabilidad del proyecto es buena después de haber analizado los indicadores de rentabilidad, se aprecia que es un negocio que genera utilidades para los inversionistas y el periodo de recuperación de la inversión es relativamente corto.

7.3.2. Ingresos Empresa.

Se necesitara de la empresa privada, especialmente de los medios de comunicación para dar a conocer a la colectividad los productos que comercializa el centro de acopio “El Buen Agricultor”, además se realizará adquisiciones de materiales y equipos de oficina, equipos de computación, muebles y enseres, entre otros, lo que permite dinamizar la economía.

Cuadro 74 Impacto Económico

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Rentabilidad del proyecto							x
Ingreso de Empresa						x	
Total						2	3

Impacto Económico = E/Indicadores

$$\text{Impacto Económico} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Económico} = \frac{5}{2}$$

Impacto Económico = 2,5 3 = Impacto Positivo del Proyecto

7.4. Impacto Ambiental

El impacto ambiental considerado a la naturaleza en un entorno amigable, en materia de conservación de los recursos naturales, dentro del desarrollo del proyecto se debe considerar el grado de afectación que este genere al contexto, para lo cual se hace necesario adoptar políticas en gestión y preservación del medio ambiente, dando un buen tratamiento a los desechos orgánicos e inorgánicos que se genere durante la vida del proyecto, aprovechando de mejor manera los recursos naturales existentes.

Cuadro 75 Impacto Ambiental

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Conservación del medio Ambiente			x				
Aprovechamiento de Recursos							
Total			-1				

Impacto Ambiental = E/Indicadores

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{E}{\text{Indicadores}} \quad \text{Impacto Social} = \frac{4}{2}$$

Impacto Ambiental = 2 2 = Impacto Positivo del Proyecto

7.5. Impacto General del Proyecto.

Cuadro 76 Impacto Social

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto educativo						x	
Impacto económico							x
Impacto Social							x
Impacto Ambiental			-1				
Total						4	6

Impacto General = E/Indicadores

$$\text{Impacto General} = \frac{9}{4}$$

Impacto General = 2.25

2 = Impacto General Positivo del Proyecto

El proyecto genera buenas expectativas, debido a que se tiene un impacto general positivo, demostrando la viabilidad.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Del estudio realizado se debe resaltar varios puntos que deben ser considerados básicos y que permiten concluir que el estudio de factibilidad para la Creación de un Centro de Acopio dedicado a Comercialización de Productos Agrícolas, en la Parroquia de Imbaya, del Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura, justifica su ejecución ya que los productos cuentan con una considerable aceptación en la población.

Después de haber diseñado el Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Acopio dedicado a Comercialización de Productos Agrícolas, se puede afirmar que se han alcanzado todos los objetivos propuestos. A continuación se exponen los principales logros y hallazgos en las siguientes conclusiones:

CONCLUSIONES:

- El estudio permitió determinar que la Parroquia de Imbaya es el lugar adecuado para la instalación y creación del centro de acopio, por sus condiciones geográficas y distancias hacia los sectores productivos agrícolas.
- El Marco Teórico desarrollado en el presente trabajo, ayudó a determinar cuán importante son los lineamientos de empresa y microempresa, así como a conocer conceptualmente lo que es un centro de acopio.
- El Estudio de mercado encierra caminos idóneos para obtener información referente a las características del mercado, y mediante esta información se pudo conocer el mercado, segmento de mercado, mercado meta, demanda, oferta de los productos agrícolas, el precio y la comercialización; este estudio fue la base fundamental para el desarrollo del proyecto.

- El estudio técnico ayudó a determinar la localización exacta del proyecto, que se encontrará en la parroquia Imbaya, en las calles Antonio Ante y Antonio Granda Centeno, además de la ingeniería del proyecto determinándose los procesos, a través del flujograma, esto permite ver la llegada y salida de la mercadería, se determinó la inversión del proyecto que asciende a 428.577,77 dólares con el 58.33% de financiamiento.
- En el quinto capítulo se determinó los ingresos y egresos proyectados, así como los balances financieros, además se procedió a calcular los ratios financieros demostrando la factibilidad del proyecto con un VAN positivo de 27.798,88 dólares y un TIR de 17,59%.
- Para conformar la empresa se debe cumplir una serie de requisitos para legalizar la misma, así también la empresa tiene formulada su misión y visión que permite conocer lo que hace y hacia dónde se dirige.
- En el análisis de impactos de acuerdo al estudio en su mayoría son positivos como el educativo, social y económico; el ambiental es considerado negativo ya que el proyecto no es amigable al entorno y a la naturaleza, puesto que se utiliza recursos naturales como el agua.

RECOMENDACIONES:

La presente propuesta proyecta rentabilidad; por lo que, se recomienda invertir en el presente proyecto, decisión que se respalda en las estimaciones financieras y demás estudios realizados en el proyecto.

Para una correcta implementación del proyecto, se recomienda tomar en cuenta lo siguiente:

- Realizar un estudio anual para determinar si la capacidad instalada es suficiente para el volumen de productos agrícolas recibidos y determinar el posible crecimiento.
- Realizar convenios interinstitucionales a fin de obtener la capacitación y el asesoramiento continuo para el personal administrativo como operario, por profesionales con experiencia que ayuden al fortalecimiento del centro de acopio.
- Renovar constantemente las estrategias de comercialización y lograr posicionarse sólidamente en el mercado, logrando ser reconocidos tanto dentro como fuera del país gracias a la calidad de los productos.
- Apoyar al sector microempresarial, en el sector financiero para que permita optar con suficientes recursos de capital, que permitan el mejoramiento, la adquisición de activos fijos, y tecnología para así lograr consolidarse y ampliar el mercado contribuyendo así la disminución de desempleo en esta zona.
- Se recomienda que el centro de acopio tenga una organización adecuada en las áreas administrativas contables, financieras y técnicas, para así procurar el buen manejo de los recursos disponibles buscando siempre el progreso y consolidación de la misma.

- El proyecto debe administrarse por procesos, de tal manera que sea parte de un sistema económico que transforma inputs (semilla) en outputs (productos agrícolas), de buena calidad, es decir que se garantice la satisfacción del cliente, previniendo la contaminación ambiental, y la seguridad y salud de los agricultores.
- Para este proyecto está claro que uno de los principales problemas que existe será las heladas que suelen destruir los sembríos, una alternativa que puede paliar este problema es el asegurar la siembra, todo depende del administrador del proyecto.
- Implementar un sistema de control de la calidad a través de la derogación de responsabilidad en los jefes de grupo, quienes deben adiestrar y perfeccionar el sistema de empaque de los operarios a su cargo; esto ayudara a mejorar la calidad de los productos.

BIBLIOGRAFÍA.

- BAPTISTA Pilar (2006), Metodología de la Investigación, Cuarta Edición, Editorial Mc. Graw Hill,< FERNÁNDEZ Carlos Edición, Editorial Mc. Graw Hill,< HERNÁNDEZ Roberto México D.F.
- BERNAL César (2006), Metodología de la Investigación, Segunda Edición, Editorial Pearson Educación, México D.F.
- CALPE; Diccionario Espasa; 2001, Editorial UTN, Págs. 542.
- CAZAR, Moncayo, Miguel; Manual General de Contabilidad Gubernamental; mayo 2002; Editado Ministerio de Economía y Finanzas, págs. 248.
- GUTIÉRREZ RAÚL (2007), Metodología del trabajo intelectual, Cuarta Edición, Editorial Esfinge, Universidad de Texas
- LEIVA Francisco (2006), Investigación Científica, Quinta Edición, Quito – Ecuador.
- MÉNDEZ Rosemary (2006), Investigación Fundamentos y Metodología, Primera Edición, PÉREZ Alma del Cid Editorial Pearson Educación, México D.F.
- MÉNDEZ, Gladis (2010), Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de frutas del valle en la comunidad del chota, parroquia Ambuquí, cantón Ibarra, provincia Imbabura. Universidad Técnica del Norte, Ibarra-Ecuador.
- RODRÍGUEZ Ernesto (2005), Metodología de la investigación, Quinta Edición, México.

- SAMUELSON; Microeconomía; 2002; Editorial Pearson Education, Pág. 396.
- SELDON, Arthur, Diccionario de Economía, 1995, Editorial Galo Ordóñez, págs. 556
- ZAPATA Sánchez, Pedro; Contabilidad General; 2002; Editorial McGraw-Hill, pág. 370.
- JULIA Igual, Contabilidad Financiera; (2005); editorial Universidad politécnica de Valencia, pág.
- VARGAS Gustavo, (2006), Introducción a la Teoría Económica, Editorial Marisa de Anta, pág.
- VALENCIA Joaquin, (2006), Administration I, Cengage Learning Editores, pág.
- MOCHON Francisco (2010), Principios de Economía, Editorial Mcgraw-Hill, 4ta edición.

LINCOGRAFÍA

- BOBENRIETH Manuel, Investigación Científica Y Escritura Científica;
<http://www.unet.edu.ve/-frey/varios/decinv/investigación/investyescrit.html>
- SACRISTÁN Manuel librosaulamagna.com/libro/LA-INVESTIGACION-REYES Patricia N-CIENTÍFICA.-Su-estrategia-y-filosofía/114829/5557
- PUENTE Wilson, Técnicas de investigación; www.rrppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm.
- YBARRA Raúl, Biblioteca de Joyería; www.raulybarra.com

TABLA DE ANEXOS

Anexo A Encuesta Dirigida a Agricultores	180
Anexo B Encuesta Dirigida a Comerciantes de la Ciudad de Ibarra	182
Anexo C Producción Agrícola de la Parroquia Imbaya	184
Anexo D Proyección de Sueldos.....	185
Anexo E Otros Costos Indirectos de Operación.....	186
Anexo F Suministros de Oficina.....	187
Anexo G Gastos Generales de Administración.....	188
Anexo H Gasto Publicidad	189
Anexo I Gasto Transporte	190
Anexo J Porcentaje de Depreciación de Activos Fijos	191

Anexo A Encuesta Dirigida a Agricultores

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE ECONOMÍA

Encuesta dirigida agricultores de la Parroquia Imbaya, Cantón Antonio Ante.

Objetivo: Conocer la oferta, demanda y comercialización de productos agrícolas producidos en la parroquia Imbaya.

A continuación sírvase responder cada una de las preguntas señaladas con una "X" donde corresponda a su criterio.

1. ¿En promedio que cantidad produce de cada producto que usted cultiva, y a qué precio lo vende?

Detalle	Frecuencia al año	Quintales	Bultos	Cajas	Atados	Precio
Tomate riñón						
Pimiento						
Coliflor						
Col						
Brócoli						
Lechuga						
Fréjol						
Rábano						
Arveja						
Choclo						
Cilantro						

2. Lo que usted produce, vende, y en qué cantidad?

- La totalidad ()
Una parte ()
Destina un % para el auto consumo ()

3. Escriba una x en el lugar o lugares donde usted comercializa sus productos:

- | | |
|--|-----|
| Mercado local | () |
| Mercados del cantón Antonio Ante | () |
| Mercados minoristas de la ciudad de Ibarra | () |
| Mercado Mayorista de Ibarra | () |
| Supermaxi | () |
| Supermercados | () |
| Restaurantes | () |
| Otros | () |

4. ¿El pago que recibe por la venta de sus productos es?

- | | |
|---|-----|
| Muy bueno | () |
| Bueno | () |
| Regular | () |
| No cubre ni siquiera los costos de producción | () |

5. ¿Estaría dispuesto a formar parte de un Centro de Acopio como sociedad colectiva para productos agrícolas en la parroquia Imbaya?

- | | |
|-----------------|-----|
| Muy de acuerdo | () |
| Poco de acuerdo | () |
| En desacuerdo | () |

Gracias por su colaboración

Anexo B Encuesta Dirigida a Comerciantes de la Ciudad de Ibarra

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE ECONOMÍA

Encuesta dirigida a comerciantes agrícolas de los mercados Santo Domingo, Amazonas, La Playita y Mayorista de la ciudad de Ibarra.

Objetivo: Conocer la demanda de productos agrícolas de la provincia de Imbabura.

A continuación sírvase responder cada una de las preguntas señaladas con una "X" donde corresponda a su criterio.

1. ¿De qué cantón provienen con más frecuencia los productos que usted adquiere?

- | | |
|------------------------|-----|
| Ibarra | () |
| Antonio Ante | () |
| Santa Ana de Cotacachi | () |
| San Luis de Otavalo | () |
| Pimampiro | () |
| Urcuquí | () |

2. ¿Los precios en el mercado son:

- | | |
|----------------|-----|
| Estables | () |
| Poco estables | () |
| Inestables | () |
| Muy inestables | () |

3. ¿Estaría dispuesto a adquirir productos agrícolas de un centro de acopio ubicado en la Parroquia Imbaya?

Muy de acuerdo ()

De acuerdo ()

Poco de acuerdo ()

En desacuerdo ()

4. ¿Los productos que son transportados a su sector llegan en buenas condiciones:

Siempre ()

Casi siempre ()

Rara vez ()

Nunca ()

5. ¿En promedio qué cantidad, con qué frecuencia y a qué precio compra los productos?

Detalle	Frecuencia	Quintales	Bultos	Cajas	Atados	Precio
Tomate riñón						
Pimiento						
Coliflor						
Col						
Brócoli						
Lechuga						
Fréjol						
Rábano						
Arveja						
Choclo						
Cilantro						

Gracias por su colaboración

Anexo C Producción Agrícola de la Parroquia Imbaya

Detalle	Frecuencia	Porcentaje	Promedio de Producción	Agricultores	Producción Total	Producción por cosecha	Producción mensual	Producción semanal	por cosecha
tomate									
riñón	15	0,2174	600	196	117391	58696	9783	2446	1223
Pimiento	9	0,1304	1334	117	156652	78326	13054	3264	1632
Coliflor	11	0,1594	1209	143	173478	86739	14457	3614	1807
Col	5	0,0725	2100	65	136957	68478	11413	2853	1427
Brócoli	9	0,1304	283	117	33261	16630	2772	693	346
Lechuga	6	0,0870	767	78	60000	30000	5000	1250	625
Fréjol	6	0,0870	653	78	51130	25565	4261	1065	533
Choclo	4	0,0580	215	52	11217	5609	935	234	117
Cilantro	4	0,0580	1350	52	70435	23478	5870	1467	734
Total	69	100,00%		900					

Anexo D Proyección de Sueldos

Año	Sueldo Básico
2006	180
2007	190
2008	200
2009	218
2010	240
2011	264
2012	292

$$i = \frac{\bar{N}^{n-1}}{n} - 1$$

$$i = \frac{292^{6-1}}{180} - 1 = 10,15\%$$

Anexo E Otros Costos Indirectos de Operación

Detalle	Cantidad	Precio	Total
Gavetas	800	20	16000
Costales de 60*90 (por 1000 u.)	3	200	600
Cintas para amarre	5	2,5	12,5
Cajas	5000	0,45	2250
costales	5000	0,2	1000
agujas cocedoras	15	0,8	12
Daños en Mercadería	1	5939,62	5939,62
Total			25814,1243

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total Mensual	Valor anual
Agua Potable m3	140	0,58	81,2	974,4
Luz Eléctrica k/h	1600	0,08	128	1536
Total	1740		209,2	2510,4

Anexo F Suministros de Oficina

Detalle	Cantidad	Precio	Total
Caja de Papel Boon	5	34	170
Grapadoras	5	3	15
Perforadoras	5	3	15
Saca Grapas	4	0,8	3,2
Carpetas	50	0,25	12,5
Marcadores	35	0,8	28
Esferos	80	0,25	20
Agendas	20	5	100
Archivadores	8	4,5	36
Otros	1	35	35
TOTAL			434,7

Anexo G Gastos Generales de Administración

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total Mensual	Valor anual
Luz Eléctrica k/h	60	0,08	4,8	57,6
Agua Potable m3	20	0,58	11,6	139,2
Teléfono minutos	250	0,2	50	600
Otros	1	10	10	120
Total	331	10,86	76,4	916,8

Anexo H Gasto Publicidad

Descripción	Nº	Costo	Total al mes	Total al Año
Radio	8	28	224	2688
Prensa Escrita	4	36	144	1728
volantes	500	0,02	10	120
Total			378	4536

Anexo I Gasto Transporte

Detalle	semana	Mes	Año 2012		
Kilómetros Recorridos	500	2000	24000		
Total	500	2000	24000		
Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Combustible Diesel					
Cantidad	960,00	985,92	1012,54	1039,88	1067,96
Precio	0,98	1,03	1,09	1,15	1,21
Total	940,80	1018,47	1102,56	1193,59	1292,13
Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
lubricantes					
Cantidad	10	9,86	10,13	10,40	10,68
Precio	20,00	21,08	22,22	23,42	24,69
Total	192,00	207,85	225,01	243,59	263,70
Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
filtro					
Cantidad	24,00	24,65	25,31	26,00	26,70
Precio	18,00	18,97	20,00	21,08	22,22
Total	432,00	467,67	506,28	548,08	593,33
Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Neumáticos					
Cantidad			1		1
Precio	800,00	843,28	888,90	936,99	987,68
Total			888,90		987,68

Anexo J Porcentaje de Depreciación de Activos Fijos

Tabla de Depreciación	Porcentaje	años
Vehículo	20%	5
Maquinaria y Equipo	10%	10
Muebles de Oficina	10%	10
Equipo de Computación	33,33%	3
Edificio	5%	20