



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
MERCADO CENTRAL EN LA PARROQUIA LA LIBERTAD
CANTÓN ESPEJO PROVINCIA DEL CARCHI.”**

**PROYECTO DE TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

**AUTORAS: FREIRE Elizabeth
QUELAL Fernanda.**

DIRECTOR: Eco. Estuardo Ayala

IBARRA, SEPTIEMBRE DEL 2012

RESUMEN EJECUTIVO

La actividad comercial desempeña un rol muy importante en el desarrollo económico de la provincia del Carchi, especialmente en el cantón Espejo Parroquia la Libertad, dicha acción se ha convertido en una de las fuentes de ingresos económicos de sus habitantes por cuanto incentiva a que todo lo que se produce sea ofertado en el mismo sector es así que el presente proyecto tiene como finalidad recordar el origen de este movimiento micro empresarial, por lo tanto se ha visto el propósito y la necesidad de crear un: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MERCADO CENTRAL EN LA PARROQUIA LA LIBERTAD, CANTÓN ESPEJO PROVINCIA DEL CARCHI. El proyecto se compone de seis capítulos ,partiendo de la realización del diagnóstico situacional de la Parroquia La Libertad del Cantón Espejo, estableciendo una matriz de relación diagnostica , seguido del marco teórico que es el sustento escrito de todos los aspectos que encierra el presente estudio de factibilidad. El estudio de mercado revela información referente a la oferta y demanda de nuestro estudio. El estudio técnico del proyecto describe los aspectos referentes al micro y macro localización del mercado. Un estudio Financiero en el cual se analizara los ingresos y gastos que serán necesarios para la creación del mercado. El análisis de impactos se determinará como afectan en el ámbito económico, educativo, social y ecológico, para finalizar se concluye el trabajo con una serie de conclusiones y recomendaciones que se obtuvieron de este trabajo que deberían ser tomadas para futuras investigaciones.

EXECUTIVE SUMMARY

Business plays a very important role in the economic development of the province of Carchi, especially in Canton mirror parish freedom, such action has become one of the sources of income of its inhabitants as incentive to everything that occurs is offered in the same sector is that this project aims to remind the origin of this movement micro business, has therefore been the purpose and the need to create a: study of feasibility for the creation of A market CENTRAL in the parish LA LIBERTAD CANTON mirror the CARCHI province. The project consists of six chapters, on the basis of the realization of the Situational diagnosis of the freedom the parish of the Canton mirror, establishing a relationship matrix is diagnosed, followed by the theoretical framework which is the written support of all aspects that encompasses the present feasibility study. The market study reveals information on the supply and demand of our study. The technical study of the project describes the aspects relating to the micro and macro market location. A financial study in which analyse revenues and expenses that will be necessary for the creation of the market. The analysis of impacts will be determined as they affect within the economic, educational, social and ecological, finally concludes the work with a series of conclusions and recommendations obtained from this work should be taken for future research.

AUTORÍA

Yo Freire Cadena Juana Elizabeth, portadora de la cédula de ciudadanía N° 040138819-4 y Yo Quelal Pérez Fernanda Elizabeth, portadora de la cedula de ciudadanía N° 040125950-2 declaramos bajo juramento que la presente investigación es de nuestra autoría, “ESTUDIO DA FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN MERCADO CENTRAL EN LA PARROQUIA LA LIBERTAD del trabajo aquí descrito son de nuestra exclusiva responsabilidad además no ha sido previamente presentado para ningún grado ni calificación profesional y se ha respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en el presente documento.



Freire C. Juana E.
C.I. 040138819-4



Quelal P. Fernanda E.
C.I. 040125950-2

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por las egresadas Freire Cadena Juana Elizabeth y Quelal Pérez Fernanda Elizabeth para obtener el Título de Ingenieras En Contabilidad Superior y Auditoría CPA, cuyo tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN MERCADO CENTRAL EN LA PARROQUIA LA LIBERTAD CANTON ESPEJO PROVINCIA DEL CARCHI. 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 que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 4 días del mes de Septiembre del 2012.


Economista Estuardo Ayala

DIRECTOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Nosotras. FREIRE CADENA JUANA ELIZABETH; portadora de la cedula de ciudadanía N° 040138819-4, y QUELAL PEREZ FERNANDA ELIZABETH, portadora de la cedula de ciudadanía N°040125950-2, manifestamos nuestra 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 autoras del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN MERCADO CENTRAL DE LA PARROQUIA LA LIBERTAD CANTON ESPEJO PROVINCIA DEL CARCHI”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERIA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autoras nos reservamos 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.

Freire C. Juana E.
C.I. 040138819-4

Quelal P. Fernanda E.
C.I. 040125950-2



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 nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040138819-4		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Freire Cadena Juana Elizabeth		
DIRECCIÓN:	Plutarco Larrea y Cristóbal Tobar Subía sector El Olivo		
EMAIL:	Juanita_0908@hotmail.es		
TELÉFONO FIJO:	062973159	TELÉFONO	085830902
		MÓVIL:	084877058

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040125950-2		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Quelal Pérez Fernanda Elizabeth		
DIRECCIÓN:	El Ángel		
EMAIL:	fereliquelap@yahoo.es		
TELÉFONO FIJO:	062978201	TELÉFONO	
		MÓVIL:	084580451

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN MERCADO CENTRAL EN LA PARROQUIA LA LIBERTAD CANTON ESPEJO PROVINCIA DEL CARCHI.
AUTOR (ES):	Freire Cadena Juana Elizabeth Y Quelal Pérez Fernanda Elizabeth
FECHA: AAAAMMDD	2012-09-04
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA
ASESOR /DIRECTOR:	Econ. Estuardo Ayala

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Freire Cadena Juana Elizabeth, con cédula de ciudadanía Nro. 040138819-4, Y Quelal Pérez Fernanda Elizabeth, con cedula de ciudadanía Nro.040125950-2 en calidad de autoras y titulares 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 144.

3. CONSTANCIAS

Las autoras manifiestan 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

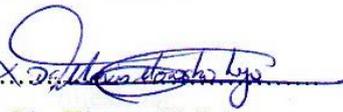
que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 4 días del mes de Septiembre del 2012

EL AUTORAS:

(Firma).....
Nombre: Freire Juana
C.C.: 040138819-4

ACEPTACIÓN:

(Firma) X.....
Nombre: Lic. Ximena Vallejos
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

(Firma).....
Nombre: Queral Fernanda
C.C.: 040125950-2

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

A mis padres Juan Freire y Fanny Cadena, dos amores especiales que durante todo el tiempo depositaron en mi su amor y guiaron mi camino, luz y fuente esencial para este logro, Dios les pague; a mis hermanos Amparo, Ligia, Santiago y Anita quienes con su compañía, comprensión y amor me apoyaron siempre.

A Mi Esposo Efrén Recalde y a mi Bella Hija Karolina Monserrath, quienes son la fuente de mi inspiración para mi crecimiento personal y profesional.

.....con cariño Juanita Freire.

DEDICATORIA

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A Mis Padres Humberto y Teresa por darme la vida, quererme mucho, creer en mí y apoyarme siempre. Gracias Padres por darme una carrera para mi futuro, todo esto se los debo a ustedes.

A Mis abuelos José Ignacio Pérez (QEPD) y María Leticia Enríquez, por sus consejos y su apoyo incondicional.

A Mis hermanos, Joselo y Katty por estar conmigo en todo momento.

A mi querido esposo Francisco y mi amada hija Dominic Aileen por ser los pilares fundamentales para seguir adelante en mi vida profesional y personal.

Con Inmenso Amor Fernanda

AGRADECIMIENTO

A mi director de grado el Econ. Estuardo Ayala por su valioso aporte como guía en la elaboración de esta investigación.

Al Ilustre del Municipio del Ángel por brindarme la información necesaria para la elaboración de este proyecto.

Muchas gracias a la gran familia que la conforma la Universidad técnica del Norte, especialmente a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, ya que con el aporte unificado de todos los maestros, estudiantes y personal administrativo forman un camino de guía, para mejorar conocimientos y realización de profesionales.

Muchas gracias Juanita Freire y Fernanda Quelal.....

PRESENTACIÓN

La presente investigación tiene como tema “Estudio de Factibilidad para la creación de Un Mercado Central en la Parroquia La Libertad Cantón Espejo Provincia del Carchi, el cual está compuesto por seis capítulos que nos permiten conocer diferentes aspectos importantes.

El primer capítulo es un diagnóstico situacional, y constituye una investigación de campo en la que se plantea una matriz diagnóstica en la que obtenemos una serie de variables, indicadores, técnicas de investigación y fuentes de información, además tenemos aspectos geográficos del cantón e información importante de su población.

En el segundo capítulo tenemos el marco teórico y constituye una investigación documental en los principales temas desarrollados. Son los que ayudarán a comprender de qué se trata el tema investigado, estos son. El Mercado, importancia, conceptos básicos de contabilidad y definiciones básicas. El tercer capítulo es el estudio de mercado en el cual se especifica la presentación de cómo va estar formado el mercado, en base a las técnicas de investigación determinamos la oferta, demanda, precio, comercialización.

El cuarto capítulo comprende el estudio técnico, el mismo que determina la macro y micro localización, flujo-grama operativo, tamaño del proyecto. El quinto capítulo comprende el estudio financiero que es la evaluación financiera del proyecto con diversos puntos como: estado de situación inicial, financiamiento, estado proforma de pérdidas y ganancias, flujo de caja.

El sexto capítulo analiza los impactos, con el fin de establecer los beneficios en la economía, en lo educativo, en lo social, en lo ecológico. Luego se detalla las conclusiones a las que ha llegado mi investigación así como las recomendaciones para una excelente implantación del mismo. Por último se presenta los anexos que facilitara la mejor interpretación del mismo.

INTRODUCCIÓN

FORMULACION DEL PROBLEMA.

El Cantón Espejo pertenece a uno de los cantones de la Provincia del Carchi, este sector geográfico lo integran las Parroquias: El Ángel, La Libertad, San Isidro, El Goaltal y la Parroquia Urbana 27 de septiembre. La población cantonal según el último censo es de 13.515 habitantes de los cuales 4.383 viven en el sector urbano y 9.132 habitantes pertenecen al sector rural.

La Parroquia La Libertad comprendida entre el sector rural cuenta aproximadamente con 3502 habitantes, cuyas actividades principales de trabajo son la agricultura y ganadería, esto ha originado que se cree gran demanda por la adquisición de bienes y servicios que no son comercializados dentro de la localidad y que son de vital importancia para la supervivencia diaria, causando de esta manera serios inconvenientes en la población debido que para adquirir alimentos o servicios deben trasladarse hacia la feria más cercana que se desarrolla un solo día a la semana en la ciudad de El Ángel, ubicada a 7 km, lo que les significa viajar durante 15 minutos e incurrir en gastos de pasajes y de ser el caso en alimentación o a su vez adquirirlos en las tiendas que actúan como intermediarios a costos sumamente altos y en ciertos casos hasta en mal estado, lo que perjudica directamente a la economía familiar.

Es importante señalar que su población se caracteriza por ser campesina – mestiza, los mismos que se encuentran organizados en comunidades, asociaciones y barrios que tienen el propósito de trabajar con su propia gente con el objetivo de incorporar a aquellos que no fueron afortunados en recibir una instrucción académica y que se encuentran formando parte del índice de analfabetismo existente.

Cabe mencionar que la oferta laboral en esta parte del Cantón es mínima por lo que cada persona busca emprender una actividad que genere un mínimo ingreso y permita mejorar sus condiciones de vida.

En función a lo expuesto y al análisis de las políticas gubernamentales que se encuentran en aplicación con respecto a que El Estado garantizará el empleo, respetando los derechos de los trabajadores y estimulará al pequeño y mediano productor y comerciante, surge la idea de cubrir dichas necesidades mediante la creación del Mercado Central de la Parroquia La Libertad, que servirá como una plaza de provisión de alimentos, bienes y servicios a costos similares a los que se adquieren en las ferias más cercanas.

JUSTIFICACIÓN

El presente estudio de factibilidad se lo realiza con el fin de desarrollar la idea de invertir en el mercadeo y comercialización permanente de productos alimenticios, otros de primera necesidad y servicios, manteniendo la calidad, bajos precios y sobre todo el fácil acceso.

Otra de las principales razones para realizar este proyecto es que debido a las condiciones de la población existen preferencias para adquirir los bienes y servicios en ferias libres que brinden una excelente acogida.

Además la Parroquia La Libertad constituye un lugar sumamente importante para la economía del Cantón debido a que por su localidad cruza la vía hacia La Reserva Ecológica El Ángel, por lo cual, el dinamizar su actividad comercial, es colocar un granito más de arena para incrementar el Turismo.

La necesidad de crear el mercado central de la Parroquia La Libertad beneficiara de forma directa a todos aquellos comerciantes del sector que se decidan formar parte de este gran reto, mejorando su economía y garantizando su lugar de trabajo, al igual que beneficiara a toda la población quienes contarán con un lugar permanente para adquirir sus productos y servicios de excelente calidad y costos moderados.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación del Mercado Central de la Parroquia la Libertad, Cantón Espejo, Provincia del Carchi.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Realizar un diagnóstico situacional de la Parroquia La Libertad.

- Estructurar las bases teóricas científicas a través de un marco teórico mediante una investigación documental que sirva como referente conceptual y técnico del presente proyecto

- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta, demanda precios y comercialización de productos en el mercado central de la Parroquia La Libertad.

- Realizar el estudio técnico del proyecto para determinar el tamaño, la localización, procesos productivos, espacio físico y talento requeridos en el proyecto.

- Realizar el estudio financiero que permita determinar la rentabilidad del presente proyecto.

- Determinar los principales impactos socio - económico, cultural y ambiental que generará la aplicación del proyecto.

Se realizara una investigación científica que nos permitirá conocer de4 manera objetiva los resultados del proyecto.

ÍNDICE

PORTADA.....	i
RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
EXECUTIVE SUMMARY.....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE LAS AUTORAS DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	vii
DEDICATORIA.....	x
AGRADECIMIENTO.....	xii
PRESENTACIÓN.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	xiv
JUSTIFICACIÓN.....	xvi
OBJETIVOS.....	xvii
ÍNDICE.....	xviii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xviii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xxvi

CAPÍTULO I

1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL.....	28
1.1. ANALISIS SITUACIONAL DE LA PROVINCIA DEL ACRCHI.....	28
1.1.1 Ubicación geográfica.....	28
1.1.2. Clima de la provincia del carchi.....	28
1.1.3. Aspectos socio económicos del carchi.....	29
1.1.4 Características generales del cantón espejo.....	29
1.1.4.1 Generalidades del Canton Espejo.....	29
1.1.4.2. Ubicación Geográfica.....	30

1.4.3 Poblacion del Canton Espejo.....	31
1.1.5. Características generales parroquia la libertad.....	32
1.1.5.1. Características Generales.....	32
1.1.5.2. División Política.....	33
1.1.5.3. Población de la Parroquia la Libertad.....	33
1.1.5.4. Nivel de Instrucción de la Población de la Parroquia la Libertad.....	34
1.1.5.5. Centros de Educación Existentes en la Parroquia la Libertad.....	34
1.1.5.6. Tipos de Vivienda Parroquia la Libertad.....	35
1.1.5.7. Situación Comercial.....	36
1.1.5.8. Servicio de Transporte.....	36
1.1.5.9. Vialidad.....	37
1.1.5.10. Salud.....	37
1.1.6. Validación de información.....	388
1.2 DESCRIPCION DE PROYECTO.....	39

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO.....	41
2.1. MARCO LEGAL MUNICIPAL.....	41
2.1.1 Ambito de Los Gobiernos Seccionales.....	41
2.1.2 Del Municipio.....	42
2.1.2.1. Fines Esenciales del Municipio.....	42
2.1.3. Empresas Municipales.....	43
2.2 MERCADO.....	4444
2.2.1. Importancia del mercado.....	44
2.2.2. Ventajas de la creación de mercados.....	45
2.2.3. Funciones de los mercados.....	45
2.2.4. Agentes que intervienen en el mercado.....	46
2.2.5 Bases para el funcionamiento del mercado.....	46
2.2.6 Normas para establecimientos de mercados.....	48

2.2.8.	Normas para ubicación e instalación.....	49
2.2.9.	Aéreas básicas para su operación.....	49
2.3.	ESTUDIO DE MERCADO	51
2.3.1	producto.....	51
2.3.2	oferta.....	51
2.3.3	demanda.....	52
2.3.4	precio	52
2.3.5	comercialización.....	52
2.3.6	publicidad	53
2.4.	ESTUDIO TECNICO	53
2.4.1.	Tamaño del proyecto	53
2.4.2.	Localización del proyecto.....	54
2.4.2.1.	Macro localización.....	54
2.4.3.	Ingeniería del proyecto	55
2.5.	EVALUACION FINANCIERA	57
2.5.1.	Ingresos.....	57
2.5.2.	Egresos	57
2.5.3.	Estado de situación inicial	58
2.5.4.	Estado de pérdidas y ganancias	58
2.5.5.	Estado de flujo del efectivo	58
2.5.6.	Evaluación social.....	59
2.6.	EVALUACION DE IMPACTOS	59
2.6.1.	Impacto económico	60
2.6.2.	Impacto social.....	60
2.6.3.	Impacto comercial	60
2.6.4.	Impacto ambiental	60

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO	62
3.1. IDENTIFICACION DEL PRODUCTO	62
3.2. CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO	62
3.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.....	62
3.3.1. Objetivo General.....	62
3.3.2. Objetivos Específicos.....	63
3.4. VARIABLES E INDICADORES.....	63
3.4.1. Demanda.....	63
3.4.2. Oferta.....	63
3.4.3. Precio.....	63
3.4.4. Comercialización.....	63
3.4.5. Publicidad.....	63
3.5. MATRIZ DE RELACION DEL ESTUDIO DEL MERCADO	64
3.6. CONSUMIDOR DEL PRODUCTO.....	65
3.7. MECANICA OPERATIVA.....	65
3.7.1 tabulación entrevistas	66
3.8. Marco muestral o universo.....	688
3.8.1. Tamaño de la Muestra.....	69
3.9. DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION	70
3.9.1. Tabulación y procesamiento de información	71
3.10. ANALISIS DE LA DEMANDA	93
3.10.1. Factores que afectan la demanda	94
3.11. ANALISIS DE LA OFERTA	94
3.11.1. Factores que afectan la oferta.....	94
3.12. PRECIOS	94
3.13. COMERCIALIZACION.....	95
3.14. PUBLICIDAD.....	95

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TECNICO	96
4.1. TAMAÑO DEL PROYECTO	96
4.2. LOCALIZACION DEL PROYECTO	97
4.2.1. Macro localización.....	97
4.2.2. Micro localización	97
4.3.INGENIERIA DEL PROYECTO	98
4.3.1. Distribución Física.....	98
4.3.2. Secciones del mercado y numero de puestos	99
4.4. PROCESOS PRODUCTIVOS.....	100
4.4.1 Flujograma del proceso productivo.....	63
4.5. INVERSION	102
4.5.1. Infraestructura Fisica.....	102
4.5.2. Terreno.....	104
4.5.3. Muebles y enseres.....	105
4.5.4. Equipos de Oficina.....	106
4.5.5. Equipo de computación.....	102
4.6. TALENTO HUMANO.....	106

CAPITULO V

5. EVALUACION FINANCIERA Y ECONOMICA	109
5.1 DETERMINACION DE INGRESOS.....	109
5.2. DETERMINACION DE EGRESOS	111
5.2.1. Gastos administrativos.....	111
5.2.2. Gastos generales	112
5.2.3. Gastos financieros.....	113
5.2.4. Depreciaciones.....	116
5.3. ESTADO DE SITUACION INICIAL	116
5.4. ESTADO DE RESULTADOS.....	117

5.6. TASA DE REDESCUENTO.....	120
5.7. EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	120
5.7.1. Calculo de VAN.....	120

CAPITULO VI

6. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	122
6.1. LA EMPRESA.....	122
6.1.1. Nombre o razón social.....	122
6.1.2. Titularidad de propiedad de la empresa.....	122
6.1.3. Tipo de empresa.....	122
6.2. BASE FILOSÓFICA.....	122
6.2.1. Misión.....	122
6.2.2. Visión.....	123
6.2.3. Principios y valores	123
6.2.4. Responsabilidad Social.....	124
6.3 LA ORGANIZACIÓN.....	124
6.3.1 Organización estructural.....	124
6.3.2. Descripción de funciones.....	125

CAPITULO VII

6. IMPACTOS.....	132
6.1. GENERALIDADES	132
6.2 EVALUACION DE IMPACTOS	132
6.3. PASOS PARA LA EVALUACION DE IMPACTOS.....	132
6.4. IMPACTOS DEL PROYECTO.....	133
7.4.1. Impacto economico.....	134
7.4.2. Impacto social.....	135
7.4.3. impacto comercial.....	136
7.5. IMPACTO GENERAL.....	138

BIBLIOGRAFÍA.....	139
LINCONGRAFÍA.....	140
CONCLUSIONES.....	141
RECOMENDACIONES.....	142
ANEXOS.....	133

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla no. 1 Distribución de la población por sexo.....	31
Tabla no. 2 División de la población por sexo.....	33
Tabla no. 3 Niveles de instrucción.....	34
Tabla no. 4 Estado de las vías del cantón.....	37
Tabla no. 5 Pregunta 1.....	71
Tabla no. 6 Pregunta 2.....	72
Tabla no. 7 Pregunta 3.....	73
Tabla no. 8 Pregunta 4.....	74
Tabla no. 9 Pregunta 5.....	75
Tabla n° 10 Pregunta 8.....	78
Tabla no. 11 Pregunta 9.....	79
Tabla n°. 12 Pregunta 1 para asociaciones.....	80
Tabla no. 13 Pregunta 2 para asociaciones.....	81
Tabla n° 14 Pregunta 3 para asociaciones.....	82
Tabla no. 15 Pregunta 4 para asociaciones.....	83
Tabla no. 16 Pregunta 5 para asociaciones.....	84
Tabla no. 17 Pregunta 1 para comerciantes.....	85
Tabla no. 18 Pregunta 2 para comerciantes.....	86
Tabla no. 19 Pregunta 3 para comerciantes.....	87
Tabla no. 20 Pregunta 4 para comerciantes.....	88

Tabla no. 22 Pregunta 6 para comerciantes	90
Tabla no. 23 Pregunta 7 para comerciantes	91
Tabla no 24 Pregunta 7 para comerciantes	92
Tabla no 25 Presupuestos de obra	102
Tabla nº 26 Utilización de espacio físico	104
Tabla nº 27 Inversión por secciones	105
Tabla nº 28 Muebles y enseres	105
Tabla nº 29 Equipos de oficina	106
Tabla nº 30 Sueldos y beneficios anuales	107
Tabla nº 31 Presupuesto de ingresos	110
Tabla nº 32 Sueldo mensual básico	111
Tabla no. 33 Sueldo unificado anual	112
Tabla no. 34 Gastos generales mensuales	112
Tabla no. 35 Gastos generales anuales	113
Tabla no. 36 Tabla de amortización	114
Tabla no. 37 Matriz de impacto económico	134
Tabla nº 38 Matriz de impacto social	135
Tabla no 39 Matriz de impacto comercial	136
Tabla nº 40 Matriz de impacto ambiental	137
Tabla no 41 Matriz de impacto general	13

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro no. 1 División política de la parroquia la libertad	33
Cuadro no. 2 Instituciones educativas de la parroquia la libertad	35
Cuadro no. 3 Total de catastros - patentes municipales	36
Cuadro no. 4 Servicios de transporte	36
Cuadro no. 5 Centros y sub centros de salud	37
Cuadro no. 6 Total familias parroquia la libertad	65

Cuadro no. 7 Aspectos importantes del mercado.....	76
Cuadro no. 8 Secciones del mercado de interes.....	77
Cuadro n° 9 Distribución mercado.....	100
Cuadro no 10 Flujo de proceso de produccion.....	101
Cuadro n° 11 Terreno.....	104
Cuadro n° 12 Equipo de computación.....	106
Cuadro no. 13 Amortizacion del credito.....	114
Cuadro no. 14 Depreciaciones.....	116
Cuadro n° 15 Estado de resultados.....	118
Cuadro no. 16 Flujo de caja.....	119
Cuadro no. 17 Calculo de la tasa de redescuento.....	120
Cuadro no. 18 Valor Actual neto.....	121
Cuadro no. 19 Organigrama.....	125
Cuadro no. 20 Valoracion cualitativa y cuantitativa.....	132
Cuadro n° 21 Matriz de impactos.....	133

INDICE DE GRAFICOS

Grafico no. 1 Mapa de la provincia de carchi.....	28
Grafico no. 2 Mapa del cantón espejo.....	30
Grafico no 3 Mapa de la Parroquia la libertad.....	32
Grafico no. 4 Calidad de productos ofertados.....	71
Grafico no. 5 Preferencia de consumo.....	72
Grafico no.6 Atencion al cliente.....	73
Gráfico no. 7 Infraestructura.....	74
Gráfico no. 8 Aceptacion del mercado.....	75
Gráfico no. 9 Requerimientos del servicio.....	76
Grafico no. 10 Preferencias de Productos.....	77
Gráfico no. 11 Frecuencia de asistencia.....	78

Gráfico no. 12 Medio de comunicacion.....	79
Gráfico no. 13 Actividad de asociaciones.....	80
Gráfico no. 14 Factibilidad	81
Gráfico no. 15 Puestos	82
Gráfico no. 16 Arriendo	83
Gráfico no. 17 Economía	84
Gráfico no. 18 Precios.....	85
Gráfico no. 19 Nivel economico	86
Gráfico no. 20 alidad de los productos.....	87
Gráfico no. 21 Tipo de productos	88
Gráfico no. 22 interes del mercado	89
Gráfico no. 23 Puestos	90
Gráfico no. 24 Mensualidades por arriendo.....	91
Gráfico no. 25 Economía	92
Gráfico nº 26Ubicación mercado	98
Gráfico nº 27Distribución fisica del mercado	99

CAPÍTULO I

1. Diagnóstico Situacional

1.1 Análisis Situacional de la Provincia del Carchi

1.1.1 Ubicación Geográfica

La Provincia del Carchi está ubicada en el extremo norte del callejón interandino; entre los paralelos $1^{\circ} 12' 43''$ y $0^{\circ} 21' 50''$ de Latitud Norte y entre los meridianos $77^{\circ} 31' 36''$ y $78^{\circ} 33' 12''$ de Longitud Occidental. Limita al norte con la República de Colombia; al Sur y Oeste con la Provincia de Imbabura; al Este con la Provincia de Sucumbíos y al Oeste con la Provincia de Esmeraldas. Tiene una extensión de 3.604,33 Km².

GRAFICO No. 1

MAPA DE LA PROVINCIA DE CARCHI



FUENTE: GOBIERNO PROVINCIAL DEL CARCHI

1.1.2. Clima De La Provincia Del Carchi

La Provincia que es la primera desde el norte en el callejón interandino presenta niveles latitudinales desde los 1.200 metros en la zona del valle, hasta los 3600 metros sobre el

nivel del mar en la zona del Páramo de El Ángel, lo cual determina la diversidad de la vegetación y del apareamiento de una escala de zonas de producción agrícola. La temperatura promedio oscila entre 4° C en los páramos y los 22,9° C en el sector de los bajos de Mira.

1.1.3. Aspectos Socio Económicos del Carchi.

El Carchi, como muchas otras regiones del Ecuador, se caracteriza por ser una provincia eminentemente agropecuaria, productora principalmente de papa y de leche (en la zona alto andina), así como de fréjol (en la zona cálida y cálida seca) y de ciertos frutales propios de las zonas cálida seca y subtropical del noroccidente y suroccidente de la Provincia.

La población económicamente activa (PEA) del Carchi trabaja para el desarrollo y progreso de la Provincia y su composición por actividades está distribuida de la siguiente manera:

Agricultura	47.00%
Servicios	32.00%
Industria	12.00%
Desocupados	<u>9.00%</u>
TOTAL	100.00%

Donde los sectores agropecuario, comercial y de transporte constituyen los rubros productivos en los cuales la Provincia tiene mayores niveles de competencia. Los sectores de Comercio y Servicios en su mayoría se concentran en el Cantón Tulcán.

1.1.4 Características Generales del Cantón Espejo

1.1.4.1 Generalidades del Cantón Espejo.

El Cantón Espejo está ubicado al Nor-Occidente de la Provincia de Carchi, con una superficie de 549,01 km². Tiene como cabecera cantonal la Ciudad de El Ángel. En él se

encuentra la mayor parte del páramo de la Reserva Ecológica de El Ángel y las lagunas del Voladero en el sector alto de la Cuenca.

La principal actividad económica del Cantón es la agricultura y en menor proporción la producción artesanal de tejidos al igual que la prestación de servicios públicos y privados en el centro urbano. Actividades de las cuales dependen la población rural y parte de la urbana.

El Cantón Espejo está constituido por las Parroquias Urbanas: El Ángel, 27 de Septiembre y por las Parroquias Rurales: La Libertad, El Goaltal y San Isidro.

GRAFICO No. 2

MAPA DEL CANTÓN ESPEJO



FUENTE: GOBIERNO PROVINCIAL DEL CARCHI

1.1.4.2. Ubicación Geográfica

El Cantón Espejo es uno de los seis cantones de la provincia del Carchi (noroccidente del Ecuador) que se encuentra ubicado en la parte central de la misma, cuya ubicación es:

Latitud Norte: entre los paralelos 0° 91" Y 0° 62"

Longitud Occidental: entre los meridianos 78 15' 09" Y 78 01' 83"

Altitud Máxima: 4.000 m.s.n.m

Altitud Mínima: 1.850 m.s.n.m.

El clima es frío, con temperaturas medias que varían entre 7°C y 11°C pero extremos absolutos están entre 0° y 18°C. se puede establecer dos períodos: Verano de junio a octubre, que hay presencia de vientos fuertes, sol intenso durante el día y heladas por las noches; Invierno de noviembre a mayo, existe la presencia de lloviznas, días con neblina y nevadas con una temperatura mínima de hasta 0° c y un máximo de 8°ca 10°C.

Precipitaciones: 1.000 –2.000 mm

Límites: Norte: Sur Occidente del Cantón Tulcán

Sur: Cantones Bolívar y Mira

Oriente: Cantones Bolívar y Montufar

Occidente: Cantón Mira.

1.1.4.3. Población Del Cantón Espejo

La población total del cantón según el último CENSO del INEC asciende a:

TABLA No.1

DISTRIBUCION DE LA POBLACIÓN POR SEXO

INEC Censo 2010		
Cantón	Población	Porcentaje
1. Hombre	6.527	48,84 %
2. Mujer	6.837	51,16 %
Total	13.364	100,00 %

FUENTE: INEC

ELABORADO: Las autoras

1.1.5. Características Generales Parroquia La Libertad

1.1.5.1 Características Generales

GRAFICO No. 3

MAPA DE LA PARROQUIA LA LIBERTAD



FUENTE: GOBIERNO PROVINCIAL DEL CARCHI.

La Parroquia La Libertad constituye una de las Parroquias Rurales del Cantón Espejo, se encuentra ubicada en las estribaciones de la cordillera occidental de los andes, al noroccidente de la ciudad de El Ángel, a una distancia de 4.5 km a la cabecera cantonal y a una altura aproximada de 3.000m sobre el nivel del mar.

Los límites de la Parroquia La Libertad son: por el Norte y Oriente, desde la “Casa Morán”, en línea recta la primera toma “El Artesón”, hasta el punto en que la acequia de las aguas de Bolívar corta la carretera de El Ángel a Tulcán; desde allí, aguas arriba hasta encontrarla laguna de La Esperanza, prolongándose esta línea hasta el límite de los terrenos de la hacienda “Esperanza” con las comunidades indígenas de La Libertad”; los límites de estos dos predios hasta encontrar el Río Bobo y, por este Río hasta su desembocadura en el Río de El Ángel, aguas arriba hasta su desembocadura en el Río Guaro, por este mismo Río aguas arriba hasta el punto denominado “Colorado” luego después, la altura de San Francisco desde donde desciende en línea recta hasta encontrar el límite Norte.

1.1.5.2. División política

La Parroquia La Libertad se encuentra conformada por los siguientes barrios y caseríos:

CUADRO No. 1

DIVISIÓN POLÍTICA DE LA PARROQUIA LA LIBERTAD

PARROQUIA	BARRIOS Y CASERIOS
LA LIBERTAD	San Vicente Alto, San Vicente Bajo, Centro, La Dolorosa, San Isidro, Santa Teresita, San Francisco Alto, San Francisco Bajo, Jesús del Gran Poder, Eloy Alfaro, San Antonio de Playas, Moran.

FUENTE: JUNTA PARROQUIAL LA LIBERTAD

ELABORADO POR: LASAUTORAS

1.1.5.3. Población de la Parroquia La Libertad

Según el CENSO del INEC para el año 2010 la población de la Parroquia La Libertad es:

TABLA No. 2

DIVISIÓN DE LA POBLACIÓN POR SEXO

INEC Censo 2010		
Parroquia	Población	Porcentaje
1. Hombre	1.741	49,71%
2. Mujer	1.761	50,29%
Total	3.502	100,00%

FUENTE: INEC 2010

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

1.1.5.4. Nivel de instrucción de la población de la Parroquia La Libertad.

La población se encuentra encaminada a enfrentar cambios que son necesarios en base a la educación, el 4% de la población cuenta con un nivel educativo

superior, el 19% secundario, el 52% primario, el 17% analfabetismo y un 8% no declarado.

TABLA No. 3
NIVELES DE INSTRUCCIÓN

PARROQUIA LA LIBERTAD:POBLACIÓN DE 5 AÑOS Y MÁS,POR SEXOY ÁREAS SEGÚN NIVELES DE INSTRUCCIÓN			
NIVELES DE	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
INSTRUCCIÓN	RURAL	RURAL	RURAL
TOTAL	3.491	1.703	1.788
NINGUNO	570	191	379
CENTRO ALFAB.	19	9	10
PRIMARIO	1799	975	824
SECUNDARIO	666	315	351
POST BACHILLERATO	38	15	23
SUPERIOR	100	50	50
POSTGRADO	2	1	1
NO DECLARADO	297	147	150

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

1.1.5.5. Centros de Educación existentes en la Parroquia La Libertad.

La Parroquia La Libertad cuenta con los siguientes centros educativos:

CUADRO No. 2

INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA PARROQUIA LA LIBERTAD

COLEGIOS	ESCUELAS	JARDINES
1. Colegio “Libertad” Nacional	1.Red Escolar La Rinconadita 2. Escuela Napo Pastaza 3. Escuela Dolores Sucre 4. Escuela Eloy Alfaro 5. Escuela Quito	1. Jardín de Infantes Somos Amigos Trabajando

*FUENTE: COORDINACIÓN DE EDUCACIÓN DE ESPEJO.
ELABORADO POR: LAS AUTORAS*

1.1.5.6. TIPOS DE VIVIENDA PARROQUIA LA LIBERTAD

Los Tipos de Vivienda que se encuentran son:

• Casa o villa	794
• Departamento	3
• Cuartos de inquilinato	9
• Mediagua	100
• Rancho	2
• Covacha	1
• Choza	1
• Otros	6
TOTAL	926

1.1.5.7. Situación Comercial

CUADRO No. 3

TOTAL DE CATASTROS - PATENTES MUNICIPALES

(Locales Comerciales)

SECTOR	No. LOCALES COMERCIALES	VALOR ANUAL PATENTE
LA LIBERTAD	20	150

FUENTE: CATASTRO PATENTES MUNICIPALES 2011 ESPEJO

1.1.5.8. SERVICIO DE TRANSPORTE

La Parroquia La Libertad actualmente tiene dos únicas líneas de transporte.

CUADRO No. 4

SERVICIOS DE TRANSPORTE

EMPRESA	No. UNIDADES	RUTAS	FRECUENCIA
COOPERATIVA DE TAXIS CIUDAD DE EL ANGEL	34	La Libertad – El Ángel	Servicio diario (7:00 a.m a 19h00 p.m.)
COOPERATIVA DE CAMIONETAS LIBERTAD DEL CARCHI	10	La Libertad – El Ángel	Servicio diario (6:00a.m a 17:00 p.m.)

FUENTE: COOPERATIVAS DE TRANSPORTE DEL CANTON ESPEJO

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

1.1.5.9. Vialidad

Las vías que conectan a La Parroquia La Libertad con el resto del Cantón Espejo muestran un deterioro significativo olvidado por el momento por las autoridades de turno.

TABLA No. 4
ESTADO DE LAS VIAS DEL CANTON

PARROQUIA	ESTADO EN EL QUE SE ENCUENTRA			EL CAMINO	EN KM.	TOTAL
	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO	MUY MALO	
LA LIBERTAD	0.00	2.00	64.00	63.50	0.00	129.50
TOTAL	0.00	2.00	64.00	63.50	0.00	129.50

FUENTE: TALLERES PARROQUIALES MUNICIPIO

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

1.1.5.10. Salud

La Población de la Parroquia cuenta con un subcentro y un puesto de salud según se detalla a continuación:

CUADRO No. 5
CENTROS Y SUB CENTROS DE SALUD

SECTORES	CENTRO	ELOY ALFARO
INFRAESTRUCTURA	SUBCENTRO DE SALUD	PUESTO DE SALUD
PERSONAL	1 Médico	1 Enfermera
	1 Odontólogo	
	1 Enfermera	
EQUIPAMIENTO	Básico	Básico

FUENTE: HOSPITAL EL ANGEL

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

1.1.6 Validación de Información

El deseo de superación, el afán de mejorar material, cultural y económicamente ha hecho que los habitantes de la Parroquia La Libertad unan esfuerzos para tratar de colocar a su pueblo en un sitio preferencial dentro del Cantón Espejo, llevando a cabo una función administrativa más acorde con su desarrollo.

De acuerdo a los datos presentados anteriormente podemos deducir que la mayoría de la Población lo constituyen el sexo femenino las mismas que emprenden actividades de económicas viabilizadas a la artesanía, el comercio y a trabajar conjuntamente con sus familias en las principales actividades de la zona que son: la agricultura y la ganadería, productos como la papa, habas, maíz son entre otros los producidos y los cuales contribuyen para que la población alcance un nivel económico próspero sin dejar atrás los factores que hacen posible este desarrollo como el acceso a la tierra, uso de maquinarias agrícolas, créditos bancarios, capacitaciones para mejorar el manejo de herbicidas y abonos.

Además se generaliza la crianza de ganado vacuno y producción de leche, es así que se da lugar a la creación de industrias lecheras entre las cuales mencionamos: Industria Lechera Frontera, Industria Lechera La Libertad, al igual que cabe indicar la existencia de varias microempresas productoras de quesos en diferentes variedades.

El desarrollo de este tipo de actividades se ha incrementado debido a que casi en 96% los habitantes de la Parroquia terminan su instrucción en el nivel secundario, dejando a un lado la preparación académica que les brinde la participación en cualquier otro tipo de actividad.

Por lo expuesto anteriormente podemos argumentar que cada persona busca emprender una actividad propia acorde a sus disponibilidades tal es el caso de establecer locales comerciales que proporcionen a la población los bienes y servicios que por la lejanía del sector no pueden ser adquiridos con la mayor

satisfacción, logrando elevar en gran magnitud el índice de precios al consumidor, afectando de esta manera la economía familiar de los libertenses.

Es de vital importancia mencionar que las únicas instituciones que brindan el bienestar social y seguridad de los habitantes son: La Junta Parroquial de la Libertad, Unidad de Policía Comunitaria, Subcentro de Salud, Centros educativos iniciales, primarios y secundarios.

A pesar de las bondades anotadas se podría deducir que la Parroquia La Libertad no cuenta con un Mercado Central en que se oferte bienes y servicios con precios competitivos que garantice a la población el consumo de productos alimenticios frescos y en un determinado lugar, que no solamente generaría satisfacción a la población por el servicio brindado, sino que garantizaría en algún momento acceder a una plaza de trabajo emprendida con su propio capital.

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Dinamizar la economía dentro de la Parroquia La Libertad es uno de los objetivos de los habitantes del sector y de las presentes autoridades, y como parte de este proceso se plantea el suministrar a la población de toda clase de productos y servicios en un mismo lugar, favoreciendo así a la rentabilidad de las familias, a través de la compra directa a menores precios y promoviendo el desarrollo de la población mediante la creación de nuevas fuentes de trabajo.

Para llevar a cabo el presente trabajo, se iniciara con una investigación de campo orientada a la población de la Parroquia La Libertad con el fin de elaborar un estudio de mercado que permita determinar la necesidad, así como también las proyecciones de oferta y demanda, para lo cual se aplicará diferentes técnicas e instrumentos de la investigación científica tales como la observación directa y aplicación de encuestas para luego de un análisis mediante herramientas estadísticas determinar la aceptación y viabilidad de la creación del nuevo mercado.

Para el fundamento teórico del presente proyecto será necesario desarrollar las bases teóricas - científicas a través de una investigación documental que servirá

como referencia conceptual y técnico para la creación del Mercado Central de la Parroquia La Libertad, al igual que tomando como referencia proyectos con cierta similitud, mismos que servirán de guías didácticas para la elaboración del anteproyecto de esta manera poder sintetizarlos en el marco teórico.

En el desarrollo de la estructura técnica organizacional del Mercado Central de la Parroquia La Libertad se planteara el modelo de estructura administrativa, operativa y financiera, con la finalidad de formular un orgánico estructural, y respectivos manuales administrativo, operativo y financiero de conformidad con el espacio a ser ocupado y los recursos económicos con que cuenta.

Para sustentar la viabilidad del presente proyecto el estudio económico se lo realizará mediante la estructuración de un plan operativo anual reflejado en un presupuesto de ingresos y gastos que determine el volumen de pérdidas y ganancias por medio de balances proyectados.

Se hará un análisis de los impactos que generará la puesta en marcha a este proyecto, así como también se planteará las distintas conclusiones como recomendaciones.

Para reafirmar esta intención se realizó una entrevista al primer personero del cantón Espejo.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

Para la sustentación científica del presente trabajo se acudió a diferentes fuentes como textos, revistas, documentos elaborados, folletos entre otros, que contienen teorías, conocimientos, algunas ideas e información en torno al problema.

Las bases teóricas son muy importantes para dar a esta investigación un sistema coherente de conceptos y proposiciones que permitirán abordar argumentos dentro del ámbito propuesto.

2.1. Marco Legal Municipal

2.1.1. Ámbito de los Gobiernos Seccionales

Los gobiernos seccionales autónomos generan sus propios recursos financieros y participan de las rentas del estado, de conformidad con los principios de solidaridad y equidad.

Los recursos que corresponden el régimen seccional dentro del presupuesto general del estado, se asignan y distribuyen de conformidad con la ley, la asignación y distribución se regirán por los siguientes criterios: número de habitantes, necesidades básicas insatisfechas, capacidad contributiva, logros en el mejoramiento de los niveles de vida y eficiencia administrativa.

Los gobiernos seccionales autónomos son ejercidos por los consejos provinciales, los consejos municipales, las juntas parroquiales y los organismos que determina la ley para la administración de las circunscripciones territoriales indígenas y afro ecuatorianas.

Los gobiernos provinciales y cantonales gozan de plena autonomía y en uso de su facultad legislativa pueden dictar ordenanzas, crear modificar y suprimir tasas y contribuciones especiales de mejoras. Las provincias, cantones y parroquias se pueden asociar para su desarrollo económico y social y para el manejo de los recursos naturales.

Cada cantón constituye un municipio. Su gobierno está a cargo del consejo municipal, cuyos miembros son elegidos por votación popular. Los deberes y atribuciones del concejo municipal de sus integrantes estarán determinados en la ley.

2.1.2 Del Municipio

El municipio es la sociedad política autónoma subordinada al orden jurídico constitucional del estado, cuya finalidad es el bien común local y, dentro de este y en forma primordial, la atención de las necesidades de la ciudad, del área metropolitana y de las parroquias rurales de la respectiva jurisdicción. El territorio de cada cantón comprende parroquias urbanas cuyo conjunto constituye una ciudad, y parroquias rurales.

Cada municipio constituye una persona jurídica de derecho público, con patrimonio propio y con capacidad para realizar los actos jurídicos que fueren necesarios para el cumplimiento de sus fines en la forma y condiciones que determinan la constitución y la ley.

2.1.2.1 Fines Esenciales del Municipio

De conformidad del capítulo III, sección primera, numeral 35, de la ley de Régimen Municipal, son atribuciones del Concejo, la prestación de servicios asistenciales a la comunidad.

- a. Procurar el bienestar material de la colectividad y contribuir al fomento y protección de los intereses locales.
- b. Planificar e impulsar el desarrollo físico del cantón y sus aéreas urbanas y rurales.
- c. Acrecentar el espíritu de nacionalidad, el civismo y la confraternidad de los asociados, para lograr el creciente progreso y la indisoluble unidad de la nación.
- d. Promover el desarrollo económico, social, medio ambiental y cultural dentro de su jurisdicción.

2.1.3 Empresas Municipales

Las municipalidades pueden ejecutar las obras o prestar los servicios que son de su competencia en forma directa, por contrato o delegación. Pueden también participar en la conformación de entidades privadas, sin fines de lucro, individualmente o mancomunadas con otras municipalidades o entidades del sector público.

La municipalidad puede constituir empresas públicas para la prestación de servicios públicos, cuando, a juicio del consejo, esta forma convenga más a los intereses municipales y garantice una mayor eficiencia y una mejor prestación de servicios públicos.

Las empresas municipales se constituirán de conformidad con las disposiciones de la ley y su patrimonio se formará íntegramente con aportes de la respectiva municipalidad, sea en bienes o en asignaciones que se señalen en el respectivo presupuesto.

La empresa pública municipal es una entidad creada por ordenanza, con personería jurídica y autonomía administrativa y patrimonial, que opera sobre bases comerciales y cuyo objetivo es la prestación de un servicio público por el cual se cobra una tasa o un precio y las correspondientes contribuciones.

Tendrá un directorio integrado en la forma y por el número de miembros que disponga la ordenanza que le de origen. Las empresas públicas municipales elaborarán cada año su presupuesto, el cual contendrá un detalle de los distintos conceptos de los ingresos y egresos con destino a administración, adquisiciones, construcciones, mantenimiento y demás rubros que se determinen para cada empresa, que figurará como anexo del presupuesto general de la municipalidad.

Cada empresa pública municipal llevará su contabilidad según criterios comerciales y de acuerdo con las normas de contabilidad y auditoría señaladas por la Contraloría General del Estado, de modo que permitan conocer clara y concretamente los costos de operación, de la prestación de servicios públicos y los resultados financieros de la empresa.

2.2 Mercado

Para Philip Kotler, Gary Armstrong, Dionisio Cámara e Ignacio Cruz, año 2006, Pág. 10; un mercado es el "conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio".

Es un sitio o lugar destinado a la compra o venta al detalle de productos de primera necesidad en las diversas localidades y poblaciones; se concibe también como una unidad comercial estructurada con base en la organización de pequeños comerciantes, que proporciona a la población un abastecimiento adecuado de productos básicos de consumo en condiciones higiénicas y sanitarias.

El mercado representa, además, un instrumento de distribución donde se establece una relación más directa con las economías familiares y donde se manifiestan las virtudes o defectos del sistema comercial. Por esta razón, es conveniente una organización adecuada del mercado, donde las personas interesadas puedan realizar cómodamente sus compras con una garantía de calidad de los productos que adquieren y donde el abastecimiento sea permanente.

Los productos que generalmente se encuentran en los mercados son los de tipo perecedero, como carnes, frutas, verduras y demás alimentos no elaborados y en menor importancia artículos de uso doméstico, como detergentes, productos de limpieza y alimentos enlatados, entre otros.

2.2.1. Importancia del Mercado

Los mercados constituyen uno de los servicios públicos que constitucionalmente le corresponde prestar a las autoridades de manera adecuada, permanente y equitativa para toda la población.

La prestación de este servicio público, privado o mixto permite la regulación del abasto a nivel local, proporcionando la infraestructura y organización necesarias en

las que se desarrolle una comercialización adecuada de los productos básicos para la alimentación familiar.

Por otra parte, existe la conveniencia económica de una mayor participación de los actores involucrados en la prestación de este servicio en la transformación y modernización de las estructuras de producción, distribución y consumo de alimentos básicos, mediante los mercados de abasto. Esta conveniencia se puede expresar en dos sentidos:

- ❖ Se fortalece el papel de los actores en los procesos de comercialización para regular la oferta y demanda de alimentos, asegurando ingresos suficientes a los productores y haciendo rendir el ingreso familiar.
- ❖ Se obtienen mayores ingresos para los involucrados en este proceso, ya que la operación de estos instrumentos de comercialización genera recursos por concepto del pago de contribuciones y derechos.

2.2.2. Ventajas de la Creación de Mercados

Los mercados tienen las siguientes ventajas:

- ❖ Favorecen la adquisición de productos diversos en un mismo lugar.
- ❖ La existencia de varios establecimientos permite seleccionar los productos a los precios más accesibles.
- ❖ La concentración de comerciantes provoca la competencia comercial que favorece al equilibrio de los precios.

2.2.3. Funciones de los Mercados

Las principales funciones de los mercados son las siguientes:

- ❖ Concentrar el comercio de la localidad al menudeo.
- ❖ Abastecer y distribuir al detalle diariamente los productos básicos que necesita la comunidad.

- ❖ Organizar dentro de un local a pequeños comerciantes.

2.2.4. Agentes que Intervienen en el Mercado

a. Comerciante Permanente

Es la persona que ejerce el comercio en un lugar fijo, establecida en los mercados y centrales de abasto o en aquellos lugares que determinen las autoridades municipales por tiempo indeterminado, como son los locatarios y bodegueros.

b. Comerciante Temporal

Es aquel que, habiendo obtenido la autorización correspondiente, ejerce el comercio en un lugar fijo dentro de los mercados o centrales de abasto por un tiempo determinado, que no excede de seis meses.

c. Prestador de Servicios

Son las personas que venden alimentos preparados o prestan algún servicio en los mercados y centrales de abasto, como son: plomeros, cerrajeros, estibadores, cargadores, los cuales están obligados a pagar un derecho para ejercer su actividad.

2.2.5 Bases para el Funcionamiento del Mercado

El funcionamiento de los mercados requiere de la instrumentación y operación de ciertos servicios, como son los de trámite y los básicos que prestan directamente la autoridad municipal, así como de la existencia de recursos financieros que aseguren su adecuado mantenimiento y, en su caso, la construcción de nuevas instalaciones destinadas a este servicio.

a. Servicios de Trámite

Son las actividades que realiza el área responsable de la prestación de los servicios, encaminadas a expedir licencias, permisos, traspasos y cambios de giro a los particulares, para que éstos puedan desarrollar sus actividades comerciales.

La importancia de la expedición de estos documentos es que sirven de base para elaborar el padrón de contribuyentes y para identificar a los comerciantes que están obligados a pagar contribuciones.

b. Servicios Básicos

Son aquellos servicios de apoyo que forzosamente requieren los mercados y para funcionar, tales como: agua, drenaje, energía eléctrica, limpieza, mantenimiento de instalaciones y seguridad.

Todos estos servicios, excepto el de seguridad, son prestados directamente por el área de servicios. La seguridad es responsabilidad de la administración, por lo que será necesario establecer la coordinación adecuada que asegure la vigilancia y el orden.

Estos servicios son de gran importancia, ya que garantizan que los mercados sean eficientes y adecuados a las necesidades de los comerciantes y consumidores. En virtud de ello, es conveniente que el

Área o empresa responsable supervise el suministro de estos servicios básicos.

c. Financiamiento

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

2.2.6 Normas para Establecimientos de Mercados

La mayoría de la población de una determinada localidad tiene la necesidad de adquirir los productos básicos para su consumo en los mercados, por lo que es necesario contar con uno o varios de ellos. La decisión de construirlos deberá considerar la extensión territorial de la Parroquia, la distribución de la población y la demanda de productos, con la finalidad de que la compra de alimentos pueda realizarse de una manera cómoda y segura.

2.2.7. Normas de Integración al Contexto Rural

La integración de los mercados al contexto rural consiste en la adecuación de estas instalaciones comerciales a las características de la población. Esto es importante para lograr una estructuración y modernización adecuada del servicio. En relación con lo anterior, es conveniente que se considere lo siguiente:

- ❖ Deberán localizarse preferentemente en zonas cercanas y habitadas, procurando que sean visibles y de fácil acceso, sin entorpecer la circulación y transporte.
- ❖ Su ubicación deberá tener una proximidad a vías importantes de acceso y parada de transporte.
- ❖ Deberán tener una infraestructura básica, que considere como elementos indispensables: agua potable, alcantarillado y energía eléctrica, como necesarios: pavimentación y alumbrado público; como convenientes: red telefónica.
- ❖ Deberá considerarse también la zona de estacionamiento y andenes para carga y descarga de productos.

2.2.8. Normas para Ubicación e Instalación

El mercado como unidad de equipamiento comercial deberá localizarse en poblaciones mayores a 3,200 habitantes, dado que este límite se considera como el mínimo para tener suficiente número de puestos que ejerzan atracción sobre la población y no se propicie el desplazamiento hacia los centros de comercialización mayores.

De esta manera, los mercados deberán localizarse preferentemente en zonas y localidades con mayor población, para asegurar el máximo de usuarios dentro de un radio de influencia mínima de 500 a 1000 mts.

Para la dotación de mercados es importante tomar en cuenta los niveles de consumo de la comunidad y sus tendencias o perspectivas de crecimiento o decrecimiento, así como la frecuencia de comercio al menudeo que garantice a los locatarios una demanda efectiva conveniente.

2.2.9. Áreas Básicas para su Operación

Las áreas necesarias para el funcionamiento del mercado son las que a continuación se mencionan:

Sección Administrativa. Esta sección se integra por los siguientes servicios:

- ❖ Oficina administrativa.
- ❖ Pagaduría y caja.
- ❖ Área de sanidad y control.
- ❖ Sanitarios.
- ❖ Área de utilería y limpieza.

Sección de Ventas. Esta sección se integra por dos tipos de locales, que son:

- ❖ Comercio seco y fresco; donde se encuentra abarrotes, semillas, frutas frescas, etc.

- ❖ Comercio húmedo; se encuentran en esta área carnicerías, legumbres y verduras, plantas, etc.

Sección Comercial. En esta sección se establecen zapaterías, perfumerías, papelerías y reparaciones menores.

Sección de Comidas y Antojitos. Esta sección se integra con pequeños salones, refresquerías, jujearías, etc.

Servicios generales. En esta sección se integra zona de lavado, baños y vestidores para empleados, servicios sanitarios para el público, local para basura, patio de maniobras, bodegas, etc.

Uno de los aspectos más importantes de las áreas básicas de un mercado es el local que se destine para los residuos sólidos, ya que el mal manejo de éstos puede provocar serios focos de infección y contaminación, tanto al exterior como al interior del mercado.

Por ello, se establece una serie de recomendaciones dentro de las cuales podemos citar las siguientes:

- ❖ Deberán ser locales cerrados y con acceso directo a la vía pública para su recolección.
- ❖ Estar bien ventilados y tener abundante iluminación.
- ❖ El piso deberá contar con una coladera para el escurrimiento de líquido.
- ❖ Deberá lavarse y desinfectarse el local como mínimo una vez al mes.

Una recomendación adicional para la ubicación e instalación de mercados es que el número de locales recomendable es de 60 puestos, aunque en una etapa inicial el mercado puede ajustarse al módulo básico con un mínimo de 30 de ellos.

2.3. ESTUDIO DEMERCADO

JÁCOME, Walter (2005), Pág.99, manifiesta: "Es el diseño sistemático, recolección, procesamiento, análisis y presentación de los hallazgos relevantes acerca de una situación de mercadotecnia específica que enfrenta una unidad productiva o empresa".

Esta técnica permite ingresar a un mercado de manera más segura debido a que mediante su aplicación se determinara y obtendrá datos correctos sobre los deseos y necesidades de los consumidores.

2.3.1 Producto

Según el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A.,Pág. 277; el producto "es cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad que representa la oferta de la empresa".

El producto es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles, los cuales son percibidos por sus compradores como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos. Por tanto, un producto puede ser un bien, un servicio, una idea, una persona o

un lugar, y existe propósitos de intercambio, la satisfacción de necesidades o deseos y para coadyuvar al logro de objetivos de una organización

2.3.2 Oferta

El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A. Pág. 237; define a la oferta como: "La cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado".

Se puede decir que la oferta es la cantidad de productos o servicios, que los vendedores quieren y pueden vender en un sitio determinado, a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos.

2.3.3 Demanda

Para Kotler y Armstrong, 2008 Pág. 6, "Cuando los deseos están respaldados por el poder de la compra, se convierten en demandas"

Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca".

2.3.4 Precio

Para Philip Kotler y Gary Armstrong, Sexta edición, Pág. 353 manifiestan que el precio es "(en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio".

El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.

2.3.5 Comercialización

Para BACA Urbina, Gabriel; 2006 Pág. 57; "La Comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar."

Mediante la actividad de la comercialización los productores permiten que su bien o servicio se dé a conocer y distribuir para satisfacer las necesidades o deseos de los consumidores dentro de un lugar y tiempo establecido.

2.3.6 Publicidad

Para Stanton, Walker y etzel, 13ª Edición, Pág. 560, la Publicidad es “Una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos”.

La Publicidad es una forma de comunicación de largo alcance pagada por un patrocinador, que informa a un grupo productos, servicios, ideas, con la finalidad de atraer a posibles compradores o usuarios.

2.4. Estudio Técnico

NASSIR, Sapag, año 2008, Pág. 35; “Se analiza los factores para la adecuación de la microempresa, determinara el tamaño óptimo que se requiere, su tecnología y organización, indicadores que definirán los montos de inversión del proyecto”.

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

El objetivo de es diseñar el producto que se pondrá en oferta. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que máquinas y procesos usar.
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

2.4.1. Tamaño del Proyecto

ARBOLEDA, Germán, año 2001 Pág. 119; dice: “El tamaño del proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata”.

El tamaño de proyecto es la capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un periodo de operación normal.

El objetivo es determinar el tamaño o dimensionamiento que deben tener las instalaciones, así como la capacidad de maquinaria y equipos requeridos por el proceso de conversión del proyecto. Esta capacidad se expresa en cantidad producida por unidad de tiempo.

2.4.2. Localización del Proyecto

MENESES, Edilberto, año 2005, Pág. 65 manifiesta: “La localización optima del proyecto contribuirá a lograr una mayor tasa de rentabilidad sobre el capital. El objetivo es llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta”.

La Localización del proyecto es la ubicación o lugar donde se va a llevar a cabo el proyecto, puede determinar el éxito o fracaso del negocio, se debe considerar criterios económicos, estratégicos, institucionales y en base a esto definir la localización del proyecto que maximice la rentabilidad.

2.4.2.1. Macro localización

Para Monks Joseph G. Administración de Operaciones; “Es el estudio que tiene por objeto determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio

La macro localización es la selección de área donde se ubicara el proyecto se requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico.

2.4.2.2. Micro localización

Para Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos; “es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para la instalar el

proyecto, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario”.

En la micro localización se determina el terreno conveniente para la ubicación definitiva del proyecto, en la que primordialmente se verificara los accesos al predio, disponibilidad de servicios básicos, instalaciones y cimentaciones requeridas.

2.4.3. Ingeniería del Proyecto

Según VACA Urbina Gabriel, año 2010, Pág., 89 “Es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta”

Se refiere a aquella parte del estudio que se relaciona con su etapa técnica, es decir, con la participación de los ingenieros en las actividades de estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto.

En base a lo expuesto se podría decir que la ingeniería del proyecto involucra aspectos como: producto, tecnología, selección del equipo, maquinaria, cálculo de la cantidad de materia prima, recursos humanos, edificios, estructuras y obras de ingeniería civil.

a) Procesos Productivos

Según GABRIEL Vaca Urbina; año 2010; Pág. 89 “Es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes o servicios a partir de insumos de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de insumos para convertirlos en productos mediante una determinada función de producción”.

Son procesos que en toda actividad productiva permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente.

b) **Tecnología**

Es un conjunto ordenado de instrumentos, conocimientos, procedimientos y métodos aplicados en las distintas ramas industriales.

La tecnología es el conjunto organizado de conocimientos aplicados para alcanzar un objetivo específico, generalmente el de producir y distribuir un bien o servicio. Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos que serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio.

c) **Inversión**

Para RUBEN Sarmiento R. 2005, Pág., 217 “Es considerado como el motor que dinamiza la economía y permite reactivar el aparato productivo”.

La inversión es el proceso por el cual un sujeto decide vincular recursos financieros líquidos a cambio de la expectativa de obtener unos beneficios también líquidos, a lo largo de un plazo de tiempo que denominaremos vida útil.

La implementación del proyecto implica el uso de una serie de recursos, los cuales deben ser identificados en forma minuciosa, porque de ello depende la implementación del proyecto sin problemas.

d) **Talento Humano**

Según la Real Academia Española de la Lengua; “Refiere a la persona inteligente, o apta para determinada ocupación, tiene la capacidad de resolver problemas dado que tiene las habilidades, destrezas, y experiencia necesaria para ello”.

Se entenderá como talento humano a la capacidad de la persona que entiende y comprende de manera inteligente la forma de resolver problemas en determinada ocupación.

2.5. EVALUACIÓN FINANCIERA

JACOME Walter, 2005, Pág. 161, manifiesta: “Es la asignación óptima de los recursos y la identificación de las variables y efectos sobre situaciones de carácter social, buscando la eficiencia de su distribución”.

La evaluación económica es un estudio detallado de la administración, ventas y financiamiento en relación a sus costos, precios en productos, como parte de las erogaciones que requieren los proyectos en un periodo de tiempo del ejercicio económico.

2.5.1. Ingresos

Para RUBEN Sarmiento R. 2005, Pag 22; “Son todos los ingresos monetarios los que van a estar en función de la actividad de la empresa y su estructura (en un ejercicio económico)”.

Es toda cantidad que modifique de manera positiva el haber patrimonial de una persona.

Los ingresos son componentes positivos del resultado, surgen como consecuencia de las operaciones de tráfico de la empresa.

2.5.2. Egresos

“los Egresos es la erogación o salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún otro concepto. Desembolsos o salidas de dinero, aun cuando no constituyan gastos que afecten las pérdidas o ganancias”. Este concepto lo localizamos en www.definicion.org.

Se conoce como egreso a todo aquello que egresa o sale de un lugar o espacio determinado, específicamente al dinero que se utiliza en un negocio o acción monetaria para pagar determinados gastos y que no puede ser contado como ganancia.

2.5.3. Estado de Situación Inicial

Según PEDRO Zapata Sánchez, 2011, Pág. 63 “Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de activo pasivo y patrimonio.

Es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado.

Se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, El activo, el pasivo y el patrimonio neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales.

2.5.4. Estado de Pérdidas y Ganancias

Según, Wikipedia, La enciclopedia libre; “El estado de Resultados es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de

como se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado”.

Es un informe financiero que muestra el importe de la utilidad ganada o perdida incurrida durante un determinado periodo. Suministra la información de las causas que generaron el resultado atribuible al periodo.

2.5.5. Estado de Flujo del Efectivo

Para ZAPATA Pedro, año 2008, Pág. 109; Dice “Es un resumen de entradas y salidas en efectivo esperadas por la ejecución de las actividades de la empresa”.

Es un estado contable básico que informa sobre los movimientos de efectivo y sus equivalentes, distribuidas en tres categorías como son actividades operativas, de inversión y de financiamiento”

El estado de flujo de efectivo provee información importante para los administradores del negocio y surge como respuesta de la necesidad de determinar la salida de recursos en un momento determinado, como también un análisis proyectivo para sustentar la toma de decisiones en las actividades financieras, operacionales, administrativas y comerciales.

2.5.6. Evaluación Social

Para RODRIGO Varela V, año 2010, Pág. 1; “Es el proceso a través del cual se mejora la calidad de vida del conglomerado humano sujeto del proceso y se percibe a través del mejoramiento de los índices de nivel educativo, empleo, mortalidad, pobreza, esperanza de vida”.

Contempla no solo un análisis de eficiencia de los impactos de un proyecto sino que también analiza aspectos de equidad; es decir, los efectos que el proyecto tiene sobre la distribución de ingresos y riquezas.

La evaluación social de proyectos persigue medir la verdadera contribución de los proyectos al crecimiento económico del país, así mismo es útil para el caso de tomar decisiones de proyectos que significan un drenaje al presupuesto nacional, de proyectos que tienen rentabilidad privada negativa, y que por lo tanto requieren de los subsidios para operar.

Además la evaluación social compara los beneficios con los costos que los proyectos implican para la sociedad. Determinan el efecto que el proyecto tendrá sobre el bienestar de la sociedad y persigue medir la verdadera contribución de los proyectos al crecimiento del país.

2.6. Evaluación de Impactos

Para Abdala, año 2006, afirma que la denominación de evaluación de impacto “Contempla el proceso evaluatorio, orientado a medir los resultados de las intervenciones, en cantidad, calidad y extensión según las reglas preestablecidas”.

El proceso de identificar, obtener y proporcionar información útil y descriptiva sobre el valor y mérito de las metas, el propósito fundamental de la evaluación no es demostrar sino perfeccionar.

Es un proceso que posibilita el conocimiento de los efectos de un proyecto o programa en relación de las metas propuestas y los recursos movilizados.

Un impacto es el resultado de los efectos de un proyecto.

En la evaluación económica interesan los impactos que reflejan la contribución del proyecto al bienestar socio-económico.

2.6.1. Impacto Económico

Los impactos económicos están definidos con cierta precisión. Se dispone de indicadores normalizados para considerar la balanza de pagos, de tecnología, el comercio de bienes de alta tecnología.

2.6.2. Impacto Social

Según Ernesto Cohen y Rolando Franco; Evaluación Programas sociales masivos, dicen “La evaluación social de un proyecto utiliza el análisis económico en proyectos considerados en un contexto nacional”.

La evaluación de programas sociales se centra en medir los cambios experimentados por la población objeto a causa del programa, como la eficiencia con que se le ha implementado.

2.6.3. Impacto Comercial

Las Ventajas del Análisis de Impacto Comercial son Eficientes y el Análisis de Impacto Comercial puede ser usado para el análisis a fondo de las funciones más críticas en su ambiente comercial. El Análisis de Impacto Comercial es el estudio que define procesos comerciales críticos.

2.6.4. Impacto Ambiental

Se entiende por impacto ambiental el efecto que produce una determinada acción sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. El concepto puede extenderse, con poca utilidad, a los efectos de un fenómeno natural catastrófico. Técnicamente, es la alteración de la línea de base, debido a la acción antrópica o a eventos naturales.

La Evaluación de Impacto Ambiental es el procedimiento técnico-administrativo que sirve para identificar, prevenir e interpretar los impactos ambientales que

producirá un proyecto en su entorno en caso de ser ejecutado, todo ello con el fin de que la administración competente pueda aceptarlo, rechazarlo o modificarlo. Se prolonga en un proceso de participación pública y se concluye con la emisión de la DIA (Declaración de Impacto Ambiental) por parte del Órgano Ambiental.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Identificación del Producto

En el presente proyecto se realizara un Estudio de Factibilidad para la creación de un mercado en la Parroquia la Libertad; dedicado a la venta de artículos de consumo masivo como son los alimentos, ropa, calzado, artículos para el hogar.

3.2. Características del Producto

El mercado central es un lugar donde se puede ejercer el intercambio de productos por unidades monetarias, este sitio confluyen dos partes esenciales de la economía de los pueblos que es la oferta y la demanda; la administración del lugar tendrá la potestad de calificar a los oferentes de acuerdo a los productos y precios que ellos brinden. En el mercado que se pretende implantar en la parroquia La Libertad existirá diversificación de productos divididos en secciones entre los cuales se tiene:

- ❖ Frutas
- ❖ Legumbres, hortalizas, verduras
- ❖ Cárnicos, lácteos
- ❖ Comidas
- ❖ Ropa, calzado
- ❖ Productos de primera necesidad (Viveres)
- ❖ Tecnología (telefonía, internet).

3.3. Objetivos de la Investigación

3.3.1. Objetivo General

Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta, demanda precios y comercialización de productos para el mercado central de la Parroquia La Libertad.

3.3.2. Objetivos Específicos

- 3.3.2.1. Identificar los niveles de demanda en función de su preferencia para determinar la factibilidad del proyecto
- 3.3.2.2. Determinar la oferta actual de productos más requeridos en la Parroquia La Libertad del cantón Espejo.
- 3.3.2.3. Identificar los precios de acuerdo a la realidad económica de la población.
- 3.3.2.4. Determinar la forma de comercializar los productos en esta parroquia.
- 3.3.2.5. Conocer el tipo de publicidad más efectiva que emplean los negocios para darse a conocer.

3.4 Variables e Indicadores

3.4.1 Demanda

- Residentes
- Visitantes del cantón

3.4.2 Oferta

- Tipos de Productos
- Comerciantes

3.4.3 Precio

- Económicos
- Semejanza con otros mercados

3.4.4 Comercialización

- Abastos
- Ferias libres
- Vehículos ambulantes

3.4.5 Publicidad

- Televisión
- Radio
- Prensa escrita
- Volantes

3.5 Matriz de Relación del Estudio de Mercado

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	FUENTES DE INFORMACION
Identificar los niveles de demanda en función de su preferencia para determinar la factibilidad del proyecto	DEMANDA	Residentes Visitantes del cantón	ENCUESTA	Familias de la parroquia La Libertad
Determinar la oferta actual de productos más requeridos en la Parroquia La Libertad del cantón Espejo.	OFERTA	Tipos de Productos Comerciantes	ENCUESTA	Familias de la parroquia La Libertad
Identificar los precios de acuerdo a la realidad económica de la población.	PRECIO	Económicos Iguales a otros mercados	ENCUESTA	Familias de la parroquia La Libertad
Determinar la forma de comercializar los productos en esta parroquia.	COMERCIALIZACION	Abastos Ferias libres Vehículos ambulantes	ENCUESTA	Familias de la parroquia La Libertad
Conocer el tipo de publicidad más efectiva que emplean los negocios para darse a conocer.	PUBLICIDAD	Televisión Radio Prensa escrita Volantes	ENCUESTA	Familias de la parroquia La Libertad

FUENTE: DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

3.6 CONSUMIDOR DEL PRODUCTO

Los principales clientes que acudirán al mercado central de La parroquia La Libertad serán todas las familias sin distinción de clase, etnia, ni sexo, y tiene proyección a expandirse al resto del cantón Espejo.

Para ello se considera que cada familia estará compuesta como mínimo de 4 personas, por lo que se divide el total de la población que es de 3502 habitantes para 4 obteniendo un total de 875 familias.

CUADRO No. 6
TOTAL FAMILIAS PARROQUIA LA LIBERTAD

PARROQUIA	TOTAL FAMILIAS
LA LIBERTAD	875

FUENTE: INEC

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

3.7. Mecánica Operativa

Para el desarrollo del presente proyecto se recabo información a través de la aplicación de una entrevista a las autoridades principales del cantón quienes dieron su aporte puesto que ellos son los interesados de verificar la factibilidad de la creación del mercado público en la parroquia La Libertad.

3.7.1 Tabulación Entrevistas

ENTREVISTA AL SEÑOR ALCALDE DEL CANTÓN ESPEJO

OBJETIVO: Determinar si es factible la creación de un mercado público en la Parroquia la Libertad, del Cantón Espejo, que permita la comercialización de productos en beneficio de la comunidad.

NOMBRE DEL ENTREVISTADO: LICENCIADO. KLEBER ANDRADE

CARGO: ALCALDE

1. ¿Cómo se comercializan los productos entre las familias en la Parroquia La Libertad?

No se realiza una comercialización eficiente en esta parroquia, simplemente se espera el aprovechamiento del intermediario que en muchos casos ni siquiera pertenecen a la zona.

2. ¿Conoce de la existencia de algún tipo de mercado en el sector?

El que se conoce que es muy pequeño por cierto es de la Asociación de mujeres que se han unido por un bien común.

3. Considera fundamental la creación de un mercado en la Parroquia La Libertad?

Es muy importante por dos motivos: Esto permitirá una accesibilidad de los productos.

1. Un rédito económico para las familias.

4. En caso de ser positiva su respuesta tienen hecho algún estudio al respecto o establecido el sitio para su creación?

Se tiene el propósito de establecer un estudio con el departamento de Obras Públicas y se tiene la ayuda de dos señoritas egresadas de la Universidad Técnica del Norte quien voluntariamente han solicitado a la alcaldía que se les permita realizar un estudio para la creación del mercado central en la parroquia La Libertad, como contraparte del Gobierno se les dio el aval en sentido de que les sirva este trabajo para obtener su profesionalización en dicha casona de estudio si así lo autorizan sus autoridades.

5. ¿Cuál piensa usted que es el principal obstáculo para su construcción?

Siempre son los recursos económicos, y la falta de organización con personería jurídica.

6. Tiene idea de cuánto costaría la construcción del mercado?

La municipalidad tendría la capacidad de financiar 80.000 dólares, y si podríamos conseguir la cooperación gubernamental o entidades privadas sería muy bueno para tener un total de obra de \$100000 dólares.

7. ¿Cómo se financiaría la construcción del mercado?

Con recursos propios del municipio en alianza con el Consejo Provincial y vía crédito con el BEDE.

8. ¿Conoce usted sobre lo que piensa la gente respecto a la construcción del mercado?

La gente que reside en este sector ha hecho constantes peticiones personales a mí en calidad de Alcalde.

9. ¿Qué impactos generaría a nivel social y económico la creación del mercado?

1. Un mejor servicio a la comunidad
2. Un buen nivel de vida socioeconómico.
3. Fuentes de trabajo

10. ¿Qué opina respecto a la forma en que se comercializan los productos en el sector de La libertad?

Es rústico

11. ¿Qué tipo de mercado en cuanto a su sistema de distribución sería el más adecuado para su diseño?

Una infraestructura que brinde los servicios necesarios y sea distribuido en una forma eficiente y por secciones en donde existan frutas, verduras, ropa, comidas, entre otras.

12. ¿Conoce sobre las normativas para la creación de un mercado público en la zona?

1. Tener estudios sobre la vialidad del proyecto
2. Decisión del Organismo Legislativo Municipal apoyados en lo que estable el COOTAD.

13. ¿Con respecto a la pregunta anterior cree que dichos requisitos se cumplen en el área de intervención?

Si existe los estudios previos este tipo de proyectos se los puede realizar con la coordinación de la gente involucrada del sector.

3.8. Marco Muestral o Universo

El universo está conformado por todas la familias que son parte de la Parroquia la Libertad, según datos proporcionados por el último censo y los cálculos realizados.

3.8.1. Tamaño de la Muestra

Con la intención de obtener información efectiva; para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

En donde:

n= Tamaño de la Muestra

N= Tamaño de la Población.

Z= Nivel de Confianza

d= Varianza de la Población.

E= Margen de error.

Datos:

n=?

N= 875 FAMILIAS

Z= 1.96%

d= 0.25

E= 0.05

Remplazando tenemos:

$$n = \frac{875(1.96)^2(0.25)}{(0.05)^2(875 - 1) + (1.96)^2(0.25)}$$

$$n = \frac{(875)(3.8416)(0.25)}{(0.0025)(874) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{(3361.4)(0.25)}{2.185 + 0.9604}$$

$$n = \frac{840.35}{3.1454}$$

n= 267.16 Equivalente a **267** Encuestas a aplicarse

De esta forma se obtiene que el tamaño de la muestra a recolectarse es de 267 familias encuestadas, de las cuales las amas de casa son la principal guía para obtener la información, considerando también los padres e hijos mayores de 18 años, además se tiene 5 asociaciones y 44 comerciantes dedicados a la venta de toda variedad de productos.

3.9. Diseño del Instrumento de Investigación

Como instrumento de investigación se diseñó una encuesta para las familias **ANEXO 1**, una encuesta para las asociaciones **ANEXO 2** y una encuesta para los comerciantes del cantón aplicándose a la totalidad de la población de la parroquia La Libertad.

Para el presente estudio se elaboró cuestionarios en el que recoge información necesaria para determinar los niveles de aceptación del proyecto. Las fuentes secundarias hacen referencia a la utilización de internet, recolección de información poblacional proporcionada por el Municipio de Espejo, junta parroquial de la Libertad, INEC y normativa legal aplicable a la investigación.

3.9.1. Tabulación y Procesamiento de Información

a) Encuesta dirigida a las familias de la Parroquia La Libertad

Tabulación de la encuesta

1.- ¿Los productos que le ofrecen al momento de realizar su compra son de?

TABLA N° 5

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buena calidad	32	12%
Regular calidad	154	58%
Mala calidad	81	30%
TOTAL	267	100%

Elaborado por: Autoras

GRAFICO No. 4



Análisis

Como se observa las personas opinan que los productos que adquieren tanto en las tiendas comerciales, como los que adquieren en el mercado más cercano son de regular calidad, ya que no cumplen con las expectativas de calidad y precios. Razón por la cual los consumidores prefieren realizar sus compras dentro de la localidad en donde los oferentes en la mayoría de los casos sean los propios productores de la zona, con lo cual los productos serían frescos.

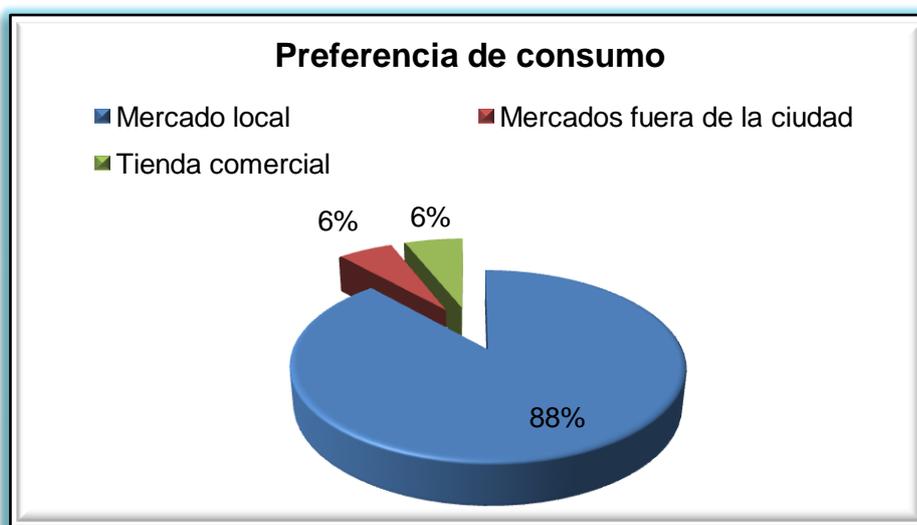
2.- ¿Al momento de adquirir sus productos preferiría comprarlos en?

TABLA N° 6

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mercado local	236	88%
Mercados fuera de la ciudad	15	6%
Tienda comercial	16	6%
TOTAL	267	100%

Elaborado por: Autoras

GRAFICO No. 5



Análisis

De acuerdo a la investigación realizada se puede señalar que el mayor porcentaje de la población encuestada preferiría adquirir sus productos dentro de un mercado local o en tiendas comerciales con lo cual evitaría los diferentes inconvenientes que actualmente se les presentan al momento de migrar a otros mercados.

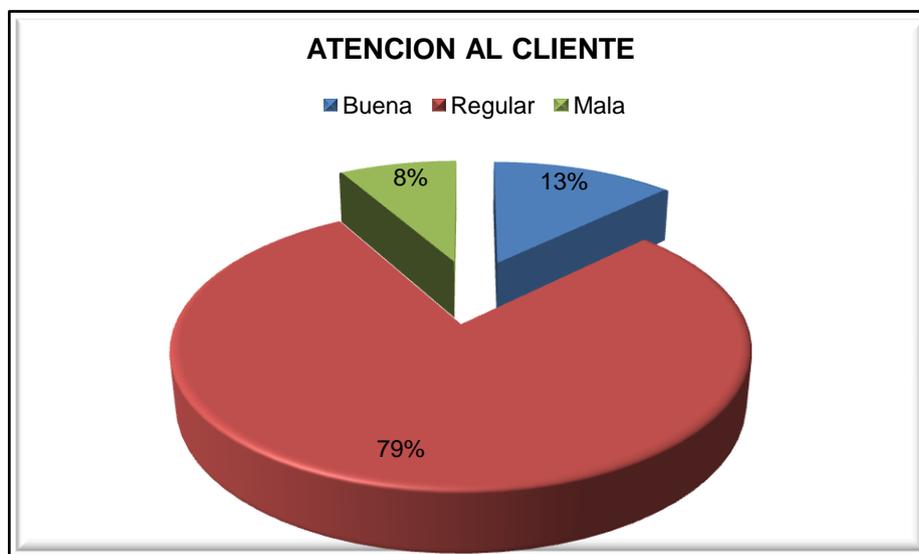
3.- ¿Cuándo adquiere un producto la atención que le brindan es?

TABLA No. 7

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buena	34	13%
Regular	211	79%
Mala	22	8%
TOTAL	267	100%

Elaborado por: Autoras

GRAFICO No.6



Análisis

De acuerdo a los resultados la atención al cliente es regular, en algunos casos es buena, sin embargo es necesario emprender estrategias que permitan mejorar los niveles de satisfacción al consumidor.

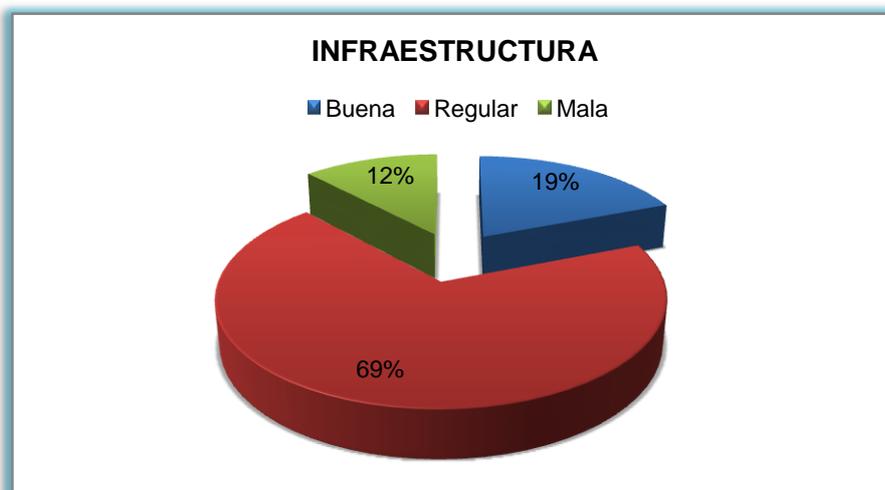
4.- ¿La infraestructura que ocupan los actuales negocios es?

TABLA N° 8

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buena	51	19%
Regular	184	69%
Mala	32	12%
TOTAL	267	100%

Elaborado por: Autoras

GRÁFICO No. 7



Análisis

La infraestructura de los actuales oferentes de productos es regular debido a la falta de inversión de los propietarios para mejorar fachadas y presentación de lugares que permitan tener una mejor imagen de los mismos y de la Parroquia.

5.- ¿Está usted de acuerdo con la creación de un mercado en la Parroquia La Libertad?

TABLA No 9

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	238	89%
Mediamente de acuerdo	24	9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	2%
Mediamente en desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
TOTAL	267	100%

Elaborado por: Autoras

GRÁFICO No. 8



Análisis

La mayor parte de la población manifiesta que es necesaria la creación de un mercado en la Parroquia debido a que permite la concentración de los consumidores de la zona en un mismo lugar facilitando el intercambio de bienes y servicios de forma organizada y segura.

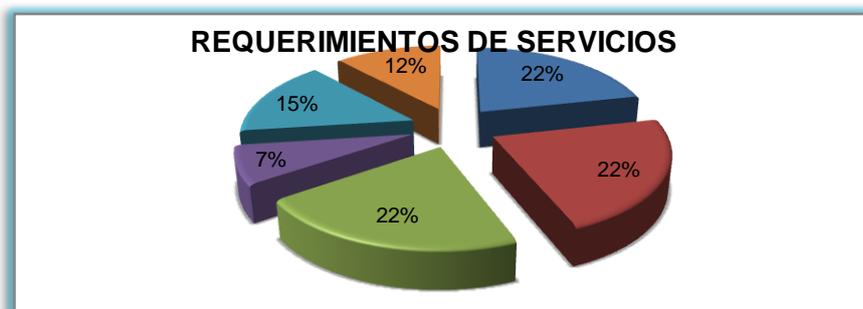
6.- ¿Qué aspectos cree que sean importantes para que un mercado cumpla con las expectativas de la población?

CUADRO N° 7

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Variedad de productos y servicios	231	89%
Buena atención al cliente	240	90%
Precios accesibles	231	87%
Guardiania Privada	80	30%
Atención ininterrumpida	163	61%
Estacionamiento	127	48%

Elaborado por: Autoras

GRÁFICO No. 9



Análisis

En función de estos resultados se puede dar cuenta que los consumidores demandan diferentes requerimientos en la prestación de este servicio pero indiscutiblemente lo referente a la calidad, variedad y precios de los productos.

7.- Que secciones de productos le interesaría que exista en el mercado central?

CUADRO No. 8

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
frutas	240	90,91
legumbres	238	90,15
cárnicos	229	86,74
comidas	215	81,44
ropa	216	81,82
calzado	219	82,95
lácteos	225	85,23
viveres	232	87,88
tecnología	217	82,20

Elaborado por: Autoras

GRAFICO No. 10



Análisis

Las personas que intervinieron en calidad de encuestados mencionaron los múltiples productos que deberían ofertarse en el mercado con el fin de cubrir las necesidades de la población de la Libertad.

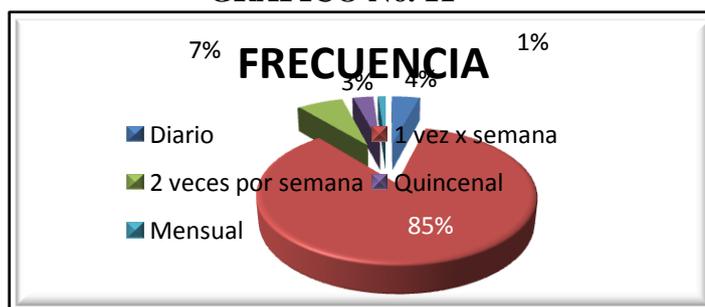
8.- ¿Con que frecuencia usted acude a realizar sus compras?

TABLA N° 10

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	11	4%
1 vez x semana	227	85%
2 veces por semana	18	7%
Quincenal	8	3%
Mensual	3	1%
TOTAL	267	100%

Elaborado por: Autoras

GRÁFICO No. 11



Análisis

Como se puede observar, la mayoría de las personas realizan sus compras una vez por semana, sin embargo no existe un día fijo en el que ellos asistirían por lo que manifiestan que la atención debería ser de forma ininterrumpida.

9.- ¿Cuál es el medio de comunicación por el cual cree conveniente se debe realizar la publicidad del mercado central?

TABLA No 11

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	30	11%
Radio	203	76%
Prensa Escrita	34	13%
TOTAL	267	100%

Elaborado por: Autoras

GRÁFICO No. 12



Análisis

Como se puede observar en el gráfico, el mejor medio de comunicación que puede ser efectivo para que la gente residente de la parroquia y del cantón se entere sobre la existencia del mercado central se la debe hacer por medio de la radio.

b) Censo dirigido a las Asociaciones de la Parroquia La Libertad

1. ¿La actividad a la que se dedica su asociación es?

TABLA N°. 12

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
AGRICOLA	1	20%
GANADERA	1	20%
LECHERA	1	20%
INDUSTRIAL	0	0%
MOLINERA	1	20%
ARTESANAL	1	20%
COMERCIAL	0	0%
SERVICIOS	0	0%
TOTAL	5	100%

Elaborado por: Autoras

GRÁFICO No. 13



Análisis

Como se puede constatar la gente se dedica en su mayoría a actividades agrícolas y ganaderas, por lo que se deduce que existe gran producción la cual servirá para el abastecimiento del mercado central.

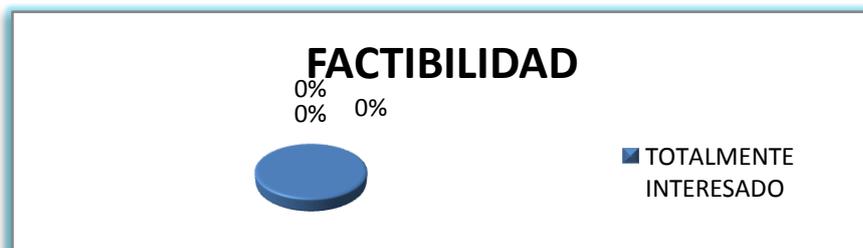
2. ¿Estaría interesado en formar parte de los comerciantes que ofertarán sus productos en el mercado?

TABLA No 13

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TOTALMENTE INTERESADO	5	100%
MEDIANAMENTE INTERESADO	0	0%
NI INTERESADO NI DESINTERESADO	0	0%
MEDIANAMENTE DESINTERESADO	0	0%
TOTALMENTE DESINTERESADO	0	0%
TOTAL	5	100%

Elaborado por: Autoras

GRÁFICO No. 14



Análisis

Lo manifestado por las asociaciones de la parroquia es totalmente positivo puesto que el municipio estaría otorgando espacios sea en calidad de arriendo o venta, para que puedan vender lo que producen los integrantes de las asociaciones.

3. Estaría de acuerdo en formar parte del mercado central de la parroquia en calidad de:

TABLA N° 14

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Arrendatario	5	2%
Dueño del puesto	0	0%
TOTAL	5	2%

Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No. 15



Análisis

Las asociaciones manifestaron en su mayor parte que inicialmente quisieran estar como arrendatarios de los puestos que pondrá a disposición el mercado central, y expresaron su criterio que en lo posterior podrían decidir la compra.

4. ¿Usted como arrendatario cuanto estaría dispuesto a pagar mensualmente por un local en el mercado?

TABLA No 15

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ENTRE \$20 Y \$40	5	100%
ENTRE \$40.01 Y \$60	0	0%
ENTRE \$60.01 Y \$80	0	0%
ENTRE \$80.01 Y \$100	0	0%
TOTAL	5	100%

Elaborado por: Autoras

GRÁFICO No. 16



Análisis

Las asociaciones manifestaron en su totalidad que si arrendarían estarían de acuerdo en pagar las cantidades que se imponga entre la primera opción de la encuesta, puesto que no son espacios grandes y las posibilidades económicas no les permitiría pagar un valor más alto.

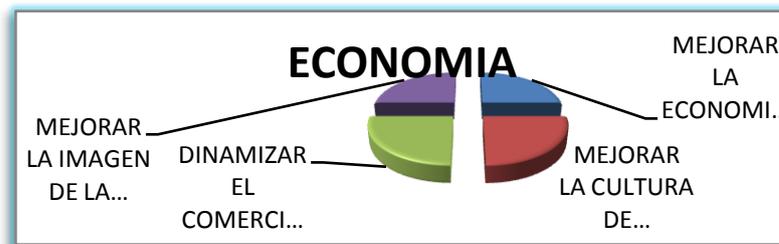
5. ¿Cree usted que la existencia de un mercado ayudaría a:

TABLA No 16

ITEM	MEJORAR LA ECONOMIA	MEJORAR LA CULTURA DE CONSUMO
MEJORAR LA ECONOMIA	5	100%
MEJORAR LA CULTURA DE CONSUMO	5	100%
DINAMIZAR EL COMERCIO	5	100%
MEJORAR LA IMAGEN DE LA PARROQUIA	5	100%
TOTAL	20	100%

Elaborado por: Autoras

GRÁFICO No. 17



Análisis

Los criterios son totalmente compartidos puesto que la implementación de este proyecto ayudaría a diversificar y desarrollar la economía de los productores que tendrían un lugar seguro para vender su producción a un precio justo, y los consumidores ahorrarían dinero puesto que el mercado se encarga de regularizar los precios de los productos, teniendo muchas veces un canal directo de comercialización, es decir que máximo pase por un intermediario. Abaratando los precios de venta al público.

c) Encuesta dirigida a los Comerciantes de la Parroquia La Libertad

1. ¿Los precios de los productos que usted vende son?

TABLA No 17

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Altos	0	0%
Medios	35	80%
Bajos	9	20%
TOTAL	44	100

Elaborado por: Autoras

GRÁFICO No. 18



Análisis

La mayoría de los comerciantes señalan que los precios de los productos son medios, lo que posibilitaría tener la opción de concentrarles en un mismo lugar y regularizar los precios con una tendencia a la baja para que los clientes del mercado acudan sin dudar para abastecerse de sus productos para cubrir la necesidad de alimentación.

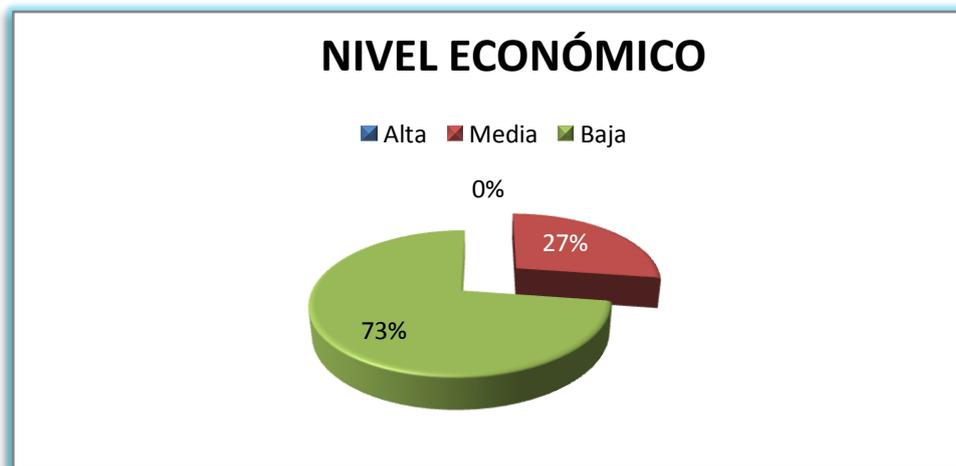
2. ¿La posición económica de sus clientes es?

TABLA No 18

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alta	0	0%
Media	12	27%
Baja	32	73%
TOTAL	44	100%

Elaborado por: Autoras

GRÁFICO No. 19



Análisis

Los comerciantes de la parroquia tienen identificado totalmente el nivel socioeconómico de la población, en la que concuerdan manifestando que el nivel económico es bajo de los pobladores de la parroquia por lo que se tiene que emplear estrategias de mercadeo, y asegurar que no haya especulación de precios.

3. ¿Los productos que usted vende son de calidad:

TABLA No 19

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alta	25	57%
Media	19	43%
Baja	0	0%
TOTAL	44	100%

Elaborado por: Autoras

GRÁFICO No. 20



Análisis

Los comerciantes manifestaron equilibradamente que sus productos tienen calidad media que son consumibles sin ningún temor que afecte a la salud de quienes los adquieran.

4. ¿Qué tipo de productos comercializa?

TABLA No 20

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Agrícolas	3	7%
Artesanales	4	9%
Industriales	37	84%
TOTAL	44	100%

Elaborado por: Autoras

GRÁFICO No. 21



Análisis

Los comerciantes recalcan que la actividad económica de la parroquia es la agricultura por lo que la mayor parte de sus productos provienen de la producción del campo.

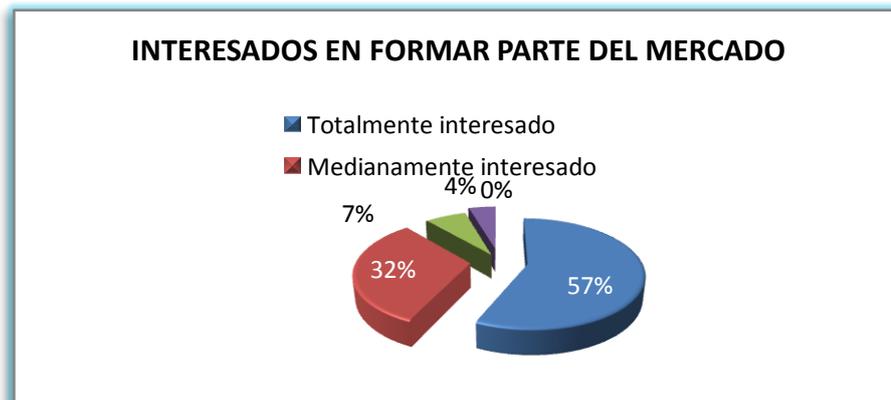
5. ¿Estaría interesado en formar parte del grupo de comerciantes que ofertaran sus productos en el mercado?

TABLA N° 21

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente interesado	25	56,82
Medianamente interesado	14	31,82
Ni interesado ni desinteresado	3	6,82
Medianamente desinteresado	2	4,55
Totalmente desinteresado	0	0,00
TOTAL	44	100,00

Elaborado por: Autoras

GRÁFICO No. 22



Análisis

Los mayor parte de los comerciantes expresan que si desearían formar parte del mercado central, puesto que sería una oportunidad de negocio para ellos, tendrían un lugar seguro donde pueden ofertar sus productos, como se tratara de regularizar precios, la competencia y el volumen de ventas se lograra a través de estrategias como la atención al cliente y productos frescos y de calidad.

6. Estaría de acuerdo en formar parte del mercado central de la parroquia en calidad de:

TABLA No 22

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Arendatario	42	95%
Dueño del puesto	2	5%
TOTAL	44	100%

Elaborado por: Autoras

GRÁFICO No. 23



Análisis

La mayoría de comerciantes manifestaron que les gustaría ser parte del mercado central en calidad de arrendatarios, y un 30% que si es considerable expresaron su deseo de comprar el puesto, bajo las condiciones que ponga la administración del mercado central.

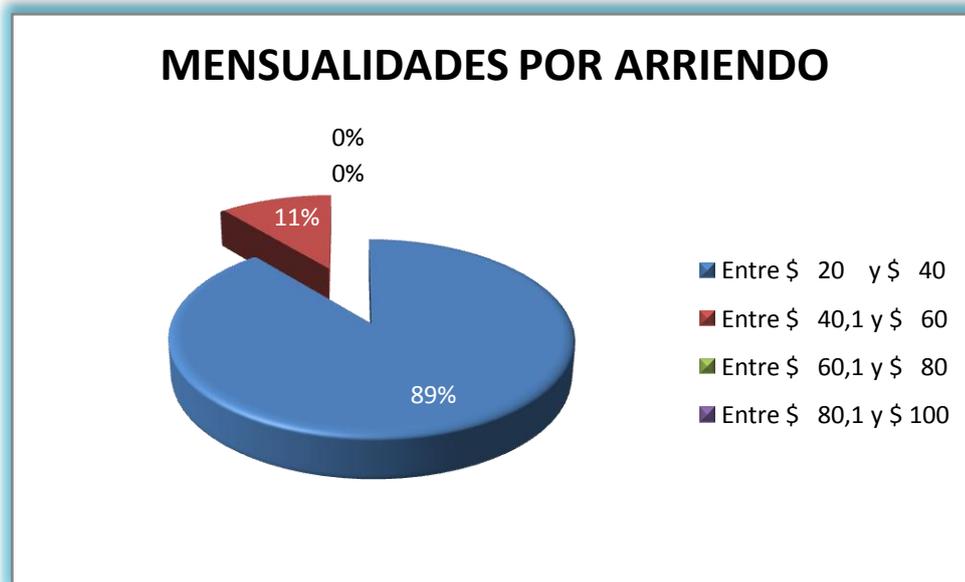
7. ¿Usted como arrendatario cuanto estaría dispuesto a pagar mensualmente por un local en el mercado?

TABLA No 23

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre \$ 20 y \$ 40	39	89%
Entre \$ 40,1 y \$ 60	5	11%
Entre \$ 60,1 y \$ 80	0	0%
Entre \$ 80,1 y \$ 100	0	0%
TOTAL	44	100%

Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO No. 24



Análisis

Los comerciantes en su mayoría manifestaron estar de acuerdo en pagar un valor entre 20 y 40 dólares, manifiestan que el valor del arriendo debe ser en función de la realidad de la parroquia la Libertad.

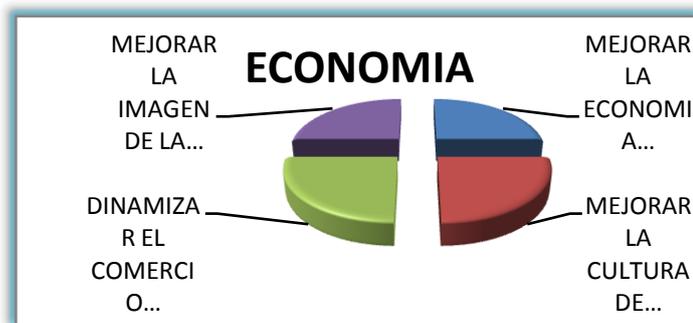
8. ¿Cree usted que la existencia de un mercado ayudaría a:

TABLA No 24

ITEM	MEJORAR LA ECONOMIA	MEJORAR LA CULTURA DE CONSUMO
MEJORAR LA ECONOMIA	44	100%
MEJORAR LA CULTURA DE CONSUMO	44	100%
DINAMIZAR EL COMERCIO	44	100%
MEJORAR LA IMAGEN DE LA PARROQUIA	44	100%
TOTAL	44	100%

Elaborado por: Autoras

GRÁFICO No. 25



Análisis

La implementación de un mercado central donde confluyan la oferta y la demanda ayudará totalmente para el desarrollo económico de los pobladores de la parroquia. Mejorando la calidad nutricional de la gente.

3.10. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

De la información obtenida, se desprende que la falta de espacios donde los habitantes puedan ofertar los productos que producen sus propios habitantes, microempresas hace que una gran parte de la demanda existente no pueda satisfacer su necesidad de consumo. Los factores que han incidido en el comportamiento de los demandantes han sido su precio alto, venta informal de productos sin considerar normas higiénicas y la inexistencia de competencia local. Por lo que se puede anticipar la existencia de una demanda insatisfecha.

La demanda comprende todas las familias de la parroquia la Libertad; según los resultados del estudio detallamos a continuación.

De acuerdo a la información recolectada, tenemos que del total de las familias encuestadas que son 875 en la Parroquia la Libertad; 776 familias están totalmente de acuerdo con que exista un mercado en la localidad, 98 familias se encuentran medianamente de acuerdo, por cuanto tienen un poco de escepticismo, ya que siempre han recurrido a otras formas para adquirir sus productos.

De acuerdo a los datos proporcionados por las asociaciones, se encuentran muy interesados con la creación del mercado ya que ofertarían sus productos y servicios en este lugar sin necesidad de salir a otros mercados que implica mayor gasto e incremento del valor de sus productos.

3.10.1. Factores que afectan la demanda

Los factores que se pueden detectar y que afectan a la demanda son:

- ❖ La carencia de espacios para ofertar productos en forma organizada
- ❖ Los venta informal que no consideran normas de higiene
- ❖ precios altos como consecuencia de dicha carencia.

3.11 Análisis de la oferta

Como se manifestó anteriormente no existe un espacio donde se oferten productos y servicios en la Parroquia la Libertad y que la venta informal es la que impera en las calles y plaza a través de sistemas no higiénicas, lo que de alguna manera se entrega un producto no garantizado y no apto para el consumo humano por las condiciones en las que se ofertan.

3.11.1 Factores que afectan la oferta

Los factores que inciden en la oferta en el mercado local, de la información obtenida se considera que son los siguientes:

1. La falta de inversión en este tipo de servicios
2. Incremento de tiendas en los barrios
3. Sistema de producción informal.

3.11.2 Oferta actual

Para el presente estudio no podemos considerar oferta actual debido a que el mercado no existe.

3.12 Precios

Al momento de realizar la compra cualquiera que sea el producto o servicio, un factor determinante es el precio, especialmente en lugares o comunidades apartadas de las grandes ciudades donde las condiciones económicas son más notorias en el sentido de la crisis que agobia estas regiones en la actualidad.

La población escoge y regatea precios por lo que los productos que se oferten en el mercado central de la parroquia la Libertad deberán ser de buena calidad y a un precio justo.

3.13. Comercialización

La implementación del mercado central corre con la gran responsabilidad partiendo de las autoridades del Cantón, especialmente de la parroquia, donde deben armar comisiones que analicen los productos, verificando calidad, precio, y que sean de la región con el fin de reactivar la economía de los residentes o miembros de las comunidades.

La finalidad de este proyecto es eliminar a los intermediarios, posibilitando tener un canal de distribución como son productores – clientes finales.

3.14. Publicidad

La publicidad según el estudio realizado a los residentes de la parroquia será efectiva en el medio de comunicación como es la radio local, en donde se publicite y promocióne el mercado central, el administrador del mercado central deberá implementar estrategias de publicidad que no sean costosas y que tengan gran incidencia en la población objeto de estudio. Realizando relaciones interinstitucionales con el fin de mantener clientes que tengan capacidad de pago.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico permitirá describir que proceso se va a usar, donde va a estar localizado, las personas necesarias para su ejecución y el costo del proyecto.

Los datos que se muestren en el análisis del estudio técnico se utilizarán para conocer la viabilidad del proyecto.

4.1. Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto estará en función de la capacidad instalada del mercado. El tamaño del proyecto cuenta con un terreno de 1000 m². Ubicado en la Parroquia La Libertad, Barrio Centro entre las calles Gran Colombia y Tobías Tamayo. La infraestructura requerida para el funcionamiento del mercado consta de varias secciones de: legumbres, frutas, cárnicos, granos, bodegas, patio de comidas, tecnología, administración, servicios higiénicos y parqueadero.

Para el cálculo de la capacidad instalada, se lo realizara tomando en cuenta la Demanda Cubierta que serán los habitantes de la parroquia la libertad versus la totalidad de semanas que tiene un año, con el cálculo respectivo obtendremos la capacidad semanal de nuestro proyecto. Así tenemos:

$$\text{Capacidad Instalada} = \frac{\text{Demanda Cubierta}}{\text{Semanas}}$$

$$\text{Capacidad Instalada} = \frac{3502}{52}$$

$$\text{Capacidad Instalada} = 67 \text{ Clientes semanales en el área del Mercado.}$$

4.2. Localización del Proyecto

4.2.1. Macrolocalización

El presente proyecto se lo pretende ejecutar en la Provincia del Carchi, Cantón Espejo, Parroquia La Libertad.

La ubicación de este mercado fue escogida debido a que es deber del Estado garantizar todo el bienestar social a los ciudadanos, y debido a que en esta parroquia no existe este servicio que brinde una mayor comodidad y satisfacción a sus habitantes.

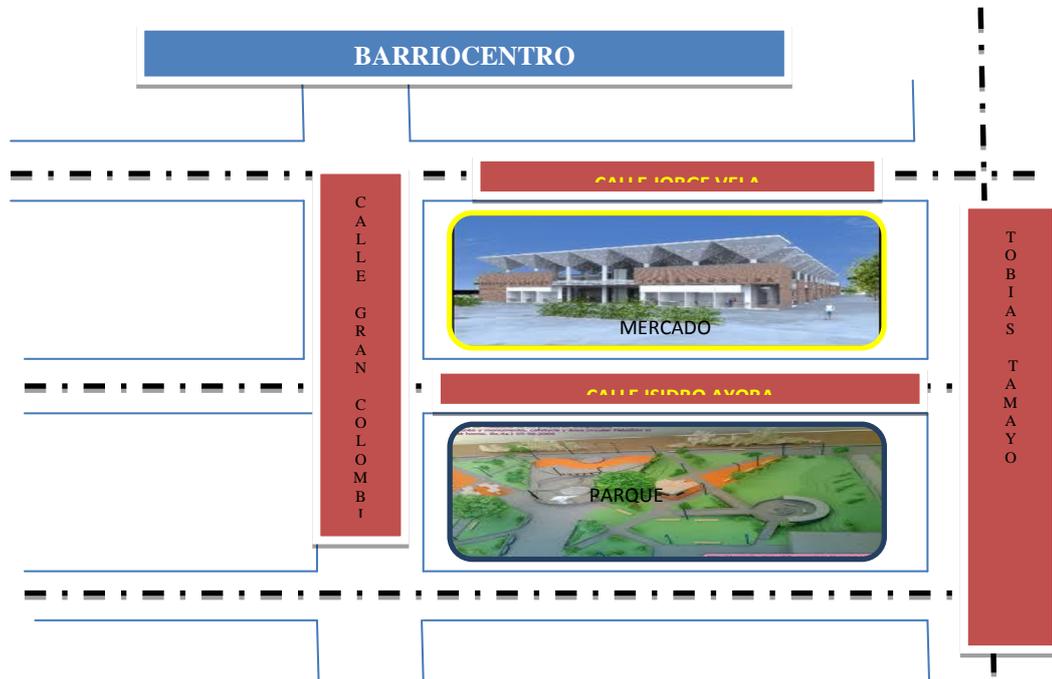
4.2.2. Microlocalización

La dirección exacta donde se ejecutara el proyecto que se marca como una necesidad de la población de la parroquia la Libertad será: entre la calle Gran Colombia y Tobías Tamayo y las calles Jorge Vela e Isidro Ayora en el barrio Centro de la Parroquia la Libertad.

El lugar cuenta con las condiciones favorables para llevar a cabo esta actividad, está ubicado en una parte central de la Parroquia, existe todos los servicios básicos, tiene la extensión necesaria para cubrir la demanda de las instalaciones y parqueadero.

GRÁFICO N° 26

UBICACIÓN MERCADO



Elaborado por: Las Autoras

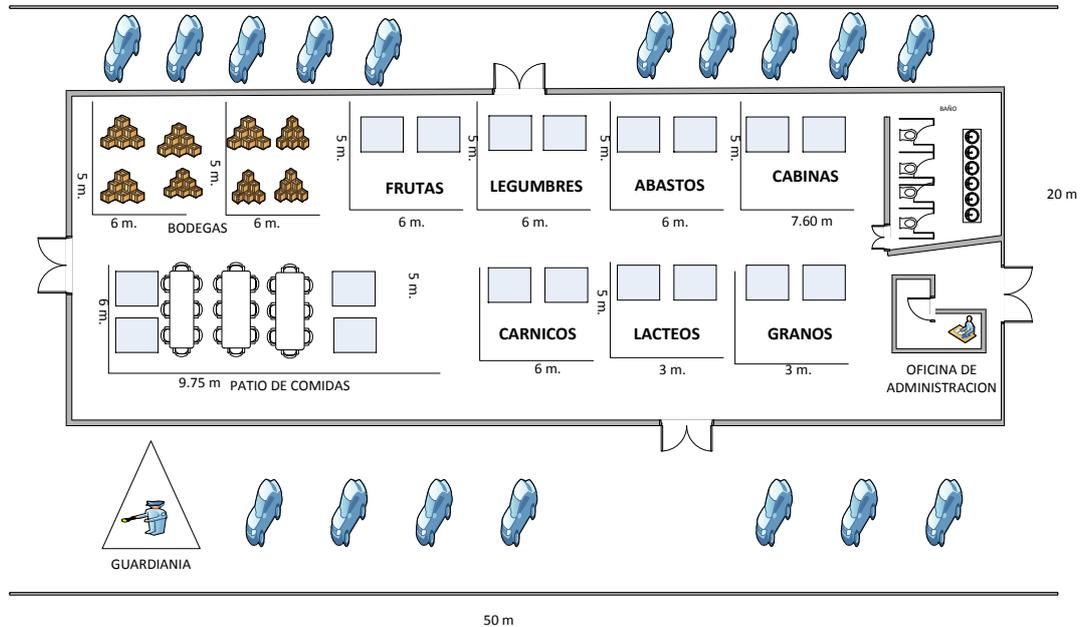
4.3. Ingeniería del Proyecto

Para llevar a cabo el proyecto del Mercado, se ha considerado que se encuentre en el centro de la parroquia La libertad y que sea de fácil acceso, cuenta con los servicios básicos, y todos los requerimientos necesarios para la construcción del mismo.

4.3.1 Distribución Física

A continuación se presenta la distribución física del mercado en la que se encuentran distribuidos de manera ordenada todas las secciones necesarias para la comercialización de los productos y servicios ofrecidos para satisfacción de los consumidores.

GRÁFICO N° 27
DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL MERCADO



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Ing. Civil. Jorge Enríquez

4.3.2. Secciones Del Mercado y Número de Puestos

Cada sección tendrá un número de puestos como muestra la figura:

CUADRO N° 9
DISTRIBUCIÓN MERCADO

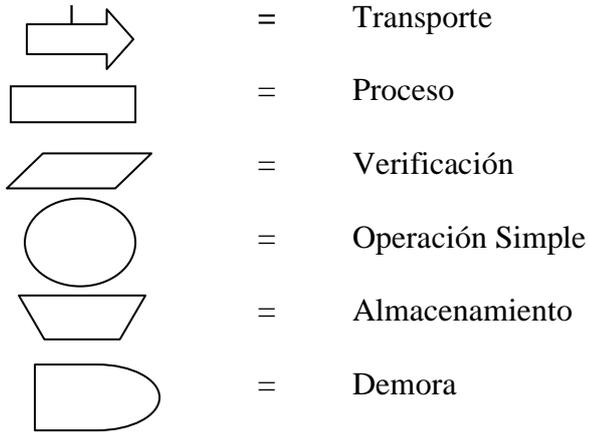
SECCIÓN	DETALLE DE LA SECCIÓN	NÚMERO DE PUESTOS
A	FRUTAS	4
B	LEGUMBRES, HORTALIZAS, VERDURAS	4
C	ABASTOS	4
D	CARNICOS	4
E	LACTEOS	2
F	CABINAS E INTERNET	2
G	PATIO DE COMIDAS	4
H	GRANOS SECOS	2
I	BODEGAS	4
J	OFICINAS DE ADMINISTRACION	

Elaborado por: Las autoras

4.4. Procesos Productivos

En cuanto al proceso productivo, se ha tomado en cuenta un procedimiento sencillo que permitirá un control efectivo y ordenado de las actividades a realizarse.

4.4.1. Flujograma del Proceso Productivo



CUADRO No 10

FLUJO DE PROCESO DE PRODUCCION

PLANILLA DE CONTROL DEL PROYECTO							
No	CONECTORES LOGICOS					ACTIVIDAD	TIEMPO EN DIAS
1							APROBACION DEL USO DEL MERCAD 2
2							DISTRIBUCION FISICA 5
3							INSTALACION 5
4							UBICACIÓN DE PUESTOS 1
5							CONTRATACION DE PERSONAL 10
6							INICIO DE ACTIVIDADES -

4.5. Inversión

Desde una consideración amplia, la inversión es toda materialización de medios financieros en bienes que van a ser utilizados en un proceso productivo de una empresa o unidad económica.

La financiación del proyecto del Mercado provendrá de fondos municipales previstos en su presupuesto, aportes de maquinaria y personal municipal.

El total de la inversión será de 105125.96 el mismo que se encuentra desglosado de la siguiente manera.

4.5.1. Infraestructura Física

La infraestructura se debe entender que es todo lo construido que en su conjunto permite un desarrollo de la actividad, aquella realización humana diseñada y dirigida por profesionales de Arquitectura, Ingeniería Civil, Urbanistas, necesario en la organización estructural de las ciudades.

TABLA No 25

PRESUPUESTOS DE OBRA

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN DE LOS RUBROS	PRESUPUESTO REFERENCIAL		P. UNITAR	C./TOTAL
		UNIDAD	CANTIDAD		
1	OBRAS PRELIMINARES				
	AdecuacionGuardiania, Oficinas y Bodegas	UNIDAD	1	600	600
2	Movimientos de Tierra				
	Arreglo y limpieza de terreno	M2	80	0,73	58,4
	Replanteo del terreno	M2	80	0,78	62,4
	Excavación de plintos	M3	234	6,31	1.476,54
	Relleno compactado	M3	18,9	4,59	86,75
	ESTRUCTURA				
	Replantillo de Hormigon kg/cm2	M3	1,2	79,62	95,54
	Plintos de H. Simple210 kg/cm2	M3	4,74	108,67	515,1
	Cimientos de piedra	M3	8,6	40,43	347,7

	Cadenas Inferiores 20x20 de 210 kg/cm2	M3	1,72	108,79	187,12
	Columnas H.S. 20x30 de 210 kg/cm2	M3	2,9	118,4	343,36
	Acero de Refuerzo en Barras	KG	2500	1,68	4.200,00
	LOSA DE HORMIGON	M3	106	259,66	27523,96
A010	MAMPOSTERIA				
A011	Mampostería de ladrillo Cerramiento 15	M2	120	14,76	1.771,20
B002	Mamposteria de bloque 10	m2	200	16,32	3264
B005	Mamposteria de bloque 15	m2	160	16,32	2611,2
C001					
C003	ENLUCIDOS				
C006	Masillado o alisado	m2	1000	6,6	6600
C009	Enlucido vertical	m2	362	7,32	2649,84
D001	Enlucido horizontal	m2	56,25	7,32	411,75
D018	BLOQUE ALIVAIANADO 0.40x0.20x0.10 M.	U	4000	0,68	2720
D019	PISOS				
D019	Contrapiso de hormigon simple	m2	1000	17,69	17690
	CERAMICA PISOS	M2	560	22,72	12723,2
1	CERAMICA PAREDES	M2	40	18,53	741,2
2	CARPINTERIA METALICA Y MADERA				
4	CERRAMIENTO CON MALLA	M2	80	6	480
7	Puertas Lamford de 4,0 x2,0m	U	2	500	1000
010 M	Ventanas de hierro	m2	27	63,65	1718,55
12	RECUBRIMIENTOS				
012 M	Pintura de agua Interior	m2	420	3,78	1587,6
032 M	Pintura de agua Exterior	m2	300	3,78	1134
21	INSTALACIONES SANITARIAS				
32	Instalacion sanitaria 75 mm	Pto	23	18,7	430,1
35	Caja de revision 60 x 60 cm	U	9	59,02	531,18
42	Sumidero de piso 75 mm	U	8	3,69	29,52
026 B	Sumn.Insta Tubo Sanitario 110mm PVC	M	40	6,61	264,4
13	Lavaplatos	U	2	56,59	113,18

13	INODOROS	U	6	63	378
13	LAVAMANOS	U	6	36	216
	INSTALACIONES ELECTRICAS				
18	Instalaciones eléctricas (luminarias)	Pto	27	18,22	491,94
24	Instalaciones eléctricas (tomacorriente)	Pto	27	18,29	493,83
27	Punto de agua potable 1/2"	Pt	17	25,2	428,4
	TOTAL:				95.975,96

4.5.2. Terreno

**CUADRO N° 11
TERRENO**

BIEN	EXTENSIÓN	COSTO	COSTO
INMUEBLE	(m2)	(m2)	TOTAL
TERRENO	1000	8	8000

Elaborado por: Las autoras

**TABLA N° 26
UTILIZACIÓN DE ESPACIO FÍSICO**

BIEN	EXTENSIÓN (m2)	ÁREAS
TERRENO	547,1	EDIFICIO
	452,9	PARQUEADEROS
TOTAL	1000	

Elaborado por: Las autoras

TABLA N° 27
INVERSIÓN POR SECCIONES

SECCIONES	EXTENSIÓN (m2)	%	COSTO
EDIFICIO			
Frutas	30	0,05	5.262,80
Legumbres	30	0,05	5.262,80
Abastos	30	0,05	5.262,80
Cárnicos	30	0,05	5.262,80
Cabinas e Internet	38	0,07	6.666,22
Patio de comidas	58,5	0,11	10.262,46
Lácteos	15	0,03	2.631,40
Granos	15	0,03	2.631,40
Bodegas	30	0,05	5.262,80
Pasillos	233,5	0,43	40.962,14
Servicios Higiénicos	20,1	0,04	3.526,08
Oficina de administración	13,5	0,02	2.368,26
Guardianía	3,5	0,01	613,99
TOTAL	547,1	1	95975,96

Elaborado por: Las autoras

4.5.3. Muebles y Enseres

TABLA N° 28
MUEBLES Y ENSERES

CANT.	CONCEPTO	V. UNIT.	V. TOTAL
2	Escritorio metálico	230	460
6	Sillas	20	120
2	Archivador	100	200
	TOTAL		780

Elaborado por: Las autoras

4.5.4. Equipos de Oficina

TABLA N° 29
EQUIPOS DE OFICINA

CANT.	CONCEPTO	V. UNIT.	V. TOTAL
1	Teléfono	30	30
1	Calculadora	20	20
	TOTAL		50

Elaborado por: las autoras

4.5.5. Equipo de Computación

CUADRO N° 12

CANT.	CONCEPTO	V. UNIT.	V. TOTAL
2	Computador	650	1300
	TOTAL		1300

Elaborado por: Las autoras

4.6. Talento Humano

Para la operación del mercado es necesario contar con tres trabajadores quien percibirán las remuneraciones de acuerdo a su trabajo y responsabilidad.

TABLA N° 30
SUELDOS Y BENEFICIOS ANUALES

RGOS	AÑO/GTO PERSONAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GERENTE	Sueldo Básico	4800,00	5276,16	5799,56	6374,87	7007,26	7702,38	8466,45	9306,33	10229,51	11244,28
	Aporte Patronal	535,20	588,29	646,65	710,80	781,31	858,82	944,01	1037,66	1140,59	1253,74
	Fondo de Reserva	0,00	439,68	483,30	531,24	583,94	641,86	705,54	775,53	852,46	937,02
	Decimo Tercer S.	400,00	439,68	483,30	531,24	583,94	641,86	705,54	775,53	852,46	937,02
	Decimo Cuarto S.	400,00	439,68	483,30	531,24	583,94	641,86	705,54	775,53	852,46	937,02
SUB TOTAL		6135,20	7183,49	7896,11	8679,39	9540,39	10486,78	11527,08	12670,58	13927,48	15309,08
CONTADOR	Sueldo Básico	3600,00	3957,12	4349,67	4781,15	5255,44	5776,78	6349,84	6979,74	7672,14	8433,21
	Aporte Patronal	401,40	441,22	484,99	533,10	585,98	644,11	708,01	778,24	855,44	940,30
	Fondo de Reserva	0,00	329,76	362,47	398,43	437,95	481,40	529,15	581,65	639,34	702,77
	Decimo Tercer S.	300,00	329,76	362,47	398,43	437,95	481,40	529,15	581,65	639,34	702,77
	Decimo Cuarto S.	300,00	329,76	362,47	398,43	437,95	481,40	529,15	581,65	639,34	702,77
SUB TOTAL		4601,40	5387,62	5922,07	6509,54	7155,27	7865,09	8645,30	9502,93	10445,60	11481,82
GUARDIA	Sueldo Básico	3504,00	3851,60	4233,68	4653,66	5115,30	5622,74	6180,51	6793,62	7467,55	8208,33
	Aporte Patronal	390,70	429,45	472,05	518,88	570,36	626,94	689,13	757,49	832,63	915,23

	Fondo de Reserva	0.00	320.97	352.81	387.80	426.27	468.56	515.04	566.13	622.30	684.03
	Decimo Tercer S.	292.00	320.97	352.81	387.80	426.27	468.56	515.04	566.13	622.30	684.03
	Decimo Cuarto S.	292.00	320.97	352.81	387.80	426.27	468.56	515.04	566.13	622.30	684.03
	SUB TOTAL	4478.70	5243.95	5764.15	6335.95	6964.98	7655.36	8414.77	9249.51	10167.06	11175.64
	TOTAL	15215.30	17815.06	19582.32	21524.88	23660.64	26007.23	28587.15	31423.02	34540.14	37966.54

Elaborado por: Las autoras

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA

Los presupuestos que se presentan a continuación se basan en su mayoría en valores extraídos de los boletines de la Cámara de Construcción de Quito, Boletines de Diciembre 2011 y en algunos casos por investigación con profesionales del campo de la construcción. Los oferentes deben hacer el correspondiente análisis de precios unitarios que se ajusten a las condiciones existentes en La Libertad y su entorno, tanto en lo que se refiere a la mano de obra como a los materiales.

5.1 Determinación de Ingresos

Es la proyección de todas las entradas de dinero por el arrendamiento de los locales comerciales proyectado a diez años. Se prepara con la información de los 26 locales y 4 bodegas a arrendar por los 12 meses. En referencia al canon de arrendamiento se toma un incremento del 10 % anual.

TABLA N° 32

PRESUPUESTO DE INGRESOS

AÑOS/INGRESOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
LOCALES	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26
ARRIENDO MENSUAL	35,00	38,50	42,35	46,59	51,24	56,37	62,00	68,21	75,03	82,53
ARRIENDO ANUAL	420,00	462,00	508,20	559,02	614,92	676,41	744,06	818,46	900,31	990,34
INGRESO LOCALES	10920,00	12012,00	13213,20	14534,52	15987,97	17586,77	19345,45	21279,99	23407,99	25748,79
BODEGAS	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
ARRIENDO MENSUAL	45,00	49,50	54,45	59,90	65,88	72,47	79,72	87,69	96,46	106,11
ARRIENDO ANUAL	540,00	594,00	653,40	718,74	790,61	869,68	956,64	1052,31	1157,54	1273,29
INGRESO BODEGAS	2160,00	2376,00	2613,60	2874,96	3162,46	3478,70	3826,57	4209,23	4630,15	5093,17
TOTAL INGRESO	13080,00	14388,00	15826,80	17409,48	19150,43	21065,47	23172,02	25489,22	28038,14	30841,96

Elaborado por: Las autoras

5.2. Determinación De Egresos

5.2.1 Gastos Administrativos

El parámetro de crecimiento de las remuneraciones está determinado por el porcentaje de crecimiento de la remuneración en los últimos cinco años, que equivale al 9,92%.

SUELDO MENSUAL BÁSICO

AÑO	SMB
2008	200
2009	218
2010	240
2011	264
2012	292

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaborado Por: Las Autoras

$$\begin{aligned}M &= C(1+i)^{n-1} \\292 &= 200(1+i)^4 \\ \frac{292}{200} &= (1+i)^4 \\ \sqrt[4]{1.46} &= (1+i) \\ 1,0992 &= 1+i \\ I &= 0,0992 \\ I &= 9,92\%\end{aligned}$$

Para la operación del mercado es necesario contar con un solo trabajador quién percibirá su remuneración de acuerdo a su trabajo y responsabilidad.

TABLA N° 33**SUELDO UNIFICADO ANUAL
TABLA N° 34**

CARGOS	AÑOS/CARGOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GERENTE	GERENTE	6135,2	7183,49	7896,11	8679,39	9540,39	10486,78	11527,08	12670,58	13927,48	15309,08
CONTAQDOR	CONTAQDOR	4601,4	5387,62	5922,07	6509,54	7155,27	7865,09	8645,3	9502,93	10445,6	11481,82
GUARDIA	GUARDIA	4478,7	5243,95	5764,15	6335,95	6964,98	7655,36	8414,77	9249,51	10167,06	11175,64
	TOTAL	15215,3	17815,06	19582,32	21524,88	23660,64	26007,23	28587,15	31423,02	34540,14	37966,54

5.2.1.2. GASTOS GENERALES

Los gastos generales incurridos para operar el mercado se detallan a continuación:

**TABLA N° 35
GASTOS GENERALES MENSUALES**

SERVICIO	UNIDAD	CONSUMO	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL
Energía Eléctrica	kWh	200	0,082	16,40
Agua Potable	m3	50	0,078	3,90
Teléfono e Internet	Minutos	428	0,070	30,00
Publicidad	Cuñas	120	0,500	60,00
TOTAL				110,30

Elaborado por: Las autoras

TABLA N° 36
GASTOS GENERALES ANUALES

AÑO										
SERVICIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Energía Eléctrica	196.80	207.68	219.17	231.29	244.08	257.58	271.82	286.85	302.71	319.45
Agua Potable	46.80	49.39	52.12	55.00	58.04	61.25	64.64	68.21	71.99	75.97
Teléfono e Internet	360.00	379.91	400.92	423.09	446.48	471.17	497.23	524.73	553.75	584.37
Publicidad	720.00	759.82	801.83	846.18	892.97	942.35	994.46	1049.46	1107.49	1168.73
TOTAL	1323.60	1396.80	1474.04	1555.55	1641.57	1732.35	1828.15	1929.25	2035.94	2148.52

Elaborado por: Las autoras

Publicidad. Se estima transmitir 4 cuñas diarias por día a un costo mensual de \$ 60,00 dólares.

5.2.2. GASTOS FINANCIEROS

En relación a la inversión se estima obtener un crédito vía proyecto con el Banco del Estado, y considerando que el Municipio del Cantón Espejo puede acceder a los recursos que destinan para municipalidades de extrema pobreza acogiéndose al programa de 80% - 20%, de donde solo el 80% es reembolsable, a una tasa del 7,5% anual, los valores por concepto de pago de interés y capital están reflejados en el Balance de Resultados.

$$a = \frac{C * i}{1 - (1 + i)^{-n}}$$

$$a = \frac{76780,77 * 0,0075}{1 - (1.0075)^{-50}}$$

$$a = 1855,54$$

CUADRO N° 13

Amortización del Crédito

Fecha de la operación	01-Abril-12
Monto Operación	76.780,77
Tasa interés anual	7,5%
Plazo (meses)	50
Cuota Mensual a cancelar	1855,54

TABLA No. 37

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Cuota	Fecha	Desembolsos	Cartera	Cuota Capital	Interés	Dividendo	Saldo Final
1	abr-12	76780,77	76780,77	1279,68	575,86	1855,54	75501,09
2	may-12		75501,09	1289,28	566,26	1855,54	74211,81
3	jun-12		74211,81	1299,35	556,59	1855,94	72912,46
4	jul-12		72912,46	1309,10	546,84	1855,94	71603,36
5	ago-12		71603,36	1318,91	537,03	1855,94	70284,45
6	sep-12		70284,45	1328,81	527,13	1855,94	68955,64
7	oct-12		68955,64	1338,37	517,17	1855,54	67617,27
8	nov-12		67617,27	1348,81	507,13	1855,94	66268,46
9	dic-12		66268,46	1358,93	497,01	1855,94	64909,53
10	ene-13		64909,53	1369,12	486,82	1855,94	63540,41
11	feb-13		63540,41	1379,39	476,55	1855,94	62161,02
12	mar-13		62161,02	1389,73	466,21	1855,94	60771,29
13	abr-13		60771,29	1400,16	455,78	1855,94	59371,14
14	may-13		59371,14	1410,66	445,28	1855,94	57960,48
15	jun-13		57960,48	1420,84	434,70	1855,54	56539,64
16	jul-13		56539,64	1431,89	424,05	1855,94	55107,75
17	ago-13		55107,75	1442,63	413,31	1855,94	53665,12
18	sep-13		53665,12	1453,45	402,49	1855,94	52211,67
19	oct-13		52211,67	1464,35	391,59	1855,94	50747,31
20	nov-13		50747,31	1475,34	380,60	1855,94	49271,98

21	dic-13		49271,98	1486,40	369,54	1855,94	47785,58
22	ene-14		47785,58	1497,55	358,39	1855,94	46288,03
23	feb-14		46288,03	1508,38	347,16	1855,54	44779,65
24	mar-14		44779,65	1520,09	335,85	1855,94	43259,56
25	abr-14		43259,56	1531,49	324,45	1855,94	41728,07
26	may-14		41728,07	1542,98	312,96	1855,94	40185,09
27	jun-14		40185,09	1554,55	301,39	1855,94	38630,53
28	jul-14		38630,53	1566,21	289,73	1855,94	37064,32
29	ago-14		37064,32	1577,96	277,98	1855,94	35486,37
30	sep-14		35486,37	1589,79	266,15	1855,94	33896,57
31	oct-14		33896,57	1601,32	254,22	1855,54	32295,26
32	nov-14		32295,26	1613,73	242,21	1855,94	30681,53
33	dic-14		30681,53	1625,83	230,11	1855,94	29055,70
34	ene-15		29055,70	1638,02	217,92	1855,94	27417,68
35	feb-15		27417,68	1650,31	205,63	1855,94	25767,37
36	mar-15		25767,37	1662,68	193,26	1855,94	24104,69
37	abr-15		24104,69	1675,15	180,79	1855,94	22429,53
38	may-15		22429,53	1687,72	168,22	1855,94	20741,82
39	jun-15		20741,82	1699,98	155,56	1855,54	19041,84
40	jul-15		19041,84	1713,13	142,81	1855,94	17328,71
41	ago-15		17328,71	1725,97	129,97	1855,94	15602,74
42	sep-15		15602,74	1738,92	117,02	1855,94	13863,82
43	oct-15		13863,82	1751,96	103,98	1855,94	12111,86
44	nov-15		12111,86	1765,10	90,84	1855,94	10346,76
45	dic-15		10346,76	1778,34	77,60	1855,94	8568,42
46	ene-16		8568,42	1791,68	64,26	1855,94	6776,74
47	feb-16		6776,74	1804,71	50,83	1855,54	4972,03
48	mar-16		4972,03	1818,65	37,29	1855,94	3153,38
49	abr-16		3153,38	1832,29	23,65	1855,94	1321,09
50	may-16		1321,09	1321,09	9,91	1331,00	0,00
			TOTAL	76780,77	15488,08	92268,85	0,00

FUENTE: ILUSTRE MUNICIPIO DE ESPEJO

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

5.2.3 DEPRECIACIONES

**CUADRO N° 14
DEPRECIACIONES**

AÑOS/CONCEPTO	AÑOS	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
EDIFICIOS	20,00	95975,96	4798,80	4798,80	4798,80	4798,80	4798,80	4798,80	4798,80	4798,80	4798,80	4798,80
MUEBLES Y ENSERES	10,00	780,00	78,00	78,00	78,00	78,00	78,00	78,00	78,00	78,00	78,00	78,00
EQUIPOS DE OFICINA	10,00	50,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	3,00	1300,00	43,29	43,29	43,29	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL		98105,96	4925,09	4925,09	4925,09	4881,80						

Elaborado por: Las autoras

5.3. Estado de Situación Inicial

Es el documento contable que informa en una fecha determinada la situación financiera de la microempresa, presentando en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, obligaciones y capital, valuados y elaborados de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados.

ESTADO DE SITUACION INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVO LARGO PLAZO	76780,77
<u>Activos Disponibles</u>		Préstamo Bancario	76780,77
Caja-Bancos	0		
ACTIVO FIJO		96155,96	TOTAL PASIVO
Infraestructura Física	95975,96		
Equipo de Computacion	1300	PATRIMONIO	21325,19
Muebles y Enseres	780		
Equipo de Oficina	50	Subvenciones	21325,19
		TOTAL PATRIMONIO	
TOTAL ACTIVOS	98105,96	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	98105,96

Elaborado Por: Las Autoras

5.4 . Estado de Resultados

El estado de resultados proyectado es un documento complementario, donde se informa detallada y ordenadamente como se obtendrá la utilidad o pérdida del ejercicio contable, de los cinco años siguientes.

CUADRO N° 15
ESTADO DE RESULTADOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
1. Ingresos	13.080,00	10.296,00	11.325,60	12.458,16	13.703,98	15.074,37	16.581,81	18.239,99	20.063,99	22.070,39
Arriendo Locales	10.920,00	12.012,00	13.213,20	14.534,52	15.987,97	17.586,77	19.345,45	21.279,99	23.407,99	25.748,79
Arriendo bodegas	2.160,00	2.376,00	2.613,60	2.874,96	3.162,46	3.478,70	3.826,57	4.209,23	4.630,15	5.093,17
2. Egresos	43.730,47	33.751,02	34.348,47	35.001,78	17.160,93	14.231,51	15.086,72	16.022,56	17.046,80	18.167,96
Gastos de Personal	15.215,30	17.815,06	19.582,32	21.524,88	23.660,64	26.007,23	28.587,15	31.423,02	34.540,14	37.966,54
Gastos Generales	1.323,60	1.396,80	1.474,04	1.555,55	1.641,57	1.732,35	1.828,15	1.929,25	2.035,94	2.148,52
Gastos Financieros	22.266,48	22.266,48	22.266,48	22.266,48	3.711,08					
Gastos Depreciación	4925,09	4925,09	4925,09	4881,80	4881,80	4881,80	4881,80	4881,80	4881,80	4881,80
UTILIDAD/PERDIDA	30.650,47	23.455,02	23.022,87	22.543,62	-3.456,96	842,87	1.495,09	2.217,43	3.017,19	3.902,43

Elaborado por: Las autoras

5.5 . Flujo de Caja

CUADRO No. 16 FLUJO DE CAJA

DETALLE	INVERSIÓN	1	2	3	4	5	6	7	8	9
UTILIDAD/PERDIDA		-30.650,47	-23.455,02	-23.022,87	- 22.543,62	-3.456,96	842,87	1.495,09	2.217,43	3.017,19
(+) Depreciaciones		4.925,09	4.925,09	4.925,09	4.881,80	4.881,80	4.881,80	4.881,80	4.881,80	4.881,80
	-95.975,96									
(=) FLUJO DE CAJA NETO USD	-95.975,96	-18.708,78	-18.611,22	-18.179,07	- 17.699,82	1.386,84	5.686,67	6.338,89	7.061,23	7.860,99

Elaborado por: Las autoras

5.6 Tasa de Redescuento

CUADRO No. 17 CALCULO DE LA TASA DE REDESCUENTO

	VALOR	%	TASA	
CREDITO	76780,77	78,26	7.5	5,87
MUNNICIPIO	21325,19	21,74	6.00	1,30
TOTAL	98105,96	100,00		7,17

Tasa de Redescuento	7,17
Tasa de Inflación	6
Tasa de Rendimiento Medio	13,17

Elaborado por: Las Autoras

5.7 EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

5.7.1 Calculo del VAN (Valor Actual Neto)

El criterio de análisis debe aceptarse si su Valor Actual Neto es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos los flujos netos que genera el proyecto en relación a la inversión inicial actualizada a la misma tasa. Para su cálculo se utilizó la tasa del 13.17%.

$$\text{VAN} = -\text{Inversión Inicial} + \sum \text{FEN}_{(i)}$$

Donde:

FCN: Flujo de Caja Neto Proyectado

i : Tasa de Redescuento (13.17%)

n: Tiempo de proyección (10 años)

CUADRO No. 18
VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJOS NETOS	FLUJOS ACTUALIZADOS
1	-18.708,78	-16531,57
2	-18.611,22	-14531,56
3	-18.179,07	-12542,32
4	-17.699,82	-10790,55
5	1.386,84	747,08
6	5.686,67	2706,89
7	6.338,89	2666,21
8	7.061,23	2624,40
9	7.860,99	2581,64
10	8.746,23	2538,09
TOTAL	-36.118,04	-40531,69

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autoras

VAN = -40531,69

El Valor Actual Neto es de negativo por ende desde este punto de vista se descarta la inversión.

El presente proyecto no permite continuar con el análisis financiero debido a que constituye un proyecto eminentemente social destinado a beneficiar a la población de la Parroquia La Libertad, generando empleo, mejorar el nivel de vida de los habitantes, economizar en gastos de transporte y reducción de riesgos de traslado.

CAPITULO VI

6. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

6.1. LA EMPRESA

6.1.1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

MERCADO CENTRAL LA LIBERTAD

6.1.2. TITULARIDAD DE PROPIEDAD DE LA EMPRESA

Se constituirá la Empresa Pública para la administración del Mercado la cual se creará por acto normativo legalmente expedido por el gobierno autónomo descentralizado, en cumplimiento al Art. 5 de la Ley de Empresas Públicas.

Se cumplirá con todos los requisitos de ley, como normas de seguridad y sanidad.

6.1.3. TIPO DE EMPRESA (SECTOR ACTIVIDAD)

La actividad que tendrá el Mercado Central La Libertades es un espacio en donde se confluyan ofertantes y demandantes de productos, es decir se comercializará productos de primera necesidad dividida en varias secciones, como son: frutas, víveres, legumbres, hortalizas, lacteos, cárnicos, ropa, sección de tecnología y alimentos preparados.

6.2. BASE FILOSÓFICA

6.2.1. MISIÓN

Somos una empresa ágil, competitiva enfocada en superar las expectativas de nuestros clientes, a través de la oferta de productos clasificados y frescos, con precios justos. En donde los habitantes del cantón y visitantes puedan realizar sus compras en un ambiente familiar, lo que generara el progreso de la comunidad y su calidad de vida.

6.2.2. VISIÓN

En el 2015 el Mercado Centra La libertad se consolidará y posicionará como el mejor referente del cantón Espejo en la comercialización de productos, de primera necesidad.

6.2.3. PRINCIPIOS Y VALORES

TRANSPARENCIA:

Es hacer visible la gestión de la entidad a través de la relación directa entre sus públicos que atiende. Involucra de por sí la honestidad, manejo de personas, recursos, materiales e información.

MORALIDAD:

Es actuar bajo las orientaciones de las normas constitucionales y legales vigentes, las del direccionamiento estratégico corporativo y las propias de la empresa.

IGUALDAD:

Garantizar a todos los actores un tratamiento equitativo por parte de la empresa en todas sus actuaciones sin discriminación alguna.

RESPECTO: Reconocemos y aceptamos el valor de los demás, sus derechos y su dignidad.

RESPONSABILIDAD: Cumplimos con las obligaciones y compromisos adquiridos, asumiendo las consecuencias de las acciones y omisiones.

LEALTAD: Tenemos un alto, sentido de pertenencia y compromiso con la organización.

HONESTIDAD: Somos coherentes con el pensar, decir y actuar, enmarcados dentro de los principios y valores empresariales; es un valor que manifestamos con actitudes correctas, claras, transparentes y éticas.

TRABAJO EN EQUIPO: Unimos nuestras fuerzas coordinadas hacia el logro de los objetivos. Hacemos nuestras tareas en armonía, acordamos métodos de trabajo, mantenemos una comunicación permanente, clara y efectiva.

SERVICIO AL CLIENTE: Satisfacemos y superamos las expectativas de nuestros clientes internos y externos mediante una respuesta a todas sus inquietudes generando un ambiente de tranquilidad, confianza mutua y fidelidad.

6.2.4. RESPONSABILIDAD SOCIAL

El Mercado Central La Libertad es un lugar en donde existe oferta y demanda de productos, el mismo que desarrolla actividades con un amplio sentido de responsabilidad social, involucrando a los distintos actores de la sociedad como autoridades, productores, con el objetivo de causar un impacto social a favor de la parroquia La Libertad y de la ciudadanía en general.

6.3. LA ORGANIZACIÓN

6.3.1. ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL

Los órganos de dirección y administración estará integrado por:

1. El Directorio
2. La Gerencia General

La empresa contará con las unidades requeridas para su desarrollo y gestión en este caso.

- Contabilidad
- Servicios Generales

CUADRO N° 19

ORGANIGRAMA



6.3.2. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

Para desarrollar las actividades administrativas y operativas del mercado, el talento humano deberá cumplir con los siguientes aspectos:

PERFIL PROFESIONAL:

GERENTE

OBJETIVO. Ejercerá la representación legal, judicial y extrajudicial de la empresa y será en consecuencia el responsable de la gestión empresarial, administrativa, económica, financiera, comercial, técnica y operativa. Deberá

dedicarse de forma exclusiva y a tiempo completo a las labores inherentes a su cargo

NIVEL DE EDUCACIÓN. Título de Tercer nivel

PROFESIÓN. Administración de empresas y/o afines

EXPERIENCIA. Un mínimo de 2 años de experiencia en empresas públicas

REQUISITOS ADICIONALES. Planeación estratégica, Procesos de administrativos generales, Desarrollo organizacional, Uso de computador y paquetes utilitarios.

COMPETENCIAS.

Nº	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Orientación de servicio	Implica un deseo de ayudar o de servir a los demás satisfaciendo sus necesidades. Significa focalizar los esfuerzos en el descubrimiento y la satisfacción de las necesidades de los clientes, tanto internos como externos.	X		
2	Orientación a los resultados	Es el esfuerzo por trabajar adecuadamente tendiendo al logro de estándares de excelencia.	X		
3	Flexibilidad	Es la capacidad para adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas o grupos diversos.	X		
4	Construcción de relaciones	Es la habilidad de construir y mantener relaciones cordiales con personas internas o externas a la organización.	X		
5	Conocimiento del entorno organizacional	Es la capacidad para comprender e interpretar las relaciones de poder e influencia en la institución o en otras instituciones, clientes o proveedores, etc. Incluye la capacidad de prever la forma en que los nuevos acontecimientos o situaciones afectarán a las personas y grupos de la institución.	X		

6	Iniciativa	Es la predisposición para actuar pro activamente. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones a problemas.	X		
7	Aprendizaje continuo	Es la habilidad para buscar y compartir información útil, comprometiéndose con el aprendizaje. Incluye la capacidad de aprovechar la experiencia de otros y la propia.	X		

FUNCIONES

- Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la empresa pública;
- Cumplir y hacer cumplir la ley, reglamentos y demás normativa aplicable, incluidas las resoluciones emitidas por el Directorio;
- Suscribir las alianzas estratégicas aprobadas por el Directorio;
- Administrar la empresa pública, velar por su eficiencia empresarial e informar al Directorio trimestralmente o cuando sea solicitado por éste, sobre los resultados de la gestión, de aplicación de las políticas y de los resultados de los planes, proyectos y presupuestos, en ejecución o ya ejecutados;
- Presentar al Directorio las memorias anuales de la empresa pública y los estados financieros;
- Preparar para conocimiento y aprobación del Directorio el Plan General de Negocios, Expansión e Inversión y el Presupuesto General de la empresa pública;
- Aprobar el Plan Anual de Contrataciones (PAC) en los plazos y formas previstos en la ley;
- Aprobar y modificar los reglamentos internos que requiera la empresa,
- Iniciar, continuar, desistir y transigir en procesos judiciales y en los procedimientos alternativos solución de conflictos, de conformidad con la ley y los montos establecidos por el Directorio. El Gerente procurará utilizar dichos procedimientos alternativos antes de iniciar un proceso judicial, en todo lo que sea materia transigible;
- Designar al Gerente General Subrogante;

- Resolver sobre la creación de agencias y unidades de negocio;
- Designar y remover a los administradores de las agencias y unidades de negocios, de conformidad con la normativa aplicable;
- Nombrar, contratar y sustituir al talento humano no señalado en el numeral que antecede, respetando la normativa aplicable;
- Otorgar poderes especiales para el cumplimiento de las atribuciones de los administradores de agencias o unidades de negocios, observando para el efecto las disposiciones de la reglamentación interna;
- Adoptar e implementar las decisiones comerciales que permitan la venta de productos o servicios para atender las necesidades de los usuarios en general y del mercado, para lo cual podrá establecer condiciones comerciales específicas y estrategias de negocio
- Ejercer la jurisdicción coactiva en forma directa o a través de su delegado;
- Actuar como secretario del Directorio;

CONTABILIDAD

OBJETIVO. El Contador/a es la encargado de mantener al día las obligaciones tributarias ante el SRI de todas las transacciones comerciales generadas en la actividad empresarial y las obligaciones laborales ante el IESS. Asesorará a la gerencia sobre aspectos tributarios.

NIVEL DE EDUCACIÓN. Título académico de tercer nivel de preferencia en áreas contables

PROFESIÓN. Contador Público Autorizado

EXPERIENCIA. Un mínimo de 2 años de experiencia en empresas comercializadoras

REQUISITOS ADICIONALES. Leyes tributarias, Laborales, Declaración de impuestos, Normas Ecuatorianas de Contabilidad, Normas Internacionales de Información, Uso de computador y paquetes utilitarios,

COMPETENCIAS.

Nº	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Orientación de servicio	Implica un deseo de ayudar o de servir a los demás satisfaciendo sus necesidades. Significa focalizar los esfuerzos en el descubrimiento y la satisfacción de las necesidades de los clientes, tanto internos como externos.	X		
2	Orientación a los resultados	Es el esfuerzo por trabajar adecuadamente tendiendo al logro de estándares de excelencia.	X		
3	Flexibilidad	Es la capacidad para adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas o grupos diversos.		X	
4	Construcción de relaciones	Es la habilidad de construir y mantener relaciones cordiales con personas internas o externas a la organización.		X	
5	Conocimiento del entorno organizacional	Es la capacidad para comprender e interpretar las relaciones de poder e influencia en la institución o en otras instituciones, clientes o proveedores, etc. Incluye la capacidad de prever la forma en que los nuevos acontecimientos o situaciones afectarán a las personas y grupos de la institución.	X		
6	Iniciativa	Es la predisposición para actuar pro activamente. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones a problemas.	X		
7	Aprendizaje continuo	Es la habilidad para buscar y compartir información útil, comprometiéndose con el aprendizaje. Incluye la capacidad de aprovechar la experiencia de otros y la propia.	X		

FUNCIONES

- Asesorar en el ámbito contable y tributario a la gerencia
- Registrar los pagos realizados por los usuarios.

- Mantener un control de los inventarios, cuentas por cobrar y cuentas por pagar.
- Preparar informes financieros y balances mensuales.
- Llevar la contabilidad de manera permanente.

GUARDIA

OBJETIVO. Vigilar y controlar instalaciones y edificaciones de oficinas institucionales y velar por su seguridad, integridad y orden.

NIVEL DE EDUCACIÓN. Bachiller

EXPERIENCIA. Un mínimo de 1 año de experiencia en empresas comercializadoras

REQUISITOS ADICIONALES. Manejo y manipulación de armas/ defensa personal.

COMPETENCIAS.

Nº	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Orientación de servicio	Implica un deseo de ayudar o de servir a los demás satisfaciendo sus necesidades. Significa focalizar los esfuerzos en el descubrimiento y la satisfacción de las necesidades de los clientes, tanto internos como externos.	X		
2	Orientación a los resultados	Es el esfuerzo por trabajar adecuadamente tendiendo al logro de estándares de excelencia.		X	
3	Flexibilidad	Es la capacidad para adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas o grupos diversos.		X	
4	Construcción de relaciones	Es la habilidad de construir y mantener relaciones cordiales con personas internas o externas a la organización.			X

5	Conocimiento del entorno organizacional	Es la capacidad para comprender e interpretar las relaciones de poder e influencia en la institución o en otras instituciones, clientes o proveedores, etc. Incluye la capacidad de prever la forma en que los nuevos acontecimientos o situaciones afectarán a las personas y grupos de la institución.		X	
6	Iniciativa	Es la predisposición para actuar pro activamente. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones a problemas.			X
7	Aprendizaje continuo	Es la habilidad para buscar y compartir información útil, comprometiéndose con el aprendizaje. Incluye la capacidad de aprovechar la experiencia de otros y la propia.		X	

FUNCIONES

- Controla el ingreso y salida de vehículos y lleva un registro escrito de las características e identificación de cada propietario.
- Abre las puertas del mercado y facilita el ingreso de personal y empleados y demás usuarios al mismo.
- Cuida de la integridad de los vehículos aparcados en el interior y evita daños y robos; así como vigila el mercado sus dependencias y alrededores.
- Atiende e informa al público respecto de la ubicación de oficinas, secciones o localización de personas que laboran en el mercado.
- Informa al responsable de la administración o superior inmediato de las novedades existentes.

CAPITULO VII

7. IMPACTOS

7.1. Generalidades

El efecto que produce una determinada acción motivada por la consecución de diversos fines en distintos aspectos dentro de nuestro rol social se le denomina impacto que puede ser social, económico, empresarial, cultural, comercial, dependiendo de las actividades que se realicen en la vida cotidiana.

La presente investigación está sustentada por el análisis técnico de los impactos que se generen en todas las áreas relacionadas con el proyecto.

7.2 Evaluación de Impactos

Para poder establecer un análisis de impactos y obtener su incidencia en el proyecto se ha utilizado por su sencillez y eficacia la siguiente metodología, que consiste en una valoración cualitativa y cuantitativa.

VALORACION CUALITATIVA Y CUANTITATIVA

CUADRO Nº 17

VALORACION CUALITATIVA	VALORACION CUANTITATIVA
ALTO	3
MEDIO	2
BAJO	1
INDIFERENTE	0

7.3 Pasos para la Evaluación de Impactos

Con los datos obtenidos para el análisis de impactos, se los organizara en una matriz de impactos componiéndose de la siguiente manera:

**MATRIZ DE IMPACTOS
CUADRO Nº 18**

Factores	Negativo			Neutro	Positivo			Total
	-1	-2	-3	0	1	2	3	
Total								

- Para cada impacto se determinara una columna en la que se colocara una serie de indicadores relacionados al ámbito estudiado.
- Se determinara columnas en la que dependiendo de la información obtenida influirá positiva o negativamente, dando un rango de niveles de impactos positivos, negativos y un centro neutro denominado indiferente.
- El rango tanto en los niveles positivo y negativo será del 1 al 3, valoración que dependerá del nivel de impacto.
- También una columna al final de la matriz que nos permitirá determinar el total de puntos obtenidos que al ser dividido por cada indicador obtendremos el nivel de impacto-
- Bajo cada matriz se realizara un breve análisis en el que se argumentara el criterio según el resultado de cada impacto.

7.4 IMPACTOS DEL PROYECTO

Los impactos más relevantes dentro del proyecto son:

- Económico
- Social
- Comercial
- Ambiental

7.4.1 IMPACTO ECONOMICO

MATRIZ DE IMPACTO ECONOMICO

TABLA N° 38

FACTORES	NEGATIVO			NEUTRO	POSITIVO			TOTAL
	-1	-2	-3	0	1	2	3	
PRECIOS ECONOMICOS							x	3
VARIEDAD DE PRODUCTOS							x	3
EMPRENDIMIENTO LABORAL							x	3
MOVIMIENTO ECONOMICO							x	3
TOTAL								12

Fuente: Directa

Elaborado por: Las Autoras

RESULTADO E INTERPRETACION

Nivel de impacto Económico = 12

4

Nivel de Impacto Económico = 3

Nivel de Impacto Económico = ALTO

De acuerdo al resultado obtenido en el impacto económico, se puede observar que es alto ya que los precios de los productos van a ser accesibles, no tendrán que viajar a otros sectores ya que la variedad de productos se encontrarán en un mismo lugar, se generaran fuentes de trabajo para las asociaciones, productores y comerciantes, por tanto el movimiento económico se incrementara fortaleciendo la estabilidad laboral y económica de todos los habitantes de la parroquia la Libertad.

7.4.2 IMPACTO SOCIAL

MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL

TABLA N° 39

FACTORES	NEGATIVO			NEUTRO	POSITIVO			TOTAL
	-1	-2	-3	0	1	2	3	
HIGIENE Y ASEO							X	3
CALIDAD DE VIDA							X	3
REDUCCION DE GASTOS POR MOVILIZACION							X	3
INTEGRACION SOCIAL							X	3
TOTAL								12

Fuente: Directa

Elaborado por: Las Autoras

RESULTADO E INTERPRETACION

Nivel de impacto Económico = $\frac{12}{4}$

Nivel de Impacto Económico = 3

Nivel de Impacto Económico = ALTO

Con el desarrollo del proyecto se pretende cambiar el estilo de vida de los pobladores por cuanto al tener un sitio adecuado para la oferta y demanda de productos de primera necesidad se garantizara la higiene y presentación de los mismos, además se disminuirá costos y riesgos del traslado de las personas por que al haber al alcance los productos no tendrán que trasladarse a otros lugares y se generara integración social por cuanto las actividades económicas de oferta y demanda se generaran en el mismo sector.

7.4.3 IMPACTO COMERCIAL

MATRIZ DE IMPACTO COMERCIAL

TABLA No 40

FACTORES	NEGATIVO		NEUTRO		POSITIVO			TOTAL
	-1	-2	-3	0	1	2	3	
DINAMIZACION DEL COMERCIO							x	3
CONSUMO INTERNO							X	3
TOTAL								6

Fuente: Directa

Elaborado por: Las Autoras

RESULTADO E INTERPRETACION

Nivel de impacto Económico = 6
2

Nivel de Impacto Económico = 3

Nivel de Impacto Económico = ALTO

El impacto comercial es de vital importancia por cuanto va a dinamizar el ejercicio de ofrecer y demandar bienes y productos dentro de una misma comunidad facilitando a los pobladores la adquisición de todos beneficios para su bienestar. Además activara el consumo interno ya que los productores, comercializadores no saldrán a otros lugares a ofrecer sus productos sino que se ofrecerá dentro del mercado haciendo que la oferta y la demanda se activen y se mejore la economía dentro del mismo sector.

7.4.4 IMPACTO AMBIENTAL

MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL

TABLA N° 41

FACTORES	NEGATIVO			NEUTRO	POSITIVO			TOTAL
	-1	-2	-3	0	1	2	3	
RECICLAJE DE BASURA						X		2
DESECHOS SOLIDOS O TOXICOS							X	3
CONTAMINACION						X		2
TOTAL							X	7

Fuente: Directa

Elaborado por: Las Autoras

RESULTADO E INTERPRETACION

Nivel de impacto Económico = $\frac{7}{3}$

Nivel de Impacto Económico = 2.33

Nivel de Impacto Económico = MEDIO

El proyecto por tratarse de un mercado genera la acumulación de desechos orgánicos e inorgánicos, razón por la cual genera un impacto ambiental negativo el cual será manejado mediante un programa de mitigación de desechos en la que todos tanto oferentes como demandantes serán participes de tratar adecuadamente la basura.

7.5 IMPACTO GENERAL

MATRIZ DE IMPACTO GENERAL

TABLA No 42

FACTORES	NEGATIVO			NEUTRO	POSITIVO			TOTAL
	-1	-2	-3	0	1	2	3	
ECONOMICO							x	3
SOCIAL							X	3
COMERCIAL							X	3
AMBIENTAL						X		2
TOTAL								11

Fuente: Directa

Elaborado por: Las Autoras

RESULTADO E INTERPRETACION

Nivel de impacto Económico = $\frac{11}{4}$

4

Nivel de Impacto Económico = 2.75

Nivel de Impacto Económico = MEDIO-ALTO

De acuerdo a la información obtenida tenemos que el impacto general tiene un nivel alto positivo lo que genera viabilidad al proyecto por cuanto, por cuanto con la aplicación del mismo se mejoraría la calidad social, económica, cultural, y turística de los pobladores de la Parroquia la libertad y sus alrededores. Y referente al impacto ambiental se generaran programas de concientización para la prevención del medio ambiente.

BIBLIOGRAFIA

- ✓ TORRES, Luis **“La Microempresa en el Ecuador”**, 2007, Sexta edición Pág. 10, Editorial Qualityprint, Quito-Ecuador.
- ✓ NASSIR Sapag, **“Reparación y Evaluación de Proyectos”**, año 2008, Pag.22, Editorial McGraw Hill, México, Quinta Edición,
- ✓ ARBOLEDA, Germán, **“Proyectos, Formulación, Evaluación y Control”**, año 2008, Pág. 53, AC editores, Cali-Colombia, Quinta Edición
- ✓ BACA Urbina, Gabriel, **“Evaluación de Proyectos”**, año 2006, Pág. 57, Editorial McGraw Hill, México, Quinta Edición
- ✓ BACA Urbina, Gabriel, **“Evaluación de Proyectos”**, año 2006, Pág. 59, Editorial McGraw Hill, México, Quinta Edición,
- ✓ AMEZ, Fernando Martin, **“Diccionario de Contabilidad y Finanzas”** año 2007, Pag.177, Printed in España, España Primera edición.
- ✓ O. Greco **“Diccionario Contable y Mas”**, año 2006, Pág. 161, Volletta ediciones, Rep. De Argentina, Tercera edición.
- ✓ NASSIR Sapag, **“Reparación y Evaluación de Proyectos”**, año 2008, Pag.35, Editorial McGraw Hill, México, Quinta Edición
- ✓ ARBOLEDA, Germán, **“Proyectos, Formulación, Evaluación y Control”**, año 2008, Pág. 119, AC editores, Cali-Colombia, Quinta Edición.
- ✓ ARBOLEDA, Germán, **“Proyectos, Formulación, Evaluación y Control”**, año 2008, Pág. 175, AC editores, Cali-Colombia, Quinta Edición.
- ✓ CHILQUINGA, Manuel, **“Costos de Ordenes de Producción”**, año 2007, Pag.10, Editorial Imprenta Offset El Carbón, Otavalo-Ecuador, Segunda edición
- ✓ O. Greco **“Diccionario Contable y Mas”**, año 2006, Pág. 209, Volletta ediciones, Rep. De Argentina, Tercera edición.
- ✓ CHILQUINGA, Manuel, **“Costos de Ordenes de Producción”**, año 2007, Pag.10, Editorial Imprenta Offset El Carbón, Otavalo-Ecuador, Segunda edición
- ✓ DIAZ, Mosto Jorge. **“Diccionario y Manual de Contabilidad y Administración”**, año 2006, Pag.220, Editorial Libros Técnicos, Lima-Perú, Primera edición.
- ✓ ZAPATA, Pedro, **“CONTABILIDAD GENERAL”** año 2008, editorial McGraw Hill, México, Sexta edición.
- ✓ ARBOLEDA, Germán, **“Proyectos, Formulación, Evaluación y Control”**, año 2008, Pág. 338, AC editores, Cali-Colombia, Quinta Edición.

- ✓ BACA Urbina, Gabriel, "**Evaluación de Proyectos**", año 2005, Pág. 221, Editorial McGraw Hill, México, Quinta Edición
- ✓ CHILQUINGA Manuel, "**Costos**", año 2007, Pág.49, Editorial-Offset Graficolor, Ibarra-Ecuador,Segunda edición.
- ✓ CHIAVENATO,Idalberto, "**Introducción a la teoría General de la Administración**",año 2007,Pág.70,Editorial McGraw Hill, México, Séptima edición..
- ✓ CHIAVENATO, Idalberto, "**Introducción a la teoría General de la Administración**" año 2007, Pag.71, Editorial Mc McGraw Hill, México, Séptima edición.
- ✓ Asociación de Industriales Textiles del Ecuador – AITE).2009
- ✓ SCHOSTER, Jorge, "**Mercadotecnia**" año 2006, Pag.89, Editorial Mc McGraw Hill, México, segunda edición.
- ✓ FRANKLIN, Enrique, "**Administración**" 2009, Págs. 79 al 86, AC editores, Cali-Colombia, Cuarta Edición.

LINCOGRAFÍA

- ✓ **WIKIPEDIA**, La Enciclopedia Libre htm (2010).
- ✓ www.alegsa.com.htm
- ✓ www.google.com.
- ✓ www.monografias.com.htm
- ✓ www.definicionabc.com
- ✓ www.definicion.org.
- ✓ www.eco-finanzas.com).
- ✓ www.crecenegocios.com.
- ✓ www.slideshare.net
- ✓ www.inec.gob.ec

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Posteriormente de haber cumplido un amplio estudio para determinar la factibilidad del presente proyecto, encaminado a cumplir con los objetivos planteados, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

✚ Como resultado de la investigación realizada se ha determinado que financieramente el presente proyecto no es factible, pero su construcción es de gran importancia para dinamizar la economía de la Parroquia.

✚ La inexistencia de un mercado en este sector en donde se practique la oferta y demanda de todo tipo de productos, se convierte en una fortaleza para la creación de un Mercado.

✚ La propuesta de la Creación del Mercado y su enfoque de oferta de productos de primera necesidad indispensables en el consumo diario garantizan el buen vivir de los pobladores del sector.

✚ Este trabajo de investigación a más de dar un servicio necesario permitirá concientizar a la ciudadanía a preferir un bien común para beneficio de la misma sociedad.

✚ La creación de este mercado determina un nivel de impacto social alto y medio referente al ambiental, lo que indica que esta investigación es viable y con su aplicación mejoraría rotundamente la economía de la Parroquia y el bienestar de la ciudadanía.

Recomendaciones

Para el presente proyecto es trascendental la aplicación de diversas recomendaciones que a continuación se detallan para la óptima ejecución del mismo.

- ✚ Mantener la visión que se persigue con la creación del Mercado, el ser considerado como un centro de comercialización y socialización permanente al servicio de la comunidad.

- ✚ Poner en práctica los procedimientos sugeridos en este Estudio de factibilidad, pues ello evitará el mal uso de los recursos que se inviertan en el Mercado.

- ✚ Se contará con una guía para minimizar errores y esfuerzos innecesarios en la ejecución de las actividades y en el beneficio de la ciudadanía.

ANEXOS

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS FAMILIAS DE LA PARROQUIA LA LIBERTAD

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como finalidad determinar la situación actual en la que se encuentra los habitantes de la Parroquia la Libertad.

1. ¿Los productos que le ofrecen al momento de realizar su compra son de?

- Buena calidad ()
- Mala Calidad ()
- Regular Calidad ()
- Pésima Calidad ()

2. ¿Al momento de adquirir sus productos prefiere comprarlos en?

- Mercado Local ()
- Mercados fuera de la ciudad ()
- Tienda Comercial ()

3. ¿Cuándo adquiere un producto la atención que le brindan es?

- Excelente ()
- Buena ()
- Mala ()
- Regular ()
- Pésima ()

4. ¿La infraestructura que ocupan Iso actuales negocios es?

- Excelente ()
- Buena ()
- Mala ()
- Regular ()
- Pésima ()

5. ¿Está usted de acuerdo con la creación de un mercado en la Parroquia la Libertad?

- | | |
|--------------------------------|-----|
| Totalmente de acuerdo | () |
| Medianamente de acuerdo | () |
| No de acuerdo ni en desacuerdo | () |
| Medianamente en desacuerdo | () |
| Totalmente en desacuerdo | () |

6. ¿Qué aspectos cree que sean importantes para que un mercado cumpla con las expectativas de la población?

- | | |
|-----------------------------------|-----|
| Variedad de productos y servicios | () |
| Buena atención al cliente | () |
| Precios accesibles | () |
| Guardianía privada | () |
| Atención ininterrumpida | () |
| Estacionamiento | () |
| Otros | () |

7. ¿Qué secciones de productos le interesaría que exista en el mercado central?

- | | |
|------------|-----|
| Frutas | () |
| Legumbres | () |
| Cárnicos | () |
| Comidas | () |
| Ropa | () |
| Calzado | () |
| Lácteos | () |
| Viveres | () |
| Tecnología | () |

8. ¿Con que frecuencia usted acude a realizar sus compras?

- 1 vez por semana ()
- 2 veces por semana ()
- Quincenal ()
- Mensual ()

9. ¿Cuál es el medio de comunicación por el cual cree conveniente se debe realizar la publicidad del mercado central?

- Televisión ()
- Radio ()
- Prensa Escrita ()

DATOS TECNICOS

- | | | |
|---------------|-----------------------|-----------------|
| EDAD: 16 – 25 | NIVEL DE INSTRUCCIÓN: | Primaria..... |
| 25.1-35 | | Secundaria..... |
| 35.1-45 | | Superior..... |
| 45.1-55 | | Ninguna..... |
| 55.1-65 | | |
| 65 - más | SEXO: Masculino..... | OCUPACION..... |
| | Femenino.... | |

CENSO DIRIGIDO A LAS ASOCIACIONES DE LA PARROQUIA LA LIBERTAD

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como finalidad determinar la situación actual en la que se encuentra los habitantes de la Parroquia la Libertad.

1. ¿La actividad a la que se dedica su asociación es?

- Agrícola ()
- Ganadera ()
- Lechera ()
- Industrial ()
- Molinera ()
- Artesanal ()
- Comercial ()
- Servicios ()

2. ¿Estaría interesado en formar parte de los comerciantes que ofertaran sus productos en el mercado?

- Totalmente de acuerdo ()
- Medianamente de acuerdo ()
- No de acuerdo ni en desacuerdo ()
- Medianamente en desacuerdo ()
- Totalmente en desacuerdo ()

3. ¿Estaría de acuerdo en formar parte del mercado central de la Parroquia en calidad de?

- Arrendatario ()
- Dueño ()

4. ¿Usted como arrendatario cuanto estaría dispuesto a pagar mensualmente por un local en el mercado?

- Entre \$20 y \$40 ()
- Entre \$10.01 y \$60 ()
- Entre \$60.01 y \$80 ()
- Entre \$80.01 y \$100 ()

5. ¿Cree usted que la existencia de un mercado ayudara a?

- Mejorar la economía ()
- Mejorar la cultura de consumo ()
- Dinamizar el comercio ()

Mejorar la imagen de la parroquia ()

DATOS TECNICOS

EDAD: 16 – 25	NIVEL DE INSTRUCCIÓN:	Primaria.....
25.1-35		Secundaria.....
35.1-45		Superior.....
45.1-55		Ninguna.....
55.1-65		
65 - más	SEXO: Masculino.....	OCUPACION.....
	Femenino....	

DATOS DE CONFIRMACION

Parroquia.....Barrio.....Dirección.....
...
Telf.....Fecha.....Hora.....Encuestador.....
....

CENSO DIRIGIDO A LOS COMERCIANTES DE LA PARROQUIA LA LIBERTAD

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como finalidad determinar la situación actual en la que se encuentra los habitantes de la Parroquia la Libertad.

1. ¿Los precios de los productos que usted vende son?

Altos ()

Medios ()

Bajos ()

2. ¿La posición económica de sus clientes es?

Alta ()

Media ()

Baja ()

3. ¿Los productos que usted vende son de calidad?

Alta ()

Media ()

Baja ()

4. ¿Qué tipo de productos comercializa?

Agrícolas ()

Artesanales ()

Industriales ()

5. ¿Estaría interesado en formar partes del grupo de comerciantes que ofertan sus productos en el mercado?

Totalmente de acuerdo ()

Medianamente de acuerdo ()

No de acuerdo ni en desacuerdo ()

Medianamente en desacuerdo ()

Totalmente en desacuerdo ()

6. ¿Estaría de acuerdo en formar parte del mercado central de la Parroquia en calidad de?

Arrendatario ()

Dueño ()

7. ¿Usted como arrendatario cuanto estaría dispuesto a pagar mensualmente por un local en el mercado?

Entre \$20 y \$40 ()

Entre \$10.01 y \$60 ()

Entre \$60.01 y \$80 ()

Entre \$80.01 y \$100 ()

8. ¿Cree usted que la existencia de un mercado ayudara a?

Mejorar la economía ()

Mejorar la cultura de consumo ()

Dinamizar el comercio ()

Mejorar la imagen de la parroquia ()

DATOS TECNICOS

EDAD: 16 – 25	NIVEL DE INSTRUCCIÓN:	Primaria.....
25.1-35		Secundaria.....
35.1-45		Superior.....
45.1-55		Ninguna.....
55.1-65		
65 - más	SEXO: Masculino.....	OCUPACION.....
	Femenino....	

DATOS DE CONFIRMACION

Parroquia.....Barrio.....Dirección.....

...

Telf.....Fecha.....Hora.....Encuestador.....

....