



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INFORME FINAL DEL TRABAJO DE GRADO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UN CENTRO DE ACOPIO FRUTÍCOLA EN LA
PARROQUIA DE APUELA DEL CANTÓN COTACACHI.**

Previo a la obtención del Título de Ingeniera Comercial

AUTORA: YÉPEZ, Emérita Eulalia

Ibarra, Mayo 2011

RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe final de trabajo de grado, corresponde a un proyecto de factibilidad: Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio frutícola en Apuela del cantón Cotacachi

Para el diseño de la propuesta se siguieron todos los pasos del procedimiento metodológico que se exige para la elaboración de proyectos económico-productivos. Punto de partida fue el estudio de mercado cuyo fin es el de identificar la necesidad del servicio, analizando la oferta y la demanda existente. Así pues, mediante la aplicación de encuestas a agricultores de la zona, comerciantes mayoristas, minoristas y público en general que adquieren los productos agrícolas de estos generados en la parroquia.

El estudio abarca además de la situación particular del cantón, la realidad de la provincia, desde el punto de vista de la situación laboral del agro, productividad de cada cultivo en particular, grado de tecnología involucrada tanto en la siembra como en la cosecha, cadena de comercialización, acceso a financiamiento y desde luego la rentabilidad del proyecto.

En este estudio se evidencia la factibilidad para la implementación de un centro de acopio frutícola en Apuela del cantón Cotacachi, el cual reúna la producción de los agricultores a los cuales afecta el proyecto y la comercialice.

Un campo productivo en el que la competencia es limitada y la elevada demanda insatisfecha que se pretende captar de manera oportuna y eficiente. Se enfoca el análisis fundamentalmente a la cuantificación de la oferta, determinación de la demanda, así como sus proyecciones (oferta y demanda potenciales) hasta el año 2015. Además de la fuente primaria de datos (trabajo de campo), se recurrió a fuentes secundarias de información con el propósito de tener una visión cuantitativa y cualitativa más completa de la situación actual del agro de la zona.

Se obtuvo importante información relativa a los lugares más importantes donde se comercializa la producción agrícola de la zona, mostrando real relevancia la importancia del proyecto a la hora de acortar la cadena comercial obviando la presencia de intermediarios lo que trae como consecuencia un incremento en los ingresos de los agricultores y disminución de los precios para los consumidores finales.

THE SUMMARIZE EXECUTIVE

The report final grade work corresponds to a feasibility project: Feasibility study for building a storage facility in Apuela fruit of Cotacachi. For the design of the proposal were followed every step of the methodology that is required for the development of economic-productive projects. Starting point was the market survey aimed to identify the need for service, analyzing the supply and demand. Thus, through the application of surveys to area farmers, wholesalers, retailers and the general public who buy agricultural products from those generated in the parish.

The study also covers the particular situation of the canton, the reality of the province, from the standpoint of the labor situation in agriculture, productivity of each crop in particular, level of technology involved in both planting and at harvest, hi marketing, access to financing and of course profitability.

This study demonstrates the feasibility of implementing a storage facility in Apuela fruit of Cotacachi, which meets the farmers' production to which the project affects and marketed. A productive field in which competition is limited and the high unmet demand that is intended to capture timely and efficient manner. We focus our analysis mainly to the quantification of the supply, demand determination and their projections (supply and potential demand) until 2015

In addition to the primary source of data (fieldwork), resorted to secondary sources of information for the purpose of having a quantitative and qualitative complete the current situation of agriculture in the area. Important information was obtained on the most important places where agricultural production is marketed in the area, showing real importance of the project relevant to shorten time to market chain intermediaries ignoring the presence of which results in an increase in revenue farmers and lower prices for end con

DECLARACIÓN

Yo Emérita Yépez, con cedula de ciudadanía N° 1001459625, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO FRUTÍCOLA EN LA PARROQUIA DE APUELA DEL CANTÓN COTACACHI, que no ha sido previamente presentado para ningún grado ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Sra. Emérita Yépez.

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Doctor Fausto Lima

En calidad de Director de la Tesis Titulada “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO FRUTÍCOLA EN APUELA DEL CANTÓN COTACACHI.” De la señora Emérita Yépez., estudiante de Ingeniería Comercial, de la Carrera de Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte, considero que el presente informe de investigación reúne todos los requisitos para ser sometido a la evaluación del Jurado Examinador que el Honorable Consejo Directivo de la Facultad designe.

Ibarra, Mayo 2011.

Doctor Fausto Lima

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Emérita Eulalia Yépez Vallejos, con cédula de identidad Nro. 1001459625, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de la Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4,5 y 6 y en calidad de autora del Trabajo de Grado : ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO FRUTÍCOLA EN LA PARROQUIA DE APUELA,CANTÓN COTACACHI, que se ha realizado para optar por el título de INGENIERA COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer los derechos cedidos anteriormente. En concordancia suscribo este documento en el momento que realizo la entrega final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Emérita Eulalia Yépez V.

1001459625

Ibarra, Mayo del 2011



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:		1001459625	
APELLIDOS Y NOMBRES:		YÉPEZ VALLEJOS EMÉRITA EULALIA	
DIRECCIÓN :		ATUNTAQUI CALLE BOLÍVAR S/N	
EMAIL:		Emeritayopez@yahoo.com	
TELÉFONO FIJO:	062907887	TELÉFONO MÓVIL:	090804819

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO FRUTÍCOLA EN LA PARROQUIA DE APUELA DEL CANTÓN COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA.
AUTOR (ES) :	YÉPEZ VALLEJOS EMÉRITA EULALIA
FECHA : AAAAMMDD	2011/07/20
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA COMERCIAL
ASESOR/ DIRECTOR:	DR. FAUSTO LIMA

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Emérita Eulalia Yépez Vallejos, con cedula de identidad Nro. 1001459625 en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos para ampliar la disponibilidad del material y cómo apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos del autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que la Sra. Emérita Eulalia Yépez Vallejos es la titular de los derechos patrimoniales, por lo tanto se asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldré en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 20 días del mes de julio del 2011

LA AUTORA:

ACEPTACIÓN:

(Firma).....
Emérita Eulalia Yépez V.
CC: 1001459625

(Firma)
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario-----

DEDICATORIA

A mi madre Odila, mis hijas Estefanía y Emmi y a mi esposo Juan quienes con entero sacrificio y dedicación me brindaron su apoyo y han contribuido a mi formación humana porque solamente su esfuerzo y apoyo, hicieron posible la culminación de mi carrera profesional.

EMÉRITA YÉPEZ

AGRADECIMIENTO

A mis padres por darme siempre su apoyo incondicional a mi familia a mi esposo y mis hijas a la Universidad Técnica del Norte, sus autoridades y personal docente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte, por permitirme ingresar en sus aulas e incidir en mi formación personal y profesional.

A todos los docentes que colaboraron con la realización de este proyecto, ya que con sus vastos conocimientos, orientaciones oportunas y adecuadas, se logró culminar este trabajo de investigación, ofreciéndome las pautas para su elaboración de manera pedagógica y didáctica.

EMÉRITA YÉPEZ

PRESENTACIÓN

El Informe Final de Investigación sobre el tema: Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio frutícola en Apuela del cantón Cotacachi, está estructurado, de acuerdo con las especificaciones dispuestas por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte, por capítulos.

El Informe Final describe el proceso cumplido que parte de la Introducción en la que se describe una síntesis del marco contextual del problema, las generalidades, objetivos, justificación, así como la metodología científica investigativa. Para entrar en el primer capítulo con el diagnóstico situacional de la Institución seleccionada para el cumplimiento y desarrollo del proyecto.

El Segundo Capítulo corresponde al Marco Teórico que permite aclarar y presentar el contenido científico de las variables de estudio: Empresa, micro empresa, estado de agricultura actualmente en el Ecuador, usos del suelo, marco legal, recopilando información documental de diferentes autores, efectuando el análisis y comentarios respectivos como valor agregado del aporte personal del investigador.

El Tercer Capítulo contiene el estudio de mercado realizado describiendo la situación actual de la oferta y demanda de los productos que se cultivan en la zona, contiene las proyecciones de oferta y demanda, análisis de precios y formas de comercialización del producto o servicio a colocar.

Al Cuarto Capítulo le corresponde el estudio técnico, es decir, se describe los aspectos técnicos que debe considerar el centro de acopio propuesto, forma de administración, infraestructura, mano de obra, tamaño del proyecto

El Quinto Capítulo realiza un estudio financiero de la propuesta y de esa forma se avala la inversión requerida para lograr el inicio, mantenimiento y crecimiento del centro de acopio.

El capítulo sexto hace un análisis de los impactos que generará el plan propuesto, estos impactos hacen referencia a la mayoría de las relaciones sociales actuales.

Las conclusiones y recomendaciones del estudio, cierran el Informe Final que además contiene las referencias bibliográficas y anexos.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	I
RESUMEN EJECUTIVO.....	II
THE SUMMARIZE EXECUTIVE.....	III
DECLARACIÓN.....	IV
ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR.....	V
CESIÓN DE DERECHOS.....	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	VII
DEDICATORIA.....	IX
AGRADECIMIENTO.....	X
PRESENTACIÓN.....	XI
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	XIII
INDICE DE TABLAS.....	XVII
INDICE DE GRÁFICOS.....	XXI
INTRODUCCIÓN.....	23
I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	28
OBJETIVO GENERAL.....	31
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	31
VARIABLES DIAGNÓSTICAS.....	32
INDICADORES DIAGNÓSTICOS.....	32
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	35
MECÁNICA OPERATIVA.....	35
POBLACIÓN O UNIVERSO.....	35
MUESTRA.....	35
INFORMACIÓN PRIMARIA.....	36
INFORMACIÓN SECUNDARIA.....	37
TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	38
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO.....	60
II MARCO TEÓRICO.....	61
USO DEL SUELO.....	61

CLASIFICACIÓN DEL USO DE SUELO	62
MAPAS DE USOS DE SUELO	63
MODELOS DE USO DE SUELO	63
INFLUENCIAS MODERNAS EN EL USO DEL SUELO AGRÍCOLA	65
CONFLICTOS EN EL USO DEL SUELO.....	66
LA EMPRESA	67
DEFINICIÓN DE EMPRESA	67
CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA	67
MICROEMPRESA	68
CENTROS DE ACOPIO	70
NÚCLEO DE ACOPIO PRIMARIO	70
NÚCLEO DE ACOPIO SECUNDARIO.....	71
NÚCLEO DE ACOPIO RESIDUAL.....	71
OFERTA Y DEMANDA	72
CURVA DE LA OFERTA	73
CURVA DE LA DEMANDA.....	74
LA PRODUCCION	75
PRECIOS	75
EL MERCADO	78
III ESTUDIO DE MERCADO	80
INTRODUCCIÓN	80
ESQUEMA DE UN ESTUDIO DE MERCADO.....	81
EL SERVICIO.....	81
SERVICIO PRINCIPAL	81
EL CONSUMIDOR.....	82
POBLACIÓN.....	82
DEMANDA.....	82
SITUACIÓN ACTUAL DE LA DEMANDA.....	83
SITUACIÓN FUTURA	86
OFERTA DEL PRODUCTO	87
SITUACIÓN ACTUAL	87
SITUACIÓN FUTURA. PROYECCION DE LA OFERTA.....	90

MERCADO POTENCIAL O DEMANDA A SATISFACER.....	91
COMPETENCIA.....	96
ANÁLISIS DE PRECIOS.....	97
IV ESTUDIO TÉCNICO.....	98
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	98
MACRO LOCALIZACIÓN.....	99
MICRO LOCALIZACIÓN.....	100
INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	100
CAPACIDAD INSTALADA.....	100
LOCALIZACIÓN DE AMBIENTES O DISTRIBUCIÓN DE ESPACIO FÍSICO.....	101
SELECCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	103
DISTRIBUCIÓN DE PROCESOS.....	104
LA INVERSIÓN.....	105
VIDA ÚTIL DE LA MICRO-EMPRESA.....	106
MUEBLES Y ENSERES.....	107
EQUIPOS DE OFICINA.....	108
EQUIPO DE COMPUTACIÓN.....	108
MAQUINARIA Y EQUIPOS.....	109
FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	109
AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO.....	110
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES.....	112
TAMAÑO DEL PROYECTO.....	112
FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO.....	113
V ESTUDIO FINANCIERO.....	116
ANÁLISIS VERTICAL.....	116
SOLVENCIA.....	117
LIQUIDEZ.....	117
CAPITAL DE TRABAJO.....	117
ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO.....	118
INDICE DE PATRIMONIO.....	118
RENTABILIDAD Y RENDIMIENTO.....	119

COSTO DE CAPITAL.....	124
FLUJO DE CAJA.....	125
TIR.....	127
RELACIÓN BENEFICIO COSTO.....	128
VI ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	130
DENOMINACIÓN DE LA EMPRESA.....	130
IMPORTANCIA DEL PROYECTO	130
BENEFICIARIOS	130
ANÁLISIS INTERNO DE LA MICRO-EMPRESA (MISIÓN, VISIÓN).....	131
OBJETIVO GENERAL	133
OBJETIVOS ESPECIFICOS	136
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CENTRO DE ACOPIO	132
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	133
NIVELES DE LA ORGANIZACIÓN	133
ORGANIGRAMA	135
DESCRIPCIÓN DE COMPETENCIAS.....	139
BASE LEGAL.....	139
ESTRATEGIA DEL SERVICIO.....	140
PROPUESTA CONTABLE.....	142
DISEÑO PLAN DE CUENTAS.....	142
MANUAL CONTABLE	154
VII IMPACTOS.....	166
IMPACTO SOCIAL.....	167
IMPACTO ECONÓMICO	168
IMPACTO ECOLÓGICO	169
IMPACTO EMPRESARIAL	170
IMPACTO ÉTICO.....	171
CONCLUSIONES	172
RECOMENDACIONES.....	173
ANEXO 1: ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES.....	175
ANEXO 2: ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES	178

ANEXO 3: PROYECCIÓN DE POBLACIÓN POR ÁREAS Y AÑOS CALENDARIOS, SEGÚN PROVINCIAS Y CANTONES, PERIODO 2001- 2010, INEC 2001	181
TRABAJOS CITADOS	182

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 productos que cosecha	38
Tabla2 tiempo de dedicación a la actividad agrícola.....	39
Tabla 3 volumen semestral de producción	40
Tabla4 ciclo de cosecha	41
Tabla5 a quién vende su cosecha	42
Tabla6 cuál es el insumo más costoso	43
Tabla7 pertenece a una asociación de productores	44
Tabla8 los productos obtenidos de la cosecha tienen competencia.	45
Tabla9 el precio de venta se fija de acuerdo a	46
Tabla10 considera que los niveles de utilidad son	47
Tabla11 fuentes de financiamiento accesadas	48
Tabla12 puede acceder a centros de acopio	49
Tabla 13 le gustaria comercializar su cosecha a través de un centro de acopio frutícola.....	50
Tabla14 frecuencia de la compra.....	51
Tabla15 producto que se adquiere	52
Tabla16 cantidad de fruta que adquiere	53
Tabla 17 frutas de su preferencia	54
Tabla18 lugar dónde adquiere la mercadería	55
Tabla19 calidad de productos adquiridos	56
Tabla20 está de acuerdo con la creación del centro de acopio de productos frutícolas.....	57
Tabla21 estaría dispuesto adquirir sus productos en este centro de acopio	58
Tabla22 que opina de los precios de los productos frutícolas.....	59
Tabla 23: demanda durante el año 2010	83
Tabla 24 Cantidad de proyección demandada	86
Tabla 25 Cantidad ofertada año 2010.....	88

Tabla 26 Oferta total	88
Tabla 27 Proyección de cantidad ofertada.....	90
Tabla 28 Proyección de demanda insatisfecha	91
Tabla 29: Calculo del mercado potencial de naranja	92
Tabla 30 Calculo del mercado potencial de naranjilla.....	93
Tabla 31 Calculo del mercado potencial de otros productos	94
Tabla32 Cálculo de mercado potencial de tomate de árbol.....	95
Tabla 33 Cálculo del mercado potencial de yuca.....	96
Tabla34 Muebles y enseres.....	108
Tabla35 Equipos de oficina.....	108
Tabla36 Equipo de computación.....	109
Tabla37 Maquinaria y equipos.....	109
Tabla38 Fuentes de financiamiento.....	110
Tabla39 Amortización del prestamo.....	111
Tabla40 Depreciación y amortizaciones	112
Tabla41 Requerimiento de personal.....	115
Tabla42 Estado de situación.....	116
Tabla 43 Índice de solvencia.....	117
Tabla44 Índice de endeudamiento.....	118
Tabla45 Sueldos y salarios.....	119
Tabla46 Servicios básicos	120
Tabla 47 Amortización y depreciación	120
Tabla48 Detalle de ingresos	121
Tabla49 Inflación proyectada.....	122
Tabla50 Estado de resultados proyectada a diez años	123
Tabla51 Fuentes de financiamiento	124
Tabla52 Cálculo costo del capital	124
Tabla 53: Flujo de caja.....	125
Tabla 54 Flujos netos actualizados.....	126
Tabla 55 Ingresos y egresos actualizados.....	128
Tabla 56 Recuperación de la inversión.....	129
Tabla 57 Nivel de impactos.....	166

Tabla 58 Matriz de impacto social.....	167
Tabla 59: Matriz de impacto económico	168
Tabla 60 Matriz de impacto ecológico.....	169
Tabla 61 Matriz de impacto empresarial	170
Tabla 62 Matriz de impacto ético	171

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Productos que cosecha	38
Gráfico 2 Tiempo de dedicación a la actividad agrícola	39
Gráfico 3 Volumen semestral de producción	40
Gráfico 4 Ciclo de cosecha	41
Gráfico 5 A quién vende su cosecha	42
Gráfico 6Cuál es el insumo más costoso	43
Gráfico 7 Pertenece a una asociación de productores	44
Gráfico 8 Los productos obtenidos de la cosecha tienen competencia. ...	45
Gráfico 9 El precio de venta se fija de acuerdo a.....	46
Gráfico 10 Considera que los niveles de utilidad son	47
Gráfico 11 Fuentes de financiamiento accesadas	48
Gráfico 12 Puede acceder a centros de acopio	49
Gráfico 13 Le gustaría comercializar su cosecha a través de un centro de acopio frutícola.....	50
Gráfico 14 Frecuencia de la compra	51
Gráfico 15 Producto que se adquiere	52
Gráfico 16 Cantidad de fruta que adquiere	53
Gráfico 17 Frutas de su preferencia.....	54
Gráfico 18 Lugar dónde adquiere la mercadería.....	55
Gráfico 19 Calidad de productos adquiridos	56
Gráfico 20 Está de acuerdo con la creación del centro de acopio de productos frutícolas.....	57
Gráfico 21 Estaría dispuesto adquirir sus productos en este centro de acopio	58
Gráfico 22 Que opina de los precios de los productos frutícolas	59
Gráfico 23: Demanda durante el año 2010	84
Gráfico 24 Demanda total (Situación Actual)	85
Gráfico 25 Proyección curva demanda	85
Gráfico 26 Proyección de la demanda	86
Gráfico 27 Superficie plantada en hectáreas	87
Gráfico 28 Producción total en toneladas métricas.....	87

Gráfico 29: Cantidad ofertada en toneladas métricas	89
Gráfico 30 Cantidad ofertada en Toneladas métricas.....	89
Gráfico 31 Proyección oferta total.....	90
Gráfico 32 Mercado potencial futuro	91
Gráfico 33 Mercado potencial por producto de naranja	92
Gráfico 34 Demanda potencial por producto de naranjilla	93
Gráfico 35 Demanda potencial de otros productos	94
Gráfico 36 Demanda potencial por producto de tomate de árbol.....	95
Gráfico 37 Demanda potencial por producto de yuca	96

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 2 Matriz de Relación Diagnóstica de la Investigación.....	34
---	----

INTRODUCCIÓN

Con la finalidad de dar a conocer el procedimiento metodológico seguido para realizar el presente trabajo de investigación, a continuación se transcriben las partes fundamentales del plan de investigación aprobado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte.

Antecedentes.- La parroquia de Apuela, ubicada en las estribaciones de la cordillera occidental de la provincia de Imbabura, limítrofe con Esmeraldas y perteneciente al cantón Cotacachi, cuenta con una población dedicada principalmente a dos actividades económicas: la agricultura y el comercio de los productos propios de un escenario geográfico subtropical. Con aproximadamente 1580 habitantes de distintas edades y predominio de adultos y niños residentes, alto índice de emigrantes jóvenes que por lo general se desvinculan de sus raíces y emigran a las grandes ciudades e incluso al exterior, en busca de oportunidades laborales que les aseguren mejores ingresos o formación académica. Los adultos residentes, que escasamente han terminado la formación básica (primaria); adultos mayores semianalfabetos o analfabetos, tienen como principal actividad económica la agricultura y el comercio de los productos subtropicales que produce la tierra principalmente en una gran variedad de frutas nativas y exóticas de excelente calidad y sabor, de elevada demanda local y regional. La zona de Intag, conocida ampliamente por la exuberancia de su vegetación y la elevada productividad de su suelo, goza de un clima subtropical privilegiado, una red hidrográfica que irriga de manera natural y artificial las áreas de cultivo y aún las zonas vírgenes, está poblada de pequeñas parcelas y grandes fincas con instalaciones más o menos tecnificadas que garantizan una elevada producción de: caña de azúcar, cacao, sorgo, algunas variedades de maíz, fréjol, yuca, entre otros; frutas como: piña, naranjilla, papaya, chirimoya, naranja, limón, mandarina, fresa, frutilla,

guayaba, guaba, tomate riñón y de árbol, aguacate y muchas otras poco conocidas.

La riqueza agrícola de esta zona que podría resultar altamente productiva y rentable, encuentra dos obstáculos de trascendencia significativa, que dificultan el desarrollo local y la comercialización de sus productos en la escala que debería: las escasas iniciativas de organización comunitaria que permita mejorar los sistemas de producción, acopio y comercialización; y la condición de las vías de acceso que faciliten el transporte de los productos para su destino final. Cuentan entre otros, factores determinantes como: ausencia de intervención estatal o privada de asesoramiento técnico y apoyo financiero; falta de liderazgo para la organización de grupos de producción que mejoren sus posibilidades de comercio; la inexistencia de un centro de acopio de los productos listos para la venta con mejores precios que los logrados a través de la venta individual en menor escala. En la actualidad se calcula que el 35% de la población residente se dedica a la agricultura, en pequeñas parcelas con empíricos conocimientos y un pésimo nivel tecnológico, por tanto, los resultados de su esfuerzo individual no se ven reflejados en un aumento de la producción agraria, posibilidades de comercialización y calidad de vida.

Un problema adicional es la intermediación; pues, su producción cíclica de frutas; hortalizas, leguminosas y tubérculos y otros de ciclo corto, son comercializados a través de intermediarios, quienes pagan al productor precios irrisorios que no cubren la inversión y el valor del trabajo. Este fenómeno generalizado a más de encarecer el producto para el consumidor final, constituye una explotación para el agricultor, que no tiene incentivos para continuar trabajando la tierra.

Con la aprobación de la Ley de Desarrollo Agraria en el 2004 que complementa a Ley de Cooperativas, vigente desde el 2001, el Ecuador busca cumplir un objetivo prioritario: incentivar y fomentar el trabajo agrícola comunitario, a través de la formación de organizaciones

Legalmente reconocidas, que aglutinen a pequeños agricultores para garantizar una mayor presencia y competitividad en los mercados mayoristas.

El estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Acopio de Frutas Subtropicales, que permita organizar técnicamente las iniciativas aisladas de los agricultores de la zona, es una opción que posibilitaría mejores condiciones de comercialización, crecimiento, desarrollo y autonomía productiva.

Justificación.- Finalizar una carrera, para todo profesional en formación, es poseer las condiciones y capacidades para enfrentar roles trascendentes, transformadores y participativos en la sociedad en la que aspira servir. Para ello, es necesaria la interacción de la teoría con la práctica a través de actividades que precisen la integración de los componentes teóricos, científicos y experienciales del estudiante, en la identificación y formulación de soluciones factibles de un problema real identificado, comprobado, de acuerdo con los lineamientos del proceso científico y finalmente aplicado en la realidad.

El problema surge como producto de la observación diaria de la realidad socio económica de la parroquia de Apuela del cantón Cotacachi, provincia de Imbabura, y sobre la base de los conocimientos adquiridos en la formación académica, surge la iniciativa de diseñar una propuesta de solución, mediante la creación de un centro de acopio de frutas tropicales que permita la comercialización directa del productor al consumidor final, evitando etapas de la cadena comercial y permitiendo al pequeño y mediano productor obtener mejores beneficios por sus cosechas, así como disminuir los precios para los consumidores, de tal manera que se incentive el consumo y se incremente la demanda local y regional. Para el financiamiento del Proyecto se cuenta con el aporte de los productores para instalar el centro de acopio y alcanzar los beneficios

que la ley otorga a este tipo de organizaciones comunitarias: asesoría técnica para el desarrollo agrícola y organización social, financiamiento y apoyo tecnológico.

El proyecto será un soporte fundamental para el desarrollo local, y calidad de vida para los sectores involucrados, incrementará los ingresos económicos de los agricultores de Apuela, abrirá las posibilidades de ampliar los mercados; y mediante el uso y aprovechamiento racional y técnico de la tierra, se logrará una mayor y mejor productividad.

El desarrollo del Proyecto de Factibilidad, implicará para la investigadora la posibilidad de ofrecer opciones de desarrollo social y comunitario, basándose en los conocimientos adquiridos durante los años de estudio en la Universidad Técnica del Norte, específicamente en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, logrando por otra parte, el cumplimiento de las exigencias de la Ley de Educación Superior, esto es, integrar la teoría con la práctica a través del trabajo de grado.

La zona escogida, es la mejor opción para el desarrollo del proyecto, si se considera el potencial agrícola que ésta representa y la evidente necesidad de intervención de sus habitantes.

Finalmente el Proyecto es factible debido a que se cuenta con los recursos económicos necesarios y el apoyo tanto de la universidad como de los agricultores involucrados.

Objetivos

Objetivo General

Crear el centro de acopio frutícola en la parroquia de Apuela, Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura.

Objetivos específicos:

- Realizar un diagnóstico situacional de la parroquia Apuela relativo a las condiciones de acopio de la producción agrícola.
- Elaborar un marco teórico que sustente el proyecto, a través de la documentación bibliográfica y documental
- Elaborar un estudio de mercado que permita determinar la demanda y oferta por medio de la investigación de campo
- Realizar un estudio técnico para determinar la localización, el tamaño adecuado, la infraestructura física necesaria, los procesos productivos, inversión financiera y recursos humanos requeridos para el proyecto, mediante el análisis de indicadores.
- Diseñar la estructura organizacional del Centro de Acopio Frutícola, de acuerdo con los lineamientos técnicos.
- Identificar los principales impactos que generará la ejecución del proyecto.

Tipo de investigación efectuada.- La presente investigación tiene un enfoque cualitativo, se encuentra dentro de un tipo de proyecto factible y está apoyado por la investigación bibliográfica y de campo.

A continuación se explica el ámbito de cada uno de estos tipos de investigación, que guiaron todo el proceso de recopilación de datos, tabulación, análisis, interpretación y conclusiones.

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

A través del diagnóstico situacional se trata de conocer la realidad objetiva del área en la que se implementará el proyecto, enfocando aspectos relevantes: históricos, geográficos, socio-demográficos y actividades económicas de la parroquia de Apuela. Se trata de un acercamiento diagnóstico situacional, puesto que el que reviste características técnicas se efectuará en el apartado previo al desarrollo del capítulo relacionado con el Estudio de Mercado.

La parroquia de Apuela es una pequeña población ubicada al noroeste del Ecuador, en la zona de Intag, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura., en el centro-septentrional del país. En la zona occidental de la provincia, una sucesión de alineaciones de montañas que se cierran al este con las alturas de Yana Urcu (4.537 m) o Cotacachi (4.937 m), la parroquia se ubica en una depresión de esta cordillera.

Limita al norte con las parroquias de Cuellaje e Imantag; al Sur con Plaza Gutiérrez y Vacas Galindo; al Este con Imantag y al Oeste con Peñaherrera.

Las comunidades que integran la Parroquia son: Irubí, Cazarpamba, Guamirla, Pucará, Pueblo Viejo, La Esperanza, Puranquí, La Colonia.

Se encuentra en su mayor parte en plena zona andina de la cordillera occidental, al pie del Cotacachi. Se asienta entre los 1.600 y 2.000 metros de altitud; su clima es templado, sub-andino y sub-tropical. Tiene páramos. Las precipitaciones medias anuales de lluvia van desde 1000 a 3000 milímetros, la temperatura promedio de 18^a. Sus principales ríos son el Apuela y el Toabunche.

La extensión de la parroquia es de 220,8 km². (INEC 2000)

Las distancias y tiempos entre Apuela y Cotacachi son de 60 Km. y 2h30; entre Apuela y Otavalo, 55 Km. y 2h.15; y entre Apuela, Selva Alegre y Otavalo, 2:00 horas, aproximadamente.

La parroquia tiene como atractivos y eventos importantes los siguientes:

El Apuc- Hila, ubicado en la loma de Pueblo Viejo

Feria dominical.

Ruta de caminata: Pucará, Cazarpamba, Irubi, Guamirla, Piñan

Ríos cristalinos.

Trapiches.



Vista aérea de la parroquia Apuela, cantón Cotacachi, en la zona de Intag

Con relación a la actividad agrícola de la parroquia de Apuela, pueden señalarse, en resumen las siguientes situaciones:

La zona de Intag a la que pertenece la parroquia de Apuela, posee una tierra de cultivo excepcional para la producción de café, yuca, fréjol frutas etc.

En la parroquia de Apuela se concentran 48 productores en su mayor parte miembros de la Asociación fundada en 1998 que busca mejorar los

procesos de comercialización de su producto estrella que es el café, procurando alcanzar un trato justo y preferencial para su actividad agrícola.

Apuela se dedica al cultivo natural de los siguientes productos, yuca, la caña de azúcar, las frutas como la naranja, papaya, piña, guayaba, guaba, especialmente en Cuellaje, una parroquia muy cercana a Apuela, se cultiva el tomate de árbol y mora, naranjilla.

En resumen, las frutas que se cultivan en Apuela cumplen el siguiente ciclo de vida útil: La naranja se siembra la pulpa que tarda 3 años en producir. Un árbol maduro entregará fruta indefinidamente cada año aproximadamente en el mes de junio. La guaba, tiene el mismo ciclo de cultivo y maduración. El tiempo de producción está señalado en marzo. En el caso del café el procedimiento de cultivo y plantación es a través de semillero. La cosecha inicia en abril y termina en septiembre. La piña, se siembra la planta y se cosecha cada año. El limón Meyer es un arbusto de cosecha permanente. La papaya también es de semillero, madura en dos años y entregará una cosecha permanente. Igual situación ocurre con la planta de plátano. La yuca es un tubérculo que si es blanca madura a los seis meses, si es amarilla lo hará en un año. La naranjilla es una fruta de vida corta, pues entrega a lo sumo tres cosechas anuales. El tomate de árbol también es de cosecha anual durante algunas temporadas para deteriorar la calidad de la fruta.

La Asociación y organizaciones de agricultores, han dedicado su atención preferente al café, no han puesto atención a los procesos de comercialización de las frutas.

Existe una organización de campesinos agroecológicos de Intag, se dedican a trabajar en el sector agrícola, evitando utilizar abonos químicos. En toda la zona existen 70 familias socias, en Apuela se trabaja con Cazarpamba y Pucará con 14 socios, dedicados al cultivo de varias parcelas de diferentes productos entre estos se pueden señalar: fréjol,

frutas, criaderos de lombrices, para el consumo y utilización familiar, dan asesoramiento para su cultivo pero no a la comercialización.

La actividad en la que se centran las autoridades y líderes locales es el desarrollo del turismo.

La producción frutícola concentra en Apuela a los agricultores de toda la zona de Intag.

ANTECEDENTES DIAGNÓSTICOS

Siguiendo la metodología del diseño de la investigación, se planificó el proceso del diagnóstico situacional, estableciendo los objetivos diagnósticos, variables, indicadores, matriz de relación diagnóstica además de determinar las fuentes de información.

1.1. OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

1.1.1. GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional de la parroquia Apuela, seleccionada como principal área de vinculación de los agricultores productores de fruta tropical de la zona, con el fin de identificar las mejores condiciones para la implementación del Centro de Acopio.

1.1.2. ESPECÍFICOS

1.1.2.1. Establecer los antecedentes históricos de Apuela.

1.1.2.2. Establecer la ubicación geográfica del área de investigación.

1.1.2.3. Analizar datos socio – demográficos de Apuela

1.1.2.4. Determinar los aspectos socioeconómicos del área de influencia del proyecto.

1.1.2.5. Efectuar un diagnóstico externo, con el fin de determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del Centro de Acopio.

1.2. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Con el propósito de facilitar la comprensión y análisis del tema partiendo de su diagnóstico, se consideró necesario identificar las principales variables y sus respectivos indicadores:

1.2.2.1. Antecedentes Históricos de Apuela.

1.2.2.2. Caracterización demográfica de la Parroquia

1.2.2.3. Aspectos geográficos

1.2.2.4. Situación socio-económica

1.2.2.5. Producción y formas de comercialización de frutas tropicales.

1.3. INDICADORES DIAGNÓSTICOS

2.3.1. Antecedentes históricos de Apuela

2.3.1.1. Evolución sociocultural de la parroquia

2.3.1.2. Situación actual

2.3.2. Caracterización demográfica de la parroquia

2.3.2.1. Estructura

2.3.2.2. Grupos étnicos

2.3.3. Aspectos Geográficos

2.3.3.1. Ubicación geográfica

2.3.3.2. Dependencia política

2.3.4. Situación socio – económica

2.3.4.1. Principales actividades económicas de la población

2.3.4.2. Componentes sociales

2.3.4.3. Población económicamente activa

2.3.5. Producción y formas de comercialización de frutas tropicales

2.3.5.1. Volúmenes de producción

2.3.5.2. Factores intervinientes en la producción

2.3.5.3. Formas de comercialización

2.3.5.4. Márgenes de rentabilidad

1.4. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA DE LA INVESTIGACIÓN

Ilustración 1 Matriz de Relación Diagnóstica de la Investigación

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer los antecedentes históricos de Apuela • Establecer la ubicación geográfica del área de investigación • Analizar datos socio– demográficos de Apuela • Determinar los aspectos socioeconómicos del área de influencia del proyecto • Analizar la producción y formas de comercialización de frutas tropicales en la parroquia Apuela. 	<p>Antecedentes Históricos de Apuela</p> <p>Aspectos geográficos</p> <p>Caracterización demográfica de la Parroquia</p> <p>Situación socio-económica</p> <p>Producción y comercialización</p>	<p>Datos históricos</p> <p>Información geográfica</p> <p>Datos poblacionales</p> <p>Actividades económicas</p> <p>Niveles de</p> <p>Producción y comercialización</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación Documental • Fuentes secundarias • Internet • Fuentes Secundarias • Fuentes secundarias • Entrevistas, observación directa.

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORACIÓN: La autora

1.4.1. FUENTES DE INFORMACIÓN

La información que se relata y analiza, se obtuvo de forma directa en la parroquia Apuela, con los representantes y autoridades, con el grupo de agricultores y desde luego, de fuentes documentales que ofrecen datos confiables y actualizados que requiere el avance del Proyecto.

1.4.2. MECÁNICA OPERATIVA

1.4.3. POBLACIÓN UNIVERSO

La población identificada en el Plan de Trabajo está conformada dos grupos de población:

2.4.3.1. Los agricultores dedicados a la producción de fruta de la parroquia de Apuela que suman 48 individuos

2.4.3.2. Comerciantes mayoristas del rubro de la zona que en su conjunto suman 300 de acuerdo a la investigación de mercado efectuada

1.4.4. MUESTRA

Considerando que el tamaño de la población de agricultores es una cantidad pequeña (<50) y de acuerdo a la investigación de mercado efectuada se determinó considerar como muestra la cantidad total, es decir 48 personas.

Para determinar el tamaño de la muestra de comerciantes, el proceso es el siguiente:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.25)(300)}{(0.05)^2 (300-1) + (1.96)^2 (0.25)}$$

$$n = \frac{(3.84)(75)}{(0.0025)(299) + (3.84)(0.25)}$$

$$n = \frac{288}{0.7475 + 0.96}$$

$$n = \frac{288}{1.7075}$$

$$n = 168.667$$

$$n = 169$$

Son 169 comerciantes mayoristas de productos agrícolas a quienes se les aplicaron los instrumentos de investigación.

1.4.5. INFORMACIÓN PRIMARIA

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizaron las siguientes técnicas.

2.4.5.1. La Encuesta

2.4.5.2. La Entrevista

Para la investigación del problema planteado, se aplicaron entrevistas dirigidas a las autoridades del Municipio de Cotacachi, encuestas a los pequeños agricultores de la zona y mayoristas del sector y sus inmediaciones, con el propósito de recolectar la información necesaria para clarificar el problema y proponer la mejor solución posible.

Los instrumentos a utilizarse en la presente investigación son los siguientes:

El cuestionario

Los indicadores de observación

1.4.6. INFORMACIÓN SECUNDARIA

Como fuentes secundarias para la obtención de la información requerida en el desarrollo del estudio investigativo, se recurrió a fuentes documentales de reconocidos autores, con el propósito de sustentar el contenido del marco teórico y científico, siguiendo el esquema de contenidos que explican las variables.

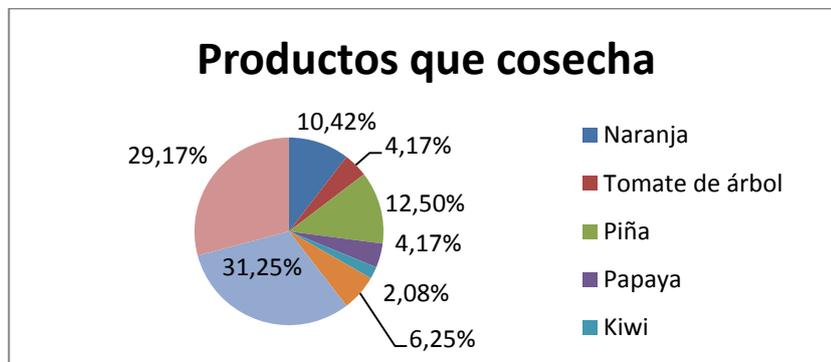
1.5. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

2.5.1. ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES FRUTÍCULAS DE LA PARROQUIA DE APUELA.

TABLA #1
PRODUCTOS QUE CONSECHA

	Producto que ofrece	Frecuencia	Porcentaje
1	Naranja	5	10,42%
2	Tomate de árbol	2	4,17%
3	Piña	6	12,50%
4	Papaya	2	4,17%
5	Kiwi	1	2,08%
6	Naranjilla	3	6,25%
7	Todas las señaladas	15	31,25%
8	Algunas de ellas	14	29,17%
Total		48	100,00%

GRÁFICO1



Fuente: Encuesta Productores
Elaborado por: la autora

a) Análisis

De acuerdo con la información proporcionada por los productores de frutas de la zona de Apuela, las personas que cultivan varios tipos de frutas a la vez ocupan un porcentaje superior, son menores los porcentajes de personas que se dedican a un solo tipo de cultivo o que cosechan hasta 3 clases de frutas.

1. Tiempo de dedicación a esta actividad

TABLA #2

N°	Tiempo de dedicación a la Actividad	Frecuencia	Porcentaje
1	Permanente	41	85,42%
2	Temporal	7	14,58%
3	Ocasionalmente	0	0,00%
Total		48	100,00%

GRÁFICO # 2



Fuente: Encuesta Productores
Elaborado por: La autora

b)Análisis

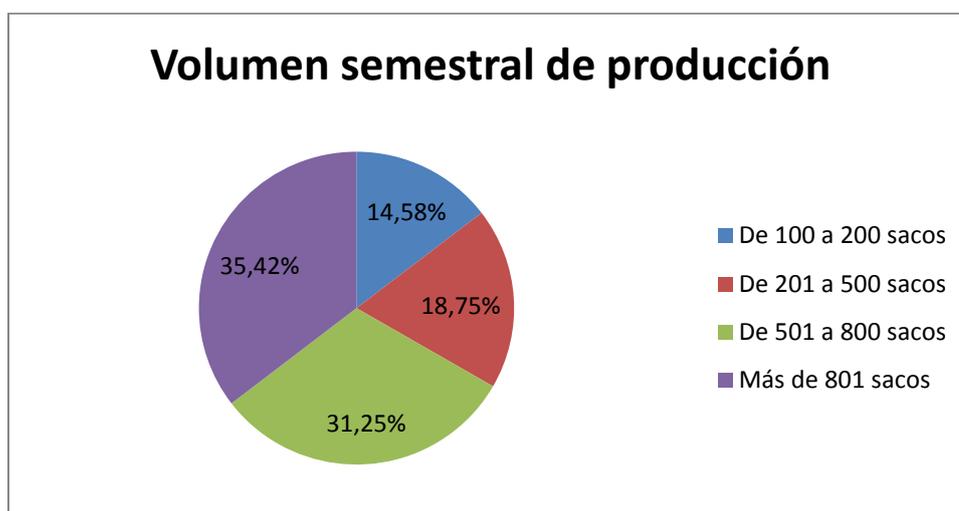
De la información proporcionada por los productores, se concluye que la mayoría de ellos dedica todo su tiempo a la actividad agrícola en sus propiedades ubicadas en la zona de Apuela. Algunos de ellos lo hacen de manera temporal y se entiende que el resto del tiempo lo ocupan en la producción de otros rubros agrícolas que no son las frutas motivo de estudio.

3. Volumen Semestral de Producción por Fruta

TABLA # 3

N°	Volumen de Producción Semestral por fruta	Frecuencia	Porcentaje
1	De 100 a 200 sacos	7	14,58%
2	De 201 a 500 sacos	9	18,75%
3	De 501 a 800 sacos	15	31,25%
4	Más de 801 sacos	17	35,42%
Total		48	100,00%

GRÁFICO # 3



Fuente: Encuesta Productores
Elaborado por: La autora

c) **Análisis**

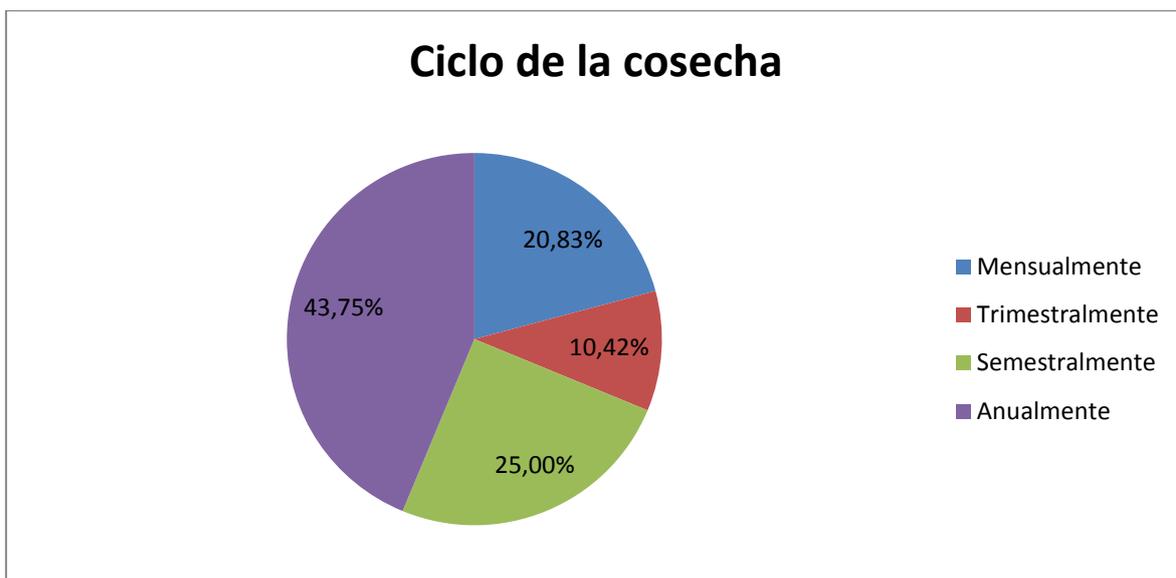
De la información proporcionada por los productores de frutas en esta pregunta de datos generales, se concluye que el mayor porcentaje de producción de más de 801 sacos semestrales por cada fruta. La producción frutícola de la zona de Apuela es muy alta en comparación con otras zonas de la provincia o de la región. Consecuentemente, la creación de un Centro de Acopio sería muy beneficiosa para el desarrollo agrícola, económico y calidad de vida de sus habitantes.

4. ¿Cuál es el ciclo de su cosecha?

TABLA # 4

N°	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1	Mensualmente	10	20,83%
2	Trimestralmente	5	10,42%
3	Semestralmente	12	25,00%
4	Anualmente	21	43,75%
Total		48	100,00%

GRÁFICO # 4



Fuente: Encuesta Productores
Elaborado por: La autora

d) **Análisis**

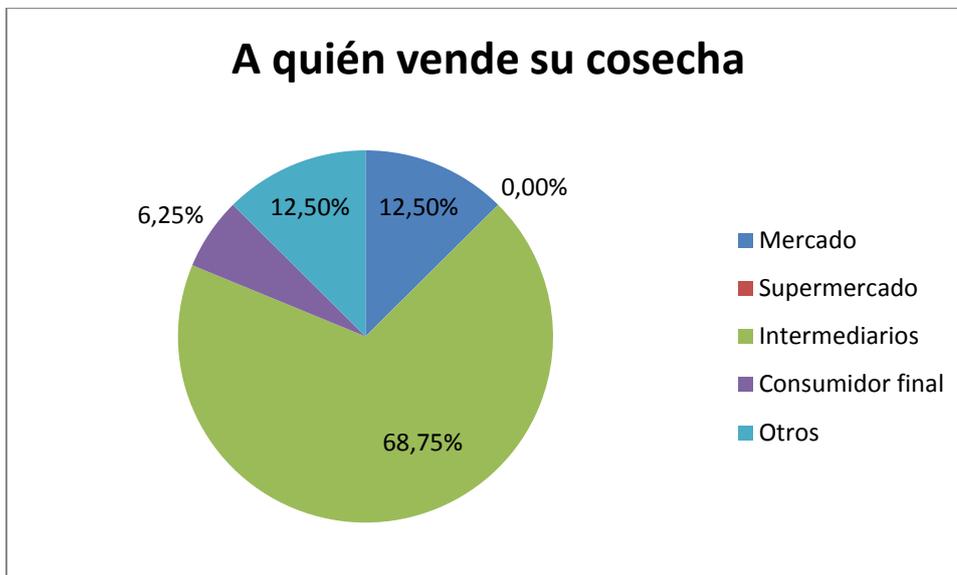
El mayor porcentaje de productores de frutas en la zona de Apuela cosecha anualmente sus productos, aunque también la cifra de producción mensual es significativa.

5. ¿A quién vende su producción?

TABLA # 5

N°	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1	Mercado	6	12,50%
2	Supermercado	0	0,00%
3	Intermediarios	33	68,75%
4	Consumidor final	3	6,25%
5	Otros	6	12,50%
Total		48	100,00%

GRÁFICO # 5



Fuente: Encuesta Productores
Elaborado por: La autora

e)Análisis

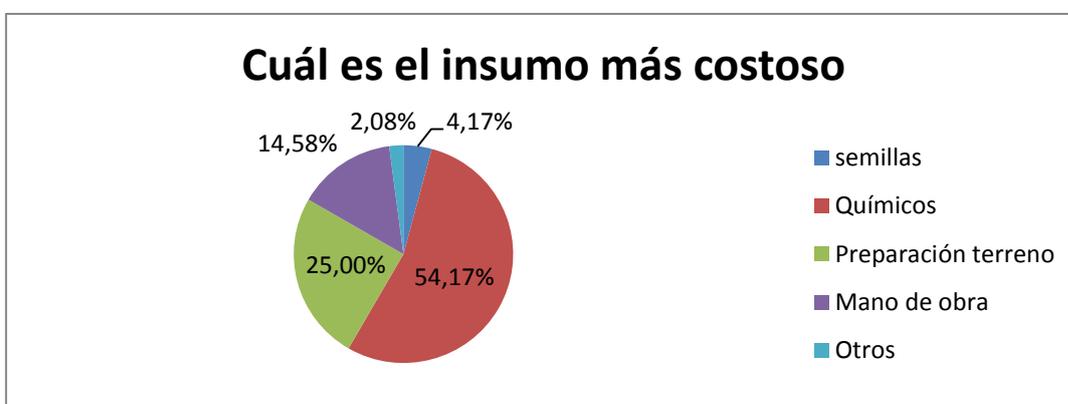
La mayoría de los productores frutícolas de la zona de Apuela vende sus productos a intermediarios. Son insignificantes los porcentajes de entregas a mercados, supermercados, consumidores finales y otros.

6. En el proceso de producción, ¿qué insumo es el de mayor costo?

TABLA # 6

N°	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1	semillas	2	4,17%
2	Químicos	26	54,17%
3	Preparación terreno	12	25,00%
4	Mano de obra	7	14,58%
5	Otros	1	2,08%
Total		48	100,00%

GRÁFICO # 6



Fuente: Encuesta Productores
Elaborado por: La autora

f) **Análisis**

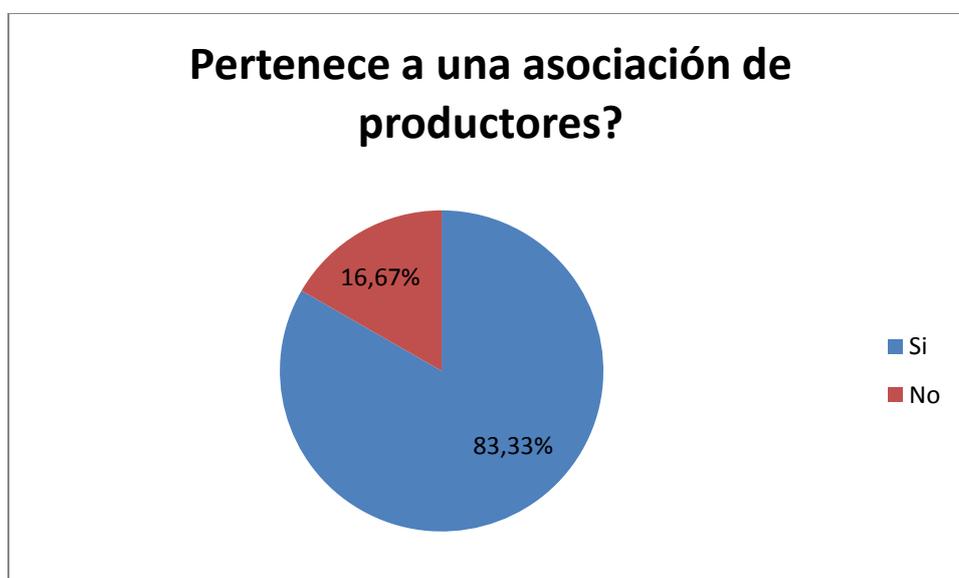
El insumo que representa mayor costo, según las respuestas de los productores frutícolas de Apuela, son los productos químicos, seguido del rubro de preparación de terreno. Las semillas y otros representan costos no significativos. Aunque el propósito de esta investigación no está relacionado con el tipo y calidad de productos que se producen en la zona, es necesario resaltar que lamentablemente los procesos de producción agrícola no solamente en la zona investigada, recurren en gran proporción a los productos químicos que disminuyen sin duda la calidad de la fruta, en este caso.

7. ¿Pertenece usted a alguna Asociación de Productores de la localidad?

TABLA # 7

N°	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	40	83,33%
2	No	8	16,67%
Total		48	100,00%

GRÁFICO # 7



Fuente: Encuesta Productores
Elaborado por: La autora

g)Análisis

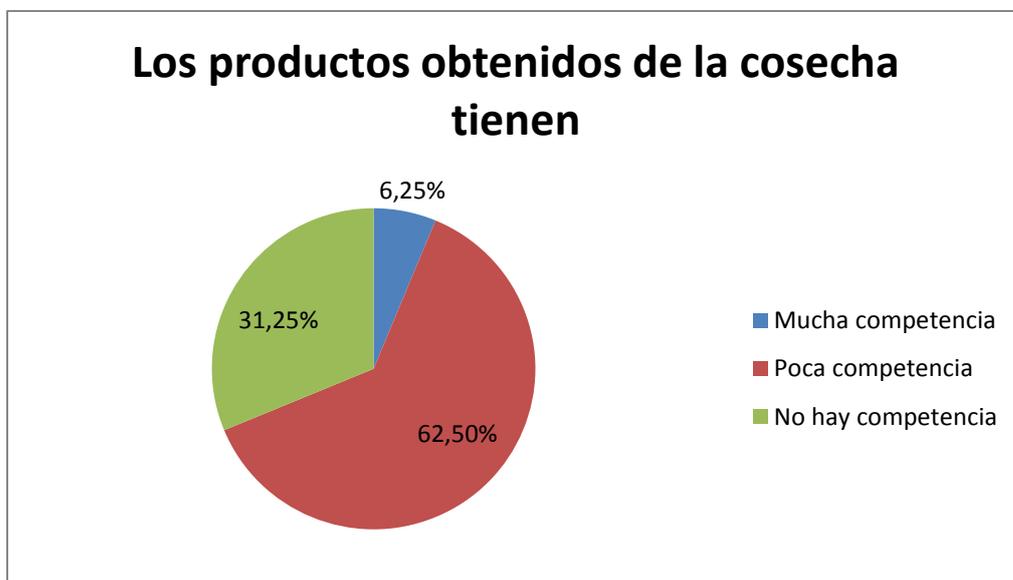
Casi la totalidad de los productores frutícolas de la zona de Apuela pertenecen a la Asociación Zonal. Esta circunstancia es especialmente favorable para los propósitos de la investigación puesto que si los agricultores que se dedican a la producción de frutas están organizados en una Asociación, resulta viable el proyecto de creación de un Centro de Acopio que beneficie al grupo.

8. Los productos que obtiene de su producción agrícola tienen:

TABLA # 8

N°	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1	Mucha competencia	3	6,25%
2	Poca competencia	30	62,50%
3	No hay competencia	15	31,25%
Total		48	100,00%

GRÁFICO # 8



Fuente: Encuesta Productores
Elaborado por: La autora

h)Análisis

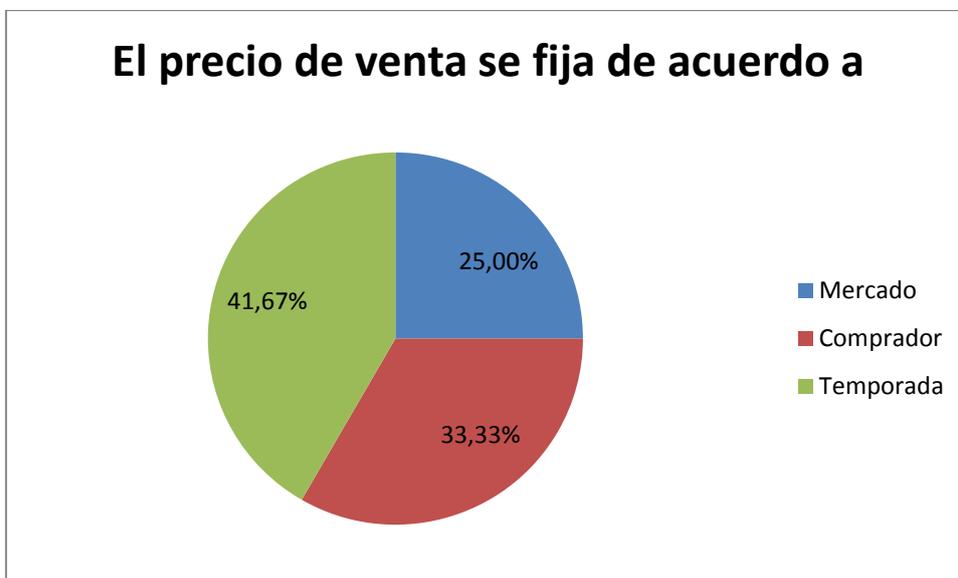
Más de la mitad de los productores encuestados cree que sus productos tienen poca competencia. Las respuesta ubican en segundo lugar a la opción, no hay competencia para sus productos. Esta circunstancia es también excepcionalmente benéfica para el sector productivo de la zona de Apuela que podría ser aprovechada al máximo a través de la organización y funcionamiento del Centro de Acopio.

9. El precio de venta de sus productos lo fija acorde al:

TABLA # 9

N°	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1	Mercado	12	25,00%
2	Comprador	16	33,33%
3	Temporada	20	41,67%
Total		48	100,00%

GRÁFICO # 9



Fuente: Encuesta Productores
Elaborado por: La autora

i) Análisis

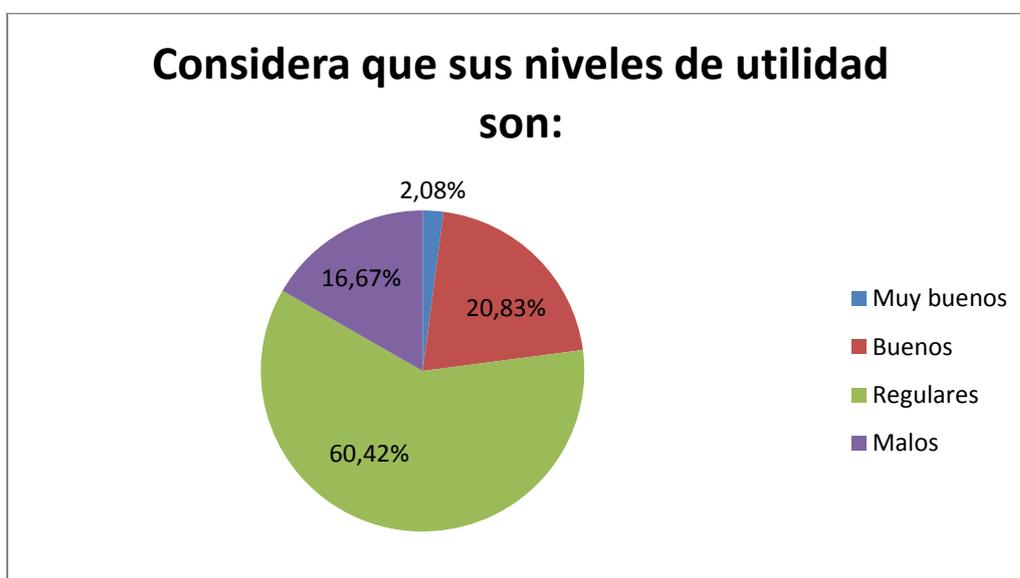
Las respuestas de esta pregunta se muestran dispersas aunque el mayor porcentaje de agricultores que el precio de venta de la fruta que produce se establece de acuerdo a la temporada. Lo que significa que este factor se determina en base a las reglas que se definen por la oferta y la demanda.

10. Considera Usted que los niveles de ganancia son:

TABLA # 10

N°	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1	Muy buenos	1	2,08%
2	Buenos	10	20,83%
3	Regulares	29	60,42%
4	Malos	8	16,67%
Total		48	100,00%

GRÁFICO # 10



Fuente: Encuesta Productores
Elaborado por: La autora

j)Análisis

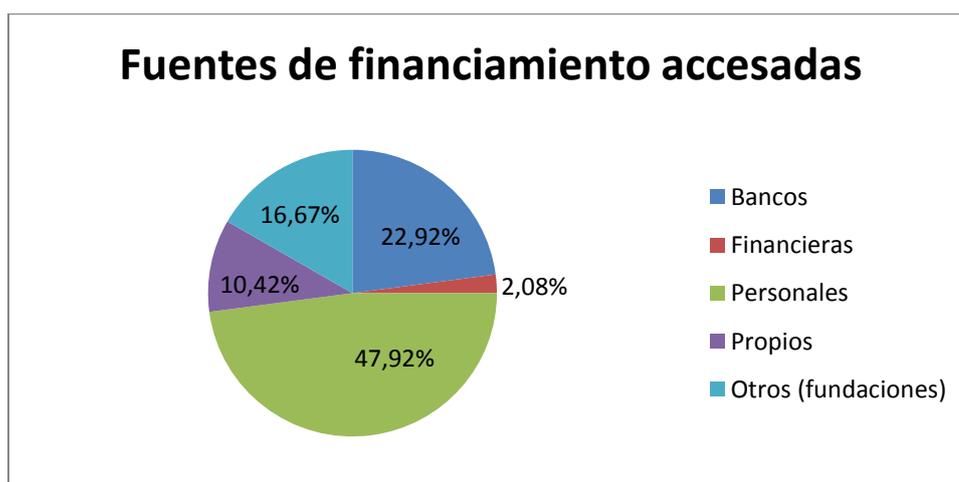
De acuerdo con las respuestas proporcionadas por los productores frutícolas de Apuela, los niveles de ganancia de sus productos son regulares. Esa percepción de los encuestados tiene su razón de ser puesto que de acuerdo con las respuestas de una pregunta anterior, venden su producción a intermediarios, lógicamente el margen de ganancia no es óptimo por esta circunstancia

11 ¿A qué fuentes de financiamiento accede usted para generar su producción?

TABLA # 11

N°	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1	Bancos	11	22,92%
2	Financieras	1	2,08%
3	Personales	23	47,92%
4	Propios	5	10,42%
5	Otros (fundaciones)	8	16,67%
Total		48	100,00%

GRÁFICO # 11



Fuente: Encuesta Productores
Elaborado por: La autora

k) Análisis

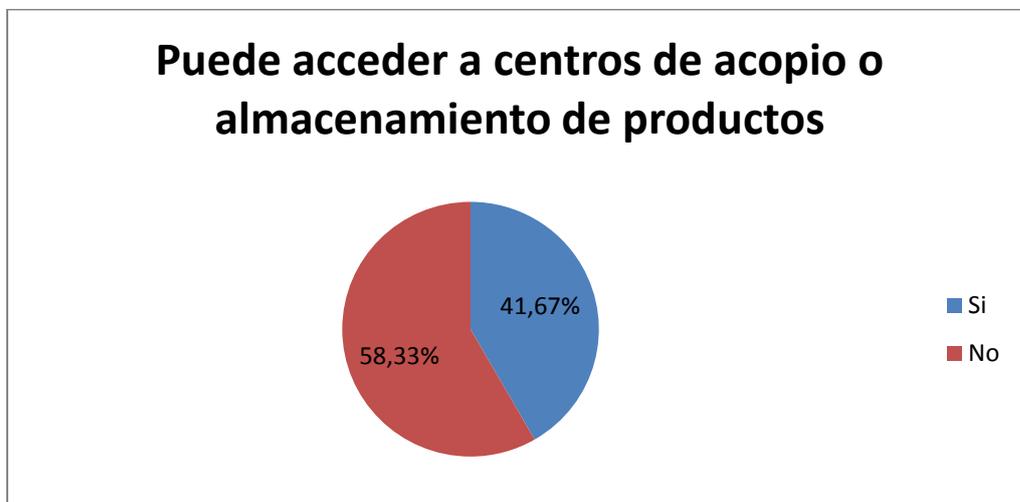
La mayor fuente de financiamiento, de acuerdo con los porcentajes obtenidos en esta respuesta, constituyen las personales. En conclusión, los productores frutícolas de la zona de Apuela obtienen préstamos personales, es decir un sistema informal de crédito que bien puede ser de connotación ilegal.

12. ¿Puede acceder usted a algún Centro de Acopio o almacenamiento de productos?

TABLA # 12

N°	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	20	41,67%
2	No	28	58,33%
Total		48	100,00%

GRÁFICO # 12



Fuente: Encuesta Productores
Elaborado por: La autora

l) Análisis

La mayoría de los productores de fruta de la zona de Apuela, no tienen acceso a ubicar la fruta en un Centro de Acopio o Almacenamiento. Este hecho da como consecuencia que la venta de la fruta sea dispersa y el agricultor deba entregarla a los intermediarios de manera individual. La organización constituye una herramienta indispensable para mejorar el proceso de comercialización. Un Centro de Acopio al que acudan los compradores, es la solución para mejorar las condiciones de compra y de venta.

13. Si su respuesta es negativa, ¿le gustaría comercializar sus productos a través de un centro de acopio que permita garantizar su venta?

TABLA # 13

N°	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	47	97,92%
2	No	1	2,08%
Total		48	100,00%

GRÁFICO # 13



Fuente: Encuesta Productores
Elaborado por: La autora

m) Análisis

Casi la totalidad de los productores de fruta de la zona de Apuela tiene mucho interés en acceder a un Centro de Acopio para el almacenamiento y comercialización de sus productos. Esta respuesta es una franca acogida al presente proyecto de investigación, se demuestra que existe total aceptación y apertura a la creación y funcionamiento de un Centro de Acopio de productos Frutícolas en Apuela.

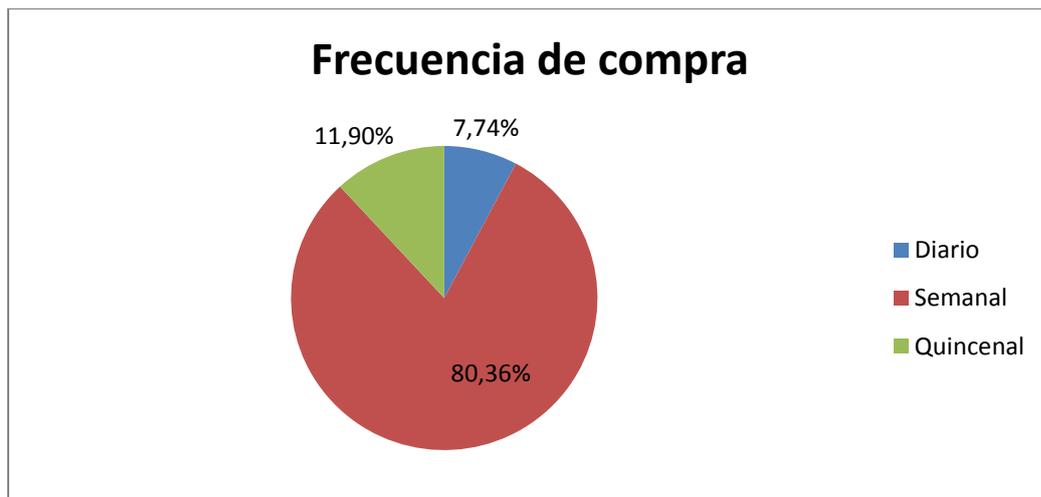
2.5.2. ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES MAYORISTAS DE PRODUCTOS FRUTÍCULAS.

14. ¿Con qué frecuencia realiza las compras?

TABLA # 14

N°	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1	Diario	14	7,74%
2	Semanal	135	80,36%
3	Quincenal	20	11,90%
Total		169	100,00%

GRÁFICO # 14



Fuente: Encuesta a Mayoristas
Elaborado por: La autora

a) Análisis

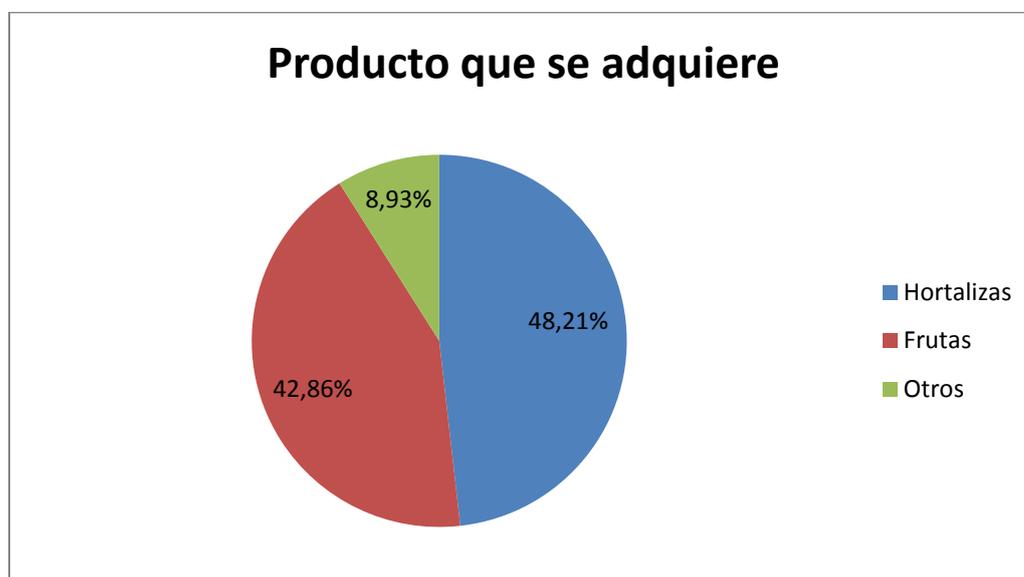
De acuerdo con las respuestas de esta pregunta, la frecuencia de compras que realizan los comerciantes mayoristas de la fruta de la zona de Apuela, es semanal. Este dato se considera importante tanto para el estudio de mercado cuanto para el estudio técnico del proyecto.

15. ¿Qué tipo de productos compra?

TABLA # 15

N°	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1	Hortalizas	81	48,21%
2	Frutas	72	42,86%
3	Otros	16	8,93%
Total		169	100,00%

GRÁFICO # 15



Fuente: Encuesta a Mayoristas
Elaborado por: La autora

b) Análisis

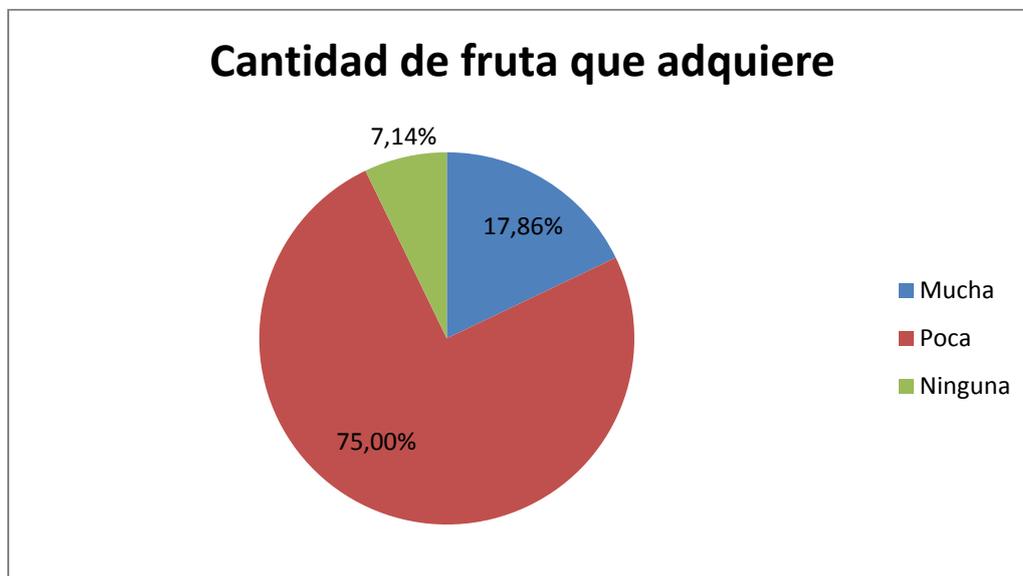
En la variedad de productos que adquieren los comerciantes, la fruta se ubica en segundo lugar, precedido por las hortalizas. De este resultado se concluye que las frutas que produce la zona de Apuela tienen una elevada demanda en el mercado local.

16. ¿Qué cantidad de fruta adquiere en sus compras?

TABLA # 16

N°	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1	Mucha	30	17,86%
2	Poca	126	75,00%
3	Ninguna	13	7,14%
Total		169	100,00%

GRÁFICO # 16



Fuente: Encuesta a Mayoristas
Elaborado por: La autora

c) **Análisis**

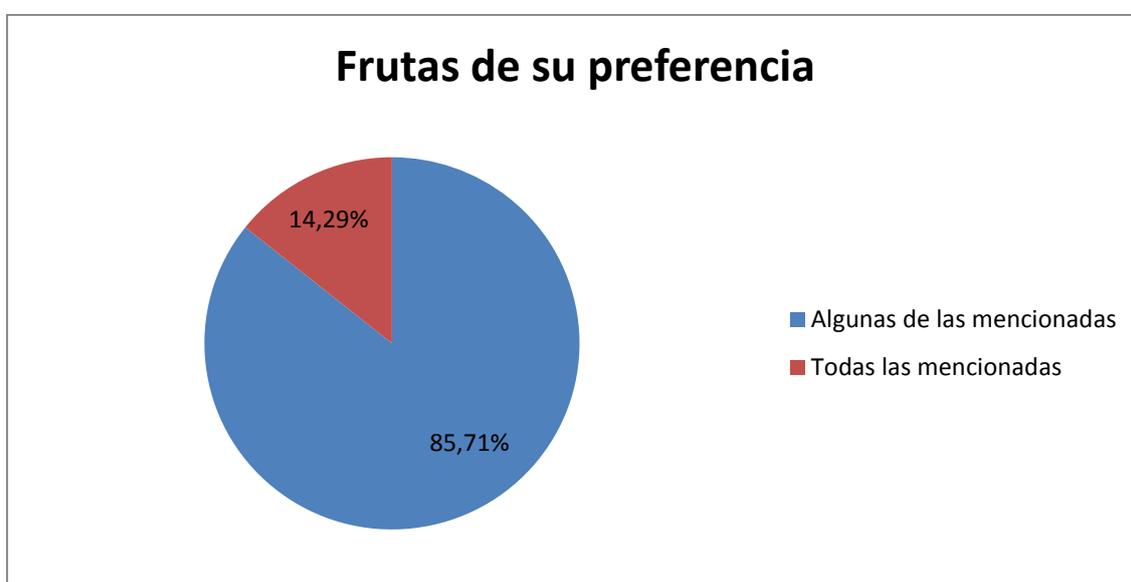
La mayoría de los posibles mayoristas señalan que adquieren poca fruta en el mercado cuando hacen sus compras. Este resultado marca la necesidad de considerar en el proyecto un apartado especial para estrategias de comercialización que incidan en la decisión de compra. El mejoramiento de los hábitos alimenticios de los consumidores que deberían incorporar en sus dietas el consumo de fruta que mayor proporción.

17. Del siguiente listado, seleccione las frutas de su preferencia:

TABLA # 17

N°	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1	Algunas de las mencionadas	144	85,71%
2	Todas las mencionadas	25	14,29%
Total		169	100,00%

GRÁFICO # 17



Fuente: Encuesta a Mayoristas
Elaborado por: La autora

d) Análisis

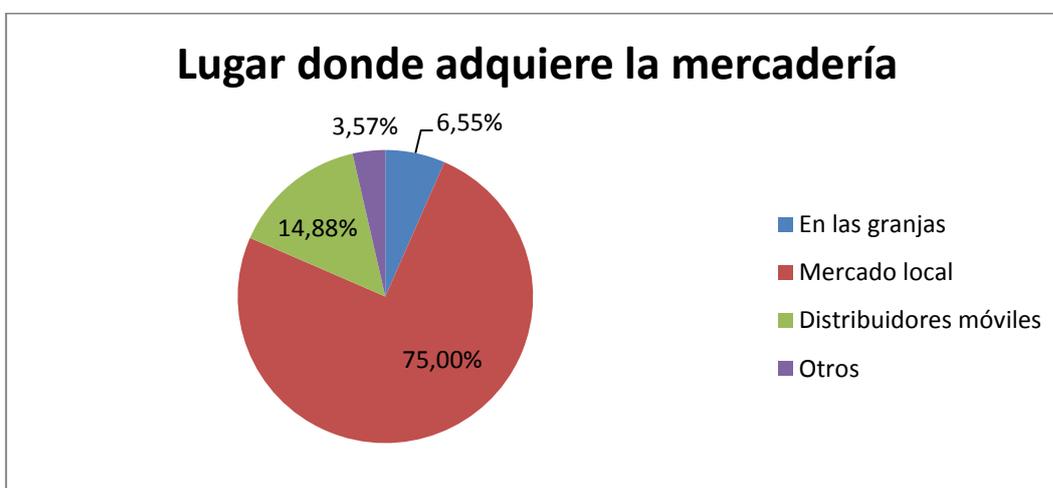
Los potenciales mayoristas de la fruta de la zona de Apuela muestran su preferencia por el consumo mayoritario de las frutas que se cosechan en la zona investigada. De esta respuesta se deduce que la producción frutícola de Apuela tiene una elevada y permanente demanda.

18. ¿Dónde adquiere sus productos frutícolas?

TABLA # 18

N°	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1	En las granjas	11	6,55%
2	Mercado local	126	75,00%
3	Distribuidores móviles	25	14,88%
4	Otros	7	3,57%
Total		169	100,00%

GRÁFICO # 18



Fuente: Encuesta a Mayoristas
Elaborado por: La autora

e) Análisis

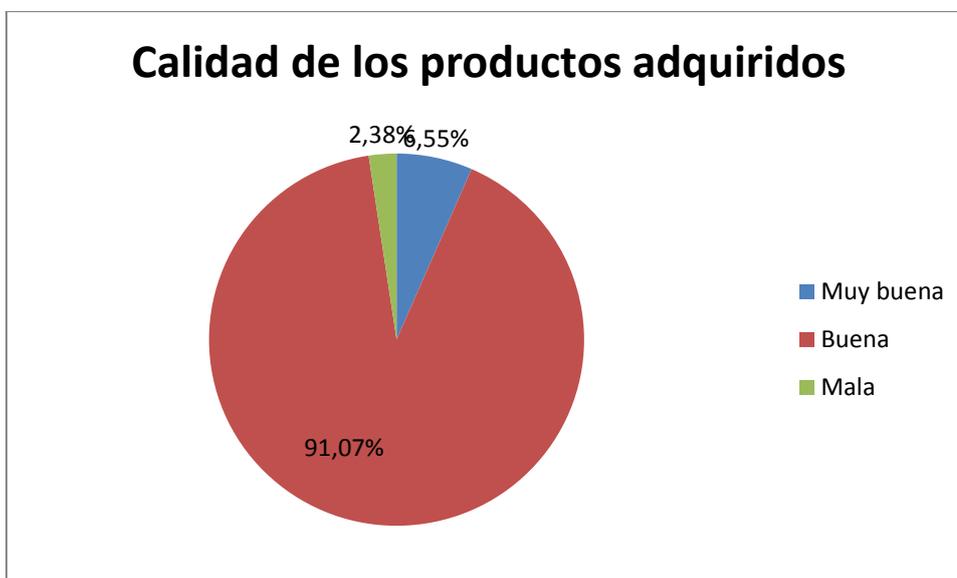
De la información proporcionada por los encuestados, se concluye que la mayoría de los potenciales consumidores, adquieren la fruta en el mercado local. El concepto de mercado local, está asociado al de intermediación. En la cadena de oferta de productos de consumo de primera necesidad, se da este fenómeno: productor – intermediario – mercado.

19. ¿La calidad de los productos que usted adquiere en el mercado es?

TABLA # 19

N°	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1	Muy buena	11	6,55%
2	Buena	153	91,07%
3	Mala	5	2,38%
Total		169	100,00%

GRÁFICO # 19



Fuente: Encuesta a Mayoristas
Elaborado por: La autora

f) Análisis

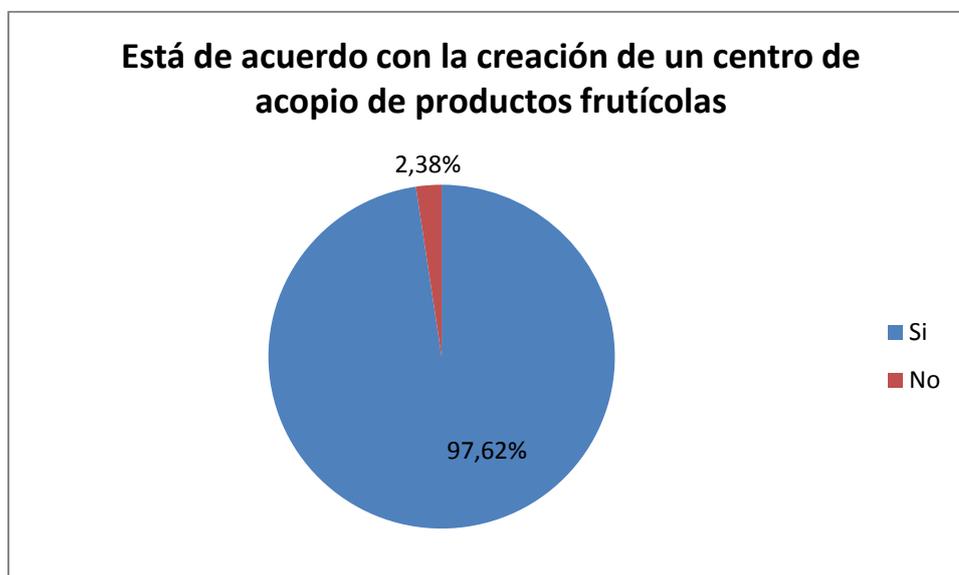
La apreciación mayoritaria de los mayoristas encuestados, con respecto a la calidad de los productos del mercado es buena. Esta apreciación podría mejorar sustancialmente con el funcionamiento de un Centro de Acopio que almacene la fruta fresca y la conserve en condiciones ideales para su comercialización.

20. ¿Está usted de acuerdo que se cree un centro de acopio o almacenamiento de productos frutícolas?

TABLA # 20

N°	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	164	97,62%
2	No	5	2,38%
Total		169	100,00%

GRÁFICO # 20



Fuente: Encuesta a Mayoristas
Elaborado por: La autora

g) Análisis

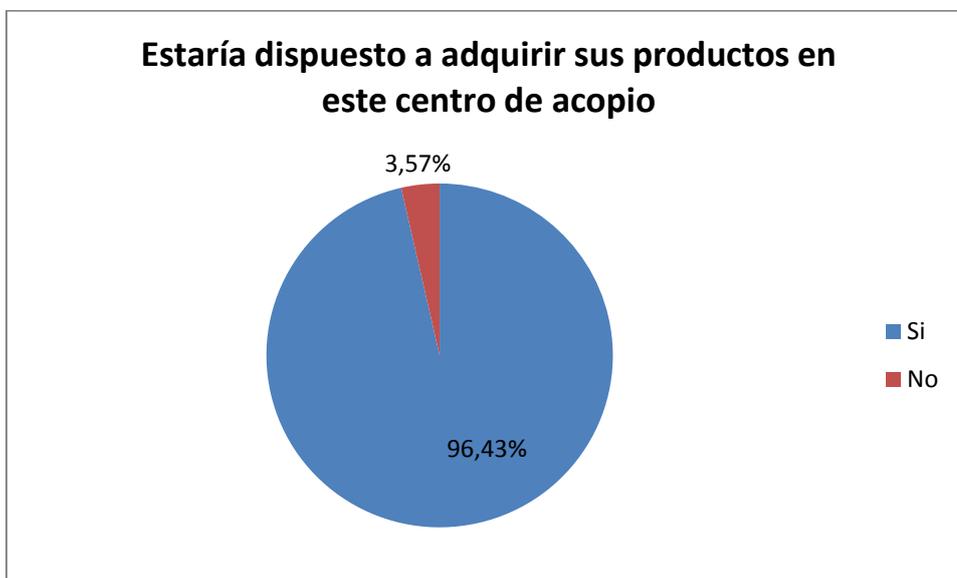
La aceptación a la propuesta de crear un Centro de Acopio de Frutas es casi unánime de acuerdo con las respuestas de los encuestados. En este instrumento de investigación, esta información da la pauta de la efectividad del proyecto.

21. ¿Estaría usted dispuesto a realizar sus compras en este centro de acopio?

TABLA 21

N°	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	162	96,43%
2	No	7	3,57%
Total		169	100,00%

GRÁFICO # 21



Fuente: Encuesta a Mayoristas
Elaborado por: La autora

h) Análisis

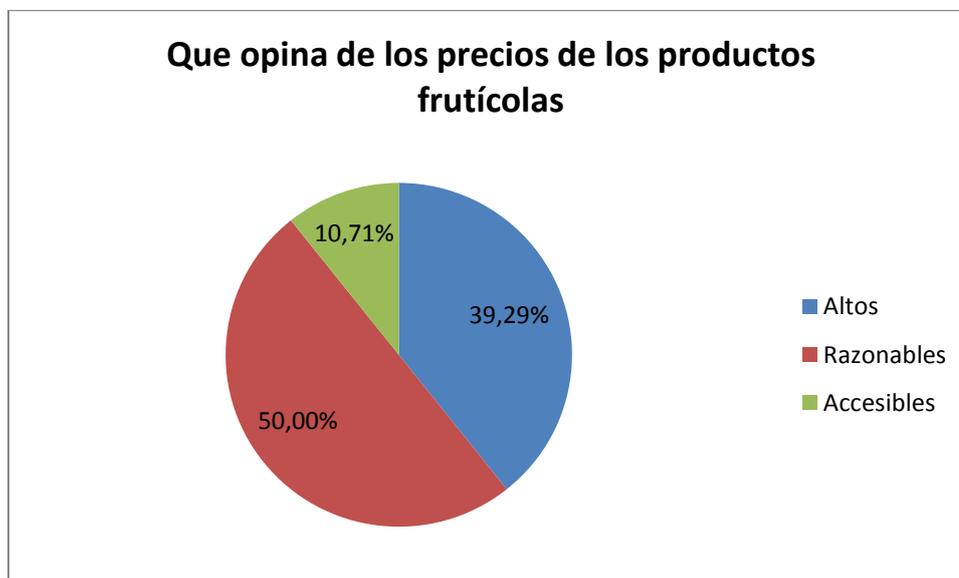
Consecuente con la respuesta de la pregunta anterior, en estas respuestas se evidencia la aceptación de los potenciales consumidores de la fruta de la zona de Apuela y su disposición para adquirir la fruta que consumen en el Centro de Acopio que se instalará como parte de este Proyecto.

22. ¿Considera que los precios de los productos son?

TABLA # 22

N°	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1	Altos	66	39,29%
2	Razonables	84	50,00%
3	Accesibles	19	10,71%
Total		169	100,00%

GRÁFICO # 22



Fuente: Encuesta a Mayoristas
Elaborado por: La autora

i) Análisis

La mitad de los encuestados consideran razonables los precios de la fruta que se encuentra en el mercado local. Con la creación del Centro de Acopio, no solamente van a mejorar las condiciones de almacenamiento y venta, también se mejorarán los procesos de comercialización para los consumidores finales de los productos.

1.6. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

Realizado el análisis interno y externo del entorno, se deduce que el problema es: La inexistencia de un Centro de Acopio de Frutas Tropicales en la parroquia de Apuela, donde existe una elevada producción de estos productos sin que se cuente con un proceso de selección, clasificación, almacenamiento, conservación y distribución, para satisfacer la elevada demanda local y regional.

La realidad actual, es que una buena parte de la producción se pierde por no contar con un sistema de almacenamiento y distribución que por otra parte se entrega a intermediarios con lo cual se incrementan los costos para el consumidor final y disminuye la rentabilidad de los agricultores.

Por lo expuesto, se plantea realizar el siguiente **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO FRUTÍCULA EN APUELA DEL CANTÓN COTACACHI.”**

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

Para comenzar este marco teórico es necesario definir el concepto agricultura puesto que es en el fondo el tema principal del presente trabajo:

La importancia de la definición radica en que se está hablando del uso de un recurso escaso “tierra”, por otra parte, este recurso da trabajo a un porcentaje importante de la población sobre todo en países en vías de desarrollo, los países desarrollados han conseguido depender menos de esta fuente de trabajo trasladando al sector servicios o comercio la creación de puestos laborales, esto no implica que en estos países no exista demanda por alimentos sino que el trabajo agrícola esta altamente tecnificado por tanto el sector depende mayormente de capital y no de mano de obra.

2.1. USO DEL SUELO

En una sociedad moderna, los países crean mapas de uso de suelo por distintos motivos, tributarios, para asentamiento humano, para generación de alimentos, para protección de la flora y fauna, etc., El presente trabajo involucra directamente este concepto al no considerar la factibilidad de la creación de un centro de acopio agrícola en lugares no permitidos legalmente, a nadie en su sano juicio se le ocurriría crear una organización como esta en el centro de una gran urbe, los municipios de Quito y Guayaquil, entre otros prohíben desde hace algunos años el ingreso de camiones de más de cierto tonelaje a lugares muy poblados ciudad para evitar grandes congestionamientos y las pérdidas económicas y de tiempo que estos provocan, como medida complementaria, han obligado a industrias y empresas comerciales de gran envergadura a ubicarse en las afueras de la urbe, si bien, los mercados de productos agrícolas aún persisten en algunas zonas, la tendencia es que vayan desapareciendo y

en su lugar sean reemplazados por mercados mayoristas en las afueras de la ciudad donde los comerciantes medianos o minoristas puedan realizar sus compras y de esa forma abastecer a los consumidores; En vista de lo anterior, es impensable ubicar un centro de acopio agrícola dentro de la ciudad, más bien estos deben estar ubicados cercanos a los predios productores agrícolas donde puedan los mayoristas concurrir.

El concepto de uso de suelo engloba los diferentes usos que el hombre puede hacer de la tierra, su estudio y los procesos que llevan a determinar el más conveniente en un espacio concreto. Menos del 30% de la superficie de nuestro planeta es tierra. No toda ella puede ser utilizada por los humanos, motivo por el cual constituye un recurso natural valioso y sometido, en muchas partes del mundo, a una notable presión. En consecuencia, es importante tener una visión correcta del uso que se le está dando a un espacio concreto y de si éste es el más apropiado.

2.1.1. CLASIFICACIÓN DEL USO DE SUELO

Existen numerosos sistemas de clasificación de usos del suelo, comprendidos en una de estas tres categorías: urbano, urbanizable (apto para ser urbanizado) y no urbanizable (espacios protegidos por su valor agrícola, forestal o ganadero, por sus recursos naturales, valor paisajístico, histórico, cultural o para preservar su flora, fauna o el equilibrio ecológico). Cada uno de estos grandes grupos comprende otras subdivisiones. Así, por ejemplo, la categoría urbana puede incluir un uso residencial o industrial del suelo, entre otros, y la no urbanizable puede englobar tanto un espacio rústico de aprovechamiento agropecuario como un parque nacional. La mayoría de los países y organizaciones estudiosas del tema emplean mapas de usos del suelo, que siguen los sistemas de clasificación que mejor reflejan sus circunstancias y permiten ser cartografiados con una relativa facilidad.

2.1.2. MAPAS DE USOS DE SUELO

La observación directa en el campo a partir de mapas base de reconocimiento y apoyada en el análisis de fotografías aéreas, tradicionalmente ha supuesto la principal fuente de información sobre los usos del suelo. Sin embargo, la introducción de técnicas de sensores remotos colocados en satélites artificiales, capaces de procesar y comparar una gran cantidad de datos, han logrado proporcionar una información más detallada y precisa de los usos del suelo. Éstos pueden ser representados, a modo de mosaico, en mapas de gran precisión, los cambios pueden ser monitorizados a una buena escala y permiten enjuiciar mejor la capacidad de la tierra, que viene definida por factores como el tipo de suelo, el microclima del área considerada, la inclinación o la estabilidad del suelo, que ayudarán a decidir su uso más apropiado.

2.1.3. MODELOS DE USO DE SUELO

En la página web www.monografias.com, es posible encontrar la siguiente opinión: Los modelos de usos del suelo han sido concebidos para demostrar la influencia tanto de rasgos naturales como de factores socioeconómicos.

Uno de los modelos de uso de suelo agrícola mejor conocido fue desarrollado en 1820 por el ingeniero agrónomo alemán Johann Heinrich von Thünen, y publicado en 1826 bajo el título *Der Isolierte Staat (El estado aislado)*. Este estudio trataba de explicar la variación del uso del suelo agrícola con la distancia a los mercados centrales. Von Thünen asumía en principio la existencia de áreas naturales en torno a una llanura agrícola, que presentaba unas condiciones uniformes de clima, fertilidad y acceso a un único mercado, situado en el centro de la planicie, el 'estado aislado'. También partía de la premisa de que el coste del transporte se incrementaba en proporción directa con la distancia desde el centro de mercado.

2.1.3.1. Intensidad de la producción

De acuerdo con el primer modelo, la intensidad de la producción de una cosecha disminuye con la distancia al centro de mercado. Esto se debe a que todos los agricultores en el estado aislado se enfrentan a los mismos costes de producción por unidad de tierra, rinden la misma cosecha y reciben el mismo precio por unidad de peso para esa cosecha. De este modo, el coste del transporte es el único factor variable y, por tanto, el determinante de la renta local que el agricultor recibe por su producción, que equivaldría al total de los ingresos percibidos por la cosecha obtenida en una unidad de tierra, menos el total de los costes de producción y de transporte al mercado central, aunque tiene en cuenta que el rendimiento normalmente no aumenta en proporción directa al incremento en los costes de producción.

2.1.3.2. Localización de la cosecha

El segundo modelo, el cual se deriva del primero, afirma que la localización de las diferentes actividades agrícolas está determinada por los costes de producción y el rendimiento por unidad de tierra, así como por los costes de transporte y los precios de mercado por unidad de peso. A una distancia dada del centro de mercado, la cosecha con el más elevado arrendamiento (renta) local aumentará. Los productos que soportan los mayores costes de transporte (también normalmente de producción), y, por lo tanto, aquellos donde el arrendamiento o renta local disminuye más bruscamente con la distancia, aumentarán si están más cerca del centro de mercado. Esto conduce a un modelo de zonas concéntricas de producción en torno al mercado central, donde actividades como la horticultura se desarrollarían más cerca del centro

de mercado, mientras que las zonas más alejadas se destinarían a otras extensivas, como el pastoreo.

Posteriormente, Von Thünen intentó acercar estos modelos a la realidad introduciendo otros factores, como una carretera principal o río, que hacen posible un transporte más rápido y barato, o la existencia de otro centro de mercado. Esto dio lugar a unos patrones más complejos de usos del suelo, cuya constatación, en países como Uruguay, Australia o Etiopía, llevó a verificar la validez de algunos conceptos derivados de estos modelos o subyacentes a ellos. Hoy, sin embargo, los factores económicos son más fuertes y complejos que aquellos considerados por Von Thünen. Además, ciertas actividades agrícolas contempladas en su modelo, como la explotación forestal para su utilización como combustible, actualmente tienen poca importancia en los países desarrollados.

2.1.4. INFLUENCIAS MODERNAS EN EL USO DEL SUELO AGRÍCOLA

Los factores económicos ejercen una gran influencia sobre el uso del suelo agrícola, especialmente los costes derivados de los créditos o préstamos y la política gubernamental en esta materia; así, los controles en la producción de un determinado cultivo, la disponibilidad de subsidios, las cuotas fijadas, el marco establecido al margen de la tierra a cambio de una compensación económica y los planes para hacer los terrenos menos dependientes de una sola actividad se combinan para crear un complejo modelo en constante cambio sobre el uso del suelo agrícola. El impacto de estos factores es mucho mayor de lo que imaginaba Von Thünen. En Europa, por ejemplo, las decisiones de los agricultores sobre sus tierras están cada vez más determinadas por la política agraria común de la Unión Europea. Además, en la actualidad los transportes permiten acercar rápidamente los productos agrícolas a los mercados mundiales, por lo que, de este modo, el uso que se está dando a un determinado espacio puede responder a las demandas de otros lugares del globo.

2.1.5. CONFLICTOS EN EL USO DEL SUELO

Los conflictos en el uso del suelo surgen entre las áreas urbanas y rurales y dentro de cada una de ellas. Ejemplos de estos conflictos se encuentran en las áreas urbanas en relación con los denominados cinturones verdes, y en los cambios en el paisaje rural que trae consigo la creación de embalses y la construcción de carreteras nuevas. Propuestas para modificar los usos del suelo son objeto de estudio en muchos países, para controlar el planeamiento y asegurar que las decisiones no sean tomadas ligeramente tras un análisis superficial. En algunas naciones, la controversia entre diferentes propuestas de planeamiento urbano puede convertirse en una cuestión pública, como ha ocurrido en el Reino Unido o Suiza.

Para el desarrollo del trabajo, consideramos de vital importancia las teorías de Von Thünen, en el sentido de que la creación de un centro de acopio de productos frutícolas en Apuela del Cantón Cotacachi, logrará crear un mercado cercano a la tierra de los agricultores de estas zonas consiguiendo por tanto una importante disminución de costos por concepto de transporte de la cosecha y por otra parte fomentará la competencia con otros centros de acopio de la provincia estimulando la demanda por la producción agrícola de la zona estudiada, desde otro punto de vista y como consecuencia de lo anterior, estas tierras conseguirán aumentar su plusvalía dando a estos agricultores alternativas laborales con las que actualmente no cuentan.

2.2. LA EMPRESA

2.2.1 DEFINICIÓN DE EMPRESA

Se han seleccionado varias definiciones de autores, con el fin de fundamentar conceptos importantes, por ejemplo el de empresa, sobre el cual se afirma que toda empresa basa su actividad económica en el intercambio de bienes y servicios con la finalidad de satisfacer al consumidor y obtener una razonable utilidad.

BRAVO, Mercedes; 2007: “Es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad”(Pág. 3).

Así pues, la empresa es un conjunto de recursos humanos, materiales, financieros, tecnológicos y naturales unidos por un mismo propósito comercializar un bien o servicios para satisfacer las necesidades requeridas del mercado a donde está direccionada.

2.2.2. CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA

Existen algunos criterios para clasificar las empresas, para efectos contables se consideran más útiles los siguientes: por su naturaleza, por el sector al que pertenece y por la integración de capital.

Según la autora **BRAVO, Mercedes; 2007; Pág. 3;** en su libro titulado “Contabilidad General”, determina la siguiente clasificación:

2.2.2.1. POR SU NATURALEZA

- a) Empresas Industriales:** Son aquellas que se dedican a la transformación de materias primas en nuevos productos.
- b) Empresas Comerciales:** Son aquellas que se dedican a compra - venta de productos, convirtiéndose en intermediarias entre productos y consumidores.

- c) **Empresas de Servicios:** Son aquellas que se dedican a la venta de servicios a la colectividad.

2.2.2.2POR EL SECTOR AL QUE PERTENECE

- a) **Empresas Públicas:** Son aquellas cuyo capital pertenece al sector público (Estado).
- b) **Empresas Privadas:** Son aquellas cuyo capital pertenece al sector privado (personas naturales o jurídicas)
- c) **Empresas Mixtas:** Son aquellas cuyo capital pertenece tanto al sector público como al sector privado (personas jurídicas).

2.2.2.3POR LA INTEGRACIÓN DEL CAPITAL

- a) **Unipersonales:** Son aquellas cuyo capital pertenece a una persona natural.
- b) **Pluripersonales:** Son aquellas cuyo capital pertenece a dos o más personas naturales.

2.2.3. MICROEMPRESA

2.2.3.1. DEFINICIÓN

MONTERO, Edgar; 2005: “Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o prestación de servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variable y gastos de fabricación” (Pág. 15).

Como se aprecia, la microempresa es la unión de varias personas que por lo general son miembros de una misma familia, se caracterizan por su pequeña dimensión y producen, industrializan y comercializan sus productos, dejando de lado a los conocidos intermediarios y estrechando su relación entre los consumidores y los productores

MARTINEZ, Patricio; 1999: “Unidad de producción de mercancías o servicios que se caracterizan por su pequeña dimensión, por la relativa sencillez de la

tecnología aplicada, por la escasa división de trabajo y por la forma artesanal en que se realiza el proceso productivo”(Pág. 67).

2.2.3.2. OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA

La microempresa debe tener objetivos que sean capaces de a futuro transformarse en metas específicas y trabajos bien definidos, ya que del buen manejo de estos dependerá la supervivencia de la microempresa.

Según el autor **MONTERO, Edgar; 1995; Pág. 21**; en su libro titulado “Manual de Gestión Micro empresarial”, determina la siguiente clasificación:

2.2.3.3. Objetivo de comercialización.- La microempresa debe ser capaz de crear un cliente que constituya un soporte fundamental para su producción y mantenimiento.

2.2.3.4. Objetivo de innovación.- Debe ser capaz de innovar, de lo contrario la competencia lo dejará relegada.

2.2.3.5. Objetivo sobre Recursos Humanos.- Debe determinar objetivos relacionados con el suministro, empleo y desarrollo de los recursos humanos.

2.2.3.6. Objetivo de Productividad.- Debe emplearse adecuadamente los recursos y la productividad debe crecer para que la microempresa sobreviva.

2.2.3.7. Objetivo relacionado con las Dimensiones Sociales de la Microempresa.- Debe afrontar responsabilidades sociales por cuanto existe en la sociedad y la comunidad, hasta el punto que asume la responsabilidad de su propia influencia sobre el ambiente.

2.2.3.8. Objetivo de Supervivencia.- Le permite obtener la actividad productiva o de servicios, los ingresos necesarios para la realización de sus gastos básicos y mantener siempre un capital mínimo necesario para

la reposición de materias primas, mano de obra y gastos de fabricación para la elaboración de sus productos.

2.2.3.9. Objetivo de Crecimiento.- Los resultados de la actividad productiva de la microempresa, permiten a sus dueños ir fortaleciendo y creciendo en sus negocios y se refleja en mayores ingresos, mayor rotación de inventarios, mayor demanda de sus productos y consecuentemente mejores niveles de ganancias.

2.2.3.10. Objetivo de Rentabilidad.- Se logra si se fortalece las áreas de resultados, lo mismo que dependerán de las estrategias de cada microempresa.

2.3. CENTROS DE ACOPIO

Según el sitio web http://es.wikipedia.org/wiki/Centros_de_acopio “Los centros de acopio cumplen la función de reunir la producción de pequeños productores para que puedan competir en cantidad y calidad en los mercados de los grandes centros urbanos”.

Los Centros de Acopio, vienen a ser las fases inmediatamente siguientes a la de producción primaria (cosecha), cuyo principal objetivo es acopiar el producto de los Cultivos.

2.3.1. NÚCLEO DE ACOPIO PRIMARIO

Son los Centros de Acopio, encargados de recolectar y concentrar los resultados de los Cultivos en los períodos de cosecha o de saca, de los propios lugares de producción, con lo que se logra evitar principalmente la migración, evitando de esta manera el abandono de los pobladores agrícolas o pecuarios de sus lugares de origen, ahorrándoles un desperdicio innecesario de tiempo en ofertar y colocar sus productos. Están constituidos por individuos o grupos

asociativos dedicados exclusivamente a la recolección y acopio de los productos agrícolas y pecuarios de todas y cada una de las Unidades Básicas de Producción; concentrando los productos en almacenes especialmente contruidos, en los que se seleccionan y empaacan para su envío a los mercados, Centros de procesamiento o beneficio, centros artesanales, industriales o mercado exterior según los casos.

2.3.2. NÚCLEO DE ACOPIO SECUNDARIO

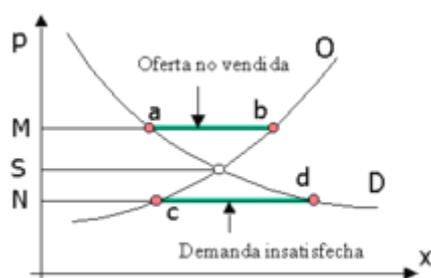
Son Centros de Acopio encargados de la recolección, almacenamiento, selección y empaque de productos procesados, provenientes de Núcleos artesanales o Industriales, y que luego los derivarán a los mercados interno o externo; estos núcleos de acopio secundario, están constituidos por individuos o grupos asociativos, preparados para el manejo de productos terminados y con capacidad de gestión en la comercialización y exportación de los productos que correspondan a una red específica en cada caso.

2.3.3. NÚCLEO DE ACOPIO RESIDUAL

Son Centros de Acopio, constituidos por personas naturales o grupos asociativos, encargados de recolectar los residuos resultantes del beneficio o transformación de productos agropecuarios, debidamente capacitados y conformantes de Unidades Básicas de Producción.

2.4. OFERTA Y DEMANDA

La ley de la **oferta y demanda** es el modelo económico básico de la formación de precios de mercado de los bienes, usándose para explicar una gran variedad de fenómenos y procesos tanto macro como microeconómicos. Además, sirve como base para otras teorías y modelos económicos



El modelo se basa en la relación entre el precio de un bien y las ventas del mismo y asume que en un mercado de competencia perfecta, el precio se establecerá en un punto —llamado *punto de equilibrio*— en el cual el se produce un vaciamiento del mercado, es decir, todo lo producido se vende y no queda demanda insatisfecha

La ley de la Oferta y la Demanda

- 1.- Cuando, al precio corriente, la demanda excede la oferta, el precio tiende a aumentar. Inversamente, cuando la oferta excede la demanda, el precio tiende a disminuir.
- 2.- Un aumento en el precio tiende, más tarde o más temprano, a disminuir la demanda y a aumentar la oferta. Inversamente, una disminución en el precio tiende, más tarde o más temprano, a aumentar la demanda y disminuir la oferta.
- 3.- El precio tiende al nivel en el cual la demanda iguala la oferta.

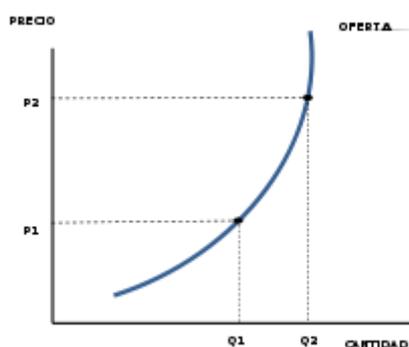
El modelo establece que en un mercado libre, la cantidad de productos ofrecidos por los productores y la cantidad de productos demandados por los

consumidores dependen del precio de mercado del producto. La **ley de la oferta** indica que la oferta es directamente proporcional al precio; cuanto más alto sea el precio del producto, más unidades se ofrecerán a la venta. Por el contrario, la **ley de la demanda** indica que la demanda es inversamente proporcional al precio; cuanto más alto sea el precio, menos demandarán los consumidores. Por tanto, la oferta y la demanda hacen variar el precio del bien.

Según la ley de la oferta y la demanda, y asumiendo esa competencia perfecta, el precio de un bien se sitúa en la intersección de las curvas de oferta y demanda. Si el precio de un bien está demasiado bajo y los consumidores demandan más de lo que los productores pueden poner en el mercado, se produce una situación de escasez, y por tanto los consumidores estarán dispuestos a pagar más. Los productores subirán los precios hasta que se alcance el nivel al cual los consumidores no estén dispuestos a comprar más si sigue subiendo el precio. En la situación inversa, si el precio de un bien es demasiado alto y los consumidores no están dispuestos a pagarlo, la tendencia será a que baje el precio, hasta que se llegue al nivel al cual los consumidores acepten el precio y se pueda vender todo lo que se produce

2.4.1 La curva de oferta

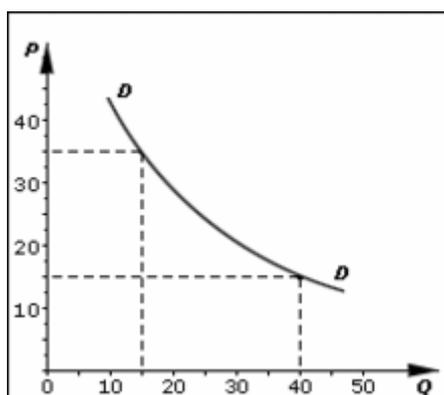
La segunda ley enunciada (ver II arriba) establece que, ante un aumento en el precio de un bien, y asumiendo un mercado competitivo, la cantidad ofrecida de ese bien va a ser mayor; es decir, los productores de bienes y servicios aumentarán la producción. Esto es generalmente referido como “Ley de la oferta”



Debido a que la oferta es proporcional al precio, las curvas de oferta son, generalmente pero no siempre, crecientes. Además, y debido a la ley de rendimientos decrecientes, la pendiente de una curva de oferta suele ser también creciente (es decir, suele ser una función convexa).

2.4.2 La curva de la demanda

La curva de demanda representa la relación entre la cantidad de un bien o conjunto de bienes y servicios que los consumidores desean y están dispuestos a comprar en relación al precio del mismo, suponiendo que el resto de los factores se mantienen constantes. La curva de demanda es por lo general decreciente, es decir, a mayor precio, los consumidores comprarán menos. Esto es generalmente conocido como la “ley de la demanda



Los determinantes de la demanda de un individuo son el precio del bien, el nivel de renta, los gustos personales, el precio de los bienes sustitutos, y el precio de los bienes complementarios.

La pendiente y forma de la curva de la demanda representa la Elasticidad precio de la demanda, con extremos en una línea vertical (demanda totalmente inelástica, representando el caso en el cual el cambio en la demanda es mayor que el cambio en los precios) y una línea horizontal, o demanda totalmente elástica, con cambios en demanda superiores a los cambios en los precios (por ejemplo, en un mercado perfectamente competitivo, el aumento de precios por una empresa puede llevar a que esa empresa pierda todo sus ventas

2.5 LA PRODUCCIÓN

CONCEPTO.- En términos generales producción es la acción de producir un bien o un servicio en bien de un individuo o de una sociedad en general.

Desde un punto de vista más amplio, en economía el término producción no es si no la acción de producir un bien o un servicio dentro de cualquier clase social. Y que este está implícito con el costo de este bien

Todo proceso de producción de un bien supone el consumo o desgaste de una serie de factores productivos, el concepto de coste está íntimamente ligado al sacrificio incurrido para producir ese bien. Todo coste conlleva un componente de subjetividad que toda valoración supone.

Concepto marxista que es constitutivo para la teoría de los modos de producción social. La categorización de cada modo de producción requiere que las relaciones económicas se definan como un tipo de relación social, específicamente: entre los hombres respecto de las cosas, y no de los hombres con las cosas. En el materialismo histórico de Marx, cada formación social específica cuenta con unas determinadas relaciones de producción y, a la vez, un grado especial de desarrollo histórico de las fuerzas productivas materiales. Existen relaciones de producción primitivas, antiguas, feudales, y capitalistas, cada una de ellas correspondiente a la sociedad primitiva, la sociedad antigua, la sociedad feudal y la sociedad capitalista, y cada una de ellas correspondiente a diferentes formas de división social del trabajo y propiedad de los medios de producción.

2.6 PRECIO

Generalmente se denomina **precio** al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio o, mas en general, una mercancía cualquiera.

A pesar que tal pago no necesariamente se efectúa en dinero los precios son generalmente referidos o medidos en unidades monetarias. Desde un punto de vista general, y entendiendo el dinero como una mercadería, se puede considerar que bienes y servicios son obtenidos por el trueque, que, en

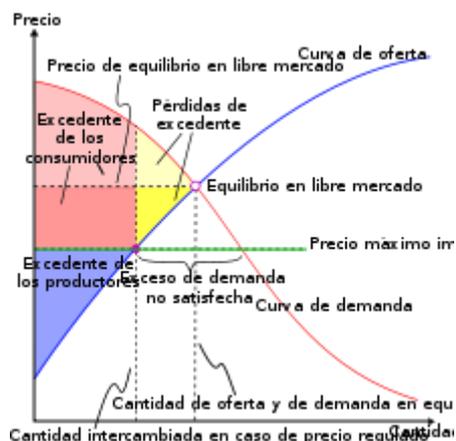
economías modernas, generalmente consiste en intercambio por, o mediado a través del, dinero.

En el desarrollo de la economía ha habido debate prolongado acerca de la relación entre el precio y el valor. Originalmente, la escuela clásica consideraba que el precio dependía directamente del valor, entendido como la cantidad de trabajo encapsulada en la producción de una mercancía dada (ver Teoría del valor-trabajo). Posteriormente, a partir del trabajo de los marginalistas, se llegó a concebir que el precio depende de la utilidad que cada individuo asigna al bien o servicio en cuestión. Una opinión que está llegando a ser de creciente influencia, a partir del trabajo de Piero Sraffa, es que el precio se determina en relación a un paquete de productos o **mercaderías básicas** o **numerario** (incluyendo el trabajo) que son fundamentales para la producción de los bienes de todo tipo. (ver Producción de mercancías por medio de mercancías)

Dado que la relación entre valor (entendido como la cantidad de esas mercaderías básicas utilizadas en la producción) y precios constituyen la base de la ganancia, analizar la relación que se da entre el *valor* y el *precio* permite identificar la estrategia de precio que a largo plazo puede resultar exitosa para una compañía. (ver Valor agregado)

A lo largo del tiempo los precios pueden crecer (inflación) o decrecer (deflación). Estas variaciones se determinan mediante el cálculo del índice de precios, existiendo varios como el denominado Índice de Precios al Consumidor (IPC)

2.6.1 Precios y mercados

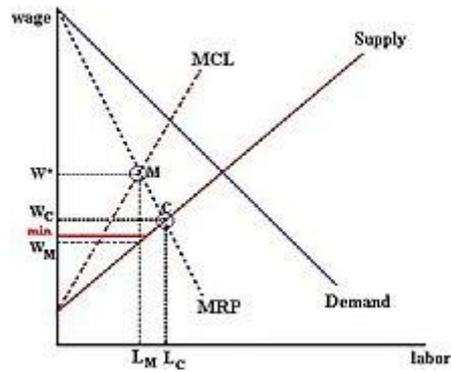


Precio de equilibrio en un mercado libre.

En un mercado cualquiera, el precio puede estudiarse desde dos perspectivas. La del comprador, que lo utiliza como una referencia de utilidad potencial, y la del vendedor, para el o la cual significa primero una guía de los posibles ingresos de sus actividades y, segundo, el método por el que convierte las mismas en beneficios.

Desde este punto de vista hay varios conceptos que conviene mantener presentes: **precio de oferta**, o precio al que el vendedor ofrece su mercadería. **precio de demanda** es el cual un vendedor está dispuesto a comprar. Precio de mercado o **precios observados** son los precios a los cuales ocurrieron compras y ventas reales.

En una situación teórica —de mercado libre— el precio se fijaría mediante la ley de la oferta y la demanda. En el caso de un monopolio el precio “es en cada ocasión el más alto que se puede expresar de los compradores, o el que, se supone, van a consentir dar.”



En una situación real - de competencia imperfecta- los precios se determinan a través de otros mecanismos, tales como la maximización del Ingreso marginal (ver también oligopolio; ologopsonio, Competencia monopolística, etc.)

2.7 MERCADO

Desde el punto de vista del marketing, el **mercado** está formado por todos los consumidores o compradores actuales y potenciales de un determinado producto. El tamaño de un mercado, desde este punto de vista, guarda una estrecha relación con el número de compradores que deberían existir para una determinada oferta.

Todos los integrantes del mercado deberían reunir tres características: deseo, renta y posibilidad de acceder al producto. Desde la óptica de la administración de la comercialización el concepto de mercado está muy imbricado al de demanda y del consumidor, para un correcto entendimiento se deben estudiar los tres términos en conjunto. El marketing pretende aumentar tanto la cuota de mercado como el tamaño del mercado de un determinado producto, entre otros objetivos.

Mercado desde el punto de vista del comprador

La definición de mercado en marketing, hace que sea útil distinguir entre diferentes tipos de mercados en función de la taxonomía de agente de compra en dicho mercado, así tenemos mercados de individuos, mercado de empresas y mercado gubernamental. Cada uno de esos tipos de agentes puede

presentar una conducta diferente, razón por la que resulta útil distinguir los mercados de esa manera.

- Mercados de individuos: Este mercado está constituido por todos los individuos y hogares que compran productos para consumo personal. Estos consumidores varían notablemente en términos de edad, ingresos, nivel educativo, patrones de movilidad y gustos

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. INTRODUCCIÓN

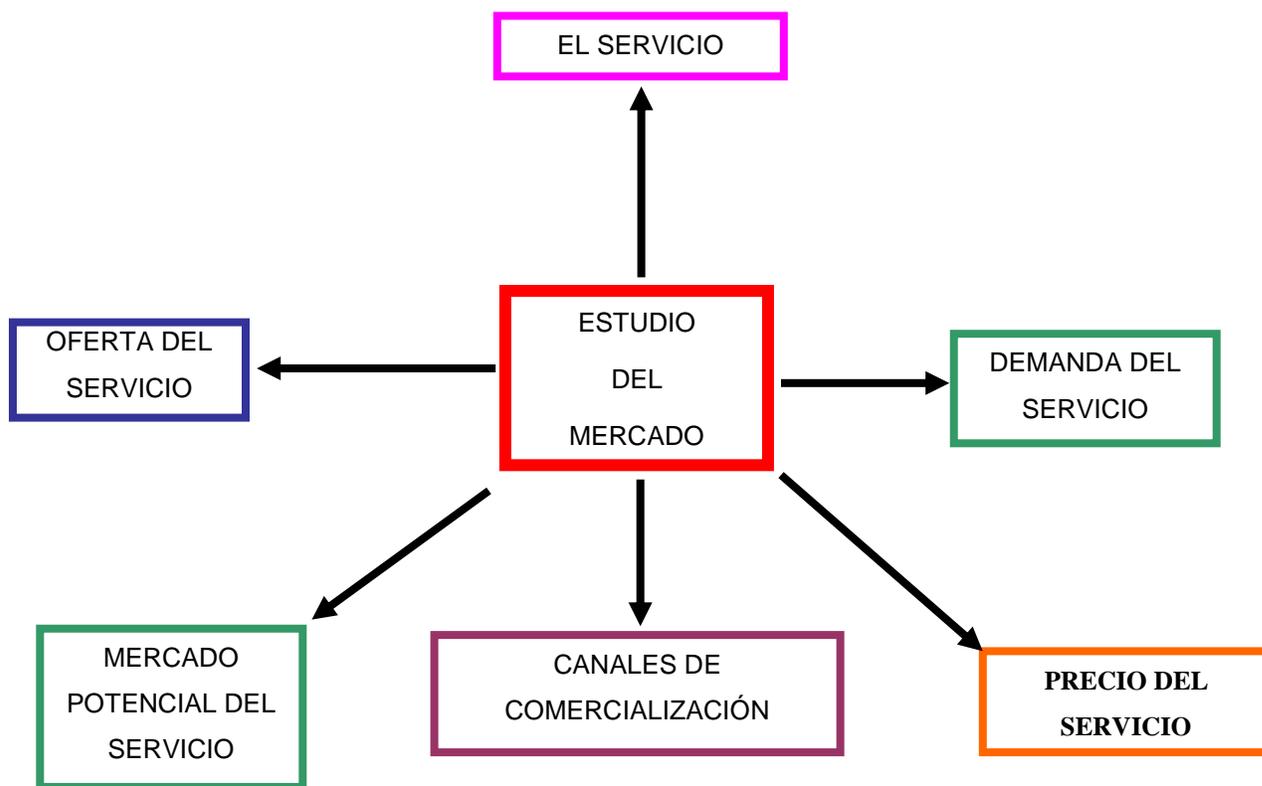
El estudio del mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico, por espacio se entiende:

- 1.1.1. La necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada.
- 1.1.2. También identifican las empresas productoras y las condiciones en que se está suministrando el bien.
- 1.1.3. Igualmente el régimen de formación del precio y de la manera como llega el producto de la empresa productora a los consumidores y usuarios.

El estudio de mercado está compuesto por bloques, buscando identificar y cuantificar, a los participantes y los factores que influyen en su comportamiento, busca probar que existe un número suficiente de consumidores, productores y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo.

Para fines prácticos están estructurados en bloques que buscan analizar el comportamiento pasado y proyectar el futuro de los agentes participantes en él.

3.1. ESQUEMA DE UN ESTUDIO DE MERCADO



Elaborado por La autora

3.2. EL SERVICIO

El servicio que se analiza en este proyecto dice relación con la creación de un centro de acopio frutícola en la Parroquia de Apuela del cantón de Cotacachi.

3.2.1. SERVICIO PRINCIPAL

El objeto del proyecto es acortar la cadena de distribución de los productos cosechados por los agricultores de las zonas antes mencionadas, de conseguir el objetivo, se lograría llegar al consumidor final con un menor precio de venta así

también, los agricultores obtendrían mejores retorno por su producción, por tanto se puede identificar el producto principal como el centro de acopio donde los productores comercialicen su producción directamente al consumidor final o intermediarios mayoristas o minoristas.

3.3. EL CONSUMIDOR

3.3.1. POBLACIÓN

La estimación de la población a la cual accede el proyecto está conformada por los habitantes de Apuela del cantón de Cotacachi, en esta se concentran 48 agricultores cuya producción agrícola en adelante pasará a conformar la oferta del proyecto, el destino de estos producto se orienta principalmente a las ciudades de Cotacachi, Otavalo y por supuesto Ibarra, que en cierto sentido se podría tratar de un mercado cautivo por su cercanía al centro de acopio; según datos del INEC, estas tres ciudades reúnen un total de 343.747 habitantes tanto rurales como urbanos, este total se desglosa de la siguiente manera: Ibarra, 187.706 habitantes, Otavalo 110.461 y Cotacachi 45.580 personas.

De acuerdo al censo del INEC, la tasa de crecimiento promedio de los últimos cinco años es del 2.04% en la provincia de Imbabura, por tanto se usará ese porcentaje para estimar la demanda futura.

3.4. DEMANDA

Para el cálculo de la demanda compuesta principalmente por: Yuca, Naranja, Papaya, Piña, Guayaba, Guaba, Tomate de árbol, Mora, Naranjilla (se excluyen la caña de azúcar y el café por tener un sistema de comercialización eficiente) se analizó la situación en su conjunto incluyendo solo los rubros más importantes,

estos son los cultivos de naranja, yuca, tomate de árbol Y naranjilla, los datos fueron obtenidos del III censo nacional agropecuario del Ecuador, INEC-MAG-SICA e investigación de campo efectuado por la autora, los cultivos examinados representan aproximadamente el 90% del total de hectáreas cultivadas en la zona, el resto se divide en guabas, piñas, papayas, guayaba y mora.

3.4.1. SITUACIÓN ACTUAL DE LA DEMANDA

La demanda del año 2010 de naranja, naranjilla, tomate de árbol, yuca y otros productos de menor importancia es ilustrada en la siguiente tabla:

TABLA # 23 DEMANDA DURANTE EL AÑO 2010

TONELADAS	COMERCIANTES QUE ADQUIEREN	TOTAL DEMANDA	NARANJA	NARANJILLA	OTROS	TOMATE DE ARBOL	YUCA
20	27	540	540				
10	16	160		160			
3	20	60			60		
10	18	180				180	
10	13	130					130
53	94	1070	540	160	60	180	130

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Gráficamente, la situación se representa a continuación:

GRÁFICO # 23 DEMANDA DURANTE EL AÑO 2010



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

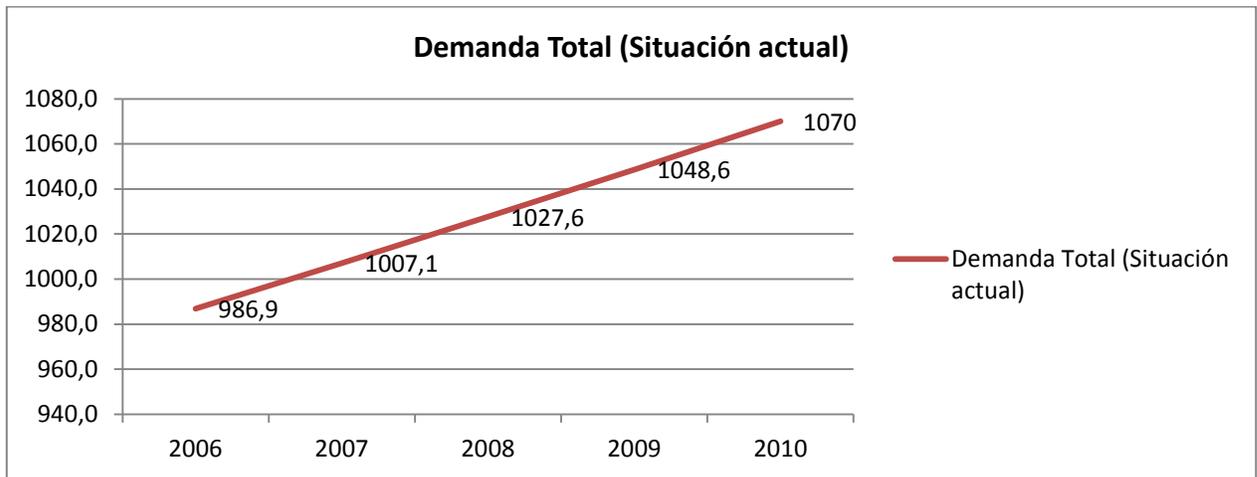
La proyección logarítmica para la demanda de años anteriores (2006-2009), es la siguiente, tomando como base el año 2010.

Año	2006	2007	2008	2009	2010
naranja	498	508	519	529	540
yuca	120	122	125	127	130
tomate árbol	166	169	173	176	180
otros	55	56	58	59	60
naranjilla	148	151	154	157	160
Total	987	1007	1028	1049	1070

Fuente: investigación de campo
Elaborado por: La autora

Gráficamente:

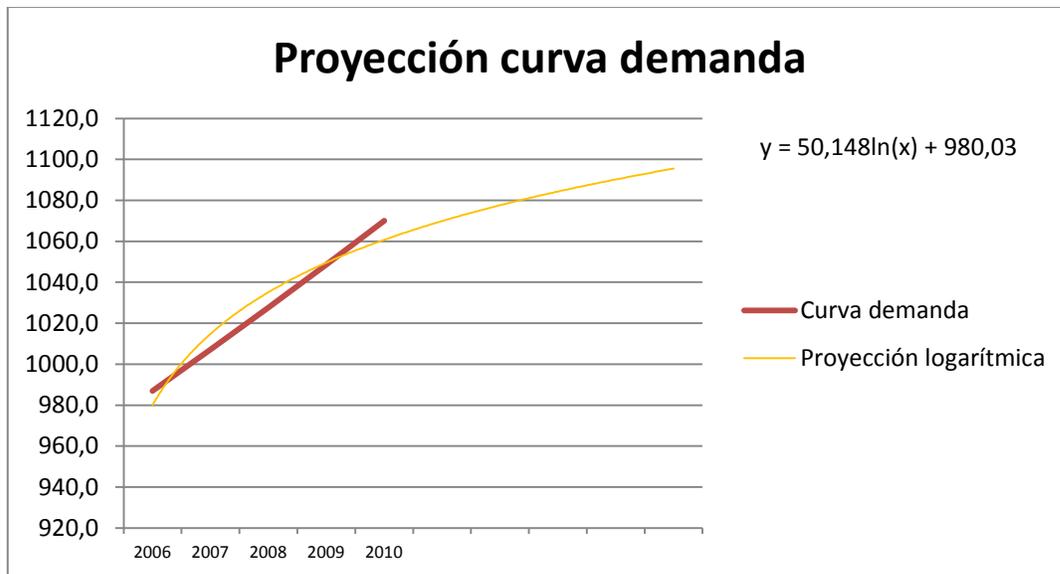
GRÁFICO # 24



Elaborado por: La autora

Por tanto, es factible establecer una tasa de crecimiento de la producción a partir del gráfico 2 para los años 2011 al 2015 mediante una proyección logarítmica:

GRÁFICO # 25



Elaborado por: La autora

3.4.2. SITUACIÓN FUTURA

La proyección para los cinco próximos periodos realizada mediante una proyección logarítmica en base a series de tiempo queda representada en la siguiente tabla:

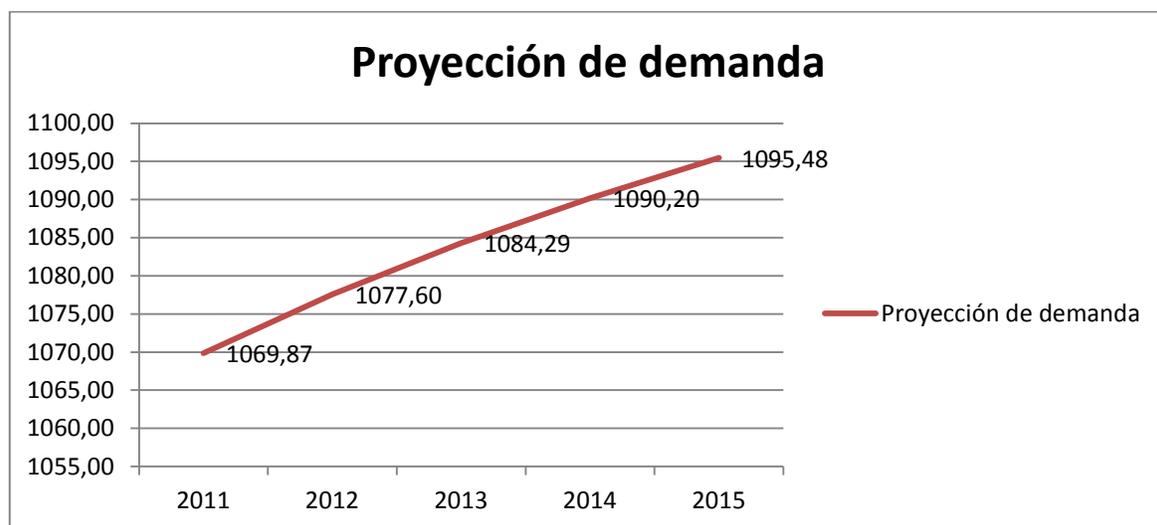
TABLA # 24 PROYECCIÓN DE CANTIDAD DEMANDADA PARA LOS PRÓXIMO CINCO AÑOS

	2011	2012	2013	2014	2015
NARANJA	327,51	329,88	331,93	333,73	335,35
NARANJILLA	316,59	318,88	320,86	322,61	324,17
OTROS	70,96	71,47	71,92	72,31	72,66
TOMATE DE ARBOL	163,76	164,94	165,96	166,87	167,68
YUCA	191,05	192,43	193,62	194,68	195,62
TOTAL	1069,87	1077,60	1084,29	1090,20	1095,48

Elaborado por: La autora

Siguiendo el esquema anterior, gráficamente esta situación se representa mediante el siguiente gráfico:

GRÁFICO # 26



Elaborado por: La autora

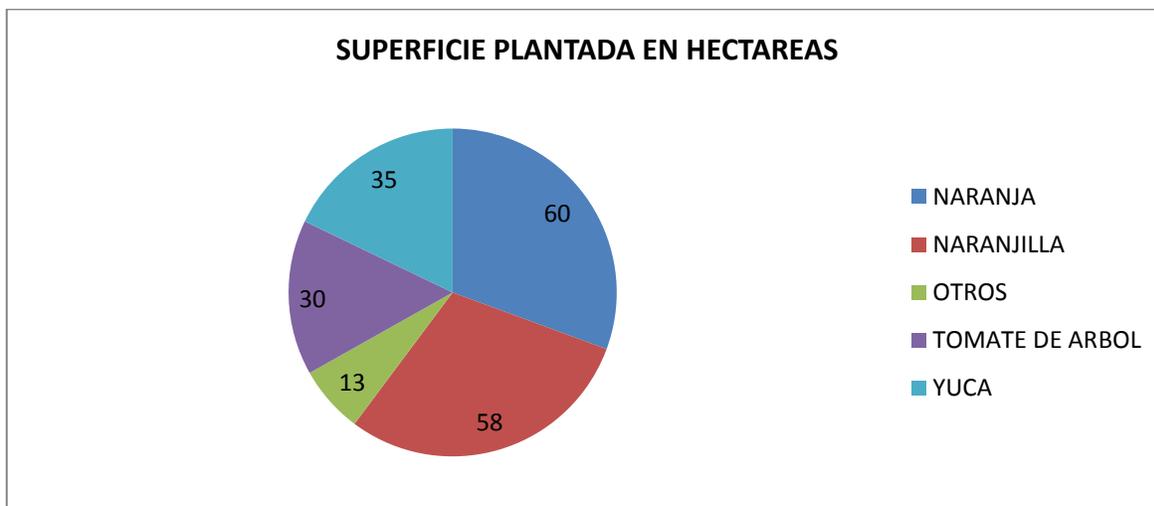
El gráfico 26 representa la demanda proyectada de naranja, naranjilla, tomate de árbol, yuca y otros productos de menor importancia para los años 2011 al 2015.

3.5. OFERTA DEL PRODUCTO

3.5.1. SITUACIÓN ACTUAL

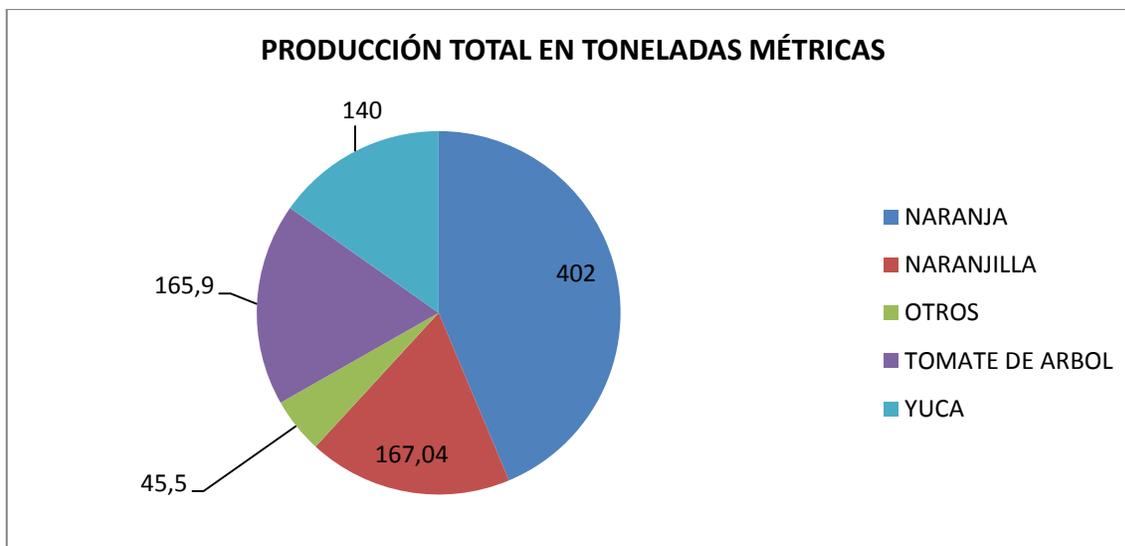
La oferta de productos de los cantones en estudio se ilustra mediante los siguientes gráficos:

GRÁFICO # 27



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO # 28



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

La cantidad ofertada durante el año 2010 fue la siguiente:

TABLA # 25: CANTIDAD OFERTADA AÑO 2010

	SUPERFICIE (HC.)	PRODUCCIÓN (T.M.)	PORCENTAJE (H.C.)
NARANJA	60	402	30,61%
NARANJILLA	58	167,04	29,59%
OTROS	13	45,5	6,63%
TOMATE DE ARBOL	30	165,9	15,31%
YUCA	35	140	17,86%
TOTAL	196	920,44	100,00%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

Como se aprecia, los productos más importantes a considerar son naranja, naranjilla, el tomate de árbol y la yuca, en los cuales se obtiene un excedente importante, el resto de los productos no representan un volumen interesante que incentive a mayoristas de centros urbanos mayores, se consideró entonces incluir estas producciones aptas para consumo de sus productores y en el mejor de los casos ser comercializadas en escasas cantidades.

La cantidad ofertada total desde el año 2006 al 2010 queda expresada en la siguiente tabla:

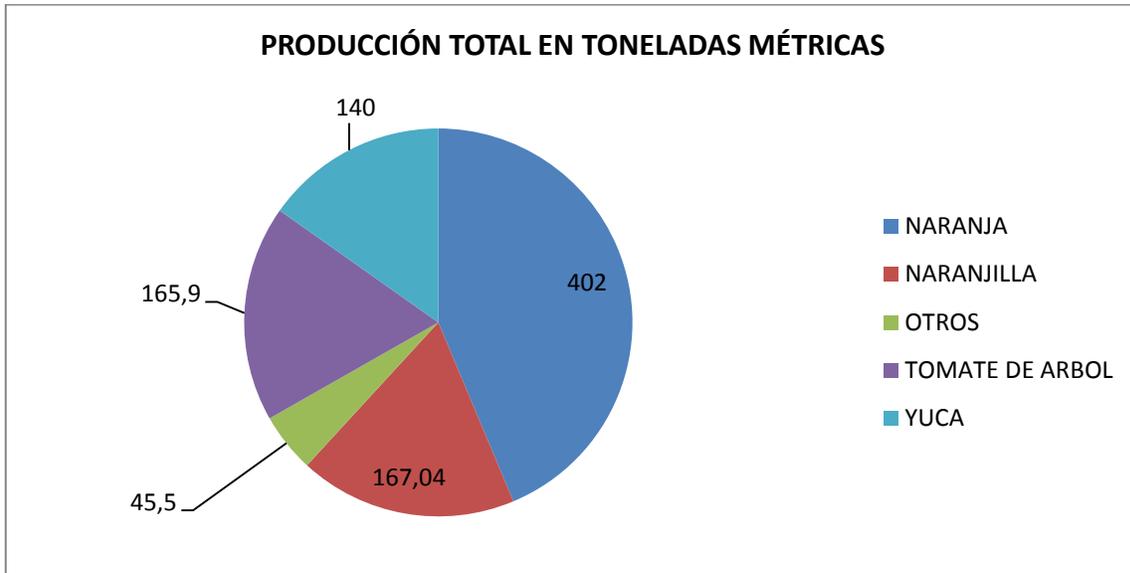
TABLA 26: OFERTA TOTAL

Años/Producto	2006	2007	2008	2009	2010
	PRODUCCIÓN (T.M.)				
NARANJA	370,8	378,4	386,1	394,0	402,0
NARANJILLA	154,1	157,2	160,4	163,7	167,0
OTROS	42,0	42,8	43,7	44,6	45,5
TOMATE DE ARBOL	153,0	156,1	159,3	162,6	165,9
YUCA	129,1	131,8	134,5	137,2	140,0
TOTAL (T.M.)	849,0	866,3	884,0	902,0	920,4

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

Gráficamente:

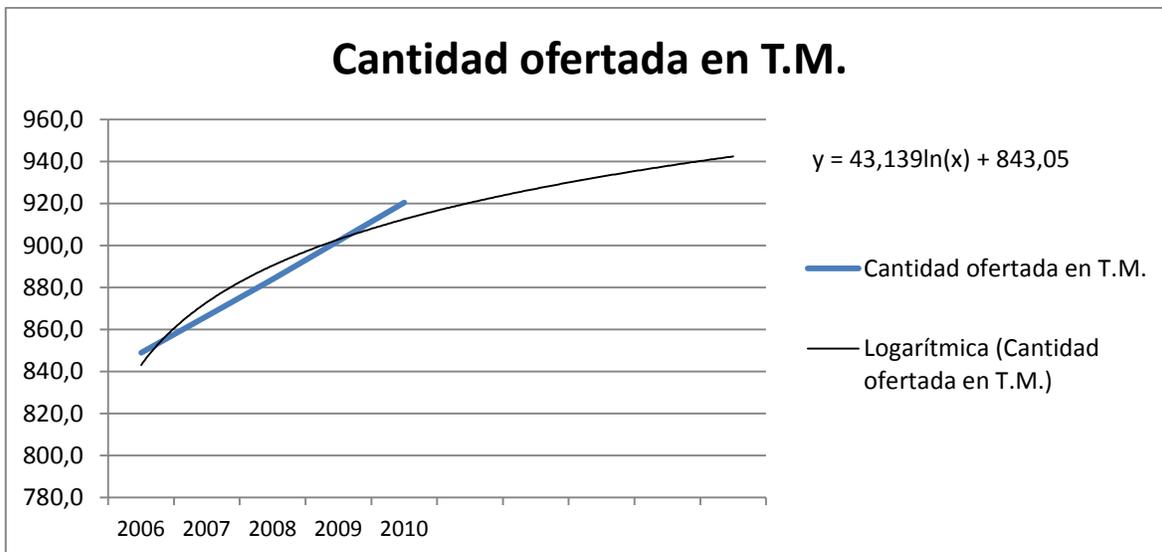
GRÁFICO # 29: CANTIDAD OFERTADA EN TONELADAS MÉTRICAS



Elaborado por: La autora

La cantidad ofertada total de naranja, naranjilla, el tomate de árbol y la yuca expresada en toneladas métricas se grafica de la siguiente forma junto a su proyección a cinco periodos (curva logarítmica):

GRÁFICO # 30



Elaborado por : La autora

3.5.2. SITUACIÓN FUTURA. PROYECCION DE LA OFERTA

La proyección de oferta para los cinco próximos periodos, utilizando la proyección logarítmica, está ilustrada en la siguiente tabla:

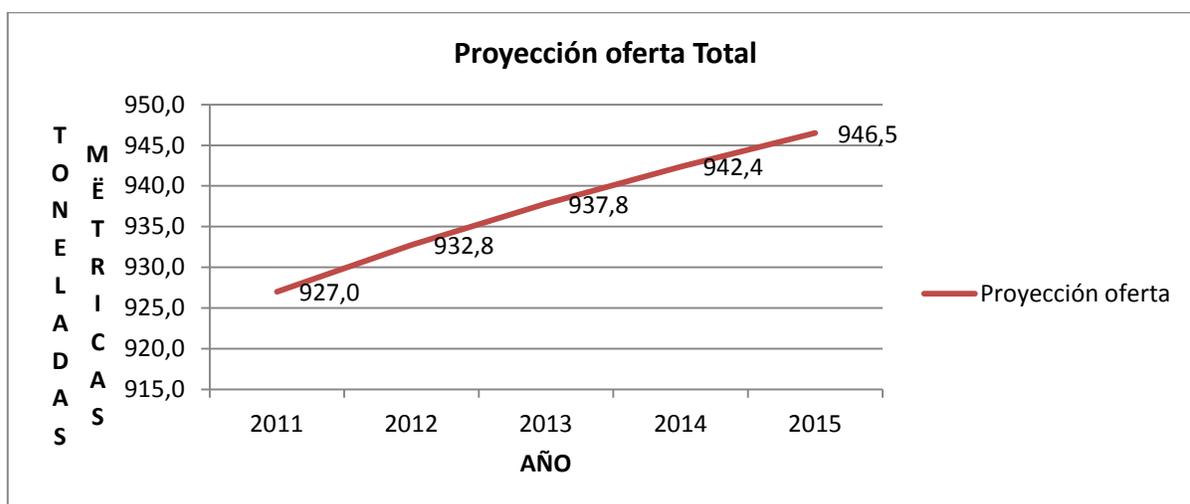
TABLA # 27: PROYECCIÓN DE CANTIDAD OFERTADA

	2011	2012	2013	2014	2015
	PRODUCCIÓN (T.M.)	PRODUCCIÓN (T.M.)	PRODUCCIÓN (T.M.)	PRODUCCIÓN (T.M.)	PRODUCCIÓN (T.M.)
NARANJA	283,8	285,5	287,1	288,5	289,7
NARANJILLA	274,3	276,0	277,5	278,9	280,1
OTROS	61,5	61,9	62,2	62,5	62,8
TOMATE DE ARBOL	141,9	142,8	143,5	144,2	144,9
YUCA	165,5	166,6	167,5	168,3	169,0
TOTAL (T.M.)	927,0	932,8	937,8	942,4	946,5

Elaborado por: La autora

Gráficamente la situación se expresa de la siguiente forma:

GRÁFICO # 31



Elaborado por: La autora

De acuerdo a esta proyección existirá una oferta creciente de los productos investigados.

3.6. MERCADO POTENCIAL O DEMANDA A SATISFACER

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se optó por comparar gráficamente la demanda y oferta futuras, de esta forma, se aprecia claramente la situación:

En términos numéricos, la situación es la siguiente (expresado en toneladas métricas):

La situación futura se ilustra a continuación:

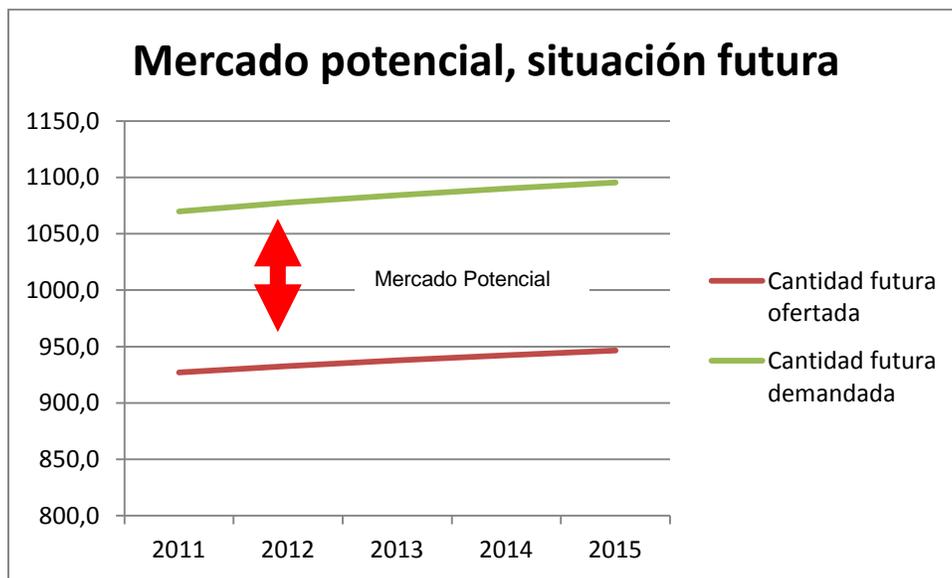
TABLA # 28: PROYECCIÓN DE DEMANDA INSATISFECHA

	2011	2012	2013	2014	2015
Oferta	927,0	932,8	937,8	942,4	946,5
Demanda	1069,9	1077,6	1084,3	1090,2	1095,5
Mercado Potencial	142,9	144,8	146,5	147,8	149,0

Elaborado por: La autora

GRÁFICO # 32

Gráficamente, esto se representa:



Elaborado por: La autora

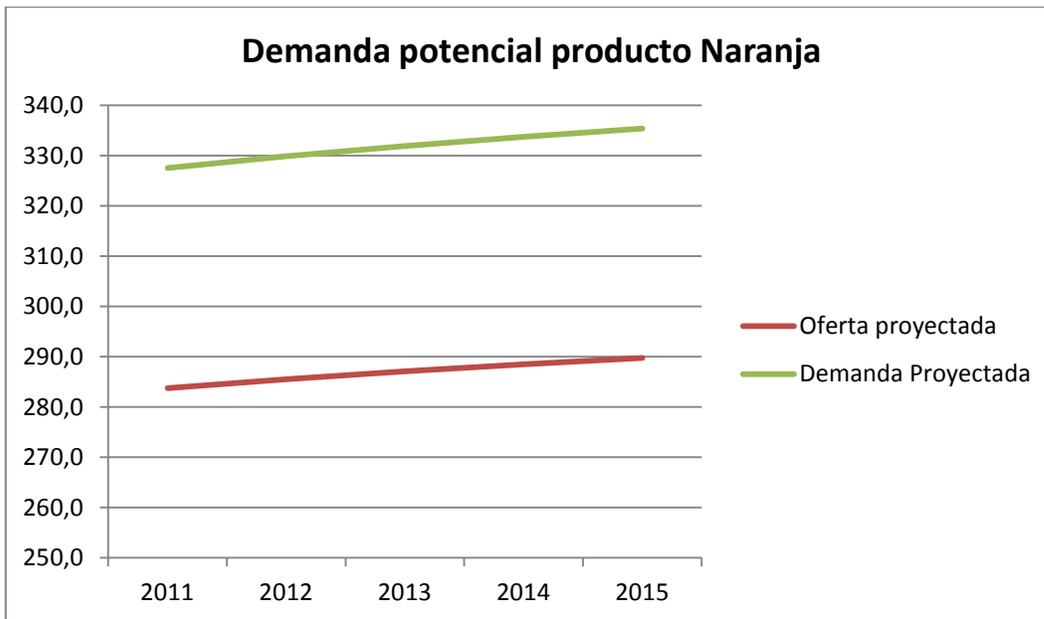
Individualmente, el mercado potencial por producto es el siguiente:

TABLA # 29: CÁLCULO DEL MERCADO POTENCIAL DE NARANJA

	2011	2012	2013	2014	2015
Oferta	283,8	285,5	287,1	288,5	289,7
Demanda	327,5	329,9	331,9	333,7	335,4
Mercado Potencial	43,7	44,3	44,8	45,3	45,6

Elaborado por: La autora

GRÁFICO # 33



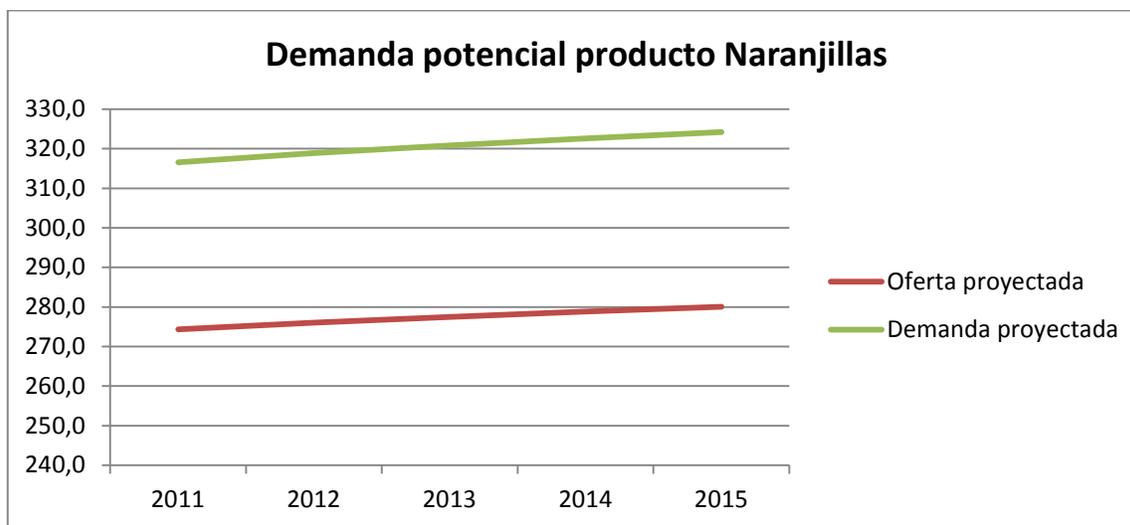
Elaborado por: La autora

TABLA # 30: CÁLCULO MERCADO POTENCIAL DE NARANJILLA

	2011	2012	2013	2014	2015
Oferta	274,3	276,0	277,5	278,9	280,1
Demanda	316,6	318,9	320,9	322,6	324,2
Mercado Potencial	42,3	42,9	43,3	43,7	44,1

Elaborado por: La autora

GRÁFICO # 34



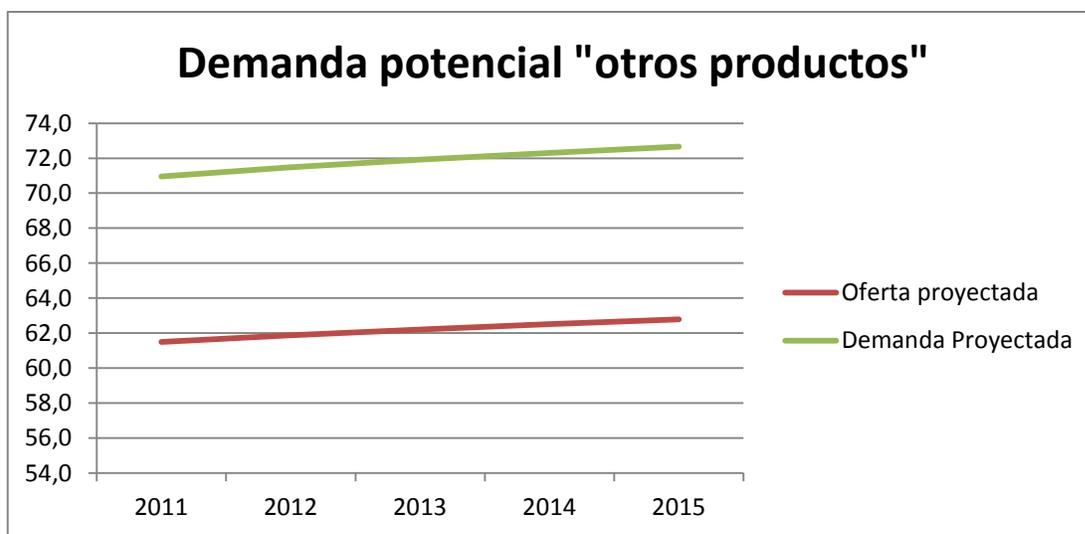
Elaborado por: La autora

TABLA # 31: CÁLCULO MERCADO POTENCIAL DE OTROS PRODUCTOS

	2011	2012	2013	2014	2015
Oferta	61,5	61,9	62,2	62,5	62,8
Demanda	71,0	71,5	71,9	72,3	72,7
Mercado Potencial	9,5	9,6	9,7	9,8	9,9

Elaborado por: La autora

GRÁFICO # 35



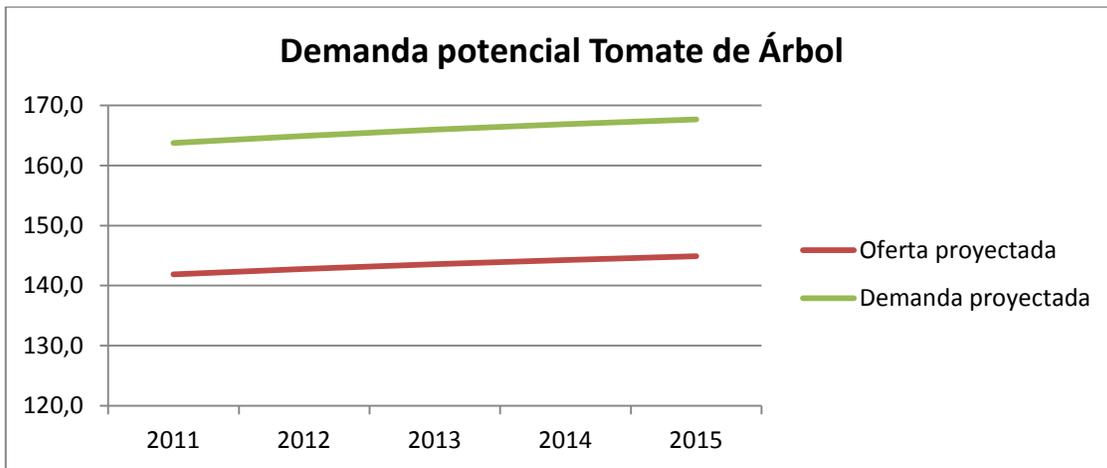
Elaborado por: La autora

TABLA # 32: CÁLCULO MERCADO POTENCIAL DE TOMATE DE ÁRBOL

	2011	2012	2013	2014	2015
Oferta	141,9	142,8	143,5	144,2	144,9
Demanda	163,8	164,9	166,0	166,9	167,7
Mercado Potencial	21,9	22,2	22,4	22,6	22,8

Elaborado por: La autora

GRÁFICO # 36



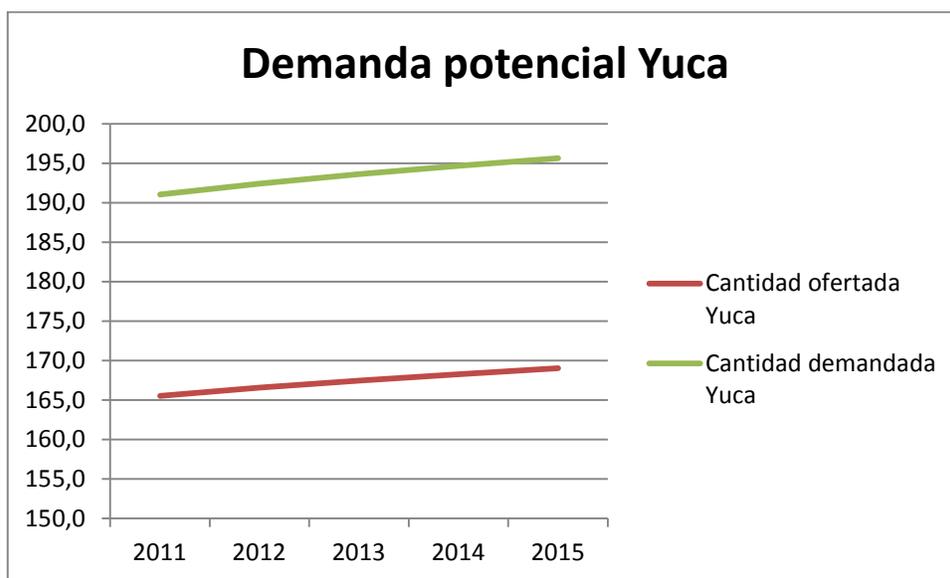
Elaborado por: La autora

TABLA # 33: CÁLCULO MERCADO POTENCIAL DE YUCA

	2011	2012	2013	2014	2015
Oferta	165,5	166,6	167,5	168,3	169,0
Demanda	191,0	192,4	193,6	194,7	195,6
Mercado Potencial	25,5	25,9	26,2	26,4	26,6

Elaborado por: La autora

GRÁFICO # 37



Elaborado por: La autora

3.7. COMPETENCIA

No existe en la zona otra iniciativa de las mismas características al proyecto descrito, de acuerdo a la investigación de campo, los comerciantes mayoristas compran directamente a productores individuales en su gran mayoría y por tanto

deben visitar muchos productores individuales para abastecerse de los productos que comercializan, esta situación avala la ejecución del proyecto.

3.8. ANÁLISIS DE PRECIOS

Como es de público conocimiento, el precio de los productos agrícolas es una variable dependiente de factores como la demanda (interna del país como externa), oferta (interna del país como externa), clima, estación del año, nivel de tecnología; Por tanto, no corresponde realizar un análisis de precios ya que estos factores no son el tema de esta investigación; Cabe hacer mención que las ventajas del proyecto es que para el consumidor (minorista o mayorista) encontrar en un mismo sitio todo lo que busca es de por sí un aliciente para tenerlo en consideración a la hora de manifestar su intención de compra, desde otro punto de vista, si los precios que ofrecen los agricultores socios del centro de acopio están fuera de mercado, el mismo será el encargado de castigarlos.

Como estrategia comercial, el centro de acopio no considera un cobro de derecho de entrada por el servicio prestado, la idea es atraer al consumidor incentivado por la gratuidad del servicio evitando de esta forma todo tipo de competencia de iniciativas más lejanas.

Mientras mayor sea la demanda por este servicio, mayor beneficio obtendrán los ***campesinos y pequeños agricultores*** socios del proyecto al tener mejores expectativas de volumen y precio.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico tiene como objetivo determinar los componentes para implementar el proyecto, señalando cuáles son los factores relevantes de su tamaño, ubicación, equipamiento y distribución espacial de la empresa.

Cabe hacer mención que el centro de acopio no considera obtener utilidades, es solo un lugar donde se reúnen los campesinos y pequeños agricultores de la zona para ofertar directamente su producción a clientes mayoristas y consumidor en general; El beneficio viene dado por el mayor precio que obtendrán los socios en la venta directa de la cosecha y el menor costo que deberán pagar los clientes; Obviamente que para la mantención del centro cada socio deberá pagar una cuota mensual.

4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

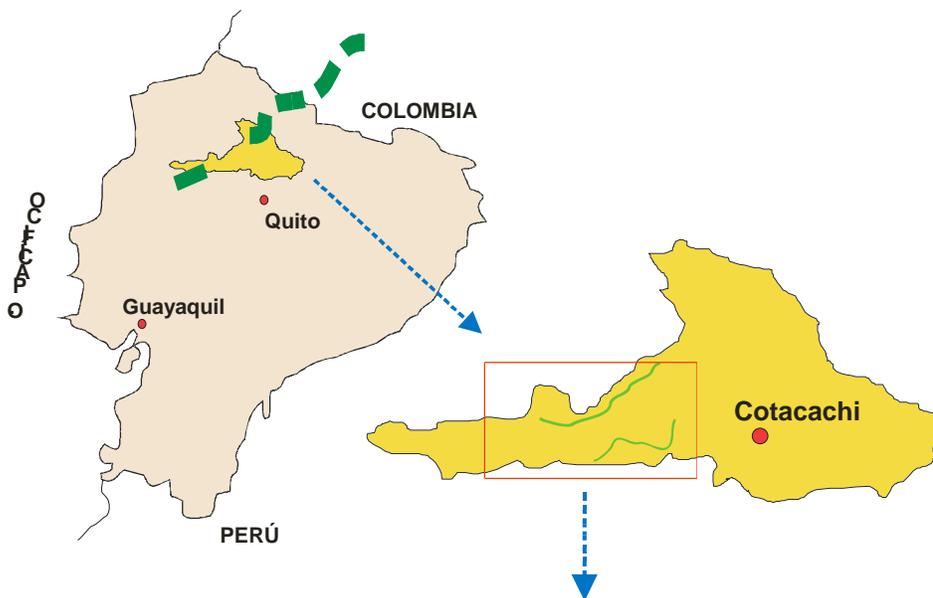
El estudio de la localización tiene como propósito seleccionar la ubicación mas conveniente para el proyecto, es decir, aquella que frente a otras alternativas posibles produzca el mayor nivel de beneficio para los usuarios y para la comunidad, con el menor costo social, dentro de un marco de factores determinantes, condicionantes.

El estudio de la localización tiene como propósito seleccionar la ubicación mas conveniente para el proyecto, es decir, aquella que frente a otras alternativas posibles produzca el mayor nivel de beneficio para los usuarios y para la comunidad, con el menor costo social, dentro de un marco de factores determinantes, a condicionantes.

4.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN

Desde el punto de vista la macro localización como la ubicación del proyecto, se encuentra en la parroquia de Apuela, ubicada en las estribaciones de la cordillera occidental de la provincia de Imbabura, limítrofe con Esmeraldas y perteneciente al cantón Cotacachi.

El proyecto se encuentra ubicado en Apuela considerando que tiene algunos Factores determinantes tanto negativos como positivos, así es como podemos observar que por ser una zona muy rica en frutas tiene gran cantidad de oferta para el mercado, posee unas buenas condiciones topográficas y calidad de suelos, dispone de todos los servicios básicos, agua luz eléctrica, el factor determinante negativo sería que la zona de Intag en sí no dispone de unas vías de acceso de primer orden por encontrarse en una zona rural alejada de la urbe este proyecto se lograría evitar en un porcentaje la migración de los campesinos a las grandes ciudades.



4.1.2. MICRO LOCALIZACIÓN

El proyecto está ubicado específicamente en Apuela, en terrenos propios de agricultores socios del proyecto, en la calle García moreno diagonal a la Escuela Francisco Javier Endara.



4.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO.

La ingeniería del proyecto tiene como objetivo principal seleccionar el proceso de producción, especificación de actividades, sub actividades, distribución de ambientes físicos diagramas explicativos, productividad supuesta, rendimientos técnicos estimados en cuanto al personal, capacidad instalada, etc.

4.2.1. CAPACIDAD INSTALADA.

La capacidad instalada (bodegaje) del centro de acopio será de unos 800 quintales, se estima que es una cantidad más que suficiente considerando que se

trata de productos altamente perecibles (verduras) y por tanto no deben estar expuestos mucho tiempo al medio ambiente.

4.2.2. LOCALIZACIÓN DE AMBIENTES O DISTRIBUCIÓN DE ESPACIO FÍSICO.

Para el funcionamiento del proyecto, el centro deberá contar con un espacio físico propio, con una dimensión total de construcción de 663 m³.

Los ambientes del proyecto de implementación del Centro de Acopio los detallamos a continuación:

4.2.2.1. Área de bodega.

4.2.2.2. Área de contabilidad y administración

4.2.2.3. Área de atención al público

4.2.2.4. Área de accesos.

4.4.1.5. Sala de reuniones

DISEÑO DE LA INTALACION FISICA DEL PROYECTO



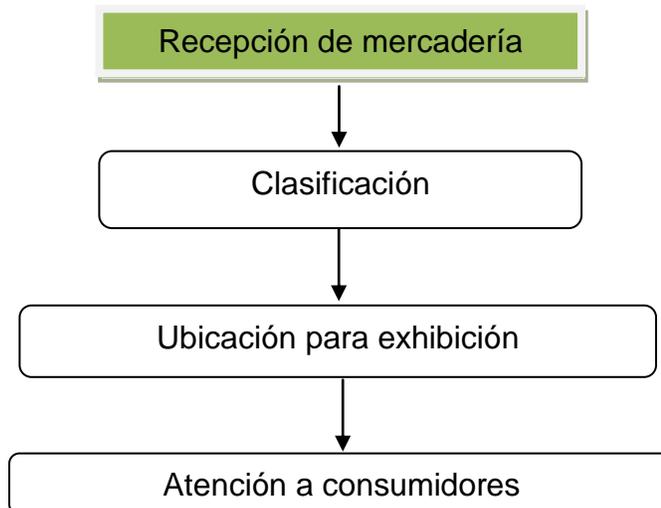
Del plano anterior se deduce que la superficie útil para acopio es de 378 Mts³, la superficie destinada a la exhibición de productos es de 65 Mts³, existen 21 Mts² destinados a oficinas y sala de reunión.

4.3.1. SELECCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.

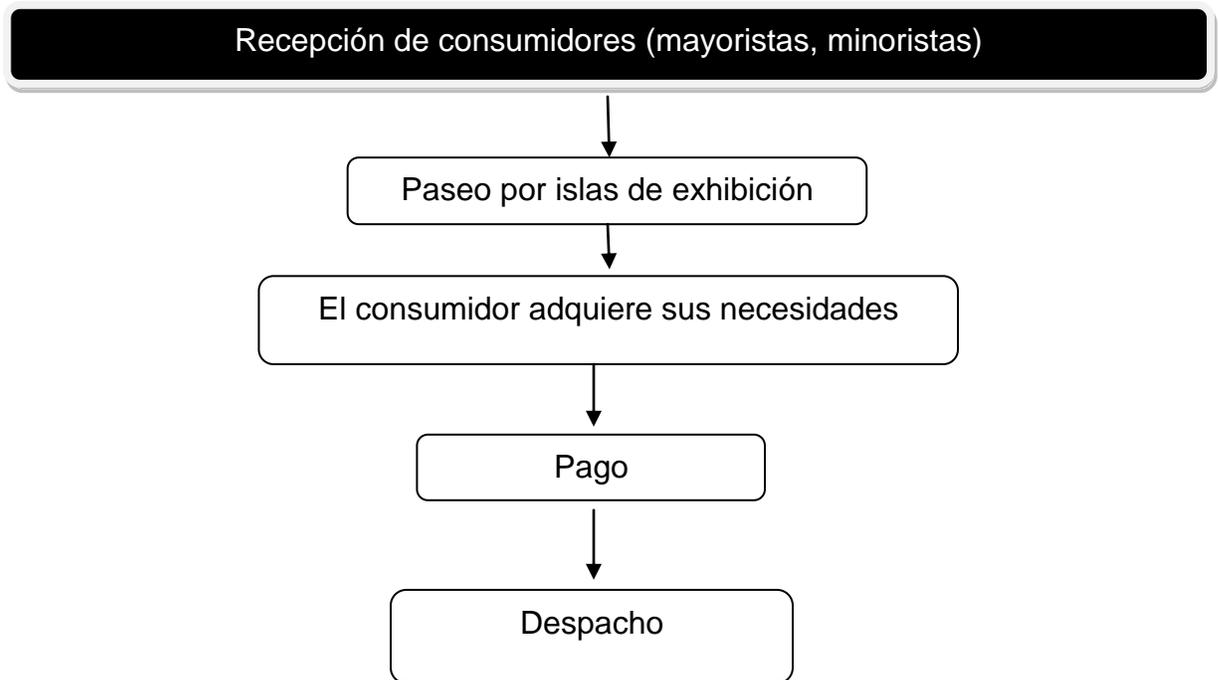
La actividad del centro consta de dos procesos generales: la fase de recepción de las cosechas y la fase de distribución de la producción, cada una de estas fases tiene actividades y sub actividades que se pueden definir así:

a) Recepción.

Para demostrar la cadena de procesos se empezará por definir el proceso, esta sucesión queda así:

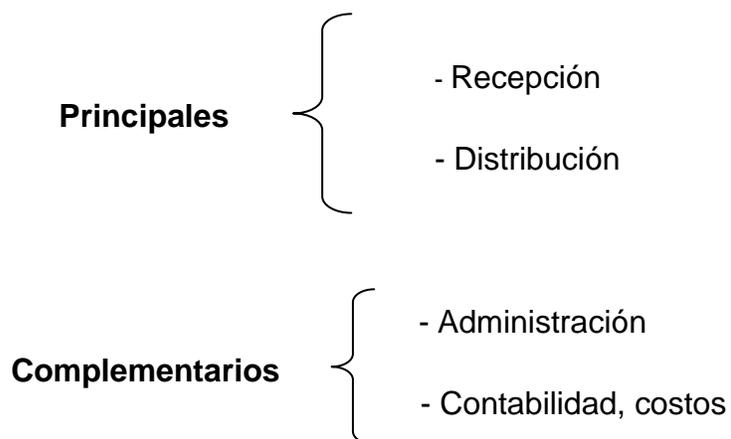


b) Fase de distribución.



4.3.2. DISTRIBUCIÓN DE PROCESOS.

Los procesos se distribuyen de acuerdo a las actividades del proyecto.



Organización del trabajo: Al interior del proyecto no existe una clara separación entre capital y trabajo. Los socios son a la vez dueños y trabajadores. Por lo general, en las microempresas no existe una gran división del trabajo, las funciones administrativas, de ventas, de producción y comercialización están concentradas, muchas veces, en una misma persona, y los trabajadores desempeñan habitualmente más de una función en el proceso productivo. En este sentido los integrantes aportan diferentes recursos, tanto materiales como personales. Dentro de la organización del trabajo no existen muchos niveles jerárquicos, existen sólo los necesarios, máximo dos, para el funcionamiento de la microempresa.

Trabajo familiar: La participación de los miembros del hogar, hombres y mujeres, adultos, jóvenes y niños es de vital importancia para la sobrevivencia del proyecto, especialmente en sus comienzos y en los períodos de crisis económicas.

Limitación del capital: Por lo general los agricultores operan con un capital reducido, lo que las obliga a abastecerse de maquinarias de segunda mano o a adaptar aquellas destinadas a otros usos.

Limitación de tecnologías: Se caracterizan por la utilización de tecnologías simples y artesanales que necesitan un volumen mayor de mano de obra. La disponibilidad de maquinarias y herramientas es inferior a la observada en el estrato moderno.

4.4.1. LA INVERSIÓN

La infraestructura física es donada por la fundación española “Xarxa” la cual da los recursos financieros a la fundación nacional Toisán, la cual a su vez pertenece a 8 organizaciones:

Acricri, Asociación de agro artesanos de caficultores de la zona de Intag

Decoin, Defensa y conservación ecológica del Intag

Corpais, Asociación de agricultores ecológicos de Intag

Rei, Red eco turística de Intag

Corpail, Corporación de productos lácteos de Intag

Ctgv, Corporación talleres del gran valle en los Mandurriacos.

El monto de la donación es de \$15.000 para infraestructura y adquisición del terreno.

Esta organización consta de 48 productores los mismos que se comprometen a poner una cuota inicial 152.7 dólares y una cuota mensual de 53 dólares por socio para cubrir el pago de gastos corrientes del Centro de Acopio

El proyecto en relación a su financiamiento determina que para su tamaño de producción, se financiará a través de:

- a) Inversión con recursos propios : 27%
- b) Inversión con recursos ajenos: 73%

El total de recursos requeridos es de \$27.409,80

Demostrando que el tamaño de producción sí es posible financiarse por cuanto ofrece la posibilidad de cubrir los gastos financieros, lo que da la seguridad de la inversión y la rentabilidad del proyecto.

4.4.2. VIDA ÚTIL DE LA MICRO-EMPRESA.

La vida útil del proyecto está relacionada a 4 aspectos básicos:

4.4.2.1. Plan de comercialización y distribución.

4.4.2.2. La demanda de productos agrícolas a nivel de un segmento de mercado donde se insertará el producto.

4.4.2.3. La competencia y las ofertas que aparezcan en el mercado.

4.4.2.4. Posición en el entorno de comercialización.

La vida útil está además en relación al cumplimiento de los objetivos planteados:

- a) Procurar la óptima utilización de los recursos disponibles.
- b) Maximizar el valor del centro de acopio en el mercado.
- c) Aplicar los procesos de producción en forma productiva (eficacia y eficiencia).
- d) En relación a las utilidades: fortaleciendo la autonomía y retribución de la inversión a los socios.
- e) Fijación de indicadores del desempeño, que permitan revalorizar las acciones del proyecto.
- f) Ejecución de políticas y acciones empresariales:
 - Políticas de productos
 - Políticas de precios.
 - Políticas de distribución.

Se estima una vida útil de 20 años (periodo de depreciación de la infraestructura).

4.4.3. MUEBLES Y ENSERES

A continuación se detalla los principales muebles y enseres requeridos para cubrir los diferentes espacios físicos que se dispondrá en la oficina de administración y contabilidad.

TABLA # 34: DE MUEBLES Y ENSERES

Muebles y enseres	Cantidad	Costo Unitario	Sub Total	IVA	Total
Archivador oficina	1	150	150	18	168
Sillas plásticas	12	10	120	14,4	134,4
Escritorio gerente	2	295	590	70,8	660,8
Escritorio secretaria	2	160	320	38,4	358,4
Silla gerente	2	45	90	10,8	100,8
Silla secretaria	2	35	70	8,4	78,4
Total				160,8	1500,8

Elaborado por: La autora

4.4.4. EQUIPOS DE OFICINA

Está Determinado por los diferentes equipos de comunicación y oficina que se requiere disponer, para un eficiente desempeño de las personas.

TABLA #35: EQUIPOS DE OFICINA

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Sub total	IVA	Total
Teléfono fax	2	230	460	55,2	515,2
Calculadora	2	20	40	4,8	44,8
Sub Total			500	60	560
Imprevistos 3%					16,8
Total					576,8

Elaborado por: La autora

4.4.5 EQUIPO DE COMPUTACIÓN

En los tiempos actuales es importante disponer de un equipo de computación moderno es decir con todos los adelantos tecnológicos, esto ayudará a cumplir de manera eficiente las actividades administrativas y contables.

TABLA # 36: EQUIPO DE COMPUTACION

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	IVA	COSTO TOTAL
Computador e impresora	1	600	72	672
Scanner	1	60	7,2	67.20
SUBTOTAL				739.2
Imprevistos 2.7%				20
TOTAL				759.20

Elaborado por: la autora

4.4.6. MAQUINARIA Y EQUIPOS

Para operar, el centro de acopio solo necesitará invertir en carros de carga para efectuar labores de recepción y despacho de mercadería, mismos que serán operados por los propios socios, en detalle es el siguiente:

TABLA # 37: MAQUINARIAS Y EQUIPOS

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Sub total	IVA	Total
Carros de carga	4	500	2000	240	2240

Elaborado por: La autora

4.5. FUENTES DE FINANCIAMIENTO.

Las fuentes de financiamiento son: propias y a través de crédito o financiamiento externo. El cuadro siguiente señala la fuente y uso de fondos.

TABLA # 38: FUENTES DE FINANCIAMIENTO

CONCEPTO	FUENTES DE FINANCIAMIENTO			Total
	Recursos propios	Crédito	Donación	
Donaciones			15000	15000
Activo fijo		5076,8		5076,8
Capital de trabajo	7333,0			7333,0
Total	7333,0	5076,8		27409,8
% del Total	0,27	0,18	0,55	1,00

Elaborado por: La autora

El financiamiento para la creación del centro de acopio está constituido por el capital propio en un 27% y el crédito financiero 18% y donaciones por un 55%, El capital de trabajo es aportado los socios y comprende tres meses de operación correspondientes a gastos administrativos y la amortización del crédito al BNF durante el mismo periodo, esto supone un desembolso de \$152.7 por socio lo que constituye la cuota de incorporación.

4.5.1. AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO.

MONTO: 5077 USD

Plazo: 24 meses (2 años)

Tasa de interés: 7% anual (crédito agrícola a pequeños agricultores Banco Nacional de Fomento)

Forma de Pago: Mensual

TABLA # 39 AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Periodo	Capital	Interés	A pagar	Saldo Insoluto
0	5077	0	0	5077
1	211,5	29,6	241,2	4865,5
2	211,5	28,4	239,9	4653,9
3	211,5	27,1	238,7	4442,4
4	211,5	25,9	237,5	4230,8
5	211,5	24,7	236,2	4019,3
6	211,5	23,4	235,0	3807,8
7	211,5	22,2	233,8	3596,2
8	211,5	21,0	232,5	3384,7
9	211,5	19,7	231,3	3173,1
10	211,5	18,5	230,1	2961,6
11	211,5	17,3	228,8	2750,0
12	211,5	16,0	227,6	2538,5
13	211,5	14,8	226,3	2327,0
14	211,5	13,6	225,1	2115,4
15	211,5	12,3	223,9	1903,9
16	211,5	11,1	222,6	1692,3
17	211,5	9,9	221,4	1480,8
18	211,5	8,6	220,2	1269,3
19	211,5	7,4	218,9	1057,7
20	211,5	6,2	217,7	846,2
21	211,5	4,9	216,5	634,6
22	211,5	3,7	215,2	423,1
23	211,5	2,5	214,0	211,5
24	211,5	1,2	212,8	0,0
Totales	5077,0	370,2	5447,2	
	Cuotas iguales		227,0	

Elaborado por: La autora

4.5.2. DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

Los bienes que se deprecian son; equipos; muebles y enseres, material de oficina, en el presente caso la amortización corresponde al activo diferido. Los valores se detallan en el siguiente cuadro:

TABLA # 40 DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

Concepto	Valor inicial	Vida útil (Años)	% Dep. o amortización	Alícuota anual
DEPRECIACIÓN				
Equipo Computación	759,2	3	33,33%	253,07
Muebles y enseres	1500,8	10	10%	150,08
Equipo y maquinaria	2240	5	20%	448
Equipo oficina	576,8	5	20%	115,36
Total Depreciación	5076,8			966,51
AMORTIZACIÓN				
Total Amortización	5077			227,0
Total Dep. y Amort.	10153,8			1193,47

Elaborado por: La autora

4.6. TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño del proyecto de una manera óptima y racional se tomaron en cuenta indicadores como: volumen de demanda, capacidad de producción u oferta efectiva, capacidad instalada, ubicación, inversión y posibles contingencias.

4.6.1. FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO

Para determinar el tamaño, se deben relacionar variables como: demanda, oferta, desarrollo futuro de la empresa, la disponibilidad de recursos financieros, las alternativas tecnológicas que se concretarán en procesos de producción.

4.6.1.1 TAMAÑO DEL PROYECTO SEGÚN LA DEMANDA INSATISFECHA.

El tamaño del proyecto en relación a la demanda, se puede determinar comparando la demanda insatisfecha total que es de 149 toneladas métricas el año 2015 con la producción de los agricultores de la zona durante el año 2010, que fue de 920 toneladas, la demanda total para ese periodo fue de 1070 toneladas, por tanto, los agricultores de la zona tienen suficiente margen para seguir creciendo, para los periodos futuros, de no variar la situación, se podría esperar mantener una demanda insatisfecha esperada por potenciales oferentes, el tamaño del proyecto de acuerdo a la proyección de mercado potencial al año 2015 será de 149 toneladas de acuerdo a las proyecciones de producción de los agricultores de la zona.

4.6.1.2. TAMAÑO DEL PROYECTO, SUMINISTROS E INSUMOS

Existe en la zona suficiente cantidad de materias primas e insumos para este tipo de actividad económica.

Los proveedores del proyecto serán los mismos agricultores de la zona lo que asegura contar con un flujo constante, fiable y de calidad de producción agrícola.

4.6.1.3. TAMAÑO DEL PROYECTO Y ORGANIZACIÓN

La organización de la empresa será importante para su funcionamiento. Estará compuesta por personal administrativo y personal operativo. En lo referente a mano de obra directa no existirán problemas ya que serán los propios agricultores socios los encargados de este aspecto.

La parte técnica estaría a cargo de un ingeniero agrónomo especialista en el rubro aportado por el gobierno de acuerdo a la actual ley. Para alcanzar los objetivos del proyecto será preciso canalizar los recursos humanos necesarios con un compromiso interno para con su empresa, sus programas, fines y políticas.

Los procedimientos administrativos se convertirán en factores determinantes de la estructura de la organización del proyecto y se regirá bajo propuestas que respondan a las expectativas de: marca, imagen, posición, liderazgo, calidad y competitividad.

4.7. PERSONAL

Por tratarse de un proyecto que afecta a agricultores pobres de la zona de Apuela, cantón de Cotacachi, (cabe recordar que este es el cantón más pobre de la provincia de Imbabura) se ha estimado limitar al máximo los costos fijos que afectan al proyecto, es por esto que se considerado limitar el pago por concepto de sueldos y salarios a lo estrictamente necesario sin que por esto se vea afectada la eficiencia del centro, se pensó en utilizar la mano de obra de los propios socios en lo referente a labores que pueden ser contratadas, este es el ejemplo de carga y descarga de la cosecha, higiene general del establecimiento, etc.

El personal requerido se muestra en el siguiente cuadro. El efecto económico de pago a personal es de \$16782 en el primer año de operación.

TABLA # 41REQUERIMIENTO DE PERSONAL

PERSONAL	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	PROPORCIONAL 13,14 SUELDO FONDOS DE RESERVA Y APOORTE PATRONAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Junta directiva					
Administrador	1	350	103.25	453.25	5439
Contador/a	1	300	88.50	388.50	4662
Guardia – conserje	2	270	8.37	278.37	6681
TOTAL					16782

Elaborado por: La autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

El análisis del balance general tiene por objeto conocer la situación financiera del proyecto.

Para clarificar la situación, se utilizó un análisis vertical el cual permite determinar la composición y grado de significación de cada cuenta conformante del balance.

5.1. ANÁLISIS VERTICAL

TABLA # 42 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

BALANCE DE ARRANQUE AL AÑO 0			
<i>ACTIVOS</i>	<i>VALOR</i>	<i>PASIVOS</i>	<i>VALOR</i>
<i>CORRIENTES</i>	7333,0	Corto Plazo	2538,5
Caja	7333,0		
Equipos de oficina	576,8	Largo Plazo	2538,5
Maquinaria Y equipos	2240		
Equipos computación	759,2		
Muebles y útiles	1500,8	<i>PATRIMONIO</i>	
Edificaciones	10000	Aporte socios	7333,0
Terrenos	5000	Donaciones	15000
<i>FIJOS</i>	20076,8	TOTAL PATRIMONIO	22333,0
Total Activos	27409,8	Total Pasivos	27409,8

Elaborado por: La autora

Índices financieros de corto plazo:

Permiten evaluar la capacidad de pago en el corto plazo, necesidades de financiamiento de capital de trabajo.

5.2. SOLVENCIA

TABLA # 43 ÍNDICE DE SOLVENCIA

		VALOR	INDICE
Total Activo		7333	2.88
Corriente			
Total Pasivo		2538,5	
Corriente			

Elaborado por: La autora

El índice muestra un valor de 2.88, esto es por cada dólar de deuda en el corto plazo, el centro tiene \$2.88 para cancelar esas obligaciones.

5.2.1. LIQUIDEZ

Por no existir inventario, este índice es igual al de solvencia, 2.88.

5.2.2. CAPITAL DE TRABAJO

La fórmula para el cálculo de este indicador es: Activo Corriente – Pasivo Corriente, en el caso del proyecto este alcanza a \$4.794,5

5.2.3. ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO

Lo importante de este índice es que mientras más bajos sean los niveles de endeudamiento, mayor será la protección contra las pérdidas de los acreedores en caso de liquidación.

En el caso del proyecto, este índice estará dado por:

TABLA # 44 ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO

ITEM	VALOR	INDICE
------	-------	--------

ITEM	VALOR	INDICE
Patrimonio	22333	81.47
Activo Total	27409.8	
Pasivo Total	5077	0.18
Activo Total	27409,8	

Elaborado por: La autora

Por tanto, el índice de endeudamiento del proyecto para el año de arranque es de 0.18, lo que significa que los socios son dueños del 82% del proyecto.

5.2.4. INDICE DE PATRIMONIO

El indicador ilustra que el proyecto tendrá un 82% del activo total como patrimonio.

5.2.5. RENTABILIDAD Y RENDIMIENTO

Por las características propias del proyecto, este no considera la generación de utilidades, el total de la recaudación por las ventas pertenece a los beneficiarios, se considera una cuota inicial de \$152.7 cada socio y de \$53 para pago de costos y gastos de la organización, estos se refleja en la siguiente tabla:

El desglose de estos egresos se refleja a continuación:

a. Sueldos y salarios

TABLA # 45 SUELDOS Y SALARIOS

PERSONAL	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	PROPORCIONAL 13,14 SUELDO FONDOS DE RESERVA Y APOORTE PATRONAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Junta directiva					
Administrador	1	350	103.25	453.25	5439
Contador/a	1	300	88.50	388.50	4662
Guardia – conserje	2	270	8.37	278.37	6681
TOTAL					16782

Elaborado por: La autora

b. Servicios básicos

TABLA # 46 SERVICIOS BÁSICOS

SERVICIO	COSTO UNITARIO	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL	TOTAL ANUAL
P(mts3) agua	0,14	100	1200	168
p(kW) luz	0,1	1500	18000	1800
Gas	1,6	2	24	38,4
Teléfono	25	25	300	7500
Papelería	5	5	60	300
Total				9806,4

Elaborado por: La autora

c. Amortizaciones y depreciaciones

TABLA #47 AMORTIZACIONES Y DEPRECIACIONES

Concepto	Valor inicial	Vida útil (Años)	% Dep. o amortización	Alícuota anual
DEPRECIACIÓN				
Equip. Computación	759,2	3	33,33%	253,07
Muebles y enseres	1500,8	10	10%	150,08
Equipo y maquinaria	2240	5	20%	448
Equipo oficina	576,8	5	20%	115,36
Total Depreciación	5076,8			966,51
AMORTIZACIÓN				
Total Amortización	5077			227,0
Total Dep. y Amort.	10153,8			1193,47

Elaborado por: La autora

DETALLE DE INGRESOS:

TABLA # 48

	PERIODO										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Valor cuota	53,0	55,9	59,0	62,2	65,6	69,2	73,0	77,0	81,3	85,7	90,4
N° socios	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
Total Ingreso	30528,0	32204,0	33972,0	35837,0	37804,5	39880,0	42069,4	44379,0	46815,4	49385,6	52096,8

Elaborado por: La autora

Cabe mencionar que tanto los ingresos como los egresos están proyectados en base a una inflación proyectada elaborada en base al promedio anual de los pasados tres periodos:

TABLA #49 INFLACIÓN PROYECTADA

Inflación/Per	Año	Porcentaje
	2007	3,32
	2008	8,83
	2009	4,31
Proyectada		5,49

Elaborado por: La autora

De la información anterior se puede elaborar el siguiente estado de resultado proyectado a diez años.

TABLA #50 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO A DIEZ AÑOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
(+) INGRESOS										
INGRESOS	30528,0	32204,0	33972,0	35837,0	37804,5	39880,0	42069,4	44379,0	46815,4	49385,6
OTROS INGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL INGRESOS	30528,0	32204,0	33972,0	35837,0	37804,5	39880,0	42069,4	44379,0	46815,4	49385,6
(-) EGRESOS										
COSTO PRODUCCIÓN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad Bruta	30528,0	32204,0	33972,0	35837,0	37804,5	39880,0	42069,4	44379,0	46815,4	49385,6
GASTO ADMINISTRATIVO	26588,4	28048,10	29587,94	31212,32	32925,88	34733,51	36640,38	38651,94	40773,93	43012,42
Publicidad	20	21,10	22,26	23,48	24,77	26,13	27,56	29,07	30,67	32,35
DEPRECIACIÓN	966,51	966,51	966,51	713,44	713,44	150,08	150,08	150,08	150,08	150,08
GASTOS FINANCIEROS	2723,60	2723,60	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL EGRESOS	30298,51	31711,31	30528,71	31949,24	33616,09	34909,72	36818,02	38831,09	40954,68	43194,85
Utilidad Operacional	229,49	492,68	3443,28	3887,81	4188,42	4970,25	5251,36	5547,90	5860,72	6190,71
15% Part. Trab.	34,42	73,90	516,49	583,17	628,26	745,54	787,70	832,18	879,11	928,61
RESULTADO ANTES IMPUESTOS	195,07	418,78	2926,79	3304,64	3560,15	4224,72	4463,66	4715,71	4981,61	5262,10
(-) IMPUESTO RENTA	48,77	104,69	731,70	826,16	890,04	1056,18	1115,91	1178,93	1245,40	1315,53
RESULTADO EJERCICIO	146,30	314,08	2195,09	2478,48	2670,12	3168,54	3347,74	3536,79	3736,21	3946,58

Elaborado por: La autora

5.2.6. COSTO DE CAPITAL

Para el cálculo del costo de capital se utilizó la siguiente fórmula:

TABLA #51 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

CONCEPTO	FUENTES DE FINANCIAMIENTO			Total
	Recursos propios	Crédito	Donación	
Donaciones			15000	15000
Activo fijo		5076,8		5076,8
Capital de trabajo	7333,0			7333,0
Total	7333,0	5076,8		27409,8
% del Total	0,27	0,18	0,55	1,00

Elaborado por: La autora

El costo de oportunidad para los agricultores se estimó en base a la tasa captación promedio del sistema bancario.

TABLA #52 CÁLCULO DEL COSTO DEL CAPITAL

	Monto	Porcentaje	Costo	Total
DONACIONES	15000	55%	0%	0,00%
CRÉDITO	5076,8	18%	7%	1,30%
CAPITAL PROPIO	7333	27%	5%	1,40%
COSTO CAPITAL	27409,8	100%		2,70%

Elaborado por: La autora

El costo de capital del proyecto es del 2.7% y será esta a la cual se actualizarán los flujos del proyecto.

5.2.7. FLUJO DE CAJA

En base al estado de resultado anterior y al cálculo de costo de capital se puede estimar el siguiente flujo de caja:

TABLA #53 FLUJO DE CAJA

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INVERSIÓN INICIAL	27409,8										
UTILIDAD OPERACIONAL	229,49	492,68	3443,28	3887,8	4188,42	4970,25	5251,36	5547,9	5860,7	6190,71	6538,82
+ DEPRECIACIÓN	966,51	966,51	966,51	713,44	713,44	150,08	150,08	150,08	150,08	150,08	150,08
	1196	1459,19	4409,79	4601,3	4901,86	5120,33	5401,44	5697,98	6010,8	6340,79	6688,9
PARTICIPACION A											
- TRABAJADORES	34,42	73,9	516,49	583,17	628,26	745,54	787,7	832,18	879,11	928,61	980,82
- IMPUESTO A LA RENTA	48,77	104,69	731,7	826,16	890,04	1056,18	1115,91	1178,93	1245,4	1315,53	1427,02
	83,19	178,59	1248,19	1409,3	1518,3	1801,72	1903,61	2011,11	2124,5	2244,14	2407,84
FLUJOS NETOS	1112,81	1280,6	3161,6	3191,9	3383,56	3318,61	3497,83	3686,87	3886,3	4096,65	4281,06

Elaborado por: La autora

Para el cálculo del Van definido como la utilidad (si es positivo) o pérdida (si es negativo) a dólares de hoy, que proviene por invertir en el proyecto y no invertir al interés de oportunidad. Este es un concepto de marginalidad, es la riqueza adicional que se obtiene y corresponde exactamente al valor presente de los valores económicos agregados durante el horizonte de evaluación del proyecto, se suman los flujos actualizados restándosele la inversión inicial

TABLA #54 FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS

AÑOS	FLUJOS NETOS	ACTUALIZADOS AL 2,7	FLUJOS ACUMULADOS NETOS		FLUJOS ACTUALIZADOS AL 4,51
1	1112,81	1083,55	1083,55		1064,78
2	1280,6	1213,84	2297,39		1172,46
3	3161,6	2916,61	5214		2769,7
4	3191,92	2865,28	8079,28		2675,6
5	3383,56	2957,66	11036,94		2717,72
6	3318,61	2824,36	13861,3		2550,81
7	3497,83	3270,77	17132,07		2573,83
8	3686,87	2973,28	20105,35		2596,39
9	3886,29	3050,46	23155,81		2618,79
10	4096,65	3129,6	26285,41		2643
11	4281,06	3182,95	29468,36		2644,26
	34897,8	29468,36			26027,34

Elaborado por: La autora

VALOR ACTUAL NETO ES EL SIGUIENTE

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS - INVERSION

VAN 2.7% = 29468.36-27409.80
VAN 2.7%= 2058,56

VAN AL 4.51%
VAN 4.51%

26027.34- 27409.8
-1382,46

Por tanto, la tasa de rendimiento es el 2.7

La TASA INTERNA DE RETORNO definida como la tasa que obtienen los recursos o el dinero que permanece atado al proyecto o la tasa de interés a la cual el inversionista le presta su dinero al proyecto y es característica del proyecto, independientemente de quien evalúe, se calculó de la siguiente manera:

La fórmula utilizada para el cálculo fue la siguiente:

$$T_s + (T_s - T_i) \times \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}}$$

$$TIR = 0.0451 + (0.0451 - 0.027) * \left(\frac{2058.56}{(2058.86 - 1382.46)} \right)$$

$$TIR = (0.0451 + 0.0181) * 0.5982$$

$$TIR = 0.0559$$

Por tanto la TIR es el 5.59%.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Existen dos formas para ver el beneficio costo:

- 1.- Con respecto a la Inversión
- 2.- Con respecto a los Ingresos netos actualizados y Egresos netos actualizados

Con respecto a la inversión se tiene:

$$\frac{\text{Sumatoria flujos netos actualizados}}{\text{Inversión}} = \frac{29468.36}{27409.9}$$

En este caso la relación beneficio costo es de 1.07, esto quiere decir que esto significa que por cada dólar invertido se va a tener siete centavos de ganancia

Con respecto a los Ingresos y Egresos Actualizados tenemos lo siguientes:

TABLA #55 INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	Ingresos actualizados	Egresos actualizados
1	30528	30298,51	29725,41	29501,95
2	32204	31711,31	30525,11	28933,75
3	33972	30528,71	31339,48	28910,95
4	35837	31949,24	32169,65	28877,6
5	37804,5	33616,09	33045,89	28886,26
6	39880	34909,72	33940,42	28885,46
7	42069,4	36818,02	34854,51	28876,97
8	44379	38831,09	35789,51	28862,5
9	46815,4	40954,68	36746,78	28843,62
10	52096,8	43194,83	39798,93	30404,07
11	54956,9	45407,91	40860,14	30379,28
Suma			378795,83	321362,41

Elaborado por: La autora

De lo anterior:

$$\frac{\text{Suma ingresos actualizados}}{\text{Suma egresos actualizados}} = \frac{378795.83}{321362.41}$$

Relación beneficio costo, respecto de ingresos y egresos actualizados:

1.178, esto quiere decir que esto significa que por cada dólar invertido se va a tener 0.178 centavos de ganancia.

TABLA #56 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑOS	FLUJOS NETOS	Flujos actualizados al 2,7%	Flujos acumulados
1	1112,81	1083,55	1083,55
2	1280,6	1213,84	2297,39
3	3161,6	2916,61	5214
4	3191,92	2865,28	8079,28
5	3383,56	2957,66	11036,94
6	3318,61	2824,36	13861,3
7	3497,83	3270,77	17132,07
8	3686,87	2973,28	20105,35
9	3886,29	3050,46	23155,81
10	4096,65	3129,6	26285,41
11	4281,06	3182,95	29468,36
	34897,8	29468,36	

Elaborado por: La autora

Si la inversión inicial es de \$27409.8 se tiene que la inversión se recupera al décimo año:

Inversión inicial	27409,8
-Flujo acumulado año 9	<u>26285,41</u>
Saldo	1124,39
Flujo año 10/	<u>3182,95</u>
N° meses	12
Cociente	265,24
Saldo/	1124,39
Cociente	<u>265,24</u>
	4,23

Por tanto, la inversión se recupera a los 10 años, 4 meses, 7 días.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

6.1. DENOMINACIÓN DE LA EMPRESA

"CENTRO DE ACOPIO APUELA S.A."

6.2. IMPORTANCIA DEL PROYECTO

En base a los diagnósticos y trabajo de campo efectuados en este sector, se puede afirmar que el presente proyecto resulta importante por las siguientes razones:

- a) Permitirá a los agricultores de las zonas intervenidas, llegar con su producción directamente a consumidores mayoristas y minoristas sin necesidad de alargar la cadena de comercialización mediante los intermediarios"
- b) Será beneficiados todos los actores involucrados logrando un menor costo para mayoristas, minoristas y consumidores individuales además del beneficio directo al agricultor al mejorar el retorno por su producción y por tanto su inversión.

6.3. BENEFICIARIOS

Como beneficiarios directos de esta actividad productiva se consideran los 48 agricultores socios del proyecto y sus familias.

En cuanto a beneficiarios indirectos o clientes potenciales constan los comerciantes mayoristas y minoristas de las ciudades de Otavalo, Cotacachi e Ibarra, los consumidores individuales de cada una de esas ciudades y por tanto sus familias.

6.4. ANÁLISIS INTERNO DE LA MICRO-EMPRESA (Visión, Misión).

a) Visión

El centro de acopio de productos agrícolas “Apuela S.A.” se transformará en el plazo de 5 años en una organización líder dentro del ámbito de los centros de acopio con el ofrecimiento de productos orientados al desarrollo de sus socios incorporando paulatinamente tecnología de punta y atención personalizada a los socios y clientes.

b) La Misión

El centro de acopio de productos agrícolas “Apuela S.A...” será una institución de carácter agrícola, captará la producción agrícola de los socios e interesados y la comercializará a consumidores mayoristas, minoristas y particulares.

Por lo tanto, la misión del centro es satisfacer las necesidades de aquellos comerciantes y personas particulares de productos agrícolas frescos ofertándoles una relación precio calidad óptima todo esto en un solo lugar que contará con toda la infraestructura necesaria para realizar esta actividad comercial

6.5. OBJETIVOS.

6.5.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar un centro de acopo colectivo para los agricultores de Apuela y zonas de influencia, lugar donde se pueda reunir el total de la producción, exhibir y comercializar a los interesados.

6.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

6.5.2.1. Propender al progreso social y económico de sus socios mediante un mejor retorno a sus inversiones agrícolas.

6.5.2.2. Limitar la migración.

6.5.2.3. Mejorar la plusvalía de esas tierras.

6.5.2.4. Adquirir mayores experiencias comunitarias, a través del trabajo de grupo, la cooperación entre las participantes y la permanente capacitación para el manejo empresarial de sus actividades presentes y futuras.

6.6. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CENTRO DE ACOPIO

El problema o necesidad que este proyecto intenta resolver: se resume en los siguientes puntos:

6.6.1. Como mejorar el modelo de comercialización de los agricultores de Apuela y zonas de influencia logrando atraer directamente a comerciantes mayoristas obviando el paso por intermediarios.

- 6.6.2. Obtener un mejor retorno en el precio de los productos cosechados en por los agricultores de esas zonas
- 6.6.3. Cubrir la demanda insatisfecha que tienen los comerciantes mayoristas y minoristas de las zonas de Otavalo, Cotacachi e Ibarra.
- 6.6.4. Capacitarse y tomar experiencia en el manejo gerencial – administrativo, gestión financiera y control de una micro-empresa comunitaria.

6.7 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Respecto a estructura organizativa BENJAMIN Franklin (2002) dice “Es la forma en que están ordenadas las unidades que compone una unidad administrativa y la relación que guardan entre si sus unidades internas”.

Es el sistema o modelo de la estructura organizacional que se pueden implantar en un organismo social dependiendo de la magnitud de la empresa, recursos y objetivos que se plantean.

El diseño organizacional es un proceso en el cual los gerentes toman las decisiones para elegir la estructura organizacional adecuada para que funcione eficientemente la organización.

6.7.1. NIVELES DE LA ORGANIZACIÓN.

Son organismos directivos y de administración del centro:

- a) NIVEL LEGISLATIVO. La junta general de accionistas
- b) NIVEL DIRECTIVO. El administrador

c) NIVEL AUXILIAR El/la Contador/a - Conserje

d) NIVEL OPERATIVO Los 48 Agricultores de la zona

La Junta General de Accionistas

Estará integrada por todos los socios que figuren en el registro respectivo y que estuvieren en pleno goce de sus derechos y son responsables de la planificación, normativa y toma de decisiones.

La convocatoria a la Asamblea General deberá hacerse por escrito. Se indicará el lugar, día, hora y objeto de la reunión, además se hará constatar el orden del día y la fecha.

En las Asambleas generales los socios tendrán derecho solamente a un voto, sin considerar la cantidad menor o mayor de Certificados de Aportación que tengan depositados. Los acuerdos se tomarán por mayoría de votos y sólo serán tratados los asuntos que figuren el orden del día, en caso de empate el presidente tendrá voto dirimente.

El Administrador

Que será una persona elegida de entre los socios que conforma la Micro Empresa como es el Centro de Acopio Frutícula de Apuela y toma como denominación Gerente de la compañía, quien es responsable de dirigir, orientar, conducir y supervisar la ejecución de las políticas y las actividades de la empresa.

El o la Contadora

Será una persona contratada sea del mismo sector y de afuera con conocimientos necesarios para que pueda cumplir con las funciones contables e inherentes a su función.

El Guardia Conserje

Debe ser una persona conocida por los moradores de la zona a fin de que inspire la respectiva confianza para que pueda cumplir a cabalidad la función a él encomendada.

6.8. ORGANIGRAMA

El centro de acopio adoptará la siguiente estructura organizacional:



6.9. DESCRIPCIÓN DE COMPETENCIAS

Existen múltiples y variadas aproximaciones conceptuales a la competencia laboral. La que presenta de un concepto generalmente aceptado la define como una capacidad efectiva para llevar a cabo exitosamente una actividad laboral plenamente identificada. La competencia laboral no es una probabilidad de éxito en la ejecución de un trabajo; es una capacidad real y demostrada.

Nombre del Puesto: JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Nivel: ALTO

Jefe inmediato (s):

Subordinado (s): Administrador

Número de puestos: 48 Socios

Competencias Profesionales

- Aprobar y reformar el estatuto y reglamento Interno
- Conocer y aprobar el Plan de Trabajo y Presupuesto Anual
- Conocer y aprobar o rechazar los informes sobre los estados financieros.
- Resolver la distribución o capitalización de excedentes
- Acordar la disolución del centro

Competencias Personales

- *Ser una persona líder para que pueda dirigir al grupo*
- *Sea una persona que cumpla y haga cumplir el trabajo.*
- *Atento. Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.*

- Planifique, el trabajo con anterioridad, disfruta fijando objetivos, proyecta tendencias y planea proyectos.

Nombre del Puesto: ADMINISTRADOR

Nivel: ALTO

Jefe inmediato (s): Junta general de accionistas

Subordinado (s): Contador/a; Guardias conserjes

Número de puestos: 3

Competencias Profesionales

- Procesos y procedimientos administrativos y contables;
- técnicas de definición de precios, productos y servicios;
- técnicas de manejo de personal y equipos de trabajo;
- procesos de mejora continua;
- Tenga conocimientos aspectos laborales legales, comerciales, tributarios, fiscales, de salud, de seguridad, sociales y ambientales, relacionados a la administración comercial;
- técnicas de mercadeo.

Competencias Personales

- *Innovador.* Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.
- *Atento.* Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.
- *Sea un buen administrador*
- *Tenga conocimiento en el manejo de personal*

Nombre del Puesto: CONTADOR/A

Nivel: MEDIO

Jefe inmediato (s): ADMINISTRADOR

Subordinado (s): Ninguno

Número de puestos: 0

Competencias Profesionales

- Procesos y procedimientos contables;
- procesos de mejora continua;
- vocabulario técnico contable;
- aspectos laborales legales, comerciales, tributarios

Competencias Personales

- Contribuya con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.
- Se desempeñe bien su función
- Ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.
- Mantenga una buena comunicación con sus superiores y subalternos.

Nombre del Puesto: GUARDIA/CONSERJE

Nivel: MEDIO

Jefe inmediato (s): ADMINISTRADOR

Subordinado (s): Ninguno

Número de puestos: 0

Competencias Profesionales

- Procesos y procedimientos de seguridad;
- procesos de mejora continua;

Competencias Personales

- Tenga conocimientos de aspectos de seguridad, salubridad etc.
- Mantenga una buena comunicación con sus superiores sobre aspectos de trabajo.
- Tenga conocimientos de relaciones humanas
- *Orientado al cambio.* acepta cambios, busca la variedad.

6.10. BASE LEGAL

6.10.1. Tipo de empresa

En este punto se desarrollarán los aspectos fundamentales para la formación del ente jurídico y la celebración de la escritura o estatuto de constitución:

- a) Ente Jurídico.- Se constituirá como Sociedad Anónima
- b) Socios.- La Micro empresa comunitaria se conformará con 48 socios en su calidad de fundadores y otras que se integren; y se debe hacer constar los nombres, apellidos y estado civil de los socios, su nacionalidad y dirección;
- c) Obligación social.- Los socios responderán individualmente hasta por el monto de sus acciones;
- d) Desarrollo de las actividades.- Las actividades de comercio y servicios de la empresa se realizará bajo el nombre de “Centro de Acopio Apuela S.A.”;

- e) Objetivo social.- Ofrecer los servicios de acopio a la producción agrícola a sus socios y clientes.
- f) Capital.- El aporte de capital inicial de los socios será de US. \$152.7
- g) Suscripción y pago de las aportaciones.- Las socios suscribirán sus participaciones y el pago se realizara en efectivo en el momento de la conformación del centro.
- h) Tiempo para la que se constituye.- La compañía tendrá una duración de 20 años;

6.10.2. Requisitos para la conformación y permisos de Funcionamiento.

Los requisitos para su funcionamiento son los siguientes:

- a) Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- b) Patente municipal que es el permiso obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.
- c) Formulario de declaración de patentes.
- d) Formulario para categorización.

Los aspectos que contendrá el Acta de Constitución y Estatuto de la microempresa son:

- a) Comparecientes.
- b) Determinación del objeto o fines.

- c) Domicilio.
- d) Plazo o vigencia.
- e) Seguridad del aporte económico.
- f) Administración.
- g) Derecho a voto.
- h) Remuneraciones.
- i) Ganancia o pérdidas.
- j) Reserva legal.
- k) Fiscalización.
- l) Terminación de actividades.

Para la obtención del permiso de la patente municipal de funcionamiento anual y los impuestos respectivos que correspondan se acudirá al departamento de planificación del Municipio de Cota cachi.

6.11. ESTRATEGIA DEL SERVICIO

El Centro de Acopio Frutícola de Apuela antes de prestar el servicio a sus clientes primeramente, va realizar una campaña de publicidad, que consistirá en hacer unas hojas volantes donde se promocionara la atención del centro de Acopio, esto se pegara en las tiendas y lugares visibles , también en los buses que ingresan a la zona, para el día en que se abra el servicio, las esposas de los señores productores van a ofrecer unos pequeños dulces fabricados con las frutas de la zona, además se proveerá con una debida presentación del Centro, además se solicitara a la Fundación Ayuda en Acción para que colabore con los equipos de sonido, además por ese día tanto las frutas como las legumbres tendrán un precio especial es decir se realizara en descuento en las compras a los clientes.

6.11. PROPUESTA CONTABLE

Pese a que el tema del presente trabajo no involucra directamente aspectos contables, se incluirá un pequeño manual de procedimientos contables para el centro de acopio “Apuela SA”.

Objetivos del manual:

Estructurar la herramienta que guíe al contador/a para que realice con eficiencia y en el menor tiempo posible, las funciones de su competencia, a fin de que el centro de acopio “Apuela SA”. Elabore con oportunidad las informaciones contables indispensables para la rendición de cuentas.

Personal responsable

Estas actividades son de exclusiva responsabilidad del contador/a.

Importancia

El ciclo contable o de contabilidad, permite obtener todas las informaciones financieras necesarias para la elaboración de los estados anuales, mensuales o de cualquier otra índole que requieran los órganos rectores y de control.

DISEÑO DEL PLAN DE CUENTAS

Recoge los documentos que integran las cuentas anuales así como los requisitos, principios y criterios contables de reconocimiento y valoración, que deben conducir a que las cuentas anuales muestren la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la empresa.

Principios contables

Los principios contables o Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA) son normas contables emitidas por instituciones con autoridad reconocida, derivadas de la práctica más frecuente y, por tanto, más recomendables. Son reglas extraídas de la propia práctica, avaladas por su habitualidad, respaldadas por un organismo solvente, amplio grado de difusión y orientadas hacia el cumplimiento de un objetivo contable concreto.

Tienen como objetivo fundamental guiar a los profesionales de la contabilidad en el proceso de elaboración de la información financiera e interpretación de los hechos contables objeto de registro, suponiendo, al menos desde un punto de vista teórico, una guía para la interpretación y solución del registro de los hechos contables.

Si acudimos al ámbito del PGC se establece claramente que se consideran principios y normas de contabilidad generalmente aceptados los establecidos en:

- a) El Código de comercio y la restante legislación mercantil
- b) El PGC y sus adaptaciones sectoriales
- c) Las normas de desarrollo que, en materia contable, establezca en su caso el Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC).
- d) La demás legislación que sea específicamente aplicable.

Este esquema deja abierto el uso de criterios o normas de contabilidad del ámbito comunitario, de manera directa, a través de reglamentos comunitarios, o de manera indirecta, previa adaptación de la normativa nacional. Más en concreto, nuestro Derecho mercantil (PGC) establece que la aplicación de los principios contables incluidos en el mismo deben conducir a que las cuentas anuales, formuladas con claridad, expresen la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la empresa. Además debemos considerar que:

1. Cuando la aplicación de los principios contables establecidos en esta norma no sean suficientes para que las cuentas anuales expresen la imagen fiel, deberá suministrarse en la Memoria las explicaciones necesarias sobre principios contables aplicados adicionales.
2. En aquellos casos excepcionales en los que la aplicación de un principio contable o de cualquiera otras normas sean incompatibles con la imagen fiel que deben mostrar las cuentas anuales se considerará improcedente dicha aplicación.
3. En los casos de conflicto entre principios contables obligatorios deberá prevalecer el que mejor conduzca a que las cuentas anuales expresen la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la empresa.

Son de seguimiento obligatorio para todos los empresarios.

- Principio de empresa en funcionamiento. Se considerará que la gestión de la empresa tiene prácticamente una duración ilimitada. En consecuencia, la aplicación de los principios contables no irá encaminada a determinar el valor del patrimonio a efectos de su enajenación global o parcial ni el importe resultante en caso de liquidación.
- Principio de devengo. La imputación de ingresos y gastos deberá hacerse en función de la corriente real de bienes y servicios que los mismos representan con independencia del momento en que se produzca la corriente monetaria o financiera derivado de ellos.
- Principio de uniformidad. Adoptado un criterio en la aplicación de los principios contables dentro de las alternativas que, en su caso, estos permitan, deberá mantenerse a lo largo del tiempo y aplicarse a todos los elementos patrimoniales que tengan las mismas características, en tanto no se alteren los supuestos que motivaron la elección de dicho criterio. De alterarse los supuestos,

podrá modificarse el criterio adoptado en su día; pero en tal caso, estas circunstancias ser harán constar en la Memoria, indicando su incidencia cuantitativa y cualitativa de la variación sobre las cuentas anuales.

- Principio de prudencia. Se deberá ser prudente en las estimaciones y valoraciones a realizar en condiciones de incertidumbre. La prudencia no justifica que la valoración de los elementos patrimoniales no responda a la imagen fiel que deben reflejar las cuentas anuales. Asimismo únicamente se contabilizarán los beneficios obtenidos hasta la fecha de cierre del ejercicio. Por el contrario, se deberán tener en cuenta todos los riesgos, con origen en el ejercicio o en otro anterior, tan pronto sean conocidos, incluso si sólo se conocieran entre la fecha de cierre de las cuentas anuales y la fecha en que éstas se formulen. En tales casos se dará cumplida información en la memoria, sin perjuicio de su reflejo, cuando se haya generado un pasivo y un gasto, en otros documentos integrantes de las cuentas anuales. Excepcionalmente, si los riesgos se conocieran entre la formulación y antes de la aprobación de las cuentas anuales y afectaran de forma muy significativa a la imagen fiel, las cuentas anuales deberán ser reformuladas. Deberán tenerse en cuenta las amortizaciones y correcciones de valor por deterioro de los activos, tanto si el ejercicio se salda con beneficio como con pérdida.
- Principio de no compensación. No podrán compensarse las partidas del activo y del pasivo del balance, ni las de gastos e ingresos que integran la cuenta de pérdidas y ganancias, establecidos en los modelos de las cuentas anuales, salvo que una norma lo regule de forma expresa. Se valorarán separadamente los elementos integrantes de las cuentas anuales.

- Principio de importancia relativa. Podrá admitirse que no se apliquen estrictamente algunos de los principios contables siempre y cuando la importancia relativa en términos cuantitativos de la variación que tal hecho produzca sea escasamente significativa y, en consecuencia, no altere las cuentas anuales como expresión de la imagen fiel.

En caso de conflicto entre distintos principios deberá prevalecer aquel que conduzca a que las cuentas anuales expresen mejor la imagen fiel.

Criterios de valoración

Criterios valorativos usados en el plan:

1. Coste histórico o coste: es su precio de adquisición o coste de producción.
2. Valor razonable: importe por el que puede ser intercambiado un activo o liquidado un pasivo entre partes interesadas y debidamente informadas. Con carácter general, el valor razonable será el valor de mercado.
3. Valor neto realizable: importe que la empresa puede obtener por su enajenación en el mercado, deduciendo los costes estimados necesario para llevarla a cabo.
4. Valor actual: es igual a los flujos de efectivo a recibir o pagar en el curso normal del negocio, actualizados a un tipo de descuento adecuado.
5. Valor en uso: es el valor actual de los flujos de efectivo futuros esperados a través de su utilización en el curso normal del negocio.
6. Coste de venta: costes incrementales directamente atribuibles a la venta de un activo en los que no se habría incurrido de no haber tomado la decisión de venta.
7. Coste amortizado: para los instrumentos financieros (activos y pasivos financieros) es el importe al que inicialmente fue valorado

el activo o pasivo financiero, menos los reembolsos de principal que se hubieran producido y más o menos la parte imputada en la cuenta de pérdidas y ganancias.

8. Costes de transacción atribuibles a un activo o pasivo financiero: costes atribuibles a la compra o emisión o enajenación de un activo o pasivo financiero.
9. Valor contable o en libros: valor por el que figura en el balance.
10. Valor residual: valor que se espera recuperar de un bien al final de su vida útil.

El principio de prudencia implica una valoración conservadora de los activos.

- Precio de adquisición/histórico o
- Valor de mercado.

Esto ayuda a cumplir con el objetivo básico de conservación del capital. Sin embargo desde las NIC/IFRS 2003 esta práctica se ha visto atacada por el concepto de valor razonable (*fair value*) y se ha impuesto la valoración a precio de mercado (*mark-to-market*). El resultado en algunos casos (por ejemplo en el mercado inmobiliario) es que en vez de la tradicional valoración constante o escalonada a la baja, la valoración de activos se ha estado comportando de forma escalonada creciente, especialmente porque se han relajado/flexibilizado las normas de valoración justo cuando los activos han empezado a caer.

Normas de registro y valoración

Las normas de registro y valoración desarrollan los principios contables y otras disposiciones contenidas en el Marco conceptual. Incluye criterios y reglas aplicables a distintas transacciones o hechos económicos. Son de aplicación obligatoria.

Los cambios introducidos en estos criterios responden a una doble motivación: armonizar la norma española con los criterios contenidos en las Normas internacionales de contabilidad NIC-NIIF, adoptadas mediante Reglamentos de la Unión Europea y en segundo lugar agrupar en el Plan general de Contabilidad los criterios que desde 1990 se han introducido en las sucesivas adaptaciones sectoriales con la finalidad de mejorar la sistemática de la misma. Se establecen veintitrés normas de valoración, dedicadas a los siguientes elementos:

1. Desarrollo del marco conceptual de la contabilidad contable
2. Inmovilizado material
3. Normas particulares sobre inmovilizado material
4. Inversiones inmobiliarias
5. Inmovilizado intangible
6. Normas particulares sobre el inmovilizado intangible
7. Activos no corrientes y grupos enajenables de elementos, mantenidos para la venta
8. Arrendamientos y otras operaciones de naturaleza similar
9. Instrumentos financieros
10. Existencias
11. Moneda extranjera
12. Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), Impuesto General Indirecto Canario (IGIC) y otros impuestos indirectos
13. Impuestos sobre beneficios
14. Ingresos por ventas y prestación de servicios
15. Provisiones y contingencias
16. Pasivos por retribuciones a largo plazo al personal
17. Transacciones con pagos basados en instrumentos de patrimonio
18. Subvenciones, donaciones y legados recibidos
19. Combinaciones de negocios
20. Negocios conjuntos
21. Operaciones entre empresas del grupo
22. Cambios en criterios contables, errores y estimaciones contables

23. Hechos posteriores al cierre del ejercicio

Cuentas anuales

La tercera parte del plan recoge las normas de elaboración de las cuentas anuales y los modelos de los documentos que conforman las mismas, incluido el contenido de la memoria.

Las cuentas anuales están compuestas por los siguientes elementos:

- Cuenta de pérdidas y ganancias o estado de resultados
- Balance
- Memoria
- Estado de cambios en el patrimonio neto
- Estado de flujo de efectivo

Estos documentos forman una unidad y deben ser redactados según lo dispuesto en el Código de Comercio, el TRLSA (Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas), la Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada y en el propio Plan General de Contabilidad.

Cuadro de cuentas

Constituye la cuarta parte del plan y no tiene carácter obligatorio para las empresas. Contiene los grupos, subgrupos y cuentas necesarios, codificados en forma decimal y con un título expresivo de su contenido.

El PGC divide las cuentas en 9 grupos. Los 5 primeros son de cuentas patrimoniales, y los 4 últimos cuentas de gestión:

Grupo 1 - Financiación Básica

- Capital
 - Capital social
 - Fondo social
 - Capital

- Socios por desembolsos no exigidos...
 - Socios por desembolsos no exigidos, capital social
 - Socios por desembolsos no exigidos, capital pendiente de inscripción
- Socios por aportaciones no dinerarias pendientes...
 - Socios por aportaciones no dinerarias pendientes, capital social

Grupo 2 - Inmovilizado (Activo no corriente)

- Inmovilizaciones intangibles
 - Gastos de investigación
 - Desarrollo
 - Concesiones administrativas
 - Propiedad industrial
 - Fondo de comercio
 - Derechos de traspaso
 - Aplicaciones informáticas
 - Anticipos para inmovilizaciones intangibles

Grupo 3 - Existencias

- Comerciales
 - Comerciales
- Materias primas
 - Materias Primas
- Otros aprovisionamientos
 - Elementos y conjuntos incorporables
 - Combustibles
 - Repuestos
 - Materiales diversos

Grupo 4 - Acreedores y deudores por operaciones de tráfico

- Proveedores
 - Proveedores
 - Proveedores, efectos comerciales a pagar
 - Proveedores, empresas del grupo
 - Proveedores, empresas asociadas
 - Proveedores, otras partes vinculadas
 - Envases y embalajes a devolver a proveedores
 - Anticipos a proveedores
- Acreedores varios

Grupo 5 - Cuentas financieras

- Empréstitos, deudas con características especiales y otras emisiones análogas a corto plazo
 - Obligaciones y bonos a corto plazo
 - Obligaciones y bonos convertibles a corto plazo
 - Acciones o participaciones a corto plazo contabilizadas como pasivo
 - Deudas representadas en otros valores negociables a corto plazo
 - Intereses de empréstitos y otras emisiones análogas
 - Dividendos de emisiones contabilizadas como pasivo
 - Valores negociables amortizados
- Deudas a corto plazo con partes vinculadas

Grupo 6 - Compras y gastos

- Compras
 - Compras de...
 - Descuentos sobre compras por pronto pago
 - Devoluciones de compras y operaciones similares
 - "Rappels" por compras
- Variación de existencias
 - Variación de existencias de...

- Servicios exteriores
 - Gastos en investigación y desarrollo del ejercicio

Grupo 7 - Ventas e ingresos

- Ventas de mercaderías, de producción propia, de servicios, etc
 - Ventas de...
 - Descuentos sobre ventas por pronto pago
 - Devoluciones de ventas y operaciones similares
 - "Rappels" sobre ventas
- Variación de existencias
 - Variación de existencias de...
- Trabajos realizados para la empresa
 - Trabajos realizados para el inmovilizado intangible

Grupo 8 - Gastos imputados al patrimonio neto

- Gastos financieros por valoración de activos financieros
 - Pérdidas en activos financieros disponibles para la venta
 - Transferencia de beneficios en activos financieros disponibles para la venta

Grupo 9 - Ingresos imputados al patrimonio neto

- Ingresos financieros por valoración de activos financieros
 - Beneficios en activos financieros disponibles para la venta
 - Transferencia de pérdidas de activos financieros disponibles para la venta
- Ingresos en operaciones de cobertura
 - Beneficios por coberturas de flujos de efectivo
 - Beneficios por coberturas de una inversión neta en un negocio en el extranjero
 - Transferencia de pérdidas por coberturas de flujos de efectivo

- Transferencia de pérdidas por coberturas de una inversión neta en un negocio en el extranjero
- Ingresos por diferencias de conversión

En el presente trabajo de grado se van utilizar solamente las cuentas de ingresos de gastos de donaciones, puesto que se va elaborar los balances, el estado de Pérdidas y Ganancias y los Flujos de caja.

LOS DOCUMENTOS A UTILIZARSE SON LOS SIGUIENTES:

En el presente proyecto se van a utilizar los siguientes documentos:

La factura, los recibos, los comprobantes de Ingresos y Egresos, los Estados de Cuenta del Banco para realizar las conciliaciones bancarias, los Comprobantes de Retenciones.

DISEÑO DEL PLAN DE CUENTAS A UTILIZARSE

En el presente trabajo de grado vamos a utilizar el siguiente plan de cuentas:

1. Financiación Básica
2. Inmovilizado
3. Existencias
4. Deudores y acreedores
5. Cuentas financieras
6. Compras y gastos
7. Ingresos por aportaciones de socios

Contador/a	<p>9. Archiva los asientos contables con la respectiva documentación de soporte facturas, depósitos bancarios y otros.</p> <p>10. Fin del Proceso.</p>	Archivo

Elaborado por: La autora

ROCEDIMIENTO 2C: Emisión de informe de socios en mora
--

OBJETIVO: Establecer el procedimiento a seguir para la Emisión de informe de socios en mora

RESPONSABLE	ACCIÓN	REGISTRO
Contador/a	1. Emitir un informe de los socios que se encuentran en mora por más de 6 meses para su suspensión temporal de la facturación.	Informe de Cartera

Elaborado por: La autora

PROCEDIMIENTO 3C: Contabilización de adquisición de bienes o servicios.

OBJETIVO: Establecer el procedimiento para la contabilización de adquisición de bienes y servicios.

RESPONSABLE	ACCIÓN	REGISTRO
Administración	1. Realiza el pedido de bienes o servicios a los proveedores.	Cotización
Proveedor	2. Entrega los bienes o servicios solicitados y la factura de los mismos.	Factura
Contador/a	3. Verifica costos, calidad y cantidad correcta de los bienes o servicios adquiridos 4. Revisar que la factura esta llena de forma correcta y dentro de los parámetros establecidos por el Código Tributario Interno. 5. Realizar la retención correspondiente. 6. Ingresar al sistema contable la factura del proveedor conjuntamente con su respectiva retención. Registro Contable: Gasto/costo xxx IVA Bienes/Servicios xxxx <div style="text-align: right;">Proveedores xxx</div>	Asiento Contable

	<p>Ret. en la fuente xxx Ret. IVA xxx</p> <p>V/r adquisición de bienes o servicios xxx proveedor XXX</p> <p>7. Cancelación de la factura de la adquisición de bienes o servicios.</p> <p>Registro contable: Proveedores xxx Banco Pichincha Cta. Cte.xxx v/r Can. xxx proveedor XXX por la compra de bien o servicio.</p> <p>8. Entregar a la Administración el Egreso Bancario (pago proveedores) conjuntamente a la factura, retención, cheque y proforma adjunta al Comprobante de egreso para su revisión y aprobación</p>	
Contador/a	9. Revisión de los comprobantes de pago y aprobación.	Comprobante de pago
Contador/a	<p>10. Entregar el pago al proveedor con el original del comprobante de retención.</p> <p>11. Hacer firmar el Comprobante de egreso al proveedor.</p> <p>12. Archivar la documentación contable.</p> <p>13. Fin del proceso.</p>	Comprobante de pago

Elaborado por: La autora

ROCEDIMIENTO 4 C: Procedimiento para efectuar conciliaciones bancarias.

OBJETIVO: Establecer un procedimiento para el mantenimiento de área húmeda

RESPONSABLE	ACCIÓN	REGISTRO
Contador/a	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir el estado de cuenta bancario. 2. Cruzar la información con el estado de cuenta del sistema y establecer diferencias. 3. Identificar los rubros faltantes, ya sean depósitos en tránsito, cheques girados y no cobrados, notas de débito y crédito. 4. Ingresar estos rubros en el sistema de ser el caso. Registro Contable: Notas de Crédito Banco Pichincha Cta. Cte. Xxx Intereses ganados xxx v/r intereses ganados mes de xxx cuenta corriente banco pichincha . Notas de Debito Gastos servicios bancarios xxx 	Estado de cuenta Bancario

	<p>Banco Pichincha Cta. Cte. Xxx v/r costo servicios bancarios mes de xxx Banco Pichincha Cta. Cte.</p> <p>5. Conciliación Bancaria Saldo según Bancos xxx (-) Depósitos en Transito xxx (+) Cheques en transito SUMAN XXX Saldo según Libros xxx (-) Notas de Debito xxx (+) Notas de Crédito xxx SUMAN XXX</p> <p>6. Entregar al contador las conciliaciones bancarias para su revisión y aprobación.</p>	
Contador	<p>1. Revisa y aprueba las conciliaciones bancarias. 2. Entrega a la asistente contable para su archivo.</p>	Conciliación bancaria
Contador/a	<p>3. Archiva los asientos contables con la respectiva documentación de soporte.</p>	

Elaborado por: La autora

ROCEDIMIENTO 5 C: Procedimiento para el cálculo y presentación y pago de impuestos.

OBJETIVO: Establecer el procedimiento a seguir para el cálculo y presentación y pago de impuestos.

RESPONSABLE	ACCIÓN	REGISTRO
Contador/a	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ingresar las facturas de compras con sus respectivas retenciones al igual que las ventas del mes en una hoja de Excel. 2. Verificar con los estados de cuentas del sistema. 	Planilla Excel
Contador/a	<ol style="list-style-type: none"> 3. Revisión de los archivos y mayores de impuestos. 4. Ingresar los datos a los formularios 103 y 104 del Servicio de Rentas Internas los mismos que calculan automáticamente el monto a pagar por concepto de impuestos. 5. Cargar los formularios a la página web del SRI e imprimir el los comprobantes de pago. 6. El pago se debitara de la cuenta bancaria. 7. Entregar la documentación para su registro. 8. Registrar los la información declarada de impuestos. <p style="text-align: center;">Registro Contable:</p> <p>IVA por pagar xxx</p> <p>Crédito tributario xxx</p>	<p>Formulario 103-104 SRI</p> <p>Asiento Contable</p>

	Retención IVA 100% xxx Retención fuente 1% xxx Retención fuente 2% xxx IVA compras 12% xxx IVA servicios 12% xxx Retención IVA xxx Crédito Tributario xxx Impuestos SRI x Pag IVA xxx Imp SRI x Pag Ret Fte.xxx v/r cancelación impuestos SRI mes xxx año xxx	
Contador/a	9. Registrar el pago de impuestos Registro Contable: Banco Cta. Cte. xxx Impuestos por Pag. xxx v/r pago de impuestos mes de xxx 10. Archiva los asientos contables con la respectiva documentación de soporte. 11. Fin del proceso.	Asiento contable

Elaborado por: La autora

ROCEDIMIENTO 6C: Procedimiento para el cálculo y pago de nomina.
--

OBJETIVO: establecer el procedimiento a realizarse para que se establezca una secuencia mes a mes

RESPONSABLE	ACCIÓN	REGISTRO
Contador/a	1. Entregar el formulario para el registro de horas extras de cada trabajador.	Formulario registro horas extras
Empleados	2. Entregar a fin de mes el registro de las horas extras	Formulario registro horas extras
Contador/a	3. Realizar el cálculo de horas extras 4. Ingresar en la hoja de Excel con formato para calculo de roles la nomina de empleados, ingresos: salario, horas extras, comisiones, otros ingresos y descuentos: aporte personal al IESS, dividendos préstamos Quirografarios, anticipos de sueldo, otros descuentos.	Planilla Excel
Contador/a	5. Realizar la carta de autorización de debito de la cuenta del centro, el monto correspondiente al pago de nomina, y enviar al banco. 6. Ingresar los datos al sistema del Banco para pago de nominas enviar archivos autorizados para el proceso.	Asiento contable

	<p>7. Realizar confidentiales y hacer firmar a cada trabajador</p> <p>8. Ingresar al IESS novedades por concepto de horas extras</p> <p>9. Registrar en el sistema los asientos contables pago de roles.</p> <p style="padding-left: 40px;">Registro Contable:</p> <p style="padding-left: 80px;">Nomina</p> <p style="padding-left: 40px;">Sueldos y Salariosxxx</p> <p style="padding-left: 40px;">Horas Extras xxx</p> <p style="padding-left: 40px;">Comisiones xxx</p> <p style="padding-left: 40px;">Otros Ingresos xxx</p> <p style="padding-left: 80px;">Aporte personal IESS xxx</p> <p style="padding-left: 80px;">Préstamos por pagar xxx</p> <p style="padding-left: 80px;">Anticipo a empleados xxx</p> <p style="padding-left: 80px;">Otros descuentos xxx</p> <p style="padding-left: 80px;">Sueldos por Pagar xxx</p> <p style="padding-left: 40px;">v/r Nómina mes xxx año</p> <p style="padding-left: 40px;">xxx</p> <p style="padding-left: 40px;">Registro Contable:</p> <p style="padding-left: 80px;">Debito Bancario</p> <p style="padding-left: 40px;">Sueldos por Pagar xxx</p> <p style="padding-left: 80px;">Banco del Pacifico xxx</p> <p style="padding-left: 40px;">v/r pago nomina mes xxx</p> <p style="padding-left: 40px;">año xxx</p> <p>10. Entregar a los empleados los confidentiales y hacer firmar una copia.</p> <p>11. Archivar los asientos contables con la respectiva documentación de soporte.</p>	
--	--	--

	12. Fin del Proceso.	
--	----------------------	--

PROCEDIMIENTO 7C: Reposición fondo de caja chica.

OBJETIVO: Establecer el procedimiento para la reposición de fondo de caja chica.

RESPONSABLE	ACCIÓN	REGISTRO
Contador/a	1. Entrega el informe de descargo de caja chica a la administración para su autorización del desembolso de fondo de caja chica.	Informe de descargo
Administrador	2. Entrega el informe de descargo autorizado para el desembolso del fondo de caja chica.	Autorización de desembolso
Contador/a	3. Registrar en el sistema contable las facturas de gastos de caja chica. Registro Contable: Gastos xxx IVA compras/servicios xxx Caja Chica xxx Ret IVA xxx Ret fuente xxx v/r gasto caja chica xxx 4. Emitir el cheque para reposición de fondo de caja chica. Registro Contable:	Asiento contable

	<p>Caja Chica xxx Banco Cta. Cte. xxx v/r reposición caja chica del xxx al xxx</p>	
<p>Contador/a</p>	<p>5. Archiva los asientos contables con la respectiva documentación de soporte.</p>	

Elaborado por: La autora

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

Para la ejecución de este trabajo se debe tomar en cuenta los impactos más relevantes los mismos que se realizan a través de la matriz de Impactos de entrada simple, la finalidad es que sea realizable y claro, para el análisis se utilizará la siguiente escala de valores.

TABLA # 57 NIVEL DE IMPACTOS

ESCALA	INDICADORES
- 3	IMPACTO ALTO NEGATIVO
- 2	IMPACTO MEDIO NEGATIVO
- 1	IMPACTO BAJO NEGATIVO
0	NO HAY IMPACTO
1	IMPACTO BAJO POSITIVO
2	IMPACTO MEDIO POSITIVO
3	IMPACTO ALTO POSITIVO

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Haciendo un análisis de cada impacto, se procede a sumar los niveles, los cuales se dividen para el número total de indicadores obteniendo el nivel de impacto analizado. A continuación se presenta cada uno de los impactos con su respectivo análisis.

7.1. IMPACTO SOCIAL

El desarrollo de éste proyecto beneficiará a las Parroquias, a través de la generación de plazas de trabajo. Además la calidad de vida del consumidor mejorará sustancialmente por la calidad y variedad de los productos. Los consumidores también serán beneficiados porque contarán con un producto de mayor calidad, precio justo y peso exacto.

TABLA # 58 MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de plazas de trabajo en la parroquia						2		2
Oferta de mejor calidad y variedad de productos al consumidor						2		2
Total								4

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

$$\text{Impacto Social} = \frac{\sum \text{De indicadores}}{\text{# De indicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{4}{2} = 2$$

7.2. IMPACTO ECONÓMICO

El centro de acopio permitirá mejorar los precios a los productores, pues reducirá a los intermediarios y por ello los productores percibirán mayores ingresos. También la presencia de un centro de acopio motivará a que se piense en la existencia de proyectos similares que permitan mejorar el nivel de vida de los habitantes.

TABLA # 59 MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Disminución de precios de compra al consumidor							3	3
Aumento del precio de venta al productor							3	3
Total								6

Elaborado por: La autora

$$\text{Impacto Económico} = \frac{\Sigma}{\# \text{ De indicadores}}$$

$$\text{Impacto Económico} = \frac{6}{2} = 3$$

7.3. IMPACTO ECOLÓGICO

En lo ecológico éste proyecto se preocupará en la conservación del medio ambiente de acuerdo al tratamiento que se dará a los productos agrícolas, a la vez permitirá establecer los parámetros de equilibrio entre la naturaleza y los cambios propiciados por las actividades que se realizarán en el centro de acopio, tomando en cuenta sus políticas y objetivos ambientales.

TABLA # 60 MATRIZ DE IMPACTO ECOLÓGICO

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Mejoramiento en la conservación del medio ambiente						2		2
Incentivo a copiar proyectos ecológicos							3	3
Total								5

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

$$\text{Impacto Ecológico} = \frac{\Sigma}{\# \text{ De indicadores}}$$

$$\text{Impacto Ecológico} = \frac{5}{2} = 2,5$$

7.4. IMPACTO EMPRESARIAL

Lograr una infraestructura integradora desde el más remoto lugar del interior de la región hasta lugares con acceso a los grandes mercados regionales y del resto del país, hacerlos más competitivos e incrementar el acceso a los beneficios del libre comercio. De esta manera, se buscará convertir la región en altamente atractiva para la inversión y el comercio, dada su ubicación geográfica, y capital humano.

TABLA # 61 MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Efecto generador de negocios							3	3
Aumento de la competitividad en la región							3	3
Acceso a nuevos mercados							3	3
Total								9

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

$$\text{Impacto Empresarial} = \frac{\sum}{\# \text{ De indicadores}}$$

$$\text{Impacto Empresarial} = \frac{9}{3} = 3$$

7.5. IMPACTO ÉTICO

En lo ético se logrará un equilibrio entre la oferta y demanda para lograr disminuir en su mayoría la especulación, donde los consumidores adquieran los productos a precios accesibles y de buena calidad, permitiéndoles de ésta manera actuar de manera responsable y ética ante cualquier circunstancia, a la vez se dará a los productos un valor agregado y hay la oportunidad de entrar en mercados más exigentes y tecnificados; que traerá como consecuencia mayores utilidades, y la capacidad para ser más competitivos.

TABLA # 62 MATRIZ DE IMPACTO ÉTICO

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Incentivo a pequeños agricultores a producir de forma más profesional							3	3
Educación a consumidores a adquirir productos de mejor calidad							3	3
Educación a mayoristas a adquirir productos de mejor calidad							3	3
Total								9

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

$$\text{Impacto Ético} = \frac{\sum \text{De indicadores}}{\text{\# De indicadores}}$$

$$\text{Impacto Ético} = \frac{9}{3} = 3$$

CONCLUSIONES

- Existe un excelente nivel de asociatividad de los agricultores de la zona de Apuela lo que sumado al bajo nivel de competencia de los productos ofertados y la ausencia de centros de acopio cercanos, facilita la formación de la organización propuesta.
- La zona de influencia del proyecto se encuentra cercana a importantes centros urbanos de la provincia tales como Cotacachi, Otavalo e Ibarra, lo que en definitiva debiera asegurar contar con una constante demanda de comerciantes mayoristas y minoristas por los productos que se oferten en el centro de acopio.
- La ley protege a los pequeños y medianos agricultores ecuatorianos y obliga al estado a entregar recursos financieros y técnicos a asociaciones formadas por este tipo de ciudadanos para financiar, con excelentes condiciones financieras, proyectos que cumplan con los requerimientos establecidos.
- Existe actualmente un buen nivel de demanda insatisfecha o mercado potencial en la provincia de Imbabura por los productos ofertados en la zona de Apuela lo que da espacio en el mercado a los agricultores para seguir creciendo.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda incluir a agricultores de zonas cercanas, a productores de otras variedades de frutas y verduras con buena demanda en la provincia para evitar que la estacionalidad de la cosecha que se da en Apuela limite el crecimiento del centro de acopio y lo mantenga en funcionamiento durante todo el año, esto además impondría barreras de entrada a iniciativas semejantes que puedan darse en zonas cercanas.
- Mediante adecuadas campañas publicitarias, incentivar a comerciantes provenientes de las provincias de Pichincha y El Carchi abastecerse regularmente en el centro de Acopio propuesto, esto sumado a la recomendación anterior puede lograr convertir a la organización en unos de los centros más grandes de la sierra ecuatoriana.
- Utilizar los beneficios establecidos en la ley de Cooperativas y ley Agraria para formar una cooperativa agraria formada por los agricultores de Apuela, el objetivo es aprovechar beneficios tributarios y crediticios para apoyar las necesidades de capital de trabajo requeridas al momento de la siembra y cosecha y por otra parte impulsar el crecimiento en la superficie utilizada por estos trabajadores.
- Aumentar la superficie sembrada o plantada en la zona de Apuela para cubrir aquel mercado potencial existente en la provincia intentando de esta forma y aprovechando las recomendaciones expresadas anteriormente ampliar la zona de influencia del centro de acopio.

ANEXOS

ANEXO 1: ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA N° 1

Dirigido a Productores frutícolas de la Parroquia Apuela.

La presente encuesta tiene por finalidad recopilar información necesaria para la creación de un CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN FRUTÍCOLA de la zona.

a) DATOS GENERALES:

Sexo:Edad:

Nivel de Instrucción:.....

Producto o servicio que vende:.....

Tiempo de dedicación a su actividad:

Dirección Domiciliaria:

Teléfonos:(opcional).....

b) CUESTIONARIO

1.- ¿Cuál es el ciclo de su cosecha?

- | | |
|-----------------|--------------------------|
| Mensualmente | <input type="checkbox"/> |
| Trimestralmente | <input type="checkbox"/> |
| Semestralmente | <input type="checkbox"/> |
| Anualmente | <input type="checkbox"/> |

2.- ¿A quién vende su producción?

Mercados	<input type="checkbox"/>
Supermercados	<input type="checkbox"/>
Intermediarios	<input type="checkbox"/>
Consumidor final	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

3.- En el proceso de producción, ¿qué insumo es el de mayor costo?

Semillas	<input type="checkbox"/>
Químicos	<input type="checkbox"/>
Preparación del Terreno	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

4.- Pertenece usted a alguna Asociación de Productores de la localidad?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

ESPECIFIQUE.....

5.- Los productos que obtiene de su producción agrícola tienen:

Mucha competencia	<input type="checkbox"/>
Poca competencia	<input type="checkbox"/>
No hay competencia	<input type="checkbox"/>

6.- El precio de venta de sus productos lo fija acorde al:

Mercado	<input type="checkbox"/>
Comprador	<input type="checkbox"/>
Temporada	<input type="checkbox"/>

7.- Considera Usted que los niveles de ganancia son:

- | | |
|------------|--------------------------|
| Muy buenos | <input type="checkbox"/> |
| Buenos | <input type="checkbox"/> |
| Regulares | <input type="checkbox"/> |
| Malos | <input type="checkbox"/> |

8.- ¿A qué fuentes de financiamiento accede usted para generar su producción?

- | | |
|---------------------|--------------------------|
| Bancos | <input type="checkbox"/> |
| Financieras | <input type="checkbox"/> |
| Personales | <input type="checkbox"/> |
| Propios | <input type="checkbox"/> |
| Otras (fundaciones) | <input type="checkbox"/> |

9.- ¿Puede acceder usted a algún Centro de Acopio o almacenamiento de productos?

- | | |
|----|--------------------------|
| SI | <input type="checkbox"/> |
| NO | <input type="checkbox"/> |

10. ¿Si su respuesta es negativa, le gustaría comercializar sus productos a través de un centro de acopio que permita garantizar su venta?

- | | |
|----|--------------------------|
| SI | <input type="checkbox"/> |
| NO | <input type="checkbox"/> |

Fecha:

GRACIAS

ANEXO 2: ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA N° 2

Dirigido a Consumidores de Productos Frutícolas.

La presente encuesta tiene por finalidad recopilar información necesaria para la creación de un CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN FRUTÍCOLA.

Cuestionario

1.- ¿Con qué frecuencia realiza usted las compras para el consumo de su hogar?

Diario Semanal Quincenal

2.- ¿Qué tipo de productos usted compra?

Hortalizas
Frutas
Otros

3. ¿Qué cantidad de fruta adquiere en sus compras?

Mucha
Poca
Ninguna

4. Del siguiente listado, seleccione las frutas de su preferencia:

Naranja		Piña	
Papaya		Melón	
Sandía		Kiwi	
Tomate de árbol		Pera	
Manzana		Todas las mencionadas	
Algunas de las mencionadas			
Otras: Especifique			

5.- ¿Dónde adquiere sus productos frutícolas?

- En las granjas
- En el mercado local
- En distribuidores móviles
- Otros: especifique:

6.- ¿La calidad de los productos que usted adquiere en el mercado es?

- Muy buena
- Buena
- Mala

7.- ¿Está usted de acuerdo que se cree un centro de acopio o almacenamiento de productos frutícolas?

- SI
- NO

8.- ¿Estaría usted dispuesto a realizar sus compras en este centro de acopio?

- SI
- NO

9.- ¿Considera que los precios de los productos son?

Altos

Razonables

Accesibles

GRACIAS

ANEXO 3: PROYECCIÓN DE POBLACIÓN POR ÁREAS Y AÑOS CALENDARIOS, SEGÚN PROVINCIAS Y CANTONES, PERIODO 2001-2010, INEC 2001

PROVINCIAS Y CANTONES	AÑO 2008			AÑO 2009			AÑO 2010		
	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL
IMBABURA		231.301	175.016		239.826	174.625		247.689	174.241
IBARRA		145.774	34.986		151.146	33.232		156.102	31.604
ANTONIO ANTE		23.874	18.649		24.754	18.620		25.565	18.592
COTACACHI		10.058	33.836		10.429	34.343		10.771	34.809
OTAVALO		41.589	64.784		43.122	65.382		44.536	65.925
PIMAMPIRO		6.251	9.554		6.481	9.641		6.694	9.718
SAN MIGUEL DE URCUQUI		3.755	13.207		3.894	13.407		4.021	13.593

TRABAJOS CITADOS

1. AGUILAR P., Campo Elías (2008) Guía Práctica para la Elaboración de Tesis, Editorial SASOVI, Quito – Ecuador.
2. A. GORENS, M. G. (2005). Enciclopedia Práctica de la Contabilidad. España: Grupo Océano.
3. Ángel, P. Y. (2006). Metodología para el trabajo de grado. Ibarra Ecuador: Nina Ediciones.
4. Arellano, E. I. (2005). Investigación Científica. Loja: Imprenta Cosmos.
5. ARELLANO, E. I. (2006). Investigación Científica. Quito: Imprenta Cosmos.
6. Banco Central del Ecuador, boletines mensuales de actividad económica
7. CONTABILIDAD, C. D. (2001). Normas NIIF. Londres.
8. Enciclopedia del Management. (2004). Barcelona: Grupo Océano.
9. FISHER, S., DORNBUSCH, R., & SCHMALENSEE, R. (2003). Economía. Madrid: Mc Graw Hill.
10. Instituto Nacional de Estadísticas, censo de población y vivienda 2001
11. HORN, J. C. (2004). Fundamentos de Administración Financiera. México: Mc Graw Hill.
12. LAMBIN, J. J. (2005). Marketing Estratégico. Santiago: Mc Graw Hill.
13. MONTENEGRO, Mario (2006), Módulo de Estrategias Metodológicas,
14. Universidad Técnica del Norte, Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología.
15. OXENFELDT, A. R. (1985). Análisis de Costo Beneficio para la toma de decisiones. Cali: Editorial Norma.
16. SALLENAVE, J. P. (2002). Gerencia y Planificación Estratégica. Colombia: Editorial Norma.
17. www.wikimedia.com.
18. ZEA, F. L. (2006). Nociones de Metodología de Investigación Científica. Quito: Cosmos.
19. www.monografias.com

20. MARTINEZ, Patricio; 1999 " Unidad de producción de mercancías o servicios que se caracterizan por su pequeña dimensión, por la relativa sencillez de la tecnología aplicada, por la escasa división de trabajo por la forma artesana en que se realiza el proceso productivo" (Pág. 67)
21. http://es.wikipedia.org/wiki/Centros_de_acopio " Los Centros de Acopio cumplen la función de reunir la producción de pequeños productores para que puedan competir en cantidad y calidad en los mercados de centros urbanos".
22. MONTERO, Edgar; 2005: "Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operan en forma organizada, utiliza sus conocimientos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de los productos y/o prestación de servicios, obteniendo un margen de utilidad, luego descubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación (Pág. 15)
23. BRAVO, Mercedes; 2007: "Es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedican actividades de producción comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad" (Pág. 3)
24. Ley de desarrollo Agrario actualizada a Junio del 2009 se lee:
literal j: De protección al agricultor de ciclo corto que siembra productos de consumo interno, a fin de que exista confianza y seguridad en la recuperación del capital, recompensando el esfuerzo del trabajo del hombre de campo mediante una racional rentabilidad".
"Art. 13.- Apoyo a la comercialización Directa.- Las inversiones que efectúen los particulares para el establecimiento de mercados mayoristas, podrán ser deducibles de la base imponible para el cálculo del impuesto a la renta, en los términos que se determine en el Reglamento a la presente Ley. El estado estimulará el establecimiento de los mercados y centros de acopio generados en la iniciativa de las organizaciones indígenas, campesinas y comunitarias, que tengan como función acercar a productores y consumidores y

evitar la inconveniente intermediación que eventualmente puede perjudicar el interés económico de las mismas"

25. [http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_General_de_Contabilidad_\(Espa%C3%B1a\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_General_de_Contabilidad_(Espa%C3%B1a))»Categoría: Contabilidad
26. Philip Kotler (1992): Dirección de Marketing: Análisis, planificación, gestión y control, McGraw-Hill.