



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA:

“EMPRENDIMIENTO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BRÓCOLI, LECHUGA, Y COLMORADA EN LA COMUNIDAD TUNIBAMBA DE BELLA VISTA, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA.”

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO EN INGENIERO EN CONTABILIDAD
Y AUDITORÍA CPA.**

AUTORES:

VINUEZA E. BLANCA ISABEL

PERUGACHI L. LUIS RAMIRO

DIRECTOR: Ing. EDWING ROLANDO SORIA FLORES

Ibarra, 2023

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación se lo realiza con el objetivo principal de mejorar la productividad en la comunidad de Tunibamba de Bella Vista, mediante el estudio de factibilidad para la producción y comercialización de brócoli, lechuga y colmorada, en la ciudad de Cotacachi provincia de Imbabura. Mediante la aplicación de la presente propuesta se espera dinamizar y diversificar la producción, remplazando los químicos con abonos orgánicos. Para lo cual se investigó de la siguiente manera; en primera instancia se realizó el diagnóstico situacional de la comunidad; se aplicó la entrevista y observación directa, que permitió determinar el problema que atraviesan los agricultores de la comunidad, la siembra de los mismos productos en todos los años como son: maíz, fréjol, cebada, trigo y entre otros productos que son de un largo ciclo de producción, por esta razón los agricultores se desaniman y como resultado existen terrenos sin cultivar o lo vuelven en pasto.

Además, se estableció la oferta, demanda y precio de las competencias en lo que respecta a las hortalizas en el cantón Cotacachi, se procedió analizar el ciclo de producción de hortalizas, insumos, materiales, mano de obra entre otros rubros que serán necesarios para poner en marcha este emprendimiento, esto facilitó el análisis económico y financiero del proyecto; por ende, se determinó la facilidad del presente trabajo. Porque la ciudadanía cotacacheña prefiere consumir productos amigables con el medio ambiente, y mucho mejor si son hortalizas orgánicas como: brócoli, lechuga y col morada, con esta iniciativa salen beneficiados los comerciantes con productos sanos y frescos para el consumidor; y comuneros por la generación de fuentes de trabajo.

SUMMARY

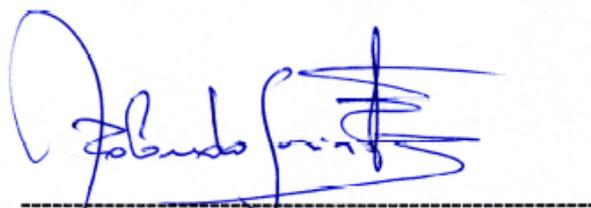
This research work is done with the aim of improving the productivity of the hacienda Bella Vista Tunibamba communal lands, through the study of feasibility for the production and marketing of vegetables in the town of Cotacachi, Imbabura province. Through the implementation of this proposal is expected energize and diversify production replacing chemicals with organic fertilizers. For which has been made to research with the farmers themselves and professionals who are experts in the topic. Exposing investigations in the following manner; in the first chapter was the Situational diagnosis of the Treasury; to which we proceeded to apply the surveys, interviews and direct observation with which the problem of the ranch could be determined is the planting of the same products every year such as: corn, beans, barley, wheat and other products that are of a long production cycle. You could also analyze the opportunities and threats that may have the project.

Also I carry out the market analysis with which it was possible to determine the offer, demand and prices of the competitions as for the vegetables in the canton Cotacachi, for it there was investigated the cycle of production of vegetables, inputs, materials, labor between other titles that will be necessary to put into practice the project, this facilitated us to realize the economic and financial analysis of the project; hence one determined that the project is feasible. Since citizenship auki prefers to consume products friendly to the environment and much better if they are organic vegetables, members of the Treasury are also Los Andes Jatuk CEM of Cotacachi market traders, therefore the benefit have it from partners, families in the community, because more sources of employment generated.

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de director del Trabajo de Grado presentado por los Egresados Perugachi Lanchimba Luis Ramiro y Vinueza Estrada Blanca Isabel, para optar por el título de Ingeniero en Contabilidad Superior y Auditoría, C.P.A., cuyo tema es: **“EMPRENDIMIENTO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BRÓCOLI, LECHUGA, Y COLMORADA EN LA COMUNIDAD TUNIBAMBA DE BELLA VISTA, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA.”** Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 29 días del mes de abril del 2019.



Ing. EDWING ROLANDO SORIA FLORES

DIRECTOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100356882-9 100360543-1		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Perugachi Lanchimba Luis Ramiro Vinueza Estrada Blanca Isabel		
DIRECCIÓN:	Cotacachi, Comunidad Tunibamba de Bellavista Cotacachi, Comunidad San Vicente de Topo Grande		
EMAIL:	Luisramiro07@hotmail.com Blanquiz92@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0988411147 0982856619

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“EMPRENDIMIENTO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BRÓCOLI, LECHUGA, Y COLMORADA EN LA COMUNIDAD TUNIBAMBA DE BELLA VISTA, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA.”
AUTORES:	Perugachi Lanchimba Luis Ramiro Vinueza Estrada Blanca Isabel
FECHA:	2019, Abril 29

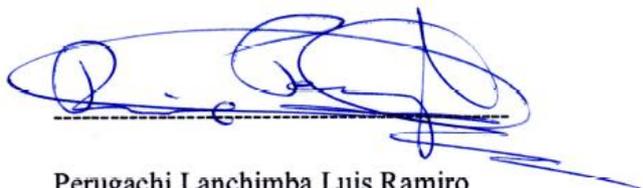
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSTGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad Superior y Auditoría,
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. EDWING ROLANDO SORIA FLORES

2. CONSTANCIAS

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

Ibarra, 21 días del mes de Abril del 2023

AUTORES:



Perugachi Lanchimba Luis Ramiro

CI 100356882-9



Vinueza Estrada Blanca Isabel

CI. 100360543-1

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de grado a las personas más especiales en mi vida a mi Madre, ejemplo de trabajo y superación, a mis abuelitos y mis hermanas quienes junto a mí y con su valioso apoyo hicieron que este objetivo se cristalizara, brindando su apoyo económico y sobre todo moral.

Luis Ramiro Perugachi

“Dedico todo mi esfuerzo puesto en este proyecto, expresión máxima de mis estudios; a mis padres y hermanos, quienes creyeron en mí y me apoyaron a pesar de los obstáculos, para alcanzar un logro más en mi vida, a mi hijo Pedrito a mi esposo y todos, quienes han visto en mí el deseo de superación constante y comparten mis sueños e ideales.”

Blanca Isabel Vinueza

AGRADECIMIENTO

Al culminar la presente investigación de grado, expreso mi más sincero agradecimiento a mi madre y a “Lic. Luis Paz y Dra. Mirian Estévez” que son las personas quienes me abrieron las puertas de su hogar y me brindaron su apoyo incondicional para seguir adelante con la vida y con los estudios; permitiéndome alcanzar este logro que es muy importante. A mi familia por ser fuente de inspiración y voluntad para afrontar cualquier adversidad, por su apoyo en los momentos más difíciles.

De la misma forma mi agradecimiento a las autoridades de la Universidad Técnica del Norte y en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas por su apoyo en las diferentes etapas de avance del proyecto.

Luis Ramiro Perugachi

AGRADECIMIENTO

Al finalizar este trabajo doy un profundo agradecimiento a Dios por la vida y por brindarme a mis padres “Mercedes y Pedro”, quienes se encargaron de luchar día a día por ofrecer una formación en valores humanas, con ejemplo de trabajo y respeto. A mis hermano, mi esposo Ramiro y mi hijo Pedrito, quienes han estado conmigo en todas las etapas de mi vida dando su apoyo incondicional para alcanzar el ascenso a la cumbre del éxito; a todas las personas que me abrieron las puertas de su corazón con la finalidad de ofrecer su amistad; a la prestigiosa UFN y profesores que aparte de la Cátedra, se preocupan por educar para la vida y el servicio a la sociedad con ética y valores humanas. A todos y cada uno de quienes fueron un impulso en distintos momentos de mi vida. ¡Gracias!

Blanca Isabel Vinueza

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

El cantón Cotacachi se caracteriza por la producción y comercialización de productos en cuero, también la mayoría de ciudadanos se dedica a la agricultura y ganadería, por tal razón nace el presente proyecto que consiste en realizar un estudio de factibilidad, para determinar la viabilidad de siembra de productos ciclo corto que son las hortalizas como: brócoli, lechuga y col morada en la comunidad de Tunibamba de Bella Vista.

Se inició con el diagnóstico situacional, el cual consistió en investigación de campo y documental aportando con datos de producción de hortalizas en el cantón, también el análisis de Amenazas, Oportunidades, Oponentes y Riesgos que se pueden presentar al ejecutar este proyecto.

Con este estudio se procedió a buscar las bases teóricas, los mismos que fueron recopilados de las fuentes de información primaria como: entrevista, encuesta y observación; también de la información secundaria como: libros, revistas e internet; de temas relacionadas con el proyecto.

En el estudio de mercado se determinó la oferta, demanda de los productos a ofertar. A continuación, se elaboró el estudio técnico con todos los recursos que se van a utilizar; el análisis del Punto de Equilibrio, análisis del Costo Beneficio, Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) que permitió establecer la factibilidad del proyecto. Finalmente se procedió a investigar los posibles impactos o efectos positivos o negativos que se puede presentar. Con todos estos análisis se determinó que es factible poner en práctica el presente proyecto de producción y comercialización de hortalizas de ciclo cortó: lechuga col morada y brócoli.

JUSTIFICACIÓN

La agricultura tradicional practicada dentro de la comunidad de Tunibamba está produciendo la erosión del suelo, originando la desertificación de la mayoría de los terrenos, ocasionando pérdida de productividad en los cultivos, esto se ha verificado con los bajos niveles de producción obtenidos en los últimos tiempos y por ende pérdidas, estos resultados han ocasionado la incertidumbre dentro de los agricultores de la comunidad. Por lo cual, las personas optan por trabajar en la ciudad y dejar abandonando los terrenos, porque no genera rentabilidad.

Por esta razón nace la idea de crear el emprendimiento de producción y comercialización de Brócoli, Lechuga, y Col morada, en la comunidad Tunibamba de Bella Vista, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura. Se desea sembrar en el área de 2 hectáreas que en estos momentos no se utiliza para la siembra. El presente trabajo aporta en la parte: social, legal, empresarial, económico, educativo y ambiental; en lo social es en beneficio de las personas de la comunidad, ya que adquieren nuevos conocimientos en la siembra de hortalizas y en la ciudadanía que consume productos frescos y sanos; en el aspecto económico dinamiza la economía de las familias, generando fuentes de empleo. Al ser un proyecto orgánico en la parte ambiental no se genera contaminación, si no con el abono orgánico ayuda a la tierra a recuperar sus nutrientes y descontaminar de los funguicidas que le han sido aplicadas. Este cambio de cultivo aporta en lo cultural ya que en las comunidades indígenas la interacción con la Madre Tierra y el hombre son sagrados y de lo posible se trata de no lastimar a la pacha mama, mediante este proyecto fomentamos el cuidado, protección y amor hacia la naturaleza. Así se puede educar a las nuevas generaciones en no utilizar plásticos ni funguicidas en los cultivos e incentivar el cultivo a la Pacha Mama. Y lo más importante para entrar en funcionamiento, cumple con las leyes, ordenanzas de instituciones que supervisan dentro del territorio

ecuatoriano: SRI, MAGAP, ARSA, GAD MUNICIPAL, SUPER DE COMPANIAS, entre otros. En lo empresarial contribuye a generar proyectos renovables.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

- Desarrollar un emprendimiento de Producción y Comercialización de Brócoli, Lechuga, y Colmorada en la comunidad Tunibamba de Bella Vista, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional de la comunidad de Tunibamba de Bellavista, mediante la recopilación de la información, y así conocer la situación actual de la comunidad.
- Determinar los referentes teóricos en base a la investigación bibliográfica para el sustento teórico del proyecto.
- Desarrollar un estudio de mercado que permita determinar la oferta, demanda de los posibles clientes y precios referentes a la producción y comercialización de los productos a cultivar (lechuga, col morada, brócoli).
- Estructurar el estudio técnico que sustente los requerimientos del proyecto.
- Realizar un estudio económico y financiero para determinar la rentabilidad y el capital de inversión, mediante el análisis de indicadores financieros.
- Diseñar la propuesta de estructura organizacional para este tipo de emprendimiento.
- Identificar los principales impactos del emprendimiento de producción y comercialización de brócoli, lechuga, y colmorada en la comunidad Tunibamba de Bella Vista, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
CERTIFICACIÓN	iv
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	v
DEDICATORIA.....	vii
AGRADECIMIENTO.....	viii
PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	ix
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	xii
Objetivo General.....	xii
Objetivos Específicos	xii
ÍNDICE GENERAL.....	xiii
ÍNDICE DE TABLAS	xxi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxiv
CAPÍTULO I.....	25
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	25
1.1. Antecedentes	25
1.2. Diagnóstico.....	27
1.2.1. Objetivo General.....	27
1.2.2. Objetivos Específicos	27
1.1.1. Variables diagnósticas.....	27
1.2. Desarrollo de variables e indicadores.....	29
1.3. Mecánica operativa	38
1.3.1. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información	38
1.3.1.1. Técnicas	38
1.3.1.2. Instrumentos.....	38

1.3.1.3.	Información Primaria	38
1.3.1.4.	Información Secundaria	39
1.4.	Determinación de la matriz aliados, oportunidades, riesgos AOOD.....	39
1.5.	Cruces Estratégicos:	41
1.5.1.	Cruce Estratégico de matriz AOOD	41
1.6.	Identificación del problema diagnóstico.	42
CAPÍTULO II		43
2.	MARCO TEÓRICO	43
2.1.	Objetivos.....	43
2.1.1.	Objetivo General	43
2.1.2.	Objetivos Específicos.....	43
2.2.	Teorías	43
2.2.1.	Teoría del Comportamiento Organizacional.....	43
2.2.2.	La Teoría Y.....	44
2.2.3.	Comportamiento y Motivación	44
2.2.4.	Cultura Organizacional	44
2.3.	Teoría De La Administración Estratégica.	45
2.3.1.	Administración Estratégica.....	45
2.3.2.	Modelo básico de la Administración Estratégica.....	45
2.3.2.1.	Análisis Ambiental	45
2.3.2.2.	Formulación de la Estrategia.....	45
2.3.2.3.	Implementación de la Estrategia	45
2.3.2.4.	Evaluación y control de la Estrategia.....	46
2.4.	Marco conceptual	46
2.4.1.	Concepto de empresa	46
2.4.2.	Clasificación de la empresa	46
2.4.3.	Microempresa hortícola	47

2.4.4.	Hortalizas	47
2.4.5.	Composición de las hortalizas	48
2.4.6.	Clasificación de las hortalizas.....	48
2.4.7.	Abonos orgánicos.....	49
2.5.	Gestión administrativa y contable	49
2.5.1.	Proceso contable	50
2.2.	Estados financieros	50
2.3.	Costos	51
2.4.	Evaluadores financieros del proyecto.....	52
2.5.	Valor actual neto (VAN)	52
2.6.	Tasa interna de retorno	52
2.7.	Estudio de mercado	53
2.8.	El producto	53
2.9.	La demanda.....	54
2.10.	La oferta	54
2.11.	Marco teórico legal	54
2.11.1.	Requisitos para sacar RUC.....	54
CAPÍTULO III		56
3.	ESTUDIO DE MERCADO	56
3.1.	Introducción	56
3.2.	Objetivos de la investigación	57
3.2.1.	Objetivo general	57
3.2.2.	Objetivos específicos	57
3.3.	Identificación del producto.....	57
3.3.1.	Características de las hortalizas	57
3.4.	Productos por ofertar	58
3.4.1.	Col morada	58

3.4.2.	Lechuga	58
3.4.3.	Brócoli	59
3.5.	VARIABLES E INDICADORES DEL ESTUDIO DE MERCADO	59
3.5.1.	Matriz diagnóstica de estudio de mercado	60
3.6.	Segmentación de mercado.....	60
3.6.1.	Mercado meta	60
3.6.2.	Determinación de la muestra	61
3.6.3.	Identificación de la muestra.....	62
3.7.	Consumidor del producto	72
3.8.	Datos históricos de la demanda	73
3.9.	Proyección de la demanda.....	74
3.9.1.	Proyección de la demanda	75
3.10.	Análisis de la oferta	76
3.10.1.	Determinación de la Oferta.....	76
3.10.2.	Proyección de la Oferta.....	76
3.11.	Estimación de la demanda insatisfecha	77
3.12.	Determinación de precio.....	77
3.13.	Conclusiones del estudio de mercado.....	78
CAPÍTULO IV		80
4.	Estudio técnico	80
4.1.	Tamaño del proyecto	80
4.1.1.	Factores que afectan el tamaño.....	80
4.1.2.	Macro localización	81
4.1.3.	Micro localización	82
4.2.	Aspectos para la localización del proyecto	84
4.2.1.	Recurso Humano	84
4.2.2.	Tipo De Suelo.....	84

4.2.3.	Ingeniería del Proyecto	85
4.2.4.	Flujograma de producción y comercialización.....	86
4.2.5.	Vías de acceso	86
4.2.6.	Socialización con la comunidad.....	87
4.2.7.	Servicios básicos.....	87
4.2.8.	Costo del terreno.....	87
4.2.9.	Capacidad instalada	87
4.2.10.	Requerimiento del terreno.....	88
4.2.11.	Diseño del área de cultivo.....	88
4.2.12.	Distribución de la Planta.....	88
4.3.	Requerimiento técnico de la planta	89
4.3.1.	Requerimiento construcción Área Producción y Administrativa.....	89
4.3.2.	Requerimiento de muebles y enseres.....	89
4.3.3.	Equipo de Oficina.....	90
4.3.3.1.	Equipo de Computación.....	90
4.3.4.	Requerimiento de Vehículo	91
4.3.5.	Suministros de Oficina	91
4.4.	Requerimiento Administrativos	91
4.5.	Costos de Producción	92
4.5.1.	Materia Prima	92
4.5.2.	Costos indirectos.....	92
4.5.3.	Servicios Básicos.....	93
4.6.	Gasto de Constitución	93
4.7.	Resumen de inversión	94
4.8.	Financiamiento del proyecto.	94
4.9.	Análisis y conclusiones del estudio técnico.	94
	CAPÍTULO V	96

5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	96
5.1. Objetivos del estudio financiero.....	96
5.1.1. Objetivo general	96
5.1.2. Objetivos específicos	96
5.2. Estado de Situación Financiera.....	96
5.3. Ingresos	97
5.3.1. Inversiones fijas.....	98
5.4. Gastos de producción	98
5.4.1. Materia prima directa proyectada	98
5.4.2. Mano de obra directa	99
5.4.3. Costos indirectos de fabricación.....	99
5.5. Gastos administrativos	100
5.5.1. Sueldos administrativos.....	100
5.5.2. Suministros de oficina	100
5.5.3. Servicios básicos.....	101
5.6. Capital de trabajo	101
5.7. Inversión total.....	101
5.8. Depreciación de Propiedad Planta y Equipo.....	102
5.9. Estados financieros proyectados	102
5.9.1. Estado de resultado proyectado.....	103
5.9.2. Flujo de caja proyectada	104
5.9.3. Punto de equilibrio.....	104
5.9.4. Cálculo del costo de oportunidad (ck).....	105
5.9.5. Tasa de redescuento o Tasa de rendimiento medio (TRM).....	106
5.9.6. Valor actual neto.....	106
5.9.7. Tasa interna de retorno TIR.....	107
5.9.8. Relación beneficio costo.....	108

5.9.9.	Tiempo de recuperación de la inversión.....	108
5.9.10.	Resumen de la Evaluación Financiera	109
5.10.	Plan de contingencia.....	110
➤	Descripción de la microempresa	110
CAPÍTULO VI.....		114
6.	ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL	114
6.1.	Organigrama estructural de crecimiento plano.	114
6.1.1.	Funciones.....	114
6.1.2.	Nivel directivo gerente	115
6.1.3.	Nivel funcional departamento financiero	116
6.1.4.	Nivel funcional departamento de producción.....	117
6.1.5.	Nivel funcional departamento comercial.....	118
6.1.6.	Nivel operativo trabajador operativo	119
6.2.	Nombre del producto.....	120
6.3.	Base legal	120
6.3.1.	Misión.....	120
6.3.2.	Visión.....	120
6.3.3.	Objetivos.....	120
6.4.	Propuesta comercial	121
6.4.1.	Comercialización	121
6.4.2.	Presentación del Producto	121
6.4.3.	Logotipo.....	122
6.4.4.	Diseño del logotipo.....	122
6.4.5.	Diseño de la etiqueta “HORTALIZAS ORGÀNICAS”.....	123
6.5.	Conformación Jurídica	123
6.5.1.	Permiso de los bomberos	124
6.5.2.	Patente	124

CAPÍTULO VII.....	125
7. IMPACTOS DEL PROYECTO.....	125
7.1. Método de calificación de impactos.....	125
7.2. Análisis de impactos.....	126
7.2.1. Impacto ambiental	126
7.2.2. Impacto económico.....	127
7.2.3. Impacto educativo y cultural	127
7.2.4. Impacto Social	128
7.2.5. Impacto empresarial y comercial.....	129
7.3. Resumen de impactos del proyecto	129
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	131
RECOMENDACIONES	133
BIBLIOGRAFIA.....	135
LINKONGRAFIA.....	139

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variables e indicadores diagnóstica	27
Tabla 2 Matriz de relación diagnóstica	28
Tabla 3 principales monocultivos en Cotacachi.....	29
Tabla 4 Número de cabezas de ganado por especie en Imbabura	30
Tabla 5 Agencias de Turismo en Cotacachi.....	31
Tabla 6 Producción por hectárea.....	33
Tabla 7 Volumen de Producción.....	34
Tabla 8 Matriz AORR.....	39
Tabla 9 Cruce Estratégico Matriz AORR	41
Tabla 10 Clasificación de Hortalizas	48
Tabla 11 Proceso Contable.....	50
Tabla 12 Variables e Indicadores del Estudio de Mercado	59
Tabla 13 Matriz Diagnóstica del Estudio de Mercado.....	60
Tabla 14 Población del Cantón Cotacachi	61
Tabla 15 Proyección de la población de Cotacachi 2017-2021	62
Tabla 16 Promedio de personas por hogar	62
Tabla 17 Proyección de familias 2017-2021	62
Tabla 18 consumo de hortalizas	64
Tabla 19 Frecuencia de consumo de hortalizas.....	65
Tabla 20 Lugar de adquisición de hortalizas.....	66
Tabla 21 Frecuencia de compra	67
Tabla 22 Hortalizas que más consumen.....	68
Tabla 23 Presupuesto	69
Tabla 24 Gusto del cliente.....	70
Tabla 25 Productos sustitutos.....	71
Tabla 26 Tipo de cultivo	72
Tabla 27 Consumo Histórico de productos agrícolas en Kg.....	73
Tabla 28 Datos para Demanda	74
Tabla 29 Frecuencia de compra	74
Tabla 30 Demanda de Hortalizas	75
Tabla 31 Proyección de Familias de Cotacachi	75
Tabla 32 Proyección de la Demanda.....	75

Tabla 33 Determinación de la Ofertan en Unidades	76
Tabla 34 Proyección de la Oferta	76
Tabla 35 Consumo de Hortalizas	77
Tabla 36 Precios de Productos a Ofertar	78
Tabla 37 Zonas y Provincias del Ecuador	81
Tabla 38 Requerimiento del terreno	88
Tabla 39 Distribución de la construcción	88
Tabla 40 Obra civil.....	89
Tabla 41 Muebles y Enseres.....	90
Tabla 42 Equipo de oficina	90
Tabla 43 Equipo de Computación	90
Tabla 44 vehículo	91
Tabla 45 Suministros de Oficina.....	91
Tabla 46 Sueldos Administrativos	92
Tabla 47 Mano de Obra.....	92
Tabla 48 Costo de Materia Prima.....	92
Tabla 49 Costos Indirectos Unitarios	93
Tabla 50 Servicios Básicos	93
Tabla 51 Costo Unitario de Servicio Básico	93
Tabla 52 Gastos de Constitución.....	93
Tabla 53 Resumen de la Inversión Inicial	94
Tabla 54 Financiamiento del proyecto	94
Tabla 55 Estado de Situación Financiera	97
Tabla 56 Proyección de ingresos.....	97
Tabla 57 Inversión Fija	98
Tabla 58 Materia Prima Proyectada	98
Tabla 59 Proyección Mano de Obra directa.....	99
Tabla 60 Costos Indirectos Proyectados	99
Tabla 61 Gastos Administrativos Proyectado	100
Tabla 62 Suministros de Oficina Proyectado.....	100
Tabla 63 Servicio Básicos proyectados.....	101
Tabla 64 Capital de Trabajo	101
Tabla 65 Inversión Total	102
Tabla 66 Depreciación Proyectada.....	102

Tabla 67 Estado de Resultado Proyectado	103
Tabla 68 Flujo de caja proyectada.....	104
Tabla 69 Punto de Equilibrio en dólares	105
Tabla 70 Costo de Oportunidad	106
Tabla 71 Tasa de Redescuento TRM	106
Tabla 72 Valor Actual Neto	107
Tabla 73 Tasa Interna de Retorno	107
Tabla 74 Tiempo de recuperación de inversión	109
Tabla 75 Resumen de Evaluadores Financieros.....	109
Tabla 76 Plan de contingencia	111
Tabla 77 Manual de funciones de Gerente.....	115
Tabla 78 Manual de funciones del contador	116
Tabla 79 Manual de funciones de Producción	117
Tabla 80 Manual de funciones del departamento comercial.....	118
Tabla 81 Manual de funciones de nivel operativo	119
Tabla 82 Calificación de Impactos.....	126
Tabla 83 Matriz de impacto ambiental.....	126
Tabla 84 Impacto Económico	127
Tabla 85 Matriz impacto educativo cultural	128
Tabla 86 Matriz de impacto social	128
Tabla 87 Matriz impacto empresarial y comercial.....	129
Tabla 88 Resumen de impactos.....	129

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Tipos de Producción en Cotacachi.....	32
Figura 2 Clasificación de la empresa	47
Figura 3 Composición de las hortalizas	48
Figura 4 Estados Financieros	51
Figura 5 Col morada.....	58
Figura 6 Lechuga.....	58
Figura 7 Brócoli	59
Figura 8 Consumo de hortalizas.....	64
Figura 9 Frecuencia consumo de hortalizas	65
Figura 10 Lugar de adquisición de hortalizas.	66
Figura 11 Frecuencia de compra	67
Figura 12 Hortalizas que más consumen.....	68
Figura 13 Presupuesto	69
Figura 14 Gusto del cliente	70
Figura 15 Productos sustitutos	71
Figura 16 Tipos de producción.....	72
Figura 17 Mapa de la Provincia de Imbabura	82
Figura 18 Mapa Político de Cotacachi	83
Figura 19 Comunidad de Tunibamba.....	84
Figura 20 Flujograma de Producción y comercialización.....	86
Figura 21 Infraestructura.....	89
Figura 22 Organigrama Estructural.....	114

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

La producción agrícola es la fuente más importante para el desarrollo de un país, tanto en crecimiento económico y el nivel de vida de las personas. Como lo indica la oficina regional de la FAO “México es el mayor productor de hortalizas en la región, seguido por Brasil. Estos dos países son el décimo y el duodécimo productores mundiales de hortalizas respectivamente.” (Caribe, 2014) Según el estudio realizado de la FAO en el año 2014 indica el mayor productor de hortalizas del continente americano es Brasil y México con un 4.4% de cultivo de hortalizas. También la FAO revela que, durante el año 2014, Honduras, que tuvo (6,2%) el mayor incremento anual del rendimiento en América Latina. Ecuador tuvo el mayor incremento anual en la producción (8,4%). (Caribe, 2014) Según el estudio realizado FAO indica que Ecuador forma parte de los países que mayor producen hortalizas, lo que significa que los terrenos del país están siendo más productivas, en la parte de la agricultura y la exportación de las hortalizas, como el brócoli, incentiva a los agricultores a mejorar los productos y enviar al exterior.

Con estos datos el presente trabajo de investigación es para la producción y comercialización de hortalizas en la Comunidad de Tunibamba de Bellavista, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura, es de carácter socioeconómico ya que de esta manera se puede lograr el bienestar de la economía de los agricultores de la comunidad.

En la provincia de Imbabura el cantón Cotacachi es el más grande, por su diversidad geográfica y cultural le ha convertido a este cantón, en una de las principales atracciones turísticas del Ecuador continental. Además, es mundialmente conocido por la producción y comercialización

de los artículos de cuero. Y un gran sector de la población se dedica a la agricultura; goza de muchos privilegios en cuanto al clima y a la ubicación geográfica dentro de nuestro país.

Tunibamba es una comunidad que pertenece al cantón Cotacachi que se dio por conocer a nivel nacional, con la lucha por recuperar las tierras de la hacienda que en el pasado perteneció al señor José Moreno, por efecto de la reforma agraria los comuneros se apropiaron de la tierra y se han dedicado al cultivo de productos tradicionales como: maíz, frejol, alverja, cebada y trigo, en un área total de 123 hectáreas de terreno de los cuales los 23 hectáreas son de bosque y 100 hectáreas está dedicado a la siembra, mismos que son repartidos entre los 66 miembros, porque el trabajo de cultivo es comunitario.

En la actualidad las 100 hectáreas están distribuidos para el cultivo de: maíz, frejol, alverja, cebada y trigo cuyo ciclo de producción tiene una duración de 8 a 10 meses, una vez cosechados se traslada para la venta.

Durante estos años no se ha logrado mejorar la productividad debido a la falta de mecanismos innovadores con alternativas que permitan aprovechar estas hectáreas de terreno, una de las alternativas son las hortalizas porque su ciclo de producción es de 75 a 90 días y en el año se puede realizar 4 ciclos de producción. Por esta razón nace la idea de diseñar el proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de hortalizas en la Comunidad de Tunibamba, cantón Cotacachi. Se desea sembrar en 2 hectáreas de terreno hortalizas como: lechuga, col morada, brócoli; estos productos pueden ser adquiridos por la ciudadanía cotacacheña y por los mismos miembros de la comunidad, porque algunos de ellos tienen puestos en el mercado JATUM CEM de Cotacachi en la parte de verduras y hortalizas.

1.2. Diagnóstico

1.2.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional que permita determinar Fortalezas Oportunidades Debilidades Amenazas, en la producción y comercialización de hortalizas como lechuga, col morada y brócoli.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Conocer la situación socio económica de la población del cantón Cotacachi.
- Analizar los sistemas de producción.
- Analizar el campo de comercialización del producto de brócoli, lechuga y col morada.
- Establecer los aspectos ambientales que puede incurrir en la implementación del proyecto.

1.1.1. Variables diagnósticas

Las variables contienen sus respectivos indicadores que a continuación se detalla:

Tabla 1 Variables e indicadores diagnóstica

VARIABLES	INDICADORES
Situación socioeconómica	Agricultura Ganadería Artesanal Turismo
Producción	Formas de Producción Control de calidad Productividad Volumen de Producción
Comercialización	Canales de Comercialización Competencia
Aspectos Ambientales	Manejo del agua Preservación del medio ambiente. Contaminación Aprovechamiento de residuos agrícolas

FUENTE: Investigación de campo.

Tabla 2 Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	INSTRUMENTOS
Conocer la situación socio económica de la población del cantón Cotacachi	Situación socioeconómica	Agricultura	Secundaria	Documental
		Ganadería	Secundaria	Documental
		Artesanal	Secundaria	Documental
		Turismo	Secundaria	Documental
Analizar los sistemas de producción	Producción	Formas de Producción	Primaria	Entrevista
		Control de calidad	Secundaria	Documental
		Productividad		Documental
Analizar el campo de comercialización del producto.	Comercialización	Canales de Comercialización	Primaria	Entrevista
		Competencia	Primaria	Documental
				Entrevista
Determinar los aspectos ambientales que puede incurrir en la implementación del proyecto	Aspectos Ambientales	Manejo del agua	Secundaria	Documental
		Preservación del medio ambiente.	Secundaria	Documental
		Contaminación	Secundaria	Documental
		Aprovechamiento de residuos agrícolas	Secundaria	Documental

Fuente: Investigación de campo.

1.2. Desarrollo de variables e indicadores.

En este punto se desarrollan las variables e indicadores diagnóstico situacional:

1.2.1. Situación socio Económica

- **Agricultura**

En el Cantón Cotacachi los principales productos que se siembran en monocultivos o cultivos asociados son:

Tabla 3 principales monocultivos en Cotacachi

Productos	hectáreas
Cebada	7%
Frejol	14%
Maíz duro seco	10%
Maíz suave choclo	21%
Papa	2%
Trigo	9%
Cabuya	6%
caña de azúcar	14%
Plátano	10%
Tomate de árbol	2%
otros cultivos	1%

Fuente: (GAD SANTA ANA DE COTACACHI, 2015)

Según la tabla de monocultivos en la cual se observa el maíz suave representa el 21%, trigo 9%, cebada el 7%, arveja el 4% y papa el 2%, estos productos son cultivados en la zona Andina, por otra parte, la caña de azúcar 14%, el maíz duro 10%, cabuya 6% y plátano 10%; son cultivos propios de la zona subtropical. Por lo cual el producto de mayor producción es el maíz en todas sus presentaciones.

Ganadería

La ganadería es una actividad que realiza en toda la provincia de Imbabura según el PDyOT del Gobierno Provincial un gran porcentaje se dedica a esta actividad.

Tabla 4 Número de cabezas de ganado por especie en Imbabura

Tipo de ganado	cantidad	%
Ganado vacuno	91.807	70%
Ganado porcino	23.849	18%
Ganado Ovino	6.829	5%
Caballar	7.208	6%
Mular	1.025	1%
Total	130.718	100%

Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería 2017

Según los datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería en el año 2017 el 70% de ganado es vacuno, seguido por el ganado porcino con él 18%; esto significa que los agricultores optan por tener ganado, porque de sus terrenos sale el alimento u algunos se dedican a la venta de leches.

En el cantón Cotacachi según el Plan de Ordenamiento Territorial la actividad Ganadera con un 22% de la población bovina de leche de la provincia de Imbabura se encuentra en el cantón Cotacachi, el promedio de producción de la zona subtropical es de 5,15 litros vaca/día, comparado con el promedio nacional de la zona subtropical de 16,5 litros vaca/día (GAD SANTA ANA DE COTACACHI, 2015).

Además existen amenazas por la falta de pasto por ende; la baja producción de leche, factores como: amenazas incontrolables por condiciones climáticas, ya que los pastos se ven afectados por el prolongado invierno o por las prolongadas sequías, provocando la escasez y alto costo de la alimentación, además los altos índices de enfermedades como la fiebre aftosa, carbunco entre otras (GAD SANTA ANA DE COTACACHI, 2015).

- **Artesanal**

En esta actividad tenemos la talabartería. El cantón Cotacachi es conocido también por la confección artesanal de artículos en cuero como chaquetas, zapatos, billeteras, carteras, sombreros, cinturones, entre otros, se caracterizan por ser artículos de alta calidad y con innovadores diseños que se venden a lo largo de la avenida 10 de agosto o también conocido como avenida Arte en piel, en el centro de la ciudad. Los mismos que enfrentan problemas relacionados principalmente con calidad, precio y sobreoferta.

- **Turismo**

EL cantón Cotacachi ha tenido un incremento en lo que respecta al turismo de diferentes formas como se demuestra en la siguiente tabla;

Tabla 5 Agencias de Turismo en Cotacachi

Agencia de Turismo
Runa Tupary
Unorcac
Complejo Nangulvi- Intag
Comité Cuicocha

Fuente: GAD Cotacachi 2015

“En los últimos años como Gobierno provincial ha iniciado Rutas Turísticas denominadas Rutas del conocimiento, en la cual visitan los lugares turísticos a nivel provincial de los cuales tenemos: Laguna de Cuicocha, Jardín Etnobotánica, ruta del cuero, Peribuela visita del bosque Nativo, Timbuyacu, ciudad del conocimiento Yachay, Chachimbiro, y por último con el recorrido del tren con la ruta Ibarra – Salinas.” (PREFECTURA DE IMBABURA, 2015). Este proyecto embarca todos los lugares turísticos de la provincia es muy buena opción para que el público conozcan todas las maravillas en turismo comunitario, aventura, cultural, conocimientos ancestrales, gastronomía típica, paisajístico, agro productivo, artesanías hechas de cabuya y cosméticos de sábila.

1.2.2. Producción

- **Formas de producción.**

En la ciudad de Cotacachi existen varios tipos de producción:

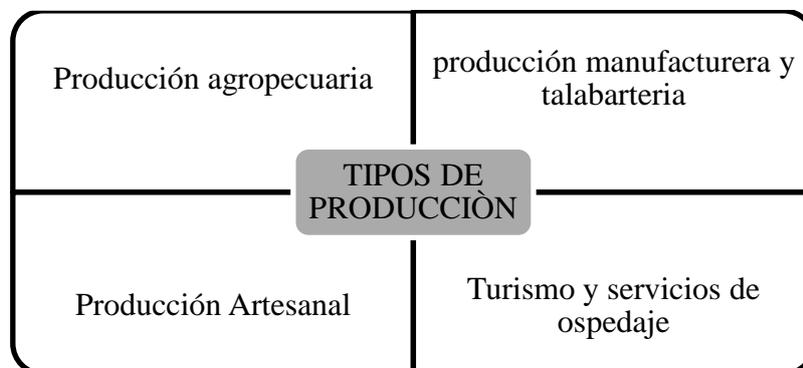


Figura 1 Tipos de Producción en Cotacachi

Fuente: (GAD SANTA ANA DE COTACACHI, 2015)

Según la información del Municipio de Cotacachi indica 4 principales actividades productivas del cantón, pero el mayor porcentaje es la producción agropecuaria con el 36% de producción en comparación con otras actividades.

Productividad.

Para analizar la productividad en la comunidad de Tunibamba se entrevista al señor Guandinango Edgar es agricultor de hortalizas desde hace 4 años en la actualidad ha incrementado el cultivo de ½ hectárea.

1.- ¿Cuántas clases de hortalizas cultiva en Tunibamba?

Respuesta: “Cultivo todas las hortalizas las hortalizas de tallos, hojas verdes y frutos, en la actualidad he incrementado el área de producción porque me enfoque también en el mercado de Otavalo e Ibarra”

2.- ¿Por qué se cambió de cultivo de granos a Hortalizas?

Respuesta: “Me cambie por que en los granos solo puedo sacar los productos 1 vez al año los frutos tiernos salen recién al 7 mes de lo cultivado, en cambio en las hortalizas a los 75 días ya saco el producto al mercado en un promedio en el año se cultiva 4 veces por esta razón me cambie a las hortalizas que analizando en la rentabilidad si se gana más que en los granos sea tiernos o secos.”

En la encuesta realizada al sr. Agricultor de hortalizas manifiesta la razón principal del cambio de producción que es el tiempo y la inversión que realiza, es más rentable en las hortalizas que en los productos andinos.

“De acuerdo al MAGAP-MIES encuesta productiva del año 2011 en el cantón Cotacachi se ha demostrado al ser una tierra fértil producen diferentes productos, pero su rendimiento por hectárea se encuentra por debajo de lo estimado.” (MIES-MAGAP, 2011)

Tabla 6 Producción por hectárea

Cultivo	Rendimiento	Medida
Frejol seco	25	qq/ha
Frejol tierno	150	bulto/ha
Maíz choclo	200	bulto/ha
arveja	120	bulto/ha
café	32	qq/ha
granadilla	320	cajas/ha
maíz duro	35	qq/ha
tomate de árbol	2500	bulto/ha
yuca	70	qq/ha

Fuente: MAGAP-MIESS Encuesta productividad 2011

Entre los principales productos que se producen en grandes cantidades son: maíz choclo con 200 bultos por ha; tomate de árbol con 2500 bultos, se puede observar que no se cultiva productos de ciclo corto ni hortalizas.

- **Volumen de producción.**

En el cantón Cotacachi especialmente en la zona Andina tenemos los siguientes productos que se siembran en gran cantidad siendo en primer lugar el frejol, tomate de árbol, frejol tierno, maíz entre otros sumando un total de producción de 1830 hectáreas.

Tabla 7 Volumen de Producción

Producto	Hectárea
Frejol seco	1099
Tomate de árbol	196
Frejol tierno	178
Maíz suave choclo	132
Maíz suave choclo	75
Arveja tierna	71
Naranjilla	63
Caña de azúcar	12
Tomate riñón	3
Aguacate	1
TOTAL	1830

Fuente: MAGAP-MIES Encuesta productividad 2011

1.2.3. Comercialización

- **Canales de comercialización**

En el cantón Cotacachi desde el año 2010 se viene realizando la feria denominada “Pachamama nos alimenta” que funciona todos los días Domingos en las instalaciones de Jambí Mascari, en la cual los 187 productores de 29 comunidades llevan a ofrecer los diferentes productos directamente al consumidor final; entre los cuales tenemos: hortalizas, granos tiernos secos, harinas, tubérculos, raíces, lácteos, frutales y parte de la gastronomía andina.

Este gran proyecto de vienen realizando con el aporte de la UNORCAC, que apoya a la asociación de productoras agroecológicas.

Entrevista al sr. Edgar Guandinango.

¿Cómo comercializa sus productos el mercado?

Respuesta: “Del total de producción entrego mis productos, un 50% a los mayoristas en el mercado de Otavalo e Ibarra y el otro 50% lo entrego directamente al consumidor final en el mercado del Jambi Mascari.

¿En estos tiempos en Cotacachi aumentaron los productores de hortalizas?

Respuesta: “Durante estos últimos años he visto que aumenta un 30% de productores de hortalizas en Cotacachi y la competencia es más duro, esto yo creo que es por falta de fuentes de trabajo en la ciudad y optan por regresar a las comunidades a cultivar los terrenos que una vez dejaron, porque yo también inicié por lo mismo antes era ladrillero pero no generaba rentabilidad a veces tocaba vender perdiendo a bajos precios y como mi padre es agricultor, de él aprendí el cultivo de las hortalizas.”

La productividad y la competencia el sr. Edgar Guandinango manifiesta el aumento del 30% de producción, esto muestra que el cambio económico de una comunidad de un cantón o un país es la agricultura, no hace falta salir a ciudades a buscar, si no con un terreno se puede salir adelante en beneficio de la familia.

- **Competencia**

La competencia es participar con libertad a través de la oferta y demanda de productos y servicios. En Cotacachi la competencia directa de hortalizas es con los grandes productores de hortalizas de las diferentes provincias y también con los supermercados que traen sus productos.

1.2.4. Aspectos ambientales

- **Manejo del agua**

Tres grandes sistemas son los abastecedores del recurso agua, la microcuenca del río Ambi, microcuenca del río Intag y las nacientes del río Guayllabamba y la RECC la gran generadora del recurso que provee de flujos de agua que se forma en las partes

altas y se presentan de forma superficial o subterránea como ríos, vertientes y drenajes. Entre los cuerpos de agua más grandes se encuentran la laguna de Cuicocha ubicada en la Cabecera Cantonal de Cotacachi y la de Donoso (Piñán) ubicada en la parroquia de Imantag, se consideran de importancia debido al atractivo turístico que presentan y generación de agua” (GAD SANTA ANA DE COTACACHI, 2015)

Según el PDyOT – Cotacachi nos indica las 3 grandes fuentes de agua para el cantón los mismos que se utiliza para el consumo humano; del riego solamente se beneficia pocas comunidades en la parte de la zona Andina y en la parte de Intag no existen canales de riego pero se utiliza el agua de río que abastece a toda la zona de Intag y se utiliza como riego para la producción de diferentes productos agrícolas que se producen.

- **Preservación del medio ambiente.**

El cantón Cotacachi al ser rico en ecosistema es más propenso a sufrir contaminación ambiental producido por el hombre como son: extracción de madera, áreas naturales convertidos en pastizales se expanden cada día más, invasión de tierras, mal manejo de lagunas, explotación minera – Intag, y el cambio climático global podría tener serias consecuencias también para la biodiversidad terrestre en la flora y fauna. (GAD SANTA ANA DE COTACACHI, 2015)

Según el estudio realizado por el Municipio de Cotacachi en el año 2015, por lo cual se necesita proyectos que ayuden a cuidar y preservar las fuentes de agua y los páramos que son los colchones de agua.

Contaminación

La contaminación está presente en los diferentes niveles del ecosistema, en la parte Andina los ríos son los más contaminados son el Pichaví, Pitzambitze y Yanayacu, existen altos niveles de DBO, es debido a la descarga de aguas servidas desechos sólidos, aguas residuales producto de las actividades agrícolas e industriales, especialmente de las florícolas de manera directa. (GAD SANTA ANA DE COTACACHI, 2015)

Con esta investigación demuestra que la contaminación que más se evidencia es en el agua, por la disminución de caudales.

Zona de Intag muestra ciertos niveles de contaminación debido a las descargas de aguas residuales de las cabeceras parroquiales, comunidades y viviendas que tienen descargas directas hacia los cuerpos de agua como son los ríos: Cristopamba, Apuela, Nangulví, entre otros que son afluentes del Río Intag. (GAD SANTA ANA DE COTACACHI, 2015)

En Intag es una fuente de agua que en la actualidad están contaminados más por los residuos de minas y que destruyen la naturaleza o nuestra Pacha Mama.

- **Aprovechamiento de residuos agrícolas.**

Actualmente en el cantón Cotacachi se viene ejecutando diferentes proyectos en cumplimiento de la Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria que incluye tanto el uso , la conservación de la agro biodiversidad como son : feria de semilla, agroturismo, jardines etnobotánicas, que todo esto se hace con el objetivo de disminuir la contaminación en la agricultura, utilizar métodos naturales para la producción, para lo cual la UNORCAC , ayuda con asistencia técnica de elaboración de abonos naturales con la utilización de residuos de cocina o sobrantes de pajas en la siembra.

1.3. Mecánica operativa

1.3.1. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información

1.3.1.1. Técnicas

Las técnicas que se utilizaron para la realización del presente diagnóstico situacional son las siguientes:

Entrevista

Observación Directa.

Documental

1.3.1.2. Instrumentos

Para la aplicación de las técnicas entrevista se estructuró dos instrumentos de recolección de información (cuestionario), basándose en las variables e indicadores de la matriz diagnóstica.

1.3.1.3. Información Primaria

- **Observación directa**

Para la obtención de la información primaria se realizó la técnica de observación directa en las diferentes zonas de producción, con la finalidad de verificar algunos aspectos relevantes del proyecto que permitirá tener una idea clara del entorno del proyecto.

- **Entrevista**

Con la finalidad de obtener información directa del productor se procedió a entrevistar al sr. Edgar Guandinango, que tiene cultivo de hortalizas. Dicho señor cultiva todo tipo de hortalizas su información fue esencial para poder determinar los recursos a utilizar y analizar si el terreno es apto para el cultivo de: brócoli, col morada y lechuga, se indicó

el terreno en donde va ser cultivado las hortalizas y manifiesta que si es apto y goza de riego que es muy importante para las hortalizas.

1.3.1.4. Información Secundaria

La información secundaria se sustentó en datos obtenidos de instituciones como la Unión de Organizaciones Campesinas Indígenas de Cotacachi (UNORCAC) de Cotacachi, Ministerio del Ambiente, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Gobierno Autónomo Descentralizado de Cotacachi; leyes como Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización COOTAD, Ordenanzas Municipales, Código de la Producción comercio e Inversiones, Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, Constitución Política del Ecuador (2008); documentos públicos como Plan de Ordenamiento Territorial de Cotacachi entre otros.

1.4. Determinación de la matriz aliados, oportunidades, riesgos AOOD.

Tabla 8 Matriz AOOD

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • El Ban Ecuador al facilitar al otorgar crédito para financiamiento de este crédito. • UNORCAC para ofertar productos al participar en la feria denominado “La Pacha Mama nos alimenta.” • Ministerios de Agricultura y Ganadería mediante el fomento y capacitación para la agricultura orgánica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Productores en grandes cantidades supermercados que ofertan los mismos productos que este proyecto. • Condiciones climáticas cambiantes el calentamiento global que no se pueden predecir ni evitar. • Productos sustitutos, alimentos procesados, diferentes presentaciones con sabor a hortalizas.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Políticas públicas que incentivan la producción agrícola. • Venta del producto directamente al consumidor en las ferias agrícolas orgánicas. • Impulsar el cambio de la matriz productiva mediante estas iniciativas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pérdidas de cosechas por aparición de nuevas plagas. • Intereses altos en la tasa Activa por créditos. • Bajos precios de venta de productos sustitutos.

Fuente: Investigación de campo.

1.5. Cruces Estratégicos:

1.5.1. Cruce Estratégico de matriz AOOD

Tabla 9 Cruce Estratégico Matriz AOOD

Estrategias AO (ALIADOS- Oponentes)	Estrategias oo (OPORTUNIDADES-Oponentes)
<ul style="list-style-type: none"> • El estado promueve una campaña para la producción y consumo de productos orgánicos a través del cambio de la matriz productiva. • Comercializar productos sanos y confiables para la seguridad alimentaria de los consumidores y brindar servicio directo de productor y consumidor. • Incentivar a los agricultores mediante la diversificación de productos y evitar que dejen el cultivo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer productos cultivados en la comunidad directamente al consumidor, sin intermediarios y con precios totalmente competitivos. • Al contar con un clima favorable, y la aplicación de parámetros que garanticen la implementación de la agricultura orgánica; como es la preparación y utilización de desechos orgánicos. • Tener desechos orgánicos ya sean de animales y desperdicios orgánicos mismos que se utilizan como abonos y contrarrestar la utilización de químicos.
Estrategias AR (ALIADOS- Riesgos)	Estrategias OR (Oponentes-Riesgos)
<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar las oportunidades y proyectos que incentiva en beneficio de los agricultores • Ofrecer directamente al consumidor final, sin intermediarios a un precio accesible. • Fomentar la agricultura orgánica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar los abonos naturales, para evitar la erosión del suelo por el uso indiscriminado de abonos químicos, así contribuir con el medio ambiente. • Capacitación constante en abonos orgánicos para combatir las plagas.

1.6. Identificación del problema diagnóstico.

La agricultura tradicional practicada en la zona andina del cantón Cotacachi está produciendo la erosión del suelo que origina la desertificación de la mayoría de terrenos, como resultado se obtiene pérdida de productividad en los cultivos, esto se ha verificado con los bajos niveles de producción obtenidos en los últimos tiempos y por ende pérdidas para los agricultores, esto hace que muchos lugareños abandonen la comunidad para ir a la ciudad en busca de mejores oportunidades, porque no se obtiene los resultados esperados en la agricultura, con este fenómeno de la migración a futuro se va a originar una escases de mano de obra de jornaleros .

En tal virtud la solución para mejorar la calidad del producto es la enseñanza de una agricultura orgánica de productos de ciclo corto, para que esta sirva como un referente a nivel provincial, y que estaría de acuerdo a las nuevas tendencias de consumo; a la vez permitirá tener un equilibrio entre el medio ambiente y el ser humano mejorando así la calidad de vida de los productores evitando la migración a las grandes ciudades. Esto también es una forma de incentivar la agricultura en los jóvenes ya que en la actualidad salen en busca de un empleo a las grandes ciudades y los terrenos de la comunidad quedan abandonados.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Objetivos

2.1.1. Objetivo General

- Determinar los referentes teóricos en base a la investigación bibliográfica y lincografía para el sustento teórico del proyecto.

2.1.2. Objetivos Específicos.

- Conocer la base legal y teórica para el sustento del proyecto.
- Agrupar teorías que ayuden al mejoramiento del proyecto.
- Establecer conceptos sobre la producción y comercialización de hortalizas en general.

2.2. Teorías

2.2.1. Teoría del Comportamiento Organizacional.

“Es un campo de estudio en el que se investiga el impacto que individuos, grupos y estructuras que tienen en la conducta dentro de las organizaciones, con la finalidad de aplicar estos conocimientos a la mejora de la eficacia de tales organizaciones.” (Robbins, 2004)

La Teoría del Comportamiento Organizacional es la investigación a la conducta del hombre en la organización.

2.2.2. La Teoría Y.

“Esta teoría se refiere a un trato equitativo, en cuanto a compensación económica, supervisión condiciones de trabajo y prácticas administrativas, evitar el descontento y la actuación laboral deficiente”. (Rodríguez, 2011)

La teoría “Y” indica que el trato al personal de una institución debe ser de acuerdo a la capacidad y lograr que el empleado se sienta contento e incentivar a la mejora continua.

2.2.3. Comportamiento y Motivación

“La gente motivada se esfuerza más por tener un mejor desempeño que la que no lo está. Es la disposición a hacer algo y q está condicionada por la capacidad de estos actos para satisfacer alguna necesidad individual.” (Soria , 2004)

El Talento Humano según esta teoría enseña que siempre deben tener una motivación para lograr un trabajo eficiente y eficaz.

2.2.4. Cultura Organizacional

“La cultura constituye el conjunto de papeles y hábitos aprendidos por los individuos, que los encausan dentro de un patrón de comportamiento determinado en la sociedad.” (Soria , 2004)

“La cultura organizacional es un sistema de significados compartidos dentro de una organización que determina en mayor o en menor grado de cómo actúan los empleados”. (Robbins, 2004)

La cultura organizacional es la que permite a la empresa u organización conocer más las actitudes y comportamiento de las personas dentro de la empresa.

2.3. Teoría De La Administración Estratégica.

2.3.1. Administración Estratégica.

“La administración Estratégica es el conjunto de compromisos, decisiones y actos que una empresa necesita llevar a cabo para alcanzar la competitividad estratégica y obtener utilidades superiores al promedio.”, (Torres Hernandez , 2014)

La Administración estratégica es la que permite analizar desde un punto de vista general la parte financiera, contable y de gestión administrativa de forma estratégica para cumplir los objetivos.

2.3.2. Modelo básico de la Administración Estratégica.

2.3.2.1. Análisis Ambiental

El Análisis Ambiental implica la vigilancia, evaluación desde el ambiente externo e interno al personal clave de la corporación. Su propósito es identificar los factores estratégicos, es decir los elementos internos y externos que determinara el futuro de la organización. La forma más sencilla es el ANÁLISIS FODA.

2.3.2.2. Formulación de la Estrategia

Es el desarrollo de planes a eficaz oportunidades y amenazas ambientales con bases en la FODA. Incluye la definición de la misión corporativo, desarrollo de estrategias y establecimiento de directrices.

2.3.2.3. Implementación de la Estrategia

La implementación de la Estrategia es un proceso mediante el cual las estrategias y políticas se ejecutan a través del desarrollo, de programas, presupuestos y procesos que podrían implicar un cambio en la cultura general, en la estructura o el sistema de toda la organización. La implementación de la estrategia en planificación operativa implica con frecuencia la toma de decisiones

2.3.2.4. Evaluación y control de la Estrategia.

“Es un proceso en el que se supervisan las actividades corporativas y los resultados del desempeño, de tal manera que el rendimiento real se compare con el rendimiento”.

Es comparar el rendimiento con las actividades ejecutada y la actividad planificada

2.4. Marco conceptual

2.4.1. Concepto de empresa

BRAVO, Valdivieso Mercedes 2011; Contabilidad General, Editorial Escobar, Quito, Manifiesta; “Empresa es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de servicios a la colectividad”.
pág.3

ZAPATA, Sánchez Pedro 2011; Contabilidad General, Editorial McGraw-Hill, México, Dice; “La empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al Estado y a la sociedad en general”.
pág.5

La empresa es una personería jurídica que se dedica a la producción y/o comercialización de bienes o servicios a los consumidores con la finalidad de satisfacer sus necesidades y producir una rentabilidad, para el crecimiento empresarial y social.

2.4.2. Clasificación de la empresa

La empresa se puede clasificar de acuerdo a muchos criterios en esta investigación lo hacemos de acuerdo a la actividad que se realiza.

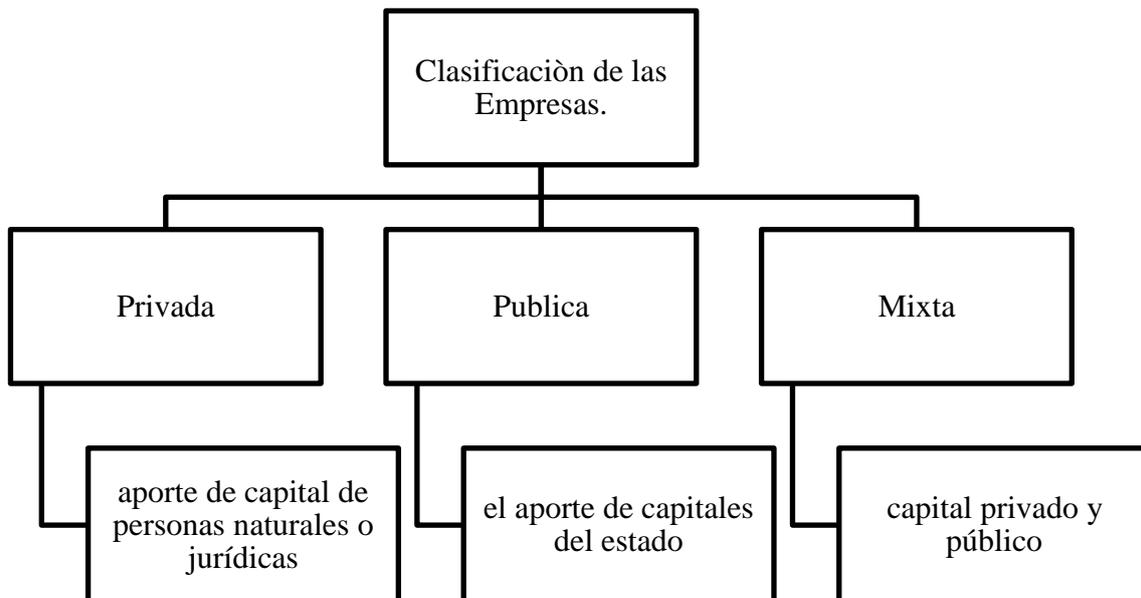


Figura 2 Clasificación de la empresa

Fuente: investigación teórica.

2.4.3. Microempresa hortícola

(CAMPELINOS, 2010, pág. 19) Manifiesta: “Es un ente que se dedica a la implementación de cultivos eficientes y en la optimización de las tecnologías, lo cual nos ayuda a la toma de decisiones respecto de la técnica que debe emplearse para cada cultivo”

Es una organización que está orientada a la producción y comercialización de Hortalizas y lo realizan con técnicas específicas para cada tipo de lugar y de clima al que se encuentre, estas Microempresas existen más en lugares rurales donde existe más mano de obra que está destinada a la agricultura, y es de los más importantes porque de ellos dependen la alimentación de las personas y por ende la salud cabe destacar.

2.4.4. Hortalizas

(CAMPELINOS, 2010) afirma: “El término hortalizas nombra a un conjunto de plantas cultivadas generalmente en huertas o regadíos, que se consumen como alimento, ya sea

de forma cruda o preparada culinariamente, y que incluye a las verduras y a las legumbres verdes.”

Las hortalizas son vegetales frescos fuentes de vitaminas y minerales, necesarias en la alimentación diaria del ser humano; también se considera como las partes verdes de las plantas como hojas o tallos, dentro del grupo de hortalizas no se consideran parte de ello las frutas ni cereales; por su composición nutritiva.

2.4.5. Composición de las hortalizas

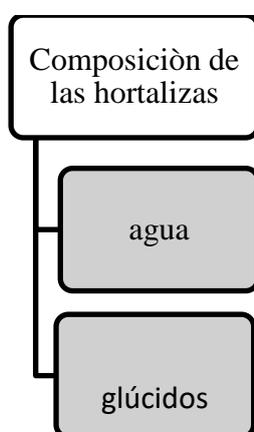


Figura 3 Composición de las hortalizas

Fuente: (Josè, 2018)

2.4.6. Clasificación de las hortalizas

Tabla 10 Clasificación de Hortalizas

Clasificación de hortalizas	Ejemplos
Hortalizas de raíz	Remolacha betarraga, zanahoria, rábano, nabo.
Hortalizas de tallos o bulbos	Ajo, cebolla, papa, esparrago, cebolla larga
Hortalizas de hoja	Acelga, espinaca, lechuga, rúgela, repollo, endivia
Hortalizas de flores	Brócoli, coliflor, alcachofa
Hortalizas de fruto	Tomate, zapallo, pimentón, ají, lenteja, garbanzo, alverja

Fuente: (CAMPELINOS, 2010)

2.4.7. Abonos orgánicos

(Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria (CORPOICA), 2002) **Afirma:** “Restos de poda de cultivos, leñosos, los cortes de plantas herbáceas o malezas, las excretas o estiércoles de animales, los subproductos de origen vegetal y entre otros residuos agrícolas.”

(RODRIGUEZ SANDOVAL, 2002) Menciona: “Son restos o desechos de vegetales y animales en perfecto estado de descomposición, su incorporación al suelo mejora las características físicas del mismo.”

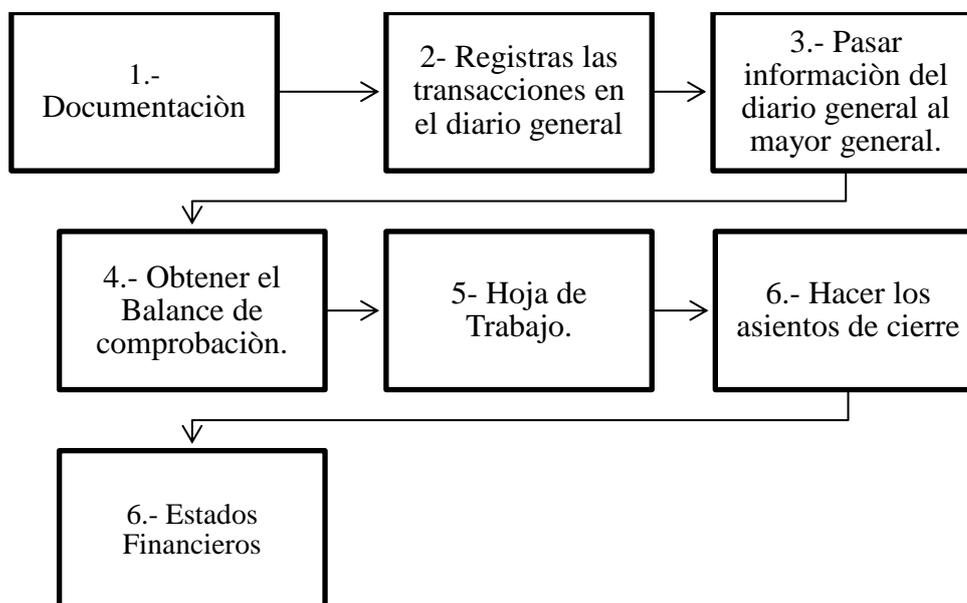
El abono orgánico es la descomposición de restos vegetales y animales por lo cual contiene características físicas y químicas principalmente en el contenido de nutrientes, mediante la aplicación constante de ellos, con el tiempo mejora las características físicas, químicas, y biológicas del suelo y sanidad de los cultivos.

2.5. Gestión administrativa y contable

Para conducir y operar una organización en forma exitosa se requiere que esta se dirija y controle en forma sistemática y transparente para lo cual es necesario se apliquen varios parámetros e indicadores que permitan el desarrollo de la gestión.

2.5.1. Proceso contable

Tabla 11 Proceso Contable



Fuente: (Josè, 2018)

2.2. Estados financieros

(UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ., 2011, pág. 141) Dice: “Los estados financieros reflejan la situación económica y financiera del proyecto, la información generada permite evaluar si la inversión realizada por los socios del proyecto produce los resultados esperados, reflejando rentabilidad en el corto, mediano y largo plazo”.

Según, (ACADEMIA & ALVARADO CARRION , 2015) “Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para reportar la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o período determinado”.

Los estados financieros son informes que indican a una fecha dada la situación financiera de una entidad, así como refleja los resultados de las operaciones de todo un periodo.

Los estados Financieros que existen son los siguientes:

Estado de Situación Financiera	<ul style="list-style-type: none"> • Es la información el estado financiero de la empresa a una fecha determinada en la que contiene Activos, Pasivos y Patrimonio.
Estado de Resultado	<ul style="list-style-type: none"> • Es un informe donde se detalla los ingresos, gastos incurridos durante un periodo dado, y como resultado se obtiene utilidad o pérdida neta del ejercicio.
Estado de Evolucion del Patrimonio	<ul style="list-style-type: none"> • Es un estado financiero que muestra las variaciones de las cuentas de patrimonio, indicando saldos iniciales y finales.
Estado de Flujo del Efectivo	<ul style="list-style-type: none"> • Anàlisis de ingreso y salida del efectivo. es un indicador de capacidad de generar liquidez de un empresa.
Notas Explicativas	<ul style="list-style-type: none"> • Las notas explicativas permiten informar de manera clara y sencilla los cambios que sea han presentado y el origen de cada uno de ellos.

Figura 4 Estados Financieros

Fuente: (Josè, 2018)

2.3. Costos

(ZAPATA Sánchez , 2011) Dice; “Las cuentas de Costo son valores pagados para cubrir actividades indispensables para generar un ingreso operativo; estos valores se recuperan con la venta de un bien o un servicio; un ejemplo son los costos de la mercadería, materia prima, insumos”

(CÚSPIDE, 2010) Manifiesta; “Costo es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio.” pág. 188

Es el conjunto de valores incurridos en un periodo, para realizar actividades netas de la empresa y que influye en el resultado de la misma y se recuperan con la venta de un bien o servicio.

2.4. Evaluadores financieros del proyecto

La Evaluación Financiera es la que permite analizar los beneficios netos que se obtendrán de un proyecto, esta información demuestra valores futuros y sobre esa base tomar decisiones si poner en marcha o rechazar si no es factible.

2.5. Valor actual neto (VAN)

(GALINDO RUIZ, 2011, pág. 156) Manifiesta: “El valor presente neto permite establecer la equivalencia entre los ingresos y egresos del flujo de efectivo de un proyecto, los que son comparados con la inversión inicial de los socios, a una tasa determinada.”

(PRIETO HERRERA, 2009, pág. 194), Dice. “El valor presente neto es el flujo de caja actualizado, es decir la diferencia entre los ingresos y egresos actualizados del proyecto”.

El Valor Actual Neto es la suma de todos los flujos actualizados y permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

2.6. Tasa interna de retorno

(GALINDO RUIZ, 2011, pág. 156) Expresa. “La tasa interna de retorno, es la tasa que hace que el valor presente neto sea igual a cero, es decir que reduce a ceros los ingresos y los egresos del proyecto, incluyéndose la inversión inicial que realizaron los socios en el proyecto”.

(HORNE & WACHOWICZ, 2010, pág. 325) Manifiestan. “La TIR es la tasa de interés que descuenta la serie de flujos de efectivo netos futuros para igualar en valor presente el flujo de salida inicial en el tiempo 0” pág.325

La tasa interna de retorno TIR, es una herramienta o medida usada como indicador para determinar la rentabilidad de una inversión que es expresada en porcentaje, es la tasa que iguala a cero al VAN.

2.7. Estudio de mercado

(GALINDO RUIZ, 2011, pág. 73) Expresa. “El estudio de mercado se realiza con el fin de indagar sobre las necesidades de los consumidores, conocer sobre la competencia, establecer cuál puede ser el grado de aceptación del producto o servicio en el mercado, el precio que estarían dispuestos a pagar los clientes y establecer que tan posesionada esta la competencia.”

(HERNANDEZ, 2008, pág. 135) Manifiesta. “El estudio de mercado tiene por objetivo suministrar información valiosa para la decisión final de invertir o no en un proyecto determinado”.

El estudio de mercado es utilizado para investigar sobre las necesidades de los consumidores y establecer la aceptación que tendrán nuestros productos o servicios dentro de un mercado, y así determinar qué tan factible resultaría nuestra inversión.

2.8. El producto

(MURCIA M., 2009) Manifiesta; “El producto es todo objeto que se puede ofrecer, en un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad”.

(HERNANDEZ, 2008) Manifiesta; “El producto es el resultado natural del proceso productivo, que dadas las circunstancias permite satisfacer las necesidades.”

El producto es el resultado de un proceso que puede estar formado por uno o varios bienes y servicios, que se ofrece para satisfacer una necesidad o un deseo de un cliente.

2.9. La demanda

(GALINDO RUIZ, 2011) Afirma; “La demanda está ligada a la satisfacción de necesidades o deseos de los clientes o consumidores.”

(HERNANDEZ, 2008) Expresa; “La demanda representa las cantidades que se pueden comprar a distintos precios en un tiempo determinado.”

La demanda es la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor en un momento determinado. Este estudio consiste en analizar la naturaleza del consumidor, investigando el proceso de decisión, los gustos y preferencias, por lo que también se determina para qué mercado o segmento de mercado está dirigido nuestro producto a ofertar.

2.10. La oferta

(HERNANDEZ, 2008), Manifiesta; “La oferta es la cantidad de bienes o servicios que ofrecen (venden) a distintos precios en un momento determinado”. Pág.145

(MURCIA M., 2009) Dice; “La oferta hace referencia a la cantidad de unidades de un producto que las empresas estarían dispuestas a intercambiar a un precio determinado”

El estudio de la oferta es la que se dedica especial mente analizar a la competencia y a los posibles productos que podrían sustituir y complementarios que existen en el mercado. La oferta se refiere a las cantidades de bienes o servicios que ofrecen o pueden proporcionar los productores que estén dispuestos a vender a los distintos precios del mercado.

2.11. Marco teórico legal

2.11.1. Requisitos para sacar RUC

De acuerdo con el Artículo 1 de la Ley de Registro Único de Contribuyentes como primer paso para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se

implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria. (Ley del Registro Único de Contribuyentes, 2004)

. • Presentar original y entregar una copia de la cédula de identidad, y presentar el original y entregar copia simple del certificado de votación del último proceso electoral.

• En el caso de unidades o entes contables independientes o desconcentrados, se presentará el original o copia certificada y entregará una copia certificada del documento que declara a la unidad administrativa como ente contable independiente.

• Copia de Planilla del servicio eléctrico, telefónico, de agua potable o televisión por cable, a nombre del sujeto pasivo, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro.

Patente Municipal

Patente Municipal De acuerdo al Art. 547 del (Código Organico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización, 2010) COOTAD, manifiesta “deben declarar y pagar el impuesto a la patente municipal todas las personas y las empresas o sociedades domiciliadas o con establecimiento en Cotacachi que realicen permanente Actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.”

Es un pago obligatorio y se contribuye con el Estado cada ciudadano tenemos nuestras obligaciones y Derechos.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

El presente estudio de mercado es un aspecto relevante en desarrollo de un estudio de factibilidad de un proyecto es el estudio de mercado; en el cual se debe analizar el mercado y los clientes.

En este capítulo se enfoca en la investigación de la demanda y la oferta, precios, competencias, comercialización, segmentación del mercado en lo referente a las actividades de producción y comercialización de hortalizas en el cantón Cotacachi, provincia de Imbabura.

En el cantón Cotacachi existe un gran porcentaje de agricultores; debido a que la mayoría de la población cotacacheña se encuentra situado a las faldas de Mama Cotacachi; por lo que lo hace sus tierras ricas en minerales y aptos para la agricultura. Razón por el cual nace la iniciativa de este proyecto, aprovechar la tierra productiva que posee en la comunidad de Tunibamba de Bellavista.

La agricultura orgánica es de gran importancia para la salud de las personas y para el medio ambiente, por lo que este proyecto debe cumplir con esa visión; que implica no destruir la tierra, vivir en armonía con el medio ambiente, mejorando los suelos, eliminando la utilización de los pesticidas químicos que controlan plagas y enfermedades al mismo tiempo destruyen las plantas y el suelo.

En la actualidad los productos como hortalizas y todo lo que son verduras, son producidas con tratamientos químicos; por lo que no son recomendables para la salud; es

trascendental comenzar con esta iniciativa de producción orgánica y amigable con el medio ambiente.

3.2. Objetivos de la investigación

3.2.1. Objetivo general

Efectuar un estudio de mercado que permita determinar la oferta, demanda de los posibles clientes y precios referentes a la producción y comercialización de los productos a cultivar (lechuga, brócoli, col morada) mediante entrevistas, y la observación.

3.2.2. Objetivos específicos

1. Determinar el nivel de consumo de hortalizas.
2. Identificar el comportamiento de la demanda y oferta.
3. Establecer y segmentar el mercado objetivo para la venta de hortalizas.

3.3. Identificación del producto

3.3.1. Características de las hortalizas

La alimentación saludable y nutritiva es indispensable para gozar de una buena salud; es por ello la importancia de las hortalizas orgánicas, durante el proceso de producción se utilizará el abono, orgánico a base de los desechos que tenemos en la comunidad como desechos de cebada, trigo, paja de maíz entre otros productos orgánicos, que tendrán un proceso de tratamiento transformación en abono orgánico

3.4. Productos por ofertar

3.4.1. Col morada



Figura 5 Col morada

Fuente: Investigación de campo.

La **Col morada** es una planta anual con tallo erguido, consistente pero leñoso, con hojas de color rojo violáceo intenso y que posee un cogollo duro y compacto.

3.4.2. Lechuga



Figura 6 Lechuga

Fuente: Investigación de campo.

La lechuga tiene **vitaminas** A, del grupo B (B1, B2, B3, B9), C y E

La **lechuga** es una de las verduras de hoja verde que más consumimos, especialmente en las **dietas de adelgazamiento**, aunque se recomienda a todo tipo de personas por sus beneficios nutricionales. Se cree que es originaria de Asia y actualmente es cultivada en todo el mundo, aunque los griegos ya lo hacían hace más de 2.000 años. Las lechugas tienen un sabor suave y son refrescantes.

3.4.3. Brócoli



Fuente: Investigación de campo

Figura 7 Brócoli

El brócoli es considerado una hortaliza muy nutritiva, ya que, aporta a la dieta una gran cantidad de fibra, minerales y vitaminas, principalmente Vitamina C. En lo que respecta a minerales posee: fosforo, hierro y potasio.

3.5. Variables e indicadores del estudio de mercado

Con relación a los objetivos del estudio de mercado se identifican las siguientes variables sujetas a análisis.

Tabla 12 Variables e Indicadores del Estudio de Mercado

Variables	Indicadores
Demanda	Mercado objetivo Preferencia de consumo Frecuencia de consumo
Oferta	Análisis de la competencia actual Productos sustitutos Capacidad del mercado
Comercialización	Presentación del producto Precio Canales de distribución

Fuente: Investigación de campo

3.5.1. Matriz diagnóstica de estudio de mercado

Tabla 13 Matriz Diagnóstica del Estudio de Mercado

Objetivos	Variables	Indicadores	Fuente de información	Técnicas
Determinar el nivel de consumo de hortalizas.	Demanda	Mercado objetivo	Primaria	Entrevista
		Preferencia de consumo		Entrevista
		Frecuencia de consumo		Entrevista
Identificar el comportamiento de la oferta.	Oferta	Análisis de la competencia actual	Primaria	Entrevista
		Productos sustitutos		Entrevista
		Capacidad del mercado		Entrevista
Establecer y segmentar el mercado objetivo para la venta de hortalizas.	Comercialización	Presentación del producto	Primaria	Entrevista
		Precio		Entrevista
		Canales de distribución		Entrevista

Fuente: Investigación de campo

3.6. Segmentación de mercado

En la presente investigación se enfoca solo en el mercado meta ya que se trata de un nuevo producto que posiblemente apertura nuevos mercados.

3.6.1. Mercado meta

Para el estudio de mercado se toma en cuenta a la población económicamente activa del cantón Cotacachi según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos es la siguiente distribución.

Tabla 14 Población del Cantón Cotacachi

POBLACIÓN DEL CANTÓN COTACACHI			
Parroquias	Urbano	Rural	Total
Cotacachi	8.848	8.291	17.139
Quiroga		6.454	6.454
Apuela		1.824	1.824
García Moreno		5.060	5.060
Imantag		4.941	4.941
Peñaherrera		1.644	1.644
Plaza Gutiérrez		496	496
Vacas Galindo		698	698
6 De Julio De Cuellaje		1.780	1.780
TOTAL	8.848	31.188	40.036

Fuente: INEC CENSO 2010

3.6.2. Determinación de la muestra

La muestra es un subconjunto de la población, dependiendo que se haya seleccionado a un grupo de elementos o grupo de medida. En el presente estudio el método que se aplicó es el Método Aleatorio Simple Estratificado (MASE) “es un procedimiento de muestra probabilística que asegura que cada unidad muestral que forma parte de la población meta definida tenga una oportunidad conocida, igual y diferente de cero de ser elegida”. Por lo cual para poder determinar la muestra tomamos en cuenta Cotacachi- zona Andina y la parte urbana del cantón, que según la tabla N° 14 De los datos del INEC 2010 son de 17139 habitantes, para los 5 años del proyecto se considera un crecimiento de la población del 2,1% porcentaje que se obtiene mediante el crecimiento poblacional del cantón desde el año 2001 al 2010, según bases históricas del INEC 2010.

Tabla 15 Proyección de la población de Cotacachi 2017-2021

Año	Población	% crecimiento
2017	19.821	1,021
2018	20.237	
2019	20.662	
2020	21.096	
2021	21.539	

Fuente: Investigación

Tabla 16 Promedio de personas por hogar

Nombre de la Parroquia	Total, de personas	Total, de hogares	Promedio de personas por hogar
Cotacachi	19821	4894	4,05

Fuente: ecuadorencifras.com

Tabla 17 Proyección de familias 2017-2021

Año	Hogares	% crecimiento
2017	4.894	1.021
2018	4.997	
2019	5.102	
2020	5.209	
2021	5.318	
2022	5.430	

Fuente: Investigación

3.6.3. Identificación de la muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra cogemos el número de familias del cantón Cotacachi, mediante la siguiente formula estadística.

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

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = varianza de la población (0.25)

Z = Niveles de confianza. 95% = 1,96

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1%

Desarrollo

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5)^2 * 4894}{(1^2)(4894 - 1) + 1.96 * 0.5^2}$$

$$4700,1976$$

$$13,1929$$

$$n = 356.27 = 356 \text{ encuestas}$$

Análisis e interpretación de los resultados

Para determinar la aceptación del producto se realizaron las encuestas a las familias de Cotacachi parte Urbana y Rural.

1.- Incluye hortalizas en Incluye hortalizas en su dieta diaria?

Tabla 18 consumo de hortalizas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	321	90%
NO	35	10%
TOTAL	356	100%

Fuente: Encuesta a familias de Cotacachi zona Urbana y Rural



Figura 8 Consumo de hortalizas

Fuente: Encuesta a familias de Cotacachi zona Urbana y Rural

Análisis. -

Según en la encuesta aplicada a las familias Cotacacheñas se ha demostrado que el 90% de la población de las Parroquias del Sagrario y San Francisco consumen hortalizas en su comida diaria, cuyo resultado es de gran importancia para ejecutar este proyecto ya que nos permite calcular los posibles consumidores de nuestros productos a ofertar.

2.- ¿Con que frecuencia Ud. consume las hortalizas?

Tabla 19 Frecuencia de consumo de hortalizas

Alternativas	Frecuencia	%
Todos los días	194	54%
Una vez a la semana	60	17%
Dos veces a la semana	102	29%
TOTAL	356	100%

Fuente: Encuesta a familias de Cotacachi zona Urbana y Rural

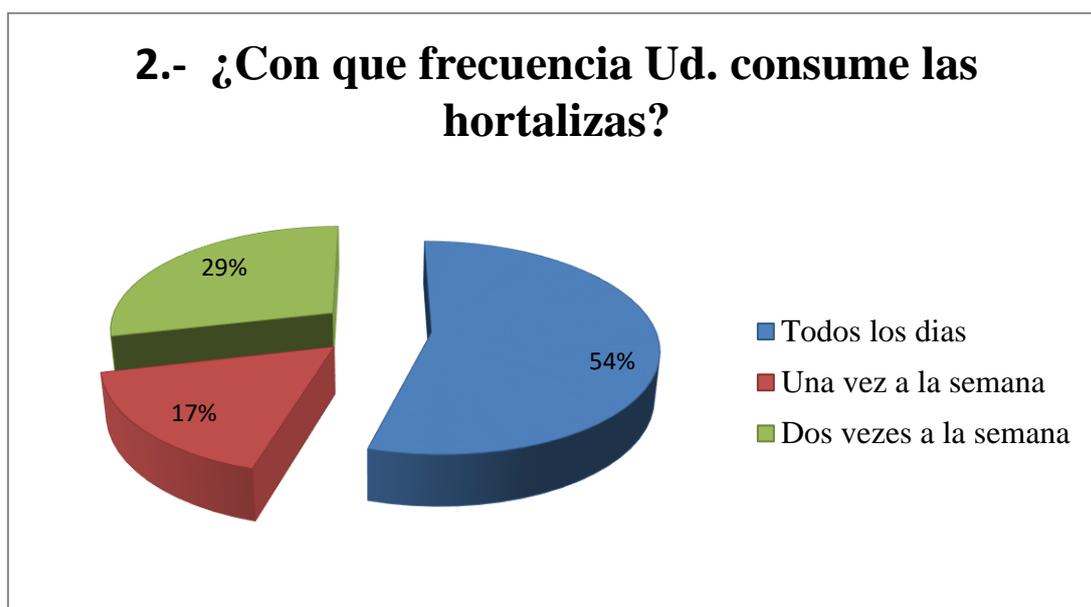


Figura 9 Frecuencia consumo de hortalizas

Fuente: Encuesta a familias de Cotacachi zona Urbana y Rural

Análisis. –

Se observa en el gráfico que los cotacaheños en su gran número de familias consumen hortalizas a diario; lo que significa que las hortalizas es un producto que no debe faltar en la cocina de las familias, para toda la preparación de comidas utilizan las hortalizas ya que algunas de ellas ponen un sabor único en las.

3.- ¿En dónde adquiere Ud. las hortalizas para su consumo?

Tabla 20 Lugar de adquisición de hortalizas.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Mercado de Cotacachi	222	62%
Mercado de Otavalo	98	28%
Mercado de Atuntaqui	36	10%
TOTAL	356	100%

Fuente: Encuesta a familias de Cotacachi zona Urbana y Rural

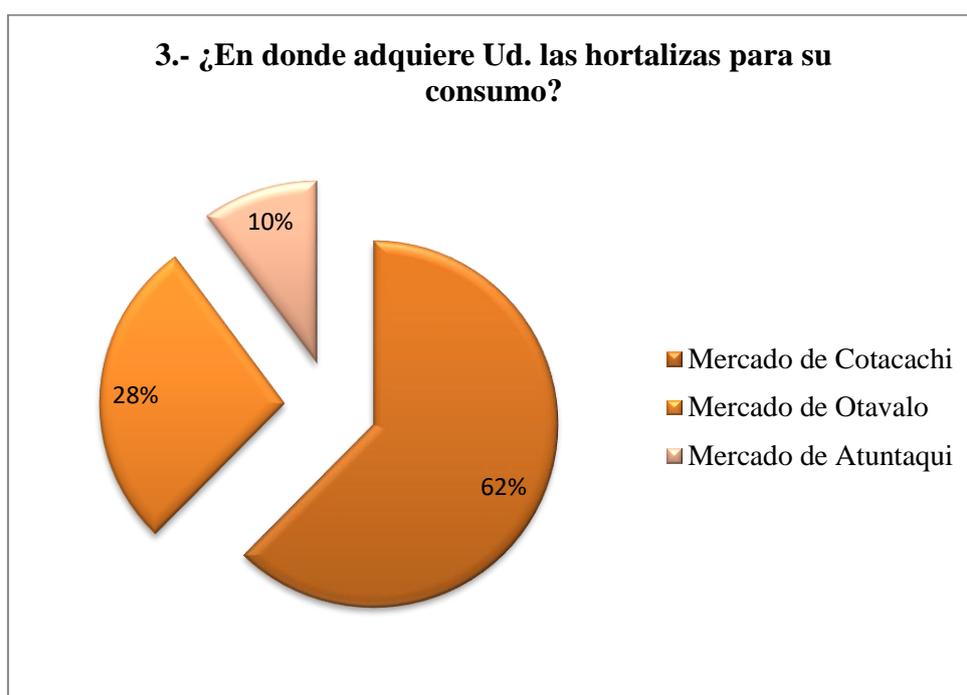


Figura 10 Lugar de adquisición de hortalizas.

Fuente: Encuesta a familias de Cotacachi zona Urbana y Rural

Análisis. -

Según las encuestas aplicadas se puede determinar que las hortalizas son adquiridas en el mercado o en ferias; la mayoría de ellos compran en Cotacachi también existen personas que al salir a la feria en la ciudad de Otavalo lo adquieren en los mercados de otro cantón o en las ciudades cercas. En la ciudad de Otavalo es un porcentaje considerable de familias que adquieren sus hortalizas.

4.- ¿Con que frecuencia Ud. compra hortalizas?

Tabla 21 Frecuencia de compra

Alternativas	Frecuencia	%
Diario	80	22%
Semanal	236	66%
Quincenal	40	11%
TOTAL	356	100%

Fuente: Encuesta a familias de Cotacachi zona Urbana y Rural

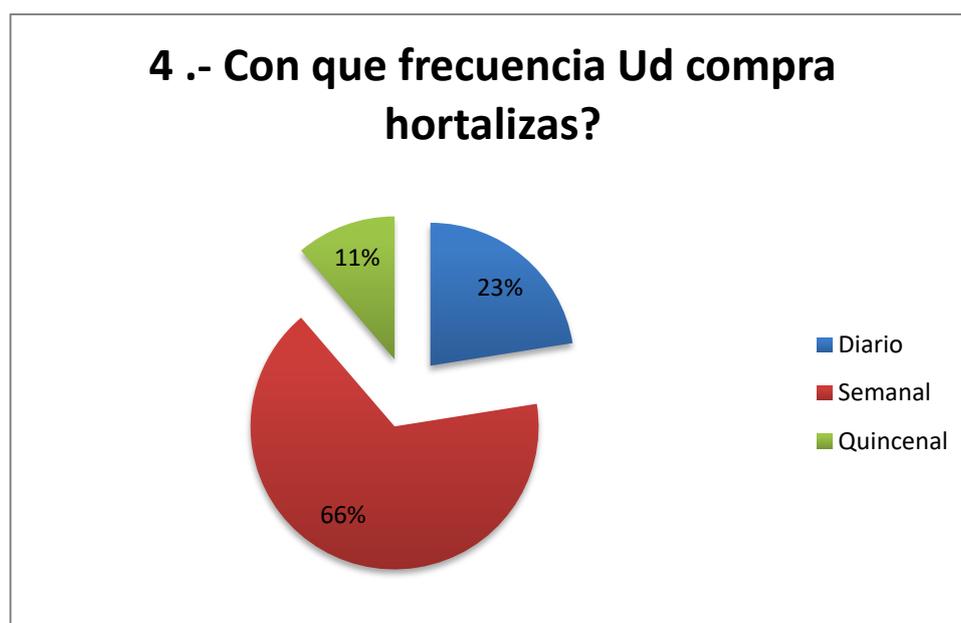


Figura 11 Frecuencia de compra

Fuente: Encuesta a familias de Cotacachi zona Urbana y Rural

Análisis. –

De las encuestas aplicadas obtuvimos como resultado que el 66% de los encuestados manifiestan que adquieren las hortalizas de forma semanal en las diferentes ferias que existen, como es el caso de la Feria “la Pacha mama nos alimenta”, y manifestaron las amas de casa que esperan especialmente dicha feria, ya que pueden encontrar productos frescos, orgánicos y a un precio bajo en comparación a los precios del mercado Jatunk Cem que es el mercado central de la ciudad de Cotacachi.

5.- ¿Cuáles son las hortalizas que Ud. más adquiere?

Tabla 22 Hortalizas que más consumen.

Alternativas	Frecuencia	%
Remolacha	55	15%
colmorada	86	24%
Acelga	40	11%
Brócoli	79	22%
Coliflor	15	4%
Lechuga	81	23%
TOTAL	356	100%

Fuente: Encuesta a familias de Cotacachi zona Urbana y Rural

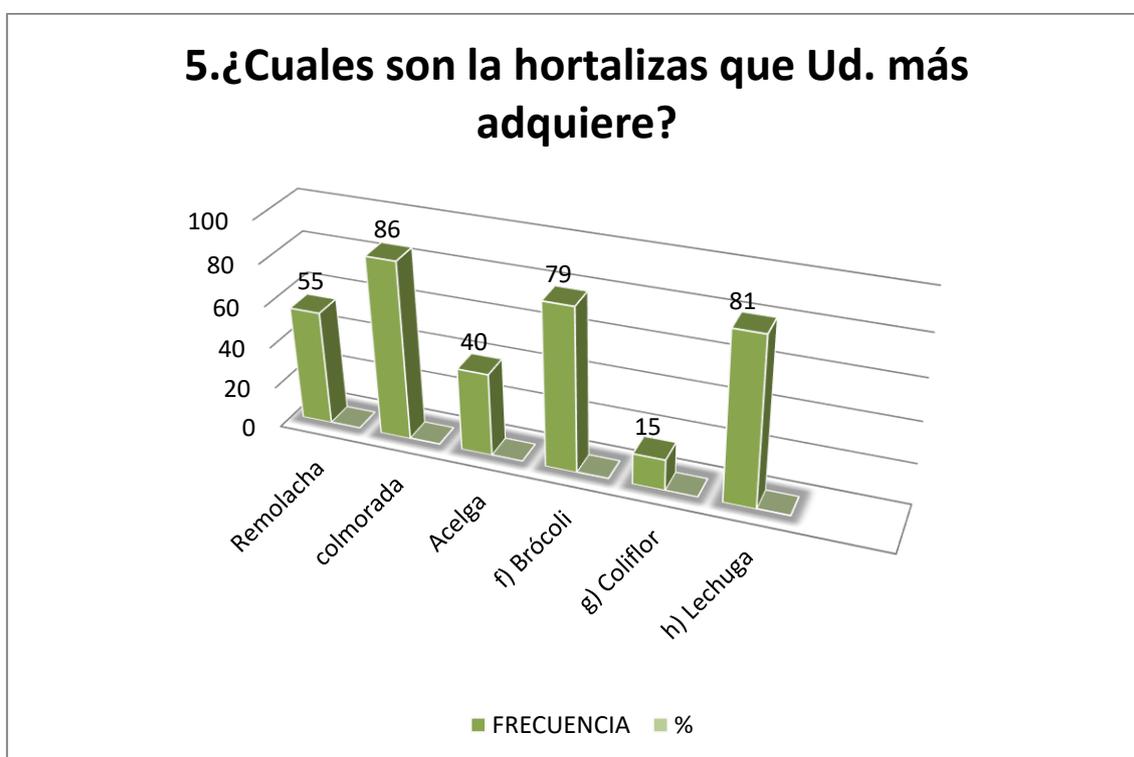


Figura 12 Hortalizas que más consumen

Fuente: Encuesta a familias de Cotacachi zona Urbana y Rural

Análisis. -

Según el gráfico se puede observar que las personas en Cotacachi consumen hortalizas como son: Col morada, Brócoli, Lechuga, remolacha, acelga, los 3 primeros productos son los que se van a ofertar con el presente proyecto. Con este resultado se calcula la aceptación del producto en el mercado.

6. ¿Qué cantidad de dinero presupuesta para la compra de hortalizas cada semana?

Tabla 23 Presupuesto

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
a) De \$1- \$5	74	21%
b) De \$6- \$10	110	31%
c) De \$11 a 20	115	32%
d) De \$20 a \$30	57	16%
TOTAL	356	100%

Fuente: Encuesta a familias de Cotacachi zona Urbana y Rural

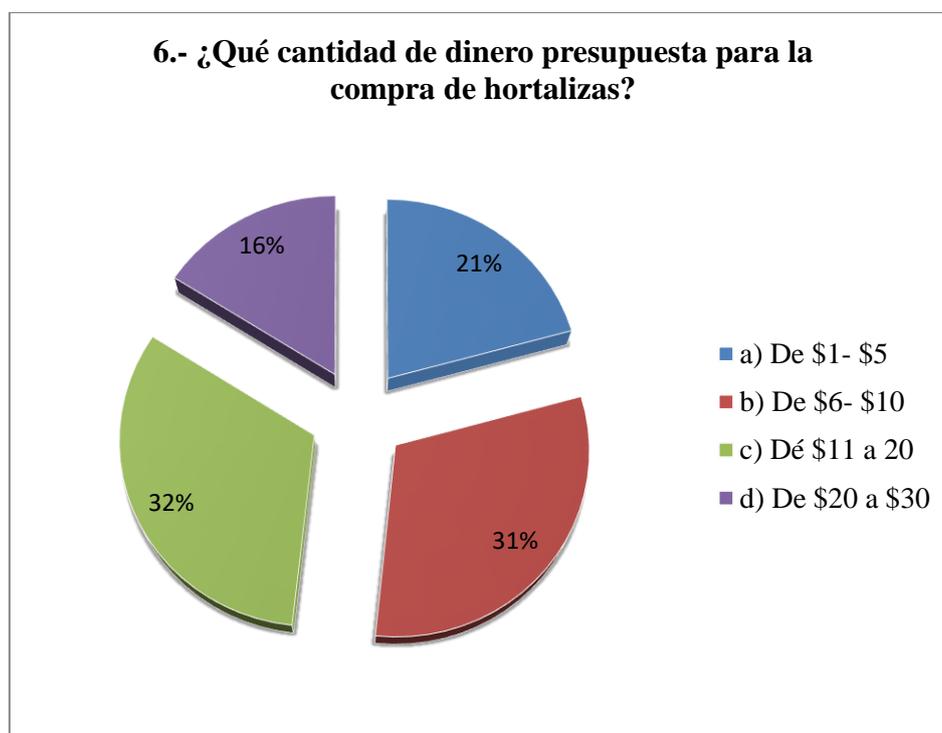


Figura 13 Presupuesto

Fuente: Encuesta a familias de Cotacachi zona Urbana y Rural

Análisis. –

De acuerdo al análisis de las encuestas se identifican que existen dos rangos el valor que destinan del presupuesto del hogar, para la compra de las hortalizas, es de 6 hasta 20 dólares este, es un presupuesto semanal que destinan para la compra de dichos productos.

7. ¿Qué es lo que toma en cuenta al momento de adquirir las hortalizas?

Tabla 24 Gusto del cliente.

Alternativas	Frecuencia	%
a) Frescas	152	43%
b) Producción sin químicos	102	29%
c) Cantidad	41	12%
d) Precio	61	17%
TOTAL	356	100%

Fuente: Encuesta a familias de Cotacachi zona Urbana y Rural

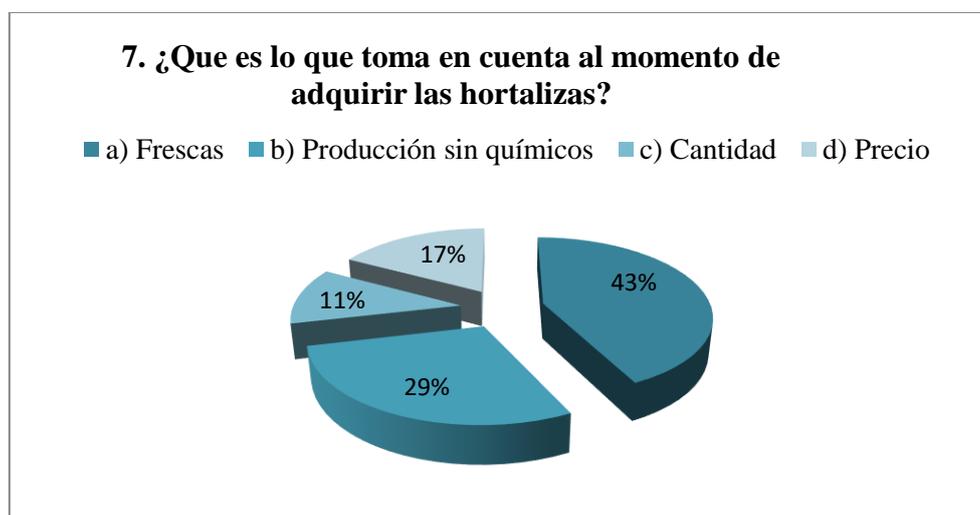


Figura 14 Gusto del cliente

Fuente: Encuesta a familias de Cotacachi zona Urbana y Rural

Análisis. -

Las personas encuestadas indican que al momento de seleccionar las hortalizas prefieren que estén frescas y de preferencia de producción orgánica, porque es mucho mejor que para la salud de las personas. De igual manera nuestros productos se ofertarán de la mata a la olla, de productor a consumidor.

8.- ¿Cuándo no puede adquirir productos agrícolas en estado natural consume productos industrializados?

Tabla 25 Productos sustitutos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	130	37%
NO	226	63%
TOTAL	356	100%

Fuente: Encuesta a familias de Cotacachi zona Urbana y Rural

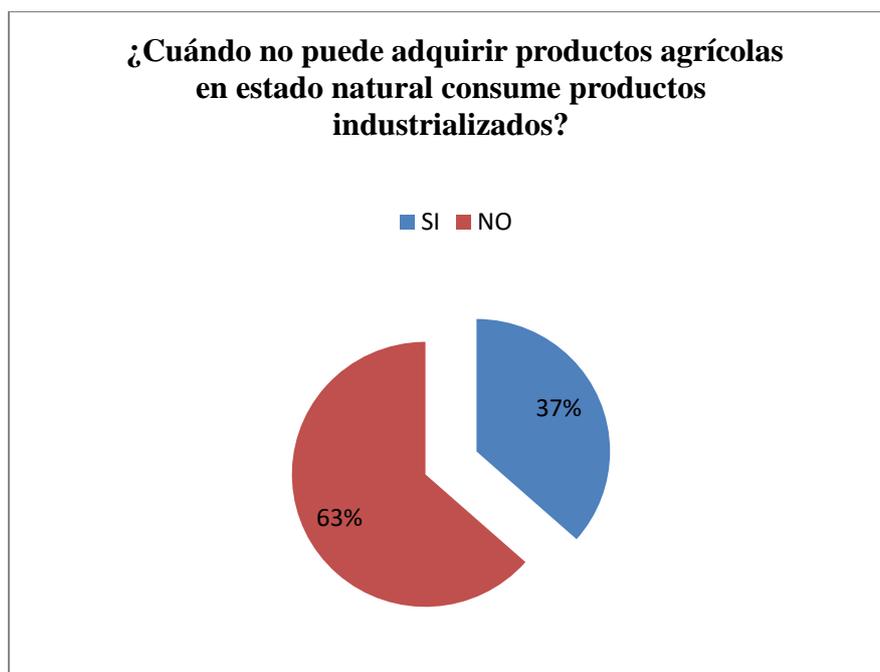


Figura 15 Productos sustitutos

Fuente: Encuesta a familias de Cotacachi zona Urbana y Rural

Análisis. –

A partir de los datos del gráfico se da a conocer que el 63% de los encuestados prefieren orgánicos, pero a la misma vez existe un número considerable que optan por lo productos industrializados esta información facilita para analizar la competencia que está presente en el mercado. Con esta pregunta se determina que existen 2 tipos de competencia con productos naturales que son los productores de hortalizas y el otro son empresas de comida procesadas o medicina.

9.- ¿Las hortalizas que Ud. adquiere de qué tipo de cultivo prefiere?

Tabla 26 Tipo de cultivo

Alternativas	Frecuencia	%
Campo abierto	100	28%
Invernadero	68	19%
Orgánico	188	53%
TOTAL	356	100%

Fuente: Encuesta a familias de Cotacachi zona Urbana y Rural



Figura 16 Tipos de producción

Fuente: Encuesta a familias de Cotacachi zona Urbana y Rural

Analizando estos resultados identificamos que la mayoría de los consumidores prefieren cultivo orgánico ya que esto se contribuye al cuidado del medio ambiente y la salud de las personas. Con todos estos resultados de las encuestas y los respectivos análisis se puede evidenciar la gran aceptación que puede tener en el mercado y las estrategias que se deben desarrollar para la competencia.

3.7. Consumidor del producto

Las hortalizas orgánicas lo pueden consumir todas las personas como: niños, jóvenes, adultos, adultos mayores no existen ningún tipo de restricciones; porque se trata de productos de consumo masivo, y recomendados para el cuidado de la salud de las personas.

Las hortalizas son consideradas de gran importancia en la alimentación diaria, ya que poseen vitaminas, minerales, que nuestro organismo necesita para su buen funcionamiento.

Según los datos obtenidos de la encuesta para determinar el consumo de hortalizas nos basamos en la pregunta N° 1; en donde tenemos el 90% de respuestas afirmativas del consumo de hortalizas que sería 4.405 familias cotacacheñas consumen hortalizas.

3.8. Datos históricos de la demanda

El comportamiento histórico de la demanda de los productos agrícolas se determina mediante datos históricos estadísticos los cuales ayudaron a determinar la demanda actual de hortalizas, los mismos que permiten tener información confiable y segura para el análisis de la demanda.

Se observó que pequeños y medianos productores de hortalizas, legumbres y frutas comercializan sus productos por lo general a través de intermediarios, para llegar al consumidor final.

Tabla 27 Consumo Histórico de productos agrícolas en Kg

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016	2017	kg
	kg	kg	kg	kg	kg		
Diario	237	250	263	267,00	271,06	275,18	
Semanal	2.372,00	2.497	2.627	2.666,93	2.707,47	2.748,62	
Quincenal	678	713	751	762,42	774,00	785,77	
Mensual	102	107	113	114,72	116,46	118,23	
Total	3.389,00	3.567,00	3.754,00	3.811,06	3.868,99	3.927,80	

Fuente: datos estadísticos de GAD Cotacachi

3.9. Proyección de la demanda

Para determinar la proyección de la demanda se utilizará la tasa de crecimiento poblacional (1,021%), porcentaje que se obtuvo en el análisis del crecimiento de la población de Cotacachi, considerando la base histórica desde el año 2001 al 2010, y se procede a obtener las familias con los datos expuestos para el año 2017 que será de base para la proyección de la demanda para los 5 años posteriores. Mediante los datos se procede a determinar la proyección de la demanda, tomando en cuenta las familias que se encuentran asentadas en Cotacachi.

También se analizó los resultados de la encuesta, se utilizó de la encuesta uno el porcentaje de las respuestas afirmativas que consumen hortalizas y el porcentaje de personas que adquieren sus productos en Cotacachi, así calcular el mercado meta de nuestro producto.

Tabla 28 Datos para Demanda

Calculo de la Demanda	valores
Población que consume	4.405
Preferencia de adquisición en el mercado Cotacachi	62%
Total, Mercado Meta	2.731

Fuente: Resultado de la encuesta.

De las encuestas realizadas se analizó los resultados de frecuencia de compra, para así calcular el número de familias, que adquieren a diario, semanal y quincenal las hortalizas datos que aportaron para la proyección de la demanda.

Tabla 29 Frecuencia de compra

Alternativas	Frecuencia	%
Diario	80	22%
Semanal	236	66%
Quincenal	40	11%
TOTAL	356	100%

Fuente: Resultado de la encuesta.

Tabla 30 Demanda de Hortalizas

ALTERNATIVAS	Personas
Quincenal	1.803
Mensual	3.605
Anual	43.261

Fuente: Investigación de campo.

Tabla 31 Proyección de Familias de Cotacachi

Año	Hogares
	4.894
2018	4.997
2019	5.102
2020	5.209
2021	5.318
2022	5.430

Fuente: datos estadísticos de GAD Cotacachi

Con estos datos de proyección de familias se procede a calcular el consumo proyectado de las hortalizas en unidades de los tres productos, col morada, lechuga y brócoli.

3.9.1. Proyección de la demanda

La proyección de la demanda se presenta para los 5 años que se ponga en ejecución el proyecto a continuación se detalla los siguientes valores.

Tabla 32 Proyección de la Demanda

Proyección de la Demanda	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda	43.261	44.169	45.097	46.044	47.011

Fuente: Análisis de campo.

3.10. Análisis de la oferta

Para determinar la oferta histórica primeramente se determinó la cantidad de unidades en el mercado del Jambi Mascaric, “en la cual existen 110 productos agroecológicos con un promedio de 4 gavetas mensuales (1 gaveta=10 unidades)” (Heifer, 2016), los mismos productores vendrían ser nuestros principales oferentes en el Cantón Cotacachi.

3.10.1. Determinación de la Oferta.

Tabla 33 Determinación de la Ofertan en Unidades

Producto	Prod. Mensual	Prod. Anual
Brócoli	1320	15840
Lechuga	1320	15840
Col morada	1320	15840
Total	3960	47520

Fuente: Datos del Jambi Mascaric- UNORCAC

Mediante los datos facilitados por la Unorcac, se procede a calcular las unidades producidas semanal y mensual dando una cantidad de 15840 unidades entre Brócoli, Lechuga y Col morada.

3.10.2. Proyección de la Oferta

Para la proyección de la Oferta tomamos en incremento de estos años de un 3% según el estudio realizado por la Fundación Heifer, este análisis es realizado a los productores de la Feria Agroecológica denominado “La Pacha Mama nos Alimenta”.

Tabla 34 Proyección de la Oferta

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Oferta Anual	55.556	57.222	58.939	60.707	62.528

Fuente: Investigación de campo.

3.11. Estimación de la demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha se computó con los resultados de personas que no consumen las hortalizas, que es el 10% de los encuestados las amas de casas que no consumen porque no les gusta a sus hijos o diferentes razones, o lo consumen en hortalizas procesadas de diferentes formas.

Tabla 35 Consumo de Hortalizas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	321	90%
NO	35	10%
TOTAL	356	100%

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas.

Para realizar este cálculo se tomó los resultados la encuesta aplicada el en la pregunta N.º 1 que un 10% de las personas amas de casa respondieron que no consume las hortalizas siendo 489 familias y que son los posibles clientes insatisfechos, ya que no tenemos productos que ofertar.

3.12. Determinación de precio

La inestabilidad de los mercados y los bajos precios relativos es uno de los problemas severos que enfrenta el productor pequeño y mediano. Respecto a los rendimientos de la producción dependen de la calidad de las semillas y de las condiciones de clima y humedad. Los precios son fijados principalmente por el mercado, pero manipulados por los intermediarios, que cada día pueden variar su precio. Para la comercialización de los productos agrícolas del Cantón Cotacachi, el precio se fija de acuerdo a la temporada, es decir, los meses de mayor oferta tiene precios bajos y meses de verano en donde los productos son escasos los precios suben. La investigación de los precios se desarrolló a través de una investigación de los mercados mayoristas a nivel nacional a través de la página del Ministerio de Agricultura Acuicultura y Pesca, en el periodo 01 de diciembre

2017 hasta el 15 de enero 2018, para luego establecer un valor promedio. Es importante recalcar que los precios de los productos varían por temporadas, pero lo que se necesita es determinar el nivel promedio de precios, quedando determinado con los siguientes valores:

Tabla 36 Precios de Productos a Ofertar

Producto	Unidad de medida	Precio promedio
BROCOLI	Kg	0,50
LECHUGA	Kg	0,50
COLMORADA	Kg	0,50

Fuente: investigación de campo y el MAGAP

3.13. Conclusiones del estudio de mercado

Una vez realizado el estudio de mercado, se determina que existe una demanda potencial a satisfacer y los productos a ofertar tienen una aceptación del 90% de la población de estudio, de los cuales el 54% consumen a diario y el 29% consumen de 3 a 5 veces en la semana.

El 62% de la población investigada prefiere adquirir sus productos en el mercado de Cotacachi el 22% lo compran diariamente y el 66% lo compra en semana que corresponde a la feria del domingo.

De las variedades de hortalizas que existen, las amas de casa encuestadas de preferencia consumen: lechuga, colmorada, y brócoli entre el 22% y 24% del total de los encuestados; los mismos que destinan de \$6 hasta \$20 dólares para la compra de hortalizas.

Se determinó que el 43% de la población encuestada prefieren las hortalizas frescas y de producción orgánica, esto hace que el proyecto sea atractivo porque los productos que se van a ofertar cumplen con las preferencias expuestas; también un 37% de los investigados prefieren optar por comprar productos sustitutos a las hortalizas, el mismo dato ayudó a

determinar la población insatisfecha, y que es un reto para este proyecto ofrecer los productos del presente trabajo, y lograra satisfacer sus necesidades.

Mediante el análisis del estudio de mercado se pudo determinar la aceptación de los productos en el mercado, ya que los encuestados expresaron sus preferencias al momento de adquirir las hortalizas les gustaría encontrar de producción orgánica y frescas el 53% manifestaron que buscan hortalizas orgánicas, por lo cual se puede concluir que el proyecto es factible y se puede ejecutar.

CAPÍTULO IV

4. Estudio técnico

En el estudio técnico permite la identificación de requerimientos y componentes técnicos para implementar la empresa, señalando cuales son los factores relevantes de su tamaño, ubicación, equipamiento y distribución especial, es decir, todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y operatividad física del proyecto.

4.1. Tamaño del proyecto

Al ser un proyecto que está directamente relacionado con la agricultura para establecer su tamaño se parte de la capacidad que se alcanza a cubrir la demanda con productos novedosos y 100% orgánico.

El ciclo de producción de los tres productos es de 3 meses; la siembra y cosecha se realizará en función de los pedidos de los demandantes es por eso que la producción existirá de diferentes rangos de tiempo que puede ser semanalmente, quincenalmente o mensualmente.

4.1.1. Factores que afectan el tamaño

El análisis de estos factores permite determinar un panorama claro con respecto a cuan viable riesgoso resulta la implantación del proyecto.

Las perspectivas en este sentido dan la pauta de atractivo o no al inversionista, además de tomar en cuenta variables como: demanda, oferta, desarrollo futuro de la hacienda, la disponibilidad de recursos financiero tecnológicas y entre otras.

4.1.2. Macro localización

El proyecto estará ubicado en la república del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Cotacachi. *“La República del Ecuador está ubicada sobre la línea ecuatorial, América del Sur, por lo cual su territorio se encuentra en ambos hemisferios. Limita al norte con Colombia, al Sur y al este con Perú, y al oeste al Océano Pacífico. La extensión del país es de 256,370 kilómetros cuadrados, con 24 provincias y 205 cantones.”*, según la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) se creó la zona de planificación. Las zonas de planificación se consideran como el modelo de las futuras regiones, existiendo actualmente 7 zonas de planificación.

Tabla 37 Zonas y Provincias del Ecuador

zona	PROVINCIAS DE CADA ZONA			
1 región norte	Carchi	Imbabura	Esmeraldas	Sucumbíos
2 región centro norte	Napo	Pichincha	Orellana	
3 región centro	Chimborazo	Cotopaxi	Pastaza	Tungurahua
4 región pacífica	Manabí	Santo Domingo de los Tsáchilas		
5 región litoral	Bolívar	Guayas	Los Ríos	Santa Elena
6 región centro sur	Azuay	Cañar	Morona Santiago	
7 región sur	El Oro	Loja	Zamora Chinchipe	

FUENTE: Regiones del Ecuador.

Galápagos forma parte del régimen especial.

La provincia de Imbabura está ubicada en la zona 1 y región norte en la denominada provincia de los lagos limita al norte con Carchi y Esmeraldas, al sur con Pichincha, al

este con sucumbíos, y al oeste con Esmeralda. Su capital es Ibarra fundada el 28 de septiembre de 1606. Tiene una superficie de 4,986 Km²., con 406.979 habitantes. (PREFECTURA DE IMBABURA, 2015)

Esta provincia posee una diversidad de pisos climático que va de meso térmico húmedo y semihúmedo, pasando por el meso térmico seco hasta el páramo. La temperatura promedio oscila entre 8° y 28°C.



Figura 17 Mapa de la Provincia de Imbabura

FUENTE: (PREFECTURA DE IMBABURA, 2015)

4.1.3. Micro localización

El cantón Cotacachi está ubicado al norte de Quito, capital del Ecuador, en la provincia de Imbabura, entre las ciudades de Otavalo e Ibarra, es el Cantón más extenso de los seis que conforman de la provincia con una superficie de 1809 km² aproximadamente. Limita al norte con el cantón Urcuquí; al sur con el cantón Otavalo y la Provincia Pichincha; al este con el Cantón Antonio Ante y al oeste con la Provincia Esmeralda. La misma que tiene una altitud de 2.418 metros sobre el nivel del mar. Cotacachi presenta un clima privilegiado de 14 grados centígrados durante todo el año,

caracterizándolo como un lugar cálido seco andino elemento que ha favorecido al crecimiento demográfico habitacional importante en los últimos años.

La geografía del Cantón es muy variada encontrándose alturas que van desde los 4,939 m.s.n.m. hasta los 1,600 ms.n.m. en la zona de Nangulvi y 200 m.s.n.m. en la parte más occidental correspondiente al recinto al recinto el Progreso. Las características topográficas y climáticas del cantón permite diferenciar dos zonas: la Andinas y Subtropical.

Las actividades económicas más importantes y según el orden establecido son: Producción agropecuario, Manufacturera y Artesanal, Turística – Hotelera y Comercial. En los últimos años se está desarrollo en mayor cantidad la actividad agropecuaria.

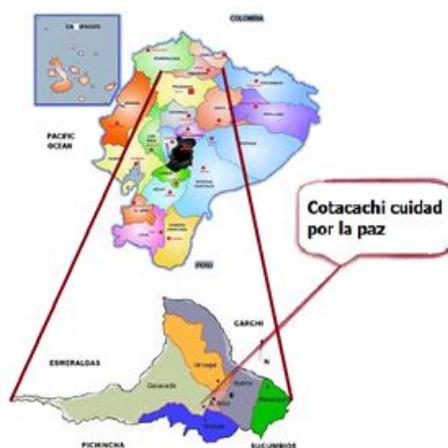


Figura 18 Mapa Político de Cotacachi

Fuente: (GAD SANTA ANA DE COTACACHI, 2015)



Figura 19 Comunidad de Tunibamba

Fuente: Investigación directa

4.2. Aspectos para la localización del proyecto

4.2.1. Recurso Humano

El proyecto al estar localizado en la comunidad de Tunibamba beneficia en lo que respecta el Talento Humano porque podemos dar fuentes de trabajo a los mismos comuneros, ya que tienen experiencia en el manejo de la tierra y el cultivo.

4.2.2. Tipo De Suelo

Tunibamba al estar localizado a 3500m.s.n.m tiene un suelo rico en minerales que son aptos para la agricultura de hortalizas; además posee agua de riego en toda el área del terreno que va a ser ejecutada este proyecto.

La mejor zona de ubicación de este proyecto en relación con los factores mencionados en la Comunidad de Tunibamba ya que sus condiciones climáticas y condiciones del suelo favorecen mucho a esta clase de cultivos.

4.2.3. Ingeniería del Proyecto

En esta parte del proyecto se abordan aspectos propios de la ingeniería o requerimientos, tales como: infraestructura civil, terrenos, edificios, procesos de producción, producto, equipo y maquinaria, tecnología, cálculo de materia prima, recursos humanos, entre otros.

La organización de la empresa estará conformada a través de un organigrama estructural que sirva de base, para establecer los procesos, subprocesos y las actividades que se deberán desarrollara nivel de la plantación, para obtener rendimientos adecuados de las labores de agricultura que se aplicaran en el ciclo de cultivo de este producto. A nivel administrativo y de mercadeo se estructurarán los procesos que viabilicen un uso adecuado de los recursos empresariales.

4.2.4. Flujograma de producción y comercialización.

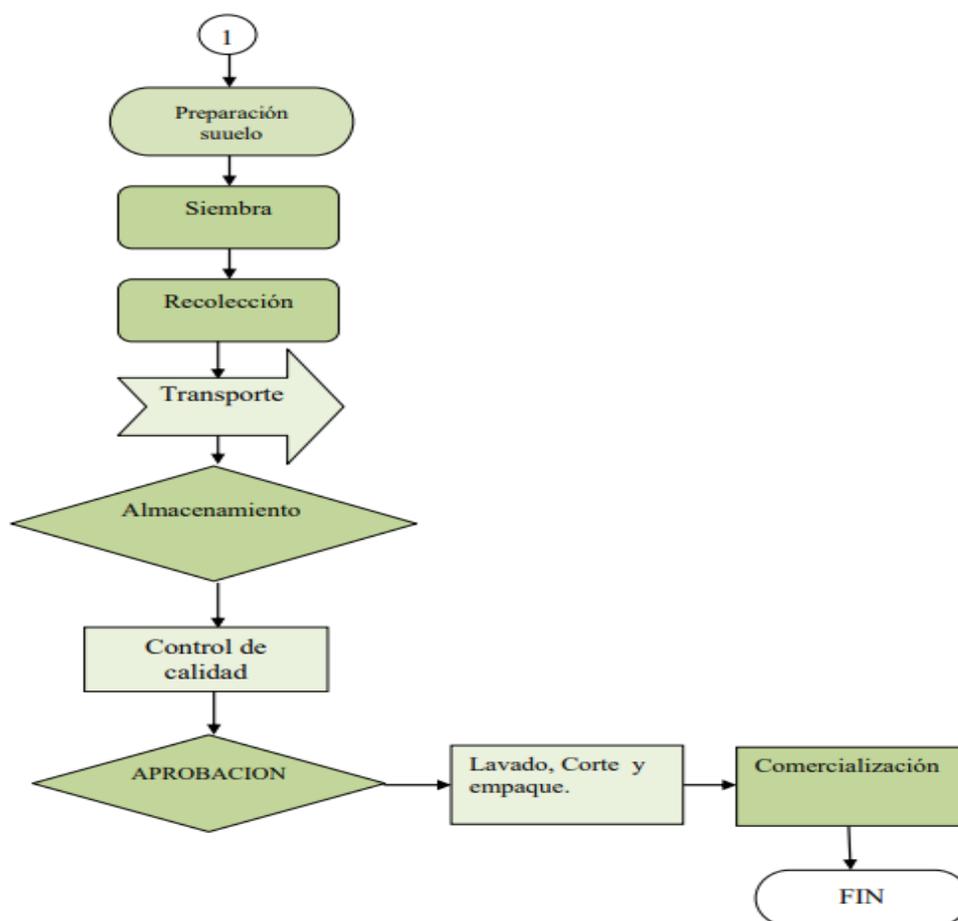


Figura 20 Flujograma de Producción y comercialización

Fuente: Investigación Directa

4.2.5. Vías de acceso

Se debe considerar que la ubicación del proyecto debe tener vías de acceso que permita un transporte normal, para el ingreso de los agrícolas y la salida del producto para su comercialización. El tipo de rodadura de preferencia deberá ser tipo lastrado o empedrado.

La vía para ingresar a la comunidad de Tunibamba de Bellavista es una vía en óptimas condiciones, que es la principal para viajar de Cotacachi a Imantag y viceversa la misma que es empedrada.

4.2.6. Socialización con la comunidad.

Sera importante que el proyecto se socialice con la población que estén cercana al sitio de cultivo, para que no exista en lo posterior problemas, ya que esta clase de cultivo no atenta contra el medio ambiente y mucho menos con la salud de la comunidad que se encuentren asentada en la zona.

4.2.7. Servicios básicos

Todo cultivo agrícola de tipo industrial debe tener como requisito, agua de preferencia de regadíos ya que la cantidad de planta que se tiene por hectáreas crea la necesidad de tener en lo posible.

En el lugar que se asignó para el cultivo de hortalizas cuenta con agua de riego y terreno óptimo para la siembra de estos.

4.2.8. Costo del terreno

Este factor es importante desde el punto de vista económico y de la inversión inicial del proyecto, por lo que será un factor preponderante en el análisis cuantitativo.

4.2.9. Capacidad instalada

La capacidad instalada que deberá tener el proyecto es de 2 hectáreas deberá ser destinado a la instalación del cultivo y para el área administrativo se podrá hacer uso de las oficinas con las que cuenta la hacienda, para el buen funcionamiento de este proyecto.

4.2.10. Requerimiento del terreno

Tabla 38 Requerimiento del terreno

Descripción	Cantidad
Terreno	2 HECTARIAS

FUENTE: Investigación directa

4.2.11. Diseño del área de cultivo

Para el cultivo los productos de ciclo corto se tendrán un área de 2 hectáreas; parcelado de forma que las labores y trabajos derivados del cultivo de este producto sean ejecutados de manera coordinada y efectiva.

El diseño del cultivo se lo hará de modo que podamos cuidar el cultivo con las mismas plantas, usar métodos naturales para cuidar de las plagas.

4.2.12. Distribución de la Planta

Una vez definido estos aspectos, se consideró que la empresa debe tener la siguiente distribución de planta:

Tabla 39 Distribución de la construcción

Bloque funcional	m ²
Área de cultivo	2 hectáreas
Área administrativa	25
Bodega	49
Área de post cosecha y almacenamiento	100
Patio de maniobras	64
Total	2 hectáreas y 238m ²

Fuente: Investigación de campo.

Esta distribución de la planta pretende tener una característica adecuada para obtener el volumen de producción meta, así como proporcionar bienestar a los trabajadores y fomentar la productividad.

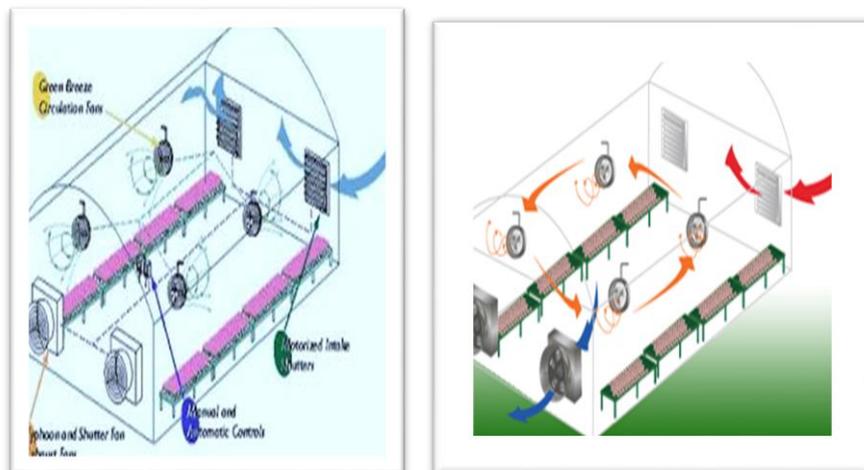


Figura 21 Infraestructura

Fuente: Investigación directa

4.3. Requerimiento técnico de la planta

4.3.1. Requerimiento construcción Área Producción y Administrativa

Para poder ejecutar de la manera mas favorable este proyecto se debe construir el área de la bodega, patio y una oficina que son necesarios para el proceso productivo hasta sacar el producto al mercado.

Tabla 40 Obra civil

Cantidad	Descripción	Precio unitario (\$)	Total (\$)
80	Obra Civil	28	2.240,00
TOTAL			2.240,00

Fuente: Estudio Técnico

4.3.2. Requerimiento de muebles y enseres.

Para el buen funcionamiento del proyecto se requiere comprar los siguientes en lo que respecta a muebles y enseres del proyecto:

Tabla 41 Muebles y Enseres

Cantidad	Descripción	Precio unitario (\$)	Total (\$)
1	Escritorio Ejecutivo	180	180
1	Sillas giratorias	75	75
5	Sillas para usuarios	7	35
3	Archivadores	115	345
TOTAL			635

Fuente: Estudio técnico.

4.3.3. Equipo de Oficina

La comunicación es muy importante por lo tanto se ha optado en adquirir los equipos de comunicación, que son más fáciles para comunicar cualquier inconveniente o alguna indicación o pedidos que exista durante la ejecución del proyecto

Tabla 42 Equipo de oficina

Cantidad	Descripción	Precio unitario (\$)	Total (\$)
1	Teléfono	145	145
4	Motorola	75	300
2	Sumadora	35,00	70
TOTAL			515

Fuente: Estudio Técnico

4.3.3.1. Equipo de Computación

El manejo de la información es primordial en una empresa sea esta pequeña o grande, por tal razón se adquiere el Equipo de computación para la sistematización de toda la información para después analizar en los informes económicos.

Tabla 43 Equipo de Computación

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO (\$)	TOTAL (\$)
1	Computadora	750	750
1	Impresora	150	150
TOTAL			900

Fuente Estudio Técnico

4.3.4. Requerimiento de Vehículo

La comunidad de Tunibamda es un lugar que está a las afueras de la ciudad por tal razón es necesario un medio de transporte para la distribución de los productos o compra de abonos orgánicos, entre otras actividades que es necesario transportar, este vehículo será una camioneta de segunda ya que no disponemos de presupuesto para adquirir uno nuevo.

Tabla 44 vehículo

Descripción	Cantidad	Total \$
Camioneta Chevrolet	1	5.000,00

4.3.5. Suministros de Oficina

Los suministros de oficina son papeles, archivadores o útiles oficina para documentar todos los recursos utilizados y ejecutados en el proyecto.

Tabla 45 Suministros de Oficina

Descripción	Cantidad	Valor	Total
Resmas de papel	4,00	3,00	12
Grapadora	2,00	3,00	6
Grapas caja	2,00	1,00	2
Perforadora	3,00	3,00	9
Esferos azul	5,00	0,28	1,4
Esferos negro	5,00	0,28	1,4
Lápices	5,00	0,25	1,25
Organizador de escritorio	3,00	2,00	6
Carpetas	6,00	0,20	1,2
Cartuchos impresora	6,00	7,50	45
TOTAL			85,25

Fuente: Estudio Técnico.

4.4. Requerimiento Administrativos

En estos rubros se toma en cuenta u administrador y el valor de servicios contable, por el movimiento de esta compañía se desea comenzar con servicios profesionales con factura.

Tabla 46 Sueldos Administrativos

Personal	cantidad	Valor mensual		Anual
Administrador	1	400		4800
Servicios Profesionales (Contador)	1	100		1200
Total				6.000,00

Fuente: Estudio Técnico

4.5. Costos de Producción

En la mano de obra se necesita una persona permanente y una persona más por temporada de cosecha si es que amerita por la cantidad de terreno que va ser sembrado esto productos.

Tabla 47 Mano de Obra

Costo Mano de Obra	cantidad	Valor Mensual	Total	Anual
Personal-Jornalero		386	386	4632

Fuente: Estudio Técnico

4.5.1. Materia Prima

Para el cálculo de la materia prima se procedió a identificar los materiales directos que son necesarios en la producción durante un ciclo productivo o de manera trimestral.

Tabla 48 Costo de Materia Prima

Insumos	Labores	unid. Medid	Costo	Total
Preparación del Terreno	Arada	2	13	26
	Rastrada	2	13	26
	Huachada	2	15	30
Plántulas	unidades	13.889	0,015	208,33
Abono Orgánico	costales	50	1,5	75
COSTO DE PRODUCCION POR 2 HECTAREAS				365,33
Costo Unitario		0,03		

Fuente: Fuente: Estudio Técnico

4.5.2. Costos indirectos

Estos costos de producción unitario, son todos los recursos que se utilizaran de manera indirecta pero que si son importantes para sacar el producto al mercado.

Tabla 49 Costos Indirectos Unitarios

Costos Indirectos	Cantidad	Valor Unitario	Total
Cartón	1	0,03	0,03
Etiqueta	1	0,02	0,02
Servicios Básicos	1	0,01	0,01
Costo Total por Unidad			0,06

Fuente: Estudio Técnico

4.5.3. Servicios Básicos

El valor de los servicios básicos se obtuvo con la información de Emel norte Agencia Cotacachi, para determinar el valor anual el mismo que será dividido para las unidades producidas, y así obtener el costo unitario.

Tabla 50 Servicios Básicos

Servicio Básico	Valor Mensual	Valor Anual
Agua	10,00	120,00
Luz	10,00	120,00
Riego	5,00	60,00
teléfono- internet	15,00	180,00
Total	40,00	480,00

Fuente: Estudio Técnico

Tabla 51 Costo Unitario de Servicio Básico

Valor Trimestral	120,00
Unidades Producidas	13.889
Costo unitario	0,01

4.6. Gasto de Constitución

Este es un recurso que se necesita para constituir la empresa por u Abogado del Cantón por el Abg. Rommel Muñoz que nos ayudara con sus servicios en caso de constituir la compañía.

Tabla 52 Gastos de Constitución

Descripción	Cantidad	Total \$
Gastos de escritura de constitución	1	600
TOTAL		600

Fuente: Estudio Técnico

4.7. Resumen de inversión

A continuación, se detalla la inversión total del primer año de ejecución del proyecto, para poder ejecutar este proyecto en el primer año se necesita una inversión por un valor de \$24.543,42

Tabla 53 Resumen de la Inversión Inicial

Propiedad planta y equipo	Total
Obra Civil	2.240,00
Muebles y enseres para producción	635,00
Equipo de Oficina	515,00
Vehículo	5.000,00
Equipo de computación	900,00
TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	9.290,00
CAPITAL DE TRABAJO 3 MESES	16.253,42
TOTAL DE LA INVERSIÓN	25.543,42

Fuente: Estudio técnico

4.8. Financiamiento del proyecto.

La inversión total del proyecto será financiada de la siguiente forma: del total de la inversión que el \$25.543,42 el 40.50% será inversión propia y el restante 59.50% es financiada por un préstamo bancario, que será solicitado a alguna institución financiera.

Tabla 54 Financiamiento del proyecto

Inversion Propia	40,50%	16.253,42
Institución Financiera	59,50%	9.290,00
Inversion total		25.543,42

Fuente: Estudio técnico

4.9. Análisis y conclusiones del estudio técnico.

Al realizar el respectivo análisis del estudio técnico se pudo determinar la parte de requerimientos, como son la parte de la estructura civil, requerimientos de producción administración y ventas para poder determinar la inversión total del proyecto.

En la parte de la obra civil se tomó en cuenta los metros a construir la bodega para almacenar y empaque de los productos, un patio que servirá de embarque y desembarque, y al final construir una oficina para que se desarrolle el manejo administrativo, financiero y contable del proyecto.

Con la ejecución del presente capítulo se determinó los requerimientos en la parte de producción como: mano de obra se necesitará un jornalero permanente y las personas extras en la etapa de cosecha, según el área de metros de cosecha, en lo que respecta a materia prima, el principal insumo es de las plántulas con una cantidad total de 13.889 unidades para las 2 hectáreas y el abono orgánico unos 50 quintales para el área de 2 hectáreas.

También la parte de activos de la empresa como son de propiedad planta y equipo se determinó la cantidad total de \$9.290,00 dólares, están tomados en cuenta todos los requerimientos de computadora muebles y enseres, vehículo, y la obra de construcción. Finalmente se determinó la inversión total del primer año, por un valor total de \$ 25.543.42 , de los cuales el 59.50% será financiada por préstamo solicitado al Ban Ecuador que es la institución que apoya a los agricultores y emprendimientos de los MYPIMES.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

El estudio Económico Financiero es muy importante realizar ya que nos permite determinar la rentabilidad y sustentabilidad económica y la viabilidad del proyecto.

La proyección financiera y económica está basada en el estudio de mercado y el estudio técnico del proyecto, el mismo que será proyectado a cinco años los ingresos, egresos y determinar los índices financieros que permiten definir la viabilidad económica del proyecto.

5.1. Objetivos del estudio financiero

5.1.1. Objetivo general

- Realizar un estudio económico y financiero para determinar la rentabilidad y el capital de inversión, mediante el análisis de indicadores financieros.

5.1.2. Objetivos específicos

- Determinar proyección de ingresos y egresos del presente capítulo.
- Desarrollar los estados Financieros del proyecto.
- Medir la inversión a través de los indicadores financieros, para conocer el valor del dinero en el tiempo.

5.2. Estado de Situación Financiera.

En el estado de situación inicial muestra los rubros que constituirán los activos de la microempresa, es decir, el capital de trabajo y los bienes adquiridos para materializar el proyecto. Por otro lado, se presentan los pasivos esperados de la microempresa, es decir, las obligaciones financieras que contraerán el propietario, y finalmente el capital contable que

constituye el patrimonio neto de la microempresa. A continuación, se presenta el estado de situación inicial.

Tabla 55 Estado de Situación Financiera

SUMAK MURU					
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA					
Cod				Cod	
1	ACTIVOS			2	PASIVOS
101	ACTIVOS CORRIENTES			202	PASIVO NO CORRIENTE
10101	Efectivo y equivalente de efectivo	16.253,42		20203	Obligaciones con Instituciones financieras
	TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	16.253,42			TOTAL PASIVOS
					9.290,00
102	ACTIVOS NO CORRIENTES				
10201	Propiedad, planta y equipo				
1020104	Planta de producción	2.240,00			
1020105	Muebles y enseres	635,00			
1020106	Equipo de Oficina	515,00			
1020109	Vehículo	5.000,00		3	PATRIMONIO
1020108	Equipo de Computación	900,00		302	Aporte propio
	TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	9.290,00			16.253,42
					TOTAL PATRIMONIO
					16.253,42
	TOTAL ACTIVOS	25.543,42			TOTAL PASIVO+PATRIMONIO
					25.543,42

Fuente: Estudio Financiero

5.3. Ingresos

La proyección de ingresos se proyectó de acuerdo a la inflación del 0.27% el mismo que es utilizado para la proyección del precio de venta, multiplicado por las unidades de hortalizas que se desean cultivar en las 2 hectáreas.

Tabla 56 Proyección de ingresos

INGRESOS POR VENTAS						
DESCRIPCIÓN	Proyección Anual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Venta de Hortalizas	55.556	55.556	57.222	58.939	60.707	62.528
Precio de venta proyectada	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,51
TOTAL VENTAS		27.777,78	28.688,36	29.628,79	30.600,06	31.603,16

Fuente: Estudio Financiero.

5.3.1. Inversiones fijas

Las inversiones fijas son todas aquellas que se realizan para lograr adecuar el lugar de funcionamiento de la microempresa, de acuerdo a las necesidades de dicho ente mercantil y que nos ayudaran al normal desenvolvimiento de esta.

Tabla 57 Inversión Fija

Propiedad Planta y Equipo	Total
Obra Civil	2.240,00
Muebles y enseres para producción	635,00
Equipo de Oficina	515,00
Vehículo	5.000,00
Equipo de computación	900,00
TOTAL PROP. PLA. EQUIPO	9.290,00

Fuente: Estudio Financiero

5.4. Gastos de producción

5.4.1. Materia prima directa proyectada

La Materia Prima exclusiva en este proyecto son las plántulas y el abono orgánico a continuación se presenta la siguiente proyección de Materia Prima

Tabla 58 Materia Prima Proyectada

DESCRIPCIÓN	Costo Anual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Volumen Proyectado	47.520	47.520	48.946	50.414	51.926	53.484
Costo Unitario Materia Prima		0,03	0,03	0,03	0,03	0,03
Total Costos Proyectados	-	1.340,80	1.384,75	1.430,15	1.477,03	1.525,45

Fuente: Estudio Financiero

Para la proyección de estos costos se tomó en cuenta la inflación (0,27%). Datos tomados del Banco Central del Ecuador del año 2018.

5.4.2. Mano de obra directa

La mano de obra directa del proyecto está conformada por todos los jornaleros relacionados con la producción de campo, en todas las etapas del cultivo, como es siembra de plántulas, riego, deshierbe y cosecha

Tabla 59 Proyección Mano de Obra directa

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Operario 2	4.632,00	4.724,64	4.819,13	4.915,52	5.013,83
TOTAL	4.632,00	4.724,64	4.819,13	4.915,52	5.013,83

Fuente: Estudio Financiero

El ciclo consta de un promedio de 75 a 90 días de producción hasta sacar a venta, en este rubro de la mano de obra está tomado en cuenta en todos los niveles de producción.

5.4.3. Costos indirectos de fabricación

También conocidos como gastos de fabricación, costos o cargas fabriles, están conformados por los gastos que no pueden cargarse al costo de las unidades de producción, directamente.

Tabla 60 Costos Indirectos Proyectados

DESCRIPCIÓN	Costo Anual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Producidas	55.556	55.556	57.222	58.939	60.707	62.528
CIF	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06
TOTAL CIF		3.266,57	3.373,66	3.484,25	3.598,46	3.716,43

Fuente: Estudio Financiero

5.5. Gastos administrativos

5.5.1. Sueldos administrativos

En este rubro se demuestra cuáles son los gastos de Administrador y por el tipo de proyecto se decide contratar el servicio del contador con factura o como servicios profesionales, para el cálculo de esta tomamos la variación de sueldo de un año a otro que es el de 2% de crecimiento, es el promedio de los últimos 3 años de variación de sueldo en el Ecuador.

Tabla 61 Gastos Administrativos proyectado

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Aministrador (servicios profesionales)	6.000,00	6.242,40	6.624,48	7.170,56	7.916,87
TOTAL	6.000,00	6.242,40	6.624,48	7.170,56	7.916,87

Fuente: Estudio Financiero

5.5.2. Suministros de oficina

Los suministros de Oficina son todos los útiles para la oficina necesarios para su buen funcionamiento en la parte organizativa de la empresa.

Tabla 62 Suministros de Oficina proyectado

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Resmas de papel	17,50	17,55	17,59	17,64	17,69
Grapadora	6,50	6,52	6,54	6,55	6,57
Grapas caja	2,00	2,01	2,01	2,02	2,02
Perforadora	10,50	10,53	10,56	10,59	10,61
Esferos azul	1,50	1,50	1,51	1,51	1,52
Esferos negro	1,50	1,50	1,51	1,51	1,52
Lápices	1,50	1,50	1,51	1,51	1,52
Organizador de escritorio	7,50	7,52	7,54	7,56	7,58
Carpetas	1,20	1,20	1,21	1,21	1,21
Cartuchos impresora	45,00	45,12	45,24	45,37	45,49
TOTAL	94,70	94,96	95,21	95,47	95,73

Fuente: Estudio Financiero

5.5.3. Servicios básicos

Es lo que respecta a servicios Básicos le proyectamos con el 0.27 % de la inflación, son los recursos que necesitamos para la producción y la parte administrativa de la empresa.

Tabla 63 Servicio Básicos proyectados

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Electricidad	120,00	120,32	120,65	120,97	121,30
Luz	120,00	120,32	120,65	120,97	121,30
Riego	60,00	60,16	60,32	60,49	60,65
telefono- internet	180,00	180,49	180,97	181,46	181,95
TOTAL	480,00	481,30	482,60	483,90	485,21

Fuente: Estudio Financiero

5.6. Capital de trabajo

El capital de trabajo está conformado por los rubros de:

Tabla 64 Capital de Trabajo

CONCEPTO	AÑO 1
COSTOS DIRECTOS	
Materia Prima Directa	1.461,33
CIF (Costos Indirectos de Fabricación)	3.266,57
Mano de Obra Directa	4.632,00
TOTAL COSTOS DIRECTOS	9.359,91
COSTOS INDIRECTOS	
Gastos administrativos	6.000,00
Suministros de oficina	85,25
Servicios Básicos	480,00
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	6.565,25
Plan de contingencia.	328,26
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	6.893,51
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	16.253,42

Fuente: Estudio Financiero

5.7. Inversión total

La Inversión Total que se necesita para Este Proyectos es del siguiente Valor según el análisis realizado de todos los recursos a utilizar.

Tabla 65 Inversión Total

Propiedad Planta y Equipo	Total
Obra Civil	2.240,00
Muebles y enseres para producción	635,00
Equipo de Oficina	515,00
Vehículo	5.000,00
Equipo de computación	900,00
TOTAL Prop. Plant. Y Equipo	9.290,00
CAPITAL DE TRABAJO 3 MESES	16.253,42
TOTAL DE LA INVERSIÓN	25.543,42

Fuente: Investigación Financiera

Fuente: Estudio Financiero

5.8. Depreciación de Propiedad Planta y Equipo.**Tabla 66 Depreciación Proyectada**

Detalle	Valor inicial	Vida Útil	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Total	Valor residual
PRODUCCIÓN									
Muebles y Enseres para produ	635,00	10	63,50	63,50	63,50	63,50	63,50	317,50	317,50
Vehículo	5.000,00	5	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	5.000,0	-
Equipo de computación	900,00	3	300,00	300,00	300,00	-	-	900,0	0,00
Equipo de Oficina	515,00	10	51,50	51,50	51,50	51,50	51,50	257,5	257,50
Total	7.050,00		1.415,00	1.415,00	1.415,00	1.115,00	1.115,00	6.475,00	575,00

Se lo realiza sacando el porcentaje de depreciación del activo, se procede a restar esta depreciación del valor del activo, y luego se divide para los años de vida útil. El cálculo de depreciación se lo realizó aplicando los % establecidos por la LORTI.

5.9. Estados financieros proyectados

Los Estados Financieros deben ser presentados y analizados cada año los que se proyectaron fueron el Estado de Resultado o de pérdidas y Ganancias.

5.9.1. Estado de resultado proyectado.

El Estado de Resultados o también conocido como Estado de Pérdidas y Ganancias muestra los resultados económicos de la operación, prevista del proyecto, para los 5 primeros años, en la cual consideramos los Ingresos Proyectados menos los Egresos Proyectados.

Tabla 67 Estado de Resultado Proyectado

SUMAK MURU					
ESTADO DE RESULTADOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
41 Ingresos	27.777,78	28.688,36	29.628,79	30.600,06	31.603,16
51 (-)Costos de producción	9.359,91	9.607,53	9.862,09	10.123,79	10.392,83
5101 Materia Prima Directa	1.461,33	1.509,24	1.558,71	1.609,81	1.662,58
5102 Mano de Obra Directa	4.632,00	4.724,64	4.819,13	4.915,52	5.013,83
5104 Costo Indirectos de Fabricación	3.266,57	3.373,66	3.484,25	3.598,46	3.716,43
UTILIDAD BRUTA	18.417,87	19.080,83	19.766,70	20.476,27	21.210,33
5103 (-) Gastos Administrativos					
510301 Administrador	6.000,00	6.242,40	6.624,48	7.170,56	7.916,87
510408 Servicios Básicos	480,00	481,30	482,60	483,90	485,21
510408 Suministros de oficina	85,25	85,48	85,71	85,94	86,17
SUBTOTAL	6.565,25	6.809,18	7.192,79	7.740,40	8.488,25
(-) Gasto Ventas					
520111 Publicidad	-	-	-	-	-
SUBTOTAL	-	-	-	-	-
520121 (-) Depreciaciones	1.415,00	1.415,00	1.415,00	1.115,00	1.115,00
(-)Amortización Gastos de Const				-	-
UTILIDAD OPERATIVA	10.437,62	10.856,65	11.158,91	11.620,87	11.607,07
5203 (-) Gastos Financieros	385,13	314,94	199,70	79,46	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	10.052,49	10.541,71	10.959,21	11.541,41	11.607,07
(-)Fracción básica	-	-	-	11.270,00	11.270,00
(=)FRACCIÓN EXCEDENTE	10.052,49	10.541,71	10.959,21	271,41	337,07
(*)Impuesto fracción excedente	0%	0%	0%	5%	5%
(-)IMPUESTO CAUSADO	-	-	-	13,57	16,85
73 UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	10.052,49	10.541,71	10.959,21	11.527,84	11.590,22

Fuente: Estudio financiero

5.9.2. Flujo de caja proyectada

El flujo de caja representa el movimiento del efectivo en las operaciones de la microempresa, estos valores son pronósticos no representa ninguna certeza de los ingresos y egresos de la actividad económica. El año 3 se realiza una reinversión para la compra del Equipo de cómputo.

Tabla 68 Flujo de caja proyectada

Concepto	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión Inicial	25.543,42					
Utilidad proyectada		10.052,49	10.541,71	10.959,21	11.527,84	11.590,22
(+)Depreciación		1.415,00	1.415,00	1.415,00	1.115,00	1.115,00
(+)Valor de rescate		0	0	0	0	-
(+)Reinversión		0	0	0	900,00	-
(+)Amort.Gtos.Diferidos		-	-	-	-	-
Total Ingresos		11.467,49	11.956,71	12.374,21	13.542,84	12.705,22
Egresos						
(-)Pago de capital		1.968,24	2.252,37	2.367,60	2.700,90	-
Total egresos		1.968,24	2.252,37	2.367,60	2.700,90	-
FLUJO NETO	25.543,42	9.499,25	9.704,34	10.006,61	10.841,94	12.705,22

Fuente: Estudio Financiero

5.9.3. Punto de equilibrio

El Punto de Equilibrio es el punto mínimo aceptable para no caer en pérdidas, en la cual los ingresos cubren el costo variable y el costo fijo. Este valor se puede representar en valores monetarios y en cantidades de producción.

$$\begin{aligned}
 & \text{INV.FIJA+COSTO FIJO TOTAL} \\
 \text{P. E. DOLARES} = & \frac{\text{COSTO VARIABLE}}{\text{VENTAS} - \text{INV.FIJA+ COSTO FIJO TOTAL}}
 \end{aligned}$$

Tabla 69 Punto de Equilibrio en dólares

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	27.777,78	28.688,36	29.628,79	30.600,06	31.603,16
COSTOS FIJOS					
Mano de Obra	4.632,00	4.724,64	4.819,13	4.915,52	5.013,83
Gastos Administrativos	-	566,78	568,31	569,84	571,38
Gasto de ventas	-	-	-	-	-
Gasto financiero	385,13	314,94	199,70	79,46	-
Depreciaciones	1.415,00	1.415,00	1.415,00	1.115,00	1.115,00
Amort. Gastos Diferidos	-	-	-	-	-
TOTAL COSTOS FIJOS	6.432,13	7.021,36	7.002,14	6.679,82	6.700,21
COSTOS VARIABLES					
Materia Prima Directa	1.461,33	1.509,24	1.558,71	1.609,81	1.662,58
Costos Indirectos de fabricación	3.266,57	3.373,66	3.484,25	3.598,46	3.716,43
TOTAL COSTOS VARIABLES	4.727,91	4.882,89	5.042,96	5.208,27	5.379,00
COSTO TOTAL	11.160,04	11.904,25	12.045,10	11.888,09	12.079,21
UTILIDAD	16.617,74	16.784,11	17.583,70	18.711,97	19.523,95
Punto de equilibrio (dólares)	7.751,47	8.461,55	8.438,39	8.049,96	8.074,53

Fuente: Estudio Técnico

5.9.4. Cálculo del costo de oportunidad (ck)

El costo de oportunidad se calculó para determinar el valor actual neto y la tasa interna de retorno. Para establecer el costo de oportunidad se requiere saber las tasas activas que representa la tasa de interés que la entidad financiera cobra por el crédito entregado y la tasa pasiva que se refiere a el interés que nos pagaría la entidad financiera por la colocación en inversión, las mismas tasas deben estar establecidas por el Banco Central del Ecuador

Tabla 70 Costo de Oportunidad

COSTO DE OPORTUNIDAD				
DATOS DE ENTRADA				
Inversión Inicial	25.543,42			
Aporte Propio	16.253,42	Aporte Propio	64%	
Aporte financiado	9.290,00	Aporte Financiado	36%	
Tasa activa		11%		
Tasa pasiva		5%		
Plazo del crédito		4		
Plazo de pago		4		
CONCEPTO	MONTO	%	TASA PONDERACIÓN	TASA PONDERADA
Aporte propio	16.253,42	64%	5%	3,18%
Aporte financiado	9.290,00	36%	11%	4,00%
TOTAL	25.543,42	100%	16,00%	7,18%

Fuente: estudio Financiero

El costo de oportunidad que es 7,18% nos permite calcular la tasa de rendimiento medio.

5.9.5. Tasa de redescuento o Tasa de rendimiento medio (TRM)

Para determinar la tasa de rendimiento medio se toma como base la tasa ponderada o costo de oportunidad que es 9,78% y la tasa de inflación que es 0,27% establecida por el Banco

Central del Ecuador proceder a aplicar la siguiente fórmula:

$$\text{TRM} = (1 + \text{CO}) * (1 + \text{Inf}) - 1$$

Donde: TRM = Tasa de Rendimiento Medio

CO = Costo de Oportunidad I

nf = Inflación

Tabla 71 Tasa de Redescuento TRM

Tasa ponderada	Inflación	Tasa rendimiento medio
7,18%	0,27%	7,47%

Fuente: Estudio Financiero

5.9.6. Valor actual neto

Representa la rentabilidad en términos monetarios del dinero con poder adquisitivo presente y nos permite observar si la inversión es pertinente o no y su fórmula es la siguiente:

$$\text{VAN} = \langle \text{Inversión} \rangle + \frac{\sum \text{FC}}{(1+i)^n}$$

Donde:

FC = Flujos de Caja Proyectados

i = Tasa de descuento

n = Tiempo

Tabla 72 Valor Actual Neto

Años	Flujos Netos	Flujos de Fondos Actualizados
0	(25.543,42)	(25.543,42)
1	9.499,25	\$ 8.838,85
2	9.704,34	\$ 9.029,68
3	10.006,61	\$ 9.310,94
4	10.841,94	\$ 10.088,20
5	12.705,22	\$ 11.821,94
	VAN	\$ 23.546,19

Fuente: Estudio financiero

El valor Neto del Proyecto es de 23.546,19 es un flujo positivo para poner en ejecución el proyecto.

5.9.7. Tasa interna de retorno TIR

La tasa interna de retorno del proyecto tendrá que ser mayor a la tasa mínima aceptable de rendimientos, para que la inversión sea económicamente aceptable. Para calcular la TIR se aplica la siguiente fórmula:

Tabla 73 Tasa Interna de Retorno

Años	Flujos Netos
0	(25.543,42)
1	9.499,25
2	9.704,34
3	10.006,61
4	10.841,94
5	12.705,22
TIR	28,6%

Fuente Estudio financiero

Al presentar los flujos de cajas, VAN, TIR en valor POSITIVO, se puede ejecutar este proyecto, ya que generar un producto orgánico es posible para toda la ciudadanía a la vez contribuir con el medio ambiente y la soberanía alimentaria.

5.9.8. Relación beneficio costo

La relación beneficio costo se obtiene dividiendo el flujo neto actualizado sobre el valor de la inversión con la siguiente fórmula:

$$RBC = \frac{\sum \text{Flujos Netos Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$RBC = \frac{27.213,95}{25.543,42}$$

$$RBC = 1.07$$

Este resultado positivo del RBC 1.07 y el proyecto es viable, significa que por cada dólar invertido la microempresa recupera 0.07 centavos de dólar.

5.9.9. Tiempo de recuperación de la inversión

Esta herramienta permite analizar el tiempo que se va a recuperar la inversión, para lo cual se basa en los flujos proyectados.

Tabla 74 Tiempo de recuperación de inversión

Años	Flujos Netos	Flujos Netos Actualizados	Flujos Netos Acumulados	Inversión
0				(25.543,42)
1	9.499,25	8.838,85	8.838,85	
2	9.704,34	9.029,68	17.868,53	2 años
3	10.006,61	9.310,94	27.179,47	10 meses
4	10.841,94	10.088,20	37.267,67	
5	12.705,22	11.821,94	49.089,61	

Fuente: Estudio financiero.

5.9.10. Resumen de la Evaluación Financiera

Tabla 75 Resumen de Evaluadores Financieros

Evaluadores Financieros	Valores
VAN	23.546,19
TIR	28,6%
R. COSTO BENEFICIO	1,07
Recuperación de la inversión	2 años y 10 meses

Fuente: Estudio Financiero

Finalmente, al analizar los valores positivos del VAN con 23546.19, TIR con 28.6%, RCB con 1.07 que por cada dólar invertido se recupera 0.07 centavos y toda esta inversión se recuperará en 2 años y 10 meses, que está dentro de los 5 años del proyecto

5.10. Plan de contingencia

➤ Descripción de la microempresa

La microempresa Sumak Muru está ubicado en la comunidad de Tunibamba justo en la vía principal de Imantag son 2 hectáreas de terreno que están ubicados junto a la tierra comunitaria. La actividad principal es la producción y comercialización de hortalizas como: brócoli, lechuga y col morada, las mismas son de producción orgánica se utilizan los abonos de cuy, pollo, conejo que son aptos para las hortalizas.

➤ Presentación del Plan

Tabla 76 Plan de contingencia

SUMAK MURU			
PLAN DE CONTINGENCIA			
Objetivo General:			
Contar con un Plan de contingencia, que permita mitigar los posibles riesgos que se puede presentar al ejecutar este proyecto de producción y comercialización de hortalizas de brócoli, colmorada y lechuga.			
Responsable:			
Eventos	Actividades estratégicas	Recurso	Monto
Pérdida de producción por sequías prolongadas, inundaciones e introducción de una nueva plaga	Con el producto en pérdida realizar lo siguiente:		
	Vender el producto dañado como alimento de chanchos, cuyes, ganado entre otros.	Transporte para ofertar los productos en las comunidades o perifoneo comunicando que se vende comidas de animales.	25,00
	Escoger los productos que se pueden vender para procesar:		
	Brócoli: vender la pulpa.	Licadora para sacar la pulpa, envasar y vender	50,00
	Colmorada: procesar en dulce de colmorada con piña.	Piña, panela, colmorada.	75,00
	Colmorada: vender a fábricas de pinturas para su extracción de colorante.	Venta a la fábrica San Pedro que extraen colorantes de productos naturales en la ciudad de Otavalo.	40,00
	Capacitación mensual sobre procesar abono orgánico, tratamiento de plagas, cultivo de hortalizas.	Contratar el servicio profesional de un ingeniero agrónomo para capacitación.	90,00
	Siembra de productos de rápido producción.	Sembrar cilantro, apio, perejil, que en 40 días ya se saca al mercado y son resistentes a las plagas	48,00
Total de Plan de contingencia			328
Elaborado por:	Revisado por:	Autorizado por:	

Fuente: Estudio financiero.

➤ Ejecución

Para ejecutar este Plan el gerente propietario, pondrá la fecha de inicio, ejecución y responsables. Para ejecutar deben estar comunicados todo el personal de la empresa contar con los recursos necesarios para evitar más pérdida de la producción.

La comisión encargada del Plan debe estar vigilando que se cumplan todas las actividades antes, durante y después del evento. Caso contrario se tomarán las medidas correctivas.

Conclusiones

Luego de finalizar el estudio financiero se pudo determinar los siguientes índices financieros: del VAN con 23546.19, TIR con 28.6%, RCB con 1.07 que por cada dólar invertido se recupera 0.07 centavos y toda esta inversión se recuperará en 2 años y 10 meses, que está dentro de los 5 años del proyecto; se puede concluir que este proyecto es factible para su ejecución. Además se realizó un plan de contingencia en caso de presentar pérdidas de producción, este plan es con la finalidad de disminuir las pérdidas de inversión y tratar de recuperar la inversión inicial ejecutada en la siembra.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL

6.1. Organigrama estructural de crecimiento plano.

En este observamos la estructura orgánica del ente mercantil.

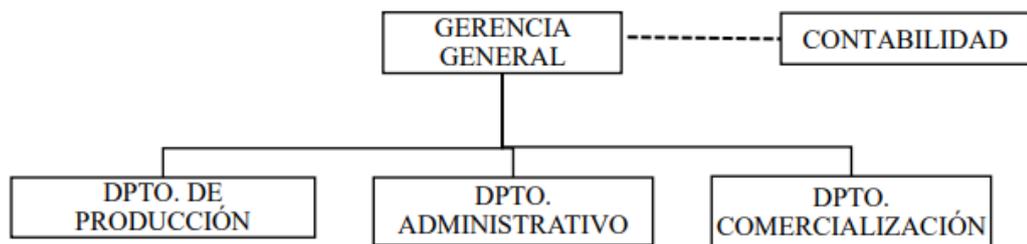


Figura 22 Organigrama Estructural

Fuente: Investigación

6.1.1. Funciones

- La función primordial de la Gerencia general de socios es legislar las políticas que debe seguir.
- Aprueba, planifica las metas.
- Dicta reglamentos internos para la misma.

6.1.2. Nivel directivo gerente

Tabla 77 Manual de funciones de Gerente

SUMAK MURU MANUAL DE FUNCIONES UNIDAD: Administrativo	
Puesto: Gerente Misión del puesto: responsable de cumplir y hacer cumplir la misión, visión y objetivos de la microempresa.	
Funciones y Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • representante legal de la microempresa. • Planifica y coordina estrategias de gestión empresarial, a corto, mediano y largo plazo. • Búsqueda recursos financieros necesarios para el cumplimiento de los objetivos trazados. • Autorización créditos a los clientes. • Cumplimiento de los reglamentos internos y externos. • Planear y ejecutar planes de capacitación en todas las áreas departamentales.
Perfil profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Profesional graduado en el área de finanzas o Economía. • Experiencia en el manejo de empresas agrícolas. • Capacidad para administrar al talento humano, con excelentes relaciones interpersonales. Excelentes referencias personales y laborales.
Laborado por:	Revisado por:
Autorizado por	

Fuente: Elaborado por los autores.

6.1.3. Nivel funcional departamento financiero

Tabla 78 Manual de funciones del contador

SUMAK MURU MANUAL DE FUNCIONES UNIDAD: Financiero	
Puesto: Contador Misión del puesto: Su función principal está encaminada al manejo de la información contable de la microempresa de forma transparente, clara y concisa, para la oportuna toma de decisiones por parte de los accionistas.	
Funciones y Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de la contabilidad. • Ejecución de todas las operaciones financieras de la microempresa. • Elaboración de estados financieros en forma oportuna y veraz. • Manejo de obligaciones tributarias, manteniendo buenas relaciones con Servicio de Rentas Internas SRI. • Autorización junto con gerencia pago de proveedores. • Control y supervisión el cumplimiento de las disposiciones legales que regulan las actividades económicas de la microempresa
Perfil profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Profesional graduado en contabilidad y auditoría. • Experiencia comprobada en empresas agrícolas • excelentes referencias personales y laborales. • calidad humana y buena disposición • capacidad e iniciativa para afrontar dificultades • Dispuesto a trabajar bajo presión • Profesional proactivo
Laborado por:	Revisado por:
Autorizado por	

Fuente: Elaborado por los autores

6.1.4. Nivel funcional departamento de producción

Tabla 79 Manual de funciones de Producción

SUMAK MURU MANUAL DE FUNCIONES UNIDAD: Producción	
Puesto: Técnico agrícola Misión del puesto: Estará encargado de la planificación. Organización, ejecución y control de todo el proceso productivo, preparación de sustratos y todo lo relacionado con el proceso y cultivo de plantas de ciclo corto.	
Funciones y Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Producción de hortalizas, que en su momento arrancará con el cultivo de brócoli, lechuga y col morada para gradualmente ir incorporando a la producción las hortalizas que tengan mayor demanda. • consideración a la alta gerencia alternativa para el mejoramiento de los procesos productivos y de la calidad de este. • Elaboración de vióles y prevención y control de enfermedades. • presupuesto técnico de producción (materiales, insumos, personal de campo apto y capacitado para el área de producción).
Perfil profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Profesional Graduado en Agronomía. • Experiencia en el manejo de cultivos de ciclo corto • Experiencia en preparación de abonos orgánicos sólidos y líquidos • Dispuesto a trabajar bajo presión. • Proactivo.
Laborado por:	Revisado por:
Autorizado por	

Fuente: elaborado por los autores

6.1.5. Nivel funcional departamento comercial

Gerente de ventas

Tabla 80 Manual de funciones del departamento comercial

SUMAK MURU MANUAL DE FUNCIONES UNIDAD: Comercialización	
Puesto: Gerente de ventas Misión del puesto: Encargado de implementar estrategias de posicionamiento en el mercado de los productos que comercialice la hacienda, mantener y promocionar la imagen corporativa de la misma.	
Funciones y Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de canales de comercialización del producto. • Plan de promoción y publicidad, para atraer y mantener clientes. • Cronograma de pedidos y cumplirlos satisfaciendo así las necesidades de consumo de nuestros clientes. • Nuevos nichos de mercado, mediante la implementación de estudios de mercado. • Se encargará de las ventas del producto.
Perfil profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Profesional graduado en marketing • Persona con valores morales inquebrantables. • cualidades de liderazgo, don de mando, calidad humana y buena disposición. • iniciativa, criterio formado y ética profesional • Experiencia en comercialización y manejo de productos agrícolas • buenas relaciones humanas y atención al cliente • Dinámico y de calidad humana probada. • Excelente referencias profesionales y personales.
Laborado por:	Revisado por:
Autorizado por	

Fuente: Elaborado por los autores.

6.1.6. Nivel operativo trabajador operativo

Tabla 81 Manual de funciones de nivel operativo

SUMAK MURU MANUAL DE FUNCIONES UNIDAD: Operativa	
Puesto: Jornalero Misión del puesto: Es la mano de obra existente en la comunidad, estarán íntimamente relacionados con todo el proceso productivo.	
Funciones y Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento con los trabajos asignados en el área que les corresponde. • Su tarea principal será labores de siembra, resiembra, cosecha y pos-cosecha de hortalizas. • Ejecución del cronograma de actividades. • Tareas de riego controlando la humedad requerida por el cultivo. • Encargado de la fertilización, control de plagas y enfermedades del cultivo, siguiendo los estándares de calidad para asegurar un producto 100% sano. • Mantenimiento de herramientas y equipos de trabajo de trabajo • Custodios de todas las herramientas y equipos existentes en la microempresa. • Otras tareas a ellos encomendadas por el jefe inmediato superior.
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en el área agrícola • Experiencia en la producción de cultivos de ciclo corto • Dispuestos a trabajar bajo presión, • Capacidad para trabajar en grupo, • Dinamismo en el trabajo con espíritu de colaboración.
Laborado por:	Revisado por:
Autorizado por	

Fuente: Elaborado por los autores.

6.2. Nombre del producto.

El nombre con el cual se va a comercializar las **Hortalizas “ALLY MIKUY SUMAK KAUSAY”**.

6.3. Base legal

Esta Actividad económica es como Persona Natural no obligado a llevar contabilidad ya que los ingresos no superan la base para obligarse a llevar contabilidad.

6.3.1. Misión

Producir y comercializar hortalizas orgánicas de excelente calidad, buscando contribuir a la salud del consumidor y al cuidado del medio ambiente. Influyendo así positivamente en el desarrollo de la agricultura ecuatoriana, mediante investigación, tecnología y capacitación para la optimización de la productividad agrícola, empleando métodos, sistemas y materiales sencillos, prácticos y económicos.

6.3.2. Visión

Para el año 2023 Ser una microempresa líder, en el mercado de la producción orgánica de hortalizas a gran escala para que la agricultura ecuatoriana se convierta en una actividad con criterio empresarial, eficiente, rentable y competitivo, con profundo respeto al ecosistema para jugar un papel decisivo en el desarrollo económico y social de la provincia.

6.3.3. Objetivos

- Producir y comercializar hortalizas orgánicas cuidando el medio ambiente.
- Abrir y ampliar el mercado provincial y nacional.

- Procurar la calidad de vida de los socios, empleados y sus familias.
- Buscar y ampliar nuevas zonas de producción.
- Apoyar al mejoramiento continuo de la competitividad desarrollo y fomento de nuevas microempresas en el sector.
- Incentivar la agricultura.

6.4. Propuesta comercial

6.4.1. Comercialización

El sistema de distribución a implementar en la comercialización son distribución puerta a puerta considerando urbanizaciones, complejos habitacionales, restaurantes, fondas, ferias libres; el objetivo de este canal de distribución es colocar el producto a disposición de la gran mayoría de demandantes sin alterar su precio; al tratarse de un producto perecible necesariamente tenemos que hacer una distribución indirecta en los supermercados, tiendas y mercados de la ciudad.

6.4.2. Presentación del Producto

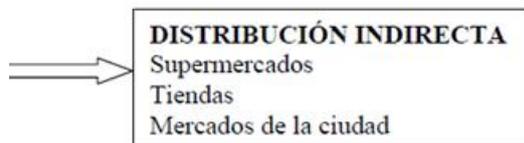
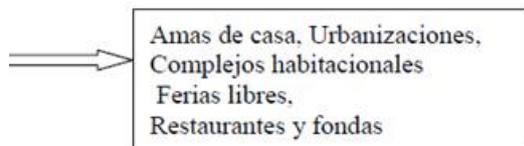
La finalidad de esta iniciativa económica es reducir al máximo el uso de fundas plásticas y contribuir al medio ambiente por lo cual las entregas se realizarán en fundas de papel o entrega directamente al cliente en gavetas con los otros productos; esta iniciativa es dar ejemplo en la ciudadanía y la concientización de cuidar el medio en que vivimos.

SUMAK MURU



Ally mikuy sumak kausay

CONSUMIDOR FINAL



6.4.3. Logotipo

Para la microempresa se ha diseñado un logotipo que permita identificar en el mercado a la microempresa y al producto de otras marcas empresariales de la competencia y añadido la identidad cultural.

6.4.4. Diseño del logotipo

SUMAK MURU



Ally mikuy sumak kausay

6.4.5. Diseño de la etiqueta “HORTALIZAS ORGÀNICAS”



Destacando sus valores nutricionales y porcentajes de vitaminas existentes en cada uno de los vegetales; esto se lo hará a través de presentaciones en radio y portada de prensa locales, y si es del caso en hojas volantes entregadas a cada consumidor local.

6.5. Conformación Jurídica

La empresa es de una persona natural no obligada a llevar contabilidad ya que los ingresos, los gastos y la utilidad aún están por debajo de la ley de Régimen Tributario Ecuatoriano vigente. Las personas naturales que realicen alguna actividad económica y para que sean legalmente constituidas necesitan cumplir con ciertos requisitos que se mencionan a continuación:

- ✓ Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- ✓ Original y copia de la Cédula de Identidad del propietario de la empresa.
- ✓ Original y copia del Certificado de votación del propietario de la empresa.
- ✓ Original y copia de un comprobante de pago de un servicio básico del domicilio.
- ✓ Original y copia de un comprobante de pago de un servicio básico del local comercial.

6.5.1. Permiso de los bomberos

- ✓ Original y copia de cédula del propietario de la empresa.
- ✓ Original y copia del RUC.
- ✓ Original y copia del título de Artesano Calificado (solo si es artesano calificado)

6.5.2. Patente

- ✓ Original y copia de la cédula de identidad del propietario.
- ✓ Original y copia del certificado de votación del propietario.
- ✓ Certificado de no adeudar al municipio.
- ✓ Formulario de solicitud y declaración de patente de No Obligado a llevar contabilidad.
- ✓ Original y copia del RUC.
- ✓ Original y copia del permiso de los bomberos. Permiso de funcionamiento para establecimientos sujetos a control sanitario.
- ✓ Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- ✓ Registro único de contribuyentes (RUC).
- ✓ Cédula de identidad, identidad y ciudadanía, carné de refugiado, o documento equivalente a éstos, del propietario o representante legal del establecimiento.
- ✓ Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

Todo proyecto económico puede generar impactos negativos y positivos sobre el medio ambiente y los seres humanos sobre factores sociales, económicos, educativos culturales de identidad y género. La norma que certifica verifica y fundamenta la medición de estos impactos es la norma SGMA (Sistema de Gestión Medio Ambiental) certificable con la norma ISO 14001 que define como el entorno en el que opera una organización sobre los factores: aire, agua, fauna y su interrelación con él hombre.

7.1. Método de calificación de impactos

Este método se basa en dar una calificación o puntaje subjetivo relacionado con las acciones principales del proyecto con los indicadores del impacto.

Para el análisis de los impactos que genera el proyecto se utilizará una matriz, el mismo que permitirá hacer un análisis pormenorizado de cada una de las variables que están dentro del impacto. rango que va desde 1 hasta el 3 tanto positivo como negativo. Esto dará como resultados positivos bajo, medio o alto; y en lo negativo bajo, medio como se demuestra en la siguiente matriz:

Tabla 82 Calificación de Impactos

VALORES						
-3	-2	-1	0	1	2	3
IMPACTOS				IMPACTOS		
ALTO	MEDIO	BAJO		BAJO	MEDIO	ALTO
NEGATIVO				POSITIVO		

Fuente: Investigación de campo

7.2. Análisis de impactos

7.2.1. Impacto ambiental

La agricultura en el Ecuador, desde hace algunos años, está apoyada en el uso de agroquímicos, como un mecanismo impulsor de la productividad. Este tipo de agricultura ha traído consigo una serie de problemas ambientales, por el uso excesivo o inadecuado de los químicos, que provocan la contaminación del suelo, las plantas, los animales, y los seres humanos.

Tabla 83 Matriz de impacto ambiental

Nº	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Suelo						X	
2	Agua						X	
3	Aire							X
4	Reciclado							X
	Total						4	6

Fuente: Investigación d campo.

$$\text{Impacto Ambiental} = 10/4 = 2.5 \text{ Positivo alto}$$

Con este análisis se determina que no se creará impactos en el medio ambiente del entorno donde está ubicado la tierra para el cultivo, más bien se favorecerá con el medio ambiente de la comunidad, al no tener uso de pesticidas y así se recuperará la productividad del terreno.

7.2.2. Impacto económico

Al crear la empresa de comercialización de hortalizas biológicas se obtendrá réditos económicos, pues el proyecto ayudará a ser más competitivos y eficientes, tanto para el personal administrativo como para el personal de campo que trabajen en este proyecto, aumentando así su poder adquisitivo al obtener mejores ingresos, y mejorando su estatus de vida, a la vez el de sus familias.

Tabla 84 Impacto Económico

N.º	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Genera empleo						X	
2	Rentabilidad económica							X
3	Productividad						X	
Total							4	3

Económico 2 Positivo medio
Fuente: Investigación de campo

En el impacto económico da como resultado 2 positivo medio, esto indica que con la ejecución de este proyecto se generará fuentes de empleo, la rentabilidad económica ayuda al mejoramiento de la comunidad, y del terreno que sin utilizar los productos químicos se regenerará los nutrientes, por lo tanto, empezará a rendir a un porcentaje mejor que lo actual.

7.2.3. Impacto educativo y cultural

En la parte cultural de proyecto es muy importante ya que se aportará en el conocimiento en el cultivo de hortalizas, para diversificar nuevas formas de producción, aparte del producto de semillas tradicionales que son de largo tiempo de cultivo. Incentivar en las nuevas generaciones el cultivo de tierras, cuidado y amor a la madre tierra.

Tabla 85 Matriz impacto educativo cultural

N°	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Nuevos conocimientos en producción de hortalizas							X
2	Fomento de cultivo orgánico							X
3	Diversificación de cultivos en la comunidad							X
	Total							9

Fuente: Impactos

Impacto Educativo- cultural= $9/3= 3$ Impacto positivo alto

Tenemos un impacto positivo alto, esto demuestra que a más de los ingresos económicos se obtendrán desarrollo en conocimiento de los trabajadores y al entorno que la rodea, los comuneros estarán capacitados para luchar contra las plagas de forma orgánica y dejar a un lado los químicos.

7.2.4. Impacto Social

El impacto social al crear este emprendimiento repercutirá en toda la sociedad, en especial en los sectores aledaños a la comunidad Tunibamba pues el agricultor de la zona recibirá un precio justo por sus productos, a la vez se ofertará fuentes de trabajo, mejorando el estándar de vida de los trabajadores. Conseguir que la sociedad se alimente adecuadamente con productos sanos y frescos.

Tabla 86 Matriz de impacto social

N.º	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Mejorar el nivel de vida							X
2	Población							X
3	Servicios							X
	Total							9

Social

3 Positivo alto

Fuente: Investigación

Este se encuentra en un nivel Positivo alto, que demuestra que con la implementación y puesta en marcha de la microempresa mejorará el nivel de vida de los involucrados en dicho proyecto, permitiendo así obtener un desarrollo social adecuado y justo de la población.

7.2.5. Impacto empresarial y comercial

Al no existir una empresa dedica a la comercialización de hortalizas orgánicas en la ciudad de Cotacachi, da una ventaja competitiva que se debe explotar para conseguir utilidades deseadas. Se tiene que estructurar estrategias de negocios con el fin de mejorar, obtener y mantener la aceptación de los clientes.

Tabla 87 Matriz impacto empresarial y comercial

Nº	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	calidad						X	
2	Precio							X
3	Competitividad							X
	Total						2	6

Fuente: Investigación

Empresarial = $8/3 = 2.65$ Positivo medio

Esto indica, que con el manejo adecuado de políticas y estrategias de ventas se obtendrá un óptimo posicionamiento en el mercado, lo que garantiza el éxito del negocio. Mediante este resultado permite mejorar cada día en productos de calidad a precios justos, porque se ofrecerá de productor a consumidor, este método de distribución ayuda a no exagerar los precios y captar más cliente en el mercado.

7.3. Resumen de impactos del proyecto

Tabla 88 Resumen de impactos

Nº	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Impacto ambiental						X	
2	Impacto económico						X	
3	Impacto educativo cultural							X
4	Impacto Social							X
5	Impacto empresarial y comercial						X	
	Total						6	6

Fuente: Análisis de impactos

Con el análisis de la matriz de impactos se obtiene un Impacto positivo medio, mediante este estudio se determina que este proyecto de producción y comercialización de brócoli, lechuga y colmorada es viable, y no genera impactos negativos en la sociedad ni en la comunidad en donde se va a ejecutar este proyecto. Porque generará fuentes de empleo, por el ciclo corto, que es de 70 a 90 días para ofertar en el mercado dinamiza el ingreso y la liquidez, el mismo que ayuda a mejorar la economía de la población, no se contamina el ambiente ya que es de producción orgánica, esto permite diversificar el cultivo en la comunidad, insertar en las parcelas hortalizas que en 90 días ya se están entregando al consumidor final.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Del análisis situacional se establece que:

- **En** la ciudad de Cotacachi en los últimos tiempos con el apoyo de la UNORCAC han implementado en las comunidades la siembra de hortalizas granos entre otros productos agrícolas para que puedan expender en la Feria denominada “LA PACHA MAMA NOS ALIMENTA”.
- Las bases teóricas que se ha analizado en esta investigación han sido de mucha ayuda para poder ejecutar el presente proyecto.
- Al realizar el estudio de mercado se ha verificado que la mayoría de los clientes consumen hortalizas con el 90% de los encuestados con la respuesta afirmativa, además se pudo conocer que prefieren productos directamente del productor y que sean orgánicos.
- Del estudio técnico y de ingeniería se obtiene que el proyecto tendrá una capacidad instalada para la producción de 47520 plántulas de hortalizas entre lechuga, col morada y brócoli. El proceso de producción se basa en parámetros técnicos que permitan obtener un producto de calidad a un costo razonable.
- El estudio económico del presente proyecto se demuestra que económicamente y en la cantidad que se pretende cumplir genera una rentabilidad positiva, según el análisis del VAN, que es un valor de 23.546,19; la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 28.6%, la relación Costo Beneficio es del \$1.07 y se estima que la recuperación de la inversión será en 2 años y 10 meses que esta dentro del tiempo que dura el proyecto. Con estos resultados se puede concluir que el proyecto puede ser ejecutado.

- La estructura Administrativa del proyecto es simple y según las necesidades que se ha presentado tanto en la estructura organizacional de forma simple y sencilla en donde todos apoyen en la coordinación para el buen funcionamiento y ejecución del proyecto.
- El análisis general de impactos positivos del proyecto se generó un impacto medio positivo, por lo que se puede implantar este emprendimiento sin generar contaminación, con productos sanos y frescos que contribuye al cambio de la matriz productiva.

RECOMENDACIONES

- ✓ Inculcar en los agricultores los beneficios de practicar una agricultura orgánica; por lo que un grupo de emprendedores está dispuesto a enfrentar el reto de cambiar la agricultura moderna y sana; tomando en cuenta que el clima y la calidad de tierra son ideales para el cultivo agroecológico.
- ✓ Brindar capacitación técnica de preparación y utilización abonos orgánicos, a la vez hacer conocer de los beneficios de practicar una agricultura sin químicos, para así lograr tener productos de calidad para el consumo humano.
- ✓ En los últimos años se ha dado una mayor importancia al consumo de hortalizas, debido a su alto contenido de vitaminas y minerales, para prevenir enfermedades por el alto contenido de ácido fólico en las inflorescencias, hojas y tallos. El ácido fólico está catalogado como el anticancerígeno número uno a nivel mundial por la Organización Mundial de la Salud, además este componente está siendo utilizado para controlar la diabetes, osteoporosis, obesidad, hipertensión y problemas del corazón. Por lo cual es fundamental la producción de hortalizas de forma orgánica.
- ✓ Para poder captar el mercado meta propuesta por la microempresa será necesario aplicar estrategias de mercado, que viabilicen el proyecto de tal forma que se logre alcanzar las ventas proyectadas. Utilizar estrategias de innovación comercial para mantener clientes y lograr conseguir nuevos nichos de mercado.
- ✓ Tener muy en cuenta los parámetros técnicos y estándares de producción orgánica; para lo cual se debe contar con los servicios de un profesional en el área agrícola con experiencia en preparación de abonos orgánicos y técnicas apropiadas que optimicen recursos sin bajar la calidad del producto.

- ✓ Se recomienda que al finalizar el primer año de funcionamiento de la microempresa se realice un diagnóstico para detectar si se ha cumplido o no con las metas propuestas en el estudio de factibilidad, y tomar correctivos necesarios a tiempo
- ✓ Realizar análisis de los impactos, e incentivar mediante capacitaciones a los agricultores, y demostrar la importancia de fomentar la agricultura orgánica.

BIBLIOGRAFIA

ARBOLEDA V. Germán. Proyectos, Formulación, Evaluación y Control. 2da Edición, Bogotá.--AC Editores, 2008.

ARGUDO Herlandio Ing. Sustancias químicas, Ingredientes activos H.A. FICAYA. 1ra Edición, Universidad Técnica del Norte. 2006

BENSSON Instituto. Memorias Hortalizas y Verduras. FICAYA. Universidad Técnica del Norte. 2005

CENTRO DE EDUCACION Y TECNOLOGIA. El huerto familiar. Santiago de Chile.2da Edición, Mc Graw Hill, actualización 2007.

CHILQUINGA Patricio Manuel. Costos por órdenes de producción. 1ra Edición, Imprenta offset El cardón. Otavalo Ecuador.2001

Concejo Nacional de la Mediana y Pequeña Empresa CONAMYPE.

DEL SOL Patricio. Evacuación de Decisiones Estratégicas. 2da.Edición, Santiago de Chile.-- Mc. Graw-Hill, 2007.

Dirección de Planificación – GPP

FEDETA. Fundación Ecuatoriana de Tecnología Apropriada. Memorias Seminario taller de Abonos Orgánicos. 2005

FIERRO M. Ángel M. Planeación Financiera Estratégica. 4ta Edición, Universidad Sur Colombia., Neiva Huila, 2006.

FINNERTY John. Financiamiento de Proyectos. 4ta Edición, México,

FOLLETO “Utilicemos los alimentos mas nutritivos”, MINISTERIO de Salud Pública y EL INSTITUTO Benson. Ibarra Ecuador 2005

FUNADACIÒN NATURA. Potencial Impacto Ambiental de las Industrias en el Ecuador, Exploraciòn Preliminar y Soluciones. 3ra Ediciòn, Quito. EDUNAT, 2009.

FUNDACIÒN NATURA. Seminario de Agricultura Alternativa. 2da Ediciòn, Quito. AID, 1989, y 4ta ediciòn, Quito, AID, 2009.

GOMEZ Alberto Ortiz. Gerencia Financiera y diagnostico Estratègico. 4ta Ediciòn, Editorial Lyli Solano Ltda. McGraw-Hill. Bogotà Colombia 2005

Harol Koon"s Heinz Weihrich. Administraciòn una perspectiva global. 12va Ediciòn. Mc Gaw. Hill Mèxico, 2005

IDALBERTO Chiavenato. Introducciòn a la teorìa general de la Administraciòn. 7ma Ediciòn, Mc Graw Hill Encuadernadores S.a. de C.V. Mèxico, 2007.

Ing. Agrònomo Clemente Alvarado, jefe de producciòn FLOR de AZAMA

Ing. Mario Gonzàlez. Tècnico de cultivo Empresa IQF El Quinche Ecuador 2010,

Ing. Zamorano Mario Muõoz, jefe de producciòn de Bayer.

Instituto Nacional de Desarrollo Agrario INDA

JACOME Walter V. Msc. Bases Teòricas y Pràcticas para el diseõo y Evaluaciòn de Proyectos Productivos y de Inversiòn. 1ra Ediciòn, Editorial Universitaria. Ibarra 2005.

Koontz Wethrich. Elementos de administraciòn, 7ma Ediciòn. Mc Graw Hill. Mèxico, 2007

La Ley N.- 14762 del 13 de Febrero del 2008 art. 32

- MARTIM Bell. Mercadotecnia conceptos y estrategias 2da Edición. CECSA. México. Compañía Editorial Continental S.A. de C.V. 2006
- MARTINES Patricio, Diccionario Económico Básico, 4ta Edición, Quito-Ecuador, 2004.
- MEMORIAS Seminario de Elaboración de Abonos Orgánicos. FEDETA, Fundación Ecuatoriana de Tecnología Agropecuaria Quito, Ecuador, 2005.
- NAJERA Cecilia Cristina. La contabilidad en la empresa Agropecuaria. FICAYA. Editorial Trillas. 2005
- Prentice Hall, 2005
- RALPHS, Polmon, FRANK J, Fabozzi, ARTHUR H, Adelberg. Contabilidad de Costos. 3ra Ed--Santa fe de Bogotá.--Mac Graw-Hill, 1997. Actualizada 2006
- RAMIREZ, PADILLA, BACKER, JACOBSEN. Contabilidad de Costos, Un Enfoque para la Toma de Decisiones. 2da Ed. México. Mac Graw-Hill, 1998. Actualizada 2005
- RESTREPO, J. 2006. Abonos orgánicos fermentados. Experiencias de Agricultores de Centroamérica y Brasil. OIT, PSST-AcyP; CEDECE. 51 P.
- RICE Anthony. Contabilidad usos Básicos y Aplicaciones. 3ra Edición, México. Editorial Pearson Educación, 2000. Actualizada al 2007
- ROS Jay. Proyectos Factibles. Madrid.4ta Edición, Editorial Pearson mayo, 2006
- STAMTOM Etzel. Fundamentos de marketing. 11va Edición. Mc GVraw Hill Interamericana de México, S.A. de C.V. México 2004
- TOLEDO Antonio. Vademécum Agrícola. 7ma Edición, Quito. EDIFARM, 2003.

TORRES Dolores. Métodos y tratamientos para la protección de los cultivos en agricultura biológica. 2da Edición. Barcelona. Asociación Vida Sana, 1990, y 5ta edición, 2003.

TORREZ Rodríguez, La microempresa en el Ecuador, 2da Edición, México 2005.

VASCONEZ. J. V. Contabilidad para el siglo XXI. 1ra Edición, Editorial Mariscal, Quito, Ecuador. Actualizada 2003

VAZCONEZ J. V. Contabilidad Práctica de Costos, 1ra Edición, Editorial Mariscal, Quito Ecuador, actualizada 2003

VELASTEGUI Ramiro. Formulaciones naturales, Sustancias orgánicas y Minerales para controles fitosanitarios. 2da Edición, Quito. Universidad Central del Ecuador, 2003

ZURITA Jaime. Principios de Agricultura Orgánica, 4ta Edición, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Quito - Ecuador 2005.

LINKONGRAFIA

[Htp://www.COLTLAX.edu.mx/sintegral/comun/pd](http://www.COLTLAX.edu.mx/sintegral/comun/pd)

<http://www.DEFINICIÒNABC.com/salud/hortalizas.php>

<http://www.INFOAGRO.com/abonos/compostaje.htm>

<http://www.BUENASONDAS.org/Image/el-biol2.jpg>.

<http://www.GESTIOPOLIS.com>. Afirma

<http://www.quetalimbabura.com>

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Vision-Mision>