



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA**

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE
LEGUMBRES Y HORTALIZAS CULTIVADAS CON ABONO
ORGÁNICO EN EL SECTOR DE CHORLAVI, PARROQUIA
SAN ANTONIO, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE
IMBABURA.”**

**PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

AUTORA: ELIANA VANESSA ORTEGA ORTEGA

DIRECTORA: DRA. MIRIAN CISNEROS

Ibarra, Junio 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LEGUMBRES Y HORTALIZAS CULTIVADAS CON ABONO ORGÁNICO EN EL SECTOR DE CHORLAVI, PARROQUIA SAN ANTONIO, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”** está estructurado en siete capítulos, que a continuación se expone una síntesis de cada uno. En el Diagnóstico Situacional se realizó el análisis en lo que se refiere a producción de legumbres y hortalizas, donde se utilizó la información secundaria (encuestas, entrevistas) y se pudo obtener conclusiones trascendentales como, la predisposición de los agricultores para ser parte de este Centro de Acopio, apoyo de la comunidad para la realización del proyecto y deseos de superación por parte de los agricultores.

En el Marco Teórico se buscó apoyo en las bases teóricas y científicas, las cuales sustentan aspectos relacionados con el proyecto. En el Estudio de Mercado se obtienen como resultados que los intermediarios (supermercados, micro-mercados, comisariatos y despensas) de la ciudad de Ibarra están dispuestos a comprar los productos en el Centro de Acopio, ya que manifestaron que las legumbres y hortalizas, que se cultivan en este sector son de buena calidad. En el Estudio Técnico se determinó el total de la inversión por la cual se va desarrollar el proyecto. En el Estudio Económico financiero, analizando indicadores como el VAN, TIR, Costo- Beneficio, obteniendo resultados positivos lo cual se considera aceptable y factible de realizar el proyecto. En la Estructura Organizacional, se dio a conocer la filosofía empresarial, marco legal y estructura orgánica funcional.

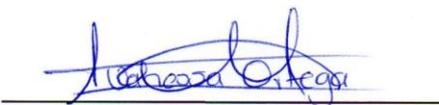
En los Impactos se realizó un análisis, en los aspectos: socio-económico, empresarial, ambiental, y educativo con sus respectivos indicadores, obteniendo como resultado un impacto general medio positivo.

EXECUTIVE SUMMARY

In this Project “ STUDY OF THE FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A STOCKING CENTER FOR VEGETABLES IN CHORLAVI- SAN ANTONIO – IBARRA- IMBABURA PROVINCE”. To achieve this objective we have used the inductive method because through secondary information (inquires, interviews and direct observation) we could obtain transcendental conclusions, such as the predisposition of agriculture farmers to be part of this Stocking Center, and support from the community for the development of this project and the betterment of the work of the agriculture workers. Therefore, the results of the market study demonstrate that the principal purchasers (Supermarkets, minimarkets, stores and shops) of Ibarra are available to purchase products from the Stocking Center, given that the fruits cultivated in this community are good in quality. In the technical study, we obtain a total inversion correspond to the fixed inversion to the variable inversion, such that the opportunity cost. Following the technical study, we performed the financial-economical study which shows a positive Current Net Value (CNV), demonstrating that the project is theoretically plausible. Also, the study shows a TIR that passes the bottom limit and an end profit of this means that for each dollar spent on products, the purchaser will receive. Finally, we performed an analysis on the resulting effects at the socio-economical, business, environmental, commercial, and ethical levels, obtaining a medium positive result.

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Eliana Vanessa Ortega Ortega**, portadora de la cédula de ciudadanía número 100316050-2 declaro bajo juramento que el presente trabajo aquí descrito es de mi autoría, el **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LEGUMBRES Y HORTALIZAS CULTIVADAS CON ABONO ORGÁNICO EN EL SECTOR DE CHORLAVI, PARROQUIA SAN ANTONIO, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”**, no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Eliana Vanessa Ortega Ortega

CERTIFICACIÓN DE LA ASESORA

En calidad de Directora del trabajo de grado presentado por la egresada **Eliana Vanessa Ortega Ortega** para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LEGUMBRES Y HORTALIZAS CULTIVADAS CON ABONO ORGÁNICO EN EL SECTOR DE CHORLAVI, PARROQUIA SAN ANTONIO, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 16 días del mes de junio del 2014



Dra. Mirian Cisneros.

ASESORA DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRAS

Yo, ELIANA VANESSA ORTEGA ORTEGA, con cédula de ciudadanía Nro. 100316050-2 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LEGUMBRES Y HORTALIZAS CULTIVADAS CON ABONO ORGÁNICO EN EL SECTOR DE CHORLAVI, PARROQUIA SAN ANTONIO, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

Firma:
Nombre: **ELIANA VANESSA ORTEGA ORTEGA**
Cédula: **100316050-2**

En la ciudad de Ibarra, a los 16 días del mes de junio del 2014



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100316050-2		
APELLIDOS Y NOMBRES:	ELIANA VANESSA ORTEGA ORTEGA		
DIRECCIÓN:	Ibarra, Cdla. Andrea Tobar, Chorlavi.		
EMAIL:	elyvane05@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062-932527	TELÉFONO MÓVIL	0985425323

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LEGUMBRES Y HORTALIZAS CULTIVADAS CON ABONO ORGÁNICO EN EL SECTOR DE CHORLAVI, PARROQUIA SAN ANTONIO, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTOR (ES):	ELIANA VANESSA ORTEGA ORTEGA
FECHA: AAAAMMDD	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A.
ASESOR DIRECTOR:	DRA. MIRIAN CISNEROS

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

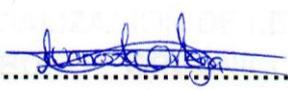
Yo, ELIANA VANESSA ORTEGA ORTEGA con cédula de ciudadanía Nro. 100316050-2, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIA

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

Ibarra, junio del 2014

EL AUTOR:

Firma: 

Nombre: Eliana Vanessa Ortega Ortega

Cédula de Identidad: 100316050-2

ACEPTACIÓN:

Firma: 

Nombre: Ing. Betty Chávez

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

AGRADECIMIENTO

Primeramente agradezco a Dios por darme esta oportunidad de culminar mi carrera profesional, por haberme dotado de sabiduría y entendimiento, a Él quien ha puesto palabras en mí ser, y siempre me ha iluminado y guiado por el buen camino.

Además expreso una sincera gratitud a la catedrática Doctora Mirian Cisneros mi directora de tesis, quien impartió en mí sus conocimientos para la realización de este trabajo y por sus sabias palabras, lo cual permitió mejorar el trabajo.

Mi sincero agradecimiento a la Universidad Técnica del Norte especialmente a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas quien ha forjado en mi conocimientos académicos y agradezco a todos quienes me ayudaron y colaboraron en la finalización de mi proyecto.

Vane. Ortega

DEDICATORIA

Con mucho cariño Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mis padres. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento.

Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ellos que soy lo que soy ahora. Los amo con mi vida.

Vane. Ortega

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada.....	i
Resumen Ejecutivo.....	ii
Executive Summary.....	iii
Autoría.....	iv
Certificación de la asesora.....	v
Cesión de derechos del autor del trabajo de grado a favor de la UTN	vi
Autorización de uso y publicación a favor de la UTN	vii
Agradecimiento.....	x
Dedicatoria	xi
Índice de Contenidos	xii
CAPÍTULO I	1
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	1
Antecedentes del diagnóstico	1
Objetivos del Diagnóstico	3
Objetivo General.....	3
Objetivos Específicos	4
Variables Diagnósticas	4
Indicadores o sub-aspectos	4
Matriz de relación Diagnóstica	6
Operacionalización de la Matriz Diagnóstica	8
Actividades Agrícolas y formas de producción.....	8
Número de agricultores	8
Insumos	9
Agricultor	9
Fertilizante	9

Plaguicidas	9
Abono	9
Tierra	10
Agua de riego	11
Tipo de producto	12
Tecnología	13
Mano de obra	14
Formas de Comercialización	15
Tipo de mercado	15
Competencia	15
Demanda	16
Canales de distribución	17
Servicio al cliente	18
Estrategias de venta	19
Talento Humano	20
Experiencia de trabajo	20
Nivel educativo	21
Capacitación	22
Estabilidad Laboral	23
Estructura Organizacional	24
Organización	24
Nivel de organización	24
Formas de administración	25
Políticas de Control Interno	26
Canal de información	26
Prevención y manejo del medio ambiente	27

Preservación del suelo	27
Manejo de aguas	27
Depredación del suelo	28
Contaminación	28
Resumen de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos	29
Determinación de la Oportunidad de Inversión	30
Empresa	32
Concepto	32
Clasificación	32
Estudio de Mercado	34
El Mercado	34
Tipos de Mercado	35
Mercado Mayorista	35
Mercado Minorista	35
Mercado de Productores	35
Mercado de Detallistas	36
Ferias	36
El Producto	37
La Demanda	37
La Oferta	37
El Precio	38
La Comercialización	38
La Distribución	38
La Publicidad	39
Estudio Técnico	39
Tamaño del Proyecto	39

Localización del Proyecto	39
Macrolocalización	40
Micro localización	40
Ingeniería del Proyecto	40
Estudio Financiero	41
Capital de Trabajo	41
Ingresos	41
Egresos	41
Costos	41
Gastos Administrativos	43
Gastos Financieros	43
Gastos de Ventas	44
Depreciaciones	44
Estados Financieros	45
Indicadores de Evaluación Financiera	45
Valor Actual Neto (VAN)	45
Tasa Interna de Retorno (TIR)	45
Punto de Equilibrio.....	46
Beneficio Costo	46
Tiempo de Recuperación de la Inversión	46
Estudio Organizacional	47
Propuesta Administrativa	47
Misión	47
Visión	47
Objetivos de la Empresa	48
Políticas Institucionales	48

Estructura Organizacional.....	48
Estructura Funcional.....	49
Centro de Acopio.....	49
Definición.....	49
Definición de Agricultura.....	50
Definición de Agricultor.....	50
Definición de Abono.....	50
Definición de Abono Orgánico.....	51
Definición de Agricultura Orgánica.....	51
Definición de Agricultura Convencional.....	51
Aspectos Generales de las Hortalizas.....	52
Las Hortalizas.....	52
Valor Nutricional.....	52
Requisitos climáticos para el cultivo de legumbres y hortalizas.....	53
Suelos Aptos.....	54
Manejo del Cultivo.....	54
Plan de Cultivos.....	54
Preparación del Terreno.....	55
Siembra.....	55
Cosecha.....	56
Índices de Madurez.....	56
Factores que influyen en el deterioro.....	57
Temperatura.....	57
Daños Mecánicos.....	58
Requerimientos para el Manejo Post-cosechas de Hortalizas.....	59
Limpieza y Selección.....	59

Enfriamiento y Secado.....	59
Empacado	60
Almacenamiento y Conservación	60
Aspectos Generales de las Legumbres	60
Las Legumbres	60
Composición	61
Proteínas	61
Hidratos de Carbono.....	62
Fibra Dietética	62
Micronutrientes	63
CAPÍTULO III	64
ESTUDIO DE MERCADO.....	64
Introducción	64
Mecánica Operativa.....	65
Determinación de la Población	65
Cálculo de la Muestra	65
Diseño de Instrumentos de Investigación	66
Información Primaria	66
Encuesta	66
Entrevista	66
Información Secundaria	66
Tabulación y Análisis de la Información	67
Análisis de la Demanda	86
Demanda Actual	87
Demanda Potencial	87
Análisis de la Oferta	89

Oferta Actual	90
Oferta Proyectada	90
Demanda Insatisfecha	92
Análisis de la Competencia.....	94
Análisis y determinación de precios	94
Análisis de la comercialización, distribución y publicidad	95
Canales de Distribución	95
Marketing	96
Producto	96
Precio	96
Plaza	97
Promoción	97
Conclusiones del Estudio de Mercado	98
CAPÍTULO IV	99
ESTUDIO TÉCNICO – INGENIERÍA DEL PROYECTO	99
Localización del Proyecto	99
Macrolocalización	99
Micro localización	101
Aspectos Comerciales	101
Competencia	101
Canales de Distribución	102
Aspectos de Producción	102
Materia Prima	102
Mano de Obra	102
Infraestructura	103
Servicios Básicos	103

Costo del Terreno	103
Vías de Comunicación	103
Disponibilidad de Espacio Físico	103
Ingeniería del Proyecto	104
Diseño de Procesos.....	104
Diagrama del Proceso de Acopio.....	105
Diseño de las Instalaciones	107
Determinación de la Inversión	108
Inversión Fija	108
Terreno	108
Construcción de Edificación	109
Vehículo	109
Equipo	110
Muebles y enseres	110
Inversiones Diferidas	111
Resumen de la Inversión Fija	112
Inversiones Variables	112
Capital de Trabajo	112
Costos Indirectos de Fabricación	113
Beneficios Sociales	115
Depreciaciones	116
Inversión Total	117
Financiamiento	117
Costo de Oportunidad	118
Fuentes de Financiamiento	118
CAPÍTULO V	119

ESTUDIO FINANCIERO	119
Presupuesto de Ingresos	119
Presupuesto de Egresos	121
Costos	121
Materia Prima	121
Mano de Obra Directa	123
Costos Indirectos de Fabricación.....	124
Gastos Administrativos	125
Suministros y Materiales de Oficina	125
Suministros de Aseo y Limpieza	126
Sueldos y Salarios	126
Gastos de Venta	127
Gastos Financieros	128
Depreciación	129
Presupuesto de Egresos	130
Estado de Resultados.....	132
Flujo de Caja	134
Evaluación Financiera	134
Determinación de la Tasa de Redescuento o TRM.....	134
DETERMINACIÓN DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)	135
Determinación de la Tasa Interna de Retorno (TIR)	136
Determinación del Beneficio – Costo (B/C)	137
Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	138
Punto de Equilibrio	138
CAPITULO VI	140
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	140

Nombre de la Empresa	140
Nombre o Razón Social	140
Conformación	140
Propuesta Administrativa	141
Misión	141
Visión	141
Objetivos de la Empresa.....	141
Políticas Institucionales	142
Valores	142
Estructura Organizacional	143
Orgánico Funcional	143
Niveles Administrativos	143
Nivel Directivo	144
Nivel Ejecutivo	144
Nivel Auxiliar	144
Nivel Operativo	144
Funciones y Descripción de Puestos	145
Estructura funcional	146
Marco Legal	150
Patentes Municipal	150
Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de Ibarra	150
Permiso sanitario	151
Responsabilidad laboral	151
CAPITULO VII	153
ANÁLISIS DE IMPACTOS	153
Impacto Económico	154

Impacto Ambiental	155
Impacto Educativo	157
Impacto General	158
RECOMENDACIONES.....	161
BIBLIOGRAFÍA	162
LINCOGRAFÍA	165

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Matriz de relación diagnóstica	6
Cuadro 2 Tiempo de actividad agrícola.....	67
Cuadro 3 Cultivos que realiza con frecuencia	68
Cuadro 4 Tipos de fertilizantes	69
Cuadro 5 Clases de semillas	70
Cuadro 6 Ciclo de producción de legumbres	71
Cuadro 7 Ciclo de producción de hortalizas.....	72
Cuadro 8 Número de hectáreas de terreno para la siembra de legumbres ..	73
Cuadro 9 Número de hectáreas de terreno para la siembra de hortalizas ...	74
Cuadro 10 Producción de legumbres.....	75
Cuadro 11 Cantidad cosechada de legumbres	76
Cuadro 12 Producción de hortalizas	76
Cuadro 13 Cantidad cosechada de hortalizas.....	77
Cuadro 14 Comercialización de los productos	78
Cuadro 15 Fijación de precios a los productos	79
Cuadro 16 Lugar de almacenamiento de productos.....	80
Cuadro 17 Capital empleado en actividades agrícolas	81
Cuadro 18 Institución financiera.....	82
Cuadro 19 Necesidad de crear un centro de acopio	83
Cuadro 20 Características del centro de acopio	84
Cuadro 21 Resultados cuantitativos de la entrevista.....	85
Cuadro 22 Supermercados y micromercados	86
Cuadro 23 Demanda actual	87
Cuadro 24 Proyección de la demanda.....	89
Cuadro 25 Oferta	90
Cuadro 26 Proyección de la oferta.....	92
Cuadro 27 Demanda insatisfecha legumbres	92
Cuadro 28 Demanda insatisfecha hortalizas.....	93
Cuadro 29 Precios de legumbres y hortalizas.....	95
Cuadro 30 Terreno	109
Cuadro 31 Edificio	109

Cuadro 32 Vehículo	109
Cuadro 33 Equipo	110
Cuadro 34 Muebles y enseres	111
Cuadro 35 Inversión diferida	111
Cuadro 36 Inversión fija	112
Cuadro 37 Materia prima	112
Cuadro 38 Mano de obra directa	113
Cuadro 39 Materiales indirectos	113
Cuadro 40 Mano de obra indirecta.....	113
Cuadro 41 Gastos variables	114
Cuadro 42 Resumen de los costos indirectos de fabricación	114
Cuadro 43 Gastos administrativos	114
Cuadro 44 Gastos de venta	115
Cuadro 45 Resumen del capital de trabajo	115
Cuadro 46 Beneficios sociales.....	116
Cuadro 47 Depreciación	116
Cuadro 48 Resumen de la inversión variable.....	117
Cuadro 49 Inversión total.....	117
Cuadro 50 Composición del capital	118
Cuadro 51 Costo de oportunidad	118
Cuadro 52 Proyección de precios	119
Cuadro 53 Presupuesto de ingresos.....	120
Cuadro 54 Resumen de presupuesto de ingresos	121
Cuadro 55 Costo de la materia prima	122
Cuadro 56 Proyección del costo de la materia prima	122
Cuadro 57 Materia prima	123
Cuadro 58 Mano de obra directa	124
Cuadro 59 Costos indirectos de fabricación.....	124
Cuadro 60 Resumen de los costos de producción	125
Cuadro 61 Suministros de oficina	125
Cuadro 62 Suministros deaseo.....	126
Cuadro 63 Sueldos administrativos	127

Cuadro 64 Resumen de los gastos administrativos	127
Cuadro 65 Gastos de venta	127
Cuadro 66 Tabla de amortización	128
Cuadro 67 Resumen de los gastos financieros.....	129
Cuadro 68 Porcentaje de depreciación	129
Cuadro 69 Depreciación	130
Cuadro 70 Egresos.....	130
Cuadro 71 Estado de situación financiera.....	131
Cuadro 72 Estado de resultados.....	133
Cuadro 73 Flujo de caja.....	134
Cuadro 74 Tasa interna de retorno	136
Cuadro 75 Ingresos y egresos	137
Cuadro 76 Recuperación de la inversión	138
Cuadro 77 Costos fijos y variables.....	139
Cuadro 78 Funciones del gerente.....	146
Cuadro 79 Funciones del departamento de comercialización	147
Cuadro 80 Funciones del departamento administrativo- financiero.....	148
Cuadro 81 Funciones de secretaria	149
Cuadro 82 Valoración de impactos	153
Cuadro 83 Impacto económico	154
Cuadro 84 Impacto ambiental	155
Cuadro 85 Impacto educativo	157
Cuadro 86 Impacto general	158

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 Tiempo de actividad agrícola	67
GRÁFICO 2 Cultivos que realiza con mas frecuencia.....	68
GRÁFICO 3 Tipo de fertilizantes	69
GRÁFICO 4 Clases de semilla	70
GRÁFICO 5 Ciclos de producción legumbres	71
GRÁFICO 6 Ciclos de producción de hortalizas	72

GRÁFICO 7 Hectáreas de terreno de siembra de legumbres	73
GRÁFICO 8 Hectáreas de siembra de hortalizas.....	74
GRÁFICO 9 Producción de legumbres	75
GRÁFICO 10 Producción de hortalizas.....	77
GRÁFICO 11 Comercialización de productos	78
GRÁFICO 12 Fijación de precios de los productos	79
GRÁFICO 13 Lugar de almacenamiento de productos	80
GRÁFICO 14 Capital empleado en actividad agrícola	81
GRÁFICO 15 Institución financiera	82
GRÁFICO 16 Necesidad de crear un centro de acopio.....	90
GRÁFICO 17 Características del centro de acopio	84
GRÁFICO 18 Canales de distribución.....	96
GRÁFICO 19 Mapa político de la provincia de Imbabura.....	99
GRÁFICO 20 Mapa político del cantón Ibarra.....	100
GRÁFICO 21 Simbología	105
GRÁFICO 22 Diagrama de procesos	106
GRÁFICO 23 Diseño de las instalaciones	108
GRÁFICO 24 Utilidad neta proyectada	132
GRÁFICO 25 Estructura organizacional	143

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

Chorlavi es un sector perteneciente a la parroquia San Antonio del cantón Ibarra, se encuentra ubicado a 2Km de dicha parroquia, se caracteriza por ser una zona agrícola, tiene un clima frío en la parte alta del páramo que se encuentra desde los 2,800 hasta los 4,620 msnm, y templado de 2,040 msnm hasta los 2,800; posee una pluviosidad de 600 a 1000 mm, su temperatura promedio es de 9,8 en la parte alta y alcanza los 17o C en la parte baja.

En el sector existen 12 agricultores, quienes destinan sus tierras a la producción de legumbres y hortalizas, cabe resaltar que este tipo de productos son transitorios, es decir, no se producen permanentemente, pero constituye la riqueza del sector, por la fertilidad y gran productividad de sus tierras, que acepta toda clase de cultivo, debido a que se encuentra en una buena zona climática; actualmente se ha convertido en el centro de mercadeo de productos agrícolas, siendo la agricultura la base económica del sector. Además el poderío productivo de un buen suelo labrado por manos de agricultores del sector le ha permitido caracterizarse como un sector agrícola oferente de productos de calidad e identidad territorial debido a la gran productividad de sus suelos, fortaleciendo su cultura y economía familiar. A pesar de las bondades de la tierra y del clima, que son privilegiados en el sector y considerados como aptos para la agricultura, la producción se ha desarrollado debido a que los productores han sido siempre explotados por los intermediarios, quien en su mayoría se han enriquecido a costa del trabajo y esfuerzo de los agricultores. Dichos intermediarios les pagan precios inadecuados, que no llegan a cubrir los gastos en los cuales han incurrido, para llevar a término la cosecha de los productos, permitiendo tener pérdidas en cada

cosecha, y ellos en cambio los venden a precios relativamente buenos obteniendo un excelente rentabilidad y perjudicando al productor y al consumidor.

Cabe resaltar que Chorlavi es un sector netamente dedicado a la agricultura por lo que los productores siembran teniendo confianza de lograr grandes cosechas, aunque este objetivo puede ser truncado por factores como plagas, tratamiento de los cultivos y sobre todo el clima que es imprescindible. Por lo tanto la actividad agrícola depende de los factores antes mencionados ya que afectan directamente en la cantidad de cosechas y en la comercialización de las mismas.

La problemática central en la producción y comercialización de legumbres y hortalizas es el resultado de diferentes factores tales como: escaso nivel de conocimiento y capacitación producto de la tradición cultural de cultivo, falta de apoyo y servicios por parte de las autoridades, carencia de recursos económicos, dificultad para comercializar los productos por la ubicación del sector. En vista de las distintas causas del problema se generan efectos inmediatos como: cultivos de bajo rendimiento, pérdidas en cosechas, deficiente inversión en los cultivos, venta de la producción a precios bajos, bajo nivel socio económico. En conclusión todo contribuye al estancamiento del sector y no les permite a los habitantes poder desarrollarse a través de la satisfacción de sus necesidades, es decir el Buen Vivir.

El Gobierno Nacional a través del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca pretende regular, controlar, y evaluar la gestión de la producción agrícola del país promoviendo programas y proyectos en busca del bienestar socio-económico del sector agrícola. Es por esta razón que existe la Unión Nacional de Almacenamiento la cual es una organización adscrita al MAGAP; los principales servicios que brinda son:

- Pesaje automático en básculas camioneras certificadas por el INEN.

- Análisis de laboratorio en base a las normas INEN.
- Limpieza de granos.
- Secado de granos.
- Mantenimiento y conservación del producto.

Pero lastimosamente la cobertura de esta organización, no llega a todo el país, lo cual genera un problema y a la vez una oportunidad para el proyecto. Al ver la necesidad de mejorar los procesos productivos, comerciales, y ante todo las formas de almacenamiento de los productos, en vista de que utilizan espacios pequeños e inapropiados, se ve necesaria la creación de un Centro de Acopio de Legumbres y Hortaliza, en donde se almacenarán y distribuirán los mismos de manera directa al consumidor, mejorando su presentación y cumpliendo con los requisitos que actualmente exige el mercado local.

El sector de Chorlavi está atravesando por una grave situación que afecta a toda la colectividad, debido a que como se expresó anteriormente la mayoría de los habitantes subsisten de la agricultura, cabe destacar que si ésta situación sigue prolongándose la población tomara otras decisiones tales como migrar a otros sectores, por lo que la actividad agrícola irá desapareciendo y se desaprovecharían las ventajas comparativas que tiene el sector tales como: el suelo y clima.

Los agricultores del sector de Chorlavi se han convertido en la población objeto de estudio, para llegar a diagnosticar la situación actual por la que se encuentra pasando el sector.

1.2 Objetivos del Diagnóstico

1.2.1 Objetivo General

Realizar el diagnóstico situacional de los factores internos y externos del Sector de Chorlavi, para determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Analizar las actividades agrícolas y formas de producción en el sector de Chorlaví.
- Identificar las formas de comercialización de los productos existentes en el sector.
- Estudiar la Estructura Organizacional de los productores del sector.
- Determinar la calidad de talento humano que labora en el sector.
- Analizar las estrategias de prevención y manejo del medio ambiente.

1.3 Variables Diagnósticas

- Actividades agrícolas y formas de producción
- Formas de comercialización.
- Estructura Organizacional.
- Talento humano
- Estrategias de prevención y manejo del medio ambiente.

1.4 Indicadores o sub-aspectos

a) Actividades Agrícolas y formas de producción

- Número de agricultores
- Insumos
- Tierra
- Agua de riego
- Tipo de producto
- Tecnología

- Mano de obra

b) Formas de Comercialización

- Tipo de mercado
- Competencia
- Demanda
- Canales de distribución
- Servicio al cliente
- Estrategias de venta

c) Talento Humano

- Experiencia de trabajo
- Nivel educativo
- Capacitación
- Estabilidad Laboral

d) Estructura Organizacional

- Organización
- Nivel de organización
- Formas de administración
- Políticas de Control Interno
- Canal de información

e) Prevención y manejo del medio ambiente

- Preservación
- Manejo de aguas
- Depredación del suelo
- Manejo de desechos
- Contaminación

1.4.1 Matriz de relación Diagnóstica

Cuadro 1

MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS
<p>❖ Analizar las actividades agrícolas y formas de producción en el sector de Chorlaví.</p>	<p>Actividades Agrícolas</p> <p>Formas de Producción</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Número de agricultores ➤ Insumos ➤ Tierra ➤ Agua de riego ➤ Tipo de producto ➤ Tecnología ➤ Control de calidad ➤ Mano de obra 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Entrevista ○ Encuesta
<p>❖ Identificar las formas de comercialización de los productos.</p>	<p>Formas de Comercialización</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tipo de mercado ➤ Competencia ➤ Demanda ➤ Canales de distribución 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Primaria y Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Encuesta ○ Acceso a Base de datos

		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Servicio al cliente ➤ Estrategias de venta 		
❖ Estudiar la Estructura Organizacional de los productores del sector.	Estructura Organizacional	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Organización ➤ Nivel de organización ➤ Formas de administración ➤ Políticas de Control Interno ➤ Canal de información. 	○ Primaria	<ul style="list-style-type: none"> ○ Encuesta ○ Sistemas de información
❖ Determinar la calidad de talento humano que labora en el sector	Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Experiencia de trabajo ➤ Nivel de educación ➤ Capacitación ➤ Estabilidad Laboral 	○ Primaria	○ Encuesta
❖ Analizar las estrategias de prevención y manejo del medio ambiente.	Prevención y manejo del medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Preservación ➤ Manejo de aguas ➤ Depredación del suelo ➤ Manejo de desechos ➤ Contaminación 	○ Secundaria	○ Sistemas de información

Fuente: Formulación de Objetivos, Variables e Indicadores

Elaborado por: La autora

1.4.2 Operacionalización de la Matriz Diagnóstica

a) Actividades Agrícolas y formas de producción

➤ Número de agricultores

En el sector de Chorlavi existe un gran número de personas, que dedican su tiempo a desarrollar actividades agrícolas, de los cuales 12 de ellas realizan el cultivo de productos de manera orgánica. A continuación se detalla el número de agricultores del sector.

- 1.** Polivio Suárez
- 2.** Miguel Chacón
- 3.** Mesías Chilama
- 4.** Edwin Torres
- 5.** Germán Torres
- 6.** Ney Narváez
- 7.** José Inlago
- 8.** Carlos Valverde
- 9.** Bolívar Castro
- 10.** Sandro Cupacán
- 11.** Miguel López
- 12.** Luis Carrillo

➤ **Insumos**

Agricultor	Fertilizante	Plaguicidas	Abono
Polivio Suárez			✓
Miguel Chacón			✓
Mesías Chilama	✓		✓
Edwin Torres		✓	✓
Germán Torres			✓
Ney Narváez			✓
José Inlago	✓		✓
Carlos Valverde			✓
Bolívar Castro		✓	✓
Sandro Cupacán			✓
Miguel López	✓		✓
Luis Carrillo			✓

Los insumos que utilizan los agricultores del sector son productos y materiales de uso agropecuario como el abono orgánico, el cual está destinado a cuidar la sanidad y alimentación de los cultivos. El mal uso de este insumo puede dar lugar a residuos de plaguicidas y crear graves problemas de salud y medioambiental. Sin embargo existe un pequeño número de productores que hace uso de fertilizantes y plaguicidas debido a que en ocasiones el cambio de clima afecta la producción y se ven obligados a hacer uso de ciertos productos.

➤ **Tierra**

Agricultor	Número de Hectáreas	Cultivable No cultivable	Propia/ Arrendada
Polivio Suárez	3	Cultivable	Propia
Miguel Chacón	5	Cultivable	Propia
Mesías Chilama	4	Cultivable	Arrendada
Edwin Torres	7	Cultivable	Propia
Germán Torres	5	Cultivable	Propia
Ney Narváez	7	Cultivable	Propia
José Inlago	8	Cultivable	Arrendada
Carlos Valverde	6	Cultivable	Arrendada
Bolívar Castro	9	Cultivable	Propia
Sandro Cupacán	8	Cultivable	Propia
Miguel López	6	Cultivable	Arrendada
Luis Carrillo	7	Cultivable	Propia

Los productores del sector cuentan con un número mayor a 2 hectáreas de terreno, en donde producen las legumbres y hortalizas en mayor cantidad para lograr abastecer a cada uno de los clientes, la mayor parte de hectáreas son de propiedad de los agricultores, lo cual es beneficioso debido a que sus ingresos son mayores porque disminuye el valor por concepto de pago de arriendo.

➤ **Agua de riego**

Agricultor	Número de horas de agua de riego
Polivio Suárez	6
Miguel Chacón	11
Mesías Chilama	9
Edwin Torres	14
Germán Torres	10
Ney Narváez	13
José Inlago	11
Carlos Valverde	8
Bolívar Castro	12
Sandro Cupacán	10
Miguel López	6
Luis Carrillo	9

Cada uno de los agricultores posee un determinado número de horas de agua de riego a la semana para realizar el adecuado riego a los cultivos, de esta manera logran obtener una producción excelente. Entre ellos tienen distribuido el horario exacto y el día en que les toca el agua de riego a cada uno, así evitan tener confrontaciones y disgustos entre ellos. Por tal motivo en el sector existen caminos de agua que son franjas naturales o construidas para la conducción del agua, a fin de no causar daños viviendas o terrenos o carreteras cercanas.

➤ **Tipo de producto**

Agricultor	Legumbres	Hortalizas	Otros
Polivio Suárez	✓	✓	
Miguel Chacón	✓	✓	✓
Mesías Chilama	✓	✓	
Edwin Torres	✓	✓	
Germán Torres	✓	✓	✓
Ney Narváez	✓	✓	
José Inlago	✓	✓	
Carlos Valverde	✓	✓	
Bolívar Castro	✓	✓	✓
Sandro Cupacán	✓	✓	
Miguel López	✓	✓	
Luis Carrillo	✓	✓	

La agricultura sin duda alguna es una actividad económica de mucha importancia y relevancia puesto que es la base de alimentación de la sociedad, debido a que los productores siembran variedades de productos, en este caso los agricultores del sector de Chorlaví destina sus tierras a l cultivo de legumbres y hortalizas ya que están constituyen y forman parte fundamental en la cadena alimenticia, sin embargo pocos de ellos destinan sus tierras para el cultivo de otros productos, pero solamente para el consumo propio.

➤ **Tecnología**

Agricultor	Bueyes/ Arado	Maquinarias
Polivio Suárez	✓	✓
Miguel Chacón	✓	✓
Mesías Chilama		✓
Edwin Torres	✓	✓
Germán Torres		✓
Ney Narváez	✓	✓
José Inlago		✓
Carlos Valverde		✓
Bolívar Castro		✓
Sandro Cupacán		✓
Miguel López	✓	✓
Luis Carrillo	✓	✓

Los productores del sector aun utilizan las técnicas tradicionales, porque consideran de gran importancia sobre todo por no perder la costumbre y conservar la tradición de los antepasados, sin embargo todos acceden al uso de maquinaria debido a la facilidad que estas les proporciona en cuanto a cosechas de maíz. .

➤ **Mano de obra**

Agricultor	Del mismo sector	Fuera del sector
Polivio Suárez	✓	
Miguel Chacón	✓	
Mesías Chilama	✓	✓
Edwin Torres	✓	✓
Germán Torres	✓	
Ney Narváez	✓	✓
José Inlago	✓	✓
Carlos Valverde	✓	
Bolívar Castro	✓	✓
Sandro Cupacán	✓	
Miguel López	✓	
Luis Carrillo	✓	✓

Para realizar la producción de legumbres y hortalizas la mayoría de los agricultores utiliza mano de obra propia del sector, sobre todo cuando la cosecha es en pequeñas cantidades pero en medida que aumenta la escala de producción comercial se requiere más mano de obra, y es ahí cuando los productores se ven obligados a buscar mano de obra de otros lugares, con el único fin de quedar bien con el cliente en cuanto a entrega de los productos.

➤ **Formas de Comercialización**

➤ **Tipo de mercado**

Agricultor	Local
Polivio Suárez	✓
Miguel Chacón	✓
Mesías Chilama	✓
Edwin Torres	✓
Germán Torres	✓
Ney Narváez	✓
José Inlago	✓
Carlos Valverde	✓
Bolívar Castro	✓
Sandro Cupacán	✓
Miguel López	✓
Luis Carrillo	✓

La producción de legumbres y hortalizas está destinada solamente a satisfacer las necesidades de los consumidores del mercado local, debido a que cuentan con clientes potenciales y seguros, pero eso no es un obstáculo para poder buscar nuevos mercados, como puede ser el mercado regional, nacional debido a la calidad de la producción. La agricultura orgánica integra prácticas de manejo de cultivos que evitan el uso excesivo de plaguicidas y otras sustancias químicas.

➤ **Competencia**

La competencia que existe con los productores del sector es básicamente con los productores de los otros cantones como Urcuqui, que es uno de los cantones con mayor producción de legumbres y hortalizas, pero sin embargo el sector de Chorlaví no se queda atrás ya que su producción es a base de abonos orgánicos, lo que le diferencia de los demás, ya que en

la actualidad los consumidores son libres de elegir los productos en el mercado. En concreto, la competencia existe, siempre que haya una pluralidad de oferentes y demandantes.

Productos	Ibarra	Otavalo	Cotacachi	Urcuqui
Legumbres	✓			✓
Hortalizas		✓	✓	✓

➤ **Demanda**

La demanda que actualmente tienen los productores del sector de Chorlaví es los mercados y supermercados ya que ellos adquieren alimentos ecológicos en la mayor parte debido a que estos poseen grandes beneficios para la salud.

Agricultor	Supermercados	Mercados	Bodegas
Polivio Suárez		✓	✓
Miguel Chacón	✓	✓	
Mesías Chilama		✓	✓
Edwin Torres	✓	✓	✓
Germán Torres		✓	✓
Ney Narváez		✓	
José Inlago	✓	✓	✓
Carlos Valverde	✓	✓	✓
Bolívar Castro		✓	✓
Sandro Cupacán	✓	✓	✓
Miguel López	✓	✓	✓
Luis Carrillo	✓	✓	

De hecho, en muchos mercados, la demanda de productos ecológicos es tan alta que no puede satisfacerse por la oferta existente, especialmente en el caso de legumbres y hortalizas. Todo ello prueba que los consumidores valoran cada vez más los principios de la agricultura ecológica a la hora de efectuar sus compras. Aprecian que los agricultores ecológicos intenten evitar productos artificiales, como fertilizantes o plaguicidas sintéticos químicos y que, en su lugar, colaboren con la naturaleza aumentando la fertilidad del suelo, eliminando las malas hierbas mecánicamente, tratando las plagas con mecanismos biológicos de defensa y eligiendo variedades vegetales resistentes.

➤ **Canales de distribución**

Agricultor	Intermediarios	Directo al consumidor
Polivio Suárez	✓	
Miguel Chacón	✓	
Mesías Chilama	✓	✓
Edwin Torres	✓	
Germán Torres	✓	
Ney Narváez	✓	
José Inlago	✓	✓
Carlos Valverde	✓	
Bolívar Castro	✓	✓
Sandro Cupacán	✓	
Miguel López	✓	
Luis Carrillo	✓	✓

El canal de distribución que la mayor parte de los agricultores utiliza para poder comercializar sus productos es a través de los intermediarios, quienes son los beneficiados en cuanto a costos ya que compran a los pequeños productores directamente en sus terrenos la producción a un

bajo costo y ellos de la misma manera los comercializan a otros clientes pero aun costos mayor, entonces en ese sentido el beneficio es únicamente para el intermediario. Sin embargo pocos de los agricultores utilizan el canal de distribución que es la entrega directa al consumidor, lo cual es mejor para el productor en cuanto a rentabilidad.

➤ **Servicio al cliente**

Agricultor	Excelente	Bueno
Polivio Suárez	✓	
Miguel Chacón	✓	
Mesías Chilama		
Edwin Torres	✓	
Germán Torres		✓
Ney Narváez	✓	
José Inlago	✓	
Carlos Valverde	✓	
Bolívar Castro		
Sandro Cupacán	✓	
Miguel López	✓	

En lo que respecta a servicio al cliente, los productores del sector manifiestan que brindan un excelente servicio y trato a los clientes, ya que de ellos depende el buen funcionamiento de las negociaciones, ya que en la actualidad se desarrolla una economía dinámica, con competidores nacionales con productos muy similares y con precios bastante competitivos, es fundamental tener una estrategia para atraer y retener clientes, quienes al tener tantas opciones se inclinan por aquellos productores que les ofrecen un mejor servicio. Es así que los productores del sector manejan adecuadamente a cada uno de sus clientes.

➤ **Estrategias de venta**

Agricultor	Venta en el terreno	Mayoristas
Polivio Suárez	✓	✓
Miguel Chacón	✓	
Mesías Chilama	✓	✓
Edwin Torres	✓	
Germán Torres	✓	✓
Ney Narváez	✓	
José Inlago	✓	✓
Carlos Valverde	✓	
Bolívar Castro	✓	✓
Sandro Cupacán	✓	
Miguel López	✓	✓

Las estrategias de venta que utilizan los productores para negociar los productos son la venta directa en el terreno, es decir a los intermediarios, quienes buscan el beneficio personal, y la otra estrategia es la venta al mayoristas, y se puede apreciar que la mayoría de ellos realiza sus ventas a los intermediarios quienes acuden directamente a sus terrenos. Además los productores venden también directamente a los consumidores en locales ubicados en el vecindario, en la ciudad, en restaurantes, bodegas y almacenes, aplicando así una estrategia de venta directa al cliente. Ello permite un ingreso seguro y periódico de recursos.

➤ **Talento Humano**

➤ **Experiencia de trabajo**

Agricultor	De 3 a 6 años	De 6 a 9 años	Más de 10 años
Polivio Suárez		✓	✓
Miguel Chacón	✓	✓	
Mesías Chilama		✓	✓
Edwin Torres	✓	✓	✓
Germán Torres		✓	✓
Ney Narváez		✓	
José Inlago	✓	✓	✓
Carlos Valverde			✓
Bolívar Castro			✓
Sandro Cupacán			✓
Miguel López			✓
Luis Carrillo		✓	

Los agricultores han demostrado que la mayoría poseen una experiencia de trabajo mayor a diez años, lo cual es un punto beneficioso para cada uno de ellos ya que de esta manera buscan solucionar problemas de tipo agrícola. Además comparten la experiencia entre productores y buscan emprender las tareas necesarias para convertirse en productores de calidad.

➤ **Nivel educativo**

Agricultor	Instrucción Primaria	Instrucción Secundaria	Instrucción Superior
Polivio Suárez	✓		
Miguel Chacón	✓		
Mesías Chilama	✓		
Edwin Torres			
Germán Torres		✓	
Ney Narváez		✓	
José Inlago	✓		✓
Carlos Valverde	✓		
Bolívar Castro	✓		
Sandro Cupacán	✓		
Miguel López	✓	✓	
Luis Carrillo	✓	✓	

El nivel de educación de los productores en su mayoría es de instrucción primaria lo que significa que ellos poseen una mayor experiencia en cuanto a trabajos de campo independientemente de que su instrucción no sea de otro nivel. Al no poseer suficientes conocimientos, muchas familias, sencillamente no pueden desarrollarse; entre otros motivos porque no logran corregir sus propias ineficiencias, mejorar su desempeño laboral e incrementar su productividad. Pero esto es apenas la primera parte del gran problema. Adicionalmente, la inadecuada formación y capacitación de los agricultores incide negativamente en la productividad o rendimiento de los demás factores de producción, que de por sí ya suelen ser escasos: la tierra, los animales, las obras de infraestructura, la maquinaria y los insumos materiales.

➤ **Capacitación**

Agricultor	Capacitación constante	Cursos de técnicas de cultivo
Polivio Suárez		✓
Miguel Chacón		✓
Mesías Chilama	✓	✓
Edwin Torres	✓	
Germán Torres		✓
Ney Narváez		
José Inlago		✓
Carlos Valverde		✓
Bolívar Castro		✓
Sandro Cupacán		✓
Miguel López		✓
Luis Carrillo	✓	✓

A pesar de que los agricultores no poseen un nivel de instrucción superior, demuestran el interés sobre la superación, por lo que buscan estar en constante seguimiento de cursos sobre técnicas de cultivos, con lo cual ponen en práctica en sus terrenos, y así buscan mejorar la calidad de la producción y sobre todo ser independiente, deseoso de superarse, creativo, solidario y cooperador, eficiente en el uso de los recursos, cuidadoso del ambiente, consciente de los derechos y deberes propios y de terceros.

➤ **Estabilidad Laboral**

Agricultor	Estable	Inestable
Polivio Suárez	✓	
Miguel Chacón	✓	
Mesías Chilama	✓	
Edwin Torres		✓
Germán Torres	✓	
Ney Narváez	✓	
José Inlago		✓
Carlos Valverde	✓	
Bolívar Castro	✓	
Sandro Cupacán	✓	
Miguel López	✓	
Luis Carrillo		✓

En vista de que cada uno de los productores es independientes en el manejo de recursos, se puede apreciar que la estabilidad laboral de ellos es estable ya que cada uno se desarrolla a su manera en su ámbito de trabajo, lo cual garantiza los ingresos del trabajador en forma directa, lo que permite satisfacer las necesidades del núcleo familiar.

➤ **Estructura Organizacional**

➤ **Organización**

Agricultor	No pertenece a una organización
Polivio Suárez	✓
Miguel Chacón	✓
Mesías Chilama	✓
Edwin Torres	✓
Germán Torres	✓
Ney Narváez	✓
José Inlago	✓
Carlos Valverde	✓
Bolívar Castro	✓
Sandro Cupacán	✓
Miguel López	✓
Luis Carrillo	✓

La forma de organización es la manera en la que las personas analizan e intercambian experiencias sobre temas de interés común y definen lo que pueden considerarse las mejores prácticas en una amplia gama de políticas en lo relacionado a aspectos agrícolas. Pero en este caso no sucede lo mismo con los productores del sector de Chorlaví ya que ninguno de ellos pertenece a una organización por lo que no pueden acceder a beneficios que existen al pertenecer a una organización

➤ **Nivel de organización**

En vista de que los agricultores no pertenecen a ninguna organización no se puede destacar el nivel al cual pertenecen, están sin embargo están conscientes de que la organización es un factor clave para mejorar el acceso de los agricultores a los mercados. Como respuesta a ello, los políticos y trabajadores del desarrollo se han concentrado en apoyar a los productores de pequeña escala en sus intentos por asociarse, colaborar y

coordinar para lograr economías mejores en sus transacciones con los proveedores de insumos y los compradores.

Es un reto establecer las reglas en las que éstas se basan, al igual que controlar y hacer que se cumplan. En algunos casos, el establecimiento de organizaciones de agricultores genera gastos de trámite que, si son demasiado altos, puede significar que para ellos, quizá sea mejor no organizarse. Además, una asociación exitosa requiere de capacidad empresarial y administrativa; recursos que pueden faltar a los productores de pequeña escala, mientras que contratar a un equipo administrativo profesional es costoso.

➤ **Formas de administración**

Agricultor	Control de Ingresos y Gastos
Polivio Suárez	✓
Miguel Chacón	✓
Mesías Chilama	✓
Edwin Torres	✓
Germán Torres	
Ney Narváez	✓
José Inlago	
Carlos Valverde	✓
Bolívar Castro	✓
Sandro Cupacán	
Miguel López	✓
Luis Carrillo	✓

Para lograr una mejor administración de recursos, los productores del sector han optado por llevar un registro de ingresos y gastos, lo cual les permite verificar, ordenar y tener un mayor control de sus recursos, sin embargo existe un número menor de productores que aún no llevan el registro de ingresos y gastos, que solamente por la experiencia adquirida manejan sus recursos.

➤ Políticas de Control Interno

Las políticas de control interno dentro de una organización son fundamentales para el desarrollo de dicha organización, sin embargo los productores del sector aun no tienen el conocimiento sobre dichas políticas porque no están legalmente constituidos. Y en cierta manera manifiestan que sería lo mejor el poder pertenecer a una organización, para llevar a cabo adecuadamente el esquema de organización y el conjunto de planes, métodos, principios, normas, procedimientos y mecanismos de verificación y evaluación adoptado por una entidad, con el fin de procurar que todas las actividades, operaciones y actuaciones, así como la administración de la información y los recursos se realicen de acuerdo con las normas constitucionales y legales dentro de las políticas trazadas por la dirección y en atención a las metas u objetivos previstos.

➤ Canal de información

Agricultor	Uso de medios de comunicación	Directamente informar a clientes
Polivio Suárez		✓
Miguel Chacón		✓
Mesías Chilama	✓	
Edwin Torres	✓	
Germán Torres	✓	
Ney Narváez	✓	
José Inlago		✓
Carlos Valverde		✓
Bolívar Castro		✓
Sandro Cupacán		✓
Miguel López	✓	
Luis Carrillo		✓

Para que los clientes acudan a la compra de la producción de legumbres y hortalizas, los productores en su mayoría informan directamente al cliente cuando la producción esta lista, aunque aún existe un pequeño

número de productores que hacen uso de los medios de comunicación para comunicar a los clientes la venta de la producción. La utilización de canales de información adecuados mejora la eficiencia de las ventas.

➤ **Prevención y manejo del medio ambiente**

➤ **Preservación del suelo**

Agricultor	Abono orgánico	Fertilizantes
Polivio Suárez	✓	
Miguel Chacón	✓	
Mesías Chilama	✓	
Edwin Torres	✓	
Germán Torres	✓	
Ney Narváez		✓
José Inlago	✓	
Carlos Valverde	✓	
Bolívar Castro	✓	
Sandro Cupacán	✓	
Miguel López		✓
Luis Carrillo	✓	

Para preservación del suelo los agricultores realizan una intensa actividad biológica para estimular el metabolismo entre el suelo y la flora para que sea el centro de interés de la producción sostenible y del manejo de la fertilización. Los productores utilizan abonos orgánicos ya que estos tienen una provisión alta y sostenida de sustancias orgánicas que ayudan a mantener la tierra en su estado normal. El uso de fertilizantes con el pasar del tiempo lo único que ocasiona es la destrucción de la tierra.

➤ **Manejo de aguas**

En cuanto al manejo de las aguas de riego cabe resaltar que cada uno de los productores posee sus propias regaderas y acequias, las cuales facilitan el fluido del agua, de esta manera evitan que se desperdicie y ocasione problemas de inundaciones en los demás terrenos.

➤ Depredación del suelo

Las técnicas de manejo orgánico que utilizan los productores del sector de Chorlaví , tales como la fertilización orgánica, la cobertura con materia seca y el uso de cultivos de cubierta mejoran la estructura del suelo y por lo tanto aumentan la infiltración y la capacidad de retención de agua, reduciendo sustancialmente el riesgo de erosión. Todos los productores son conscientes de que el suelo es su mayor riqueza, debido a que es su única herramienta para trabajar y sustentar las necesidades familiares.

➤ Contaminación

Agricultor	Plaguicidas	Abono orgánico
Polivio Suárez		✓
Miguel Chacón		✓
Mesías Chilama		✓
Edwin Torres		✓
Germán Torres		✓
Ney Narváez		
José Inlago	✓	
Carlos Valverde		✓
Bolívar Castro		✓
Sandro Cupacán		✓
Miguel López		✓
Luis Carrillo	✓	

La agricultura es la principal forma de uso del suelo por lo tanto los agricultores del sector han optado por el uso adecuado del abono orgánico ya que impide que se degraden los recursos naturales y se pierdan tierras y potencial productivo. Aunque existe aún productores que hacen uso de fertilizantes, plaguicidas que solamente hacen que el suelo se deteriore y a su vez genera contaminación en las personas.

1.5 Resumen de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos

ALIADOS

- ❖ Aceptación del proyecto por parte de los agricultores del sector
- ❖ Productos altamente nutritivos.
- ❖ Lugar adecuado para el cultivo de legumbres y hortalizas.
- ❖ Sector debidamente organizado: presidente y junta de agua.
- ❖ Experiencia en la agricultura.
- ❖ Alto volumen de producción tanto de legumbres como de hortalizas.
- ❖ Fuentes de empleo para los pobladores del sector.
- ❖ Grandes extensiones de terreno destinadas a la producción.

OPONENTES

- ❖ La ubicación del sector es distante de la ciudad de Ibarra.
- ❖ Bajo nivel de educación de los productores.
- ❖ Los productos son transitorios, es decir no se cultivan permanentemente.
- ❖ Insuficiente organización de los productores.
- ❖ Bajo nivel de conocimiento sobre la comercialización.

OPORTUNIDADES

- ❖ Inadecuados lugares de almacenamiento de los productos.
- ❖ El tipo de suelo.
- ❖ Variedad de legumbres y hortalizas.
- ❖ Disponibilidad de agua de riego.
- ❖ Alta tendencia de venta y consumo de productos agrícolas.
- ❖ Clientes y consumidores de otros sectores.
- ❖ Mayor apoyo por parte de las autoridades en cuanto a capacitación sobre procesos agrícolas.

RIESGOS

- ❖ Migración de los habitantes del sector.
- ❖ Factores climáticos son imprescindibles.
- ❖ Desgaste del suelo por el uso de fertilizantes y químicos.
- ❖ Aparición de enfermedades y plagas en las plantas.
- ❖ Inestabilidad de precios.

1.6 Determinación de la Oportunidad de Inversión

Después de haber utilizado fuentes primarias de investigación como la encuesta y la entrevista, se establece que la principal actividad económica de este sector es la agricultura, por lo tanto la comercialización de legumbres y hortalizas en los mercados locales no se la realiza de una manera conjunta y equitativa por parte de los productores, esto impide establecer el nivel de rentabilidad en la venta de los productos; lo cual provoca una situación económica heterogénea de la población dedicada a la agricultura en este sector.

Si esta situación no se resuelve, la actividad agrícola de esta zona tendría difíciles problemas económicos, que afectarían a los hogares y a la comunidad; y, probablemente la actividad bajaría porque los pobladores se verían en la necesidad de migrar a la ciudad por conseguir una estabilidad económica para ellos y sus familias.

Por esta razón el presente proyecto de la creación de un Centro de Acopio propone una solución a los productores agrícolas de esta zona, al estabilizar el precio de los productos y asegurar la venta de los mismos a un costo razonable, logrando de esta manera que los agricultores recuperen la estabilidad económica y mejoren su calidad de vida.

Este proyecto se realizará además, para mejorar los procesos de comercialización y venta de los productos que se cultivan en el sector de

Chorlavi, ya que es una zona donde se pueden producir un sin número de productos, pero los agricultores no los siembran por no tener a quien vender o expender los mismos, pero si se optimizan estos procesos y se buscan estrategias de comercialización se abrirán nuevos mercados y los productos serán más distinguidas por su sabor y calidad, además se generará fuentes de trabajo con la creación de este proyecto.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo de este proyecto es imprescindible la inclusión de este capítulo, ya que a través de las bases científicas, teóricas, experiencias, paradigmas, entre otros; será el sustento de aspectos relacionados con las implicaciones que la investigación conlleve al sustento científico del estudio aquí plasmado.

Además el mismo conduce a relacionar la teoría con las aplicaciones y alcances de la investigación, se usara fuentes de apoyo tales como bibliografía especializada.

2.1 Empresa

2.1.1 Concepto

La empresa según el autor CHILQUINGA, Manuel (2007): “Es una unidad económica que mediante la combinación de los factores de producción, ofrece bienes y/o servicios de excelente calidad a precios razonables para los consumidores, con el propósito de obtener beneficio económico” Pág. 1.

En referencia al concepto del autor empresa es una unidad económica que se dedica a la producción de bienes y servicios para ofrecer al mercado, obteniendo de estos un beneficio económico.

2.1.2 Clasificación

Según el autor CHIAVENATO, Idalberto (2007): existen algunos criterios para clasificar las empresas, resaltando los siguientes:

❖ **Según su actividad**

- ✓ **Industriales:** La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación y/o extracción de materias primas.
- ✓ **Comerciales:** Son intermediarios entre el productor y el consumidor, su función primordial es la compra - venta de productos terminados.
- ✓ **Servicios:** Como su nombre lo indica son aquellos que brindan servicio a la comunidad y pueden tener o no fines lucrativos.

❖ **Según la forma jurídica**

De acuerdo a la responsabilidad legal de los propietarios, se puede distinguir:

- ✓ **Empresas individuales:** cuando sólo pertenece a una persona. Esta puede responder frente a terceros con todos sus bienes, es decir, con responsabilidad ilimitada, o sólo hasta el monto del aporte para su constitución, en el caso de las empresas individuales de responsabilidad limitada. Es la forma más sencilla de establecer un negocio y suelen ser empresas pequeñas o de carácter familiar.
- ✓ **Empresas societarias o sociedades:** constituidas por varias personas. Dentro de esta clasificación están: la sociedad anónima, la sociedad colectiva, la sociedad comanditaria, la sociedad de responsabilidad limitada, la sociedad por acciones, compañía de economía mixta.

❖ Según la magnitud

- ✓ **Grande:** Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su número de trabajadores excede a 100 personas.
- ✓ **Mediana:** Su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.
- ✓ **Pequeñas:** Se dividen a su vez en:
 - **Pequeña:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.
 - **Microempresa:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados). Pág. 58

2.2 Estudio de Mercado

2.2.1 El Mercado

Según FERNÁNDEZ, Luis (2008); define al mercado como cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio regular y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes. El mercado surge desde el momento en que se unen grupos de vendedores y compradores, y permite que se articule el mecanismo de la oferta y demanda. Pág. 158

El mercado es el espacio donde actúan oferentes y demandantes.

2.3 Tipos de Mercado

FERNÁNDEZ, Luis (2008); existen diferentes tipos de mercado:

2.3.1 Mercado Mayorista

Según FERNÁNDEZ, Luis (2008); “Mercados mayoristas son en los que se venden mercaderías al por mayor y en grandes cantidades. Allí acuden generalmente los intermediarios y distribuidores a comprar en cantidad los productos que después han de revender a otros comerciantes, a precios mayores y caprichosamente elevados.” Pág. 159

Mercado mayorista simplemente es cuando los comerciantes compran productos pero en grandes cantidades, para luego volverlos a vender a otros mercados.

2.3.2 Mercado Minorista

Según FERNÁNDEZ, Luis (2008); “Llamados también de abastos, donde se venden en pequeñas cantidades directamente a los consumidores.” Pág. 159

Es el lugar donde se vende a los compradores productos pero en pequeñas cantidades.

2.3.3 Mercado de Productores

Mercado de productores según FERNÁNDEZ, Luis (2008); “manifiesta que se desarrolla en fincas, terrenos, veredas, poblaciones rurales y en epicentros comerciales, enclavados en las zonas rurales. A él concurren,

campesinos y agricultores con su excedente de producción, intermediarios de la comercialización.” Pág. 160

El mercado de productores es aquel en donde acuden los productores para comercializar sus productos.

2.3.4 Mercado de Detallistas

El mercado de detallistas según FERNÁNDEZ, Luis (2008); indica que en él se manifiestan las necesidades del consumidor, por tanto se concreta la demanda efectiva de los consumidores. Los mercados detallistas realizan la distribución final de los productos entre los consumidores. Pág. 16

Los detallistas son las personas, físicas o jurídicas, que venden al consumidor final; establecerse en el mundo del minorista o detallista es relativamente fácil, pero no muy aconsejable desde el punto de vista de la rentabilidad, ya que en principio tan sólo se necesita una aportación económica que cubra el local y los productos, pero los resultados de esta incursión no son siempre satisfactorios, ya que la inexperiencia, falta de formación y fuerte competencia contribuyen a que en muchas ocasiones se abandone el proyecto o se tenga una pérdida considerable de dinero.

2.3.5 Ferias

Según el autor HORMO, Manuel (2007):” Una feria, es un punto de encuentro entre la oferta (prestadores de servicios y productos) y la demanda (compradores o consumidores) de una localidad, municipio, región, país o inclusive romper las fronteras y acercarse a nuevos posibles demandantes a nivel internacional. Una feria permite dar a conocer los productos y/o servicios de una localidad, región o país.” Pág. 208

Feria es un lugar en donde se encuentra la oferta y demanda, con el objetivo de ofrecer un producto o servicio y los demandantes puedan adquirirlo.

2.4 El Producto

El producto como elemento esencial para funcionamiento del mercado según el autor MIRANDA, Joel (2007): “Es el resultado de la combinación de materiales y procesos definidos y establecidos de acuerdo con el diseño previo del mismo.” Pág. 49.

El producto puede ser un bien o servicio y es lo que una empresa brinda hacia el mercado objetivo, dicho producto debe cumplir con ciertas características para que sea aceptado por el mercado tales como: tamaño, marca, forma del empaque, logotipo, eslogan, tipo de envase, requerimientos sanitarios y de calidad.

2.5 La Demanda

Según GUZMAN, Norberto (2008); “La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores.” Pág. 151

Cantidad de mercancías o servicios que los consumidores piden y están dispuestos a comprar.

2.6 La Oferta

Según GUZMAN, Norberto (2008); “La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, aquél los adquiera.” Pág. 151

La oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios de mercado.

2.7 El Precio

Según GUZMAN, Norberto (2008); El establecimiento del precio es de suma importancia, pues éste influye más en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio. Nunca se debe olvidar a qué tipo de mercado se orienta el producto o servicio. Debe conocerse si lo que busca el consumidor es la calidad, sin importar mucho el precio o si el precio es una de las variables de decisión principales. En muchas ocasiones una errónea fijación del precio es la responsable de la mínima demanda de un producto o servicio. Pág. 152

El precio es el valor monetario que se le asigna a un producto al momento de ofrecerlo a los consumidores.

2.8 La Comercialización

La comercialización como etapa fundamental del desenvolvimiento en el mercado de los negocios, según el autor MIRANDA, Joel (2007): “Determina las formas específicas de procesos intermedios para que el producto o servicio llegue al usuario final, incluye diferentes estrategias para conectar a la empresa y al cliente” Pág. 105.

La comercialización significa buscar mercados así como compradores para que puedan adquirir los productos.

2.9 La Distribución

La distribución según el autor MESA, Juan (2011): “establece el medio por el que el producto pasará del productor al consumidor final, relación en la que pueden aparecer los intermediarios.” Pág. 176.

La distribución es medio por el cual el producto llega a manos del cliente.

2.10 La Publicidad

La publicidad como elemento fundamental del estudio de mercado, según el autor MIRANDA, Joel (2007): “Es cualquier forma pagada de presentación y promoción impersonal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado”. Pág. 57.

Por lo tanto es el medio por el cual se da a conocer un determinado bien o servicio, es necesario recurrir a profesionales para que desarrollen el trabajo publicitario, lo cual es muy necesario tanto para empresas existentes como para nuevas organizaciones.

2.11 Estudio Técnico

2.11.1 Tamaño del Proyecto

Según CÓRDOBA, Miguel (2009): tamaño del proyecto es “La capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento, lo cual puede ser un día, mes o año dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando”. Pág. 211.

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad a instalarse y a la capacidad de la maquinaria que se requiere para producir un bien o servicio.

2.11.2 Localización del Proyecto

La localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locacionales con el fin de buscar la localización en

que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario.

❖ **Macrolocalización**

Según el autor FONTAINE, Ezequiel (2008): “la macro localización en términos generales consiste en determinar la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, es decir establecer la provincia, el cantón y la ciudad”. Pág. 132

La macro localización es el lugar donde se instalara el negocio.

❖ **Micro localización**

CÓRDOBA, Miguel (2009): “La micro localización consiste en elegir con exactitud el punto preciso, dentro de la macro zona en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio.” Pág. 72

La micro localización es el lugar exacto donde se ubicara el negocio de forma definitiva.

2.12 Ingeniería del Proyecto

Según MEZA, Juan (2011): “La ingeniería de un proyecto se refiere a la determinación de aspectos de gran importancia para la ejecución del proyecto como determinar los procesos productivos, la maquinaria a utilizarse, estructurar las obras civiles relacionadas con la infraestructura física, servicios básicos, que se requieren para la correcta consumación del proyecto. ” Pág. 90

La ingeniería del proyecto es determinar los aspectos básicos que sirven de apoyo para para la instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto.

2.13 Estudio Financiero

2.13.1 Capital de Trabajo

Con respecto al capital de trabajo, el autor BACA, Guido (2010) desde el punto de vista contable lo define como: “la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante”. Pág. 145.

El capital de trabajo constituye el capital con que hay que contar para empezar a trabajar y poner en marcha el proyecto.

2.13.2. Ingresos

BRAVO, Mario (2007), Afirma: “Valor de cualquier naturaleza que recibe un sujeto sea en dinero o especie. Equivalente monetario de las ventas que la empresa ha realizado con sus clientes en un período de tiempo”. Pág. 65.

El ingreso de una empresa es todo valor obtenido por la venta de un producto o servicio que la misma ofrece en la sociedad.

2.13.3 Egresos

GANDARILLAS, Guillermo (2008): “Egresos o Gastos son los desembolsos (disminuciones de activos) que la empresa debe hacer para ayudar a crear la renta”. Pág. 40.

Un egreso es un desembolso de dinero que puede ser por materia prima, mano de obra, costos indirectos, desembolsos administrativos, de ventas, entre otros.

2.13.4 Costos

Costo según el autor CHILQUINGA, Manuel (2007): “Es el conjunto de valores incurridos en un período perfectamente identificados con el producto que se fabrica. El costo es recuperable”. Pág. 9.

El costo es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio.

❖ **Materia Prima**

Según el autor GÓMEZ, Paulo (2009): “La materia prima es un conjunto de productos básicos necesarios para elaborar, por medio del trabajo, objetos fabricados o terminados. Además son todos aquellos materiales adquiridos para ser empleados en la actividad productiva, objeto de la industria sean estos como Materia Prima o como insumos para la elaboración de la misma, y dentro del proceso productivo sufren una transformación, cambian de forma. ” Pág. 140

La materia prima por lo tanto constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semielaborado

❖ **Mano de Obra**

La mano de obra según GÓMEZ, Paulo (2009): “es la prestación de un servicio o la ejecución de una obra realizada por una persona natural o jurídica y que incide directa o indirectamente en el costo de producción de un bien final o intermedio. También la mano de obra representa la labor empleada por las personas que contribuyen de manera directa o indirecta en la transformación de la materia prima, es la contribución física o mental para la elaboración de un bien o producto. ” Pág. 141

La mano de obra representa la fuerza de trabajo que interviene en el proceso de producción, comercialización, ventas y administración, es decir, el conjunto de talento humano que intervenga en el negocio.

❖ **Costos Indirectos de Fabricación (CIF)**

Los costos indirectos de fabricación según AYALA, Paúl (2011); “son todos aquellos costos que no se relacionan directamente con la manufactura, pero constituyen y forman parte del costo de producción, mano de obra indirecta y materiales indirectos, calefacción, luz y energía para la fabricación, arriendo del edificio, entre otros.” Pág. 234

Los costos indirectos de fabricación son aquellos egresos realizados con el fin de beneficiar al conjunto de los diferentes artículos que se fabrican. No se identifican con un solo producto o proceso productivo

2.13.5 Gastos Administrativos

En cuanto a los gastos administrativos como primer tipo de los egresos. Según el autor WARREN, Carlos (2007): “son desembolsos que están relacionados con las actividades de gestión y cumplimiento del giro del negocio” Pág. 45.

Los gastos administrativos son los pagos que no tienen relación directa con la producción pero son comunes a diversas actividades administrativas de la empresa. En esta categoría están comprendidos aquellos gastos que no tienen relación directa con el movimiento de las ventas, sino que más bien se hacen como parte de la operación total del negocio, y se conocen con el nombre de gastos de administración o generales.

2.13.6 Gastos Financieros

Con respecto a los gastos financieros según el autor CHILQUINGA, Manuel (2007) indica que son: “Gastos incurridos por la empresa en la obtención de recursos financieros y que están representados por los intereses y primas sobre pagarés, bonos, etc. emitidos por la empresa.”. Pág. 9.

Llamados también cargas financieras, principalmente corresponden a los rubros cancelados por intereses y comisiones derivadas de obligaciones con instituciones financieras.

Todos aquellos gastos originados como consecuencia de financiarse una empresa con recursos ajenos. En la cuenta de gastos financieros destacan entre otras las cuentas de intereses de obligaciones y bonos, los intereses de deudas, los intereses por descuento de efectos, las diferencias negativas de cambio, y se incluyen también dentro de este apartado los gastos generados por las pérdidas de valor de activos financieros.

2.13.7 Gastos de Ventas

Según el autor WARREN, Carlos (2007): “Los Gastos de Ventas son desembolsos que están relacionados con las actividades de comercialización de los productos”. Pág. 45.

Los gastos de venta son aquéllos que se relacionan directamente con el movimiento de las ventas o, dicho de otra manera, aquéllos que tienden a variar, aumentar o disminuir, en la misma forma que las ventas. Por ejemplo los fletes en ventas, comisiones de vendedores, propagandas, gastos de despacho, remuneraciones de vendedores, transporte en ventas, entre otros.

2.13.8 Depreciaciones

Dentro de los gastos se encuentran las depreciaciones las mismas que son definidas según BACA, Guido (2010): “es el valor que descuenta al activo fijo, ya que con el uso y paso del tiempo estos bienes valen menos”. Pág. 144.

Es una reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la obsolescencia.

2.13.9 Estados Financieros

Los estados financieros como instrumentos financieros de acuerdo a la Norma Internacional de Contabilidad son definidos de la siguiente forma: “Los estados financieros constituyen una representación financiera estructurada de la situación financiera y de las transacciones llevadas a cabo por la empresa, también muestran los resultados de la gestión que los administradores han hecho de los recursos que se les ha confiado”.

Cabe resaltar que informan de manera resumida la situación financiera, presentando razonabilidad financiera.

2.14 Indicadores de Evaluación Financiera

2.14.1 Valor Actual Neto (VAN)

ROSS, Wagner (2008), El Valor Actual Neto “Es el valor monetario que resulta de restar la suma de todos los flujos netos de efectivo descontados a la inversión inicial”.

El valor actual neto de una inversión es la diferencia entre su valor de mercado y su costo. La regla del VAN afirma que se debe emprender un proyecto si su VAN es positivo.

2.14.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

BREALEY, Jhon (2008): “Es la rentabilidad que devuelve la inversión en el futuro o en el tiempo y permite igualar a la inversión con los flujos futuros. En otras palabras la tasa interna de retorno hace nulo el valor actual neto del proyecto de inversión; para que el proyecto sea rentable la TIR tiene que ser superior al costo de capital”. Pág. 226.

Tasa interna de retorno o de rendimiento porque supone que el dinero que se gana año por año se reinvierte su totalidad, es decir, se invierte y reinvierte en las aspiraciones de la empresa.

2.14.3 Punto de Equilibrio

Según BACA, Guido (2010), el punto de equilibrio es definido como: “la técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos, además refleja el nivel de producción en el que los ingresos son exactamente iguales a los costos.” Pág. 148.

El análisis del punto de equilibrio indica la situación en la que una empresa no genera rentabilidad, es decir, el punto en el que los ingresos son iguales a los gastos.

2.14.4 Beneficio Costo

El costo-beneficio, también llamado índice de rentabilidad se lo define Según AYALA, Paul (2011) como “El valor presente de los flujos futuros de efectivo dividido por la inversión inicial. La regla del IR afirma que se debe emprender una inversión si su IR es superior a 1.” Pág. 240.

El beneficio costo comprara los ingresos netos a valor presente y la inversión inicial, además si el resultado es mayor a 1 se acepta el proyecto.

2.14.5 Tiempo de Recuperación de la Inversión

Según el autor CÓRDOBA, Miguel (2009) como: “El número esperado de periodos que se requieren para que se recupere una inversión original.” Pág. 362.

El período de recuperación es el plazo que deberá transcurrir hasta que la suma de los flujos de efectivo de una inversión sea igual a su inversión. La regla del período de recuperación afirma que se debe emprender un proyecto si su período de recuperación es inferior que un cierto plazo mínimo.

2.15 Estudio Organizacional

2.15.1 Propuesta Administrativa

❖ Misión

Según el autor FIGUEROA, David (2008): “La misión de una empresa es el fundamento de prioridades, estrategias, planes y tareas; es el punto de partida para el diseño de trabajos de gerencia y sobre todo para el diseño de estructuras de dirección” Pág. 59

La misión consiste en definir el objetivo central de la empresa teniendo en cuenta sus valores donde si bien estos son estáticos, la misión es cambio es dinámica. La misión responde a la interrogante ¿Para qué existe la institución u organización?, es decir en la medida de definir la misión debemos tácitamente considerar la razón de ser de la empresa.

❖ Visión

La Visión según el autor FIGUEROA, David (2008): “Es el sueño alcanzable a largo plazo, el futuro aspirado. -Se debe incorporar tanto la Visión del usuario externo, como la del Interno. Debe ser alcanzable y real.” Pág. 60.

La visión expresa el marco de referencia de lo que una organización quiere llegar a ser. Señala el rumbo a seguir para pasar de lo que somos

a lo que queremos ser. La visión por su parte responde a la pregunta ¿Qué queremos ser en los próximos años?, es decir establecer el rumbo a seguir a corto o largo plazo para llegar a ser lo que queremos ser en un tiempo determinado.

❖ **Objetivos de la Empresa**

Según el autor MAGER, Raúl (2007) manifiesta que: “Los objetivos son resultados que una empresa pretende alcanzar, o situaciones hacia donde ésta pretende llegar”. Pág. 7.

Los objetivos son resultados que una empresa pretende alcanzar, o situaciones hacia donde ésta pretende llegar.

❖ **Políticas Institucionales**

Según el autor FIGUEROA, David (2008): “La política es una actividad orientada en forma ideológica a la toma de decisiones de un grupo para alcanzar ciertos objetivos. También puede definirse como el ejercicio del poder para la resolución de un conflicto de intereses.”. Pág. 155.

Las políticas institucionales de verdad son una oportunidad para la empresa que permita la fidelización y adhesión de los usuarios a los servicios que presta una empresa así como ayudan a cumplir los objetivos propuestos.

2.16 Estructura Organizacional

La estructura organizacional de acuerdo a lo descrito por el autor HERNÁNDEZ, Augusto (2008): “puede ser definida como las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos”. Pág. 315.

En toda empresa es necesario establecer una estructura organizativa, la misma que servirá como ente ejecutor, un método que sirve para lograr mayor coordinación, interrelación e integración de todas las actividades realizadas dentro de ésta, con el único objetivo de cumplir con las metas deseadas. De igual manera ayuda a determinar las obligación, deberes y responsabilidades de los miembros que conforman las distintas unidades dentro de la organización.

2.17 Estructura Funcional

Según PÉREZ, Damián (2011): La estructura comprende la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades en una organización, así como las relaciones entre los gerentes y los empleados, entre los gerentes y entre los empleados. Pág. 125

La Estructura Funcional es una especificación de las tareas y requisitos necesarios a cada uno de los cargos y unidades administrativas que forman parte de la estructura orgánica, necesario para cumplir con las atribuciones de la organización.

2.18 Centro de Acopio

2.18.1 Definición

La definición de centro de acopio según ANDRADE, David (2008); en general se entiende por centro de acopio, una construcción en el área rural, que permite reunir los productos de varios agricultores, para alcanzar un volumen comercial de operación, en el cual se realiza la preparación del producto para su transporte y venta en las mejores condiciones posibles. Pág. 20

Centro acopio el lugar donde se reúne los productos de los agricultores de una zona, con el fin de poder comercializarlos de una manera justa y equitativa.

Un aspecto fundamental en los centros de acopio, es la participación social y al mismo tiempo, da transparencia al proceso de recepción, empaquetado e incluso al desecho de los materiales no utilizables. Su función es concentrar la producción, eventualmente seleccionarla y empacarla para enviarla al mercado del centro urbano o a supermercados. En muchos casos tiene funciones adicionales: información de precios del mercado, suministro de material de empaque, mesa de preselección y empaque. Cabe resaltar que a medida que aumenta el número de personas y transacciones en la sociedad, también aumenta el número de mercaderes y de plazas de mercado.

2.19 Definición de Agricultura

Según el autor BRACHO, Bruno (2007): "La agricultura es la labranza o cultivo de la tierra e incluye todos los trabajos relacionados al tratamiento del suelo y a la plantación de vegetales. Las actividades agrícolas suelen estar destinadas a la producción de alimentos y a la obtención de verduras, frutas, hortalizas y cereales". Pág. 12

La agricultura es el arte de cultivar la tierra, con el objetivo de producir alimentos para la humanidad.

2.20 Definición de Agricultor

Según el autor BRACHO, Bruno (2007): "agricultor es la persona que labra o cultiva la tierra. Pág. 10

Agricultor es la persona que dedica su tiempo a cultivar la tierra, de la cual se obtiene productos.

2.21 Definición de Abono

Abono según el autor ORQUERA, Jaime (2007): "material cuya función principal es proporcionar elementos nutrientes a las plantas" Pág. 148

Abono es una sustancia orgánica e inorgánica que sirve para mejorar la calidad del suelo y proporcionar nutrientes a las plantas.

2.21.1 Definición de Abono Orgánico

Según el autor DE LIÑAN, Carlos (2007): abono orgánico es “Los abonos orgánicos son sustancias fertilizantes procedentes de residuos humanos, animales o vegetales que aportan a las plantas elementos nutrientes indispensables para su desarrollo mejorando la fertilidad del suelo.” Pág. 126

Abono orgánico es un fertilizante que proviene de restos animales o sustancias vegetales, es decir, que no es fabricado por medios industriales. En comparación con los inorgánicos, los fertilizantes orgánicos permiten proteger el suelo y necesitan menos energía para su fabricación.

2.21.2 Definición de Agricultura Orgánica

La definición de agricultura orgánica según COSCIA, Alberto, (2007); la agricultura orgánica es un sistema de gestión de la producción agrícola que promueve y aumenta la biodiversidad, los ciclos biológicos y la actividad biológica del suelo. Se basa sobre el uso mínimo de insumos externos y el uso pleno y reciclaje de los recursos disponible en la finca. La agricultura orgánica implica prácticas de manejo que restauran, mantienen y aumentan la armonía agroecológica. Pág. 74

Agricultura orgánica significa cultivar y producir a base del uso en menores cantidades de fertilizantes y abonos que causen contaminación en el medio ambiente.

2.21.3 Definición de Agricultura Convencional

Agricultura convencional Según COSCIA, Alberto (2007); sistema de producción agropecuaria en la que se utilizan sustancias químicas

sintéticas de manera parcial o total. Sistema de producción extremadamente artificial, basado en el alto consumo de insumos externos (energía fósil, agroquímicos, etc.) sin considerar los ciclos naturales.

Agricultura convencional se refiere al sistema de producción el cual se utiliza fertilizante y abonos químicos los mismos que provocan contaminación en el medio ambiente.

2.22 Aspectos Generales de las Hortalizas

2.22.1 Las Hortalizas

Las hortalizas según DE LA TORRE, Luis (2008); son aquellas plantas que son utilizadas en la alimentación, de manera parcial o total, contienen alto valor vitamínico y mineral, y son bajas en calorías. Estas plantas son herbáceas que no necesariamente precisan de un proceso de transformación para ser consumidas, y de acuerdo con las características que presentan cada una de ellas, necesitan labores y cuidados particulares. Pág. 100

Las hortalizas aportan con gran variedad y sabor a otros alimentos, son diversas en tamaño, forma y estructura y pueden ser cualquier parte de la planta, desde la raíz hasta las yemas, por esta razón se constituyen como la base para una buena alimentación.

2.22.2 Valor Nutricional

El valor nutricional de las hortalizas según DE LA TORRE, Luis (2008) Una buena alimentación implica integrar en el organismo proteínas, grasas, carbohidratos, calorías, vitaminas y minerales, que permitan que se tenga una salud física y mental. Los alimentos deben formar, dar

energía y proteger al cuerpo y esto se logra mediante la ingesta de una dieta balanceada y variada. Dentro de los beneficios que cada grupo alimenticio provee, las hortalizas se destacan por prevenir infecciones, permitir un crecimiento y desarrollo sano, mejorar la digestión, vitalidad y aumentar las defensas del organismo. Pág. 80

Tanto las frutas como las hortalizas, son ingredientes importantes en la dieta alimenticia, ya que su aporte no solo satisface necesidades nutricionales en lo que se refiere a vitaminas y minerales, sino también proveen energía, las hortalizas deben ser consumidas en la mayor cantidad posible para aumentar el valor nutritivo en el cuerpo.

2.23 Requisitos climáticos para el cultivo de legumbres y hortalizas

Según el autor ARBAIZA AGUINAGA Ángel (2008); considera como requisitos climáticos los siguientes aspectos; los factores ambientales como temperatura, agua y luz son esenciales para el crecimiento de las hortalizas y su escasez puede limitar su desarrollo. La mayoría de las hortalizas tiene un óptimo crecimiento en temperatura entre 10 y 30 c, cuando las temperaturas son muy bajas pueden provocar daños por congelación en las plantas; y cuando son muy altas, se producen desordenes fisiológicos.

La luz, el viento y la precipitación también influyen en la adaptabilidad de las hortalizas a ciertas regiones o áreas de cultivo. Las zonas templadas con una adecuada distribución de lluvias y de agua de riego disponible para las épocas secas son muy convenientes.

Es muy importante que el área de cultivo se encuentre en una posición adecuada para la exposición solar, así, para los países atravesados por la línea ecuatorial, la orientación del terreno debe ser de norte a sur, lo cual dará como resultado una luminosidad apropiada. Pág. 141

Los requisitos climáticos para el cultivo son importantes ya que de ellos depende la producción de hortalizas. Por otra parte la distribución del espacio de cultivo del producto debe estar en condiciones óptimas caso contrario se producirán daños y por ende no existirá producción.

2.23.1 Suelos Aptos

En referencia a suelos aptos para el cultivo de hortalizas según FERNÁNDEZ Luis (2008); uno de los aspectos más importantes en la producción de hortalizas es suelo, un cultivo desarrollado apropiadamente, proviene de un suelo que ofrece óptimas condiciones naturales y mejoradas por el hombre. Las hortalizas pueden adaptarse a diferentes tipos de suelos, generalmente prefieren aquellos de textura intermedia a liviana, es decir aquellos suelos francos, franco-limoso y franco-arenoso. Págs. 78-79

En referencia a lo que manifiesta el autor sobre suelos aptos para el cultivo de hortalizas existen diferentes tipos de suelo para el cultivo pero se debe tomar en cuenta y analizar las condiciones en las cuales se encuentran, para que exista una producción adecuada los suelos aptos para el cultivo de hortalizas son los suelos planos.

2.23.2 Manejo del Cultivo

❖ Plan de Cultivos

Según GUZMAN, Norberto (2008); Es muy importante planificar el tipo de hortalizas que se van a cultivar, para esto se toma en cuenta factores como el clima, tipo de suelo, propósito de la huerta y la rentabilidad que producirán los cultivos.

Dentro de este plan de cultivos, se debe tomar en cuenta la diversificación de las hortalizas. Se pueden alternar hortalizas de hojas, raíz y flor, pero también es muy productivo varias hortalizas de frío o de clima cálido, y a

estos cultivos se puede adicionar hierbas de olores fuertes que actuarán como repelentes de insectos y plagas.

Hortalizas de crecimiento rápido como los rábanos, pueden ser intercalados con aquellos de ciclo largo, como la zanahoria o la remolacha. En el caso del brócoli no es conveniente realizar rotaciones con otras crucíferas como los repollos, nabos y rábanos, y puede ser precedido por cultivos de papas, cebollas, tomates y maíz. Págs. 88-90

Es necesario tener en cuenta un plan de cultivos de hortalizas con el objetivo de tener una buena producción y de la misma manera ayudar a que las semillas crezcan bajo las condiciones adecuadas. El plan de cultivos permite tomar en cuenta algunos aspectos para el cultivo como son el clima y el tipo de suelo como factor más importante.

❖ **Preparación del Terreno**

La preparación del terreno para el cultivo de hortalizas según GUZMAN, Norberto (2008); el terreno donde van a ser cultivadas las hortalizas debe ser adecuado mediante algunas medidas básicas como la limpieza y eliminación de piedras, troncos y basura, además se debe realizar una labranza profunda del suelo, de manera que se rompan las capas duras del mismo. Esta operación es esencial para obtener una producción abundante y de buena calidad. Pág. 92

Para realizar el cultivo de las hortalizas primeramente el terreno debe estar en perfectas condiciones, es decir limpio. Si cumple este parámetro estará en condiciones de siembra.

❖ **Siembra**

Los sistemas de siembra o cultivo de hortalizas según ANDRADE, David (2008); los sistemas de siembra más utilizados son a voleo, en líneas a chorro continuo y siembra a golpes. El primer método no es muy utilizado

en siembra directa, solo cuando se tiene pequeñas parcelas y con determinados cultivos como el rábano y el perejil, pero es muy usado en semilleros para cultivos convencionales como al lechuga, col y tomate. El segundo, consiste en depositar en una línea de siembra un flujo continuo de semillas y es usado tanto en siembra directa como indirecta, y en el último caso se depositan en una línea de siembra las semillas con una distancia ya fijada anteriormente, es muy utilizado porque permite economizar la cantidad de semillas. Pág. 58

Para la siembra y producción de hortalizas se debe conocer, analizar y determinar el sistema más adecuado con el propósito de obtener producto de calidad y economizar dinero.

2.23.3 Cosecha

❖ Índices de Madurez

Índices de madurez de la hortalizas según ANDRADE, David (2008); para mantener la calidad de las hortalizas es imprescindible cosecharlas con un estado de madurez apropiado, si la cosecha se realiza antes del momento indicado, las hortalizas permanecen verdes pero de mala calidad y aumenta la susceptibilidad a la pudrición, así la maduración de un producto hortofrutícola indica el estado en el que está listo para su recolección.

Es importante tener cuenta las características exigidas por los consumidores, y para cumplir con este objetivo, se utilizan índices de madurez, que son patrones que se basan en cambios perceptibles de las hortalizas y determina el momento óptimo de las cosechas.

Un buen índice debe ser practico, rápido y reproducible; y se puede determinar de diferentes maneras, mediante características sensoriales,

físicas, químicas, fisiológicas de las hortalizas, estas incluyen la evaluación del desarrollo de las plantas; medidas de tamaño, peso o densidad; propiedades físicas como color, firmeza y humedad; atributos químicos como el contenido de azúcares, ácidos y vitaminas, así como evaluaciones morfológicas. Págs. 58-59

Se debe considerar el estado de maduración de las hortalizas para proceder a la respectiva cosecha, ya que estos productos son perecibles, es decir tienden a descomponerse se debe conocer detalladamente el ciclo de producción y madurez de las plantas.

2.23.4 Factores que influyen en el deterioro

❖ Temperatura

Los factores a considerar en el deterioro del producto según RESTREPO, Julián (2007); este factor es el más importante a controlar para evitar las pérdidas postcosecha, tiene una influencia directa en la velocidad del deterioro de frutas y hortalizas, sin importar su causa. Este factor controla procesos fisiológicos de los productos frescos como la respiración, transpiración y producción de etileno; así como también las pérdidas provocadas por el desarrollo de microorganismos, daño mecánico y efectos de la continuidad de la cadena de frío. Además retarda el envejecimiento de los productos debido a la madurez, los cambios en el color y textura, el marchitamiento causado por la pérdida de agua y deterioro por ataque de bacterias y hongos.

El daño por frío de los productos vegetales puede producirse a temperaturas 0°C o inferiores, mediante actividades como el transporte en regiones frías y falta de regulación del termostato en cuartos fríos. Pág. 146

La temperatura es uno de los factores más importantes a considerar debido a que de esta depende el daño o conservación de los productos, de la misma manera si la temperatura no es la adecuada el producto que es de clima frío tenderá a deteriorarse ya que no se encuentra en las condiciones adecuadas para su conservación.

Según RESTREPO, Julián, (2007); la pérdida de agua de los vegetales depende del gradiente de la presión de vapor entre el producto y el aire circundante, la temperatura y humedad relativa tienen una influencia directa sobre el mismo. La mantención de la humedad relativa, reduce la transpiración de los productos, y por lo tanto mantiene su calidad al evitar que se marchiten o arruguen.

El ambiente que rodea al producto debe tener siempre una humedad relativa alta, para aquellos productos con elevado contenido de agua son necesarios valores entre 95% y 99%, mientras que para aquellos que tienen un contenido más bajo, se precisa una humedad entre 60% y 70%. Pág. 146

En referencia a la humedad relativa se considera importante la temperatura que tiene influencia directa en cuanto a la transpiración de los productos, y de esa manera los mismos se mantienen en su estado.

❖ **Daños Mecánicos**

La manipulación negligente de las hortalizas provoca su daño mecánico, el cual se origina por compresión, impacto y vibración de los productos. El primer caso se produce cuando la presión que soporta la hortaliza es superior al nivel máximo, el segundo cuando la hortaliza se cae o golpea, y, el tercero es muy frecuente en el transporte de los productos por caminos con topografía irregular.

Las consecuencias de estos daños son magulladuras y heridas en la superficie del producto, pérdida de agua, aceleración de procesos fisiológicos, infecciones, microorganismos, maduración más rápida y una vida útil más corta. Es necesario manejar con cuidado los productos y empacar las hortalizas de tal forma que quede ajustado para reducir su movimiento. Pág. 147

Las hortalizas son productos perecibles y a su vez delicados, que cualquier golpe o cambio climático afecta directamente a su superficie, por esta razón se considera necesario el cuidado en el cultivo y transporte de las hortalizas.

2.23.5 Requerimientos para el Manejo Post-cosechas de Hortalizas

❖ Limpieza y Selección

Según los autores RODRÍGUEZ, Mario (2007); debe determinarse un espacio adecuado para la tarea de limpieza y selección de los productos que salen del campo. El espacio en referencia debe estar dotado de piso de cemento, buena iluminación, ventilación, agua limpia y seguridades. Pág. 98

Se necesita que el lugar donde se almacenan los productos se encuentre en condiciones adecuadas, es decir limpio.

❖ Enfriamiento y Secado

Según los autores RODRÍGUEZ, Mario (2007); las hortalizas deben someterse a un proceso de pre enfriamiento a base de la inmersión de estas en agua fresca o agua helada o a su exposición por determinados períodos de tiempo a aspersiones de agua. Esta operación permite sacar el calor de los vegetales para de esta manera condicionarlos para su almacenamiento. Pág. 147

De acuerdo a los autores antes mencionados el proceso de enfriamiento y secado de las hortalizas es básico e indispensable para mantener las condiciones del producto.

❖ **Empacado**

El proceso de empacado según el autor RODRÍGUEZ, Mario (2007); el empaque de los productos hortícola tiene por objeto reservarlos y darles una mejor presentación en el mercado. Pág. 148

Se considera el proceso de empacado importante para dar una mejor visibilidad al producto y pueda ser adquirido con facilidad.

❖ **Almacenamiento y Conservación**

Según los autores RODRÍGUEZ, Mario (2007); las hortalizas y legumbres se almacenan o conservan para aumentar su utilidad por un periodo más largo. También pueden dar como resultado en algunos casos mejor calidad. Pág. 148

El proceso de almacenamiento y conservación sirven para generar un mayor periodo de duración a los productos, de esta manera los mismos podrán tener mejor calidad y aceptación en el mercado.

2.24 Aspectos Generales de las Legumbres

2.24.1 Las Legumbres

Según SÁNCHEZ, Joaquín (2007); define a las legumbres como “las semillas secas, limpias, sanas y separadas de la vaina, procedentes de plantas de la familia de las leguminosas, de uso corriente en el país y que directa o indirectamente resulten adecuadas para la alimentación”. Pág. 88

Las legumbres son un grupo de alimentos muy importante desde el punto de vista nutricional e históricamente ha sido uno de los platos destacados en una dieta tradicional.

2.24.2 Composición

La composición de las legumbres según SÁNCHEZ, Joaquín (2007); las legumbres han sido cultivadas por siglos por una gran variedad de culturas. Se pueden considerar alimentos nutricionalmente recomendables teniendo en cuenta su composición en proteínas, hidratos de carbono, lípidos, fibra, minerales y vitaminas.

Las legumbres son bastante parecidas entre ellas en su composición de nutrientes, el cual varía un poco en el cacahuete y la soja ya que el contenido de lípidos en éstos puede alcanzar el 18%, frente a un 4% en el resto de legumbres. Pág. 123

Las legumbres están compuestas por ciertos elementos fundamentales que son: proteínas, hidratos de carbono, lípidos, fibra, minerales y vitaminas que ayudan a mantener una buena salud.

2.24.3 Proteínas

En referencia a las proteínas de las legumbres según SÁNCHEZ, Joaquín, (2007); las proteínas comprenden alrededor del 20% del peso de las legumbres debido a este porcentaje de proteínas o sustancias nitrogenadas, las semillas de leguminosas han constituido el complemento más utilizado para aumentar el contenido en proteínas de las raciones concentradas que se suelen administrar a aves, cerdos y conejos y otros tipos de alimentación del ganado. Pág. 123

Las proteínas se constituyen en otro elemento importante e indispensable para la salud del ser humano debido a que poseen aminoácidos esenciales que favorecen al organismo del ser humano.

2.24.4 Hidratos de Carbono

La cantidad de hidratos de carbono según el autor SÁNCHEZ, Joaquín, (2007); en las legumbres es de un 60 %, responsable del aporte calórico. Las legumbres son, por tanto, alimentos de origen vegetal ricos en hidratos de carbono (igual que las patatas, los cereales y las frutas) que contienen polisacáridos o azúcares complejos como el almidón, azúcares simples como la sacarosa, glucosa, fructosa y oligosacáridos a menudo presentes en las paredes celulares, que les proporciona sus especiales características de textura. Págs. 124-125

Los hidratos de carbono que contienen las legumbres son un componente importante para la alimentación diaria del ser humano, sin embargo una mala dieta o consumo de los mismos puede ocasionar problemas, por eso es recomendable combinar la dieta de tal manera que el organismo pueda retener lo esencial de cada componente de las legumbres.

2.24.5 Fibra Dietética

Según SÁNCHEZ, Joaquín, (2007); las legumbres son una fuente rica de fibra dietética ya que los hidratos de carbono complejos, como la celulosa, forman parte de la estructura de la pared celular de los vegetales y que no son absorbidos por el aparato digestivo humano. Las legumbres poseen entre el 11 y el 25% de fibra dietética y son, junto con los cereales, la principal fuente de esta. Este nutriente tiene efectos preventivos frente a la obesidad, diabetes mellitus, estreñimiento y el cáncer de colon. Se ha demostrado que elevadas dosis de fibra alimenticia reducen el nivel de colesterol. Pág. 125

La fibra dietética que contienen las legumbres se constituyen en un componente importante para la alimentación diaria del ser humano,

debido a que esta proporciona grandes beneficios para el cuerpo sobre todo en la digestión.

2.24.6 Micronutrientes

Según SÁNCHEZ, Joaquín (2007); Las legumbres tienen cantidades importantes de hierro, cobre, carotenoides, vitamina B1, niacina, y constituyen una fuente importante de ácido fólico. Diversos estudios de investigación indican que la ingesta de alimentos ricos en folatos puede prevenir las enfermedades coronarias. Tienen buenas cantidades de calcio y hierro, aunque de peor asimilación que el de la carne o la leche, y son una buena fuente de vitaminas del grupo B. Sin embargo las legumbres no presentan cantidades apreciables de vitamina C, excepto cuando germinan o están verdes. Pág. 125

El consumo de legumbres se constituye en la base fundamental para desarrollar una buena alimentación ya que contienen hierro y vitaminas, las mismas que ayudan al organismo, sin embargo no poseen mucha vitamina C que favorece en cuanto al aumento de defensas para prevenir gripes.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Introducción

El sector agrícola es muy importante dentro de la economía ecuatoriana, el cual debería beneficiarse de la aplicación de políticas tendientes a la protección de este sector productivo, especialmente por estar constituido en su mayoría por pequeños agricultores, de los cuales un mayor porcentaje no son los vendedores directos.

Los pobladores de Chorlavi, que se dedican a esta actividad cuentan con conocimientos básicos y un clima apropiado para llevar a cabo la producción de legumbres y hortalizas, pero no han podido desarrollarse de manera adecuada, ya que han sido explotados por los comerciantes intermediarios. Los productores del sector son de bajos recursos económicos que no están en posibilidad de ser ellos quienes oferten los productos directamente al consumidor, razón por la cual venden su producción a intermediarios que acuden al sector buscando la mayor utilidad posible para ellos.

La realización del estudio de mercado se basa en un análisis de los principales oferentes del producto existente en el sector de Chorlavi, en donde se establece el número de productores y comerciantes, el lugar de ubicación de los mismos, la cantidad aproximada de venta, el precio, formas de adquisición y venta y estrategias de venta aplicadas. De igual manera se hace un análisis de la demanda, específicamente a nivel local, en donde se comercializa con mayor frecuencia. Con estos dos análisis de oferta y demanda se procede a establecer la demanda potencial insatisfecha del producto, precio proyectado y sus posibles estrategias de inducción al mercado.

En el presente proyecto, el estudio de mercado está encaminado a todas aquellas actividades que permiten a las organizaciones conseguir la información necesaria para la toma de decisiones sobre su medio, el marketing y los clientes potenciales; a través de la interpretación y comunicación de la información.

3.2 Mecánica Operativa

3.2.1 Determinación de la Población

La población tomada en cuenta para la realización del diagnóstico son los 12 agricultores del sector de Chorlavi, quienes brindarán información muy relevante para la realización de este proyecto. Además se ha tomado en consideración realizar entrevistas a los propietarios de negocios ubicados en la Ciudad de Ibarra que comercializan legumbres y hortalizas en diferentes sectores como: mercados, micro mercados y supermercados con la finalidad de obtener información de la situación comercial en nuestra ciudad de éstos productos agrícolas.

3.2.2 Cálculo de la Muestra

Con respecto a la determinación de la muestra, se ha tomado en cuenta a los productores de legumbres y hortalizas, que son en total 12 personas. Con respecto a las entrevistas dirigidas las personas que comercializan éstos productos, se ha considerado fundamentalmente aplicar el instrumento de investigación a 21 principales comercializadores de legumbres y hortalizas que adquieren la producción del sector, dicha información fue otorgada por los productores al mencionar a sus clientes.

Por lo tanto para aplicar las encuestas y entrevistas a las personas antes mencionadas, por ser menores a 100 unidades se utilizó la técnica del censo.

3.3 Diseño de Instrumentos de Investigación

Para la recolección de información se utilizará las técnicas de investigación primaria y secundaria.

3.3.1 Información Primaria

a) Encuesta

Encuestas aplicadas a los productores de legumbres y hortalizas cultivadas, quienes brindarán información valiosa para el desarrollo de este proyecto.

b) Entrevista

Entrevistas aplicadas a comerciantes de productos agrícolas, quienes expresaron su experiencias en el ámbito.

3.3.2 Información Secundaria

Datos estadísticos encontrados tanto en la Cámara de Comercio de Ibarra así como datos del Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca, así como también textos, documentos, internet, que permitirán direccionar correctamente la presente investigación, en función de temas específicos de acuerdo al tema como: empresa, sistemas contables, marketing, comercialización, proyectos.

3.4 Tabulación y Análisis de la Información

3.4.1 ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DEL SECTOR CHORLAVI

1. ¿Hace que tiempo se dedica usted a la actividad agrícola?

Cuadro 2

TIEMPO DE ACTIVIDAD AGRÍCOLA

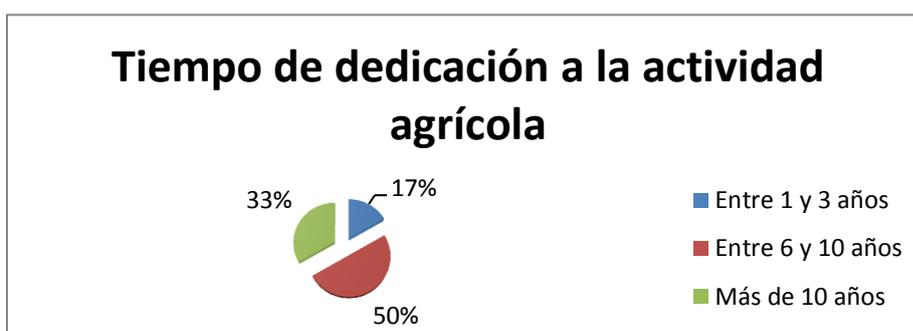
Detalle	No. Personas	%
Entre 1 y 3 años	2	17
Entre 6 y 10 años	6	50
Más de 10 años	4	33
TOTAL	12	100

Fuente: Encuesta aplicada a productores del sector de Chorlavi

Elaborado por: La Autora

Gráfico No.1

TIEMPO DE ACTIVIDAD AGRÍCOLA



ANÁLISIS:

La mayoría de los productores llevan más de diez años desarrollando la actividad agrícola en el sector, lo cual indica que, la experiencia adquirida en el desarrollo de ésta actividad es trascendente y de gran importancia ya que constituye la base para el desarrollo económico del sector.

2. ¿Qué tipo de cultivos realiza con más frecuencia?

Cuadro 3

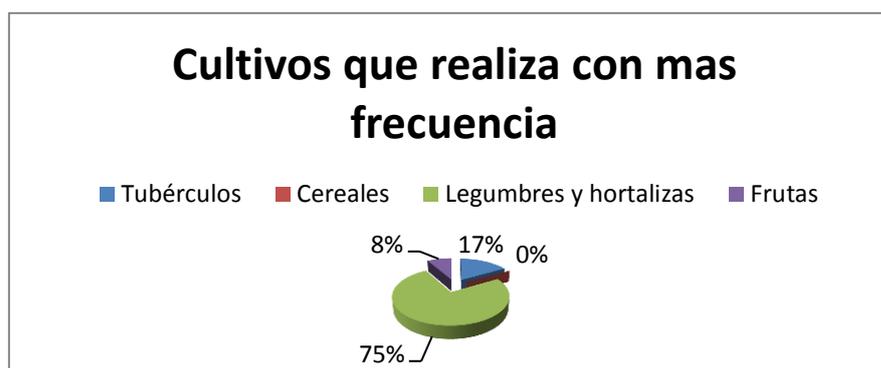
CULTIVO QUE RELIZA CON FRECUENCIA

Detalle	No. Personas	%
Tubérculos	2	17
Cereales	0	0
Legumbres y hortalizas	9	75
Frutas	1	8
TOTAL	12	100

Fuente: Encuesta aplicada a productores del sector de Chorlavi
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 2

CULTIVOS QUE REALIZA CON MAS FRECUENCIA



ANÁLISIS:

De acuerdo al criterio de los productores del sector, los cultivos que con mayor frecuencia se producen son: legumbres y hortalizas; motivo por el cual, éstas personas dedican su tiempo al cultivo de las mismas ya que, constituyen un grupo importante en la cadena alimenticia para el desarrollo y alimentación adecuado del ser humano.

3. ¿Qué tipo de fertilizantes utiliza para sus cultivos?

Cuadro 4

TIPOS DE FERTILIZANTES

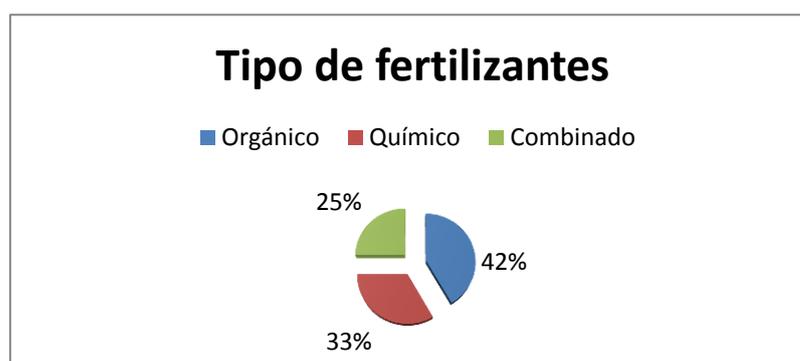
Detalle	No. Personas	%
Orgánico	12	100
Químico	0	0
Combinado	0	0
TOTAL	12	100

Fuente: Encuesta aplicada a productores del sector de Chorlavi

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 3

TIPO DE FERTILIZANTES



ANÁLISIS:

El abono que la mayoría de los productores utiliza en el cultivo de sus productos es el orgánico, el fertilizante proviene de animales, restos vegetales de alimentos y otra fuente orgánica y natural; lo cual permite que, los alimentos sean frescos y sanos para el consumo humano.

4. ¿Las semillas que usted utiliza para sus siembras son?

Cuadro 5

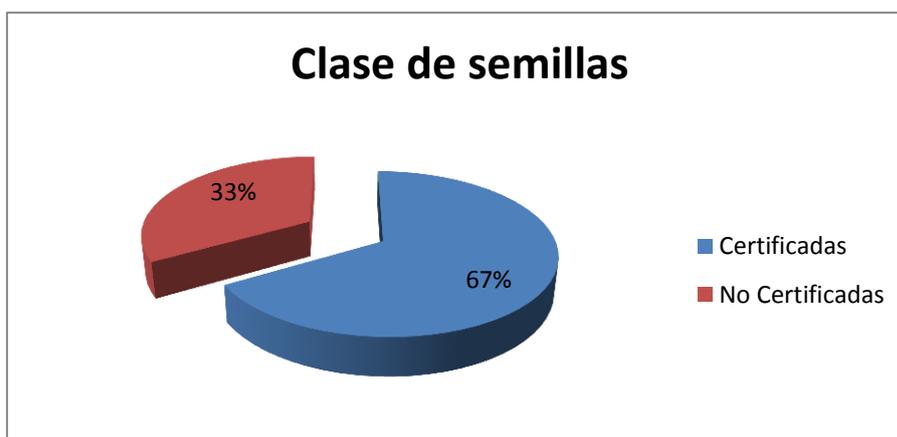
CLASES DE SEMILLAS

Detalle	No. Personas	%
Certificadas	8	67
No Certificadas	4	33
TOTAL	12	100

Fuente: Encuesta aplicada a productores del sector de Chorlavi
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 4

CLASES DE SEMILLA



ANÁLISIS:

La mayoría de los productores utiliza semillas certificadas, es decir núcleos aptos para el cultivo, muchas de las veces sin importar el costo de las mismas, pero aumentan la producción y aseguran la inversión que los productores realizan.

5. ¿Cuál es el ciclo de producción de las legumbres?

Cuadro 6

CICLO DE PRODUCCIÓN DE LEGUMBRES

Detalle	No. Personas	%
De 1 a 3 meses	0	0
De 4 a 6 meses	12	100
De 6 meses en adelante	0	0
TOTAL	12	100

Fuente: Encuesta aplicada a productores del sector de Chorlavi
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 5

CICLOS DE PRODUCCIÓN LEGUMBRES



ANÁLISIS:

Todos los productores coinciden que el ciclo de producción de las legumbres es de 6 meses, luego de este período se lleva a cabo su respectiva comercialización.

6. ¿Cuál es el ciclo de producción de las hortalizas?

Cuadro 7

CICLO DE PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS

Detalle	No. Personas	%
De 1 a 3 meses	0	0
De 4 a 6 meses	12	100
De 6 meses en adelante	0	0
TOTAL	12	100

Fuente: Encuesta aplicada a productores del sector de Chorlavi

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 6

CICLOS DE PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS



ANÁLISIS:

La mayoría de los productores manifiestan que el ciclo de producción de las hortalizas es de 6 meses, tiempo en el cual se realiza la cosecha, para luego procederá su comercialización.

7. ¿Cuántas hectáreas de terreno destina para la producción de legumbres?

Cuadro 8

NUMERO DE HECTÁREAS DE TERRENO PARA LA SIEMBRA DE LEGUMBRES

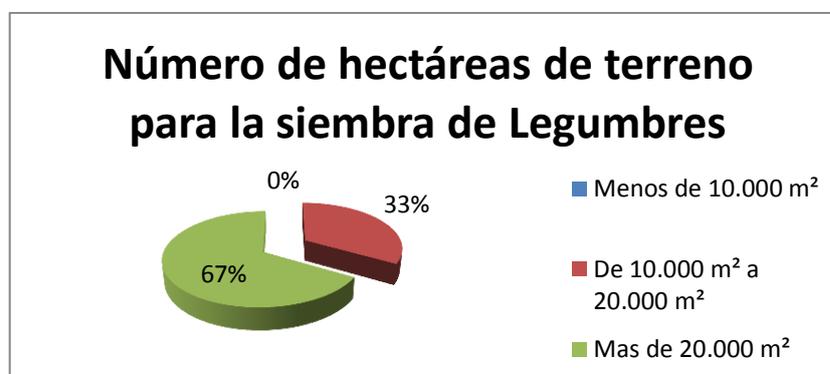
Legumbres		
Terreno	No. Personas	%
Menos de 10.000 m ²	0	0
De 10.000 m ² a 20.000 m ²	4	33
Más de 20.000 m ²	8	67
TOTAL	12	100

Fuente: Encuesta aplicada a productores del sector de Chorlavi

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 7

NÚMERO DE HECTÁREAS DE TERRENO PARA LA SIEMBRA DE LEGUMBRES



ANÁLISIS:

Con respecto a las extensiones de terreno cultivadas, según la información obtenida, todos los productores del sector de Chorlavi cultivan legumbres utilizando más de 2 hectáreas de terreno, debido a que durante el año realizan dos procesos de cultivo y cosecha. La cantidad aproximada de hectáreas cultivadas por productor es de 30 aproximadamente.

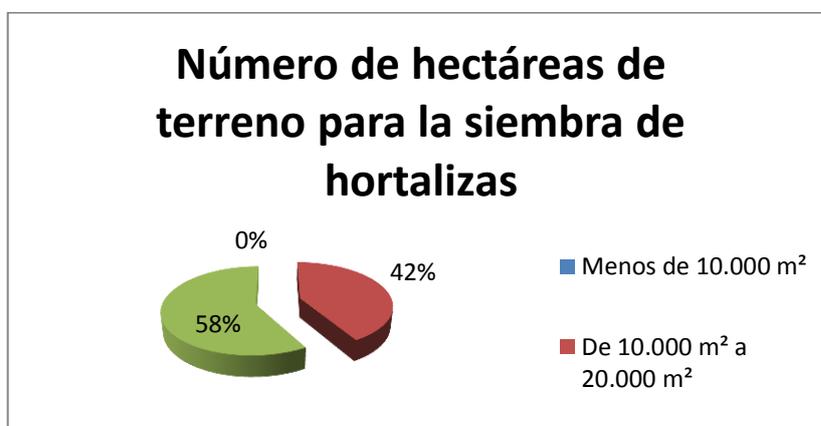
8. ¿Cuántas hectáreas de terreno destina para la producción de hortalizas?

Cuadro 9
NUMERO DE HECTAREAS DE TERRENO PARA LA SIEMBRA DE HORTALIZAS

Hortalizas		
Terreno	No. Personas	%
Menos de 10.000 m ²	0	0
De 10.000 m ² a 20.000 m ²	5	42
Más de 20.000 m ²	7	58
TOTAL	12	100

Fuente: Encuesta aplicada a productores del sector de Chorlavi
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 8
NÚMERO DE HECTÁREAS DE TERRENO PARA LA SIEMBRA DE HORTALIZAS



ANÁLISIS:

La mayoría de los productores destinan más de 2 hectáreas de sus terrenos para la producción de hortalizas. Además se tomó como dato adicional la cantidad de hectáreas cultivadas por productor, dando como resultado 30 hectáreas de legumbres aproximadamente.

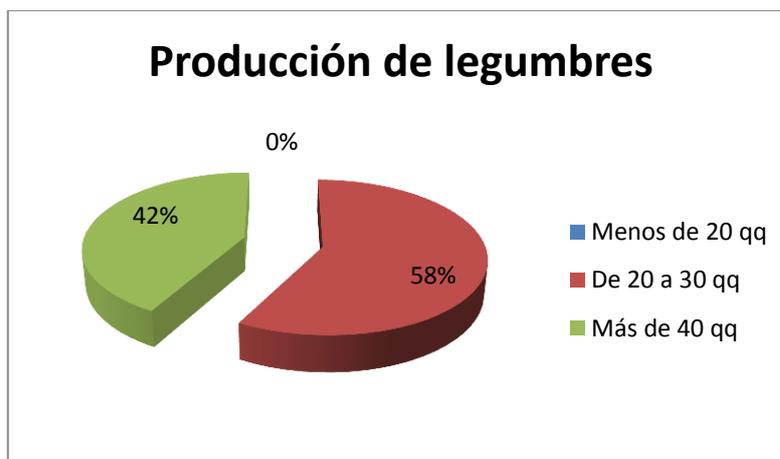
9. ¿Cuál es la cantidad de producción de legumbres por hectárea?

Cuadro 10
PRODUCCIÓN DE LEGUMBRES

Legumbres		
Quintales por Hectárea	No. Personas	%
Menos de 20 qq	0	0
De 20 a 30 qq	7	58
Más de 40 qq	5	42
TOTAL	12	100

Fuente: Encuesta aplicada a productores del sector de Chorlavi
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 9
PRODUCCIÓN DE LEGUMBRES



ANÁLISIS:

Tras un ciclo productivo de máximo 6 meses se obtiene la producción para luego comercializarla, en el sector también se producen más de 40 quintales por hectárea y por período de producción. A continuación se detalla la producción anual por cada productor.

10. ¿De acuerdo a la repuesta antes mencionada, detalle cuál es la cantidad que aproximadamente cosecha de legumbres?

Cuadro 11

CANTIDAD COSECHADA DE LEGUMBRES

No.	Nombre	Fréjol Seco	Maíz
1	Polivio Suárez	50	11
2	Miguel Chacón	25	56
3	Mesías Chilama	60	48
4	Edwin Torres	22	36
5	Germán Torres	45	56
6	Ney Narváez	38	40
7	José Inlago	30	28
8	Carlos Valverde	20	40
9	Bolívar Castro	36	53
10	Sandro Cupacán	43	32
11	Miguel López	35	41
12	Luis Carrillo	43	58
TOTAL		447	499

Fuente: Encuesta aplicada a productores del sector de Chorlavi

Elaborado por: La autora

11. ¿Cuál es la cantidad de producción de hortalizas por hectárea?

Cuadro 12

PRODUCCION DE HORTALIZAS

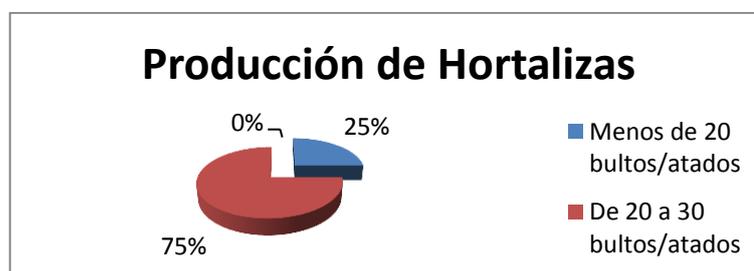
Hortalizas		
Quintales por Hectárea	No. Personas	%
Menos de 20 bultos/atados	3	25
De 20 a 30 bultos/atados	9	75
Más de 40 bultos/atados	0	0
TOTAL	12	100

Fuente: Encuesta aplicada a productores del sector de Chorlavi

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 10

PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS



ANÁLISIS:

Tras un período productivo de aproximadamente 6 meses, los agricultores cosechan las hortalizas para su respectiva venta, obteniendo un promedio de 20 a 30 bultos/atados. Para obtener información más aproximada se encuestó sobre la cantidad cosechada en el último año de producción la cual se presenta a continuación:

12. ¿De acuerdo a la respuesta antes mencionada, detalle cuál es la cantidad que aproximadamente cosecha de hortalizas?

Cuadro 13

CANTIDAD COSECHADA DE HORTALIZAS

No.	Nombre	Pimiento	Cilantro
1	Polivio Suárez	30	22
2	Miguel Chacón	27	30
3	Mesías Chilama	28	27
4	Edwin Torres	25	30
5	Germán Torres	20	22
6	Ney Narváez	23	21
7	José Inlago	30	24
8	Carlos Valverde	24	30
9	Bolívar Castro	28	23
10	Sandro Cupacán	20	28
11	Miguel López	27	23
12	Luis Carrillo	20	30
TOTAL		302	310

Fuente: Encuesta aplicada a productores del sector de Chorlavi
Elaborado por: La autora.

13. ¿De qué manera comercializa sus productos?

Cuadro 14

COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS

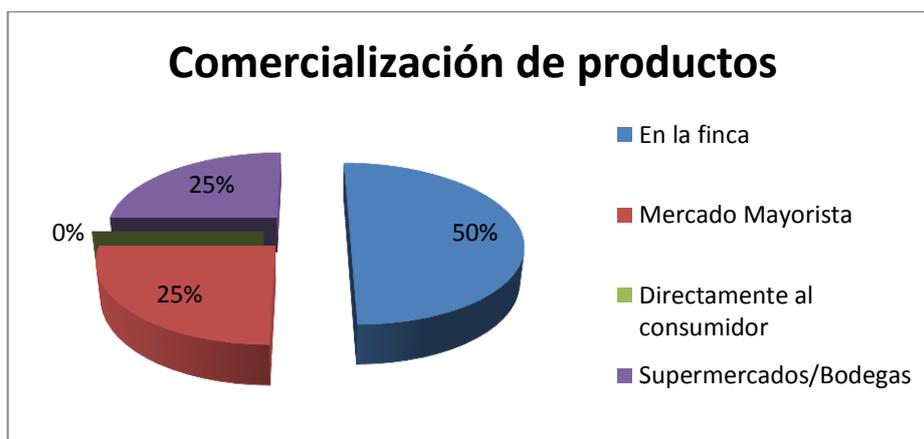
Detalle	No. Personas	%
En la finca	6	50
Mercado Mayorista	3	25
Directamente al consumidor	0	0
Supermercados/Bodegas	3	25
TOTAL	12	100

Fuente: Encuesta aplicada a productores del sector de Chorlavi

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 11

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS



ANÁLISIS:

Cada uno de los agricultores tienen diferentes formas de comercializar sus productos, por lo tanto la mayoría de ellos vende su producción en la propia localidad, es decir, que los comerciantes de la ciudad de Ibarra se acercan a los diferentes terrenos a negociar la producción, mientras que otros salen a ofrecer sus productos en las bodegas y el Mercado Mayorista. Por lo tanto ninguno de los productores vende directamente al consumidor.

14. ¿De qué manera fija los precios para sus productos?

Cuadro 15

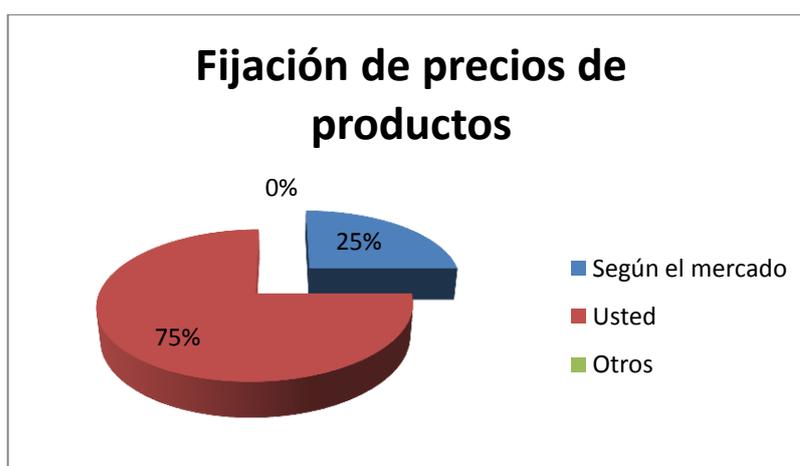
FIJACIÓN DE PRECIOS A LOS PRODUCTOS

Detalle	No. Personas	%
Según el mercado	3	25
Usted	9	75
Otros	0	0
TOTAL	12	100

Fuente: Encuesta aplicada a productores del sector de Chorlavi
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 12

FIJACIÓN DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS



ANÁLISIS:

Las legumbres y las hortalizas al ser productos transitorios y nutritivos, son de mayor comercialización. Por lo tanto la mayoría de los productores manifestó que propiamente ellos fijan los precios de los productos.

15. ¿Dónde almacena sus productos cosechados?

Cuadro 16

LUGAR DE ALMACENAMIENTO DE PRODUCTOS

Detalle	No. Personas	%
En su propia vivienda	12	100
Tiene un centro de acopio	0	0
TOTAL	12	100

Fuente: Encuesta aplicada a productores del sector de Chorlavi
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 13

LUGAR DE ALMACENAMIENTO DE PRODUCTOS



ANÁLISIS:

La totalidad de los productores entrevistados coinciden que el almacenamiento de los cultivos lo realizan en su propia vivienda, muchas veces corriendo el riesgo de que los cultivos se dañen ya que estos son productos perecibles, lo cual significa que si existe la posibilidad de crear un centro de acopio, a través del cual se genere beneficio para todos los productores.

16. ¿El capital empleado en el desarrollo de su actividad es?

Cuadro 17

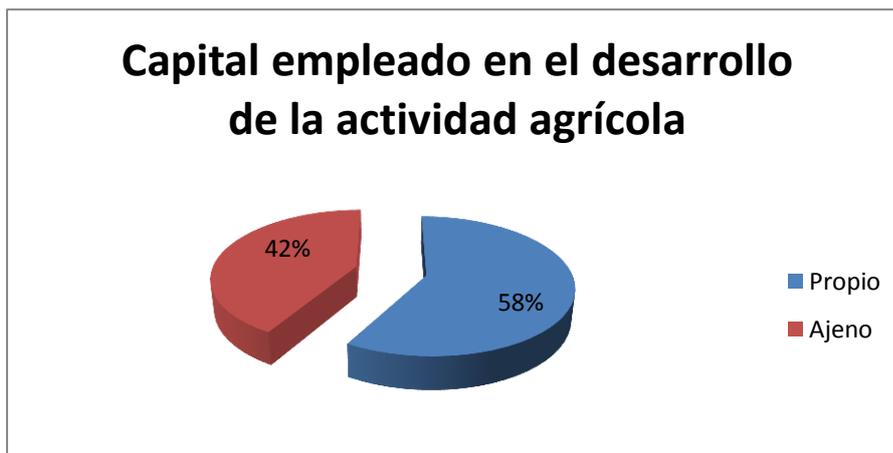
CAPITAL EMPLEADO EN ACTIVIDADES AGRÍCOLAS

Detalle	No. Personas	%
Propio	7	58
Ajeno	5	42
TOTAL	12	100

Fuente: Encuesta aplicada a productores del sector de Chorlavi
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 14

CAPITAL EMPLEADO EN ACTIVIDAD AGRÍCOLA



ANÁLISIS:

El capital empleado para llevar a cabo el desarrollo de la actividad agrícola en la mayoría de los productores es propio, sin embargo existe un número de agricultores que no cuentan con capital propio, lo cual significa que muchos de ellos acuden a una institución financiera o quizá consiguen el dinero a través de un agiotista.

17. ¿Si el capital es prestado, que institución le financia?

Cuadro 18

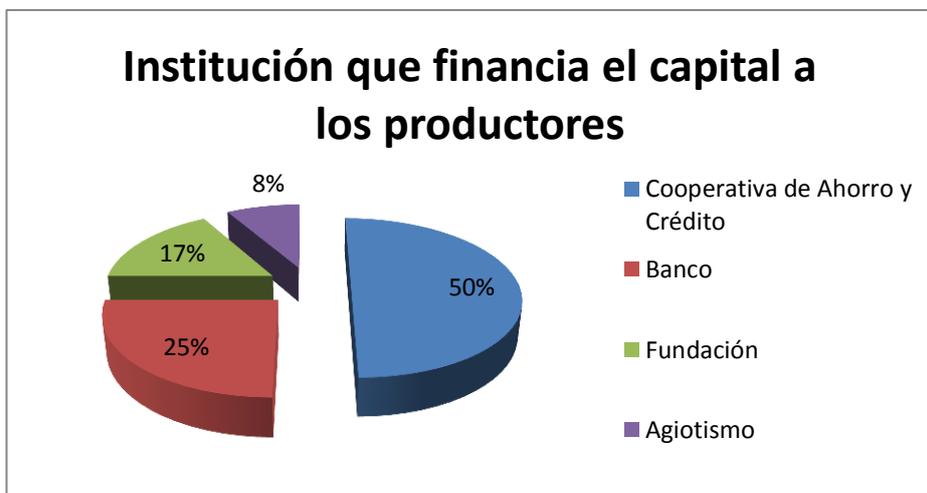
INSTITUCIÓN FINANCIERA

Detalle	No. Personas	%
Cooperativa de Ahorro y Crédito	6	50
Banco	3	25
Fundación	2	17
Agiotista	1	8
TOTAL	12	100

Fuente: Encuesta aplicada a productores del sector de Chorlavi
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 15

INSTITUCIÓN FINANCIERA



ANÁLISIS:

La mayoría de los productores entrevistados manifestó que la institución que les financia el capital es una Cooperativa de Ahorro y Crédito, debido a que en la mayoría de los Bancos no existe la posibilidad de acceder a un crédito por el segmento de mercado, sin embargo en instituciones del Estado como el Banco de Fomento y la CFN existe posibilidad de acceder a un crédito, al igual que en una Fundación como FODEMI.

18. ¿Necesita un centro de acopio donde almacene sus productos adecuadamente?

Cuadro 19

NECESIDAD DE CREAR UN CENTRO DE ACOPIO

Detalle	No. Personas	%
Si	11	92
No	1	8
TOTAL	12	100

Fuente: Encuesta aplicada a productores del sector de Chorlavi

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 16

NECESIDAD DE CREAR UN CENTRO DE ACOPIO



ANÁLISIS:

La mayor parte de los productores si necesita que se cree un centro de acopio, ya que se generarán beneficios tanto económicos como sociales, de esta manera el sector ganara acogida a nivel de la ciudad y el cantón.

19. ¿Qué características cree usted que debe reunir este centro de acopio?

Cuadro 20

CARACTERÍSTICAS DEL CENTRO DE ACOPIO

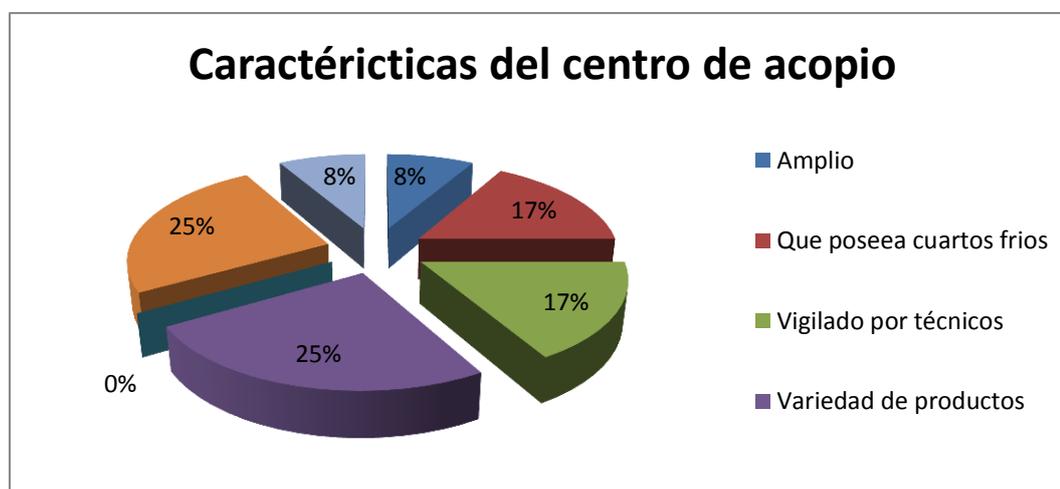
Detalle	No. Personas	%
Amplio	1	8
Que posea cuartos fríos	2	17
Vigilado por técnicos	2	17
Variedad de productos	3	25
Que brinde una buena atención		0
Que los equipos sean de calidad	3	25
Que tenga facilidades de acceso a los productos	1	8
TOTAL	12	100

Fuente: Encuesta aplicada a productores del sector de Chorlavi

Elaborado por: La autora

Gráfico 17

CARACTERÍSTICAS DEL CENTRO DE ACOPIO



ANÁLISIS:

Según el criterio de los productores sobre las características que debe reunir el centro de acopio se determinó que lo más esencial en el centro es poseer espacio suficiente para poder almacenar una variedad de productos, con equipos sofisticados que sean capaces de mantener los productos en buen estado para una adecuada comercialización.

3.4.2 Entrevista realizada a la población comercializadora de las principales Bodegas de Legumbres y Hortalizas en la ciudad de Ibarra

Las principales bodegas comercializadoras de la ciudad de Ibarra, tienen más de 16 años de experiencia, para su criterio es un negocio rentable que ofrece gran variedad de productos alimenticios, atienden a personas de toda clase y estrato social. Con respecto a las legumbres y hortalizas la tendencia de comercialización es alta, por lo que requieren estar debidamente abastecidos, los principales proveedores de estos productos son los de la zona de Otavalo, Ibarra y Urcuqui.

Por lo general negocian con 3 productores de legumbres, a diferencia de las hortalizas que requieren aproximadamente 9 proveedores debido a los diferentes tipos de hortalizas. Todos manifestaron que conocen el sector de Chorlavi y adquieren legumbres y hortalizas. Considerando que se entrevistaron a 21 propietarios de negocios comerciales en cuanto al promedio de producción que adquieren se obtuvo que el promedio de compra de los productos para abastecer a las bodegas, aproximadamente es de 45 quintales de maíz y 50 quintales de fréjol mensuales cuando está en la temporada de cosecha, mientras que de pimiento y cilantro aproximadamente es de 20 y 30 bultos/ atados. Por lo tanto de acuerdo a la entrevista se obtuvo los siguientes resultados:

Cuadro 21

RESULTADOS CUANTITATIVOS DE LA ENTREVISTA

Producto	Cantidad Adquirida
Legumbres	
Fréjol	728
Maíz	679
Hortalizas	
Pimiento	568
Cilantro	534
Total de Legumbres	1407
Total de Hortalizas	1102

Fuente: Población Comercializadora de Legumbres y Hortalizas

Elaborado por: La autora

Los comercializadores recomiendan que los productores deben capacitarse en las formas de cuidado y trabajo de los cultivos y consideran que sería muy conveniente la creación de un Centro de Acopio, para mejorar las condiciones de almacenamiento y mantener en buen estado la producción para negociar de manera diferente en cuanto a cantidad y precios.

3.5 Análisis de la Demanda

De acuerdo a las últimas tendencias del mercado de consumo, las legumbres y hortalizas están teniendo mayor aceptación en la actualidad, esto se debe al cambio en la alimentación de las personas que prefieren las legumbres y hortalizas para mejorar su salud y nutrición.

De esto se desprende que la demanda potencial de este proyecto son los supermercados, micro-mercados y despensas de la ciudad de Ibarra, especialmente a los que tienen mayor porcentaje de concurrencia las familias del cantón, que van en busca de satisfacer sus necesidades.

A continuación se muestra, el cuadro que se tomó como referencia para la investigación de la demanda en lo referente a los supermercados, micro-mercados del cantón (tomando los datos proporcionados por del Catastro del Ilustre Municipio de Ibarra.)

Cuadro 22

SUPERMERCADOS Y MICROMERCADOS

Clase de Negocio	Cantidad
Mercados	3
Micromercados	31
Supermercados	10
Bodegas de Granos	32
TOTAL	76

Fuente: Base de datos del IMI año 2013

Elaborado por: La autora

3.6 Demanda Actual

La demanda de los productos de la presente investigación comprende los centros de expendio de legumbres y hortalizas localizados en el cantón Ibarra, que se encuentran detallados anteriormente pero de acuerdo a la información proporcionada por los productores del sector se consideró analizar a los 21 principales clientes expendedores de legumbres y hortalizas, los cuales a la vez son clientes de los productores del sector de Chorlavi.

A continuación se presenta la información obtenida sobre la cantidad demandada por los negocios comerciales que se han establecido como mercado meta para el Centro de Acopio de Legumbres y Hortalizas.

Cuadro 23
DEMANDA ACTUAL

Producto	Unidad de Medida	Cantidad por temporada	Cantidad Anual
Legumbres			
Fréjol	Quintal	364	728
Maíz	Quintal	340	679
Hortalizas		0	
Pimiento	Bulto	284	568
Cilantro	Atado	267	534
TOTAL QUINTALES LEGUMBRES			1407
TOTAL QUINTALES HORTALIZAS			1102

Fuente: Entrevista realizada a la Población Comercializadora de Legumbres y Hortalizas. Según Cuadro No. 21 del Capítulo III

Elaborado por: La autora

3.6.1 Demanda Potencial

La demanda potencial determina el consumo de un bien a futuro que es el límite máximo hacia el que tiende el mercado potencial actual a lo largo del tiempo.

Para realizar la proyección de la demanda se ha tomado como variable la tasa de crecimiento poblacional del cantón Ibarra, según el último Censo de Población y Vivienda 2010 es 1.86%.

Se ha considera como variable la tasa de crecimiento poblacional debido a que, los productos agrícolas son de consumo por lo que existe una relación directamente proporcional con el comportamiento del mercado de la ciudad de Ibarra. Además los comercializadores de los productos manifestaron que determina el volumen de abastecimiento de acuerdo a la cantidad de pedido de empresas, microempresas y consumidores.

Con respecto a la proyección de la demanda sea considerado utilizar la siguiente fórmula de crecimiento exponencial;

$$Q_n = Q_0 (1+i)^n$$

Dónde:

Q_n= Demanda Futura

Q₀= Demanda Inicial

i= Porcentaje de Crecimiento

n= Año Proyectado

Por lo que se procedió a aplicar la fórmula para proyectar la demanda.

Legumbres

Fréjol

$$Q_n = Q_0 (1+i)^n$$

$$Q_n = 728(1+0.0186)^1$$

$$Q_n = 728(1.0186)$$

$$Q_n = 742$$

Maíz

$$Q_n = Q_0 (1+i)^n$$

$$Q_n = 679(1+0.0186)^1$$

$$Q_n = 679(1.0186)$$

$$Q_n = 692$$

Hortalizas

Pimiento

$$Q_n = Q_0 (1+i)^n$$

$$Q_n = 568(1+0.0186)^1$$

$$Q_n = 568(1.0186)$$

$$Q_n = 579$$

Cilantro

$$Q_n = Q_0 (1+i)^n$$

$$Q_n = 534(1+0.0186)^1$$

$$Q_n = 534(1.0186)$$

$$Q_n = 544$$

Para los siguientes años se trabaja con los nuevos resultados obtenidos y cambiando el número del año a proyectarse secuencialmente.

Cuadro 24

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Producto	Unidad de Medida	2013 Año Base	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Legumbres							
Fréjol	Quintal	728	742	770	814	876	961
Maíz	Quintal	679	692	718	759	817	896
Hortalizas			0				
Pimiento	Bulto	568	579	601	635	684	750
Cilantro	Atado	534	544	564	596	642	704
TOTAL DE LEGUMBRES		1407	1433	1488	1573	1693	1857
TOTAL DE HORTALIZAS		1102	1122	1165	1231	1326	1454

Fuente: Entrevista realizada a la Población Comercializadora de Legumbres y Hortalizas. Según Cuadro No. 21 del Capítulo III

Elaborado por: La autora

3.7 Análisis de la Oferta

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La

oferta, al igual que la demanda, es función de una serie de factores, como son los precios en los mercados del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc. La investigación de campo que se haga deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrollará el proyecto

3.7.1 Oferta Actual

La oferta no es más que la cantidad de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado para satisfacer una necesidad a un precio determinado.

Para el presente proyecto, los principales abastecedores de legumbres y hortalizas al Centro de Acopio serán los agricultores del sector de Chorlavi. La cantidad ofertada se obtuvo a través de la encuesta aplicada a los productores, la información obtenida se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 25
OFERTA

Producto	Unidad de Medida	Cantidad por temporada	Cantidad Anual
Legumbres			
Fréjol	Quintal	224	447
Maíz	Quintal	250	499
Hortalizas		0	
Pimiento	Bulto	151	302
Cilantro	Atado	155	310
TOTAL QUINTALES LEGUMBRES			946
TOTAL QUINTALES HORTALIZAS			612

Fuente: Entrevista realizada a la Población Comercializadora de Legumbres y Hortalizas. Según Cuadro No. 11 y 13 del Capítulo III

Elaborado por: La autora

3.7.2 Oferta Proyectada

De acuerdo a la información obtenida la oferta del presente proyecto comprende la cantidad de producción de legumbres y hortalizas de los 12 agricultores del sector de Chorlavi.

Al igual que en la demanda para la proyección de la oferta se tomó como variable la tasa de crecimiento poblacional del Cantón Ibarra, siendo esta del 1.86% (fuente de investigación, Página web del Banco Central del Ecuador). La oferta se proyectó para los cinco años de vida del proyecto, utilizando la fórmula de crecimiento exponencial;

$$Q_n = Q_0 (1+i)^n$$

Dónde:

Q_n= Oferta Futura

Q₀= Oferta Inicial

i= Porcentaje de Crecimiento

n= Año Proyectado

Por lo que se procedió a aplicar la fórmula para proyectar la oferta:

Legumbres

Fréjol

$$Q_n = Q_0 (1+i)^n$$

$$Q_n = 447(1+0.0186)^1$$

$$Q_n = 447(1.0186)$$

$$Q_n = 455$$

Maíz

$$Q_n = Q_0 (1+i)^n$$

$$Q_n = 499(1+0.0186)^1$$

$$Q_n = 499(1.0186)$$

$$Q_n = 508$$

Hortalizas

Pimiento

$$Q_n = Q_0 (1+i)^n$$

$$Q_n = 302(1+0.0186)^1$$

$$Q_n = 308(1.0186)$$

$$Q_n = 308$$

Cilantro

$$Q_n = Q_0 (1+i)^n$$

$$Q_n = 310(1+0.0186)^1$$

$$Q_n = 316(1.0186)$$

$$Q_n = 316$$

Para los siguientes años se trabaja con los nuevos resultados obtenidos y cambiando el número del año a proyectarse secuencialmente.

Cuadro 26
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Producto	Unidad de Medida	2013 Año Base	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Legumbres							
Fréjol	Quintal	447	455	472	499	537	589
Maíz	Quintal	499	508	527	557	599	657
Hortalizas							
Pimiento	Bulto	302	308	320	338	364	399
Cilantro	Atado	310	316	328	345	371	407
TOTAL DE LEGUMBRES		946	963	999	1056	1136	1246
TOTAL DE HORTALIZAS		612	624	648	683	735	806

Fuente: Entrevista realizada a la Población Comercializadora de Legumbres y Hortalizas. Según Cuadro No. 11 y 13 del Capítulo III

Elaborado por: La autora

3.8 Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha es la diferencia existente entre la demanda y la oferta, cabe resaltar que es el punto determinante para establecer y comprobar la factibilidad de la creación de una empresa o microempresa. A continuación se detalla la demanda insatisfecha.

Cuadro 27
DEMANDA INSATISFECHA LEGUMBRES

Fréjol			
Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2014	742	455	287
2015	770	472	298
2016	814	499	315
2017	876	537	339
2018	961	589	372

Maíz			
Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2014	692	508	184
2015	718	527	191
2016	759	557	202
2017	817	599	218
2018	896	657	239

Fuente: Cuadro No. 24 y 26 del Capítulo III

Elaborado por: La autora

Cuadro 28

DEMANDA INSATISFECHA HORTALIZAS

Pimiento			
Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2014	579	308	271
2015	601	320	281
2016	635	338	297
2017	684	364	320
2018	750	399	351

Cilantro			
Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2014	544	316	228
2015	564	328	236
2016	596	345	251
2017	642	371	271
2018	704	407	297

Fuente: Cuadro No. 24 y 26 del Capítulo III

Elaborado por: La autora

Al existir una demanda insatisfecha de legumbres y hortalizas entonces se presenta una oportunidad para los agricultores del sector de Chorlavi, ya que pueden aumentar su producción a través del cuidado adecuado de sus tierras, uso de semillas de calidad, capacitación sobre técnicas de cultivo, contribuyendo de esta manera a llenar el nicho de mercado que existe en la actualidad.

3.9 Análisis de la Competencia

De acuerdo a los criterios de los productores del sector si existe competencia, la cual se ve reflejada en los agricultores de los demás sectores de los distintos cantones de la provincia.

Con respecto al Centro de Acopio no existe competencia oficial directa, en vista de que los agricultores de esta zona no se encuentran organizados para comercializar sus productos. El proyecto pretende ser el primer Centro de Acopio de Legumbres y Hortalizas en el sector, que permitirá almacenar los productos en condiciones adecuadas, además facilitar el proceso de comercialización entre productores y comerciantes mayoristas.

3.10 Análisis y determinación de precios

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, además son muy versátiles, es decir que cada día pueden variar.

Para la comercialización de legumbres y hortalizas en el sector de Chorlavi, el precio se fija de acuerdo a la temporada, es decir, los meses de mayor demanda.

La investigación de los precios se efectuó a través de un sondeo de precios, 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 de legumbres y hortalizas

Cuadro 29

PRECIOS DE LEGUMBRES Y HORTALIZAS

Producto	Unidad de Medida	Precio
Legumbres		
Fréjol	Quintal	132
Maíz	Quintal	98
Hortalizas		
Pimiento	Bulto	15
Cilantro	Atado	6

Fuente: Población Comercializadora de Legumbres y Hortalizas
Elaborado por: La autora

3.11 Análisis de la comercialización, distribución y publicidad

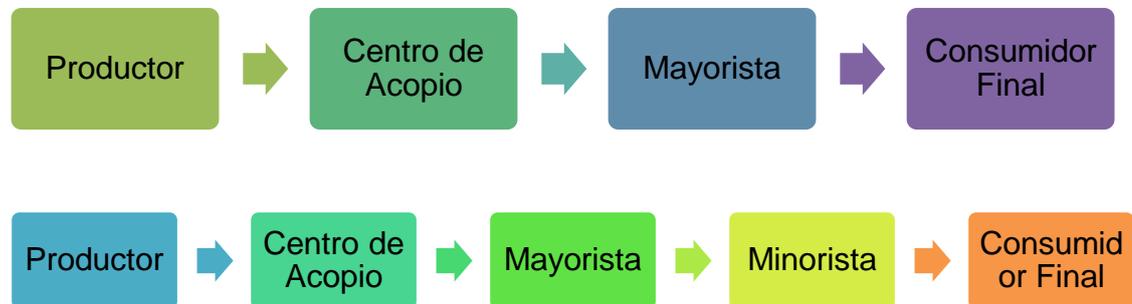
La comercialización es un factor clave para que un emprendimiento pueda sostenerse y crecer. Es el conjunto de funciones que se desarrolla desde que el producto sale desde el establecimiento de un producto hasta que llega al consumidor.

3.11.1 Canales de Distribución

Canal de distribución es el circuito a través del cual los fabricantes ponen a disposición de los consumidores los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.

Para la comercialización de legumbres y hortalizas a través del Centro de Acopio se utilizará el siguiente modelo de canal de distribución:

Gráfico No. 18
CANALES DE DISTRIBUCIÓN



En vista de que el mercado de productos agrícolas presenta una serie de características particulares como perecibilidad de productos, gran número de oferentes, entre otras, es aconsejable distribuir los productos a través de entes mayoristas y minoristas para que llegue al consumidor final.

3.11.2 Marketing

❖ Producto

Un producto es una opción elegible, viable y repetible que la oferta pone a disposición de la demanda, para satisfacer una necesidad o atender un deseo a través de su uso o consumo

El Centro de Acopio ofrecerá productos de excelente calidad, bajo buenas prácticas de cultivo, cosecha, poscosecha y almacenamiento, que permitan satisfacer las necesidades del consumidor

❖ Precio

Es el valor monetario que se le asigna a un producto y se lo puede determinar en base a los siguientes aspectos:

- ❖ Análisis de la versatilidad de los precios de los productos agrícolas en el mercado.
- ❖ Deben ser accesibles y atractivos para los clientes, es decir para los propietarios de supermercados, mercados y bodegas de la ciudad de Ibarra.
- ❖ Costos y gastos de producción más un margen de utilidad.

❖ **Plaza**

Como productor o fabricante, es importante llevar el producto o servicio a los lugares en los que será vendido, como mayoristas, medio mayorista y detallistas para llegar al usuario, localizar los puntos estratégicos de distribución para que los productos sean identificados y consumidos y así "lograr el alcance deseado de la compañía en el mercado".

En lo que se refiere al Centro de Acopio de legumbres y hortalizas existirá la debida planificación, de tal manera, que los productores asociados lleven sus productos a la infraestructura disponible en el Centro de Acopio y se proceda a efectuar el proceso para la comercialización.

❖ **Promoción**

La promoción es el elemento de la mezcla de marketing que sirve para informar, persuadir, y recordarles al mercado la existencia de un producto y su venta, con la esperanza de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario.

Cabe resaltar que es importante dar a conocer la creación del Centro de Acopio, principalmente a los clientes actuales de los agricultores.

3.12 Conclusiones del Estudio de Mercado

Todos los agricultores encuestados manifestaron que sería de mucha importancia y apoyo que se cree en el sector un Centro de Acopio, el mismo que ayude a buscar nuevos mercados al cual poder expender el producto.

Los pequeños agricultores del sector de Chorlavi, están dispuestos a capacitarse en todo el proceso productivo: preparación del suelo, utilización de fungicidas, cosecha, pos cosecha y venta, además, en lo que a costos se refiere, para saber el valor invertido y la utilidad obtenida.

Se puede decir que el Centro de Acopio a crearse de acuerdo a la oferta y la demanda encuestada si es factible, porque tiene mercado al cuál ofrecer los productos.

También se puede manifestar que, al prestar un servicio especializado en este tipo de producto y la asociación de los pequeños agricultores de esta zona, se debe observar para su potencial desarrollo, los siguientes aspectos:

- ✓ Trabajar en función de la ética organizacional.
- ✓ Cumplir en todos los aspectos con la misión y visión del Centro de Acopio, para que se pueden realizar las metas y objetivos planteados.
- ✓ Observar y ejecutar las políticas y directrices de trabajo, sus objetivos generales, específicos, y de manera fundamental las estrategias de cada de una de las actividades a desarrollarse en el Centro de Acopio.
- ✓ Innovar y mejorar las habilidades y tácticas de atención al cliente.
- ✓ Actualizar permanentemente los medios de publicidad y promoción, para el mayor conocimiento de los productos en el mercado local.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO – INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1. Localización del Proyecto

El estudio de localización plantea dos niveles de avance en el proceso de decidir el lugar adecuado para la instalación del centro de acopio para granos andinos propuesto como es: la macro y micro localización.

4.1.1. Macrolocalización

El presente proyecto está localizado en la Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia Rural de San Antonio de Ibarra.

Gráfico No. 19
MAPA POLÍTICO DE LA PROVINCIA DE IMBABURA



Fuente: Municipio de Ibarra
Elaboración: La autora

Ibarra capital de la provincia de Imbabura ubicada a $0^{\circ} 17' 30''$ y $0^{\circ} 22' 30''$ de latitud norte y sur $78^{\circ} 05' 00''$ y $78^{\circ} 09' 00''$ de longitud este y oeste, a una altitud de 2200 m.s.n.m., con diversos pisos altitudinales y microclimas y, es en este cantón donde se encuentra el área del proyecto.

Gráfico No. 20

MAPA POLÍTICO DEL CANTÓN IBARRA



Fuente: Municipio de Ibarra

Elaborado por: La Autora

San Antonio es una parroquia rural, que gracias a su clima produce gran variedad de plantas. Cuenta con 14.987 habitantes, el 70 % son artesanos, 30% se dedica a la agricultura. La parroquia de San Antonio de Ibarra presenta un clima frío en la parte alta del páramo que se encuentra desde los 2,800 hasta los 4,620 msnm, y templado correspondiente al centro poblado 2,040 msnm hasta los 2,800; posee una pluviosidad de 600 a 1000 mm, su temperatura promedio es de 9,8 en la parte alta y alcanza los 17o C en la parte baja.

Por lo que la mayoría de la gente se dedican al cultivo de granos andinos como trigo, cebada y maíz y verduras, hortalizas como acelga, brócoli, lechuga, cilantro siendo los más significativos y muy pocos han empezado a rescatar los cultivos tradicionales para la seguridad alimentaria. Considerando que la actividad agrícola ha sido el sustento de sus familias, ya sea para el consumo familiar y generación de pequeños ingresos por la venta de sus productos.

La localización adecuada del centro de acopio que se instalaría, puede determinar el éxito o fracaso de la pequeña empresa.

Por ello la decisión acerca de ubicar el proyecto obedece no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos e institucionales, con la finalidad que maximice la rentabilidad del proyecto.

La decisión de localización del proyecto es una decisión de largo plazo con repercusiones económicas que deben considerarse con la mayor exactitud posible.

Esto exige que su análisis se realice de forma integrada con las restantes variables del proyecto: demanda, transporte, competencia, etcétera.

4.1.2. Micro localización

La micro localización busca seleccionar el lugar adecuado del proyecto, básicamente se describe las características del terreno, infraestructura y medio ambiente, leyes y reglamentos imperantes en la ubicación, dirección del lugar.

Por tal razón el lugar más estratégico para la instalación del centro de acopio, estará localizado en el sector de Chorlavi de la parroquia San Antonio.

El terreno a ubicarse el centro de acopio, es de propiedad de uno de los productores mayoritarios.

❖ Aspectos Comerciales

✓ Competencia

En el sector de influencia del proyecto no existen empresas que ofrezcan un servicio de comercialización de legumbres y hortalizas, por tal razón se ha visto la oportunidad de crear un Centro de Acopio que ofrezca un servicio diferenciado orientado a satisfacer los requerimientos del cliente.

✓ **Canales de Distribución**

La nueva unidad productiva, ofrecerá el servicio de entrega a domicilio, por lo que los posibles clientes no tienen la necesidad de concurrir hasta la unidad productiva, para adquirir el producto.

Otra alternativa de comercialización de las legumbres y hortalizas es vender su producción, previo acuerdo escrito, con un supermercado (supermaxi, despensas, micro-mercados), teniendo la ventaja que conoce de antemano la producción solicitada por éste y asegurando la venta de la producción.

❖ **Aspectos de Producción**

✓ **Materia Prima**

Constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semi-elaborado. Se caracteriza por ser fácilmente identificable y cuantificable en el producto fabricado.

En este proyecto no se transformará al producto, se venderán las legumbres y hortalizas ya como un producto terminado, pero si mejorando su empaque y presentación. Las personas que proveerán los productos a este centro de acopio serán los agricultores del lugar, que tienen una gran trayectoria en la producción agrícola, lo cual permitirá entregar al cliente un producto de calidad.

✓ **Mano de Obra**

Es la fuerza de trabajo que participa en la transformación de los materiales en productos acabados, ya sea que intervengan manualmente

o accionando máquinas. La nueva unidad productiva requiere de una mano de obra especializada y capacitada en el área de agricultura, administración y mercadeo, para asegurar de esta forma la producción.

❖ **Infraestructura**

✓ **Servicios Básicos**

El sector es de rápido y fácil acceso, cuenta con la infraestructura adecuada y necesaria para la implementación del proyecto, dispone de los servicios básicos como energía eléctrica, agua potable y de riego, alcantarillado, y teléfono.

✓ **Costo del Terreno**

Para el desarrollo de este proyecto se contará con un terreno de aproximadamente 400 m².

✓ **Vías de Comunicación**

Con el crecimiento acelerado de las ciudades, se ha incrementado las vías, carreteras y vehículos de transporte terrestre que permiten a los habitantes trasladarse en el menor tiempo posible con sus productos hacia los clientes. Por esta razón se puede llegar con facilidad y sin demora a los posibles consumidores finales de la nueva unidad productiva.

✓ **Disponibilidad de Espacio Físico**

El terreno en donde se ubicará la nueva unidad productiva es propio, contribuyendo de esta forma a la sostenibilidad del proyecto, lo cual dispone de espacio físico suficiente y adecuado.

4.2. Ingeniería del Proyecto

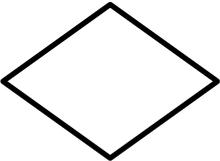
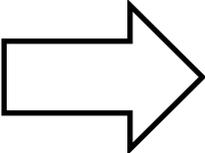
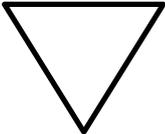
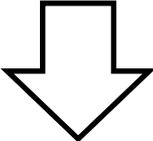
Esta fase corresponde al análisis de factibilidad, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deben analizarse en forma adecuada para lograr que el proyecto a implantar tenga éxito, es decir trabajar con información confiable y adecuada, porque de lo contrario se corre el riesgo de tener dificultades.

4.2.1 Diseño de Procesos

El diagrama es un instrumento, a través del cual se da a conocer en forma general los pasos que se realizan para desarrollar cierta actividad.

La simbología a utilizarse para representar las operaciones efectuadas en cada actividad es la siguiente:

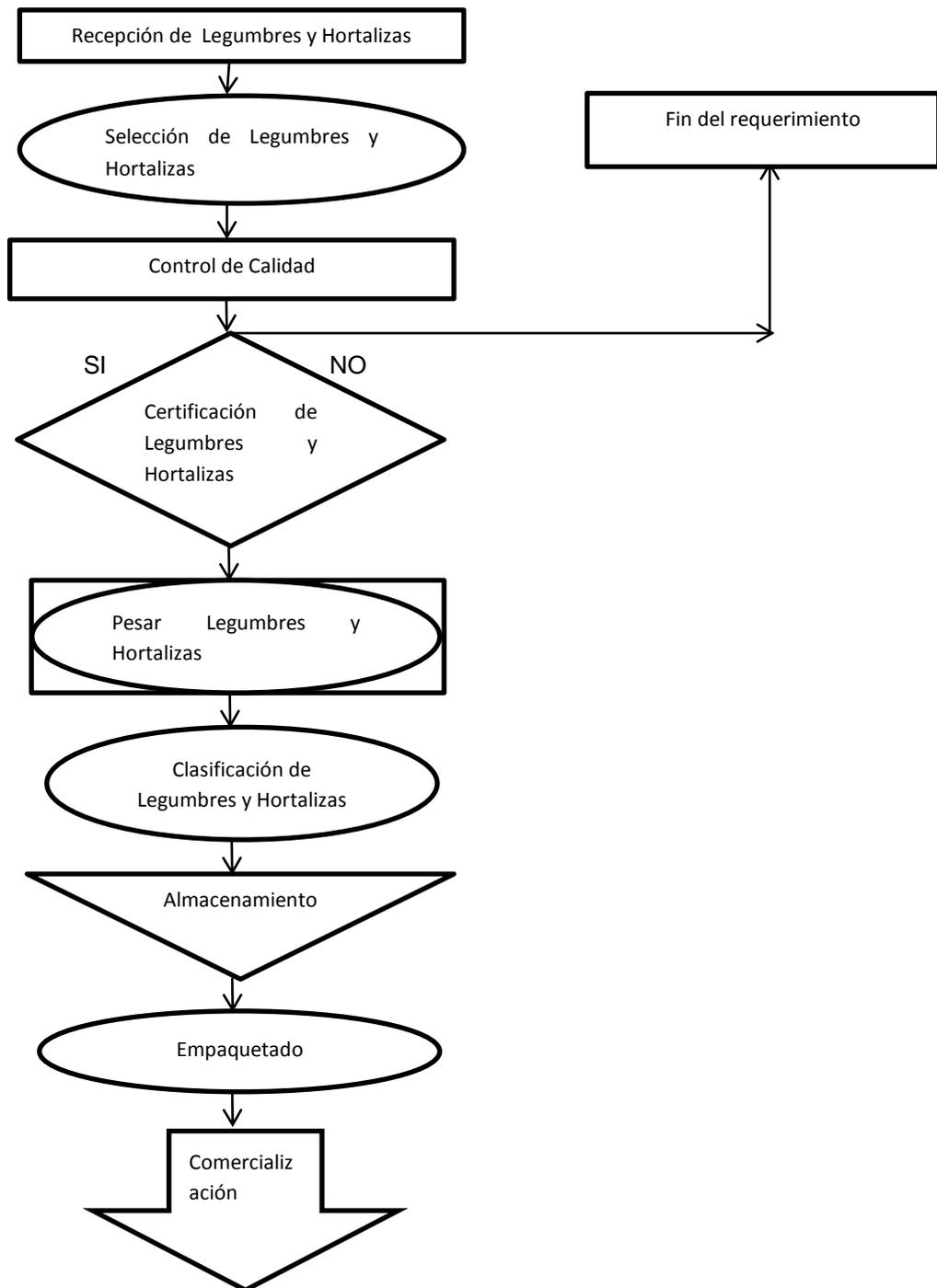
Gráfico No. 21
SIMBOLOGÍA

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO
	Actividad
	Decisión
	Transporte
	Almacenamiento
	Comercialización

4.2.2 Diagrama del Proceso de Acopio

Los procesos que se llevarán a cabo dentro del centro de acopio son los siguientes:

Gráfico No. 22
DIAGRAMA DE PROCESOS



Fuente: Información Secundaria
Elaborado por: La autora

Dentro del proceso de acopio se seguirán varios procedimientos lógicos y necesarios, el mismo que empezará por:

- ✓ Recibir las legumbres y hortalizas que los agricultores ofrecerán al Centro de Acopio.
- ✓ Clasificar las legumbres y hortalizas.
- ✓ Realizar el control de calidad, si las legumbres y hortalizas son de buena calidad se empezará a empacar en caso contrario se devolverá al agricultor.
- ✓ Pesar las legumbres y hortalizas.
- ✓ Almacenar los productos en un lugar limpio y seco.
- ✓ Empaquetar las legumbres y hortalizas antes de ser distribuida a los posibles compradores o demandantes.
- ✓ Transportar los productos, a los clientes finales
- ✓ Distribuir las legumbres y hortalizas a los supermercados, mercados y micro-mercados.
- ✓ La recepción de los productos la realizarán el conserje y el encargado de la limpieza.
- ✓ La selección y control de calidad la realizará un ingeniero agrónomo.
- ✓ La limpieza, almacenado, empaquetado y embalaje lo realizará el encargado de la limpieza con la ayuda necesaria del conserje.
- ✓ El transporte y distribución de los productos la realizarán el conserje conjuntamente con el mercadólogo

4.2.3 Diseño de las Instalaciones

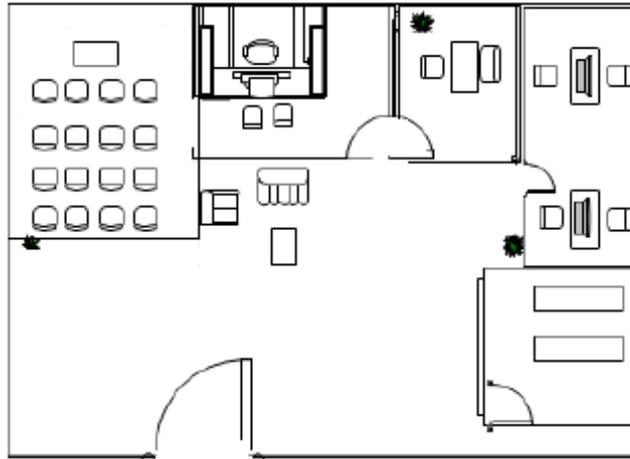
La nueva unidad productiva estará distribuida de la siguiente manera:

- ✓ Una sección para oficinas, en donde estará la organización administrativa-financiera, la gerencia, el departamento técnico y el departamento de comercialización y marketing con sus respectivos equipos y accesorios para realizar las actividades.
- ✓ En otra área estará el cuarto de recepción, pesado, empaquetado y almacenado de las legumbres y hortalizas.

- ✓ En la última área estará la sala de reuniones.

Gráfico No. 23

DISEÑO DE LAS INSTALACIONES



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora

4.2.4 Determinación de la Inversión

❖ Inversión Fija

A continuación se presenta la tabla en donde se detallan los activos fijos, que se invertirán en el proyecto:

a) Terreno

Este es el espacio físico en donde se construirá el edificio de la nueva unidad productiva, De acuerdo al perito está valorado en \$20 cada metro cuadrado.

Cuadro 30

TERRENO

Detalle	m2	Valor	Valor Total
Terreno	400 m2	20	8.000
TOTAL	400 m2	20	8.000

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

c) Construcción de Edificación

En este rubro se incluyen todos los valores para la construcción de las áreas según el estudio técnico, más los gastos de instalación.

Cuadro 31

EDIFICIO

Detalle	m2	Valor	Valor Total
Obra Civil	300 m2	72	21.600
TOTAL	300m2	72	21.600

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

d) Vehículo

Se considera importante y necesario adquirir un vehículo que será utilizado en la entrega de las frutas hacia los clientes finales.

Cuadro 32

VEHÍCULO

Detalle	Marca	Valor Total
Camión	Hino 2006 7.5 Toneladas Diesel	18.000
TOTAL		18.000

Fuente: Proforma Proveedores

Elaborado por: La autora

e) Equipo

Dentro de la inversión de equipamiento comprende todo lo referente a equipos necesarios para el funcionamiento de las áreas administrativas y almacenamiento de las legumbres y hortalizas.

Cuadro 33

EQUIPO

Descripción	Cantidad	Valor	Valor Unitario
Impresora multifunción	1	300	300
Teléfono Inalámbrico	2	68	136
Calculadora eléctrica	2	50	100
Computador pantalla plana con disco duro de 320 GB	1	500	500
Computador pantalla plana disco duro de 160 GB	1	400	400
Balanza de embolse de corte automático Modelo C.A. 50kg	2	900	1.800
TOTAL			3.236

Fuente: Proforma proveedores

Elaborado por: La autora

f) Muebles y enseres

Los muebles y enseres se clasifican de acuerdo a su distribución como son: oficina gerente, oficina secretaria, oficina del técnico y del mercadólogo.

Cuadro 34
MUEBLES Y ENSERES

Descripción	Cantidad	Valor	Valor Unitario
Escritorio/Gerente	1	100	100
Escritorio/Secretaria	3	100	300
Silla Giratoria	4	49	196
Silla/Sillón Gerente	1	50	50
Sillón tripersonal de espera	3	99	297
Mesa de centro	1	45	45
Archivador de Oficina	2	89	178
Papeleras	3	15	45
Sillas plásticas	25	15	375
TOTAL			1.586

Fuente: Proforma proveedores

Elaborado por: La autora

g) Inversiones Diferidas

Las inversiones diferidas son todos los gastos que inciden el proyecto antes de iniciar sus actividades, como el pago de honorarios a los abogados para realizar el trámite legal, es decir la constitución del proyecto y los costos de investigación.

Cuadro 35
INVERSIÓN DIFERIDA

Descripción	Total
Costos de investigación	400
Costos de Constitución	600
Imprevistos(10%)	100
TOTAL	1.100

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

❖ **Resumen de la Inversión Fija**

Para poner en marcha este proyecto se necesitará de los siguientes materiales, equipos y activos fijos que se resumen en el siguiente cuadro:

Cuadro 36
INVERSIÓN FIJA

Descripción	Total
Terreno	8.000
Obra Civil	21.600
Vehículo	18.000
Equipo	3.236
Muebles y Enseres	1.586
Inversiones Diferidas	1.100
TOTAL	47.322

Fuente: Proformas proveedores

Elaborado por: La autora

❖ **Inversiones Variables**

La inversión variable corresponde al Capital de Trabajo requerido por el proyecto para su iniciación con prestación de servicios, hasta llegar a obtener los primeros ingresos por ventas, comprende lo siguiente:

❖ **Capital de Trabajo**

Cuadro 37
MATERIA PRIMA

Producción	% Producción	Total	Valor Unitario	Valor Total
Legumbres				
Fréjol	47,25	447	20	8.960
Maíz	52,75	499	25	12.475
Total	100	946	70	21.435
Hortalizas				
Pimiento	49,36	302	8	2.416
Cilantro	50,64	310	2,5	775
Total	100	612	10,5	3.191

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Cuadro 38

MANO DE OBRA DIRECTA

Mano de Obra Directa	Nro.	Tiempo/Días	Tiempo/Mes	Costo Unitario	Valor Total
Agricultor (Limpieza de Legumbres y Hortalizas)	1	6	20	340	340
Ing. Agrónomo	1	5	20	350	350
Total	2				690

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

❖ **Costos Indirectos de Fabricación**

Cuadro 39

MATERIALES INDIRECTOS

Materiales Indirectos	Cientos	Valor Unitario	Valor Total
Etiquetado	10	5	50
Código de Barra	10	5	50
Total			100

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Cuadro 40

MANO DE OBRA INDIRECTA

Mano de Obra Directa	Nro.	Tiempo/Días	Tiempo/Mes	Costo Unitario	Valor Total
Conserje Externo	1	6	24	340	340
Total	1				340

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Cuadro 41
GASTOS VARIABLES

Servicios Básicos	Cantidad Mensual	Total
Agua	25	25
Electricidad	30	30
Teléfono	15	15
Internet	20	20
Combustible	30	30
Total		120

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora

Cuadro 42
RESUMEN COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Descripción	Valor
Materiales Indirectos	100
Mano de Obra Indirecta	340
Gastos Variables	100
Total	540

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora

Cuadro 43
GASTOS ADMINISTRATIVOS

Personal Administrativo	Nro.	Tiempo/Días	Tiempo/Mensual	Costo Unitario	Total
Gerente Proyecto	1	5	20	400	400
Secretaria Contadora	1	5	20	350	350
Contador	1	2	8	130	130
Total					880

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora

Cuadro 44
GASTOS DE VENTA

Gastos de Venta	Nro.	Tiempo/Días	Tiempo/Mensual	Costo Unitario	Total
Mercadólogo	1	6	24	350	350
Publicidad	1	2	8	150	150
Total					500

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora

Cuadro 45
RESUMEN DEL CAPITAL DE TRABAJO

Descripción	Valor
Mano de Obra Directa	690
Costos Indirectos de Fabricación	540
Gastos Administrativos	880
Gastos de Venta	500
Total	2.610
Imprevistos	130,5
Total Capital de Trabajo	2.740,5

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora

❖ **Beneficios Sociales**

Además de los anteriores gastos el Centro de Acopio, tendrá que pagar las aportaciones al IESS de cada uno de los trabajadores, el décimo tercero, décimo cuarto y fondos de reserva a partir del segundo año de trabajo los que tendrán relación directa con la empresa. Quedando como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 46
BENEFICIOS SOCIALES

Cargo	Nro.	S.B.U	Ap. Patronal	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondos de Reserva	Total
Gerente	1	450	54,68	37,5	26,5	37,5	606,18
Secretaria	1	340	41,31	28,3	26,5	28,3	464,48
Mercadólogo	1	340	41,31	28,3	26,5	28,3	464,48
Conserje	1	340	41,31	28,3	26,5	28,3	464,48
Agricultor	1	340	41,31	28,3	26,5	28,3	464,48
Técnico Agrónomo	1	340	41,31	28,3	26,5	28,3	464,48
Contador (Honorarios)	1	250	30,38	20,8	26,5	20,8	348,54
Total	7	2.400	291,60	200,0	185,5	200,0	3.277,10

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

❖ **Depreciaciones**

Las depreciaciones se las realizaron mediante el método de línea recta, con un valor residual del 10% de su valor real, los mismos que se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro 47
DEPRECIACIÓN

Descripción	Valor	Valor Residual	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Edificio	21.600	2.160,00	972	81,00
Muebles y Enseres	1.586	158,60	142,68	11,89
Equipo de Computación	900	90,00	270	22,50
Equipo de Oficina	536	53,60	48,24	4,02
Maquinaria y Equipo	1.800	180,00	162	13,5
Vehículo	18.000	1.800,00	3240	270
Total	44.422	4.442,20	4.834,98	402,91

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Cuadro 48

RESUMEN DE LA INVERSIÓN VARIABLE

Descripción	Valor
Capital de Trabajo	2.740,5
Beneficios Sociales	877,1
Depreciaciones	402,91
Total	4.020,51

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

❖ **Inversión Total**

La inversión total del proyecto es de \$51.342 dólares, de los cuales el 93% corresponde a inversión fija y el 7% corresponde a inversión variable.

Cuadro 49

INVERSIÓN TOTAL

Detalle	Valor	Porcentaje
Inversión Fija	52.422	93%
Inversión Variable	4.020	7%
Inversión Total	51.342	100

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

4.3. Financiamiento

Para el desarrollo del proyecto será necesario realizar un préstamo en una institución financiera.

4.3.1. Necesidades de Capital

Para que el Centro de Acopio empiece a funcionar se requiere de \$51.342 de los cuáles el 60% se financiarán con recursos propios y el 40% será con crédito financiado. Estos recursos le ayudarán al Centro de Acopio a iniciar la construcción de la obra civil, adquirir el vehículo y equipar todas

las oficinas, para una adecuada presentación. El mismo que queda de la siguiente manera:

Cuadro 50
COMPOSICIÓN DEL CAPITAL

Fuente de Financiamiento	Valor	Porcentaje
Recursos Propios	30.805	60%
Recursos Financiados	20.537	40%
Total Inversión	51.342	100

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

4.3.2. Costo de Oportunidad

Para realizar el cálculo del costo de oportunidad se tomará en cuenta la tasa pasiva para la inversión propia, que es de 4.53% y la activa para la inversión financiada, que es el 11%.

Cuadro 51
COSTO DE OPORTUNIDAD

Detalle	Valor	Porcentaje	Tasa	Valor
Inversión Propia	30.805	60%	0,05	0,0272
Inversión Financiada	20.537	40%	0,11	0,044
Inversión Total	51.342	100	0,16	0,071

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: La autora.

Costo de Oportunidad= 7,10%

4.3.3. Fuentes de Financiamiento

Para cubrir el total de la inversión requerida y poner en marcha el Centro de Acopio, se realizará un préstamo en la Corporación Financiera Nacional, la una tasa activa del 11% mensual, para 3 años plazo.

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

Con el presente estudio que se presenta a continuación, se estimarán los recursos necesarios para poner en marcha el Centro de Acopio que permita aprovechar la producción agrícola del sector y mejorar el proceso de almacenamiento y comercialización.

El análisis se lo realizará tomando en cuenta la información obtenida en los capítulos anteriores, con la finalidad de evaluar y determinar si el proyecto es viable en función de la rentabilidad del mismo.

5.1 Presupuesto de Ingresos

Antes de proceder a elaborar el presupuesto de ingresos del Centro de Acopio, es necesario efectuar la proyección de los precios; considerando el porcentaje de inflación acumulada hasta el año 2013, de acuerdo a las estadísticas del Banco Central del Ecuador es 4,46%.

Por lo tanto los precios de venta por cada tipo de producto serán los siguientes:

Cuadro 52
PROYECCIÓN DE PRECIOS

Producto	Unidad de Medida	Precio 2014	Precio 2015	Precio 2016	Precio 2017	Precio 2018
Legumbres						
Fréjol	Quintal	139	146	153	160	168
Maíz	Quintal	103	108	113	119	125
Hortalizas						
Pimiento	Bulto	16	17	17	18	19
Cilantro	Atado	6	7	7	7	8

Fuente: Cuadro No. 29 del Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Los precios son fijados principalmente por el mercado, pero manipulados por los intermediarios, además son muy versátiles, es decir que pueden cambiar. Pero de acuerdo a lo investigado y según los resultados se procedió a tomar como base al año de investigación en este caso el 2013, para proyectar en función del porcentaje de la inflación.

Cuadro 53
PRESUPUESTO DE INGRESOS

Producto	Año Base	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Legumbres						
Fréjol						
Cantidad	447	455	472	499	537	589
Precio	132	139	146	153	160	168
Ingreso	59.004	63.063	68.690	76.250	86.160	99.228
Maíz						
Cantidad	499	508	527	557	599	657
Precio	98	103	108	113	119	125
Ingreso	48.902	52.273	56.940	63.190	71.353	82.175
Hortalizas						
Pimiento						
Cantidad	302	308	320	338	364	399
Precio	15	16	17	17	18	19
Ingreso	4.530	4.851	5.292	5.869	6.637	7.639
Cilantro						
Cantidad	310	316	328	345	371	407
Precio	6	6	7	7	7	8
Ingreso	1.860	1.991	2.170	2.396	2.706	3.117
Total	114.296	122.178	133.092	147.706	166.855	192.158

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Considerando que la principal fuente de ingresos es la venta de legumbres y hortalizas, el volumen de ventas es la cantidad producida por los agricultores, es decir la oferta, la cual se analizó en el Capítulo III “Estudio de Mercado”.

Cuadro 54

RESUMEN DE PRESUPUESTO DE INGRESOS

Producto	Año Base	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Fréjol	59.004	63.063	68.690	76.250	86.160	99.228
Maíz	48.902	52.273	56.940	63.190	71.353	82.175
Pimiento	4.530	4.851	5.292	5.869	6.637	7.639
Cilantro	1.860	1.991	2.170	2.396	2.706	3.117
Total	114.296	122.178	133.092	147.706	166.855	192.158

Fuente: Cuadro No. 54 del Capítulo V

Elaborado por: La autora

5.2 Presupuesto de Egresos

Dentro de la determinación de egresos se encuentran los costos y gastos en los que se incurrirá en el proyecto.

5.2.1 Costos

Los costos comprenden al conjunto de valores incurridos en un período, los cuales son identificados con el productos que se fabrica, el mismo que es recuperable en el momento de la venta del producto, siempre que la venta de los productos sea mayor al punto de equilibrio, caso contrario existe pérdida.

Los costos están formados por tres elementos:

- ❖ Materia Prima
- ❖ Mano de Obra
- ❖ Costos Indirectos de Fabricación

✓ **Materia Prima**

Este es el primer elemento del costo, en el presente proyecto la materia prima directa es las legumbres y hortalizas que serán compradas a los 12 productores del sector de Chorlavi y que posteriormente se venderán como producto terminado pero mejorando su calidad y presentación.

El costo de los productos agrícolas se cancelará a los agricultores por cada quintal, bulto o atado producido se ha determinado según un sondeo sobre el precio que los agricultores están dispuestos a aceptar para que luego sean comercializados a través del Centro de Acopio del cual son propietarios los agricultores del sector. Por lo que se obtuvo los siguientes resultados:

Cuadro 55

COSTO DE LA MATERIA PRIMA

Producto	Unidad de Media	Precio
Legumbres		
Fréjol	Quintal	108
Maíz	Quintal	78
Hortalizas		
Pimiento	Bulto	6
Cilantro	Atado	3

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

De la misma forma que se proyectó el precio de venta, se procede a proyectar el costo de la materia prima, incrementando el porcentaje de inflación acumulada hasta el año 2013, el cual de acuerdo al Banco Central del Ecuador es el 4,46%. Por lo tanto los costos por cada tipo de producto serán los siguientes:

Cuadro 56

PROYECCIÓN DEL COSTO DE LA MATERIA PRIMA

Producto	Unidad de Medida	Precio 2013	Precio 2014	Precio 2015	Precio 2016	Precio 2017	Precio 2018
Legumbres							
Fréjol	Quintal	108	113	119	125	131	138
Maíz	Quintal	78	82	86	90	95	100
Hortalizas							
Pimiento	Bulto	6	6	7	7	7	8
Cilantro	Atado	3	3	3	3	4	4

Fuente: Cuadro No. 56 del Capítulo V

Elaborado por: La autora

Una vez determinados los costos para los siguientes 5 años a continuación se presentan los costos de la materia prima por cantidades de producción.

Cuadro 57
MATERIA PRIMA

Producto	Año Base	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Legumbres						
Fréjol						
Cantidad	447	455	472	499	537	589
Precio	108	113	119	125	131	138
Ingreso	48.276	51.597	56.201	62.387	70.495	81.187
Maíz						
Cantidad	499	508	527	557	599	657
Precio	78	82	86	90	95	100
Ingreso	38.922	41.605	45.319	50.294	56.791	65.404
Hortalizas						
Pimiento						
Cantidad	302	308	320	338	364	399
Precio	6	6	7	7	7	8
Ingreso	1.812	1.940	2.117	2.348	2.655	3.055
Cilantro						
Cantidad	310	316	328	345	371	407
Precio	3	3	3	3	4	4
Ingreso	930	995	1.085	1.198	1.353	1.558
Total	89.940	96.138	104.722	116.227	131.293	151.205

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

✓ **Mano de Obra Directa**

Se refiere a la fuerza de trabajo que participa directamente en el proceso de transformación de la materia prima en productos terminados. En el Centro de Acopio se tendrán a dos personas que intervendrán directamente en el producto, como los el obrero que se encargarán de la limpieza, pesado, empaquetado y almacenado de las legumbres y hortalizas. Además el técnico agrónomo que se encargará de asesorar y capacitar a los productores en temas de cultivo.

**Cuadro 58
MANO DE OBRA DIRECTA**

Denominación	Cantidad	Costo Mensual	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Agricultor (Limpieza de Productos)	1	340	2040	2142	2249	2362	2480
Ing. Agrónomo	1	350	2100	2205	2315	2431	2553
Total	2	690	4.140	4.347	4.564	4.793	5.032

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

✓ **Costos Indirectos de Fabricación**

Llamada también carga fabril, el mismo que engloba a todos aquellos egresos realizados con el fin de beneficiar al conjunto de los diferentes artículos que se fabrican, y no se identifican con un solo producto o proceso productivo.

En el caso del Centro de Acopio encontramos a los materiales indirectos que son, el etiquetado y el código de barras, la mano de obra indirecta, que vendría a ser el conserje externo y los servicios básicos (agua, luz, teléfono) y el combustible utilizado en el vehículo que trasladará los productos.

**Cuadro 59
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN**

Materiales Indirectos	Costo Mensual	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Etiquetado	60,00	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79
Código de Barras	60,00	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79
Mano de Obra Indirecta						
Conserje Externo	318,00	954,00	1001,70	1051,79	1104,37	1159,59
Gasto Servicios Básicos						
Agua	69,74	209,22	219,68	230,67	242,20	254,31
Electricidad	24,70	74,10	77,81	81,70	85,78	90,07
Teléfono	30,00	90,00	94,50	99,23	104,19	109,40
Internet	20,00	60,00	63,00	66,15	69,46	72,93
Combustible	106,82	320,46	336,48	353,31	370,97	389,52
Total	689,26	2.067,78	2.171,17	2.279,73	2.393,72	2.513,40

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Cuadro 60
RESUMEN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN

Costos	Año Base	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Materia Prima	89.940,00	96.138	104.722	116.227	131.293	151.205
Mano de Obra Directa	690	4140	4347	4564	4793	5032
Costos Indirectos de Fabricación	669,26	2007,78	2108,17	2213,58	2324,26	2440,47
Imprevistos 5%	4.564,96	5.114,29	5.558,86	6.150,23	6.920,49	7.933,88
Total	95.864,22	107.400,07	116.736,10	129.154,87	145.330,22	166.611,45

Fuente: Cuadro No.58, 59, 60 del Capítulo V

Elaborado por: La autora

5.2.2 Gastos Administrativos

Son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de los procesos de la empresa.

✓ **Suministros y Materiales de Oficina**

Se refiere a las adquisiciones de los suministros de oficina que serán utilizados en las diferentes actividades administrativas del Centro de Acopio.

Cuadro 61
SUMINISTROS DE OFICINA

Materiales	Cantidad	Costo Unitario	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Papel Bond	5	3,50	17,50	18,375	19,29375	20,26	21,27
Esferos	12	0,30	3,60	3,78	3,969	4,17	4,38
Carpetas Archivadoras	10	1,50	15,00	15,75	16,5375	17,36	18,23
Grapadoras	3	5,00	15,00	15,75	16,5375	17,36	18,23
Perforadoras	3	4,50	13,50	14,18	14,88	15,63	16,41
Sellos	4	4,00	16,00	16,80	17,64	18,52	19,45
Almohadillas para sellos	4	1,50	6,00	6,30	6,615	6,95	7,29
Clips Estándar	5	0,22	1,10	1,16	1,21	1,27	1,34
Sacagrapas	3	1,00	3,00	3,15	3,31	3,47	3,65
Toner para impresora	6	0,25	1,50	1,58	1,65	1,74	1,82
Papel para sumadora	4	0,65	2,60	2,73	2,87	3,01	3,16
Marcadores tiza líquida	1	50,00	50,00	52,50	55,13	57,88	60,78
Total			144,80	152,04	159,64	167,62	176,01

Fuente: Proveedores de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

✓ **Suministros de Aseo y Limpieza**

Son todos los materiales y accesorios que se utilizarán para la limpieza de la parte operativa y administrativa.

Cuadro 62
SUMINISTROS DE ASEO

Materiales	Cantidad	Costo Unitario	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Escobas Plásticas	3	1,75	5,25	5,51	5,79	6,08	6,38
Trapeadores	3	2,5	7,5	7,88	8,27	8,68	9,12
Detergente	4	2,5	10	10,50	11,03	11,58	12,16
Desinfectante	4	3	12	12,60	13,23	13,89	14,59
Recogedor de Basura	3	2	6	6,30	6,62	6,95	7,29
Cepillo de Baños	3	1,5	4,5	4,73	4,96	5,21	5,47
Toallas de tocador	5	1,8	9	9,45	9,92	10,42	10,94
Limpión Vileda	2	1,25	2,5	2,63	2,76	2,89	3,04
Total			56,75	59,59	62,57	65,70	68,98

Fuente: Proveedores de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

✓ **Sueldos y Salarios**

Son los sueldos y salarios en los que incurre una empresa por todo el personal administrativo que en ella labora. En el caso del Centro de Acopio serán los sueldos, el décimo tercer sueldo, el décimo cuarto sueldo, aporte patronal y fondos de reserva a partir del segundo año del Administrador del Proyecto, Secretaria Contadora y del Contador que trabajará con honorarios profesionales.

Cuadro 63
SUELDOS ADMINISTRATIVOS

Denominación	Nro.	Costo Mensual	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Gerente	1	500	1.500	1.575	1.653,75	1.736,44	1.823,26
Secretaria Contadora	1	400	1.200	1.260	1.323	1.389,15	1.458,61
Total		900	2.700	2.835	2.976,75	3.125,59	3.281,87

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Cuadro 64
RESUMEN DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Sueldos Administrativos	2.700	2.835	2.976,75	3.125,59	3.281,87
Suministros y Materiales de Oficina	144,80	152,04	159,64	167,62	176,01
Materiales y Accesorios de Aseo	56,75	59,59	62,57	65,70	68,98
Total	2.901,55	3.046,63	3.198,96	3.358,91	3.526,85

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

5.2.3 Gastos de Venta

Son todos los desembolsos producidos por la ejecución de la función de ventas. En este caso solo incluimos el sueldo del mercadólogo y la publicidad que se realizará en cualquiera de los medios de comunicación más populares de la ciudad y la provincia.

Cuadro 65
GASTOS DE VENTAS

Descripción	Año Base	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Publicidad	150,00	157,50	165,38	173,64	182,33	191,44
Total	150,00	157,50	165,38	173,64	182,33	191,44

Fuente: Proformas de servicio de publicidad

Elaborado por: La autora

5.2.4 Gastos Financieros

Son los pagos realizados por intereses y comisiones que se realizan a instituciones bancarias y financieras. Para la nueva unidad productiva son los intereses bancarios que se pagarán en 3 años, por financiar la cantidad de \$ 20.537, a una tasa del 11%, los mismos que se pagarán mensualmente de acuerdo al siguiente cuadro:

Cuadro 66
TABLA DE AMORTIZACIÓN

No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		20.537,00			
1	30-ene-00	20.051,92	188,25	484,08	672,32
2	29-feb-00	19.563,41	183,81	488,51	672,32
3	30-mar-00	19.070,42	179,33	492,99	672,32
4	29-abr-00	18.572,91	174,81	497,51	672,32
5	29-may-00	18.070,84	170,25	502,07	672,32
6	28-jun-00	17.564,17	165,65	506,67	672,32
7	28-jul-00	17.052,85	161,00	511,32	672,32
8	27-ago-00	16.536,84	156,32	516,00	672,32
9	26-sep-00	16.016,11	151,59	520,73	672,32
10	26-oct-00	15.490,60	146,81	525,51	672,32
11	25-nov-00	14.960,28	142,00	530,33	672,32
12	25-dic-00	14.425,09	137,14	535,19	672,32
13	24-ene-01	13.885,00	132,23	540,09	672,32
14	23-feb-01	13.339,96	127,28	545,04	672,32
15	25-mar-01	12.789,92	122,28	550,04	672,32
16	24-abr-01	12.234,83	117,24	555,08	672,32
17	24-may-01	11.674,66	112,15	560,17	672,32
18	23-jun-01	11.109,36	107,02	565,30	672,32
19	23-jul-01	10.538,87	101,84	570,49	672,32
20	22-ago-01	9.963,16	96,61	575,72	672,32
21	21-sep-01	9.382,16	91,33	580,99	672,32
22	21-oct-01	8.795,85	86,00	586,32	672,32
23	20-nov-01	8.204,15	80,63	591,69	672,32
24	20-dic-01	7.607,03	75,20	597,12	672,32
25	19-ene-02	7.004,44	69,73	602,59	672,32
26	18-feb-02	6.396,33	64,21	608,11	672,32
27	20-mar-02	5.782,64	58,63	613,69	672,32
28	19-abr-02	5.163,32	53,01	619,31	672,32
29	19-may-02	4.538,33	47,33	624,99	672,32
30	18-jun-02	3.907,61	41,60	630,72	672,32
31	18-jul-02	3.271,11	35,82	636,50	672,32
32	17-ago-02	2.628,77	29,99	642,34	672,32
33	16-sep-02	1.980,55	24,10	648,23	672,32
34	16-oct-02	1.326,38	18,16	654,17	672,32
35	15-nov-02	666,22	12,16	660,16	672,32
36	15-dic-02	0,00	6,11	666,22	672,32

Fuente: Institución Financiera

Elaborado por: La autora

Cuadro 67

RESUMEN DE LOS GASTOS FINANCIEROS

Descripción	Año 2014	Año 2015	Año 2016
Intereses	1.956,96	1.249,81	460,83
Total	1.956,96	1.249,81	460,83

Fuente: Cuadro No. 67. Tabla de Amortización

Elaborado por: La autora

5.2.5 Depreciación

Según la NIC 16 “Propiedad, Planta y Equipo” depreciación es la distribución sistemática del importe depreciable de un activo a lo largo de su vida útil. La depreciación se la realizará de acuerdo a lo establecido en la Ley de Régimen Tributario Interno mediante el método de línea recta.

En vista de que el equipo de computación tributariamente se deprecia en 3 años, se ha considerado efectuar en el año 2017 una nueva inversión en equipos de computación.

Cuadro 68

PORCENTAJES DE DEPRECIACIÓN

Descripción	Porcentaje de Depreciación
Edificio	5%
Vehículo	20%
Maquinaria-Equipamiento	10%
Muebles y Equipos de Oficina	10%
Equipo de Computación	33%

Fuente: Artículo 28 del Reglamento de Aplicación de la L.R.T.I

Elaborado por: La autora

Cuadro 69
DEPRECIACIÓN

Descripción	Costo Mensual	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Edificio	81	972	972	972	972	972
Muebles y Enseres	11,89	142,68	142,68	142,68	142,68	142,68
Equipo de Computación	22,5	270	270	270		
Equipo de Oficina	4,02	48,24	48,24	48,24	48,24	48,24
Maquinaria y Equipo	13,5	162	162	162	162	162
Vehículo	270	3240	3240	3240	3240	3240
Renovación de Equipo de Computación \$1000					300	300
Total	585,65	4.834,92	4.834,92	4.834,92	4.864,92	4.864,92

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

5.2.6 Presupuesto de Egresos

Cuadro 70
EGRESOS

Descripción	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Costos	96.138,00	104.722,00	116.227,00	131.293,00	151.205
Gastos Administrativos	2.901,55	3.046,63	3.198,96	3.358,91	3.526,85
Gastos de Venta	157,5	165,38	173,64	182,33	191,44
Gastos Financieros	1.956,96	1.249,81	460,83		
Total	101.154,01	109.183,82	120.060,43	134.834,24	154.923,29

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora.

Cuadro 71
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
CENTRO DE ACOPIO “HORTILEG”
AL 01 DE ENERO DEL 2014

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE	1.080	PASIVO CORRIENTE	20.537
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	1080	OBLIGACIONES FINANCIERAS	
ACTIVO NO CORRIENTE		PRÉSTAMO A CORTO PLAZO	20.537
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	52.422	PATRIMONIO NETO	
TERRENO	8.000	CAPITAL	30.805
EDIFICIO	21.600		
MUEBLES Y ENSERES	1.586		
MAQUINARIA Y EQUIPO	1.800		
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.436		
VEHÍCULOS	18.000		
TOTAL ACTIVOS	<u>51.342</u>	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	<u>51.342</u>

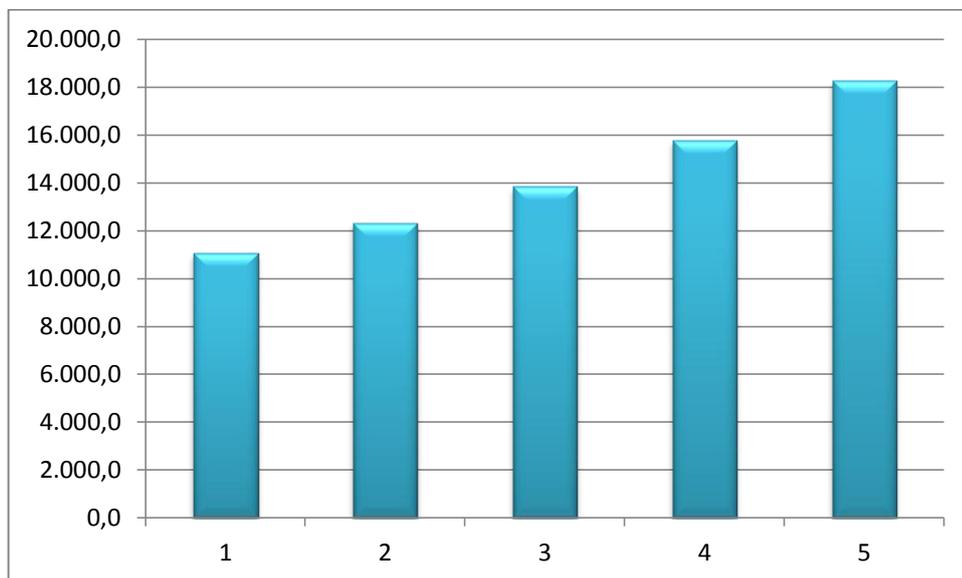
Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: La autora

5.3.2 Estado de Resultados

En este se presentan los posibles ingresos, costos y gastos que permiten determinar en qué medida el capital invertido rinde utilidad o pérdida, y de esta manera establecer la efectividad económica del proyecto.

El Estado de Resultados se encuentra proyectado para 5 años en función de las proyecciones de los ingresos, costos y gastos. El Estado de Resultados del Centro de Acopio demuestra que para el primer año de operaciones se obtiene una utilidad neta proyectada de \$ 11.061,5 y para el quinto año es de \$ 18.256,5 Cada año de operación la utilidad neta aumenta progresivamente, tal y como se muestra en el gráfico.

Gráfico No. 24
UTILIDAD NETA PROYECTADA



Fuente: Cuadro No. 73. Capítulo V
Elaborado por: La autora

Cuadro 72

ESTADO DE RESULTADOS

DESCRIPCIÓN	2014	2015	2016	2017	2018
INGRESOS					
INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	122.178,0	133.092,0	147.706,0	166.855,0	192.158,0
VENTA DE PRODUCTOS	122.178,0	133.092,0	147.706,0	166.855,0	192.158,0
COSTO DE VENTAS Y PRODUCCIÓN	107.400,1	116.736,1	129.154,9	145.330,2	166.611,5
(+) MATERIALES UTILIZADOS O PRODUCTOS VENDIDOS					
(+) COMPRAS NETAS LOCALES DE BIENES NO PRODUCIDOS POR LA EMPRESA	96.138,0	104.722,0	116.227,0	131.293,0	151.205,0
(+) MANO DE OBRA					
SUELDOS Y BENEFICIOS	4.140,0	4.347,0	4.564,0	4.793,0	5.032,0
(+) OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
SUMINISTROS Y MATERIALES	2.007,8	2.108,2	2.213,6	2.324,3	2.440,5
OTROS COSTOS DE PRODUCCIÓN	5.114,3	5.558,9	6.150,2	6.920,5	7.933,9
DEPRECIACIÓN PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO					
GANANCIA BRUTA	111.227,1	123.795,3	139.037,7	158.448,8	183.574,8
GASTOS	10.950,93	9.296,74	8.668,35	8.406,16	8.583,22
GASTOS DE VENTA	157,5	165,4	173,6	182,3	191,4
PUBLICIDAD	157,5	165,4	173,6	182,3	191,4
GASTOS ADMINISTRATIVOS	8.836,5	7.881,6	8.033,9	8.223,8	8.391,8
SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	2.700,0	2.835,0	2.976,8	3.125,6	3.281,9
DEPRECIACIONES	4.834,9	4.834,9	4.834,9	4.864,9	4.864,9
SUMINISTROS Y MATERIALES	201,6	211,6	222,2	233,3	245,0
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1.100,0				
GASTOS FINANCIEROS	1.957,0	1.249,8	460,8		
INTERESES	1.957,0	1.249,8	460,8		
GANANCIA ANTES DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES E IMPUESTO A LA RENTA	16.684,1	18.569,3	20.855,6	23.767,3	27.536,2
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	2.502,6	2.785,4	3.128,3	3.565,1	4.130,4
GANANCIA ANTES DE IMPUESTOS	14.181,5	15.783,9	17.727,3	20.202,2	23.405,8
IMPUESTO A LA RENTA	3.119,9	3.472,5	3.900,0	4.444,5	5.149,3
UTILIDAD NETA PROYECTADA	11.061,5	12.311,4	13.827,3	15.757,7	18.256,5

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: La autora.

5.3.3 Flujo de Caja

El flujo de caja mide los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá el proyecto en un periodo determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y obviamente va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene.

Cuadro 73
FLUJO DE CAJA

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017	2018
INGRESOS						
Inversión Inicial	-51342					
(=) Utilidad Neta		11.061,53	12.311,44	13.827,29	15.757,74	18.256,51
Otros rubros		4.834,92	4.834,92	4.834,92	4.864,92	4.864,92
(=) TOTAL DE INGRESOS		15.896,45	17.146,36	18662,21	20622,66	23121,43
EGRESOS						
Obligaciones Financieras		1.956,96	1.249,81	460,83		
(=)TOTAL DE EGRESOS		1.956,96	1.249,81	460,83		
FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO	-51.342	13.939,49	15.896,55	18.201,38	20.622,66	23.121,43

Fuente: Cuadros 68 y 73 del Capítulo V

Elaborado por: La autora

5.4 Evaluación Financiera

5.4.1 Determinación de la Tasa de Redescuento o TRM

La tasa de redescuento o también llamada Tasa de Rendimiento Medio tiene dos componentes: el costo de capital, tanto para el aporte propio como para el financiamiento, y el nivel de riesgo en inversiones en el país.

Su fórmula es la siguiente:

$$\text{TRM} = (1+\text{Ck}) (1+\text{Rp})-1$$

Ck = Costo de capital (0,091)

Rp= Riesgo país (0,0925)

$$\text{TRM} = (1+0,091) (1+0,0925)-1$$

TRM= 19,19% Esta tasa nos indica lo mínimo que debe rendir el proyecto en condiciones reales.

5.4.2 DETERMINACIÓN DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto es la suma actualizada de los flujos de caja que se espera genere el proyecto a lo largo de su vida.

Su fórmula es la siguiente:

$$\text{VAN} = -\text{II} + \frac{\text{FNE1}}{(1+i)} + \frac{\text{FNE2}}{(1+i)} + \frac{\text{FNE3}}{(1+i)} + \frac{\text{FNE4}}{(1+i)} + \frac{\text{FNE5}}{(1+i)}$$

En donde:

II = Inversión Inicial

FNE = Flujos Netos de Efectivo

I = Tasa de redescuento o TRM

N = Tiempo u horizonte de vida de útil del proyecto.

$$\text{VAN} = -51342 + \frac{13939,49}{(1+0,1919)} + \frac{15896,55}{(1+0,1919)^2} + \frac{18201,38}{(1+0,1919)^3} + \frac{20622,66}{(1+0,1919)^4} + \frac{23121,43}{(1+0,1919)^5}$$

$$\text{VAN} = \$ 21.212,92$$

El VAN es positivo por lo tanto teóricamente el proyecto es bueno o aceptable.

5.4.3 Determinación de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o en el momento que el VAN es igual a cero.

Su fórmula es la siguiente:

$$TIR = ti + (ts - ti) \left(\frac{VAN_{ti}}{VAN_{ts} + VAN_{ti}} \right)$$

En donde:

ti = Tasa Inferior

ts = Tasa Superior

VAN_{ti} = Valor Actual Neto Tasa Inferior

VAN_{ts} = Valor Actual Neto Tasa Superior

Cuadro 74

TASA INTERNA DE RETORNO

Año	Entradas de Efectivo	Factor 19,19%	Entradas Actualizadas	Factor 23%	Entradas Actualizadas
0	-51342		-51342		-51342
1	13.939,49	0,839	11.695,23	0,813	10.673,67
2	15.896,55	0,704	12.766,98	0,661	11.348,03
3	18.201,38	0,591	14.325,75	0,537	10.491,66
4	20.622,66	0,495	18.288,93	0,437	12.073,24
5	23.121,43	0,416	17.261,19	0,355	10.271,06
			21.212,92		-314,89

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

$$TIR = 19,19 + (23 - 19,19) \frac{21.212,92}{21.212,92 - (-314,89)}$$

TIR= 22,94%

La Tasa Interna de Retorno es de 22,94 valor que supera a la tasa de descuento, por lo tanto es atractivo el proyecto ya que posee condiciones conservadoras de rentabilidad.

5.4.4 Determinación del Beneficio – Costo (B/C)

Sirve para determinar cómo retornan los ingresos en función de los egresos, para la cual se hace una relación de los ingresos deflactados sobre los egresos deflactados.

Su fórmula es la siguiente:

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Deflactados}}{\sum \text{Egresos Deflactados}}$$

Cuadro 75
INGRESOS Y EGRESOS

Años	Total Ingresos	Total Egresos	Tasa de redescuento 19,19%	Total Ingresos Actualizados	Total Egresos Actualizados
2014	122.178	10.950,46	0,839	102.507,34	91.870,43
2015	133.092	9.297,19	0,704	93.696,76	65.451,22
2016	147.706	8.668,47	0,591	87.294,24	51.234,06
2017	166.855	8.406,33	0,495	82.593,22	41.615,13
2018	192.158	8.583,44	0,416	79.937,72	35.704,71
				446.029,39	384.587,56

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

$$B/C = \frac{446.029,30}{384.587,56}$$

$$B/C = 1,23$$

La relación Ingresos y Gastos es de 1,23 centavos de dólar; por lo tanto por cada dólar invertido en gastos hay un ingreso de \$1,23 o a su vez por cada dólar se obtiene un superávit de 0,23 centavos de dólar respecto al gasto.

5.4.5 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Es muy importante saber en qué tiempo se recuperará la inversión realizada, lo que permitirá tomar la decisión para invertir.

Cuadro 76
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Año	Capital	Flujo de Caja	Recuperación de Capital	Tiempo
1	51342	13.939,49		1
2		15.896,55	29.836,04	2
3		18.201,38	48.037,43	3
4		20.622,66	68.660,08	7 meses
5		23.121,43	51.342,00	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

5.4.6 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se refiere a la cantidad o al monto de ventas que hace que los ingresos totales sean iguales a los costos totales, en este caso ni se pierde ni se gana, es decir la utilidad es cero. Además el punto de equilibrio únicamente es válido para el año 1, porque entre más dura el proyecto el pronóstico es menos cierto.

Para calcular el punto de equilibrio en dólares se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE = 1 - \frac{\text{COSTOS FIJOS} + \text{COSTOS VARIABLES}}{\text{INGRESOS O VENTAS}}$$

Cuadro 77
COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Detalle	2014
Costos Fijos	
Mano de Obra Directa	4.140
Gastos Administrativos	2.901,55
Gastos de Venta	157,5
Gastos Financieros	1.956,56
Depreciación	4.834,92
Total Costo Fijo	13.990,53
Costos Variables	
Costos Indirectos de Fabricación	7.122,07
Materia Prima Directa	9.6138
Total Costo Variable	103.260,1

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

$$\text{PE} = \frac{13.990,53}{}$$

$$1 - \frac{103.260,10}{}$$

$$122.178,0$$

$$\text{PE} = \$ 90.355,43$$

Cuando se obtenga de ingresos \$ 90.355,43 en el año uno se puede decir que no se ha perdido ni se ha ganado, sino el proyecto alcanzo el punto de equilibrio.

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. Nombre de la Empresa

6.1.1. Nombre o Razón Social

La razón social para el centro de acopio de legumbres y hortalizas cultivadas con abono orgánico será, HORTILEG, nombre con el cual se identificarán cada uno de los productos que se producen y comercializan en el centro de acopio.

6.1.2. Conformación

Para la nueva unidad productiva se tiene previsto el siguiente número de personas:

- ✓ 12 Socios (Productores)
- ✓ Gerente del Proyecto
- ✓ Secretaria
- ✓ Técnico en Producción
- ✓ Mercadólogo
- ✓ Contador (contrato por honorarios profesionales)
- ✓ Conserje externo
- ✓ 1 Agricultor quien realizará la limpieza de las legumbres y hortalizas.

6.2. Propuesta Administrativa

6.2.1. Misión

El Centro de Acopio HORTILEG, es una empresa dedicada a la producción y comercialización de legumbres y hortalizas; cuyo fin es satisfacer las necesidades de los clientes, empleando los recursos requeridos y cumpliendo con normas de calidad; ello se logra con el esfuerzo y trabajo permanente, siempre apoyado por el excelente desempeño de nuestra gente y desarrollando una cultura de mejoramiento continuo que se proyecta a nuestros clientes y proveedores; de esta forma se optimizan los procesos productivos y se obtiene una rentabilidad razonable.

6.2.2. Visión

En el 2020 “HORTILEG” será una empresa productora y comercializadora de legumbres y hortalizas con amplia cobertura del mercado nacional, por la excelente calidad de nuestros productos, la eficiencia y eficacia en sus procesos de producción, comercialización, la innovación y la satisfacción permanente del consumidor.

6.2.3. Objetivos de la Empresa

- ✓ Crear un centro de acopio legalmente constituido para la comercialización de legumbres y hortalizas.
- ✓ Generar empleo digno.
- ✓ Disminuir la intermediación en el proceso de comercialización de legumbres y hortalizas.
- ✓ Posicionar a la empresa dentro del mercado de legumbres y hortalizas
- ✓ Tener una cadena de comercialización efectiva que nos permita entregar productos de calidad y a tiempo.

- ✓ Ser comercializadores al por mayor y menor de legumbres y hortalizas.
- ✓ Satisfacer los requerimientos de los consumidores potenciales y superar sus expectativas.

6.2.4. Políticas Institucionales

- Orientar la actividad empresarial hacia el aseguramiento continuo de la calidad y el servicio al cliente.
- Promover en forma oportuna los ajustes en los precios de venta de los productos a efecto de cubrir los costos, gastos e inversiones empresariales.
- Promover el establecimiento de la protección integral en todas las actividades del Centro de Acopio.
- Fomentar las buenas relaciones entre el personal y buscar la proporcionalidad entre los objetivos empresariales y los recursos humanos.
- Informar y dar un mejor servicio a los clientes y consumidores finales en el uso eficiente de abono orgánico.
- Promover una revisión profunda de la legislación aplicable, procurando darle el marco jurídico adecuado que le permita enfrentar los efectos y consecuencias de la globalización y competitividad.

6.2.5. Valores

Los valores en que la organización deberá respetar y mantener serán:

- Calidad
- Serenidad
- Honestidad
- Ética
- Trabajo en equipo

- Puntualidad

6.2.6. Estructura Organizacional

Un organigrama refleja de forma gráfica, cuales son los diferentes departamentos que tiene la empresa y quien está en cada departamento, al igual que las relaciones que hay entre estos.

Para este proyecto se trabajará con una estructura horizontal que se acople adecuadamente a las necesidades primordiales de la empresa.



Fuente: Estructura Organizacional

Elaborado por: La autora

6.3 Orgánico Funcional

6.3.1 Niveles Administrativos

Para el desarrollo de las actividades de la nueva empresa se necesitará de personal que conozca y cumpla con los perfiles para desarrollar trabajos de comercialización, además debe estar cimentada en valores y

principios como son: responsabilidad, honestidad, lealtad, respeto, liderazgo, credibilidad, buen servicio y perseverancia.

La estructura orgánica presenta los siguientes niveles jerárquicos:

- Nivel Directivo.
- Nivel Ejecutivo.
- Nivel Auxiliar o de apoyo
- Nivel Operativo.

6.3.2. Nivel Directivo

En este nivel se encuentra la Junta de Accionistas, conformada por los agricultores que están de acuerdo en ser parte de este centro de acopio, quienes serán la máxima autoridad y su principal función es determinar el plan estratégico.

6.3.3. Nivel Ejecutivo

Está comprendido por el gerente del proyecto, quién ejecutará el plan estratégico, para alcanzar los objetivos planteados.

6.3.4. Nivel Auxiliar

En este nivel está el departamento administrativo-financiero, que sería la secretaria y la contadora, quién realizará la revisión y supervisión de las actividades administrativas, contabilidad, nómina, declaración de impuestos, en coordinación con la secretaria que será auxiliar para la ejecución de informes y estados financieros.

6.3.5 Nivel Operativo

Está conformado por el departamento técnico, el cual es el responsable de verificar que los productos sean de calidad y se acojan a las

exigencias del mercado local; y, el departamento de ventas que será el encargado de abrir nuevos mercados o buscar nuevos clientes.

6.4. Funciones y Descripción de Puestos

Para la nueva empresa comercializadora, los empleados deben contar con el siguiente perfil y deben cumplir las funciones que se especifica en el cuadro siguiente:

6.4.1. Estructura funcional

Cuadro 78

FUNCIONES DEL GERENTE

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	Gerente
Número de Personas en el Cargo:	1
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">✓ Dirigir y representar legalmente a la empresa.✓ Organizar, planear, supervisar, coordinar y controlar los procesos productivos de la empresa.✓ Ejecución de las funciones administrativas y técnicas; la realización de programas y el cumplimiento de las normas legales del Centro de Acopio.✓ Asignar y supervisar al personal de la empresa los trabajos y estudios que deben realizarse✓ Presentar informes a la Junta de Socios de planes a realizar mensualmente.	
Requisitos de Educación:	Título tercer o cuarto nivel.
Requisitos de Experiencia:	Dos (2) años de experiencia.

Fuente: Estructura Organizacional

Elaborado por: La autora.

Cuadro 79

FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	Supervisor de Comercialización
Jefe Inmediato:	Gerente
Número de Personas en el Cargo:	1
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordinación de las actividades destinadas la promoción, venta, mercadeo de la empresa y servicio al cliente. ✓ Determinar las políticas de ventas y controlar que se cumplan. ✓ Sugerir sistemas para la fijación de precios y diseñar programas promocionales. ✓ Estudiar solicitudes de crédito y pre aprobar aquellas que cumplan con las condiciones exigidas. ✓ Atención personal y telefónica de los clientes. ✓ Demostraciones a los clientes de los productos del Centro de Acopio. ✓ Presentar informes a la gerencia mensualmente. ✓ Elaborar presupuestos de ventas mensuales junto con la gerencia. ✓ Realizar el cierre de negocios que presenten los vendedores. ✓ Sugerir a la gerencia las políticas de incentivo para los vendedores. ✓ Controlar la administración de mercadeo. 	
Requisitos de Educación:	Profesional en mercadeo y ventas o carreras afines.
Requisitos de Experiencia:	Un (1) año de experiencia en cargos similares.
Otros Requisitos:	Don de gente

Fuente: Estructura Organizacional

Elaborado por: La autora

Cuadro 80

FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO FINANCIERO

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	Contador
Jefe Inmediato:	Gerente
Número de Personas en el Cargo:	1
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Velar por el estricto cumplimiento de las disposiciones establecidas para el manejo de la Contabilidad. ✓ Conocimiento de principios contables, NIFFS ✓ Ejercer estricta vigilancia y cumplimiento en las obligaciones de la empresa de tipo legal tales como: IVA, Retenciones en la fuente, Impuestos a la Renta, anexos, declaraciones, superintendencia de compañías, Ministerio de Trabajo, y demás disposiciones emitidas en nuestro país. ✓ Mantener actualizada la información la cual se ejecutará a las exigencias de la normatividad en materia fiscal y tributaria. ✓ Mantener en aviso al gerente sobre el presupuesto que gasta o que necesita periódicamente la empresa. ✓ Orientar la elaboración de los estados financieros periódicamente y la presentación de esta información de manera clara y precisa. 	
Requisitos de Educación:	Contador Público Autorizado C.P.A
Requisitos de Experiencia:	Dos (2) años de experiencia en cargos similares.
Otros Requisitos:	Excelente calidad humana y trato interpersonal.

Fuente: Estructura Organizacional

Elaborado por: La autora

Cuadro 81
FUNCIONES DE SECRETARIA

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	Secretaria
Jefe Inmediato:	Gerente
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1)
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Digitar y redactar oficios, memorandos, informas, así como también lo tratado en reuniones y conferencias dadas por el Gerente. ✓ Realizar y recibir llamadas telefónicas y transmitir los mensajes a las personas correspondientes. ✓ Participar activamente en la organización de eventos, reuniones y programas sociales relacionados con su cargo, para el mejoramiento de su actividad y ejecución del trabajo. ✓ Verificación, grabación e impresión diaria de la plantilla de ingresos, comprobantes de egreso y notas de contabilidad. ✓ Archivar diariamente la documentación contable. ✓ Llevar manualmente el libro de bancos, retención den la fuente y libro de personal. ✓ Entregar al Gerente los cheques que éste debe firmar, adjuntando comprobantes, facturas y órdenes de compra correspondientes, previo visto bueno. 	
Requisitos de Educación:	Título de Secretaria Ejecutiva, Nivel de inglés intermedio.
Requisitos de Experiencia:	Dos (2) años de experiencia en cargos similares.
Otros Requisitos:	Excelente calidad humana y trato interpersonal.

Fuente: Estructura Organizacional
Elaborado por: La autora

6.5. Marco Legal

Los requisitos primordiales y a la vez fundamentales para la creación y funcionamiento de una Microempresa, son los siguientes:

- RUC (Registro Único de Contribuyentes)

Para obtener este requisito se debe presentar los siguientes documentos:

- Original y copia de la Cédula de ciudadanía
- Original y copia del último Certificado de Votación
- Original del documento que indique la dirección domiciliaria exacta actual o donde se vaya a desarrollar la actividad económica (una planilla de agua, luz o teléfono).

❖ **Patentes Municipal**

Para obtener la Patente Municipal son necesarios los siguientes requisitos:

- Formulario de declaración del Impuesto de Patentes, original y copia.
- Copia de la cédula de ciudadanía Registro Único de Contribuyentes (RUC) original y copia, otorgado por el SRI.
- Cancelar el valor de la patente de acuerdo a la actividad de la empresa

❖ **Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de Ibarra**

Conjuntamente con la patente municipal se cobra la Tasa de autorización de funcionamiento para el Cuerpo de Bomberos por un monto correspondiente al 10% del impuesto de patente. El valor recaudado será entregado al Cuerpo de Bomberos para la implementación y funcionamiento del Plan de Control y Evaluación de los medios de prevención contra incendios, al fortalecimiento del Plan Fuego, a los

programas de capacitación sobre prevención de incendios y a la Unidad Especializada de Quemados.

Los requisitos para la obtención de este permiso son:

1. Llenar una solicitud o formulario de Inspección que entrega en las Oficinas del Cuerpo de bomberos de Ibarra y adjuntar. Informe de la Inspección realizada por el Inspector del Cuerpo de Bomberos de Ibarra
2. Copia de la Patente Municipal
3. Copia de la cédula de ciudadanía si es persona natural o del representante Legal en el caso de persona jurídica.
4. Registro Único de Contribuyentes (RUC) original y copia, otorgado por el SRI
5. Copia de la inspección del año anterior en caso de existir

❖ **Permiso sanitario**

El permiso sanitario sirve para autorizar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario. Este documento es expedido por la autoridad de salud competente, al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas

❖ **Responsabilidad laboral**

Según el código de trabajo vigente en el país son obligaciones del empleador a continuación enumero las principales.

- ✓ Pagar un sueldo en la cantidad que corresponde y a su tiempo.
- ✓ Adecuar lugares de trabajo, sujetándose a las disposiciones legales.

- ✓ Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieran en el trabajo.
- ✓ Respetar las asociaciones de los trabajadores.
- ✓ Tratar a los trabajadores con la debida consideración.
- ✓ Dar gratuitamente al trabajador, cuantas veces lo solicite, certificado relativos a su trabajo.
- ✓ Pagar al trabajador la remuneración correspondiente al tiempo perdido cuando se vea imposibilitado de trabajar.
- ✓ Inscribir a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, desde el primer día de labores.

Además ya constituida la empresa se debe manejar las siguientes leyes, para la buena marcha de la microempresa:

- Ley de Régimen Tributario Interno
- Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF'S)
- Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA)
- Normas de Calidad
- Estatutos de Constitución de la Empresa

CAPITULO VII

ANÁLISIS DE IMPACTOS

Los impactos se definen como aquellos cambios que se generan a través de la ejecución del proyecto y que determinaran los efectos en los ámbitos de influencia del mismo.

Para cada ámbito, analizado se utiliza una matriz de impactos, en la cual al eje horizontal ubicamos los niveles de impactos, sobre la base de la siguiente tabla:

Cuadro 82
VALORACIÓN DE IMPACTOS

-3	Impacto Alto Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-1	Impacto Medio Negativo
0	No existe Impacto
1	Impacto Bajo Positivo
2	Impacto Medio Positivo
3	Impacto Alto Positivo

SUMATORIA TOTAL

NIVEL DE IMPACTOS = _____

NÚMERO DE INDICADORES

Para cada tipo de impacto se realizará una matriz, la misma que está compuesta por sus indicadores con su respectiva valoración dependiendo de su nivel, luego se realiza la operación para obtener el resultado final y realizar el análisis global del impacto.

7.1 Impacto Económico

Cuadro 83
IMPACTO ECONÓMICO

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
INDICADORES								
1. Administración de recursos económicos.					x			1
2. Comercialización con niveles óptimos para clientes y empresa.						x		2
3. Estabilidad económica empresarial.						x		2
4. Fuentes de trabajo.						x		2
TOTAL					1	6		7

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto Económico} = \frac{7}{4} = 1,75 = 2$$

Nivel de Impacto = Medio Positivo

Análisis

a) Administración de recursos económicos.

El proyecto pretende generar a través del proceso de adaptación de sistema empresarial ante los retos de competitividad, así como para los clientes, considerando que empresa y demanda se proyectan con una mejor utilización de sus presupuestos.

a) Comercialización con niveles óptimos para clientes y empresa.

Con el aporte de este trabajo investigativo, se contribuye a la canalización de los bienes y gestión empresarial, mediante planes de identificación de condiciones del mercado, que favorece niveles óptimos y atractivos tanto para empresa como para la demanda.

b) Estabilidad económica empresarial.

Se espera lograr con la implantación de las estrategias de comercialización, mejorar la estabilidad económica para la empresa y poder manejar adecuadamente los recursos existentes.

c) Fuentes de trabajo.

Mediante la creación del centro de acopio, se generará fuentes de trabajo como el empleo de la mano de obra de personas del sector, así como también incrementará los ingresos en cada familia.

7.2 Impacto Ambiental

**Cuadro 84
IMPACTO AMBIENTAL**

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
INDICADORES								
1. Manejo de normas ambientales							x	2
2. Nuevas alternativas de cultivo						x		1
3. Manejo adecuado de recursos orgánicos.						x		2
TOTAL						4	1	5

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto Económico} = \frac{5}{3} = 1,67 = 2$$

Nivel de Impacto = Medio Positivo

Análisis

a) Manejo de normas ambientales

El proyecto concibe la aplicación de normas ambientales debido a la utilización de desechos orgánicos, que permiten mantener el suelo en óptimas condiciones para la siembra.

b) Nuevas alternativas de cultivo

Se implantarán normas para un mejor tratamiento de los cultivos, con la finalidad de obtener productos que garantizan la salud del cliente.

c) Manejo adecuado de recursos orgánicos.

Se buscará la calidad en cuanto a insumos y materia prima, que se transmitirá a los productores, dando prioridad a los proveedores que aplican normas orgánicas en la producción.

7.3 Impacto Educativo

Cuadro 85
IMPACTO EDUCATIVO

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
INDICADORES								
1. Aprendizaje al manejo de presupuesto familiar, social y empresarial.							x	3
2. Cobertura y capacidad de desarrollo socio comunitario.						x		2
3. Competitividad para brindar atención de calidad.							x	3
TOTAL						4	6	10

Elaborado por: La autora

10

$$\text{Nivel de Impacto Económico} = \frac{10}{3} = 3,33 = 3$$

Nivel de Impacto = Medio Positivo

Análisis

a) Aprendizaje al manejo de presupuesto familiar, social y empresarial.

Con la creación del Centro de Acopio se favorece el aprendizaje de la colectividad en el manejo del presupuesto, distinguiendo calidad y

cantidad en, precio, servicio al cliente y otros factores elementales del proceso.

b) Cobertura y capacidad de desarrollo socio comunitario.

Con la creación del Centro de Acopio se mejora la capacidad de gestión para innovar los procesos de atención al cliente en términos de calidad, generando competitividad en el mercado.

c) Competitividad para brindar atención de calidad.

Se crea una relación de competitividad para brindar atención de calidad generando desarrollo en la venta de los productos, mejorando las alternativas de producción en el sector.

7.4 Impacto General

Cuadro 86
IMPACTO GENERAL

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
INDICADORES								
1. Impacto Económico.						x		2
2. Impacto Ambiental.						x		2
3. Impacto Educativo.							x	3
TOTAL						4	3	7

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto Económico} = \frac{7}{3} = 2,33 = 2$$

Nivel de Impacto = Medio Positivo

De acuerdo con el análisis general, los impactos referente al presente proyecto indican que tendrán un impacto medio positivo lo cual quiere decir que la creación de la empresa, frente a los retos de competitividad y demás cambios que caracterizan una nueva alternativa para la generación de puestos de trabajo, atención a la demanda potencial y desarrollo socio económico del sector.

CONCLUSIONES

- En el diagnóstico situacional se pudo determinar que la mayoría de los agricultores tienen sólida experiencia en la producción de legumbres y hortalizas y la realizan de manera técnica, sin embargo un porcentaje menor de los agricultores encuestados no han recibido capacitación sobre los mecanismos y procedimientos de comercialización, para el mejoramiento de sus ingresos.
- Los agricultores del sector de Chorlavi, realizan sus actividades de comercialización de manera individual, ya que para la venta de las legumbres y hortalizas no existe una asociación o microempresa de acopio de productos, que permita una fijación de precios adecuada, para beneficio de los productores y consumidores.
- De acuerdo al estudio de mercado realizado, existe una oferta que no satisface por completo a la demanda, a la cual la denominamos demanda insatisfecha, que representa una parte de los centros de expendio de legumbres y hortalizas encuestados, lo que nos permitirá cubrir con mayor producción.
- En el análisis económico, se determinó que el presente proyecto si es factible realizarlo, ya que se obtuvo valores positivos en los diferentes indicadores financieros como son el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Beneficio/Costo, Período de Recuperación de la Inversión, lo que genera una ventaja para el sector donde se va a instalar el proyecto
- La estructura organizativa del Centro de Acopio “HORTILEG” es horizontal, ya que este tipo de estructura es la que más se acopla a las necesidades primordiales de la empresa, y se establece las jerarquías y funciones de cada uno de los empleados, respetando las cadenas de autoridad y responsabilidad.

RECOMENDACIONES

- Es importante establecer estrategias que permitan que los productores sean capacitados sobre la comercialización de sus productos, en tal virtud se hace necesario realizar convenios con la universidad para promover talleres o seminarios, con la finalidad de que se comparta y guíe a los agricultores sobre los procesos de venta de sus productos, en forma técnica para el mejoramiento de sus ingresos.
- Es importante la creación del Centro de Acopio, ya que permitirá un trabajo organizado, ofertar los productos mejorando su presentación, limpieza y empaque directamente al consumidor y además los agricultores obtendrán ingresos razonables por la venta de las mismas, con el propósito de que se mejore la calidad de vida de ellos y sus familias.
- Del total de la demanda insatisfecha existente, se recomienda aprovechar un gran porcentaje de los supermercados, micro-mercados, despensas de la ciudad de Ibarra para el presente proyecto, llegando al consumidor final con un producto de calidad, seleccionado y limpio, para de esta manera satisfacer las necesidades del cliente.
- De acuerdo a los resultados económicos obtenidos en el presente trabajo de investigación, se recomienda que es procedente iniciar con la ejecución del proyecto, en el sector de Chorlavi, siendo este el sitio propicio para este tipo de actividad, lo que generará un movimiento creciente en la economía del sector de Chorlavi.
- En este tipo de organizaciones se recomienda que los controles al personal lo debe realizar cada jefe inmediato superior, el mismo que será quién tome las decisiones de su área, para luego ponerlas a consideración de la Junta de Accionistas, con el fin de lograr los objetivos planteados por la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

ANDRADE, David (2008) Consumo de productos orgánicos/ agroecológicos en los hogares ecuatorianos. El Chasqui ediciones. Quito – Ecuador.

ARBAIZA AGUINAGA Ángel (2008) Guía Práctica y manejo de Plagas en 26 cultivos, Editorial Chiclayo, Primera Edición, Perú.

AYALA, Paúl (2011) Mercadeo de productos agropecuarios. México. Editorial Limusa.

BACA, Guido (2010) Evaluación de Proyectos, 4ta Edición, Interamericana Editores S.A. México D.F.

BRACHO, Bruno (2007) Curso Internacional de Postgrado para el Fenómeno Agroindustrial, Quito- Ecuador.

BRAVO, Mario (2007) Estructura económica mundial, Editorial Madrid: Primera Edición Madrid.

BREALEY, Jhon (2008) Nociones de Metodología de Investigación Científica, Editorial Grupo Leer.

CÓRDOBA, Miguel (2009) Cultivemos la lombriz de tierra, Coleccionable 62, Manizales, Colombia.

CHIAVENATO, Idalberto (2007) Administración de Recursos Humanos, Edición: 5ta Edición Editorial: Mc Graw Hill.

CHILQUINGA, Manuel (2007) Contabilidad de Costos, Cámara Ecuatoriana del Libro, 2da Edición.

COSCIA, Alberto, (2007) Economía Agraria, Editorial Hemisferio Sur.

DE LIÑAN, Carlos (2007) Módulo contabilidad general y tesorería por competencias y desempeños, Editorial García Magallanes.

DE LA TORRE, Luis (2008) Enciclopedia de las Plantas Útiles del Ecuador, Herbario QCA & Herbario AAU, Quito & Aarhus.

FERNÁNDEZ, Luis (2008) Manual de Agricultura ecológica, Editorial Nepas.

FIGUEROA, David (2008) Planeación Estratégica, Primera Edición.

FONTAINE, Ezequiel (2008) Evaluación de Proyectos, Quinta Edición.

GANDARILLAS, Guillermo (2008) Contabilidad Financiera II, Segunda Edición.

GÓMEZ, Paulo (2009) Contabilidad de Costos I, Primera Edición, Editorial ACN.

GUZMAN, Norberto (2008) Agricultura Orgánica dentro del XXXI Congreso Nacional de la SMCS. Editorial Limusa.

HERNÁNDEZ, Augusto (2008) Dirección Estratégica de Empresas, Primera Edición.

HORMO, Manuel (2007) Marketing de Innovación y Cualificación, IC Editorial, ExLibric y Podiprint

MAGER, Raúl (2007) Planeación y Dirección Estratégica, Segunda Edición.

MESA, Juan (2011) Evaluación Financiera de Proyectos, Editorial ECOG EDICIONES, Segunda Edición.

MIRANDA, Joel (2007) Fundamentos de Marketing, 8va. Edición

ORQUERA, Jaime (2007) Planeación Estratégica de Medianas Empresa, Segunda Edición, Editorial Francis.

PÉREZ, Damián (2011) Administración de Empresas, Editorial H.G.

RESTREPO, Julián (2007) Abonos orgánicos fermentados. Experiencias de Agricultores de Centroamérica y Brasil. OIT, PSST-AC y P; CEDECE

RODRÍGUEZ, Mario (2007) Horticultura orgánica: Una guía basada en la experiencia en Laguna de Alfaro Ruiz, Costa Rica. Fundación Guilombe, San José Costa Rica, Serie No.1, Vol.2

SÁNCHEZ, Joaquín (2007) No más desiertos verdes. Una experiencia en Agricultura Orgánica, Primera edición, San José, CODÉSE.

WARREN, Carlos (2007) Contabilidad Genera, Primera Edición.

ROSS, Wagner (2008) Evaluación de Proyectos, Edición II, Editorial Santafé.

LINCOGRAFÍA

GESTIOPOLIS (2008) Ámbito de aplicación del estudio de mercado. En línea: <http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/41/htm>.

GESTIOPOLIS (2008) Estudio de Mercado En línea
http://www.gestiopolis.com/dirgp/mar/sim_investigacion_mercados/sim_investigacion_mercados_3.htm

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

INSTRUMENTO No. 2

GUÍA DE ENREVISTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN **COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS DE** **LEGUMBRES Y HORTALIZAS EN LA CIUDAD DE IBARRA**

OBJETIVO: Identificar la oferta de productos agrícolas en la ciudad de Ibarra, para establecer la forma de adquisición, comercialización, calidad del producto y servicio al cliente.

Leer detenidamente y contestar con claridad, precisión y seriedad, ya que la información que usted nos brinde será muy valiosa para el proyecto a realizarse.

1. ¿Qué tiempo lleva en la actividad comercial?

- a) Menos de 1 año
- b) 1-3 años
- c) Más de 3 años

2. ¿El precio de venta de los productos legumbres y hortalizas, usted asigna de acuerdo a las condiciones del mercado?

- a) Si

b) No

3. Las tendencias de consumo de estos productos agrícolas, en más proporción se ve en las personas:

- a) De clase alta
- b) De clase media
- c) De clase baja

4. ¿Cuál es la tendencia de comercialización de las legumbres y hortalizas en la ciudad de Ibarra?

- a) Alta
- b) Media
- c) Baja

5. ¿Tiene dificultad para abastecerse de estos tipos de productos?

- a) Si
- b) No

6. ¿Los productores que le proveen de legumbres y hortalizas a que localidad pertenecen?

7. ¿A cuántos productores adquiere las legumbres y hortalizas?

- a) 1
- b) 2 a 4
- c) Más de 5

8. ¿Alguna vez da adquirido los productos agrícolas del sector de Chorlavi?

- a) Si
- b) No

9. Aproximadamente, ¿Qué cantidad en quintales vende al mes de estos productos?

Legumbres

- a) Menos de 5 qq
- b) De 5 a 10 qq
- c) De 10 a 15 qq
- d) Más de 15 qq

Hortalizas

- a) Menos de 5 qq
- b) De 5 a 10 qq
- c) De 10 a 15 qq
- d) Más de 15 qq