



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

Tema:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN LA COMUNIDAD EL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUÍ, CANTÓN IBARRA, DE LA PROVINCIA DE IMBABURA.

PREVIO LA OBTENCION DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

Autora: María José Bolaños G.

Asesor: Ec. Manuel Corrales

Ibarra, Noviembre 2012

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación tiene como propósito determinar la viabilidad de la creación de un Centro de Acopio para la comercialización de productos agrícolas en la Comunidad El Juncal, parroquia Ambuquí, cantón Ibarra, de la provincia de Imbabura. Inicialmente se desarrolla un diagnóstico técnico situacional mediante el cual se determina la situación actual de producción, comercialización, nivel de aceptación y apoyo para la realización del proyecto de los productores agrícolas del sector. Al realizar el estudio de mercado se estableció la oferta, demanda, demanda insatisfecha, precio de los productos y los canales de comercialización, los resultados obtenidos permitieron determinar que existe predisposición por parte de los demandantes para adquirir los productos. Con el estudio técnico se determinó que la localización óptima del proyecto es en la Comunidad El Juncal, Parroquia Ambuquí ya que posee las condiciones necesarias para que se desarrolle el proyecto sin ningún problema, además se establece el proceso de comercialización de los productos a seguir. En lo económico-financiero se determina que la inversión total para el proyecto es de \$106.909.50 dólares, después de analizar ingresos, costos y gastos se estructuró los estados financieros para posteriormente evaluarlos mediante indicadores financieros como el TIR, VAN, TRI, B/C obteniendo resultados positivos, los cuales demuestran la factibilidad del proyecto. Finalmente mediante la evaluación de los impactos en el ámbito social, económico, educativo y empresarial se demuestra la factibilidad del proyecto.

EXECUTIVE SUMMARY

The present research aims to determine the feasibility of creating about collection center for the marketing of agricultural products in the Community of the Juncal, parish of the Ambuquí, canton Ibarra and Imbabura province.

Initially It developing a situational technical diagnosis which is determined by the present situation of production, marketing, level of acceptance and support for the project of agricultural producers in the industry. When performing the market study established the supply, demand, unmet demand, prices of products and marketing channels, the results indicated that there is willingness on the part of the plaintiffs to purchase the products. With the technical study it found that the optimal location of the project is in the Community of the Juncal, Parish of Ambuquí, since it has the necessary conditions for the development of the project without any problem, besides establishing the process of marketing the products to follow. In the economic-financial is determined that the initial investment for the project is \$ 106.909.50 dollars, after analyzing revenue, costs and expenses was structured financial statements to evaluate later by financial indicators such as IRR, NPV, IRR, B / C positive results, which demonstrate the feasibility of the project.

It established the approach of the organizational and functional model which ensures that the process is carried out on micro-enterprises normally in accordance with the objectives of the project. Finally, by evaluating the impacts to their possible effects on social, economic, and educational shows the feasibility of the project.

AUTORÍA

Yo, MARÁ JOSÉ BOLAÑOS GUDIÑO, portadora de la cédula de ciudadanía N° 1003366653 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN LA COMUNIDAD EL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUÍ, CANTÓN IBARRA, DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Firma

CI 1003366653

CERTIFICADO DE AUTORÍA

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada MARIA JOSÉ BOLAÑOS GUDIÑO para optar por el título de INGENIERA COMERCIAL EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, cuyo tema es: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN LA COMUNIDAD EL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUÍ, CANTÓN IBARRA, DE LA PROVINCIA DE IMBABURA; Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

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

Firma

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

Yo, María José Bolaños Gudiño con cédula de identidad N° 1003366653, 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 de la obra o trabajo de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN LA COMUNIDAD EL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUÍ, CANTÓN IBARRA, DE LA PROVINCIA DE IMBABURA.**

Que ha sido desarrollada para optar por el título de Ingeniera en Administración de Empresas 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 hacemos la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

María José Bolaños G.

100336665-3

Ibarra, 23 julio del 2012

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1.- IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar a 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			
CEDULA DE IDENTIDAD:		100336665-3	
APELLIDOS Y NOMBRES:		Bolaños Gudiño María José	
DIRECCIÓN:		Tobías Mena y Daniel Reyes 2-78	
EMAIL:		majitobg.2888@yahoo.es	
TELEFONO FIJO:	062 609858	TELÉFONO MÓVIL:	084 782465

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	
AUTOR:	Bolaños Gudiño María José
FECHA:	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA	Ingeniera en Administración de Empresas
ASESOR/ DIRECTOR:	Econ. Manuel Corrales

2.- AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, María José Bolaños Gudiño, con cédula de identidad N° 100336665-3, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Registro Digital Institucional y uso del archivo digital en el Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión, en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3.- CONSTANCIAS

La Autora manifiesta que la obra objeto de la presente 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, 23 julio del 2012

LA AUTORA:

ACEPTACIÓN:

Firma: Firma:.....

Nombre:..... Nombre:.....

C.C 100336653

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución del Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a Dios por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorarle cada día más.

A todas aquellas personas que de una u otra forma han ayudado a cristalizar mis anhelos, a mi familia, a mi madre, a mi esposo y a mis hermanos por todo su apoyo incondicional y por el estímulo que me han brindado día a día el mismo que ha acrecentado mi espíritu de superación.

María José Bolaños

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento a los catedráticos de la Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Escuela de Administración de Empresas, quienes me brindaron sus conocimientos durante todo el transcurso académico.

A mi Asesor Ec. Manuel Corrales, quien con su acertada dirección me apoyó notablemente en la realización y culminación del presente trabajo.

Y en especial a mi madre que me ha visto dar mis primeros pasos, por cultivar e inculcar el valor de la responsabilidad, por tantos años de entrega, desvelos y apoyo que me has brindado, si hay algo que sé hacer bien es por ti y cuando llega la recompensa por un esfuerzo no puedo dejar de recordar tu cercanía, complicidad y tu ejemplo.

María José Bolaños G.

PRESENTACIÓN

El presente estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Acopio para la Comercialización de productos agrícolas en la Comunidad El Juncal, parroquia Ambuquí, cantón Ibarra, de la provincia de Imbabura se encuentra estructurado en siete capítulos.

El primer capítulo trata del diagnóstico técnico situacional donde se resaltan los antecedentes de la actividad agrícola en el sector para lo cual se aplicaron encuestas y entrevistas que permitieron determinar la situación de los agricultores en cuanto a servicios básicos, producción, comercialización y el nivel de apoyo y aceptación de los agricultores hacia el proyecto.

El segundo capítulo hace referencia al marco teórico donde se conceptualiza la actividad agrícola, la función y la importancia que cumple un Centro de Acopio, aspecto contable, comercial y varios temas más que ayudarán a comprender de mejor manera el proyecto.

El tercer capítulo se refiere al estudio de mercado donde se establece la población consumidora, analizando aspectos como oferta, demanda, relación oferta – demanda, demanda insatisfecha, se estableció el precio de los productos y canales de comercialización, los resultados obtenidos permitieron determinar que existe predisposición por parte de los demandantes para adquirir los productos.

El cuarto capítulo hace referencia a la ingeniería del proyecto, donde se da a conocer la macro y micro localización del proyecto, diseño de instalaciones, maquinaria requerida, fuente de financiamiento y personal

requerido para el funcionamiento de la microempresa comercializadora de productos agrícolas.

El quinto capítulo, "Evaluación económica" determina los rubros que se requerirán para poder ejecutar el proyecto. Se elaboran los presupuestos de ingresos, gastos, se determina los costos de comercialización. Además se realiza la evaluación financiera a través de sus indicadores como el VAN, cálculos del TIR, recuperación de la inversión en el tiempo, índice de beneficio costo y concluye con el punto de equilibrio.

El sexto capítulo hace mención a la organización de la empresa, su organigrama estructural y funcional, descripción de puestos y funciones, recurso humano, factores indispensables para el buen funcionamiento del centro de acopio.

El séptimo capítulo describe el análisis de impactos como: social, económico, cultural, educativo que genera la implantación del proyecto.

Finalmente las conclusiones y recomendaciones, que se realiza respecto al desarrollo del trabajo de investigación. Posteriormente se encontrará la bibliografía utilizada en el desarrollo del estudio de factibilidad y además los anexos que sustentan todos los cálculos y registros del presente estudio.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada	i
Resumen ejecutivo	ii
Autoría	iii
Aprobación del asesor	iv
Certificado de Autoría	v
Cesión de Derechos de Autor	vi
Autorización de Uso y Publicación	viii
Dedicatoria	ix
Agradecimiento	x
Presentación	xii
Índice de contenidos	
Introducción	1
Antecedentes	1
Justificación	2
Objetivos	3
Objetivo General	3
Objetivos Específicos	3
Metodología:	4
A) Información Primaria	4
B) Información Secundaria	4
CAPÍTULO I	5
1. DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL	5
1.1 Antecedentes	5
1.2 Objetivos Del Diagnóstico	6
1.2.1 Objetivo General	6
1.2.2 Objetivos Específicos	6
1.3 Variables	7
1.4 Indicadores	7
1.5 Matriz De Relación Diagnóstica	9

1.6 Mecánica Operativa	9
1.6.1 Determinación De La Población	12
1.6.2 Determinación de la Muestra	12
1.6.3 Información Primaria	14
1.6.4 Información Secundaria	14
1.7 Tabulación Y Análisis De La Información	16
1.7.1 Encuesta Aplicada A Los Productores Agrícolas De Las Comunidades De Chota, Juncal Y Carpuela, Pertenecientes A La Parroquia Ambuquí.	16
1.8 Construcción De La Matriz De Resultados	34
1.9 Cruces Estratégicos De La Matriz Diagnóstica	35
1.9.1 Cruces Estratégicos Aliados – Riesgos	35
1.9.2 Cruce Estratégico Aliados – Oportunidades	35
1.9.3 Cruce Estratégico Oponentes – Oportunidades	36
1.9.4 Cruce Estratégico Oponentes – Riesgos	36
1.10 Identificación Del Problema Diagnóstico resultados Del Diagnostico	37
1.11 Resultados del Diagnostico	37
CAPÍTULO II	
2. MARCO TEÓRICO	38
2.1 La Empresa.	38
2.1.1 Definición De Empresa	38
2.1.2 Elementos De La Empresa	38
2.1.3 Clasificación De Las Empresas Según Su Forma Jurídica	39
2.2 La Microempresa	41
2.2.1 Definición	41
2.2.2 Objetivos De La Microempresa	42
2.2.3 Clasificación De Las Microempresas	42
2.2.4 Ventajas De La Microempresa	43
2.2.5 Desventajas De La Microempresa.	43
2.3 Centros De Acopio	43

2.3.1 Definición	43
2.3.2 Importancia	43
2.4 Producción Agrícola	44
2.4.1 Definición	44
2.5 Estudio De Mercado	44
2.6 Oferta	45
2.7 Demanda	45
2.8 Precio	45
2.9 Producto	45
2.10 Distribución	46
2.11 Administración	47
2.11.1 Definición	47
2.11.2 Principios De La Administración	47
2.11.3 Proceso Administrativo	48
2.12 La Contabilidad	50
2.13 Estados Financieros	51
2.13.1 Balance General.	52
2.13. 2 Balance De Resultado	52
2.13.3 Estado De Flujo De Efectivo O De Fondos	52
CAPÍTULO III	54
3. ESTUDIO DE MERCADO	54
3.1 Planteamiento Del Problema De Investigación	54
3.2 Objetivos De La Investigación	54
3.3 Identificación Del Producto O Servicio	54
3.4. Comportamiento De La Demanda	55
3.5 Consumidor Del Producto.	56
3.6 Demanda Potencial	56
3.7. Demanda Actual	57
3.8 Proyección De La Demanda	57
3.9 Análisis De La Oferta	59
3.10 Proyección De La Oferta	61

3.11 Balance Oferta – Demanda	62
3.12 Análisis Y Determinación De Precios	62
3.13 Proveedores	64
3.14 Clientes	64
3.15 Competencia	64
3.16 Estrategias De Distribución	65
3.17 Cadena De Distribución	65
3.18 Conclusiones Del Estudio De Mercado	66
CAPÍTULO IV	69
4. ESTUDIO TÉCNICO	69
4.1 Tamaño Del Proyecto	69
4.2 Localización Del Proyecto	70
4.2.1 Macro- Localización	70
4.2.2 Micro – Localización	70
4.2.3 Matriz Localizacional	71
4.2.3 Plano De Micro – Localización	71
4.3 Ingeniería Del Proyecto	72
4.3.1 Procesos De Producción Y/O Prestación De Servicios	72
4.3.1.1 Diagrama De Flujo	72
4.3.2 Aspectos De Producción	74
4.3.2.1 Requerimiento De Mano De Obra	74
4.3.2.2 Requerimientos De Materiales/ Materia Prima	74
4.3.3 Infraestructura Física.	74
4.3.3.1 Servicios Básicos	74
4.3.3.2 Terreno	74
4.3.3.3 Vías De Comunicación	75
4.3.4 Diseño De Las Instalaciones	75
4.3.5 Distribución Física De La Planta	77
4.3.6 Determinación De La Inversión	78
4.3.6.1 Inversión En Activos Fijos	78
4.3.6.2 Inversión En Activos Diferidos	82

4.3.6.3 Capital De Trabajo	83
4.3.6.3.1 Materia Prima Directa	83
4.3.6.3.2 Mano De Obra Directa	84
4.3.6.3.3 Costos Indirectos De Fabricación	84
4.3.6.3.4 Gastos Administrativos	85
4.3.6.3.5 Gastos De Venta	85
4.3.6.3.6 Otros Gastos	86
4.3.6.4 Inversión Total Del Proyecto	87
CAPÍTULO V	88
5. ESTUDIO FINANCIERO	88
5. 1 Determinación De Ingresos	88
5.2 Determinación De Egresos	92
5.2.1. Costos De Producción	92
5.2.1.1 Materia Prima	92
5.2.1.2 Mano De Obra Directa	95
5.2.1.3 Costos Indirectos De Fabricación	97
5.2.2 Gastos Administrativos	99
5.2.2.1 Sueldos Administrativos	99
5.2.2.2 Suministros Y Materiales De Oficina	101
5.2.2.3 Suministros De Aseo Y Limpieza	102
5.2.3 Gastos De Venta	103
5.2.4 Otros Gastos	106
5.3 Necesidad De Capital	106
5.4. Depreciaciones	106
5.5 Estados Financieros Proforma	109
5.5.1 Balance General	109
5.5.2 Estado De Resultados (Pérdidas Y Ganancias)	111
5.5.3 Flujo De Caja	113
5.6 Evaluación Financiera	113
5.6.1 Determinación Del Valor Actual Neto (Van)	114
5.6.2 Determinación De La Tasa Interna De Retorno (Tir)	114

5.6.3 Tiempo De Recuperación De La Inversión	115
5.6.4 Relación Costo – Beneficio	115
5.6.5 Punto De Equilibrio	116
	117
CAPÍTULO VI	119
6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	119
6.1 Empresa	119
6.1.1 Nombre O Razón Social	119
6.1.2 Titularidad De Propiedad De La Empresa	120
6.1.3 Tipo De Empresa	120
6.1.4 Requisitos Legales Para La Constitución De La Microempresa	120
6.1.5 Registros Legales	121
6.2 Bases Filosóficas	122
6.2.1 Misión	122
6.2.2 Visión	123
6.2.3 Valores	123
6.2.4 Políticas Institucionales	124
6.3 La Organización De La Microempresa	125
6.3.1 Organigrama Estructural	126
6.3.2 Descripción De Funciones	126
CAPÍTULO VII	130
7. ANÁLISIS DE IMPACTOS	130
7.1 Impacto Social	131
7.2 Impacto Económico	132
7.3 Impacto Educativo	133
7.4 Impacto Empresarial	134
Conclusiones	135
Recomendaciones	136
Fuentes de Información	137

Lincografía	139
Anexos	140

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Matriz De Relación Diagnóstica	9
Cuadro N° 2 Determinación De La Muestra	13
Cuadro N° 3 Construcción De La Matriz De Resultados	34
Cuadro N° 4 Principios De La Administración	49
Cuadro N° 5 Supermercados, Micromercados, Comisariatos Y Despensas Más Representativos De La Provincia De Imbabura.	57
Cuadro N° 6 Demanda Actual	58
Cuadro N° 7 Proyección De La Demanda En Bultos /Cajas	59
Cuadro N° 8 Oferta Por Productor	60
Cuadro N°- 9 Oferta Total	61
Cuadro N° 10 Proyección De La Oferta Bultos/ Cajas	62
Cuadro N° 11 Relación Entre La Oferta Y La Demanda En Bultos / Cajas	63
Cuadro N° 12 Precios	65
Cuadro N° 13 Terreno	78
Cuadro N° 14 Edificio	79
Cuadro N° 15 Vehículo	79
Cuadro N° 16 Maquinaria Y Equipo	80
Cuadro N° 17 Equipo De Computación	80
Cuadro N° 18 Muebles Y Enseres	81
Cuadro N° 19 Equipo De Oficina	81
Cuadro N° 20 Resumen De La Inversión Fija	82
Cuadro N° 21 Resumen De Inversiones Diferidas	82
Cuadro N° 22 Materia Prima	83
Cuadro N° 23 Mano De Obra Directa	84
Cuadro N° 24 Mano De Obra Indirecta	84

Cuadro N° 25 Gastos Variables	84
Cuadro N° 26 Resumen De Los Costos Indirectos De Fabricación	85
Cuadro N° 27 Gastos Administrativos	85
Cuadro N° 28 Gastos De Ventas	85
Cuadro N° 29 Otros Gastos	86
Cuadro N° 30 Resumen Del Capital De Trabajo	86
Cuadro N° 31 Resumen De La Inversión Total	87
Cuadro N° 32 Proyección De Ingresos Por Ventas	89
Cuadro N° 33 Materia Prima Directa	93
Cuadro N° 34 Mano De Obra Directa	95
Cuadro N° 35 Mano De Obra Directa Proyectada	96
Cuadro N° 36 Mano De Obra Indirecta	97
Cuadro N° 37 Gastos Variables	98
Cuadro N° 38 Resumen Costos Indirectos De Fabricación Proyectados	98
Cuadro N° 39 Resumen De Los Costos De Producción	99
Cuadro N° 40 Sueldos Y Salarios Administrativos	100
Cuadro N° 41 Sueldos Y Salarios Administrativos Proyectados	100
Cuadro N° 42 Suministros De Oficina	101
Cuadro N° 43 Suministros De Aseo Y Limpieza	102
Cuadro N° 44 Resumen De Los Gastos Administrativos.	103
Cuadro N° 45 Salarios De Ventas	104
Cuadro N° 46 Salarios De Venta Proyectados	104
Cuadro N° 47 Publicidad	105
Cuadro N° 48 Gastos De Venta	105
Cuadro N° 49 Otros Gastos	106
Cuadro N° 50 Composición Del Capital	106
Cuadro N° 51 Depreciación	107
Cuadro N° 52 Proyección De La Depreciación	107
Cuadro N° 53 Egresos	108
Cuadro N° 54 Balance General	110
Cuadro N° 55 Estado De Resultados	112

Cuadro N° 56 Flujo De Caja	113
Cuadro N° 57 Cálculo Del Tir	115
Cuadro N° 58 Tiempo De Recuperación De La Inversión	115
Cuadro N° 59 Cálculo De La Recuperación De La Inversión (Regla De Tres)	116
Cuadro N° 60 Relación Beneficio/ Costo	116
Cuadro N° 61 Costos Fijos Y Costos Variables	117

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Servicios básicos	16
Gráfico N° 2 Nivel de instrucción	17
Gráfico N° 3 Experiencia de trabajo	18
Gráfico N° 4 Hectáreas agrícolas en producción	19
Gráfico N° 5 Productos de mayor frecuencia	20
Gráfico N° 6 Bultos/ cajas mensuales	21
Gráfico N° 7 Programación de oferta	22
Gráfico N° 8 Período de cosecha	23
Gráfico N°9 Riesgos en la producción	24
Gráfico N° 10 Coordinación entre agricultores	25
Gráfico N° 11 Capacitación	26
Gráfico N° 12 Calidad de los productos	27
Gráfico N° 14 Distribución de los productos	28
Gráfico N° 15 Dificultad en la comercialización	29
Gráfico N° 16 Rentabilidad en la producción	30
Gráfico N° 17 Capital de trabajo	31
Gráfico N° 18 Control de registros básicos	32
Gráfico N° 19 Aceptación del centro de acopio	33

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES:

La Parroquia Ambuquí está situada al norte del territorio ecuatoriano en el Cantón Ibarra, provincia de Imbabura. Su clima oscila entre 24 grados centígrados. El Valle del Chota tiene una población aproximada de 3.000 habitantes de raza negra afro-ecuatoriana, los cuales se caracterizan por dedicarse a la agricultura y a los deportes.

La parroquia Ambuquí se destaca por su principal actividad como es la agricultura, la misma que en los últimos años ha aumentado, los principales cultivos son: frejol, tomate riñón, papayas, caña de azúcar, yuca, limones, aguacate, guayaba, tuna, camote, col, zanahoria, pimiento, vainita, pepinillos entre otros; los mismos que forman parte de los productos para el consumo diario en los diferentes hogares de la Provincia.

La población que se dedica a la agricultura tiene que enfrentar varios problemas e inconvenientes, como: dejar de cosechar estos productos porque sus precios son muy bajos y las cosechas llegan a dañarse en el campo productivo; las principales causas de estos inconvenientes es la existencia de muchos intermediarios, la inadecuada imagen y presentación de los productos y la descoordinación entre agricultores.

Frente a esta situación se propone la creación de un Centro de Acopio para la comercialización de productos agrícolas como son: Aguacate, Camote, Limón, Papaya, Pimiento, Pepinillos, Tomate riñón, Vainita, Tuna, Yuca ; los mismos que se almacenarán y distribuirán de manera directa al consumidor (supermercados, micro-mercados, comisariatos y despensas), cumpliendo los requerimientos que hoy en día exige el mercado local, regional y nacional; generando así mejores condiciones de comercialización de dichos productos en precios, cantidades y calidad; promoviendo de esta manera la generación de puestos de trabajo para los

habitantes de la localidad, esperando elevar el nivel ocupacional de la población, buscando de esta manera solucionar la situación económica de los pequeños productores del sector.

JUSTIFICACIÓN

La ejecución del proyecto planteado es de suma importancia para la zona ya que tiene múltiples beneficios para los habitantes tanto en el sentido socio económico, ecológico y cultural. También puedo afirmar que la realización del proyecto planteado influirá de manera positiva en el desarrollo personal de los habitantes y mejorará notablemente la calidad de vida de los mismos. Este proyecto fortalecerá y consolidará la organización comunitaria, busca disminuir la vulnerabilidad de las comunidades mediante el aprovechamiento potencial de los recursos naturales y la correcta comercialización. Ambuquí tiene su base económica fundamentada en las actividades agrícolas y es precisamente en esta zona donde existe una producción agrícola de excelente calidad, razón por la cual se propone la creación de un Centro de Acopio para la comercialización de productos agrícolas como son: Ají, Aguacate, Camote, Limón, Papaya, Pimiento, Tomate riñón, Vainita, Yuca , principalmente es una forma de promover el desarrollo del sector, de crear espacios donde hombres, mujeres participen con equidad y sea visible el aporte socioeconómico que genera la ejecución del proyecto en la familia, la comunidad y el país. Asimismo se contribuye a disminuir en cierta medida los graves problemas que afronta nuestra sociedad tales como el desempleo y la delincuencia.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Acopio para la Comercialización de Productos Agrícolas en la comunidad El Juncal, Parroquia Ambuquí, cantón Ibarra, de la Provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Realizar un diagnóstico situacional para establecer los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos que con lleven a la realización del proyecto.
- Establecer la fundamentación teórica y científica que sirva de base para la operatividad y desarrollo del proyecto en todas sus etapas, a través de una investigación científica.
- Realizar un estudio de mercado que permita caracterizar al mercado y nos permita introducir, distribuir y comercializar los productos agrícolas.
- Realizar un estudio técnico que permita determinar la ubicación, tamaño y los procesos técnicos y tecnológicos acorde a la realidad de la zona.
- Establecer una estructura orgánica y funcional de la empresa que permita su normal funcionamiento y desarrollo.
- Demostrar la factibilidad financiera y económica del proyecto mediante el empleo de herramientas y técnicas financieras.
- Determinar los efectos directos e indirectos de los impactos social, económico, cultural y ambiental, que involucra la realización del proyecto planteado.

METODOLOGÍA:

Para el desarrollo del presente trabajo se ha utilizado técnicas de investigación, considerándose a la información como primaria y secundaria dependiendo de la fuente.

A) INFORMACIÓN PRIMARIA

La información primaria es aquella que se obtiene de fuentes directas, como son los beneficiarios directos como indirectos que abarca el proyecto. Para la obtención de la información primaria se utilizaron las siguientes técnicas de investigación:

- Encuestas
- Entrevistas

Observación directa

B) INFORMACIÓN SECUNDARIA.

Para la obtención de información secundaria se utilizó instrumentos como:

- Documentos
- Revistas
- Periódicos
- Bibliografía especializada
- Internet, entre otros.

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

La Parroquia Ambuquí está situada al norte del territorio ecuatoriano en el Cantón Ibarra, provincia de Imbabura. En la jurisdicción de la parroquia Ambuquí se encuentran las siguientes comunidades: El Chota, Carpuela y el Juncal, San Clemente, Peñaherrera, Chaupi Guaranguí, Apangora, Rancho Chico y San Francisco.

La parroquia Ambuquí se destaca por su principal actividad como es la agricultura, en los últimos años el desarrollo agrícola ha aumentado, los principales cultivos son: aguacate ovo, frejol, tomate riñón, papayas, caña de azúcar, yuca, tuna, camote, zanahoria, pimiento, vainita, entre otros; los mismos que forman parte de los productos para el consumo diario en los diferentes hogares de la Provincia.

Actualmente existe descoordinación entre los agricultores de la parroquia en cuanto a planeación y control de ventas; aspectos que han influido para su lento desarrollo. Frente a esta situación se propone la creación de un Centro de Acopio para la comercialización de productos agrícolas como son:

Ají, Aguacate, Camote, Limón, Papaya, Pimiento, Tomate riñón, Vainita, Yuca los mismos que se almacenarán y distribuirán de manera directa al consumidor (supermercados, micro-mercados, comisariatos y despensas), mejorando su presentación, cumpliendo los requerimientos que hoy en día exige el mercado local, regional y nacional; generando así mejores condiciones de comercialización de dichos productos en precios,

cantidades y calidad; promoviendo de esta manera la generación de puestos de trabajo para los habitantes de la localidad, esperando elevar el nivel ocupacional de la población, buscando de esta manera solucionar la situación económica de los pequeños productores del sector.

1.2 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un diagnóstico técnico situacional para determinar la situación actual de producción y comercialización de los productores agrícolas de las comunidades de Chota, Carpuela y Juncal pertenecientes a la Parroquia Ambuquí, cantón Ibarra, de la Provincia de Imbabura.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la existencia de servicios básicos en la Parroquia Ambuquí.
- Identificar al talento humano que se dedica a la producción agrícola en la Parroquia.
- Conocer los sistemas de producción y determinar el volumen de producción de los productos agrícolas objetos de la presente investigación, para conocer su potencialidad real productiva.
- Identificar los sistemas de comercialización que utilizan los productores agrícolas del sector.
- Conocer los aspectos financieros y determinar las estrategias contables de los productores agrícolas de la parroquia.

1.3 VARIABLES

Habiéndose realizado las primeras etapas del diagnóstico se ha determinado las siguientes variables diagnósticas:

- a) Servicios básicos
- b) Talento Humano
- c) Producción
- d) Comercialización
- e) Control contable – financiero

1.4 INDICADORES

- a) Servicios básicos

Energía eléctrica

Agua Potable

Comunicaciones (Teléfono, internet)

- b) Talento Humano

Nivel de Educación

Experiencia

Capacitación

Nivel de participación en el Proyecto

- c) Producción

Volumen de producción

Tecnología

Tipo de producto

Factores climáticos

Control de calidad

d) Comercialización

Tipo de mercado

Precios

Canales de distribución

e) Control contable – financiero

Formas de control de Ingresos y Egresos

Nivel de rentabilidad

Financiamiento

Capital de Trabajo

Registros básicos

1.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Cuadro N° 1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Objetivos	Variables	Indicadores	Técnicas de recolección de información	Fuentes de información
1. Determinar la existencia de servicios básicos en el Valle del Chota.	Servicios básicos.	<ul style="list-style-type: none"> • Energía eléctrica • Agua Potable • Comunicaciones (Teléfono, internet) 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Productores. • Dirigentes del sector.
2. Identificar al talento humano que se dedica a la producción agrícola en la Parroquia.	Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de Educación • Experiencia • Capacitación • Nivel de participación en el 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas • Entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> • Productores. • Dirigentes del sector.

		Proyecto		
3. Determinar el volumen de producción agrícola del Valle del Chota	Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnología. • Tipo de producto. • Factores climáticos • Control de calidad • Oferta • Nivel de participación en el Proyecto 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas. • Encuestas. • Observación directa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Productores. • Dirigentes del sector.
4. Identificar los sistemas de comercialización de la producción agrícola del Valle del Chota.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de mercado • Precios • Canales de distribución. 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas • Encuestas 	<ul style="list-style-type: none"> • Productores. • Dirigentes del sector.

<p>5. Conocer los aspectos financieros de los productores agrícolas de la Zona Baja del Valle del Chota.</p>	<p>Control Contable – Financiera</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Formas de control. • Ingresos • Egresos • Nivel de rentabilidad. • Financiamiento • Capital de Trabajo. • Registros básicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas. • Entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> • Productores. • Dirigentes del sector.
--	--------------------------------------	---	---	--

1.6 MECÁNICA OPERATIVA

1.6.1 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN

Para el desarrollo del presente estudio se ha utilizado la técnica del muestreo probabilístico aleatorio simple partiendo de la unidad de análisis de la Parroquia Ambuquí. La población en este estudio está conformada por los productores agrícolas de las comunidades de Chota, Carpuela, Juncal y por los dirigentes de las mismas.

1.6.2 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

El total de la población del área de influencia para el caso de productores sobre el presente estudio es de 425 familias de agricultores.

La población de los productores de las distintas comunidades por ser mayor a 100 unidades se procederá a calcular aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N^2 \cdot \delta^2 \cdot z^2}{E^2 (N - 1) + \delta^2 \cdot Z^2}$$

En donde:

n = tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población total.

δ = varianza

Z = 1.96.

E= error muestral

N – 1= error muestral aceptable 5% para población finita

$$n = \frac{425 \cdot (0.25) \cdot (1.96)^2}{(0.05)^2 \cdot (425-1) + (0.25) \cdot (1.96)^2}$$

n= 202

El número de encuestas realizadas a cada comunidad se realizará en base al siguiente factor proporcional; en donde:

N = población

n = tamaño de la muestra

F = factor muestral

$$F = \frac{n}{N} = \frac{202}{425} = 0,4752941$$

Una vez aplicado el factor muestral aplicamos a cada una de las comunidades como se presenta en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 2 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

COMUNIDADES	POBLACION	FACTOR	N. de ENCUESTAS
Carpuela	128	0,4752941	60
Chota	86	0,4752941	41
Juncal	211	0,4752941	101
TOTAL	425		202

FUENTE: Instituto de Estadísticas y Censos INEC

ELABORACIÓN: La Autora

La población de los dirigentes de las comunidades de Juncal, Chota, Carpuela, Changuayacu del Valle del Chota por ser menor de 100 unidades se procederá a utilizar la técnica del censo.

1.6.3 INFORMACIÓN PRIMARIA

Se realizaron encuestas orientadas a recolectar información a las familias de productores agrícolas de las diferentes comunidades que son objeto de estudio de la presente investigación.

Se aplicaron entrevistas a los dirigentes de las comunidades del Valle del Chota.

1.6.4 INFORMACIÓN SECUNDARIA

INDICADORES SOCIO – DEMOGRÁFICOS

Comunidades	Carpuela	Chota	Juncal
Indicadores			
Incidencia de la pobreza de consumo.	87.45	90.09	78.30
Brecha de la pobreza de consumo.	44.66	49.11	37.73
Índice de vulnerabilidad social	17.07	20.89	61.90
Habitantes	690	630	410

Fuente: PDLS 2006

Requisitos que deben cumplir los centros de acopio

- El área de acopio de los productos debe estar cubierta y protegida, para evitar contaminaciones, por ejemplo de animales, insectos, polvo, etc.
- El lugar debe ser limpio y ordenado. Estar lejos de focos de contaminación.
- El área de acopio debe estar contemplada en un programa de limpieza e higiene. Además debe estar incluida en el programa de control de roedores y plagas
- Los productos no deben entrar en contacto con el suelo. Deben permanecer sobre pallets o cualquier otro material que impida el contacto directo con el suelo.
- Deberá contar con agua potable o potabilizada.
- Servicios higiénicos en buen funcionamiento y lavamanos con jabón o líquido desinfectante.
- Basureros con tapa.
- Registros Respectivos.

Fuente: wikipedia 2009

1.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

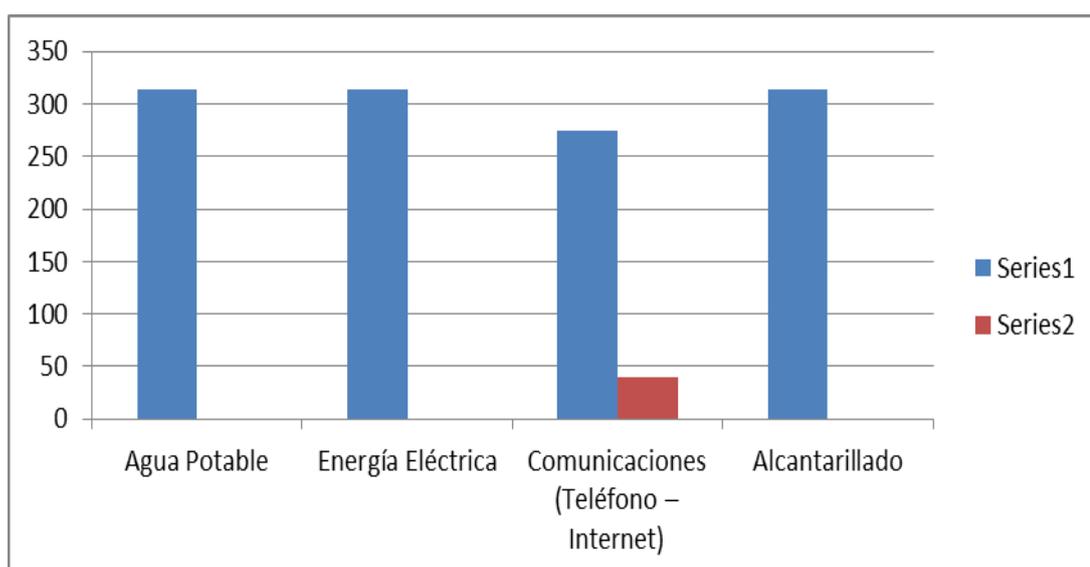
1.7.1 Encuesta aplicada a los productores agrícolas de las comunidades de Chota, Juncal y Carpuela, pertenecientes a la parroquia Ambuquí.

1. Señale los servicios básicos de los que dispone:

Cuadro N° 3 SERVICIOS BÁSICOS

Categorías	SI	NO
Agua Potable	314	0
Energía Eléctrica	314	0
Comunicaciones (Teléfono – Internet)	274	40
Alcantarillado	314	0
TOTAL ENCUESTADOS	314	314

Gráfico N° 1 SERVICIOS BÁSICOS



ANÁLISIS:

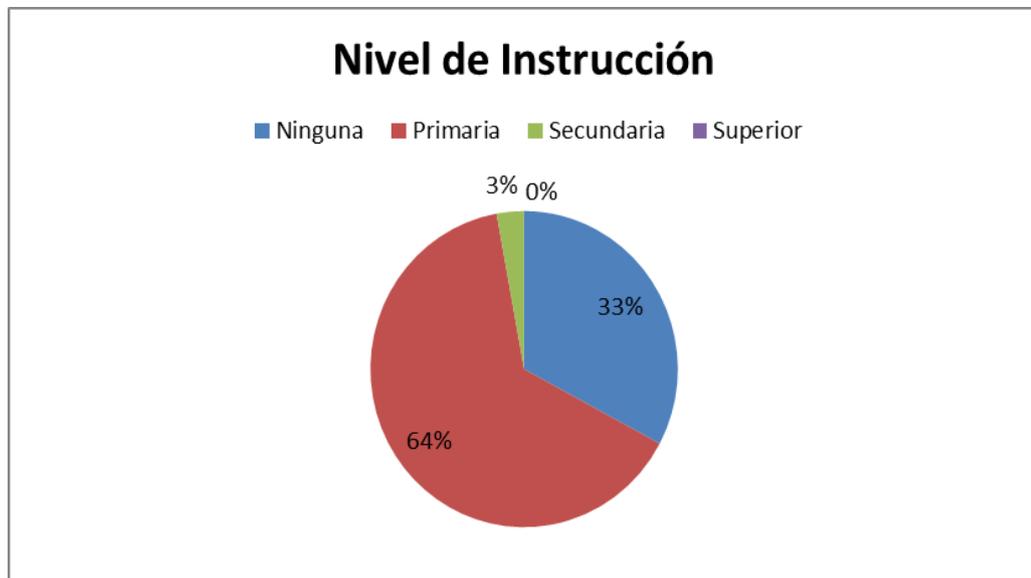
Se determinó que gran parte de la población encuestada de las comunidades de Chota, Carpuela y Juncal dispone de servicios básicos, entendiéndose como servicios básicos: agua potable, energía eléctrica, alcantarillado y comunicaciones (teléfono/internet).

2. ¿Señale que nivel de instrucción tiene usted?

Cuadro N° 4 NIVEL DE INSTRUCCIÓN

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje
Ninguna	103	32,80
Primaria	202	64,33
Secundaria	9	2,87
Superior	0	0,00
TOTAL	314	100,00

Gráfico N° 2 NIVEL DE INSTRUCCIÓN



ANÁLISIS:

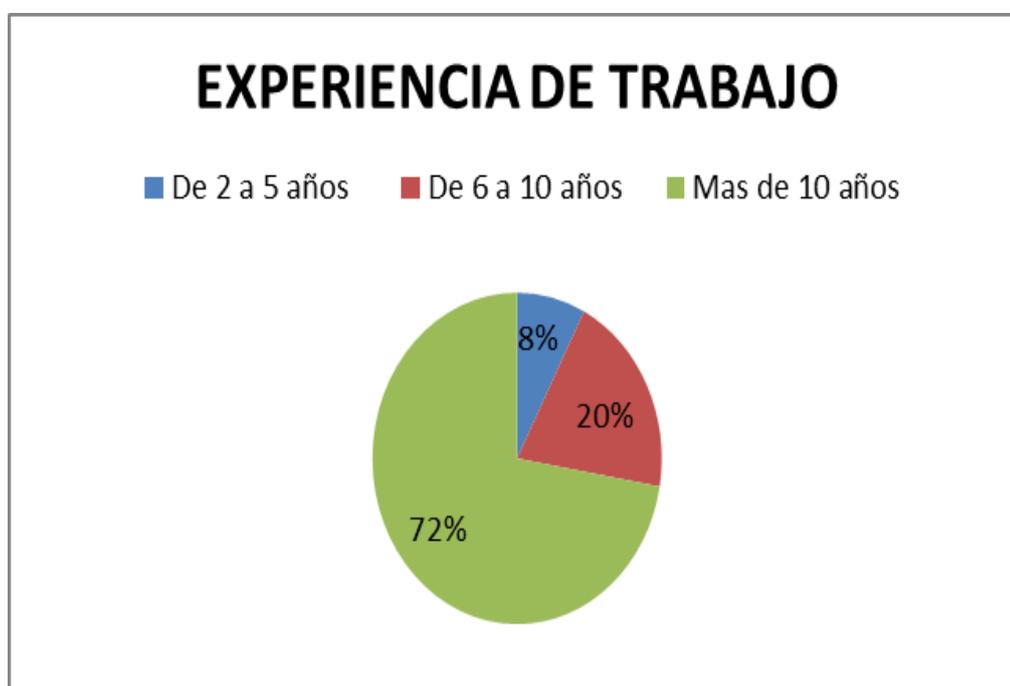
Según los datos obtenidos el nivel de educación de los agricultores del sector es bajo, la mayoría han llegado a culminar la educación primaria, mientras que otros no han cursado por ningún nivel de educación, es decir desde muy pequeños se dedican a la actividad agrícola.

3. ¿Qué tiempo lleva en la agricultura?

Cuadro N° 5 EXPERIENCIA DE TRABAJO

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje
De 2 a 5 años	24	8
De 6 a 10 años	63	20
Más de 10 años	227	72
TOTAL	314	100

Gráfico N° 3 EXPERIENCIA DE TRABAJO



ANÁLISIS:

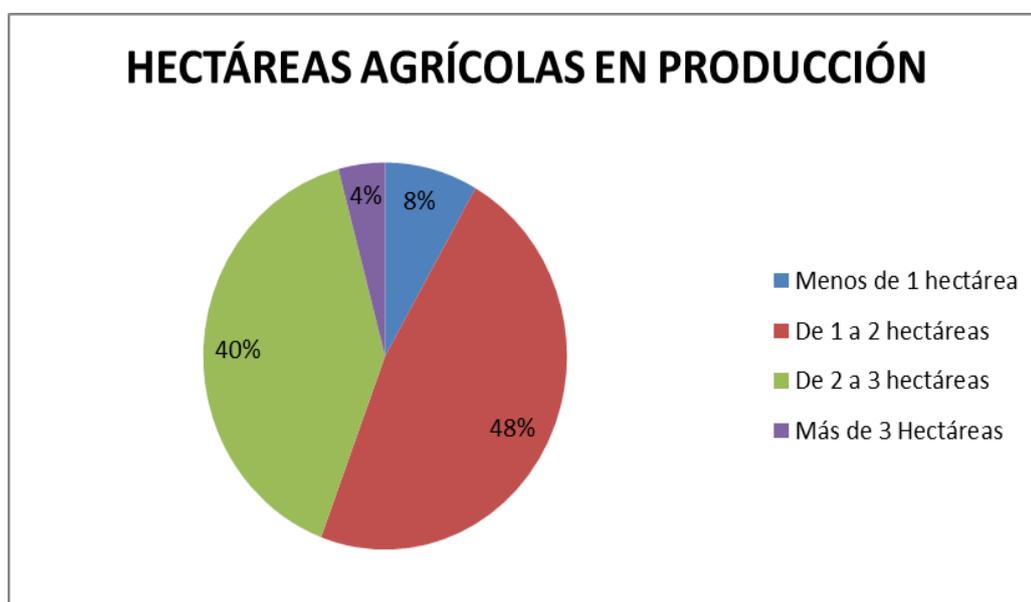
De acuerdo a los datos obtenidos se determinó que la mayoría de la población tiene experiencia en producción agrícola más de 10 años, razón por la cual se puede manifestar que los productos de la zona son buena calidad.

4. ¿Cuántas hectáreas agrícolas tiene en producción?

Cuadro N° 6 HECTÁREAS AGRÍCOLAS EN PRODUCCIÓN

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje %
Menos de 1 hectárea	26	8,28
De 1 a 2 hectáreas	149	47,45
De 2 a 3 hectáreas	126	40,13
Más de 3 Hectáreas	13	4,14
TOTAL	314	100,00

Gráfico N° 4 HECTÁREAS AGRÍCOLAS EN PRODUCCIÓN



ANÁLISIS:

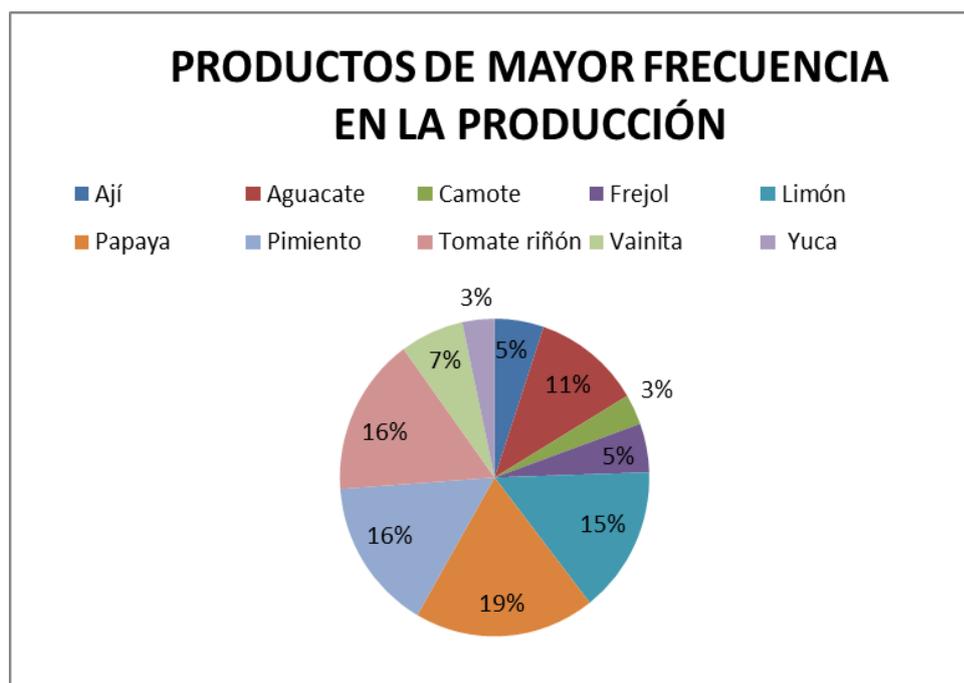
Se determinó que existe la disponibilidad de hectáreas de terreno suficientes para la producción, gran parte de la población dedicada a la agricultura poseen de 1 a 3 hectáreas de terreno dedicadas al cultivo de los diversos productos agrícolas que se dan en la zona.

5. Señale usted 5 productos que con mayor frecuencia produce.

Cuadro N° 7 PRODUCTOS DE MAYOR FRECUENCIA

PRODUCTOS	No de Encuestados	Porcentaje %
Ají	58	5,14
Aguacate	127	11,26
Camote	35	3,10
Frejol	56	4,96
Limón	169	14,98
Papaya	213	18,88
Pimiento	175	15,51
Tomate riñón	182	16,13
Vainita	75	6,65
Yuca	38	3,37
TOTAL	1128	100,00

Gráfico N° 5 PRODUCTOS DE MAYOR FRECUENCIA



ANÁLISIS:

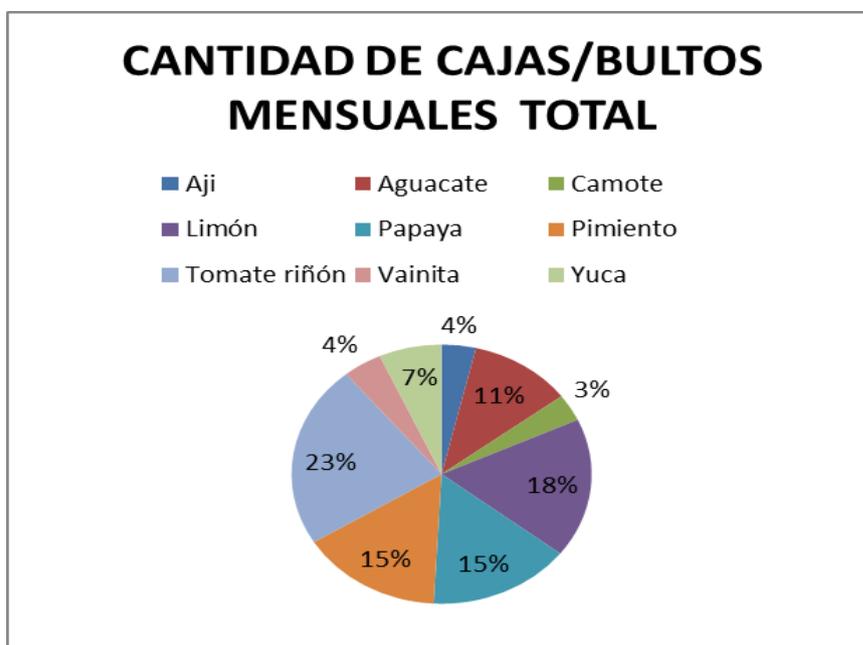
De acuerdo a los resultados obtenidos se puede manifestar que existe diversidad de productos agrícolas, la población cultiva papaya, pimiento, tomate riñón, limón, camote, ají, fréjol y yuca.

6.- De los productos que usted cultiva señale que cantidad en bultos / cajas comercializa mensualmente.

Cuadro N° 8 BULTOS/ CAJAS MENSUALES

PRODUCTOS	CANTIDAD DE CAJAS/ BULTOS MENSUALES POR OFERTANTES TOTAL	% PRODUCCIÓN
Aji	420	4,13
Aguacate	1260	15,35
Camote	384	4,86
Limón	1980	23,19
Papaya	1750	14,35
Pimiento	1750	17,22
Tomate riñón	2600	8,53
Vainita	480	2,65
Yuca	770	9,74
TOTAL	11394	100,00

Gráfico N° 6 BULTOS/ CAJAS MENSUALES



ANÁLISIS:

Se determinó que el tomate riñón es el producto que más se comercializa mensualmente, seguido del limón, papaya y pimiento, mientras que el aguacate, camote, vainita y el ají se comercializa en menor número.

7. ¿Programa sus cultivos de manera que la oferta sea permanente?

Cuadro N° 9 PROGRAMACIÓN DE OFERTA

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje
Siempre	63	20,06
Casi siempre	167	53,18
Nunca	84	26,75
TOTAL	314	100,00

Gráfico N° 7 PROGRAMACIÓN DE OFERTA



ANÁLISIS:

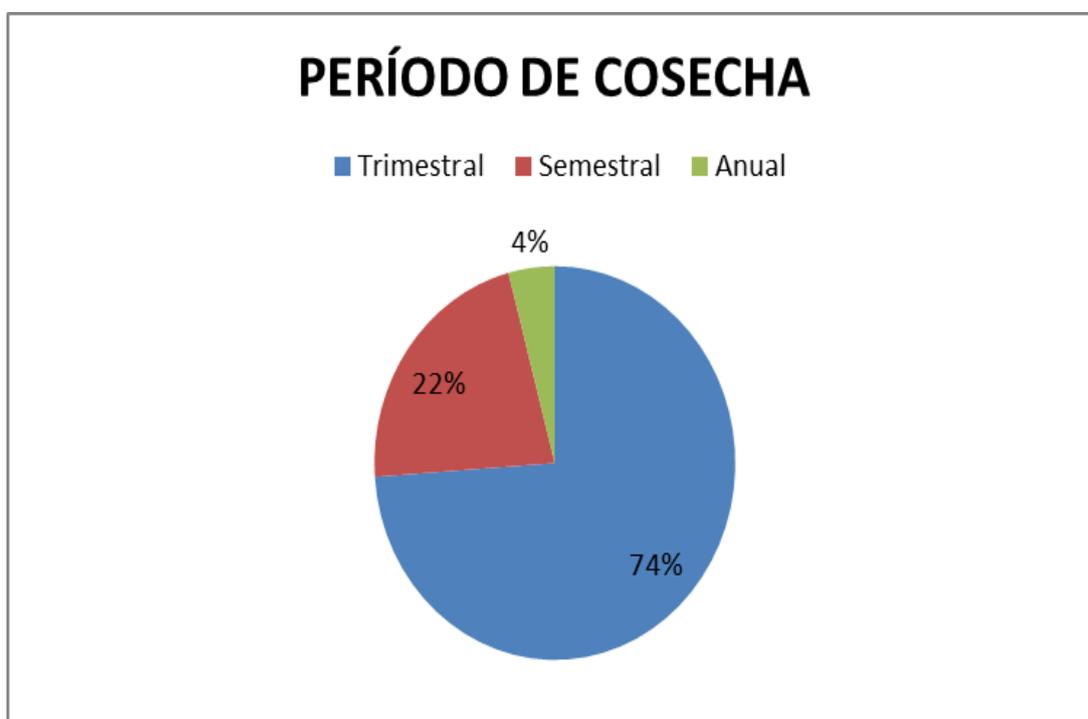
De acuerdo a los resultados obtenidos se determinó que la mayoría de la población de los agricultores programa sus cultivos casi siempre de manera que la oferta de sus productos sea permanente.

8.- El periodo de cosecha en los productos principales es:

Cuadro N° 10 PERÍODO DE COSECHA

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje %
Trimestral	232	74,00
Semestral	69	22,00
Anual	13	4,00
Total	314	100,00

Gráfico N° 8 PERÍODO DE COSECHA



ANÁLISIS:

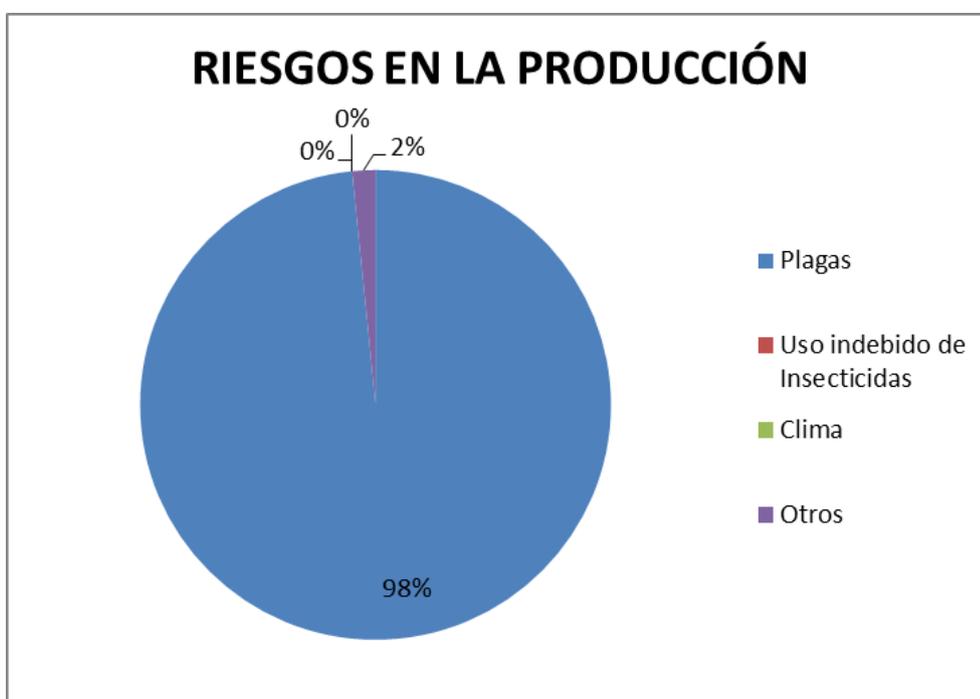
La mayoría de la población encuestada manifestó que el período de cosecha en sus principales productos es de manera trimestral, seguido de la cosecha semestral y finalmente un número reducido señaló que la cosecha de sus productos es de manera anual.

9.- Los riesgos en la producción se debe a:

Cuadro N° 11 RIESGOS EN LA PRODUCCIÓN

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje %
Plagas	309	98,41
Uso indebido de Insecticidas	0	0,00
Clima	0	0,00
Otros	5	1,59
TOTAL	314	100,00

Gráfico N° 9 RIESGOS EN LA PRODUCCIÓN



ANÁLISIS:

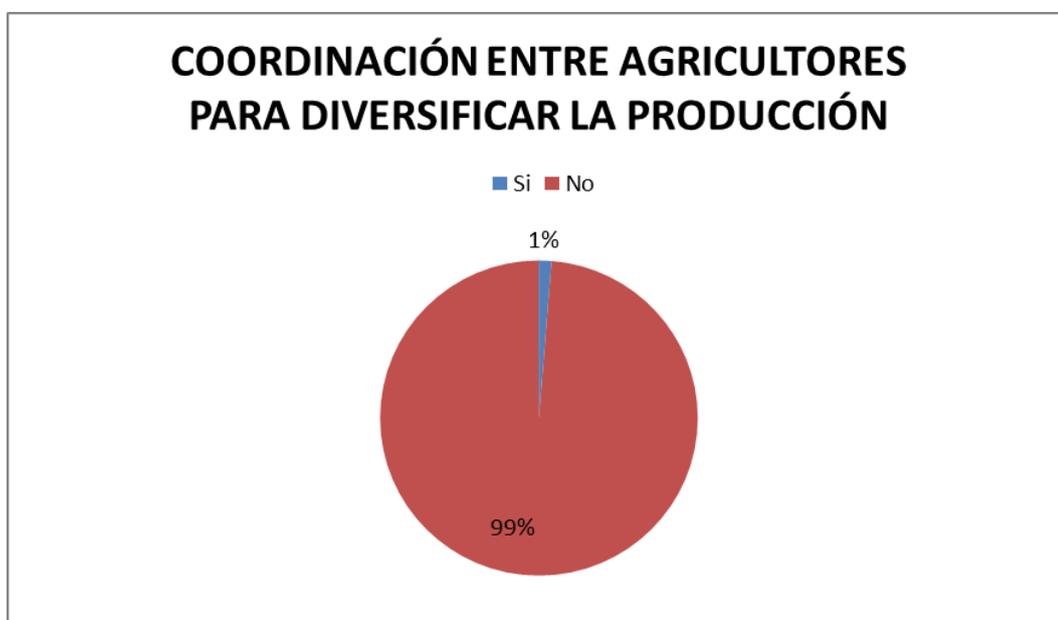
Los agricultores de las comunidades Chota, Carpuela y Juncal manifestaron que el mayor de los riesgos que tienen en el cultivo de sus productos de debe a las denominadas “plagas”.

10.- ¿Se pone usted de acuerdo con otros agricultores para diversificar la producción y no se produzca sobreoferta?

Cuadro N° 12 COORDINACIÓN ENTRE AGRICULTORES

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje %
Si	4	1,27
No	310	98,73
TOTAL	314	100

Gráfico N° 10 COORDINACIÓN ENTRE AGRICULTORES



ANÁLISIS:

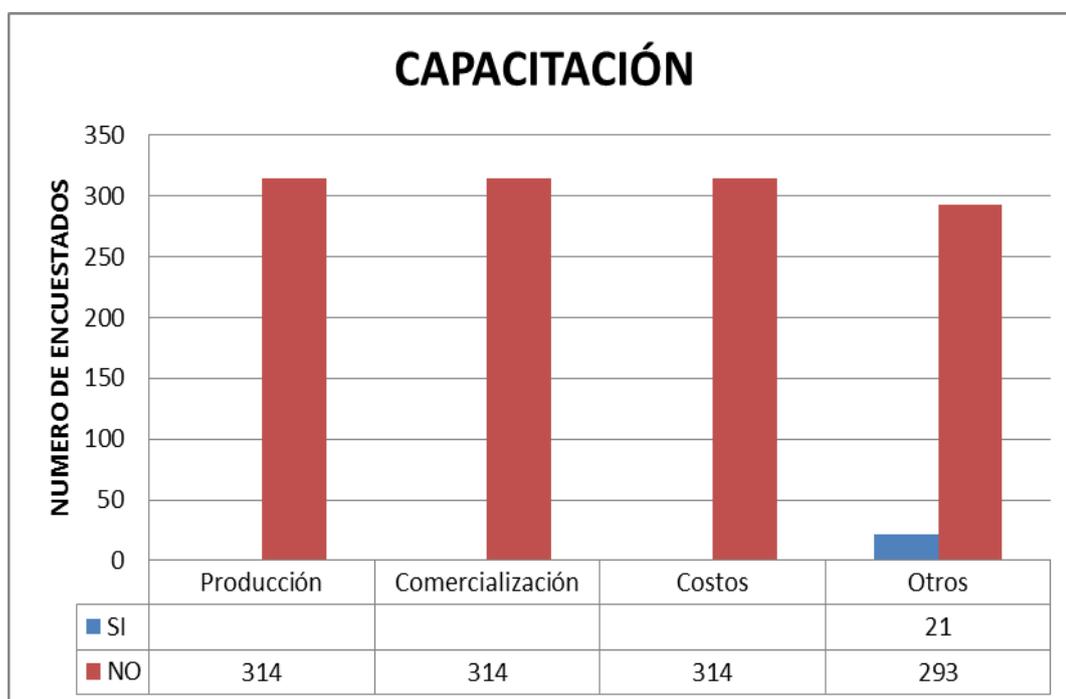
La mayoría de la población señaló que no existe ningún tipo de acuerdo entre agricultores al momento de planificar y programar la producción, razón por la cual existe en ocasiones sobre oferta o escasas de los diferentes productos que se cultivan en el sector.

11.- ¿Ha recibido capacitación en las áreas de:?

Cuadro N° 13 CAPACITACIÓN

Categorías	SI	NO
Producción		314
Comercialización		314
Costos		314
Otros	21	293

Gráfico N° 11 CAPACITACIÓN



ANÁLISIS:

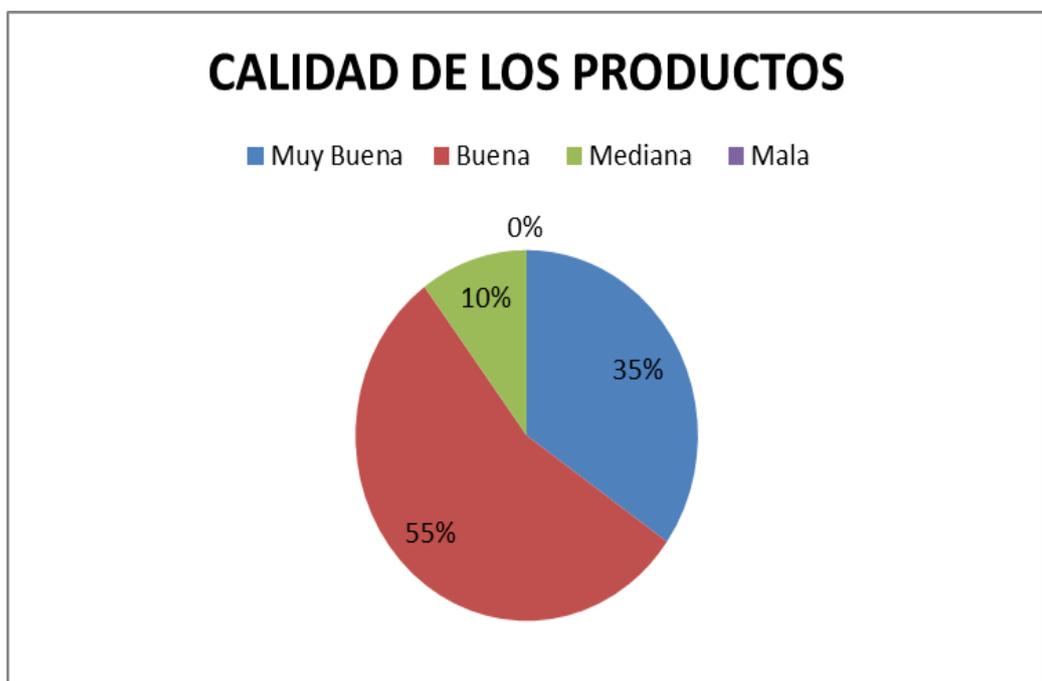
En cuanto a capacitación gran parte de la población manifiesta que no ha recibido enseñanza en ningún tipo de áreas, por lo tanto se puede determinar que desconocen de estrategias de venta, comercialización entre otras.

12.- ¿Cómo calificaría la calidad de los productos agrícolas que ofrece al Consumidor final?

Cuadro N° 14 CALIDAD DE LOS PRODUCTOS

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje %
Muy Buena	109	34,71
Buena	173	55,10
Mediana	32	10,19
Mala	0	0,00
Total	314	100,00

Gráfico N° 12 CALIDAD DE LOS PRODUCTOS



ANÁLISIS:

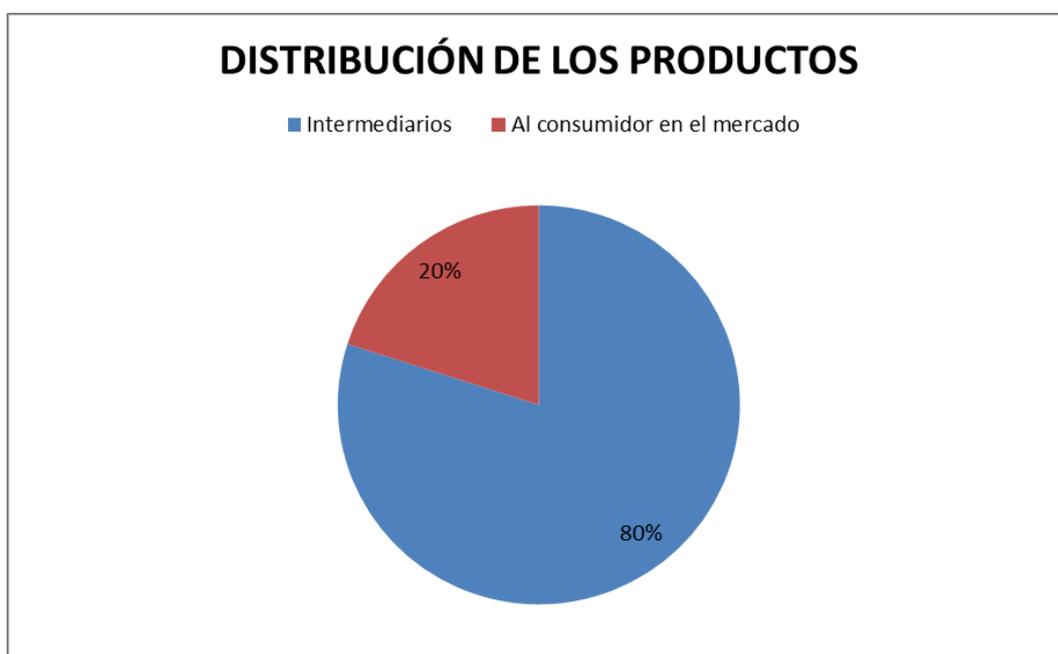
Gran parte de la población manifiesta que los productos que cultiva son de buena calidad, mientras que un número considerable de agricultores señala que son de muy buena calidad razón por la cual los productos denominados “del Valle” son apetecidos en el mercado.

13. ¿A quién distribuye sus productos?

Cuadro N° 15 DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Intermediarios	251	79,94
Al consumidor en el mercado	63	20,06
TOTAL	314	100,00

Gráfico N° 13 DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS



ANÁLISIS:

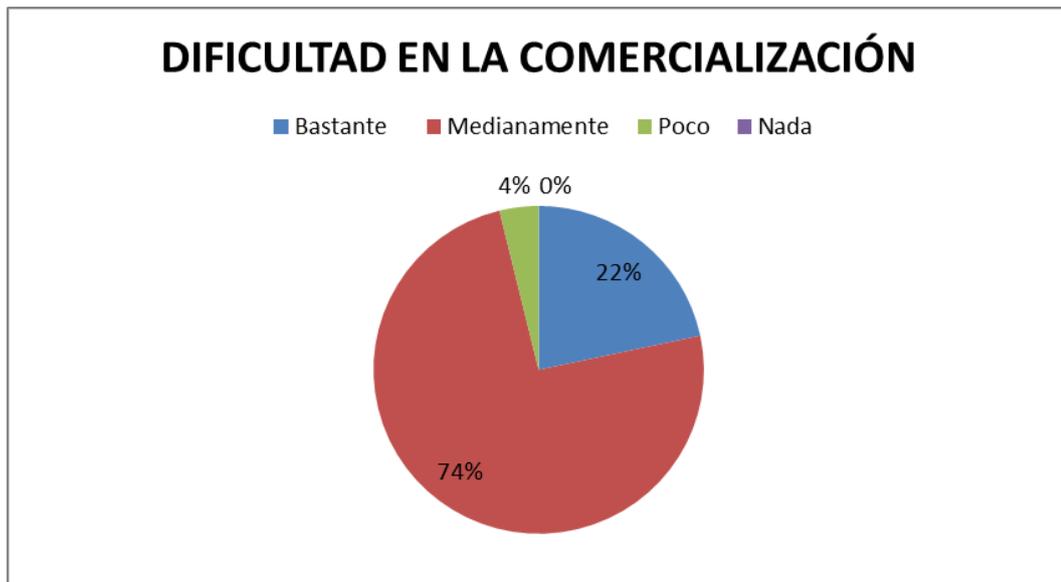
La mayoría de la población agricultora señala que venden su producción a intermediarios y un porcentaje mínimo lo hace de manera directa en el mercado.

14. ¿Ha tenido dificultades de comercialización?

Cuadro N° 16 DIFICULTAD EN LA COMERCIALIZACIÓN

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje
Bastante	68	21,66
Medianamente	234	74,52
Poco	12	3,82
Nada	0	0,00
TOTAL	314	100,00

Gráfico N° 14 DIFICULTAD EN LA COMERCIALIZACIÓN



ANÁLISIS:

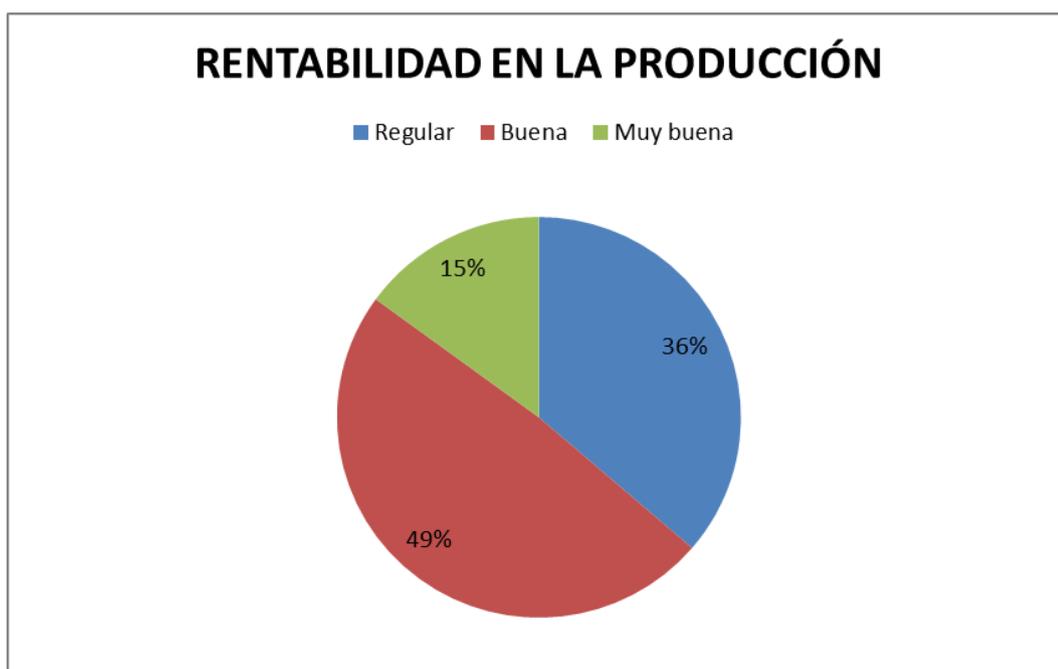
En cuanto a la comercialización se puede evidenciar que la mayoría de productores ha tenido dificultades en cuanto a la comercialización de sus productos, el Centro de Acopio tiene como objetivo mejorar la comercialización de los mismos.

15. Considera usted que los niveles de rentabilidad de su producción es:

Cuadro N° 17 RENTABILIDAD EN LA PRODUCCIÓN

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje
Regular	114	36,31
Buena	153	48,73
Muy buena	47	14,97
TOTAL	314	100,00

Gráfico N° 15 RENTABILIDAD EN LA PRODUCCIÓN



ANÁLISIS:

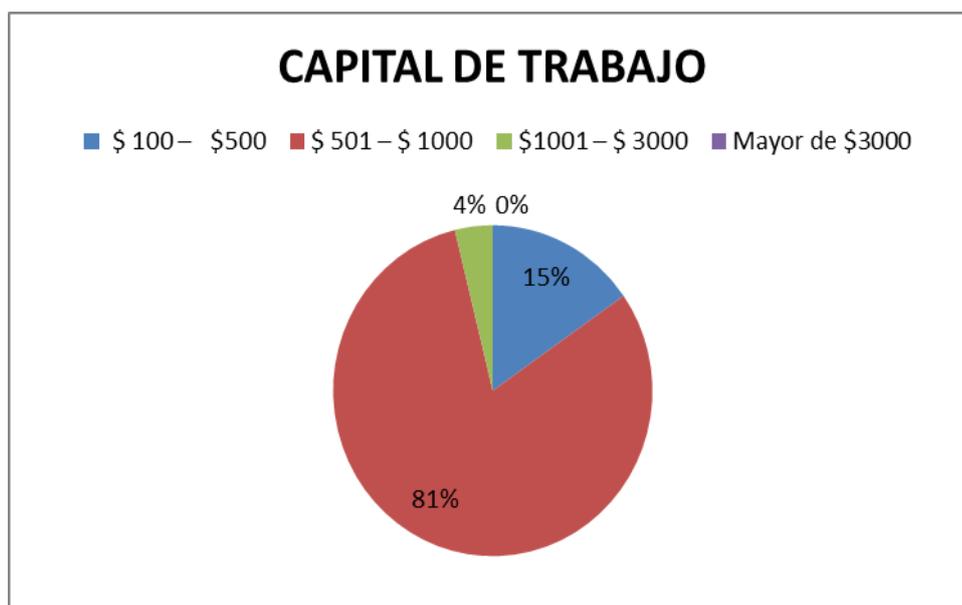
El sistema de comercialización que utilizan actualmente los agricultores no permite que el porcentaje de rentabilidad para la mayoría de ellos se ubique en la categoría de muy buena, lo cual se mejorará a través de una venta directa valiéndonos de la creación del Centro de Acopio.

16. Su capital de trabajo es:

Cuadro N° 18 CAPITAL DE TRABAJO

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje
\$ 100 – \$500	48	15,29
\$ 501 – \$ 1000	254	80,89
\$1001 – \$ 3000	12	3,82
Mayor de \$3000	0	0,00
Total	314	100,00

Gráfico N° 16 CAPITAL DE TRABAJO



ANÁLISIS:

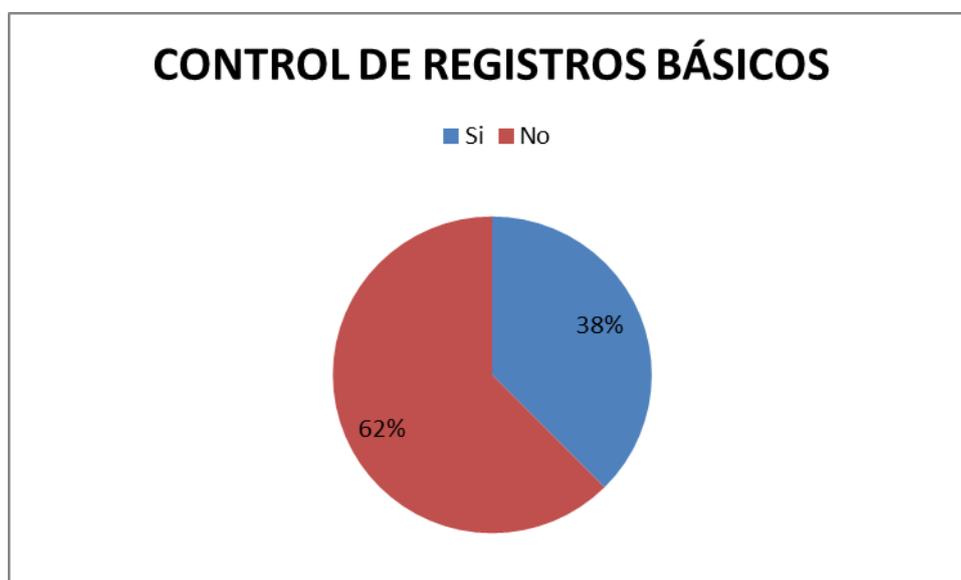
La mayoría de agricultores utiliza un capital de entre los \$500 a \$1000 para la producción, lo cual depende de la economía familiar.

17. ¿Lleva algún registro contable de su producción?

Cuadro N° 19 CONTROL DE REGISTROS BÁSICOS

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje
Si	118	37,58
No	196	62,42
TOTAL	314	100,00

Gráfico N° 17 CONTROL DE REGISTROS BÁSICOS



ANÁLISIS:

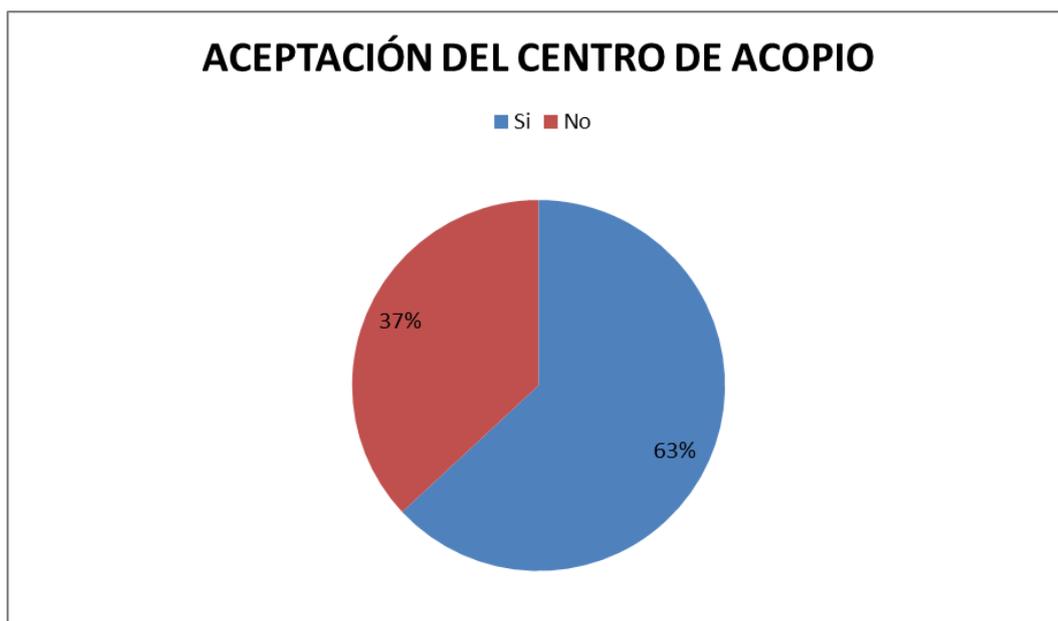
En cuanto al control de registros básicos se determinó que el gran parte de los productores no lleva un control de sus ingresos y sus gastos, lo cual no les permite conocer el nivel de rentabilidad de la producción.

18.- Estaría usted de acuerdo en acceder a un Centro de Acopio en la comunidad El Juncal y financiar la construcción del mismo, donde la máxima autoridad serían los socios representados por la Junta General de Accionistas, con la finalidad de vender directamente sus productos?

Cuadro N° 20 ACEPTACIÓN DEL CENTRO DE ACOPIO

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje %
Si	198	63,06
No	116	36,94
TOTAL	314	100,00

Gráfico N° 18 ACEPTACIÓN DEL CENTRO DE ACOPIO



ANÁLISIS:

Basándose en la información extraída de las encuestas aplicadas a los productores arroja un resultado positivo en cuanto a la aceptación del proyecto, gran parte de la población señala que tiene total predisposición para aportar con recursos para la construcción del Centro de Acopio.

1.8 CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ DE RESULTADOS

Cuadro N° 3 Construcción de la Matriz de Resultados

ALIADOS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Aceptación y apoyo de los productores agrícolas para realizar el proyecto.• Mano de Obra calificada para la producción.• Disposición del espacio físico suficiente para implantar el proyecto.• Hectáreas de terreno necesarias para aumentar el nivel de producción.	<ul style="list-style-type: none">• Generación de nuevas plazas de venta en mercados locales, regionales y nacionales.• Eliminación de intermediarios para obtener un porcentaje mayor de utilidad.• Generación de fuentes de trabajo para los habitantes de la comunidad.• Diversificación de la producción para satisfacer las necesidades del consumidor.• Fuentes de financiamiento (BNF)• Estrategias de publicidad y promociones adecuadas para la apertura de nuevos mercados locales, regionales y nacionales.

OPONENTES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de capacitación bajo por parte de los agricultores en las áreas de comercialización y costos. • Intermediarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingreso de productos objetos de acopio de otras provincias o regiones del país. • Factores climáticos. • Crisis económica.

1.9 CRUCES ESTRATÉGICOS DE LA MATRIZ DIAGNÓSTICA

1.9.1 CRUCES ESTRATÉGICOS ALIADOS – RIESGOS

- Mediante la aceptación y el apoyo de la comunidad para la creación del centro de acopio se logrará disminuir la vulnerabilidad económica de los agricultores participantes en el proyecto.
- Mediante la disposición de aumentar el volumen de producción se logrará incrementar el nivel de productividad lo cual nos permitirá competir a nivel de calidad y costos con los productores de otras regiones.
- Las comunidades de Chota, Carpuela y Juncal disponen del espacio físico necesario y mano de obra calificada para diversificar la producción y competir con productores de otras provincias.

1.9.2 CRUCE ESTRATÉGICO ALIADOS – OPORTUNIDADES

- Por medio de la aceptación y apoyo de los productores agrícolas para la creación del Centro de Acopio se logrará la generación de

nuevas plazas de venta en mercados locales, regionales y nacionales.

- Al existir la disposición del espacio físico suficiente para implantar el proyecto se generarán fuentes de trabajo para los habitantes de la comunidad.
- Con la disponibilidad de hectáreas de terreno necesarias para aumentar el nivel de producción se podrá diversificar la producción para satisfacer las necesidades del consumidor.
- La aceptación y apoyo de los productores agrícolas para realizar el proyecto es fundamental para la eliminación de intermediarios y obtener un porcentaje mayor de utilidad.

1.9.3 CRUCE ESTRATÉGICO OPONENTES – OPORTUNIDADES

- A través de la utilización de estrategias de publicidad, promociones y costos se mejorará el nivel de capacitación de los agricultores.
- Al crear y manejar estrategias de publicidad y promociones adecuadas para la apertura de nuevos mercados locales, regionales y nacionales se logrará disminuir la presencia de intermediarios.

1.9.4 CRUCE ESTRATÉGICO OPONENTES – RIESGOS

- El escaso conocimiento de los agricultores en el área de publicidad, promociones y marketing, provoca que no se cubra la demanda existente en el mercado y da lugar al ingreso de productos de otras provincias o regiones del país.
- El gran número de intermediarios ocasiona que la rentabilidad en la actividad agrícola no sea la adecuada ni suficiente para poder incrementar el volumen de producción.

1.10 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

Después de haber realizado el diagnóstico técnico situacional se determinó que el principal problema que presentan los agricultores del sector es la carencia de un centro de acopio, lo cual ha dado lugar a que exista descoordinación entre los productores y se produzca en ocasiones sobreoferta o escasez de productos , adicionalmente la existencia de un gran número de intermediarios ha originado un deficiente sistema de comercialización de los productos en los mercados tanto locales como regionales, factores que han obstaculizado el desarrollo del sector generando baja rentabilidad en la actividad agrícola.

1.11 RESULTADOS DEL DIAGNOSTICO

- De los resultados obtenidos a través de las encuestas se puede concluir que los productores agrícolas que existe un alto nivel de aceptación, apoyo y tienen la predisposición para aportar con recursos para la construcción del Centro de Acopio y realizar una comercialización directa de sus productos.
- Los productores agrícolas en un número considerable no llevan un registro de sus transacciones básicas lo cual implica el desconocimiento real del costo de la producción.
- Se determinó que existe descoordinación por parte de los productores al momento de planear sus cultivos por lo tanto se dificulta tener un control sobre la producción y se genera en ocasiones sobreoferta o escases de los mismos.
- Existe un gran número de intermediarios en la comercialización de los productos agrícolas lo cual ha ocasionado ingresos bajos para los agricultores.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 LA EMPRESA.

2.1.1 DEFINICIÓN DE EMPRESA:

De acuerdo a Herrero Julián (2007), la empresa es entendida como “el conjunto de factores de producción (maquinaria, local, herramientas o utensilios, personal, materia prima, financiación, etc.) organizados y coordinados por la dirección para vender un producto o prestar un servicio y así obtener un beneficio y crear empleo, actuando en el mercado bajo condiciones de riesgo.” Pág. 2

De acuerdo a lo manifestado por el autor sobre la empresa se puede definir a la empresa como una entidad económica de carácter pública, privada o mixta, la cual puede ser de carácter lucrativa o no, integrada por recursos humanos, técnicos, financieros, materiales, se dedica a la producción de bienes y/o servicios para la satisfacción de necesidades.

2.1.2 ELEMENTOS DE LA EMPRESA

De acuerdo a López Soledad (2005), los elementos que conforman la empresa son:

Se consideran elementos de la empresa todos aquellos factores, tanto internos como externos, que influyen directa o indirectamente en su funcionamiento.

Los principales elementos de la empresa son los siguientes:

A) El empresario: Es la persona o conjunto de personas encargadas de gestionar y dirigir tomando las decisiones necesarias para la buena marcha de la empresa. No siempre coinciden la figura del empresario y la del propietario, puesto que se debe diferenciar el director, que administra

la empresa, de los accionistas y propietarios que han arriesgado su dinero percibiendo por ello los beneficios.

B) Los trabajadores: Es el conjunto de personas que rinden su trabajo en la empresa, por lo cual perciben unos salarios.

C) La tecnología: Está constituida por el conjunto de procesos productivos y técnicas necesarias para poder fabricar (técnicas, procesos, máquinas, ordenadores, etc.).

D) Los proveedores: Son personas o empresas que proporcionan las materias primas, servicios, maquinaria, etc., necesarias para que las empresas puedan llevar a cabo su actividad.

E) Los clientes: Constituyen el conjunto de personas o empresas que demandan los bienes producidos o los servicios prestados por la empresa.

F) La competencia: Son las empresas que producen los mismos bienes o prestan los mismos servicios y con las cuales se ha de luchar por atraer a los clientes.

G) Los organismos públicos: Tanto el Estado central como los Organismos Autónomos y Ayuntamientos condicionan la actividad de la empresa a través de normativas laborales, fiscales, sociales, etc.

De acuerdo a lo manifestado por el autor sobre los elementos que conforman la empresa se puede definir que los elementos que conforman la empresa son todos aquellos factores tanto internos como externos los cuales intervienen en el funcionamiento de la misma ya sea de forma directa o indirecta.

2.1.3 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN SU FORMA JURÍDICA

La legislación de cada país regula las formas jurídicas que pueden adoptar las empresas para el desarrollo de su actividad. La elección de su forma jurídica condicionará la actividad, las obligaciones, los derechos y las responsabilidades de la empresa. En ese sentido, las empresas se clasifican en términos generales en:

Según la superintendencia de compañías estas pueden ser:

- ✓ **Unipersonal:** El empresario o propietario, persona con capacidad legal para ejercer el comercio, responde de forma ilimitada con todo su patrimonio ante las personas que pudieran verse afectadas por el accionar de la empresa.
- ✓ **Sociedad Colectiva:** En este tipo de empresas de propiedad de más de una persona, los socios responden también de forma ilimitada con su patrimonio, existe participación en la dirección o gestión de la empresa.
- ✓ **Cooperativas:** No poseen ánimo de lucro y son constituidas para satisfacer las necesidades o intereses socioeconómicos de los cooperativistas, quienes también proveedores y clientes de la empresa.
- ✓ **Comanditarias:** Poseen dos tipos de socios: a) los colectivos con la característica de la responsabilidad ilimitada, y los comanditarios cuya responsabilidad se limita a la aportación de capital efectuado.
- ✓ **Sociedad de Responsabilidad Limitada:** Los socios propietarios de éstas empresas tienen la características de asumir una

responsabilidad de carácter limitada, respondiendo solo por capital o patrimonio que aportan a la empresa.

- ✓ **Sociedad Anónima:** Tiene el carácter de la responsabilidad limitada al capital que aportan, pero poseen la alternativa de tener las puertas abiertas a cualquier personas que desee adquirir acciones de la empresa. Por este camino, estas empresas pueden realizar ampliaciones de capital, dentro de las normas que las regulan.

2.2 LA MICROEMPRESA

Referente a la microempresa varios autores definen a la misma de la siguiente manera:

2.2.1 DEFINICIÓN:

Según, MONTEROS Edgar. (2005) en su obra menciona: “La microempresa es una asociación de personas que operando en forma organizada utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos o servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación”
Pág. 15

Según la Ley de Fomento de la Pequeña Industria y Artesanía en el Ecuador en su Artículo 5 ha establecido una definición de pequeña industria que dice “Se consideran pequeña industria a la que, con predominio de la operación de la maquinaria sobre la manual, se dedique a actividades de transformación, inclusive de forma, de materia prima o de productos semielaborados en artículos finales o intermedios, y siempre que sus activos, excluyéndose terrenos y edificios, no sean mayores del

valor que el Comité Interministerial de Fomento de la Pequeña Industria y Artesanía fije anualmente ”

Según lo manifestado por los autores se puede conceptualizar a la microempresa como la unidad productiva de baja capitalización que operando en forma organizada utiliza sus conocimientos y recursos para la elaboración de productos y/o prestación de servicios para obtener un margen de utilidad luego de cubrir todos los costos en que se incurran para la realización de la actividad.

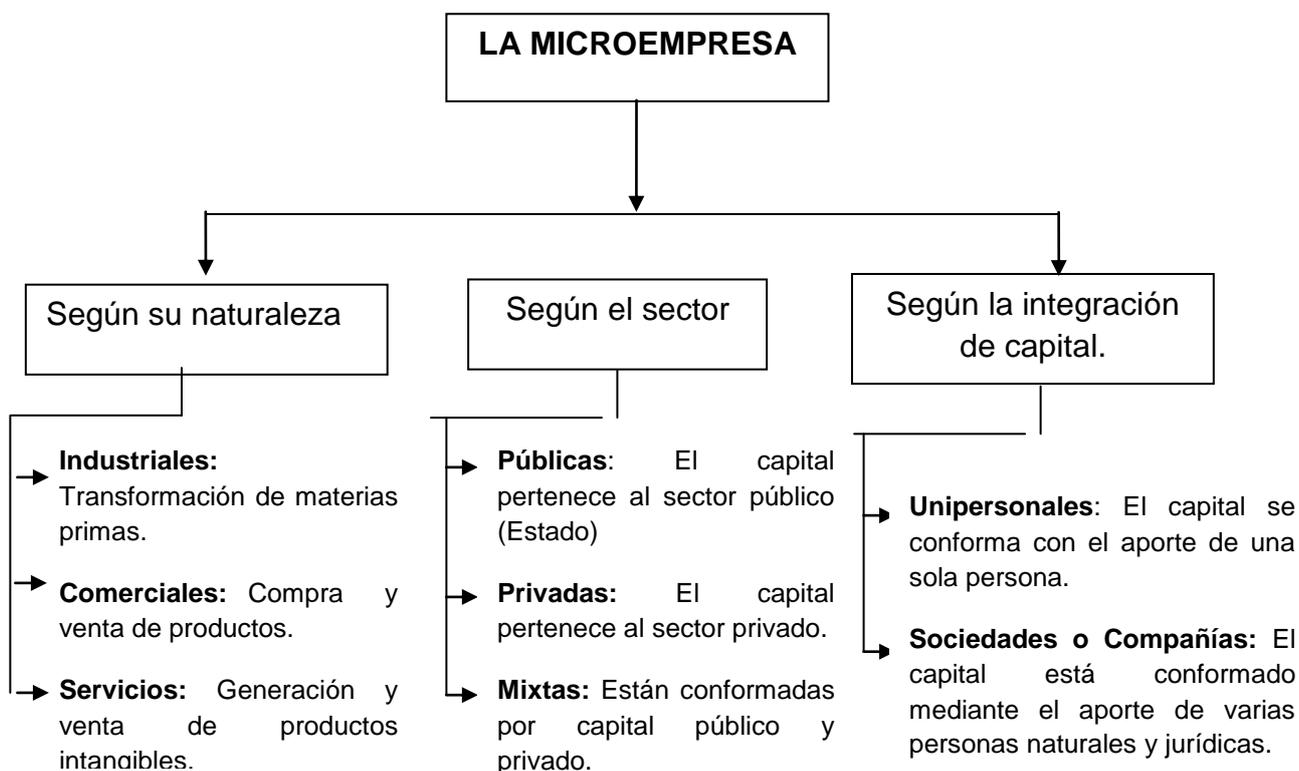
2.2.2 OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA

La microempresa persigue los siguientes objetivos:

- Incrementar las ganancias
- Crecimiento y expansión
- Incremento de toda la productividad
- Crear nuevos productos y servicios
- Generación de empleos

2.2.3 CLASIFICACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS

Según Zapata Pedro (2006) las microempresas pueden clasificarse de la siguiente forma:



Fuente: Zapata Pedro (2006), Contabilidad General.

Elaboración: La autora de la investigación

2.2.4 VENTAJAS DE LA MICROEMPRESA

- Es fuente generadora de empleos
- Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
- Son flexibles, adaptando los productos a los cambios del mercado.
- Presentan mayor adaptabilidad tecnológica a menor costo de infraestructura.

2.2.5 DESVENTAJAS DE LA MICROEMPRESA

- La tecnología que utiliza es ya superada.
- Sus integrantes no poseen los conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente.
- La producción generalmente va solamente encaminada al mercado interno.
- Las decisiones son tomadas de acuerdo al gusto del empresario.

2.3 CENTROS DE ACOPIO

2.3.1 DEFINICIÓN

De acuerdo a Wikipedia, la enciclopedia libre (2007) Centros de Acopio son “Los centros de acopio cumplen la función de reunir la producción de pequeños productores para que puedan competir en cantidad y calidad en los mercados de los grandes centro urbanos.”

Se puede definir al Centro de Acopio como una instalación física, permanente o temporal destinada a la recepción de la producción de pequeños productores de bienes o insumos en donde se selecciona, empaqa y prepara para su venta en el mercado.

2.3.2 IMPORTANCIA

El centro de acopio principalmente tiene la función de concentrar la producción, registrarla para facilitar su control, posteriormente seleccionarla, empaquetarla y enviarla lista para la comercialización. Un aspecto fundamental de los centros de acopio es la participación social debido a que ayuda a los pequeños productores mejorar su producción, eliminando en gran cantidad la presencia de intermediarios permitiendo competir a nivel de precios y calidad.

2.4 PRODUCCIÓN AGRÍCOLA

2.4.1 DEFINICIÓN

Según lo manifestado Wikipedia, la enciclopedia libre (2007) “Cuando hablamos de producción agrícola estamos haciendo referencia a todo aquello que es el resultado de la actividad agrícola (la agricultura), por ejemplo, cereales como el trigo o el maíz, vegetales y hortalizas como la papa, la zanahoria o frutas como las frutillas, las manzanas, etc. Todos estos productos forman parte de la actividad agrícola y son utilizados, en un porcentaje muy alto como alimentos aunque también se pueden encontrar otros usos a los mismos para diversas industrias (perfumería, indumentaria, higiene, etc.).

2.4.2 VENTAJAS DE LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA

Los productos agrícolas tiene muchas ventajas al momento de servirse tanto en vitaminas como en carbohidratos por esta razón podemos mencionar lo siguiente:

- La variabilidad de los productos es alta y rica en vitaminas
- Los productos agrícolas como el fréjol, papaya, guayaba, etc tienen una gran cantidad de vitaminas, proteínas, minerales y fibras
- En su mayoría los desechos de estos productos sirven para el abono.
- Aprovecha los recursos naturales sin deteriorarlos.
- Estimula, recupera y mantiene la fertilidad natural de los suelos.
- Protege las especies nativas y vegetales.
- Fabrica sus propios insumos para la producción agrícola.
- Genera empleo al utilizar mano de obra.
- Desarrolla un proceso integral de la persona y fortalece la autosuficiencia y autonomía de las comunidades agrícolas.

- Genera procesos de organización social y consolida estrategias de desarrollo rural y sostenible.

2.4.3 DESVENTAJAS DE LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA

Entre las desventajas de la producción agrícola podemos anotar lo siguiente:

- El ingreso de otros productos por contrabando y a menores precios que los de nuestra provincia hace que los costos y la demanda de nuestros productos bajen.
- Son productos perecibles de poca duración.
- Erosión del suelo.

2.5 ESTUDIO DE MERCADO.

Según Jack Fleitman (2007), estudio de mercado es “la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.” Pág. 65

De acuerdo a lo manifestado por el autor el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

2.6 OFERTA

Manifiesta JÁCOME, Walter. (2005) en su obra. Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos productivos y de Inversión, acerca de la oferta que: “Es el conjunto de proveedores que existen en el mercado de un producto o servicio y éste constituye competencia para el proyecto”. Pág. 101.

Según Thompson Iván (2006), La oferta es “la cantidad de un bien que los vendedores desean vender a cada precio. Siendo todo lo demás constante, a mayor precio, mayor cantidad.” www.riie.com.pe/?a=31105.

De acuerdo a lo manifestado por los autores oferta es la cantidad de bienes o servicios que los vendedores están dispuestos a vender en base a un determinado precio dependiendo del producto o servicio que se pretenda brindar.

2.7 DEMANDA

Según Thompson Iván (2006), La demanda es “la cantidad que los compradores desean comprar a cada precio. Siendo todo lo demás constante, a menor precio, mayor cantidad demandada.” Pág. 56

De acuerdo a lo manifestado por el autor demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores desean adquirir a un determinado precio.

2.8 PRECIO

Para Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", el precio es "(en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el

precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio" Pág. 136.

De acuerdo a las anteriores definiciones, se puede definir al precio como la expresión de valor monetario que tiene un producto o servicio, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.

2.9 PRODUCTO

Stanton, Etzel y Walker (2007), definen el producto como "un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea" Pág. 39

Según el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., el producto "es cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad y que representa la oferta de la empresa. Es el resultado de un esfuerzo creador y se ofrece al cliente con unas determinadas características. El producto se define también como el potencial de satisfactores generados antes, durante y después de la venta, y que son susceptibles de intercambio. Aquí se incluyen todos los componentes del producto, sean o no tangibles, como el envasado, el etiquetado y las políticas de servicio" Pág. 432

En base a las anteriores definiciones se puede conceptualizar al producto como "el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos. El cual existe para propósitos de intercambio, la satisfacción de necesidades o deseos y para coadyuvar al logro de objetivos de una organización (lucrativa o no lucrativa)".

2.10 COMERCIALIZACIÓN

Según la ENCICLOPEDIA, Encarta (2009) manifiesta que: “Comercialización, es la planificación y control de los bienes y servicios para favorecer el desarrollo adecuado del producto y asegurar que el producto solicitado esté en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requeridos, garantizando así unas ventas rentables. Para el responsable de este proceso, la comercialización abarca tanto la planificación de la producción como la gestión. Para el mayorista y para el minorista implica la selección de aquellos productos que desean los consumidores. El correcto emplazamiento del producto, en el momento adecuado, es relevante en grado sumo cuando se trata de bienes que están de moda, de bienes temporales, y de productos nuevos cuya tasa de venta es muy variable. El precio se suele fijar de tal manera que el bien se pueda vender rápido, y con una tasa de beneficios satisfactoria. La cantidad producida tiene que ser la suficiente como para satisfacer toda la demanda potencial, pero tampoco debe resultar excesiva, evitando la reducción forzosa del precio con el fin de incrementar las ventas y aminorar el nivel de existencias”.

2.10 DISTRIBUCIÓN

Según el Diccionario de Marketing de Cultural S.A., la distribución es una de las subfunciones del marketing, que se encarga de la organización de todos los elementos incluidos en la vía que une el fabricante con el usuario final. Pág. 85

Para KOTHER, Philip, (2008) en su obra Marketing. “La mayoría de los productores recurren a intermediarios para que lleven sus productos al mercado. Tratan de forjar un canal de distribución, es decir, un serie de organizaciones independientes involucradas en el proceso de lograr que el consumidor o el usuario industrial pueda usar o consumir el producto o servicio”. Pág. 471.

De conformidad con lo expresado la distribución se puede definir a la misma como una herramienta de la mercadotecnia que incluye un

conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final (consumidor o usuario industrial) en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean.

2.11 ADMINISTRACIÓN

2.11.1 DEFINICIÓN

Según Idalberto Chiavenato, la administración es "el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales". Pág. 5

Según Díez de Castro, García del Junco, Martín Jiménez y Perriáñez Cristóbal, la administración es "el conjunto de las funciones o procesos básicos (planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar) que, realizados convenientemente, repercuten de forma positiva en la eficacia y eficiencia de la actividad realizada en la organización". Pág. 9

De acuerdo a lo manifestado por los autores se puede definir a la administración como el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización de manera eficiente y eficaz.

2.11.2 PRINCIPIOS DE LA ADMINISTRACIÓN

Los 14 principios de Administración de Henri Fayol son:

Cuadro N° 4 PRINCIPIOS DE LA ADMINISTRACIÓN

PRINCIPIOS	CRITERIO
División del trabajo	La especialización permite que el individuo acumule experiencia, y mejore continuamente sus habilidades. De tal modo pueda ser cada vez más productivo.
Autoridad.	El derecho a dictar órdenes, junto con las cuales debe ir equilibrada la responsabilidad de su función.
Disciplina	Los empleados deben obedecer, pero este tema tiene dos caras: los empleados obedecerán sólo la gerencia hace su parte proporcionando una buena dirección.
Unidad de comando	Cada trabajador debe tener solamente un jefe sin otras líneas de mando en conflicto.
Unidad de dirección	La gente contratada para la misma clase de actividades debe tener los mismos objetivos en un solo plan. Esto es esencial para asegurar la unidad y la coordinación en la empresa. La unidad del comando no existe sin la unidad de la dirección, pero no fluye necesariamente de ella.
Subordinación del interés individual (al interés general).	La Administración debe considerar que las metas de las empresas son siempre supremas.
Remuneración	El pago es un motivador importante pero cuando Fayol analiza un número de

	posibilidades, precisa que no existe un sistema de remuneración perfecto.
Centralización (Descentralización).	Éste es un tema de grado dependiendo de la condición del negocio y de la calidad del personal.
Cadena escalonada (línea de autoridad)	Una jerarquía es necesaria para la unidad de la dirección. Pero la comunicación lateral es también fundamental, mientras que los superiores sepan que está ocurriendo tal comunicación. La cadena escalonada se refiere al número de niveles en la jerarquía desde la autoridad de mayor nivel hasta el más bajo de la organización. No debe ser muy amplia o consistir de demasiados niveles.
Orden	El orden material y el orden social son necesarios. El primero disminuye la pérdida de tiempo y la manipulación innecesaria de materiales. El segundo se logra con la organización y la selección.
Acción.	En el funcionamiento de un negocio es necesaria una “combinación de amabilidad y justicia”. Tratar bien a los empleados es importante lograr equidad.
Estabilidad de la contratación del personal	Los empleados trabajan mejor si tienen la seguridad en su empleo y en el progreso de su carrera. Una contratación insegura y un alto índice de rotación de personal de forma contraria a la organización.

Iniciativa	Permitir que todo el personal muestre su iniciativa de cierta manera es una fuente de la fortaleza para la organización. Aun cuando puede implicar un sacrificio de la “vanidad personal” de parte de muchos gerentes.
Espíritu de cuerpo	La Administración debe fomentar la motivación moral de sus empleados. Fuyol llega aún más lejos: “El necesario un verdadero talento para coordinar esfuerzos, provocar el entusiasmo, utilizar las capacidades de cada persona, y recompensar a cada uno según sus méritos, sin despertar posibles celos posibles y disturbar las relaciones armoniosas.”

Autor: María José Bolaños G.

2.11.3 PROCESO ADMINISTRATIVO

Según George Terry el proceso administrativo está compuesto por:

“Planificación: Consiste básicamente en elegir y fijar las misiones y objetivos de la organización. Después, determinar las políticas, proyectos, programas, procedimientos, métodos, presupuestos, normas y estrategias necesarias para alcanzarlos, incluyendo además la toma de decisiones al tener que escoger entre diversos cursos de acción futuros. En pocas palabras, es decidir con anticipación lo que se quiere lograr en el futuro y el cómo se lo va a lograr.

Organización: Consiste en determinar qué tareas hay que hacer, quién las hace, cómo se agrupan, quién rinde cuentas a quién y dónde se toman las decisiones.

Dirección: Es el hecho de influir en los individuos para que contribuyan a favor del cumplimiento de las metas organizacionales y grupales; por lo

tanto, tiene que ver fundamentalmente con el aspecto interpersonal de la administración.

Control: Consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional para garantizar que los hechos se apeguen a los planes. Implica la medición del desempeño con base en metas y planes, la detección de desviaciones respecto de las normas y la contribución a la corrección de éstas.”

De acuerdo a lo manifestado por el autor el proceso administrativo está integrado por diferentes elementos los cuales funcionando en conjunto logran que los procesos dentro de una empresa se desarrollen de manera eficiente y eficaz permitiéndole a la misma el cumplimiento de metas y objetivos.

2.12 LA CONTABILIDAD

Es el proceso mediante el cual se identifica, mide, registra y comunica la información económica de una organización o empresa, con el fin de que los gestores puedan evaluar la situación de la entidad. La teneduría de libros se refiere a la elaboración de libros contables, por lo que es la que permite obtener los datos ajustados a principios contables, utilizados para evaluar la situación y obtener la información financiera relevante de una entidad.

La información relativa a la posición financiera se refleja en el llamado balance, mientras que los resultados obtenidos aparecen desglosados en la cuenta de pérdidas y ganancias.

2.13 ESTADOS FINANCIEROS

2.13.1 BALANCE GENERAL.

Según SARMIENTO, Rubén (2006) en su libro Contabilidad General afirma: “Es el que demuestra la situación económica financiera de una empresa al inicio o al final de un ejercicio económico”. Pág. 77

De conformidad con lo expresado el balance general es una radiografía de cómo se encuentra la empresa en aspectos financieros y económicos, este balance es importante para llevar un control adecuado de la empresa, ya que esta información conlleva a decisiones eficientes y oportunas.

2.13. 2 BALANCE DE RESULTADOS

Para GITMAN, Laurence J. (2007) en su obra Principios de Administración financiera, afirma: “El Balance de Resultado proporciona un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa durante un periodo específico”. Pág. 41

Considerando lo manifestado por Gitman, el estado de resultado es aquel en el que se resume y se presenta la información económica de un periodo determinado, se describe los ingresos y gastos para luego establecer la utilidad o pérdida.

2.13.3 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO O DE FONDOS

Para GALINDO, R. Carlos Julio (2008) en su obra Manual para la Creación de Empresas. Afirma: “El flujo de efectivo es un estado financiero donde se refleja los movimientos de efectivo en un periodo determinado”. Pág. 45

Según JÁCOME, Walter, (2005) en su Obra Bases Teóricas y Evaluación de Proyectos: “Representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto, tomar muy en cuenta que son datos basados en pronósticos y aproximaciones que en ningún momento constituye certezas o afirmaciones seguras de los posibles ingresos y egresos del dinero”. Pág. 46

Partiendo de los conceptos, el estado de flujo de efectivo proporciona a los administradores de una empresa información suficiente sobre el movimiento del efectivo, para dirigir sus operaciones, pagar sus obligaciones, y proporcionar rendimientos a sus inversiones.

El flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, debido a que con los resultados obtenidos en el flujo de caja se evaluará la realización del proyecto.

2.14 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Según JÁCOME, Walter, (2005) en su Obra Bases Teóricas y Evaluación de Proyectos, define: “Representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite autorizar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma” Pág. 87

El Valor Actual Neto representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente que permite avizorar si es o no pertinente la inversión a lo largo de su vida.

2.15 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Según JÁCOME, Walter, (2005) en su Obra Bases Teóricas y Evaluación de Proyectos, afirma: “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”

La TIR es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima tasa de descuento que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el BNA sea menor que la inversión (VAN menor que 0).

2.16 TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

El período de tiempo de recuperación de la inversión es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el período de recuperación de inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

2.17 RELACIÓN COSTO – BENEFICIO

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

2.18 PUNTO DE EQUILIBRIO

Según JÁCOME, Walter (2005) “El punto de equilibrio del proyecto establece el número de productos o servicios que requiere el proyecto en su operación de 1 año para no tener ni pérdidas ni ganancias” Pág. 162

Es el punto en el cual las ganancias igualan a las pérdidas, es decir el punto de equilibrio define cuando una inversión genera una rentabilidad positiva.

Considerando el punto donde las ventas o las rentas igualan a los costos, en el presente caso ni se pierde ni se gana, es decir la utilidad es cero.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El sector agropecuario es muy importante dentro de la economía ecuatoriana, la superficie agropecuaria es el 29% del total de la superficie de nuestro país, con lo cual aporta aproximadamente un 19% al PIB de nuestro país.

La parroquia Ambuquí tiene su economía fundamentada en la agricultura, los pequeños agricultores poseen los conocimientos necesarios y la producción agrícola que existe en el sector es de buena calidad, sus productos son apetecidos en toda la provincia, pero no han podido beneficiarse de la mejor manera debido al deficiente sistema de comercialización de los mismos pues existe gran presencia de intermediarios lo cual ha detenido el desarrollo del sector.

3.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

- Conocer el tipo de producto que el consumidor requiere y cumplir con las características que demanda.
- Establecer la demanda de los productos agrícolas objetos de acopio en la provincia.
- Conocer la oferta de producción agrícola
- Establecer los canales y estrategias de comercialización en la Provincia.

3.3 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

El Centro de Acopio es una instalación física, permanente o temporal destinada a la recepción de la producción de pequeños productores de bienes o insumos, su principal función es concentrar la producción, seleccionarla, clasificarla, empacarla, prepararla para su venta en el mercado de manera que se facilite su control para conocer su peso y volumen y dimensiones del transporte necesario. El Centro de Acopio además tiene como objetivo la eliminación de intermediarios lo que permitirá generar mayores beneficios para los productores agrícolas, capitalizar en las mismas comunidades aquellas ganancias que normalmente quedan en los intermediarios.

3.4. COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

En los últimos años el desarrollo agrícola ha aumentado, los principales productos requeridos son: frejol, tomate riñón, ají, papayas, caña de azúcar, yuca, limones, aguacate, guayaba, tuna, camote, col, zanahoria, pimiento, vainita, pepinillos entre otros; los mismos que forman parte de los productos para el consumo diario en los diferentes hogares de la Provincia.

A continuación se presenta los datos que se tomaron como referencia para la investigación de la demanda (supermercados, micromercados y despensas de la provincia, proporcionados por el Departamento de Rentas del Ilustre Municipio de Ibarra, Municipio de Antonio Ante, Municipio de Otavalo, Municipio de Urcuquí, los mismos que cuentan con información actualizada.

SUPERMERCADOS CON MAYOR CONCUERRENCIA DE CONSUMIDORES EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.

Cuadro N° 5 Supermercados, Micromercados, Comisariatos y despensas más representativos de la Provincia de Imbabura.

SEGMENTO DE MERCADO	N° POR CATEGORIA
Comisariato	9
Micromercados	86
Supermercados	14
Despensas	53
TOTAL	162

Fuente: Base de datos del IMI, departamento de rentas.

Elaborado por: La autora de la investigación

3.5 CONSUMIDOR DEL PRODUCTO

De acuerdo al estudio realizado los potenciales consumidores del servicio que brindará el centro de acopio son los supermercados, micromercados y despensas existentes en la provincia.

3.6 DEMANDA POTENCIAL

Entre otros factores que afectan a la demanda se puede mencionar: nivel de ingresos, gustos, preferencias, precios de los productos y servicios. La demanda potencial de este proyecto son los supermercados, micromercados y despensas más concurridos por los habitantes de las provincia de Imbabura.

3.7. DEMANDA ACTUAL

La demanda de los productos de la presente investigación está encaminada hacia los centros comerciales alimenticios de mayor concurrencia de los consumidores finales

Para establecer la demanda se utilizó como base la información extraída de las encuestas aplicadas a los centros comerciales alimenticios de mayor concurrencia, la cual arroja un resultado positivo en cuanto a la aceptación del proyecto. Estableciendo así para el proyecto un mercado meta de 128 centros de expendio alimenticios, estos datos permitieron tener una idea clara sobre la demanda mostrando los resultados así:

Cuadro N° 6 DEMANDA ACTUAL

PRODUCTOS	DESCRIPCIÓN	PESO POR UNIDAD MEDIDA EN KG.	CANTIDAD MESUAL	CANTIDAD ANUAL
Ají	Bulto	42,00	496	5952
Aguacate	Bulto	52,00	1364	16368
Camote	Bulto	54,00	496	5952
Limón	Bulto	50,00	2048	24576
Papaya	Caja	35,00	1792	21504
Pimiento	Bulto	42,00	1800	21600
Tomate riñón	Caja	14,00	2816	33792
Vainita	Bulto	23,54	512	6144
Yuca	Bulto	54,00	896	10752

Fuente: Centros comerciales de expendio de productos agrícolas de la provincia de Imbabura.

Elaborado por: La autora de la investigación.

3.8 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para realizar la proyección de la demanda en vista de que no se tiene información bibliográfica, se ha procedido a consultar a los principales centros de expendio de los diversos productos agrícolas, quienes coincidieron en informar que en promedio durante los últimos 3 años la tasa de crecimiento en el volumen de ventas creció aproximadamente en 3,5 % anual, para la proyección de la demanda se considerará 5 años, es decir hasta el 2015.

Cuadro N° 7 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN BULTOS /CAJAS

PRODUCTO	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Ají	5952,00	6160,32	6375,93	6599,09	6830,06
Aguacate	16368,00	16940,88	17533,81	18147,49	18782,66
Camote	5952,00	6160,32	6375,93	6599,09	6830,06
Limón	24576,00	25436,16	26326,43	27247,85	28201,53
Papaya	21504,00	22256,64	23035,62	23841,87	24676,33
Pimiento	21600,00	22356,00	23138,46	23948,31	24786,50
Tomate riñón	33792,00	34974,72	36198,84	37465,79	38777,10
Vainita	6144,00	6359,04	6581,61	6811,96	7050,38
Yuca	10752,00	11128,32	11517,81	11920,93	12338,17

Elaborado por: La autora de la investigación

3.9 ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta no es más que la cantidad de servicios que se ofrecen en el mercado para satisfacer una necesidad.

Para establecer la oferta se utilizó como base la información extraída de las encuestas aplicadas a los productores de las comunidades de Chota, Juncal y Carpuela, la cual arroja un resultado positivo en cuanto a la aceptación del proyecto, donde 63% de la población está dispuesta a proveer de productos agrícolas al Centro de Acopio, la misma que permitió tener una idea clara sobre la oferta mostrando los resultados así:

Cuadro N° 8 OFERTA POR PRODUCTOR

PRODUCTOS	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD MESUAL POR OFERTANTE	CANTIDAD ANUAL POR OFERTANTE
Aji	Bulto	30	360,00
Aguacate	Bulto	38	456,00
Camote	Bulto	24	288,00
Limón	Bulto	60	720,00
Papaya	Caja	35	420,00
Pimiento	Bulto	50	600,00
Tomate riñón	Caja	50	600,00
Vainita	Bulto	30	360,00
Yuca	Bulto	32	384,00

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores.

Elaborado por: La autora de la investigación

Cuadro N°- 9 OFERTA TOTAL

PRODUCTOS	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD MESUAL POR OFERTANTES TOTAL	CANTIDAD ANUAL POR OFERTANTES TOTAL
Aji	Bulto	420	5040,00
Aguacate	Bulto	1260	15120,00
Camote	Bulto	384	4608,00
Limón	Bulto	1980	23760,00
Papaya	Caja	1750	21000,00
Pimiento	Bulto	1750	21000,00
Tomate riñón	Caja	2600	31200,00
Vainita	Bulto	480	5760,00
Yuca	Bulto	770	9240,00

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores.

Elaborado por: La autora de la investigación

3.10 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para proyectar la oferta futura se utilizó como base a la encuesta aplicada en el año 2011 a los productores agrícolas de las comunidades de Chota, Juncal y Carpuela, se ha considerado como variable la media de producción de los últimos 3 años, siendo esta del 2,80% para la proyección de la oferta se considerará 5 años, es decir hasta el 2015, quedando como se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 10 PROYECCIÓN DE LA OFERTA BULTOS/ CAJAS

PRODUCTO	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Ají	5040,00	5181,12	5326,19	5475,32	5628,63
Aguacate	15120,00	15543,36	15978,57	16425,97	16885,90
Camote	4608,00	4737,02	4869,66	5006,01	5146,18
Limón	23760,00	24425,28	25109,19	25812,25	26534,99
Papaya	21000,00	21588,00	22192,46	22813,85	23452,64
Pimiento	21000,00	21588,00	22192,46	22813,85	23452,64
Tomate riñón	31200,00	32073,60	32971,66	33894,87	34843,92
Vainita	5760,00	5921,28	6087,08	6257,51	6432,72
Yuca	9240,00	9498,72	9764,68	10038,10	10319,16

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores.

Elaborado por: La autora de la investigación

3.11 BALANCE OFERTA – DEMANDA

Cuadro N° 11 Relación entre la Oferta y la Demanda en Bultos / Cajas

PRODUCTO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POR CUBRIR	DEMANDA INSTISFECHA
Ají	5952,00	0	5040,00	912,00
Aguacate	16368,00	0	15120,00	1248,00
Camote	5952,00	0	4608,00	1344,00
Limón	24576,00	0	23760,00	816,00
Papaya	21504,00	0	21000,00	504,00
Pimiento	21600,00	0	21000,00	600,00
Tomate riñón	33792,00	0	31200,00	2592,00
Vainita	6144,00	0	5760,00	384,00
Yuca	10752,00	0	9240,00	1512,00

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores y consumidores

Elaborado por: La autora de la investigación

De acuerdo al análisis anterior se puede determinar que las posibilidades de comercializar los productos son bastante buenas, debido a que la demanda de los productos por parte del mercado es superior significativamente a la oferta.

3.12 ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE PRECIOS

Los precios son fijados principalmente por el mercado, pero manipulados por los intermediarios para ellos poder obtener mayor porcentaje de utilidad.

El mercado agrícola presenta características especiales en cuanto a precios, pues son muy fluctuantes y se rigen de acuerdo a la oferta y demanda de los productos, por tanto el precio de los productos estarán fijados en concordancia al precio de mercado, de tal manera que ayude a cubrir los costos, gastos y a obtener un beneficio.

Adicionalmente para fijar los precios se deberá observar los siguientes indicadores:

- Establecer el costo de producción.
- Los precios varían de acuerdo a la temporada de cosecha.
- Costos de comercialización.
- Calidad en el producto
- Buena presentación
- La competencia

En el siguiente cuadro se muestran los precios que fueron recolectados en el mercado mayorista, mercado amazonas y supermercados más concurridos los cuales son las fuentes principales de abastecimiento de los productos agrícolas para la ciudadanía de la provincia

La investigación de estos precios se realizó en el mes de noviembre del 2011, mediante un sondeo de precios para luego proceder a buscar un valor medio, es importante recalcar que los precios de estos productos

varían según temporadas, pero lo que se necesita mostrar es el margen de incremento en los productos agrícolas y los precios a los que llega al consumidor final.

Cuadro N° 12 PRECIOS

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	PRODUCTOR	INTERMEDIARIO
Ají	Bulto	\$ 19,00	\$ 25,00
Aguacate	Bulto	\$ 37,00	\$ 42,00
Camote	Bulto	\$ 31,00	\$ 42,00
Limón	Bulto	\$ 13,00	\$ 18,00
Papaya	Caja	\$ 32,00	\$ 36,00
Pimiento	Bulto	\$ 30,00	\$ 35,00
Tomate riñón	Caja	\$ 22,00	\$ 26,00
Vainita	Bulto	\$ 13,00	\$ 16,00
Yuca	Bulto	\$ 23,00	\$ 27,00

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores, a los comerciantes del Mercado Mayorista, Mercado Amazonas, Micromercados de la Provincia de Imbabura.

Elaborado por: La autora de la investigación

3.13 PROVEEDORES

Los productores que abastecerán al centro de Acopio son 268 familias de agricultores de las comunidades de Chota, Juncal y Carpuela asociados al Centro de Acopio.

3.14 CLIENTES

Los clientes potenciales del Centro de Acopio son los Comisariatos, Micromercados, Supermercados y Despensas más concurridos de la Provincia de Imbabura.

3.15 COMPETENCIA

La competencia se verá reflejada en los pequeños agricultores de las comunidades aledañas que no forman parte del Centro de Acopio.

3.16 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

- La entrega de los productos es en el sistema bajo pedido, una vez que se concrete el pedido (de manera directa, via telefónica o correo electrónico), el vendedor/ distribuidor autorizará el despacho del pedido desde la unidad productora hacia los supermercados, micromercados, despensas de la provincia.
- Buscar mercados que requieran cantidades importantes de los productos que permitan lograr ganancias.
- Comercializadora Agrícola del Valle entregará directamente los productos a sus clientes en el camión de la empresa.
- Investigar alianzas con industrias procesadoras de los productos para proveerlos.
- Se utilizará un registro de despacho el cual tendrá un original y dos copias, para el transportador, para el cliente y la otra para “Comercializadora Agrícola del Valle”
- Para realizar un adecuado registro de las ventas se emplearán facturas autorizadas por el SRI.
- El proceso de venta a emplear será la denominada venta por muestra, en la que una parte de los productos están presentes en el proceso de venta y el comprador infiere cómo será la totalidad de los productos, además los productos serán descritos por el asesor comercial en las diferentes visitas comerciales que realiza periódicamente al cliente.

3.17 CADENA DE DISTRIBUCIÓN

La cadena de distribución consiste en el conjunto de procedimientos necesarios para transportar los productos del productor al consumidor.

El propósito de la cadena de distribución es que el producto llegue en buen estado. (El responsable de cada uno de los pasos de la cadena de distribución será el asesor comercial).



3.18 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

De acuerdo al estudio realizado entre oferentes y demandantes se llegó a las siguientes conclusiones:

- Se determinó que existe aceptación de los productos agrícolas objetos de acopio por parte de los consumidores por ser productos de consumo diario en los diferentes hogares de la provincia.
- Para establecer la demanda se utilizó como base la información extraída de las encuestas aplicadas a los centros comerciales alimenticios de mayor concurrencia, se estableció una demanda anual 146.640 bultos y cajas entre los diversos productos agrícolas.
- Se determinó que la oferta anual es de 136.728 bultos y cajas entre los diferentes productos agrícolas, la cual es una cantidad inferior a la demanda lo que de alguna manera garantiza al Centro de Acopio la venta total de la producción recibida.
- Se tiene asegurado el mercado al cual ofrecer la producción debido a que se trabajará en base al sistema de comercialización bajo pedido.
- Para obtener el resultado de precios se ejecutó un estudio de mercado, basado en encuestas a los productores y a los intermediarios.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico analizará la posibilidad de producir un producto en condiciones de tamaño, localización de la unidad productiva, costos y gastos, todos ellos, en lo más óptimo posible.

El objetivo de este capítulo es entregar datos determinantes para cuantificar la viabilidad del proyecto, el cual es un factor que afecta directamente al nivel de riesgo crediticio de éste. La información contenida en este estudio permite contar con la estructura de los costos de producción, maquinarias, equipos, el costo de la infraestructura física, tamaño de la planta y localización.

4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto se lo mide de acuerdo a la capacidad a instalarse, lo que da la capacidad de mercado proyectado para un tiempo determinado se considera el volumen de producción y materia prima, para determinar si es grande, mediano o pequeño.

La demanda es uno de los factores principales para determinar el tamaño del proyecto, el estudio de mercado es una parte importante donde se observa las posibilidades de comercializar los productos son bastante buenas, debido a que la demanda de los productos por parte del mercado es superior significativamente a la oferta.

El presente proyecto se le considera pequeño, por su volumen de producción, por su capital, administración local y obreros no sobrepasan de 10 personas.

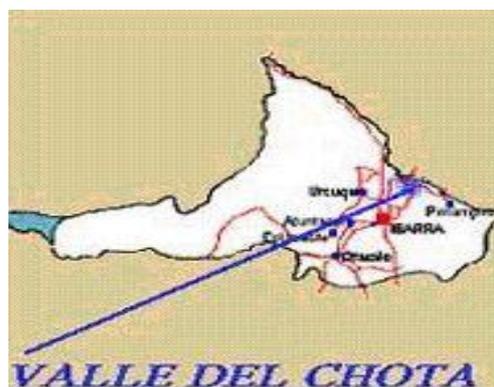
4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.2.1 MACRO- LOCALIZACIÓN

El proyecto productivo estará ubicado en el Norte del Ecuador, dentro de la provincia de Imbabura, específicamente en el sector denominado Valle del Chota.

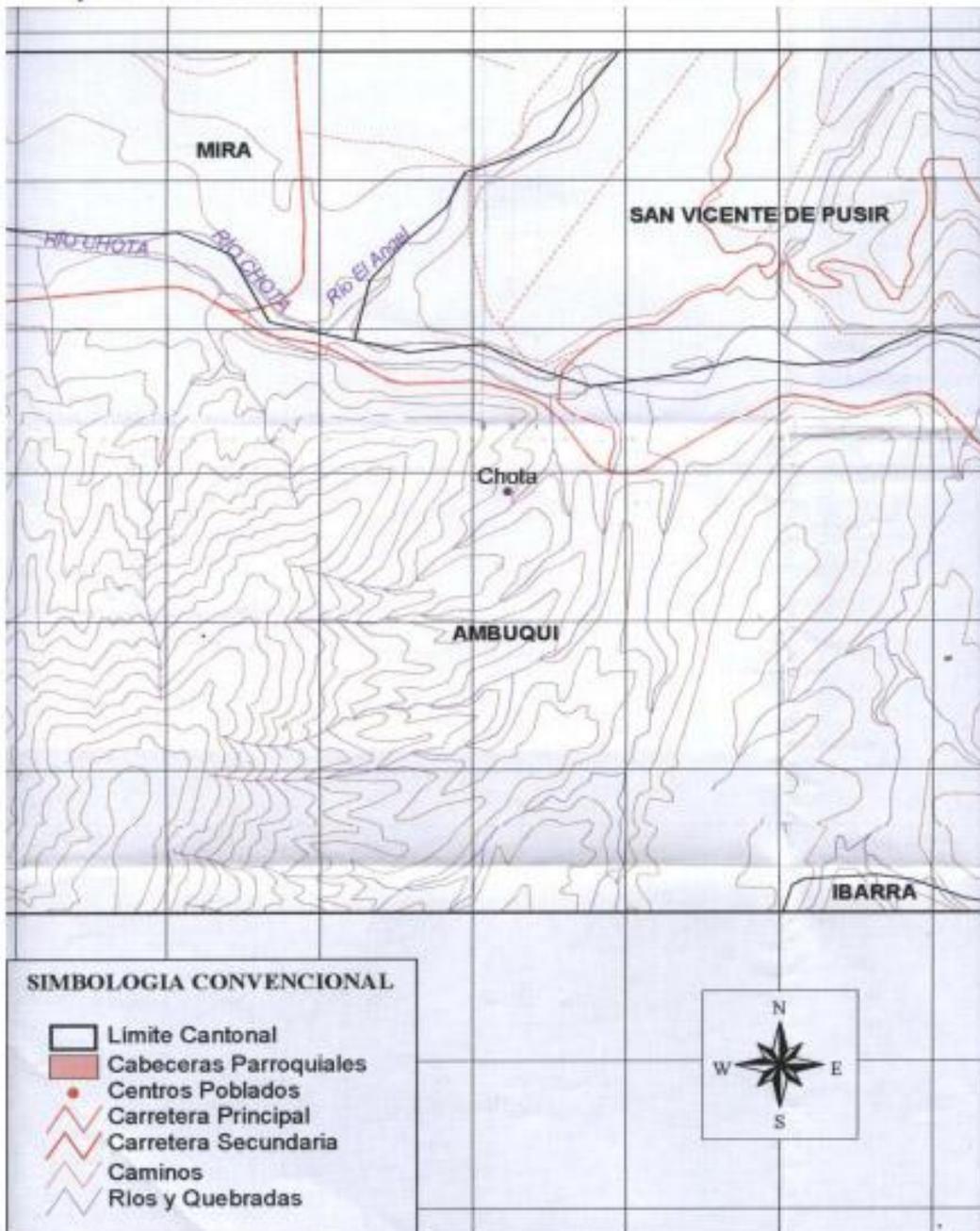
4.2.2 MICRO – LOCALIZACIÓN

El lugar destinado para el Centro de Acopio estará ubicado en la Comunidad de Juncal, en la parroquia Ambuquí, del cantón Ibarra, provincia de Imbabura. El terreno donde se ubicará el Centro de Acopio cuenta con vías de primer, segundo y tercer orden que garantiza el transporte de los productos.



4.2.3 Matriz Localizacional

4.2.3 PLANO DE MICRO – LOCALIZACIÓN



4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

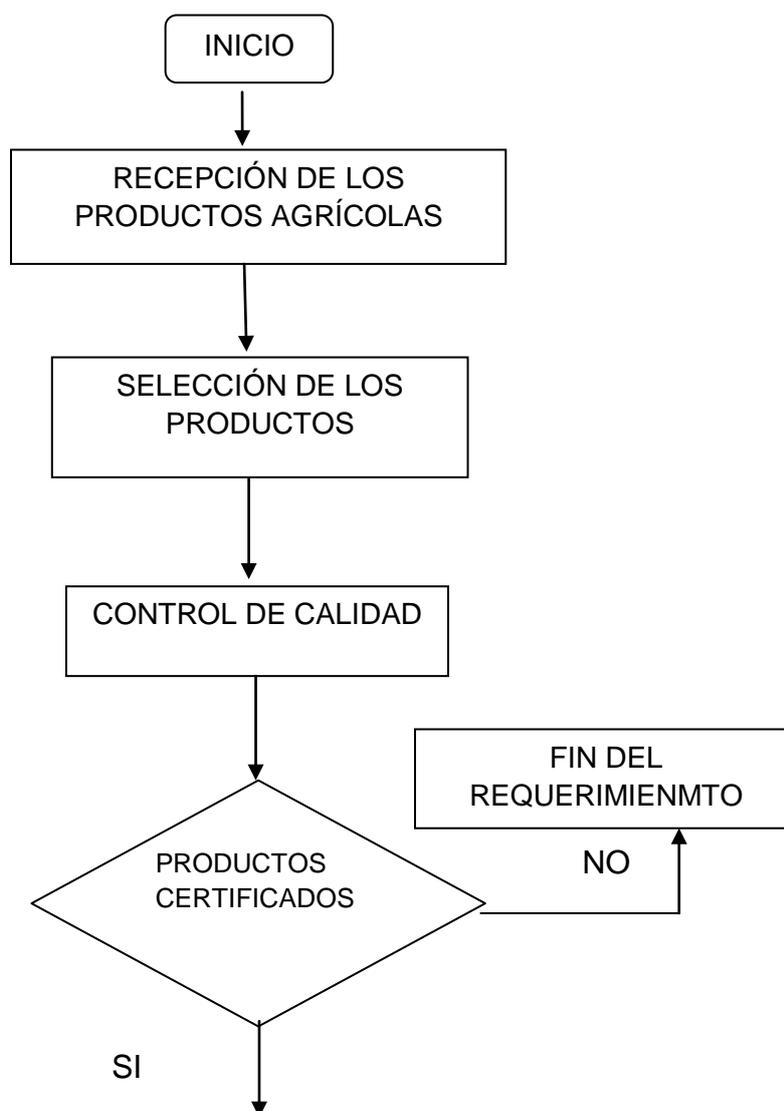
4.3.1 PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y/O PRESTACIÓN DE SERVICIOS

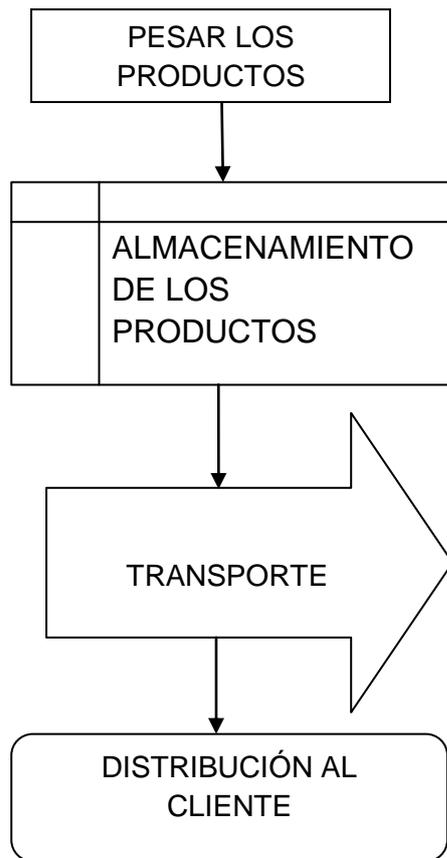
El diagrama es un instrumento según el cual se da a conocer en forma general los pasos que se realizan para desarrollar cierta actividad.

4.3.1.1 DIAGRAMA DE FLUJO

DIAGRAMA DEL PROCESO DE ACOPIO

Los procesos que se ejecutarán dentro del centro de acopio son los siguientes:





Dentro del proceso de acopio se seguirán varios procedimientos lógicos y necesarios, los mismos que empezarán por:

- Recibir los productos que los agricultores ofrecerán al Centro de Acopio.
- Clasificar los productos de acuerdo al tipo y tamaño.
- Realizar el control de calidad, si los productos son de buena calidad se procederá a pesar, caso contrario se devolverá al agricultor.
- Limpiar los productos para mejorar su presentación.
- Pesar los productos para saber los kilogramos y clasificarlos.
- Almacenar los productos en un lugar limpio.
- Transportar y distribuir los productos a los supermercados, micro mercado y despensas.

4.3.2 ASPECTOS DE PRODUCCIÓN

4.3.2.1 REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

El centro de Acopio para desarrollar sus actividades requerirá de la participación de 3 personas directamente, las cuales ocuparán los siguientes cargos:

- 2 Obreros / operarios
- Asesor Comercial

4.3.2.2 REQUERIMIENTOS DE MATERIALES/ MATERIA PRIMA

La 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 semielaborado.

En este proyecto no se transformará el producto, se venderán los productos agrícolas ya como un producto terminado.

Los agricultores de las comunidades de Chota, Carpuela y Juncal serán quienes proveerán de materia prima al Centro de Acopio, los cuales tienen experiencia en el cultivo y entregarán productos de buena calidad.

4.3.3 INFRAESTRUCTURA FÍSICA.

4.3.3.1 SERVICIOS BÁSICOS

El sector es de fácil acceso, cuenta con el espacio físico necesario para el desarrollo del proyecto, dispone de los servicios básicos como energía eléctrica, agua potable y de riego, alcantarillado y teléfono.

4.3.3.2 TERRENO

Se contará con un terreno de 380m², espacio físico suficiente y adecuado para la implantación de este proyecto.

4.3.3.3 VÍAS DE COMUNICACIÓN

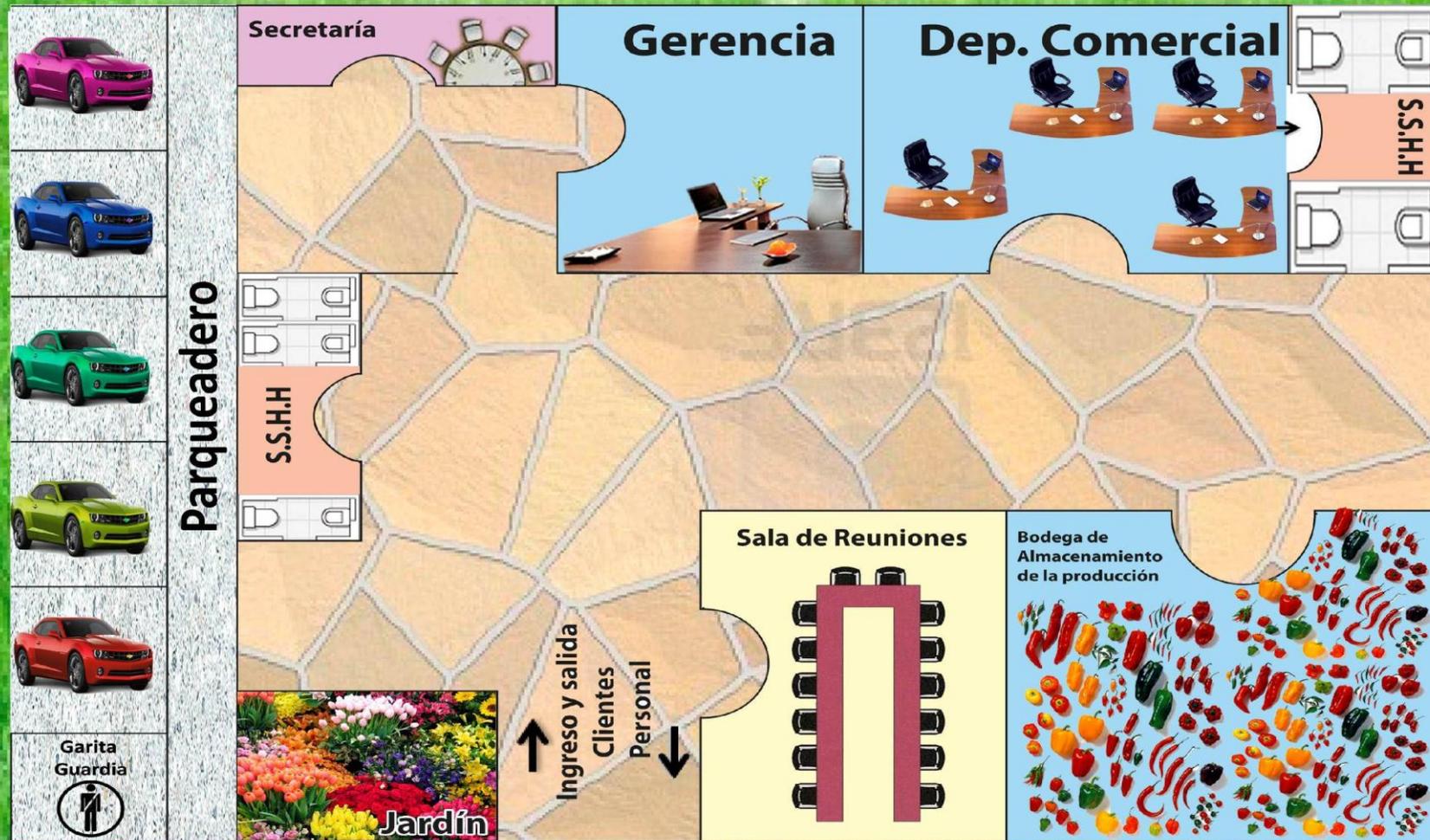
En los últimos años se ha incrementado las vías, carreteras y vehículos de transporte terrestre que permiten a los habitantes de la parroquia Ambuqui trasladarse en el menor tiempo posible con sus productos hacia los clientes, por esta razón se puede llegar con facilidad a los posibles consumidores de la nueva unidad productiva.

4.3.4 DISEÑO DE LAS INSTALACIONES

La nueva unidad productiva estará distribuida de la siguiente manera:

- Área Administrativa
- Bodega de Selección
- Sala de reuniones
- Garita de guardianía
- Baterías Sanitarias
- Jardín
- Parqueadero de Vehículos

Comercializadora Agrícola del Valle



4.3.5 DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA

Para el buen funcionamiento de la unidad productiva es necesario subdividirla en diferentes áreas o secciones las cuales serán de la siguiente manera:

- **Área Administrativa**

Dentro del área administrativa se encuentra:

Gerencia

En la oficina de la gerencia se ejecutará todas las gestiones, la planificación, uno con sus respectivos equipos y accesorios para realizar las actividades. Esta oficina tiene un área total de 12m².

Secretaría

Se encuentra ubicada junto a la oficina de la gerencia, en un área de 8m² y el área servirá también como recepción.

Departamento de Comercialización

Esta oficina tiene un área total de 8m², con sus respectivos equipos y accesorios para realizar las actividades.

- **Área de Selección Y Almacenamiento**

El área de selección y almacenamiento es una bodega compuesta por un cuarto grande frío donde se almacenan los productos, el cual contiene 3 máquinas congeladoras tipo ventiladores grandes, en un área total de 40m².

- **Área de Reuniones**

Es un salón para efectuar las reuniones de socios, en un área total de 35m², con sus respectivos equipos y accesorios para realizar las actividades.

- **Área de Seguridad**

Es el espacio destinado a la cabina del guardia, la construcción tiene un área total de 8m².

- **Área de Baños**

Existe una batería sanitaria, que está incluida todos los accesorios para el personal administrativo, en un área total de 7m²; mientras las otras baterías sanitarias es para uso exclusivo de los trabajadores en un área de 10m².

- **Área Verde**

El verde corresponde a un total 15m²

- **Parqueadero de Vehículos**

El área de parqueadero será de 18m²

4.3.6 DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN

4.3.6.1 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

A continuación se detallan los activos fijos que se invertirán en el proyecto:

- Terreno: Es el espacio físico donde se construirá el edificio de la nueva unidad productiva.

Cuadro N° 13 Terreno

DETALLE	m2	Valor m2	Valor Total
Terreno	380m ²	\$ 7,00	\$2660,00

Elaborado por: La autora de la investigación

- Construcción de la 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 N° 14 Edificio

DETALLE	m2	Valor m2	Valor Total
Obra Civil	210m ²	\$ 183,00	\$ 38430,00

Elaborado por: La autora de la investigación

- Vehículo

Se considera necesario la adquisición de un vehículo el cual será utilizado para el transporte y entrega de los productos hacia los diferentes supermercados, micro-mercados y despensas de la ciudad de Ibarra.

Cuadro N° 15 Vehículo

DETALLE	MARCA	VALOR TOTAL
Camión	Hd-65	\$ 24500,00

Elaborado por: La autora de la investigación

- Maquinaria y Equipo

Dentro de la inversión de maquinaria y equipo comprende todo lo referente a maquinaria y equipos necesarios para el funcionamiento de las áreas administrativas y de producción.

Cuadro N° 16 Maquinaria y Equipo

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Maquinas cargadoras / Montacargas	1	\$17721	\$17721,00
Cámaras de conservación (cámaras de frio o congeladores)	3	\$2000	\$6000,00
Televisor Sony LCD 32"	1	\$630	\$630,00
Balanza (20 Kg)	2	\$1100	\$2200,00
TOTAL			\$26551,00

Elaborado por: La autora de la investigación

- Equipo de computación

Cuadro N° 17 Equipo de Computación

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Impresora multifunción laser	3	80,00	240,00
Computador pantalla plana con todos sus implementos, disco duro de 500GB y memoria de DDR2 4 GB	3	560,00	1680,00
TOTAL			\$ 1920,00

Elaborado por: La autora de la investigación

- Muebles y enseres

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

Cuadro N° 18 Muebles y Enseres

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Estación de trabajo gerencial	1	\$320	\$320
Estación de trabajo tipo secretaria	1	\$263	\$263
Estación de trabajo 1.50 x 1,65	1	\$287	\$287
Sillón gerencial	3	\$99	\$297
Sillón tipo secretaria	1	\$72,8	\$72,8
Sillas cuerina negra	40	\$22,4	\$896
Sillón de espera triple	2	\$151,2	\$302,4
Sillas de cuero negras	2	\$50,4	\$100,8
Mesa de centro	1	\$67,2	\$67,2
Archivadores tipo libreros 2 puertas	3	\$99	\$297
Archivadores aéreos	2	\$58,04	\$116,08
Papeleras 2 servicios	3	\$14,8	\$44,4
TOTAL			\$3063,70

Fuente: Proforma proveedores de la ciudad

Elaborado por: La autora de la investigación.

- Equipo de Oficina

Cuadro N° 19 Equipo de Oficina

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono Inalámbrico	1	\$54	\$54,00
Telefax	1	\$150	\$150,00
Calculadora eléctrica	1	\$100	\$100,00
TOTAL			\$ 304,00

Elaborado por: La autora de la investigación

RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA

Para poner en marcha este proyecto se necesitará de los siguientes materiales, maquinaria y equipo, activos fijos que se resumen a continuación:

Cuadro N° 20 Resumen de la inversión fija

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Terreno	\$ 2.660,00
Obra Civil	\$ 38.430,00
Vehículo	\$ 24.500,00
Maquinaria y Equipo	\$26.551 ,00
Equipo de Computación	\$ 1.920,00
Equipo de Oficina	\$ 304,00
Muebles y Enseres	\$ 3.063,60
TOTAL	\$ 97.428,60

Elaborado por: La autora de la investigación

4.3.6.2 INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

Las inversiones en activos diferidos son todos los gastos que incide 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 inversión.

Cuadro N° 21 Resumen de Inversiones diferidas

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Costos de investigación	\$1000,00
Costos de constitución	\$500,00
Imprevistos (10%)	\$150,00
TOTAL	\$1650,00

Elaborado por: La autora de la investigación

4.3.6.3 CAPITAL DE TRABAJO

Es el capital necesario para poner en marcha la Unidad Productiva, está proyectado para 3 meses capital con el que operará hasta que obtenga sus primeros ingresos por ventas, comprende lo siguiente:

4.3.6.3.1 MATERIA PRIMA DIRECTA

La materia prima para el caso del capital de trabajo no se considera un costo porque el Centro de Acopio no compra la producción directamente al agricultor, los costos incurridos en la producción son asumidos por el agricultor.

Cuadro N° 22 Materia Prima

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO EN DÓLARES DEL BULTO / CAJA	CANTIDAD MESUAL DE BULTOS / CAJAS POR OFERTANTES TOTAL	VALOR TOTAL MENSUAL EN DÓLARES DE LOS BULTOS /CAJAS PRODUCIDOS
Ají	Bulto	\$ 18,00	420,00	\$ 7.560,00
Aguacate	Bulto	\$ 35,00	1260,00	\$ 46.620,00
Camote	Bulto	\$ 32,00	384,00	\$ 12.288,00
Limón	Bulto	\$ 12,00	1980,00	\$ 13.860,00
Papaya	Caja	\$ 30,00	1750,00	\$ 52.500,00
Pimiento	Bulto	\$ 28,00	1750,00	\$ 52.500,00
Tomate riñón	Caja	\$ 20,00	2600,00	\$ 23.400,00
Vainita	Bulto	\$ 12,00	480,00	\$ 5.760,00
Yuca	Bulto	\$ 22,00	770,00	\$ 16.940,00
TOTAL			11394,00	\$ 231.428,00

Elaborado por: La autora de la investigación

4.3.6.3.2 MANO DE OBRA DIRECTA

Cuadro N° 23 Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA	N°	SALARIO MENSUAL	VALOR MENSUAL TOTAL
Obrero/ operarios	2	292,00	\$584,00
TOTAL			\$584,00

Elaborado por: La autora de la investigación

4.3.6.3.3 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Cuadro N° 24 Mano de Obra Indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA	N°	SALARIO MENSUAL	VALOR TOTAL MENSUAL
Conserje	1	300,00	\$300,00
Guardia	1	350,00	\$350,00
TOTAL			\$650,00

Elaborado por: La autora de la investigación

Cuadro N° 25 Gastos Variables

GASTOS VARIABLES	COSTO MENSUAL	VALOR TOTAL MENSUAL
Combustible vehículo	30,00	\$30,00
TOTAL		\$30,00

Elaborado por: La autora de la investigación

RESUMEN DE LOS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Cuadro N° 26 Resumen de los Costos Indirectos de Fabricación

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Mano de Obra Indirecta	\$650,00
Gastos variables	\$30,00
TOTAL	\$680,00

Elaborado por: La autora de la investigación

4.3.6.3.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Cuadro N° 27 Gastos Administrativos

PERSONAL ADMINISTRATIVO	N°	SALARIO MENSUAL	VALOR TOTAL
Gerente Administrador del Proyecto	1	420,00	\$420,00
Secretaria / contadora	1	292,00	\$292,00
TOTAL		712,00	\$712,00

Elaborado por: La autora de la investigación

4.3.6.3.5 GASTOS DE VENTA

Cuadro N° 28 Gastos de Ventas

DESCRIPCIÓN	N°	COSTO MENSUAL	VALOR MENSUAL TOTAL
Asesor Comercial	1	350,00	\$350,00
Publicidad		150,00	\$150,00
TOTAL			\$450,00

Elaborado por: La autora de la investigación

4.3.6.3.6 OTROS GASTOS

Cuadro N° 29 Otros Gastos

Servicios básicos	Costo mensual	Costo anual
Agua potable (cm ³)	\$15,00	\$180,00
Electricidad (kw)	\$30,00	\$360,00
Teléfono	\$15,00	\$180,00
Total	\$60,00	\$720,00

Elaborado por: La autora de la investigación

Cuadro N° 30 RESUMEN DEL CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR HASTA LOS 3 MESES
Materia Prima Directa	\$ 0,00	\$ 0,00
Mano de Obra Directa	\$ 584,00	\$ 1.752,00
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 680,00	\$ 2.040,00
Gastos Administrativos	\$ 712,00	\$ 2.136,00
Gastos de Ventas	\$ 450,00	\$ 1.350,00
Otros Gastos	\$ 60,00	\$ 180,00
TOTAL	\$ 2.486,00	\$ 7.458,00
Imprevistos (5%)	\$ 124,30	\$ 372,90
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 2.610,30	\$ 7.830,90

Elaborado por: La autora de la investigación

4.3.6.4 INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

La inversión total del proyecto es de \$ 106.909,50 dólares, a continuación detallamos los rubros:

Cuadro N° 31 Resumen de la Inversión Total

DETALLE	VALOR
1. INVERSIÓN FIJA	\$ 97.428,60
Terreno	\$ 2.660,00
Obra Civil	\$ 38.430,00
Vehículo	\$ 24.500,00
Maquinaria y Equipo	\$26.551 ,00
Equipo de Computación	\$ 1.920,00
Equipo de Oficina	\$ 304,00
Muebles y Enseres	\$ 3.063,60
2. INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 1.650,00
Gastos de Investigación y Constitución	\$ 1.650,00
3. CAPITAL DE TRABAJO	\$ 7.830,90
Materia Prima Directa	\$ 0,00
Mano de Obra Directa	\$ 1.752,00
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 2.040,00
Gastos Administrativos	\$ 2.136,00
Gastos de Ventas	\$ 1.350,00
Otros Gastos	\$ 180,00
Total	\$ 7.458,00
+ Imprevistos (5%)	\$ 372,90
INVERSIÓN TOTAL (1 +2 +3)	\$ 106.909,50

Elaborado por: La autora de la investigación

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio económico financiero está basado en aspectos matemáticos y análisis financieros, con los cuales se puede determinar la factibilidad o viabilidad económica del proyecto.

El análisis económico se lo realiza para determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total para la realización del proyecto de creación de un Centro de Acopio para la comercialización de productos agrícolas, así como los indicadores que servirán de base para establecer el tiempo de recuperación de la inversión.

5. 1 DETERMINACIÓN DE INGRESOS

Los ingresos proyectados para este proyecto provienen de la comercialización de productos agrícolas de las comunidades de Chota, Carpuela y Juncal a los diferentes supermercados, micro mercados, comisariatos y despensas más concurridas de la provincia de Imbabura.

Se ha determinado un porcentaje de ingreso al proyecto del 3% del valor total de las ventas.

A continuación en el cuadro siguiente se presenta la proyección de la comercialización de los productos en cajas y bultos respectivamente y los ingresos que genera dicha comercialización:

Cuadro N° 32 Proyección de Ingresos por Ventas

PRODUCTO	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
AJÍ					
Cantidad	5040	5181	5326	5475	5629
Costo Unitario	\$ 20,70	\$ 21,63	\$ 22,59	\$ 23,60	\$ 24,66
Ingreso	\$ 104.328,00	\$ 112.043,22	\$ 120.329,00	\$ 129.227,52	\$ 138.784,10
Ingreso Real al Proyecto 3%	\$ 3129,84	\$ 3361,30	\$ 3609,87	\$ 3876,83	\$ 4163,52
AGUACATE					
Cantidad	15120,00	15543,36	15978,57	16425,97	16885,90
Precio	\$ 40,25	\$ 42,05	\$ 43,93	\$ 45,89	\$ 47,94
Ingreso	\$ 608.580,00	\$ 653.585,46	\$ 701.919,16	\$ 753.827,20	\$ 809.573,93
Ingreso Real al Proyecto 3%	\$ 18.257,40	\$ 19.607,56	\$ 21.057,57	\$ 22.614,82	\$ 24.287,22
CAMOTE					
Cantidad	4608,00	4737,02	4869,66	5006,01	5146,18
Precio	\$ 32,20	\$ 33,64	\$ 35,14	\$ 36,71	\$ 38,36
Ingreso	\$ 148.377,60	\$ 159.350,36	\$ 171.134,58	\$ 183.790,25	\$ 197.381,83
Ingreso Real al Proyecto 3%	\$ 4.451,33	\$ 4.780,51	\$ 5.134,04	\$ 5.513,71	\$ 5.921,46
LIMÓN					
Cantidad	23760,00	24425,28	25109,19	25812,25	26534,99
Precio	\$ 13,80	\$ 14,46	\$ 15,15	\$ 15,87	\$ 16,63
Ingreso	\$ 327.888,00	\$ 353.147,05	\$ 380.351,94	\$ 409.652,58	\$ 441.210,42
Ingreso Real al Proyecto 3%	\$ 9.836,64	\$ 10.594,41	\$ 11.410,56	\$ 12.289,58	\$ 13.236,31

PAPAYA					
Cantidad	21000,00	21588,00	22192,46	22813,85	23452,64
Precio	\$ 34,50	\$ 36,04	\$ 37,65	\$ 39,34	\$ 41,09
Ingreso	\$ 724.500,00	\$ 778.077,93	\$ 835.618,04	\$ 897.413,33	\$ 963.778,49
Ingreso Real al Proyecto 3%	\$ 21.735,00	\$ 23.342,34	\$ 25.068,54	\$ 26.922,40	\$ 28.913,35
PIMIENTO					
Cantidad	21000,00	21588,00	22192,46	22813,85	23452,64
Precio	\$ 32,20	\$ 33,64	\$ 35,14	\$ 36,71	\$ 38,36
Ingreso	\$ 676.200,00	\$ 726.206,07	\$ 779.910,17	\$ 837.585,78	\$ 899.526,59
Ingreso Real al Proyecto 3%	\$ 20.286,00	\$ 21.786,18	\$ 23.397,31	\$ 25.127,57	\$ 26.985,80
TOMATE RIÑÓN					
Cantidad	31200,00	32073,60	32971,66	33894,87	34843,92
Precio	\$ 23,00	\$ 24,03	\$ 25,10	\$ 26,22	\$ 27,40
Ingreso	\$ 717.600,00	\$ 770.667,67	\$ 827.659,78	\$ 888.866,54	\$ 954.599,64
Ingreso Real al Proyecto 3%	\$ 21.528,00	\$ 23.120,03	\$ 24.829,79	\$ 26.666,00	\$ 28.637,99
VAINITA					
Cantidad	5760,00	5921,28	6087,08	6257,51	6432,72
Precio	\$ 13,80	\$ 14,42	\$ 15,06	\$ 15,73	\$ 16,44
Ingreso	\$ 79.488,00	\$ 85.366,26	\$ 91.679,24	\$ 98.459,06	\$ 105.740,27
Ingreso Real al Proyecto 3%	\$ 2.384,64	\$ 2.560,99	\$ 2.750,38	\$ 2.953,77	\$ 3.172,21
YUCA					
Cantidad	9240,00	9498,72	9764,68	10038,10	10319,16
Precio	\$ 25,30	\$ 26,43	\$ 27,61	\$ 28,85	\$ 30,14
Ingreso	\$ 233.772,00	\$ 251.059,81	\$ 269.626,09	\$ 289.565,37	\$ 310.979,19

Ingreso Real al Proyecto 3%	\$ 7.013,16	\$ 7.531,79	\$ 8.088,78	\$ 8.686,96	\$ 9.329,38
TOTAL INGRESOS	\$ 3.620.733,60	\$ 3.889.503,85	\$ 4.178.227,99	\$ 4.488.387,64	\$ 4.821.574,45
TOTAL INGRESOS AL PROYECTO	\$ 108.622,01	\$ 116.685,12	\$ 125.346,84	\$ 134.651,63	\$ 144.647,23

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2 DETERMINACIÓN DE EGRESOS

Los egresos a incurrir son aquellos costos y gastos que permitirán desarrollar la prestación del servicio.

Los egresos que “Comercializadora Agrícola del valle” debe afrontar durante su vida útil, están basados en rubros como: materia prima directa, costo de personal, suministros, servicios, otros gastos y demás costos que son necesarios para el funcionamiento del presente proyecto.

5.2.1. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción están formados por tres elementos: materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

5.2.1.1 MATERIA PRIMA DIRECTA

Es la que constituye dentro del proceso de transformación de un producto, el producto terminado. En este proyecto la materia prima directa son los productos agrícolas tales como: Ají, Aguacate, Camote, Limón, Papaya, Pimiento, Tomate riñón, Vainita, Yuca que serán entregados por el agricultor, los mismas que se venderán como producto terminado.

Para establecer los costos de la materia prima en los años futuros, se consideró de acuerdo al índice de inflación del año 2011 a una tasa del 4,47%.

El costo de materia prima no se considera un egreso para el proyecto porque no se compra la producción de manera directa al agricultor, pero es de suma importancia determinar el costo para proceder a calcular el precio de venta.

Cuadro N° 33 Materia Prima Directa

PRODUCTO	COSTO AÑO 2011	COSTO AÑO 2012	COSTO AÑO 2013	COSTO AÑO 2014	COSTO AÑO 2015
AJÍ					
Cantidad	5040	5181	5326	5475	5629
Costo Unitario	\$ 18,00	\$ 18,80	\$ 19,65	\$ 20,52	\$ 21,44
Costo Total	\$ 90.720,00	\$ 97.428,89	\$ 104.633,91	\$ 112.371,76	\$ 120.681,83
AGUACATE					
Cantidad	15120	15543	15979	16426	16886
Costo Unitario	\$ 35,00	\$ 36,56	\$ 38,20	\$ 39,91	\$ 41,69
Costo Total	\$ 529.200,00	\$ 568.335,19	\$ 610.364,48	\$ 655.501,91	\$ 703.977,33
CAMOTE					
Cantidad	4608,00	4737	4870	5006	5146
Costo Unitario	\$ 28,00	\$ 29,25	\$ 30,56	\$ 31,93	\$ 33,35
Costo Total	\$ 129.024,00	\$ 138.565,53	\$ 148.812,67	\$ 159.817,61	\$ 171.636,38
LIMÓN					
Cantidad	23760	24425	25109	25812	26535
Costo Unitario	\$ 12,00	\$ 12,54	\$ 13,10	\$ 13,68	\$ 14,29
Costo Total	\$ 285.120,00	\$ 306.205,08	\$ 328.849,44	\$ 353.168,38	\$ 379.285,74
PAPAYA					
Cantidad	21000	21588	22192	22814	23453

Costo Unitario	\$ 30,00	\$ 31,34	\$ 32,74	\$ 34,21	\$ 35,73
Costo Total	\$ 630.000,00	\$ 676.589,51	\$ 726.624,38	\$ 780.359,42	\$ 838.068,25
PIMIENTO					
Cantidad	21000	21588	22192	22814	23453
Costo Unitario	\$ 28,00	\$ 29,25	\$ 30,56	\$ 31,93	\$ 33,35
Costo Total	\$ 588.000,00	\$ 631.483,54	\$ 678.182,76	\$ 728.335,46	\$ 782.197,03
TOMATE RIÑÓN					
Cantidad	31200	32074	32972	33895	34844
Costo Unitario	\$ 20,00	\$ 20,89	\$ 21,83	\$ 22,80	\$ 23,82
Costo Total	\$ 624.000,00	\$ 670.145,80	\$ 719.704,15	\$ 772.927,43	\$ 830.086,65
VAINITA					
Cantidad	5760	5921	6087	6258	6433
Costo Unitario	\$ 12,00	\$ 12,54	\$ 13,10	\$ 13,68	\$ 14,29
Costo Total	\$ 69.120,00	\$ 74.231,53	\$ 79.721,08	\$ 85.616,58	\$ 91.948,06
YUCA					
Cantidad	9240	9499	9765	10038	10319
Costo Unitario	\$ 22,00	\$ 22,98	\$ 24,01	\$ 25,08	\$ 26,21
Costo Total	\$ 203.280,00	\$ 218.312,88	\$ 234.457,47	\$ 251.795,97	\$ 270.416,69
TOTAL COSTOS	\$ 3.148.464,00	\$ 3.381.297,95	\$ 3.631.350,34	\$ 3.899.894,51	\$ 4.188.297,95

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2.1.2 MANO DE OBRA DIRECTA

Es la fuerza de trabajo que participa directamente en la transformación del producto de la materia prima en productos terminados, ya sea que intervenga manualmente o mediante la utilización de máquinas. En el Centro de Acopio se tendrá a 3 personas que interviene directamente en los productos.

Para establecer los costos de la mano de obra directa en los años futuros, se consideró de acuerdo al índice de inflación del año 2011 a una tasa del 4,47%

Cuadro N° 34 Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA (AÑO 1)	SALARIO MENSUAL	VALOR ANUAL	APOORTE PATRONAL MENSUAL	APOORTE PATRONAL ANUAL	DÉCIMO 3ER SUELDO	DÉCIMO 4TO SUELDO	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL
Obrero/ operarios	292,00	3.504,00	32,56	390,70	292,00	292,00	4.478,70
Obrero/ operarios	292,00	3.504,00	32,56	390,70	292,00	292,00	4.478,70
TOTAL	584,00	7.008,00	65,12	781,39	584,00	584,00	8.957,39

Elaborado por: La autora de la investigación

Cuadro N° 35 Mano de Obra Directa Proyectada

MANO DE OBRA DIRECTA	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Obreros / operarios	\$ 4.478,70	\$ 4.983,95	\$ 5.206,73	\$ 5.451,44	\$ 5.707,66
Obreros / operarios	\$ 4.478,70	\$ 4.983,95	\$ 5.206,73	\$ 5.451,44	\$ 5.707,66
TOTAL	\$ 8.957,39	\$ 9.967,89	\$ 10.413,46	\$ 10.902,89	\$ 11.415,33

Fuente: Análisis la autora

Elaboración: La Autora de la investigación

5.2.1.3 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Constituyen todos los elementos adicionales necesarios para la elaboración de un producto, como agua, luz, y otros costos indirectos, todos estos costos indirectos junto con los materiales indirectos, la mano de obra indirecta constituyen el tercer elemento del costo de producción.

Para establecer los costos indirectos de producción en los años futuros, se consideró de acuerdo al índice de inflación del año 2011 a una tasa del 4,47%

- **MANO DE OBRA INDIRECTA**

Cuadro N° 36 Mano de Obra Indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA	SALARIO MENSUAL UNITARIO	VALOR ANUAL	APOORTE PATRONAL MENSUAL	APOORTE PATRONAL ANUAL	DÉCIMO 3ER SUELDO	DÉCIMO 4TO SUELDO	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL
Conserje	300,00	3.600,00	33,45	401,40	292,00	292,00	4.585,40
Guardia	350,00	4.200,00	39,03	468,30	292,00	292,00	5.252,30
TOTAL	650,00	7.800,00	72,48	869,70	584,00	584,00	9.837,70

Elaborado por: La autora de la investigación

- **GASTOS VARIABLES**

Cuadro N° 37 Gastos Variables

GASTOS VARIABLES	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
Combustible vehículo	30,00	360,00
TOTAL	30,00	360,00

Elaborado por: La autora de la investigación

RESUMEN COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN PROYECTADOS

Cuadro N° 38 Resumen costos indirectos de fabricación proyectados

DESCRIPCIÓN	COSTO AÑO 1	COSTO AÑO 2	COSTO AÑO 3	COSTO AÑO 4	COSTO AÑO 5
Mano de Obra Indirecta	\$ 9.837,70	\$ 11.094,40	\$ 11.590,32	\$ 12.108,41	\$ 12.649,65
Conserje	\$ 4.585,40	\$ 5.120,49	\$ 5.349,38	\$ 5.588,50	\$ 5.838,30
Guardia	\$ 5.252,30	\$ 5.973,91	\$ 6.240,94	\$ 6.519,91	\$ 6.811,35
Gastos variables	\$ 360,00	\$ 376,09	\$ 392,90	\$ 410,47	\$ 428,81
Combustible vehículo	\$ 360,00	\$ 376,09	\$ 392,90	\$ 410,47	\$ 428,81
TOTAL	\$ 10.197,70	\$ 11.470,49	\$ 11.983,22	\$ 12.518,87	\$ 13.078,47

Elaborado por: La autora de la investigación

RESUMEN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN

Cuadro N° 39 Resumen de los Costos de Producción

COSTOS	COSTO AÑO 2011	COSTO AÑO 2012	COSTO AÑO 2013	COSTO AÑO 2014	COSTO AÑO 2015
Materia Prima	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Mano De Obra Directa	\$ 8.957,39	\$ 9.967,89	\$ 10.413,46	\$ 10.902,89	\$ 11.415,33
Costos Indirectos De Fabricación	\$ 10.197,70	\$ 11.470,49	\$ 11.983,22	\$ 12.518,87	\$ 13.078,47
Imprevistos 3%	\$ 574,65	\$ 643,15	\$ 671,90	\$ 702,65	\$ 734,81
TOTAL	\$ 19.729,74	\$ 22.081,53	\$ 23.068,58	\$ 24.124,41	\$ 25.228,61

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa.

Además incluyen sueldos y salarios, suministros de oficina, mantenimiento, entre otras.

La proyección de los gastos administrativos se consideró un incremento anual del 4,47%, de acuerdo al índice de inflación del año 2011

5.2.2.2 SUELDOS ADMINISTRATIVOS

Los sueldos administrativos son los salarios del personal administrativos, el cual tendrá a su cargo la dirección de la microempresa en las áreas administrativa, financiera y comercial.

En el caso del Centro de Acopio serán los sueldos del Gerente, Secretaria.

Cuadro N° 40 Sueldos y Salarios Administrativos

PERSONAL	SALARIO MENSUAL UNITARIO	VALOR ANUAL	APORTE PATRONAL MENSUAL	APORTE PATRONAL ANUAL	DÉCIMO 3ER SUELDO	DÉCIMO 4TO SUELDO	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL
Gerente Administrador del Proyecto	\$ 420,00	\$ 5.040,00	\$ 46,83	\$ 561,96	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 6.441,96
Secretaria / contadora	\$ 292,00	\$ 3.504,00	\$ 32,56	\$ 390,70	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 4.478,70
TOTAL	\$ 712,00	\$ 8.544,00	\$ 79,39	\$ 952,66	\$ 712,00	\$ 712,00	\$ 10.920,66

Elaborado por: La autora de la investigación

Cuadro N° 41 Sueldos y Salarios Administrativos Projectados

PERSONAL	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente Administrador del Proyecto	\$ 6.441,96	\$ 7.168,69	\$ 7.489,13	\$ 7.841,12	\$ 8.209,65
Secretaria / contadora	\$ 4.478,70	\$ 4.983,95	\$ 5.206,73	\$ 5.451,44	\$ 5.707,66
TOTAL	\$ 10.920,66	\$ 12.152,64	\$ 12.695,86	\$ 13.292,56	\$ 13.917,31

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2.2.2 SUMINISTROS Y MATERIALES DE OFICINA

Son las adquisiciones de suministros de oficina que serán utilizados en las diferentes actividades administrativas del Centro de Acopio y por lo general se realiza una vez al año.

La proyección de los gastos por suministros de oficina se consideró un incremento anual del 4,47%, de acuerdo al índice de inflación del año 2011.

Cuadro N° 42 Suministros de Oficina

MATERIALES	CANT.	COSTO UNITARIO	COSTO AÑO 2011	COSTO AÑO 2012	COSTO AÑO 2013	COSTO AÑO 2014	COSTO AÑO 2015
Almohadilla para sellos	3	\$ 1,00	\$ 3,00	\$ 3,13	\$ 3,27	\$ 3,42	\$ 3,57
Carpetas Archivadoras	20	\$ 2,89	\$ 57,80	\$ 60,38	\$ 63,08	\$ 65,90	\$ 68,85
Cinta de Embalaje	16	\$ 0,80	\$ 12,80	\$ 13,37	\$ 13,97	\$ 14,59	\$ 15,25
Clips Estándar	4	\$ 0,30	\$ 1,20	\$ 1,25	\$ 1,31	\$ 1,37	\$ 1,43
Corrector líquidos	16	\$ 0,45	\$ 7,20	\$ 7,52	\$ 7,86	\$ 8,21	\$ 8,58
Cuadernos	8	\$ 1,50	\$ 12,00	\$ 12,54	\$ 13,10	\$ 13,68	\$ 14,29
Esferos	16	\$ 0,25	\$ 4,00	\$ 4,18	\$ 4,37	\$ 4,56	\$ 4,76
Grapadora	3	\$ 5,50	\$ 16,50	\$ 17,24	\$ 18,01	\$ 18,81	\$ 19,65
Papel bond	20	\$ 3,30	\$ 66,00	\$ 68,95	\$ 72,03	\$ 75,25	\$ 78,62
Papel para calculadora eléctrica	5	\$ 1,00	\$ 5,00	\$ 5,22	\$ 5,46	\$ 5,70	\$ 5,96
Papel para Fax	4	\$ 9,50	\$ 38,00	\$ 39,70	\$ 41,47	\$ 43,33	\$ 45,26
Perforadoras	3	\$ 5,00	\$ 15,00	\$ 15,67	\$ 16,37	\$ 17,10	\$ 17,87
Saca grapas	3	\$ 0,85	\$ 2,55	\$ 2,66	\$ 2,78	\$ 2,91	\$ 3,04
Sellos	3	\$ 3,50	\$ 10,50	\$ 10,97	\$ 11,46	\$ 11,97	\$ 12,51
Toner para impresora	3	\$ 67,00	\$ 201,00	\$ 209,98	\$ 219,37	\$ 229,18	\$ 239,42
TOTAL			\$ 452,55	\$ 472,78	\$ 493,91	\$ 515,99	\$ 539,05

Fuente: Proveedores de la ciudad

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2.2.3 SUMINISTROS DE ASEO Y LIMPIEZA

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

La proyección de los gastos por suministros de aseo y limpieza se consideró un incremento anual del 4,47%, de acuerdo al índice de inflación del año 2011.

Cuadro N° 43 Suministros de Aseo Y Limpieza

MATERIALES	CANT.	COSTO UNITARIO	COSTO AÑO 2011	COSTO AÑO 2012	COSTO AÑO 2013	COSTO AÑO 2014	COSTO AÑO 2015
Ambientales Spray	12	\$ 2,25	\$ 27,00	\$ 28,21	\$ 29,47	\$ 30,78	\$ 32,16
Cepillo de baño	4	\$ 1,20	\$ 4,80	\$ 5,01	\$ 5,24	\$ 5,47	\$ 5,72
Desinfectante	5	\$ 2,50	\$ 12,50	\$ 13,06	\$ 13,64	\$ 14,25	\$ 14,89
Detergente	7	\$ 4,10	\$ 28,70	\$ 29,98	\$ 31,32	\$ 32,72	\$ 34,19
Escobas plásticas	4	\$ 2,20	\$ 8,80	\$ 9,19	\$ 9,60	\$ 10,03	\$ 10,48
Limpiones Marca Vileda	12	\$ 0,89	\$ 10,68	\$ 11,16	\$ 11,66	\$ 12,18	\$ 12,72
Recogedor de basura	4	\$ 1,75	\$ 7,00	\$ 7,31	\$ 7,64	\$ 7,98	\$ 8,34
Toallas de Tocador	4	\$ 2,00	\$ 8,00	\$ 8,36	\$ 8,73	\$ 9,12	\$ 9,53
Trapeadores	4	\$ 2,50	\$ 10,00	\$ 10,45	\$ 10,91	\$ 11,40	\$ 11,91
TOTAL			\$ 117,48	\$ 122,73	\$ 128,22	\$ 133,95	\$ 139,94

Fuente: Proveedores de la ciudad

Elaborado por: La autora de la investigación

RESUMEN DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS

Cuadro N° 44 Resumen de los Gastos Administrativos.

DESCRIPCIÓN	COSTO AÑO 2011	COSTO AÑO 2012	COSTO AÑO 2013	COSTO AÑO 2014	COSTO AÑO 2015
Sueldos Administrativos	\$ 10.664,66	\$ 11.751,47	\$ 12.276,76	\$ 12.853,77	\$ 13.457,90
Suministros y Materiales de Oficina	\$ 452,55	\$ 472,78	\$ 493,91	\$ 515,99	\$ 539,05
Suministros de Aseo y Limpieza	\$ 117,48	\$ 122,73	\$ 128,22	\$ 133,95	\$ 139,94
Imprevistos 3%	\$ 337,04	\$ 370,41	\$ 386,97	\$ 405,11	\$ 424,11
TOTAL	\$ 11.571,73	\$ 12.717,39	\$ 13.285,86	\$ 13.908,82	\$ 14.560,99

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2.3 GASTOS DE VENTA

Son todos los gastos producidos por la ejecución de la función de ventas. En este proyecto incluimos en sueldo del Asesor de Ventas y valor por publicidad que se realizará en los medios de comunicación más populares de la provincia.

Cuadro N° 45 Salarios de Ventas

CARGO	SALARIO MENSUAL UNITARIO	VALOR ANUAL	APORTE PATRONAL MENSUAL	APORTE PATRONAL ANUAL	DÉCIMO 3ER SUELDO	DÉCIMO 4TO SUELDO	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL
Asesor de Ventas	\$ 350,00	\$ 4.200,00	\$ 39,03	\$ 468,30	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 5.368,30
TOTAL	\$ 350,00	\$ 4.200,00	\$ 39,03	\$ 468,30	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 5.368,30

Elaborado por: La autora de la investigación

Cuadro N° 46 Salarios de Venta Proyectados

CARGO	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL AÑO 1	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL AÑO 2	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL AÑO 3	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL AÑO 4	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL AÑO 5
Asesor de Ventas	\$ 5.368,30	\$ 5.973,91	\$ 6.240,94	\$ 6.534,27	\$ 6.841,38
TOTAL	\$ 5.368,30	\$ 5.973,91	\$ 6.240,94	\$ 6.534,27	\$ 6.841,38

Elaborado por: La autora de la investigación

Cuadro N° 47 Publicidad

DESCRIPCIÓN	COSTO AÑO 2011	COSTO AÑO 2012	COSTO AÑO 2013	COSTO AÑO 2014	COSTO AÑO 2015
Publicidad	\$ 1.800,00	\$ 1.880,46	\$ 1.964,52	\$ 2.052,33	\$ 2.144,07
TOTAL	\$ 1.800,00	\$ 1.880,46	\$ 1.964,52	\$ 2.052,33	\$ 2.144,07

Elaborado por: La autora de la investigación

RESUMEN DE GASTOS DE VENTA

Cuadro N° 48 Gastos de Venta

DESCRIPCIÓN	COSTO AÑO 2011	COSTO AÑO 2012	COSTO AÑO 2013	COSTO AÑO 2014	COSTO AÑO 2015
Asesor de Ventas	\$ 5.368,30	\$ 5.973,91	\$ 6.240,94	\$ 6.534,27	\$ 6.841,38
Publicidad	\$ 1.800,00	\$ 1.880,46	\$ 1.964,52	\$ 2.052,33	\$ 2.144,07
TOTAL	\$ 7.168,30	\$ 7.854,37	\$ 8.205,46	\$ 8.586,60	\$ 8.985,45

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2.4 OTROS GASTOS

Cuadro N° 49 Otros Gastos

DESCRIPCIÓN	COSTO AÑO 2011	COSTO AÑO 2012	COSTO AÑO 2013	COSTO AÑO 2014	COSTO AÑO 2015
Agua potable	\$ 180,00	\$ 188,05	\$ 196,45	\$ 205,23	\$ 214,41
Electricidad	\$ 360,00	\$ 376,09	\$ 392,90	\$ 410,47	\$ 428,81
Teléfono	\$ 180,00	\$ 188,05	\$ 196,45	\$ 205,23	\$ 214,41
Total	\$ 720,00	\$ 752,18	\$ 752,18	\$ 785,81	\$ 820,93

Elaborado por: La autora de la investigación

5.3 NECESIDAD DE CAPITAL

Para que el Centro de Acopio inicie sus actividades requiere de \$ 106.909,50 de los cuales el 100% se financiarán con recursos propios por medio de aportaciones de los socios. Estos recursos le ayudarán al Centro de Acopio a iniciar la construcción de la obra civil, adquirir el vehículo, la maquinaria y equipo, equipar las oficinas para un adecuado funcionamiento.

El mismo que queda de la siguiente manera:

Cuadro N° 50 Composición del Capital

Número de Socios	Valor de Aportación Individual	Valor Total
268 Socios	\$ 398,92	\$ 106.909,50
TOTAL		\$ 106.909,50

Elaborado por: La autora de la investigación

5.4. DEPRECIACIONES

La depreciación consiste en que los activos fijos de la empresa pierden su valor por el uso o por la obsolescencia disminuyendo su potencial servicio,

además es un proceso de asignar a gasto el costo de un activo fijo durante el período en que se usa el activo.

Las depreciaciones se las realizan 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 N° 51 Depreciación

DESCRIPCIÓN	VALOR	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Edificio	\$ 38.430,00	\$ 3.843,00	\$ 1.729,35	\$ 144,11
Muebles y Enseres	\$ 3.063,60	\$ 306,36	\$ 275,72	\$ 22,98
Equipo de Computación	\$ 1.920,00	\$ 192,00	\$ 576,00	\$ 48,00
Equipo de Oficina	\$ 304,00	\$ 30,40	\$ 27,36	\$ 2,28
Maquinaria Y Equipo	\$ 26.551,00	\$ 2.655,10	\$ 2.389,59	\$ 199,13
Vehículo	\$ 24.500,00	\$ 2.450,00	\$ 4.410,00	\$ 367,50
TOTAL	\$ 94.768,60	\$ 9.476,86	\$ 9.408,02	\$ 784,00

Elaborado por: La autora de la investigación

Cuadro N° 52 Proyección de la Depreciación

DESCRIPCIÓN	COSTO AÑO 2011	COSTO AÑO 2012	COSTO AÑO 2013	COSTO AÑO 2014	COSTO AÑO 2015
Edificio	\$ 1.729,35	\$ 1.729,35	\$ 1.729,35	\$ 1.729,35	\$ 1.729,35
Muebles y Enseres	\$ 275,72	\$ 275,72	\$ 275,72	\$ 275,72	\$ 275,72
Equipo de Computación	\$ 576,00	\$ 576,00	\$ 576,00	\$ 576,00	\$ 576,00
Equipo de Oficina	\$ 27,36	\$ 27,36	\$ 27,36	\$ 27,36	\$ 27,36
Maquinaria Y Equipo	\$ 2.389,59	\$ 2.389,59	\$ 2.389,59	\$ 2.389,59	\$ 2.389,59
Vehículo	\$ 4.410,00	\$ 4.410,00	\$ 4.410,00	\$ 4.410,00	\$ 4.410,00
Total	\$ 9.408,02				

Elaborado por: La autora de la investigación

PRESUPUESTO DE EGRESOS

Cuadro N° 53 Egresos

DESCRIPCIÓN	COSTO AÑO 2011	COSTO AÑO 2012	COSTO AÑO 2013	COSTO AÑO 2014	COSTO AÑO 2015
1. Costos Directos	\$ 8.957,39	\$ 9.967,89	\$ 10.413,46	\$ 10.902,89	\$ 11.415,33
Materia Prima Directa	-	-	-	-	-
Mano de Obra Directa	\$ 8.957,39	\$ 9.967,89	\$ 10.413,46	\$ 10.902,89	\$ 11.415,33
2. Costos Indirectos	\$ 10.197,70	\$ 11.470,49	\$ 11.983,22	\$ 12.518,88	\$ 13.078,46
Mano de Obra Indirecta	\$ 9.837,70	\$ 11.094,40	\$ 11.590,32	\$ 12.108,41	\$ 12.649,65
Gastos Variables	\$ 360,00	\$ 376,09	\$ 392,90	\$ 410,47	\$ 428,81
3. Gastos Administrativos	\$ 11.571,73	\$ 12.717,39	\$ 13.285,86	\$ 13.908,82	\$ 14.561,00
Sueldos Administrativos	\$ 10.664,66	\$ 11.751,47	\$ 12.276,76	\$ 12.853,77	\$ 13.457,90
Suministros y Materiales de Oficina	\$ 452,55	\$ 472,78	\$ 493,91	\$ 515,99	\$ 539,05
Suministros de Aseo y Limpieza	\$ 117,48	\$ 122,73	\$ 128,22	\$ 133,95	\$ 139,94
Imprevistos 3%	\$ 337,04	\$ 370,41	\$ 386,97	\$ 405,11	\$ 424,11
4. Gastos de Venta	\$ 7.168,30	\$ 7.854,37	\$ 8.205,46	\$ 8.586,60	\$ 8.985,45
Asesor de Ventas	\$ 5.368,30	\$ 5.973,91	\$ 6.240,94	\$ 6.534,27	\$ 6.841,38
Publicidad	\$ 1.800,00	\$ 1.880,46	\$ 1.964,52	\$ 2.052,33	\$ 2.144,07
5. Otros Gastos	\$ 720,00	\$ 752,18	\$ 752,18	\$ 785,81	\$ 820,93
Agua potable (cm ³)	\$ 180,00	\$ 188,05	\$ 196,45	\$ 205,23	\$ 214,41
Electricidad (kw)	\$ 360,00	\$ 376,09	\$ 392,90	\$ 410,47	\$ 428,81
Teléfono	\$ 180,00	\$ 188,05	\$ 196,45	\$ 205,23	\$ 214,41
6. Depreciación	\$ 9.408,02				
Edificio	\$ 1.729,35	\$ 1.729,35	\$ 1.729,35	\$ 1.729,35	\$ 1.729,35
Muebles y Enseres	\$ 275,72	\$ 275,72	\$ 275,72	\$ 275,72	\$ 275,72
Equipo de Computación	\$ 576,00	\$ 576,00	\$ 576,00	\$ 576,00	\$ 576,00
Equipo de Oficina	\$ 27,36	\$ 27,36	\$ 27,36	\$ 27,36	\$ 27,36
Maquinaria Y Equipo	\$ 2.389,59	\$ 2.389,59	\$ 2.389,59	\$ 2.389,59	\$ 2.389,59
Vehículo	\$ 4.410,00	\$ 4.410,00	\$ 4.410,00	\$ 4.410,00	\$ 4.410,00
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 48.023,14	\$ 52.170,34	\$ 54.048,20	\$ 56.111,02	\$ 58.269,19

Elaborado por: La autora de la investigación

5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

5.5.1 BALANCE GENERAL

En este Estado presenta la situación financiera y económica del proyecto de manera estimada, todos los activos, pasivos y el capital de trabajo con el cual iniciará la nueva unidad productiva.

COMERCIALIZADORA AGRÍCOLA DEL VALLE
BALANCE GENERAL INICIAL

Cuadro N° 54 Balance General

ACTIVOS		PASIVOS	
<u>Activo Corriente</u>		<u>Pasivo Corriente</u>	
Caja/ Bancos	7.830,90		\$ 0,00
	7.830,90		
		TOTAL PASIVOS	\$ 0,00
<u>Activos Fijos</u>			
	97.428,60		
Terreno	2.660,00	PATRIMONIO	\$ 106.909,50
Edificio	38.430,00	Aporte Capital	\$ 106.909,50
Muebles y Enseres	3.063,60		
Equipo de Computación	1.920,00		
Equipo de Oficina	304,00		
Maquinaria y Equipo	26.551,00		
Vehículo	24.500,00		
<u>Activos Diferidos</u>			
	1.650,00		
Costos de investigación	1.000,00		
Costos de constitución	500,00		
Imprevistos	150,00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 106.909,50	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	\$ 106.909,50

Elaborado por: La autora de la investigación

5.5.2 ESTADO DE RESULTADOS (PÉRDIDAS Y GANANCIAS)

El estado de resultados muestra un resumen de los hechos significativos, que causaron un aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un período de tiempo determinado.

Cuando se trata del Estado de Resultados Proyectados, este se sustenta en estimaciones de ingresos, costos y gastos que elaborado permitirá definir la utilidad o pérdida de la empresa.

En el siguiente cuadro se presenta todos los ingresos y gastos que tendrá el proyecto durante el período de análisis del 2011 – 2015.

Dentro del estado de pérdidas y ganancias elaborado se puede apreciar un superávit en cada uno de los años de la vida útil del proyecto; luego de las deducciones realizadas a partir de los ingresos proyectados, costos y gastos, pago del 15% Participación de Trabajadores (PTU).

COMERCIALIZADORA AGRÍCOLA DEL VALLE
ESTADO DE RESULTADOS (PROYECTADO)
DEL 1ro DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE

Cuadro N° 55 Estado de Resultados

	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015
<u>Ingresos Operacionales</u>					
Ingreso Real al proyecto 3% de las ventas proyectadas	\$ 108.622,01	\$ 116.685,12	\$ 125.346,84	\$ 134.651,63	\$ 144.647,23
Total Ingresos Al Proyecto	\$ 108.622,01	\$ 116.685,12	\$ 125.346,84	\$ 134.651,63	\$ 144.647,23
<u>Costos Operacionales</u>					
- Costos Proyectados	\$ 19.155,00	\$ 21.438,38	\$ 22.396,68	\$ 23.421,77	\$ 24.493,75
Total Costos	\$ 19.155,00	\$ 21.438,38	\$ 22.396,68	\$ 23.421,77	\$ 24.493,75
UTILIDAD BRUTA	\$ 89.467,01	\$ 95.246,74	\$ 102.950,16	\$ 111.229,86	\$ 120.153,48
<u>Gastos</u>					
Gastos Administrativos	\$ 11.571,73	\$ 12.717,39	\$ 13.285,86	\$ 13.908,82	\$ 14.561,00
Gastos de Venta	\$ 7.168,30	\$ 7.854,37	\$ 8.205,46	\$ 8.586,60	\$ 8.985,45
Otros gastos	\$ 720,00	\$ 752,18	\$ 752,18	\$ 785,81	\$ 820,93
Depreciación	\$ 9.408,02	\$ 9.408,02	\$ 9.408,02	\$ 9.408,02	\$ 9.408,02
Total Gastos Proyectados	\$ 28.868,05	\$ 30.731,96	\$ 31.651,52	\$ 32.689,25	\$ 33.775,40
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN	\$ 60.598,96	\$ 64.514,78	\$ 71.298,64	\$ 78.540,61	\$ 86.378,08
- 15% Participación Trabajadores	\$ 9.089,84	\$ 9.677,22	\$ 10.694,80	\$ 11.781,09	\$ 12.956,71
UTILIDAD ANTES DE PAGO DE IMP.	\$ 51.509,12	\$ 54.837,56	\$ 60.603,84	\$ 66.759,52	\$ 73.421,37
-25% Impuesto a la Renta	\$ 12.877,28	\$ 13.709,39	\$ 15.150,96	\$ 16.689,88	\$ 18.355,34
UTILIDAD NETA PROYECTADA	\$ 38.631,84	\$ 41.128,17	\$ 45.452,88	\$ 50.069,64	\$ 55.066,03

5.5.3 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja mide los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá el proyecto en un período determinado, con el fin de determinar la liquidez y el riesgo que puede tener la empresa en marcha.

Cuadro N° 56 Flujo de Caja

Descripción	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015
INGRESOS					
Ingresos proyectados	\$ 108.622,01	\$ 116.685,12	\$ 125.346,84	\$ 134.651,63	\$ 144.647,23
Otros ingresos (valor salvamento)	-	-	-	-	-
TOTAL DE INGRESOS	\$ 108.622,01	\$ 116.685,12	\$ 125.346,84	\$ 134.651,63	\$ 144.647,23
EGRESOS					
Costos proyectados	\$ 19.155,00	\$ 21.438,38	\$ 22.396,68	\$ 23.421,77	\$ 24.493,75
Gastos Administrativos	\$ 11.571,73	\$ 12.717,39	\$ 13.285,86	\$ 13.908,82	\$ 14.561,00
Gastos Ventas	\$ 7.168,30	\$ 7.854,37	\$ 8.205,46	\$ 8.586,60	\$ 8.985,45
Otros gastos	\$ 720,00	\$ 752,18	\$ 752,18	\$ 785,81	\$ 820,93
Depreciación	\$ 9.408,02	\$ 9.408,02	\$ 9.408,02	\$ 9.408,02	\$ 9.408,02
TOTAL EGRESOS	\$ 48.023,05	\$ 52.170,34	\$ 54.048,20	\$ 56.111,02	\$ 58.269,15
FLUJO NETO (INGRESOS – EGRESOS)	\$ 60.598,96	\$ 64.514,78	\$ 71.298,64	\$ 78.540,61	\$ 86.378,08

Elaborado por: La autora de la investigación

5.6 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera establece y analiza los beneficios netos que obtendría exclusivamente el factor capital al comportamiento en un proyecto específico. Tiene como objetivo principal calcular, estimar los beneficios netos que se esperan de la inversión que se realizará en la comercialización de productos agrícolas para lo cual se utiliza lo siguiente:

5.6.1 DETERMINACIÓN DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente que permite avizorar si es o no pertinente la inversión a lo largo de su vida.

Su fórmula es la siguiente:

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

En donde:

FC = Flujos de caja proyectados

I = Tasa de inflación

N = Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto.

$$VAN = (- \$ 106909,50) + \$ 60.598,96 / (1,0447)^1 + \$ 64.514,78 / (1,0447)^2 + \$ 71.298,64 / (1,0447)^3 + \$ 78.540,61 / (1,0447)^4 + \$ 86.378,08 / (1,0447)^5$$

$$VAN = \quad \mathbf{\$ 208091.78}$$

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

5.6.2 DETERMINACIÓN DE LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La TIR es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima tasa de descuento que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el BNA sea menor que la inversión (VAN menor que 0).

Entonces para hallar la TIR se necesitan:

Tamaño de inversión, flujo de caja neto proyectado.

Cuadro N° 57 Cálculo del TIR

Años	Flujo de Caja
1	-\$ 106.909,50
2	\$ 60.598,96
3	\$ 64.514,78
4	\$ 71.298,64
5	\$ 78.540,61
6	\$ 86.378,08
TIR =	56%

TIR = 56%

La TIR es superior a la tasa mínima vigente en el mercado, lo que indica que la realización del proyecto si es factible.

5.6.3 TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

El período de tiempo de recuperación de la inversión es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el período de recuperación de inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Cuadro N° 58 Tiempo de Recuperación de la Inversión

Años	Flujos Netos
1	\$ 60.598,96
2	\$ 64.514,78
3	\$ 71.298,64
4	\$ 78.540,61
5	\$ 86.378,08
TOTAL	\$ 361.331,07

Σ Flujos Año 1,2

\$ 125.113,74

Fuente: Flujo de Caja

Elaboración: La autora

Cuadro N° 59 Cálculo de la recuperación de la inversión (Regla de Tres)

Suma flujos Netos	\$ 125.113,74	2 años
Inversión Total	\$ 106909,50	X
PRI	= 1,70	
P R I = 1 año 8 meses		

El tiempo para recuperar la inversión es de 1 año 8 meses.

5.6.4 RELACIÓN COSTO – BENEFICIO

Sirve para determinar cómo retornan los ingresos en función de los egresos, para lo 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 N° 60 Relación Beneficio/ Costo

Años	Ingresos	Egresos
1	\$ 108.622,01	\$ 48.023,14
2	\$ 116.685,12	\$ 52.170,34
3	\$ 125.346,84	\$ 54.048,20
4	\$ 134.651,63	\$ 56.111,02
5	\$ 144.647,23	\$ 58.269,19
TOTAL	\$ 629.952,83	\$ 268.621,89

$$B/C = \$ 629.952,83 / \$ 268.621,89$$

$$B/C = 2,35$$

El Beneficio Costo debe ser mayor a 1, ya que de esta manera se recibe un adicional sobre los egresos realizados.

Esto significa que por cada dólar gastado se genera 1,35 centavos de dólar.

5.6.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el punto en el cual las ganancias igualan a las pérdidas, es decir el punto de equilibrio define cuando una inversión genera una rentabilidad positiva.

Considerando el punto donde las ventas o las rentas igualan a los costos, en el presente caso ni se pierde ni se gana, es decir la utilidad es cero.

El cálculo de esta cifra se la realiza por medio de la siguiente fórmula.

$$PE = \frac{\text{Costos fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

Cuadro N° 61 Costos Fijos y Costos Variables

DETALLE	VALOR
Ingresos	\$ 108.622,01
Costos	
Mano de Obra Directa	\$ 8.957,39
Gastos Administrativos	\$ 11.571,73
Gastos Ventas	\$ 7.168,30
Otros gastos	\$ 720,00
Depreciación	\$ 9.408,02
Mano de Obra Indirecta	\$ 9.837,70

Total Costo Fijo	\$ 47.663,14
Costos Variables	
Gastos Variables	\$ 360,00
Total Costo variable	\$ 360,00

Elaborado por: La autora de la investigación

$$PE = \frac{47663.14}{1 - \frac{360.00}{108622.01}}$$

PE = \$ 47821,67

El punto de equilibrio de la microempresa se estableció en \$ 47821,67 en el año uno, cuando se obtenga este valor de ingresos se puede decir que no se ha perdido ni se ha ganado.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1 EMPRESA

6.1.1 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

La denominación de la razón social será de: Microempresa Comercializadora Agrícola del Valle, con sus siglas CAVE

LOGOTIPO



6.1.2 TITULARIDAD DE PROPIEDAD DE LA EMPRESA

Comercializadora Agrícola del Valle será una microempresa comercializadora con personería jurídica, sitio que será legítimamente constituida como una microempresa asociativa con responsabilidad limitada, conformada por 268 socios, representados por 10 socios quienes toman las decisiones y responden por los deberes que contraiga la microempresa.

6.1.3 TIPO DE EMPRESA

La microempresa pertenece al sector comercial, cuya actividad es la comercialización de productos agrícolas.

6.1.4 REQUISITOS LEGALES PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA

Los requisitos para la constitución de la microempresa asociativa son los siguientes:

➤ Números de Socios

La microempresa Comercializadora Agrícola del Valle será constituida con 268 socios, la cual será dirigida por la Asamblea General de Socios.

➤ Razón Social

La microempresa asociativa debe darse por los nombres de los socios en forma imperfecta o por el objetivo para la cual se forma.

➤ Responsabilidad de Socios

Los socios responden solamente hasta por el valor de sus participaciones sociales.

➤ **Capital**

El Capital Inicial con el cual se formará la microempresa es de \$106.909,50 cuyo aporte de los 268 socios en recursos financieros será del 100% del Capital.

➤ **Plazo de duración**

El plazo mínimo es de 5 años.

➤ **Fundación**

La microempresa asociativa de responsabilidad limitada se constituye por razón de una escritura pública autorizada por un notario.

6.1.5 REGISTROS LEGALES

Los requisitos fundamentales para la creación y funcionamiento de una microempresa en la Provincia de Imbabura son El Registro Único de Contribuyentes (RUC), Patente Municipal, y el respectivo permiso de funcionamiento de las entidades correspondientes.

➤ **Requisitos para obtener el registro único de contribuyentes (RUC)**

- ✓ Cédula del representante legal
- ✓ Copia del certificado de votación
- ✓ Recibo del pago de agua, luz o teléfono

➤ **Requisitos para obtener la patente municipal por primera vez**

- ✓ Copia de la cédula y certificado de votación
- ✓ Nombre (Apellidos y nombres) del dueño del predio donde funciona la actividad comercial.
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Declaración juramentada de inicio de actividades
- ✓ Escritura de compra – venta
- ✓ Copia de cédula de identidad del representante legal
- ✓ Inspección

➤ **Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento en el Ministerio de Salud Pública**

- ✓ Permiso de la intendencia.
- ✓ Ficha de Inspección.
- ✓ Permiso del Cuerpo de Bomberos.
- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Certificado de Salud (Original y Copia).
- ✓ Copia de cédula y papeleta de votación.

➤ **Permiso de Bomberos**

- ✓ Permiso de funcionamiento de la microempresa
- ✓ Certificado de Salud (Original y Copia).
- ✓ Copia de cédula y papeleta de votación.
- ✓ Comprar un formulario (\$20,00)
- ✓ Entregar a los bomberos
- ✓ Conducir a los inspectores hacia el lugar para la verificación.

6.2 BASES FILOSÓFICAS

6.2.1 MISIÓN

Comercializadora Agrícola del Valle tiene como misión proporcionar a los centros de expendio alimenticios de Ibarra, Otavalo, Antonio Ante y Urcuquí productos agrícolas de alta calidad, para satisfacer sus necesidades y superar las expectativas de nuestros clientes.

6.2.2 VISIÓN

Comercializadora Agrícola del Valle en los próximos 5 años se consolidara como una empresa líder en la comercialización agrícola, a través de una gestión que anticipe y se adapte al cambio manteniendo una cultura calidad total. Cubrirá al país con productos agrícolas de calidad.

6.2.3 VALORES

Comercializadora Agrícola del Valle mantendrá para su correcto funcionamiento los siguientes principios y valores:

- Honestidad y Lealtad.- en todos nuestros actos
- Responsabilidad.- con nuestros compromisos, los clientes, proveedores y la comunidad en general
- Respeto y Cordialidad.- como base de nuestras relaciones.
- Comunicación Interactiva Efectiva y Permanente.- como herramienta para precisar nuestras acciones.
- Confidencialidad.- en el manejo de la información.
- Trabajo en equipo.- Las acciones a realizarse deben ser el producto del consenso y la labor mancomunada.
- Liderazgo audaz y reflexivo todos somos líderes con actitud proactiva, permanente creatividad e innovación y dispuesto a tomar riesgos.
- Humildad.- reconocer que cada persona posee ideas, experiencias, destrezas y capacidades singulares que nos pueden enriquecer.

- Calidad como estilo de Vida.- deseo de hacer siempre bien las cosas.
- Pasión y pertenencia.- pasión por lo que se hace, y compromiso permanente con la empresa.

6.2.4 POLÍTICAS INSTITUCIONALES

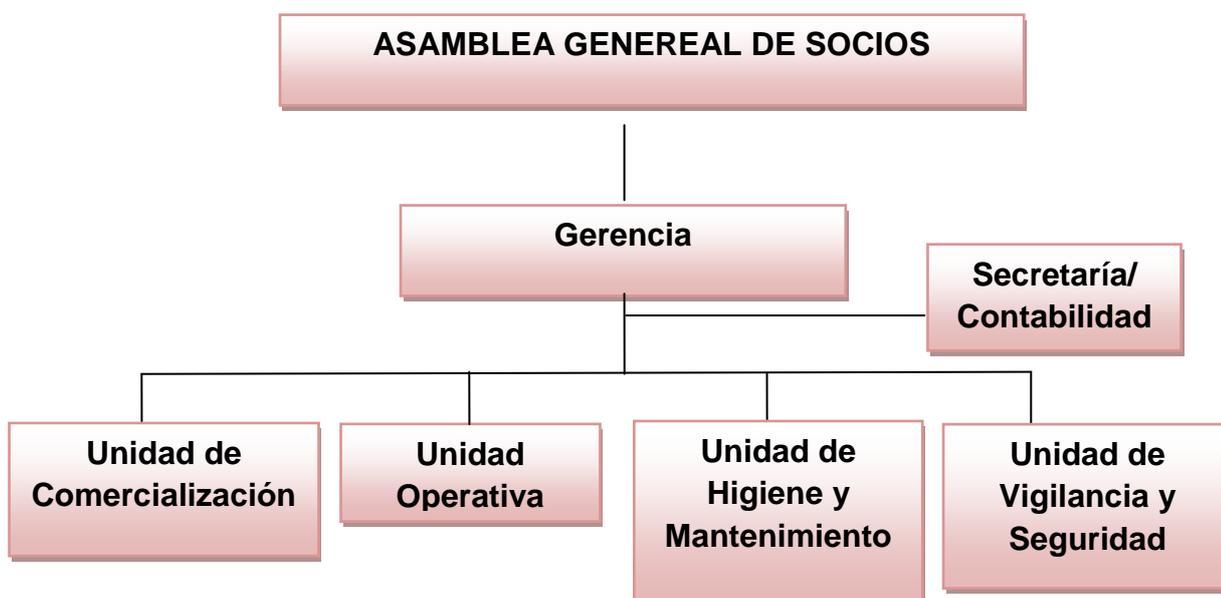
Las políticas institucionales constituyen los lineamientos que guiarán la gestión de la microempresa. Las funciones de gerencia pública: Planificación, Coordinación, Dirección, Ejecución, Control y Evaluación, se enmarca en las siguientes políticas:

- Garantizar que entregaremos a nuestros clientes productos de excelente calidad, producidos bajo normas, procedimientos y controles que aseguren la mejora continua de materia prima, métodos de selección e higiene.
- En todo momento se centrará la atención hacia la identificación y satisfacción de las necesidades del cliente, contribuyente y usuario, de manera que se agregue valor público y se excedan las expectativas de nuestros clientes.
- Es compromiso cumplir con los requisitos del Sistema de Gestión de Calidad por Procesos y proveer los recursos necesarios, para mantener y mejorar los servicios de calidad.
- Todas las unidades administrativas de la microempresa, independientemente de su jerarquía, realizarán el control de gestión a su nivel, a través de los indicadores de eficiencia, eficacia y calidad diseñados para el efecto.
- Es prioridad de nuestra empresa asegurar que todas nuestras operaciones se realicen en estricto apego a las políticas y procedimientos que nuestros clientes exijan, asegurando el mantenimiento de certificados de calidad.

6.3 LA ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

6.3.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Se presenta el organigrama estructural y funcional de la empresa el mismo que se constituirá como la estructura empresarial para la comercialización de los productos agrícolas.



Esta estructura organizacional expresa básicamente la relación que debe existir entre las funciones, niveles y actividades de los recursos buscando la eficiencia máxima en la realización de los objetivos y metas planteadas.

La estructura orgánica presenta los siguientes niveles jerárquicos:

- Nivel Directivo
- Nivel Ejecutivo
- Nivel auxiliar o de apoyo
- Nivel operativo

6.3.2 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Para el correcto funcionamiento de la microempresa se ha considerado la siguiente estructura:

a) ASAMBLEA GENERAL DE SOCIOS

Es el órgano supremo de la empresa y estará integrado por la totalidad de los socios de la empresa. Según la Ley de compañías las competencias de la Junta general son:

- Nombrar y remover a los miembros de los organismos administrativos de la microempresa.
- Conocer anualmente las cuentas, el balance, los informes que le presentaren los administradores o directores y los comisarios acerca de los negocios sociales y dictar resolución correspondiente.
- Fijar la retribución de los administradores e integrantes de los organismos de administración y fiscalización, cuando no estuviere determinada en los estatutos o sus señalamiento no corresponda a otro organismo o funcionario;
- Resolver acerca de la distribución de los beneficios sociales.
- Resolver acerca de la emisión de las partes beneficiarias y de las obligaciones;
- Acordar todas las modificaciones al contrato social.

Además realizara las siguientes funciones:

- Normar políticas de acción empresarial
- Aprobar el presupuesto anual y estados financieros anuales
- Nombrar y remover al gerente

- Supervisar las actividades administrativas técnicas, financieras del gerente.

b) GERENCIA

Este nivel está representado por el gerente general, se sujetará a su gestión empresarial en razón del objeto social de la empresa, a las resoluciones de los socios tomadas en la junta general y representará a la compañía judicial y extrajudicialmente.

Sus funciones principales son:

- Hacer cumplir las decisiones o resoluciones de la junta general.
- Tomar decisiones respecto a gestiones, actos y contratos
- Supervisar el correcto y oportuno cumplimiento de las funciones del personal analizando la eficiencia del departamento de trabajo.
- Dirigir y controlar las funciones productivas, administrativas y de ventas de la empresa.
- Identificar posibles bajas operativas y plantear medidas de mitigación acertadas a la resolución de problemas.
- Selección y reclutamiento del recurso humano.

• REQUISITOS MÍNIMOS

- Título de tercer nivel en agroindustrias, administración, contabilidad marketing.
- Experiencia: estructuración en Centros de Acopio.
- Sólida experiencia evaluada por resultados.
- Capacidad de liderazgo.

c) SECRETARÍA

Prestará sus servicios para todos los departamentos y está encargada específicamente de:

- Atención de clientes
- Llevar al día la agenda del gerente.
- Receptar llamadas telefónicas y dar información de la empresa.
- Intercomunicar las necesidades y requerimientos de todos los departamentos con los estamentos superiores.
- Comunicar todas las resoluciones y sus notificaciones a los miembros de la empresa.

• REQUISITOS MÍNIMOS

- Instrucción formal Estudios en secretariado ejecutivo y contabilidad.
- Edad: 20 años en adelante.
- Experiencia: Mínimo 1 año en cargos similares

d) DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN

Está integrado por el asesor comercial.

- Promover las ventas.
- Distribución del producto en el momento oportuno.
- Mantener información de mercado y necesidades del consumidor.
- Llevar al día los registros de requerimientos y producción.

• REQUISITOS MÍNIMOS

- Instrucción Formal: Estudios en marketing o comunicación social.

- Edad: de 25 años en adelante
- Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares.

e) DEPARTAMENTO OPERATIVO

Este departamento tiene las siguientes funciones:

- Recibir los productos que los agricultores ofrecerán al Centro de Acopio.
- Clasificar los productos de acuerdo al tipo y tamaño.
- Pesar los productos para saber los kilogramos y clasificarlos.
- Almacenar los productos en un lugar limpio.
- Informar al gerente general cualquier problema o necesidad que surja respecto a la producción receptada.
- Llevar un control del producto en bodega
- Llevar un registro estadístico de la producción.

f) DEPARTAMENTO DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD

Este nivel está conformado por el personal de seguridad.

El guardia es el encargado de:

- Velar por la seguridad del predio y sus instalaciones.
- Informar a los niveles superiores cualquier anomalía que se presente.

g) DEPARTAMENTO DE HIGIENE Y MANTENIMIENTO

El conserje es el encargado de:

- Aseo y mantenimiento de las instalaciones.

CAPÍTULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

La metodología de este capítulo es considerar y señalar las posibles consecuencias que pueden acarrear o surgir en la implantación del proyecto, por tales motivos es importante analizar sus efectos de forma cuantificada y cualitativamente, permitiendo establecer las posibles bondades o fallas que puede poseer el proyecto.

Se concluye que los impactos son un conjunto de posibles o supuestos eventos que pueden suscitar con la creación de este proyecto en cuanto a la comercialización de productos agrícolas.

Con en el propósito de desarrollar un análisis cuantitativo y cualitativo se he ejecutado una matriz de valoración de 3 a -3 que se aprecia de acuerdo a los siguientes criterios:

MATRIZ DE VALORACIÓN

ESCALA POSITIVA		ESCALA NEGATIVA	
Favorable		Desfavorable	
Imp. Alto Positivo	3	Imp. Alto Negativo	- 3
Imp. Medio Positivo	2	Imp. Medio Negativo	- 2
Imp. Bajo Positivo	1	Imp. Bajo Negativo	- 1
Indiferente (nulo o neutro)	0	Indiferente (nulo o neutro)	0

7.1 IMPACTO SOCIAL

El presente proyecto en el área social se enfoca principalmente en indicadores como el mejoramiento de la calidad de vida, el mejoramiento de las relaciones comunitarias, la estabilidad laboral, la solución a problemas sociales como la migración entre otros.

Nivel de impacto	- 3	- 2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Mejoramiento de la calidad de vida						x	
Mejoramiento de las relaciones comunitarias						x	
Estabilidad laboral						x	
Migración y otros problemas sociales						x	
TOTAL						8	

Impacto social = 8/ 4

Nivel de impacto = 2

ANALISIS:

La actividad de la microempresa está orientada a mejorar la calidad de vida de manera directa a quienes participen en el proceso productivo y de comercialización; la realización de este proyecto viabiliza la generación de fuentes de empleo y estabilidad laboral para los integrantes de la microempresa, y de manera indirecta a los posibles consumidores de los

productos, además se contribuye a paliar otros problemas de carácter social como la migración causada principalmente por la falta de oportunidades y condiciones de trabajo digno.

7.2 IMPACTO ECONÓMICO:

En lo que respecta al impacto económico el presente proyecto se basa en indicadores como: Mejorar el nivel de ingresos de los trabajadores, el desarrollo de actividades productivas, fuentes de trabajo.

Nivel de impacto	- 3	- 2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Mejoramiento el nivel de ingresos						x	
Estabilidad Económica							x
Fuentes de trabajo							x
TOTAL							8

Impacto económico= 8/3

Impacto económico = 2,67

Nivel de impacto = 3

ANÁLISIS:

Los socios de la microempresa “Comercializadora Agrícola del Valle” recibirán una fuente de ingresos que favorecerá de forma directa a los socios ya que el proyecto es rentable lo cual permite obtener utilidades y beneficios, además se crea un ingreso para la mano de obra directa e indirecta, asimismo se generará estabilidad económica.

7.3 IMPACTO EDUCATIVO:

Serán muchos los actores en los cuales el proyecto ejercerá alguna influencia, los cuales comprobarán que haciendo uso de los conocimientos adquiridos durante sus estudios pueden sin necesidad de un gran capital crear su propia fuente laboral, Consumidores, puesto que al aumentar la oferta de productos y la competencia de y entre oferentes, podrán aprender a reconocer un producto de calidad a otro de distintas características.

Nivel de impacto	- 3	- 2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Generación de nuevos conocimientos						x	
Generación de conocimientos en la población al Impulsar al consumidor a elegir entre productos de mejor calidad						x	
TOTAL						4	

Impacto educativo = 4/2

Nivel de Impacto educativo = 2

ANÁLISIS:

Con la realización del presente proyecto se creará un impacto educativo, donde se aplicará los conocimientos adquiridos, también se ofrecerá programas de capacitación a los empleados de la organización para

fortalecer los conocimientos logrando de esta manera la eficacia y responsabilidad del personal.

7.4 IMPACTO EMPRESARIAL:

Nivel de impacto	- 3	- 2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Reactivación del aparato productivo						x	
Generación de microempresas							x
TOTAL							5

Impacto empresarial = $5/2$

Impacto empresarial = 2.5

Nivel de impacto = 3

ANÁLISIS:

Al crear microempresas las personas pueden tener empleo y mejorar su calidad de vida, tanto en el sentido social, económico y familiar. Adicionalmente al realizar este tipo de proyectos ayuda a que la economía de estado se mantenga.

7.5 IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO

Nivel de impacto	- 3	- 2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Impacto social						x	
Impacto económico							x
Impacto educativo						x	
Impacto empresarial							x
TOTAL							10

Impacto general = $10/4$

Impacto empresarial = 2.5

Nivel de impacto = 3

Con la realización del proyecto se generará un impacto alto positivo, dentro del aspecto social y económico el proyecto ofrecerá fuentes de empleo que garantiza una estabilidad laboral y económica, además que favorecerá de forma directa a los socios ya que el proyecto es rentable lo cual permite obtener utilidades y beneficios generando nuevas expectativas de desarrollo en el sector.

CONCLUSIONES

- Del diagnóstico técnico situacional realizado a las comunidades pertenecientes a la parroquia Ambuquí se llega a concluir que existe la necesidad de la creación de un Centro de Acopio destinado a la comercialización de productos agrícolas que se cultivan en el sector ya que en la actualidad existe descoordinación entre los agricultores de la parroquia en cuanto a planeación y control de ventas; adicionalmente existe gran presencia de intermediarios, aspectos que han influido para su lento desarrollo.
- A través del estudio de mercado realizado se determinó que existe aceptación de los productos agrícolas objetos de acopio por parte de los consumidores. Se estableció que la oferta anual es de 136.728 bultos y cajas entre los diferentes productos agrícolas, identificándose una demanda insatisfecha de productos y servicios.
- En lo económico-financiero se concluye que es un proyecto rentable como lo demuestran los resultados obtenidos mediante indicadores financieros como el TIR, VAN, TRI, B/C.
- Dentro del aspecto social y económico el proyecto genera fuentes de empleo que garantiza una estabilidad laboral y económica de sus trabajadores y de sus socios permitiéndoles puedan realizar mejoras en diferentes aspectos como vivienda, educación, salud, etc.
- Finalmente los impactos que genera la implantación del proyecto son tangibles, en su análisis general se encuentra un impacto positivo medio generando nuevas expectativas de desarrollo en el sector.

RECOMENDACIONES

- Es recomendable ejecutar el proyecto, aplicando todo el estudio de factibilidad para garantizar su rentabilidad y permanencia.
- Se recomienda crear la microempresa “Comercializadora Agrícola del Valle” ya que los resultados obtenidos de la evaluación financiera son positivos y señalan un nivel de rentabilidad atractiva
- El proyecto debe ofrecer variedad, calidad, buen trato y sobre todo cumplimiento de normas y estándares de calidad para satisfacer las necesidades de productos y servicios de la demanda insatisfecha.
- Es necesario mantener un análisis permanente de las estrategias de comercialización para mantener una estabilidad de los precios y asegurar a los clientes potenciales.
- El Centro de Acopio al generar impacto positivo logrará procesos de desarrollo comunitario.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

AGUILERA, Fausto (2007) Metodología para el estudio independiente y la autopreparación, Séptima Edición, Editorial Enfoque, Buenos Aires – Argentina.

ÁREA Industrial Rurales (2007) Elaboración de frutas y hortalizas; Tercera edición; Editorial Trillos; México.

BERNAL, César (2006) Metodología de la Investigación, Segunda Edición, Editorial Pearson Pentice Hall, Naucalpan – México.

FERNADEZ, Javier (2005) Gestión por competencias, Primera Edición, Editorial Pearson Educación, Madrid –España.

FERNÁNDEZ. Ricardo (2007) Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnia Primera Edición, McGraw-Hill Interamericana. México.

FONTAINE R. Ernesto (2008) Evaluación Social de Proyectos, Décimo Tercera Edición, Editorial Pearson. (2008)

GALINDO, R. Carlos (2008) Manual para la Creación de Empresas. Tercera Edición, Ecoe Ediciones. Colombia.

KOTLER, Philip (2007) Principios del Marketing, Ediciones Prentice Hall, Primera Edición, Madrid - España.

- JÁCOME, Walter (2005) Bases teóricas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión, Primera Edición, Editorial Universitaria, Ibarra – Ecuador
- JONES, George (2006) Administración Contemporánea, Cuarta edición, Editorial Mc Graw Hill, México – México.
- LEIVA, Francisco (2006) Nociones de metodología de Investigación Científica, Quinta Edición, Editorial Grupo Leer, Quito – Ecuador.
- MÉNDEZ, M. José (2007) La Economía en la Empresa Tercera Edición, Mac Graw Hill, México.
- NÚÑEZ, Z. Rafael (2007) Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Trillas. México.
- POSSO, Miguel Ángel (2005) Metodología para el trabajo de grado, Segunda Edición, Editorial, Quito-Ecuador.
- SOTO, Eduardo (2008) Las PYMES, Editorial Thomson, Primera Edición, México – México.
- SANDOVAL, Franco (2007) Investigación. Fundamentos y Metodología; Editorial prentice hall; Naucalpan de Juárez.
- VASQUÉZ Rodolfo (2006) Estrategias de distribución comercial; Editorial Paraninfo S.A; España.
- WHEELLEN, T y HUNDER, D. (2007) Administración Estratégica y Política de Negocios, Décima Edición, Pearson Educación, México.

Lincografía

ALDERETE Y SOCIOS (2003) Consultoria Industrial.

www.aldereteysocios.com/estfact.html

THOMPSON, Ivan (2006) Definición de encuesta

www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html

POSSO, Eduardo (2008) Definición de centro de acopio

www.aserca.gob.mx/artman/publish/article_1826.asp

GIANNONI, DANIEL (2009) Origen del camote

[www.cultivos de los Incas - Raíces](http://www.cultivos.de.los.Incas-Raíces)

CAMOTE.htm

KOSEL, Carlos (2005) Propiedades del camote

www.eumed.net/cursecon/dic/glos-plasticos.htm

ORCE, Raquel (2002) Tipos de acopio

www.agroforestalsanremo.com/glosario/index.php

MARIANO, Alberta (2009) Origen de la yuca

www.peruecologico.com.pe/raiz_ibatatas.htm

ANEXOS

PRODUCTOS AGRÍCOLAS

Aguacate



Ají



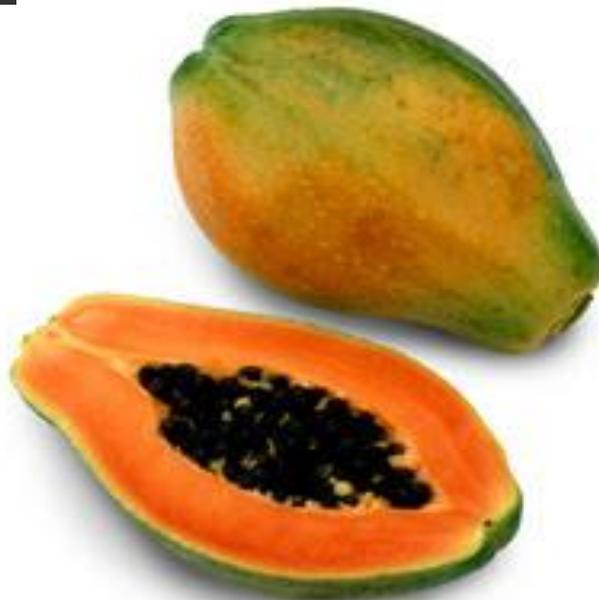
Camote



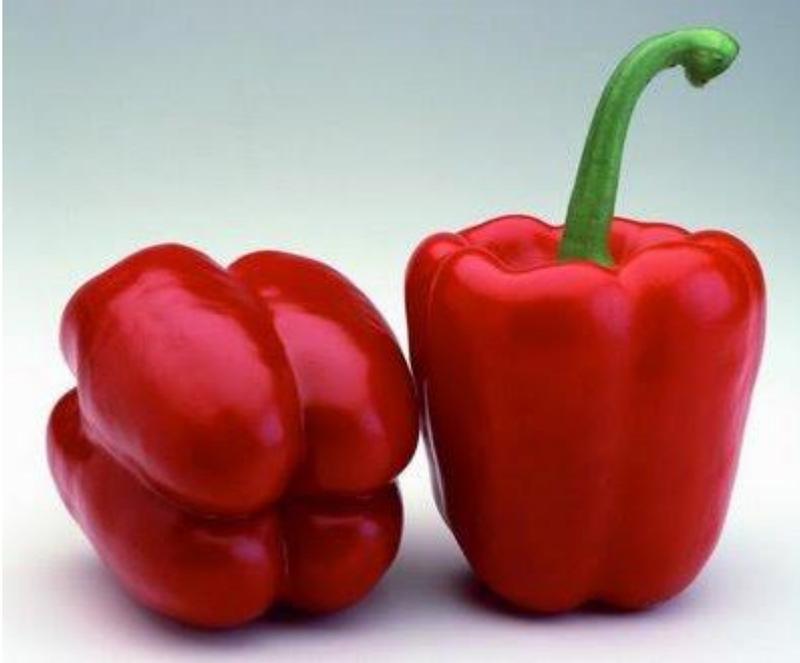
Limón



Papaya



Pimiento



Tomate Riñón



Vainita



Yuca



MAQUINARIA Y EQUIPO

Balanza electrónica para el proyecto



Cámaras de conservación para almacenaje de productos



Máquina Montacargas



Vehículo



**ENCUESTA APLICADA A LOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS DE LAS
COMUNIDADES DE CHOTA, JUNCAL Y CARPUELA,
PERTENECIENTES A LA PARROQUIA AMBUQUI.**

1. Señale los servicios básicos de los que dispone:

Categorías	SI	NO
Agua Potable		
Energía Eléctrica		
Comunicaciones (Teléfono – Internet)		
Alcantarillado		

2. ¿Señale que nivel de instrucción tiene usted?

Categorías	
Ninguna	
Primaria	
Secundaria	
Superior	

3. ¿Qué tiempo lleva en la agricultura?

Categorías	
De 2 a 5 años	
De 6 a 10 años	
Mas de 10 años	

4. ¿Cuántas hectáreas agrícolas tiene en producción?

Categorías	
Menos de 1 hectárea	
De 1 a 2 hectáreas	
De 2 a 3 hectáreas	
Más de 3 Hectáreas	

5. Señale usted 5 productos que con mayor frecuencia produce.

.....

.....

.....

.....

6.- De los productos que usted cultiva señale que cantidad en bultos / cajas comercializa mensualmente.

PRODUCTOS **CANTIDAD DE CAJAS/
BULTOS MENSUALES**

.....
.....
.....
.....
.....

7. ¿Programa sus cultivos de manera que la oferta sea permanente?

Categorías	
Siempre	
Casi siempre	
Nunca	

8.- El periodo de cosecha en los productos principales es:

Categorías	
Trimestral	
Semestral	
Anual	

9.- Los riesgos en la producción se debe a:

Categorías	
Plagas	
Uso indebido de Insecticidas	
Clima	
Otros	

10.- ¿Se pone usted de acuerdo con otros agricultores para diversificar la producción y no se produzca sobreoferta?

Categorías	
Si	
No	

11.- ¿Ha recibido capacitación en las áreas de:?

Categorías	
Producción	
Comercialización	
Costos	
Otros	

12.- ¿Cómo calificaría la calidad de los productos agrícolas que ofrece al Consumidor final?

Categorías	
Muy Buena	
Buena	
Mediana	
Mala	

14. ¿A quién distribuye sus productos?

Categorías	
Intermediarios	
Al consumidor en el mercado	

15. ¿Ha tenido dificultades de comercialización?

Categorías	
Bastante	
Medianamente	
Poco	
Nada	

16. Considera usted que los niveles de rentabilidad de su producción es:

Categorías	
Regular	
Buena	
Muy buena	

17. Su capital de trabajo es:

Categorías	
\$ 100 – \$500	
\$ 501 – \$ 1000	
\$1001 – \$ 3000	
Mayor de \$3000	

18. ¿Lleva algún registro contable de su producción?

Categorías	
Si	
No	

19.- Estaría usted de acuerdo en acceder a un Centro de Acopio en la comunidad El Juncal y financiar la construcción del mismo, donde la máxima autorizada serían los socios representados por la Junta General de Accionistas, con la finalidad de vender directamente de sus productos?

Categorías	
Si	
No	
TOTAL	

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS CENTROS DE EXPENDIO
ALIMENTICIO
MÁS CONCURRIDOS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA.**

1.- Estaría usted de acuerdo adquirir la producción agrícola de manera directa del Centro de Acopio “Comercializadora Agrícola del Valle”?

Categorías	
Si	
No	

2.- Del siguiente listado de productos señale usted que cantidad en bultos adquiere mensualmente para la comercialización.

PRODUCTOS	
Ají	
Aguacate	
Camote	
Limón	
Papaya	
Pimiento	
Tomate riñón	
Vainita	
Yuca	

3.- Considera usted que ha existido alguna variación en la demanda de los productos agrícolas que usted comercializa durante los últimos 3 años, señale qué % .

Categoría	
Variación del 1%	
Variación del 2%	
Variación del 3%	
Más del 3%	

4.- ¿Estaría usted de acuerdo en trabajar en la modalidad de sistema “bajo pedido”?

Categorías	
Si	
No	

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PRESIDENTES DE LAS
COMUNIDADES DE CHOTA, JUNCAL Y CARPUELA**

1.- ¿Qué productos se cultivan en su comunidad y cuales considera usted de mayor importancia económica para los agricultores?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2.- ¿Cuáles considera usted que son las causas por las que los agricultores no mejoran su nivel de productividad e incrementan en volumen de producción?

.....
.....
.....
.....
.....

3.- ¿Considera usted que la parroquia Ambuquí dispone de las hectáreas de terreno necesarias para incrementar su nivel de productividad?

.....
.....
.....
.....

4.- ¿Considera usted necesario la creación de un centro de acopio para productos agrícolas de la zona y cuáles cree serán los factores más importantes para la creación del mismo?

.....
.....
.....

5.- ¿De qué forma su organización colaboraría para la creación de un centro de acopio?

.....
.....
.....
.....
.....

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES:

La Parroquia Ambuquí está situada al norte del territorio ecuatoriano en el Cantón Ibarra, provincia de Imbabura. Su clima oscila entre 24 grados centígrados. El Valle del Chota tiene una población aproximada de 3.000 habitantes de raza negra afro-ecuatoriana, los cuales se caracterizan por dedicarse a la agricultura y a los deportes.

La parroquia Ambuquí se destaca por su principal actividad como es la agricultura, la misma que en los últimos años ha aumentado, los principales cultivos son: frejol, tomate riñón, papayas, caña de azúcar, yuca, limones, aguacate, guayaba, tuna, camote, col, zanahoria, pimienta, vainita, pepinillos entre otros; los mismos que forman parte de los productos para el consumo diario en los diferentes hogares de la Provincia.

La población que se dedica a la agricultura tiene que enfrentar varios problemas e inconvenientes, como: dejar de cosechar estos productos porque sus precios son muy bajos y las cosechas llegan a dañarse en el campo productivo; las principales causas de estos inconvenientes es la existencia de muchos intermediarios, la inadecuada imagen y presentación de los productos y la descoordinación entre agricultores.

Frente a esta situación se propone la creación de un Centro de Acopio para la comercialización de productos agrícolas como son: Aguacate, Camote, Limón, Papaya, Pimiento, Pepinillos, Tomate riñón, Vainita, Tuna, Yuca ; los mismos que se almacenarán y distribuirán de manera directa al consumidor (supermercados, micro-mercados, comisariatos y despensas), cumpliendo los requerimientos que hoy en día exige el mercado local, regional y nacional; generando así mejores condiciones de comercialización de dichos productos en precios, cantidades y calidad; promoviendo de esta manera la generación de puestos de trabajo para los

habitantes de la localidad, esperando elevar el nivel ocupacional de la población, buscando de esta manera solucionar la situación económica de los pequeños productores del sector.

JUSTIFICACIÓN

La ejecución del proyecto planteado es de suma importancia para la zona ya que tiene múltiples beneficios para los habitantes tanto en el sentido socio económico, ecológico y cultural. También puedo afirmar que la realización del proyecto planteado influirá de manera positiva en el desarrollo personal de los habitantes y mejorará notablemente la calidad de vida de los mismos. Este proyecto fortalecerá y consolidará la organización comunitaria, busca disminuir la vulnerabilidad de las comunidades mediante el aprovechamiento potencial de los recursos naturales y la correcta comercialización. Ambuquí tiene su base económica fundamentada en las actividades agrícolas y es precisamente en esta zona donde existe una producción agrícola de excelente calidad, razón por la cual se propone la creación de un Centro de Acopio para la comercialización de productos agrícolas como son: Ají, Aguacate, Camote, Limón, Papaya, Pimiento, Tomate riñón, Vainita, Yuca , principalmente es una forma de promover el desarrollo del sector, de crear espacios donde hombres, mujeres participen con equidad y sea visible el aporte socioeconómico que genera la ejecución del proyecto en la familia, la comunidad y el país. Asimismo se contribuye a disminuir en cierta medida los graves problemas que afronta nuestra sociedad tales como el desempleo y la delincuencia.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Acopio para la Comercialización de Productos Agrícolas en la comunidad El Juncal, Parroquia Ambuquí, cantón Ibarra, de la Provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Realizar un diagnóstico situacional para establecer los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos que con lleven a la realización del proyecto.
- Establecer la fundamentación teórica y científica que sirva de base para la operatividad y desarrollo del proyecto en todas sus etapas, a través de una investigación científica.
- Realizar un estudio de mercado que permita caracterizar al mercado y nos permita introducir, distribuir y comercializar los productos agrícolas.
- Realizar un estudio técnico que permita determinar la ubicación, tamaño y los procesos técnicos y tecnológicos acorde a la realidad de la zona.
- Establecer una estructura orgánica y funcional de la empresa que permita su normal funcionamiento y desarrollo.
- Demostrar la factibilidad financiera y económica del proyecto mediante el empleo de herramientas y técnicas financieras.
- Determinar los efectos directos e indirectos de los impactos social, económico, cultural y ambiental, que involucra la realización del proyecto planteado.

METODOLOGÍA:

Para el desarrollo del presente trabajo se ha utilizado técnicas de investigación, considerándose a la información como primaria y secundaria dependiendo de la fuente.

A) INFORMACIÓN PRIMARIA

La información primaria es aquella que se obtiene de fuentes directas, como son los beneficiarios directos como indirectos que abarca el proyecto. Para la obtención de la información primaria se utilizaron las siguientes técnicas de investigación:

- Encuestas
- Entrevistas

Observación directa

B) INFORMACIÓN SECUNDARIA.

Para la obtención de información secundaria se utilizó instrumentos como:

- Documentos
- Revistas
- Periódicos
- Bibliografía especializada
- Internet, entre otros.

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

La Parroquia Ambuquí está situada al norte del territorio ecuatoriano en el Cantón Ibarra, provincia de Imbabura. En la jurisdicción de la parroquia Ambuquí se encuentran las siguientes comunidades: El Chota, Carpuela y el Juncal, San Clemente, Peñaherrera, Chaupi Guaranguí, Apangora, Rancho Chico y San Francisco.

La parroquia Ambuquí se destaca por su principal actividad como es la agricultura, en los últimos años el desarrollo agrícola ha aumentado, los principales cultivos son: aguacate ovo, frejol, tomate riñón, papayas, caña de azúcar, yuca, tuna, camote, zanahoria, pimiento, vainita, entre otros; los mismos que forman parte de los productos para el consumo diario en los diferentes hogares de la Provincia.

Actualmente existe descoordinación entre los agricultores de la parroquia en cuanto a planeación y control de ventas; aspectos que han influido para su lento desarrollo. Frente a esta situación se propone la creación de un Centro de Acopio para la comercialización de productos agrícolas como son:

Ají, Aguacate, Camote, Limón, Papaya, Pimiento, Tomate riñón, Vainita, Yuca los mismos que se almacenarán y distribuirán de manera directa al consumidor (supermercados, micro-mercados, comisariatos y despensas), mejorando su presentación, cumpliendo los requerimientos que hoy en día exige el mercado local, regional y nacional; generando así mejores condiciones de comercialización de dichos productos en precios,

cantidades y calidad; promoviendo de esta manera la generación de puestos de trabajo para los habitantes de la localidad, esperando elevar el nivel ocupacional de la población, buscando de esta manera solucionar la situación económica de los pequeños productores del sector.

1.2 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un diagnóstico técnico situacional para determinar la situación actual de producción y comercialización de los productores agrícolas de las comunidades de Chota, Carpuela y Juncal pertenecientes a la Parroquia Ambuquí, cantón Ibarra, de la Provincia de Imbabura.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la existencia de servicios básicos en la Parroquia Ambuquí.
- Identificar al talento humano que se dedica a la producción agrícola en la Parroquia.
- Conocer los sistemas de producción y determinar el volumen de producción de los productos agrícolas objetos de la presente investigación, para conocer su potencialidad real productiva.
- Identificar los sistemas de comercialización que utilizan los productores agrícolas del sector.
- Conocer los aspectos financieros y determinar las estrategias contables de los productores agrícolas de la parroquia.

1.3 VARIABLES

Habiéndose realizado las primeras etapas del diagnóstico se ha determinado las siguientes variables diagnósticas:

- a) Servicios básicos
- b) Talento Humano
- c) Producción
- d) Comercialización
- e) Control contable – financiero

1.4 INDICADORES

- a) Servicios básicos

Energía eléctrica

Agua Potable

Comunicaciones (Teléfono, internet)

- b) Talento Humano

Nivel de Educación

Experiencia

Capacitación

Nivel de participación en el Proyecto

- c) Producción

Volumen de producción

Tecnología

Tipo de producto

Factores climáticos

Control de calidad

d) Comercialización

Tipo de mercado

Precios

Canales de distribución

e) Control contable – financiero

Formas de control de Ingresos y Egresos

Nivel de rentabilidad

Financiamiento

Capital de Trabajo

Registros básicos

1.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Cuadro N° 1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Objetivos	Variables	Indicadores	Técnicas de recolección de información	Fuentes de información
1. Determinar la existencia de servicios básicos en el Valle del Chota.	Servicios básicos.	<ul style="list-style-type: none"> • Energía eléctrica • Agua Potable • Comunicaciones (Teléfono, internet) 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Productores. • Dirigentes del sector.
2. Identificar al talento humano que se dedica a la producción agrícola en la Parroquia.	Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de Educación • Experiencia • Capacitación • Nivel de participación en el 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas • Entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> • Productores. • Dirigentes del sector.

		Proyecto		
3. Determinar el volumen de producción agrícola del Valle del Chota	Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnología. • Tipo de producto. • Factores climáticos • Control de calidad • Oferta • Nivel de participación en el Proyecto 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas. • Encuestas. • Observación directa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Productores. • Dirigentes del sector.
4. Identificar los sistemas de comercialización de la producción agrícola del Valle del Chota.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de mercado • Precios • Canales de distribución. 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas • Encuestas 	<ul style="list-style-type: none"> • Productores. • Dirigentes del sector.

<p>5. Conocer los aspectos financieros de los productores agrícolas de la Zona Baja del Valle del Chota.</p>	<p>Control Contable – Financiera</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Formas de control. • Ingresos • Egresos • Nivel de rentabilidad. • Financiamiento • Capital de Trabajo. • Registros básicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas. • Entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> • Productores. • Dirigentes del sector.
--	--------------------------------------	---	---	--

1.6 MECÁNICA OPERATIVA

1.6.1 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN

Para el desarrollo del presente estudio se ha utilizado la técnica del muestreo probabilístico aleatorio simple partiendo de la unidad de análisis de la Parroquia Ambuquí. La población en este estudio está conformada por los productores agrícolas de las comunidades de Chota, Carpuela, Juncal y por los dirigentes de las mismas.

1.6.2 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

El total de la población del área de influencia para el caso de productores sobre el presente estudio es de 425 familias de agricultores.

La población de los productores de las distintas comunidades por ser mayor a 100 unidades se procederá a calcular aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N^2 \cdot \delta^2 \cdot z^2}{E^2 (N - 1) + \delta^2 \cdot Z^2}$$

En donde:

n = tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población total.

δ = varianza

Z = 1.96.

E= error muestral

N – 1= error muestral aceptable 5% para población finita

$$n = \frac{425 \cdot (0.25) \cdot (1.96)^2}{(0.05)^2 \cdot (425-1) + (0.25) \cdot (1.96)^2}$$

n= 202

El número de encuestas realizadas a cada comunidad se realizará en base al siguiente factor proporcional; en donde:

N = población

n = tamaño de la muestra

F = factor muestral

$$F = \frac{n}{N} = \frac{202}{425} = 0,4752941$$

Una vez aplicado el factor muestral aplicamos a cada una de las comunidades como se presenta en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 2 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

COMUNIDADES	POBLACION	FACTOR	N. de ENCUESTAS
Carpuela	128	0,4752941	60
Chota	86	0,4752941	41
Juncal	211	0,4752941	101
TOTAL	425		202

FUENTE: Instituto de Estadísticas y Censos INEC

ELABORACIÓN: La Autora

La población de los dirigentes de las comunidades de Juncal, Chota, Carpuela, Chalguayacu del Valle del Chota por ser menor de 100 unidades se procederá a utilizar la técnica del censo.

1.6.3 INFORMACIÓN PRIMARIA

Se realizaron encuestas orientadas a recolectar información a las familias de productores agrícolas de las diferentes comunidades que son objeto de estudio de la presente investigación.

Se aplicaron entrevistas a los dirigentes de las comunidades del Valle del Chota.

1.6.4 INFORMACIÓN SECUNDARIA

INDICADORES SOCIO – DEMOGRÁFICOS

Comunidades Indicadores	Carpuela	Chota	Juncal
Incidencia de la pobreza de consumo.	87.45	90.09	78.30
Brecha de la pobreza de consumo.	44.66	49.11	37.73
Índice de vulnerabilidad social	17.07	20.89	61.90
Habitantes	690	630	410

Fuente: PDLS 2006

Requisitos que deben cumplir los centros de acopio

- El área de acopio de los productos debe estar cubierta y protegida, para evitar contaminaciones, por ejemplo de animales, insectos, polvo, etc.
- El lugar debe ser limpio y ordenado. Estar lejos de focos de contaminación.
- El área de acopio debe estar contemplada en un programa de limpieza e higiene. Además debe estar incluida en el programa de control de roedores y plagas
- Los productos no deben entrar en contacto con el suelo. Deben permanecer sobre pallets o cualquier otro material que impida el contacto directo con el suelo.
- Deberá contar con agua potable o potabilizada.
- Servicios higiénicos en buen funcionamiento y lavamanos con jabón o líquido desinfectante.
- Basureros con tapa.
- Registros Respectivos.

Fuente: wikipedia 2009

1.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

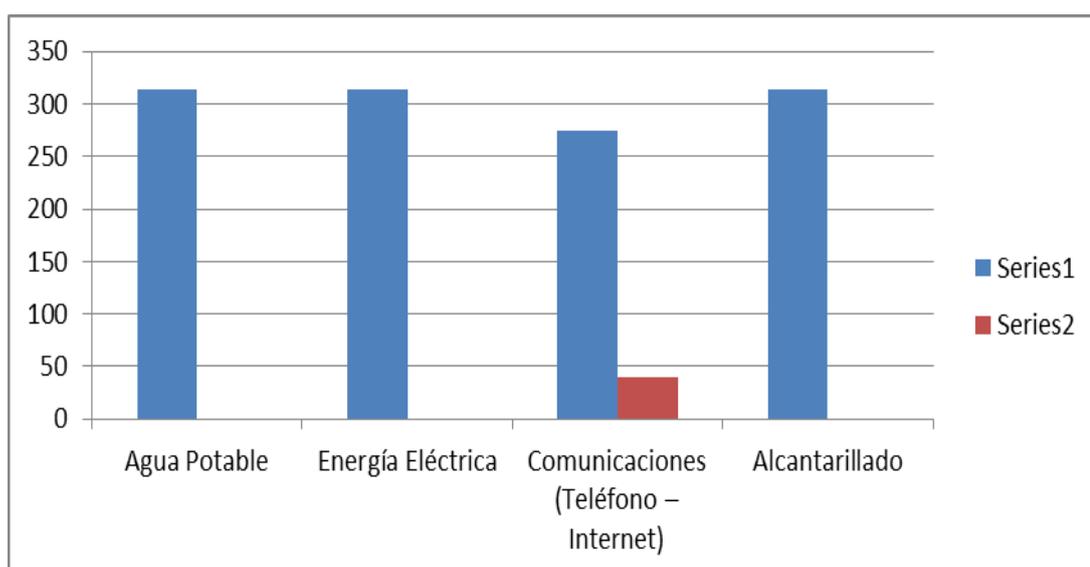
1.7.1 Encuesta aplicada a los productores agrícolas de las comunidades de Chota, Juncal y Carpuela, pertenecientes a la parroquia Ambuquí.

1. Señale los servicios básicos de los que dispone:

Cuadro N° 3 SERVICIOS BÁSICOS

Categorías	SI	NO
Agua Potable	314	0
Energía Eléctrica	314	0
Comunicaciones (Teléfono – Internet)	274	40
Alcantarillado	314	0
TOTAL ENCUESTADOS	314	314

Gráfico N° 1 SERVICIOS BÁSICOS



ANÁLISIS:

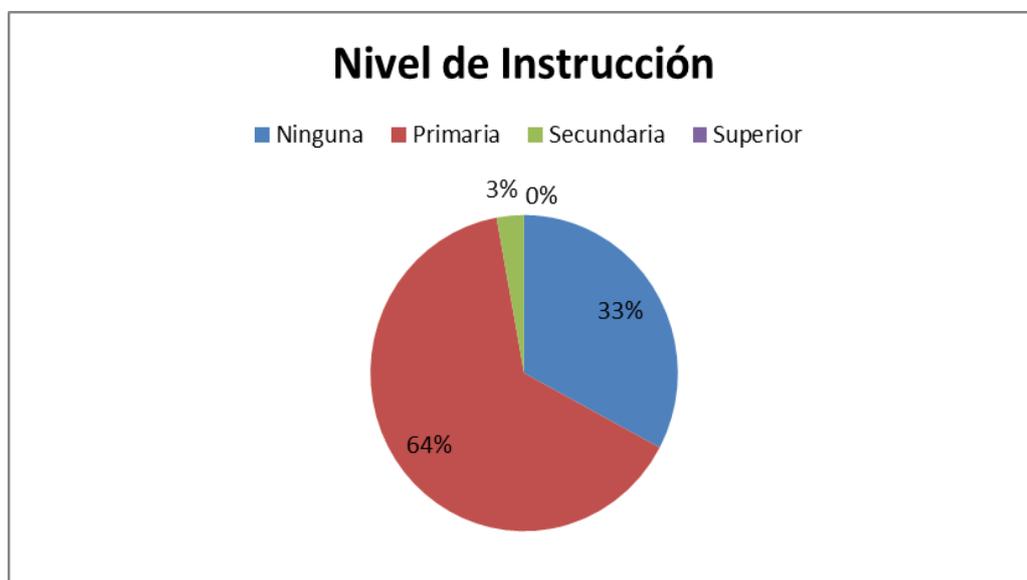
Se determinó que gran parte de la población encuestada de las comunidades de Chota, Carpuela y Juncal dispone de servicios básicos, entendiéndose como servicios básicos: agua potable, energía eléctrica, alcantarillado y comunicaciones (teléfono/internet).

2. ¿Señale que nivel de instrucción tiene usted?

Cuadro N° 4 NIVEL DE INSTRUCCIÓN

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje
Ninguna	103	32,80
Primaria	202	64,33
Secundaria	9	2,87
Superior	0	0,00
TOTAL	314	100,00

Gráfico N° 2 NIVEL DE INSTRUCCIÓN



ANÁLISIS:

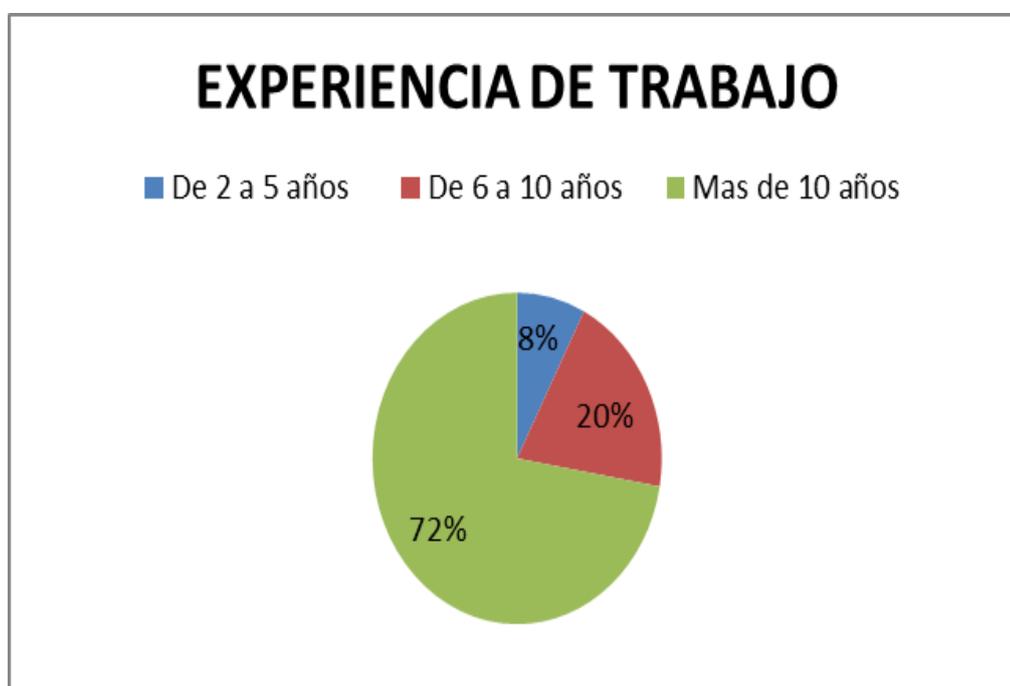
Según los datos obtenidos el nivel de educación de los agricultores del sector es bajo, la mayoría han llegado a culminar la educación primaria, mientras que otros no han cursado por ningún nivel de educación, es decir desde muy pequeños se dedican a la actividad agrícola.

3. ¿Qué tiempo lleva en la agricultura?

Cuadro N° 5 EXPERIENCIA DE TRABAJO

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje
De 2 a 5 años	24	8
De 6 a 10 años	63	20
Más de 10 años	227	72
TOTAL	314	100

Gráfico N° 3 EXPERIENCIA DE TRABAJO



ANÁLISIS:

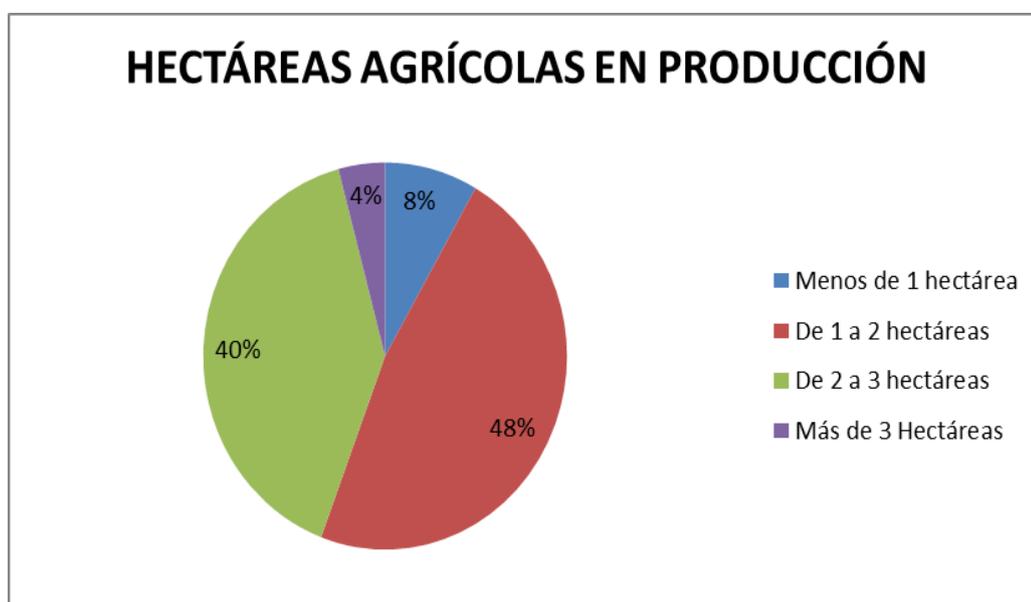
De acuerdo a los datos obtenidos se determinó que la mayoría de la población tiene experiencia en producción agrícola más de 10 años, razón por la cual se puede manifestar que los productos de la zona son buena calidad.

4. ¿Cuántas hectáreas agrícolas tiene en producción?

Cuadro N° 6 HECTÁREAS AGRÍCOLAS EN PRODUCCIÓN

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje %
Menos de 1 hectárea	26	8,28
De 1 a 2 hectáreas	149	47,45
De 2 a 3 hectáreas	126	40,13
Más de 3 Hectáreas	13	4,14
TOTAL	314	100,00

Gráfico N° 4 HECTÁREAS AGRÍCOLAS EN PRODUCCIÓN



ANÁLISIS:

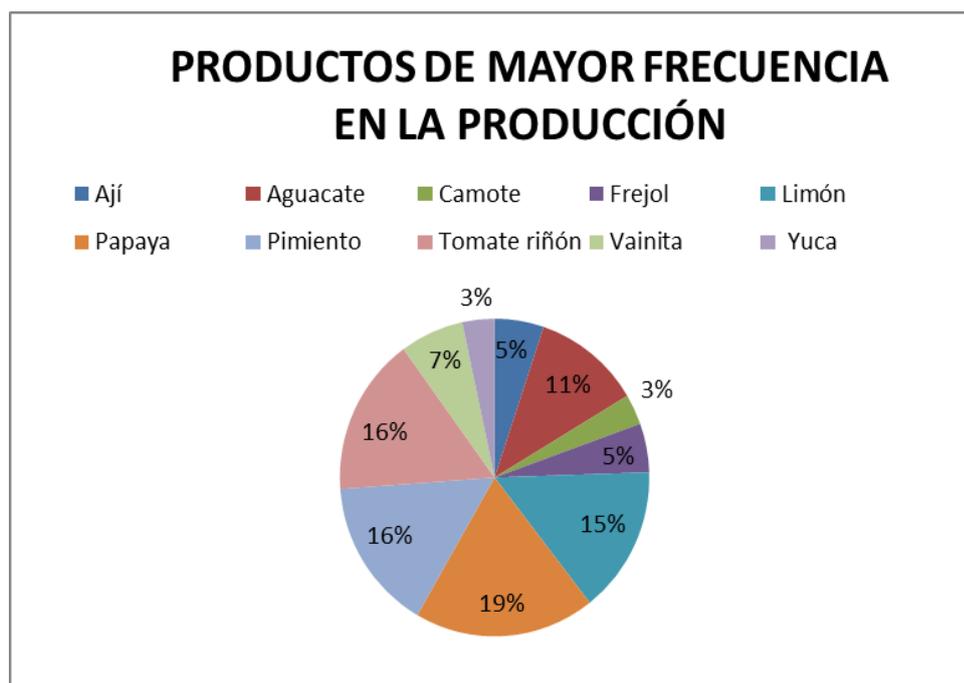
Se determinó que existe la disponibilidad de hectáreas de terreno suficientes para la producción, gran parte de la población dedicada a la agricultura poseen de 1 a 3 hectáreas de terreno dedicadas al cultivo de los diversos productos agrícolas que se dan en la zona.

5. Señale usted 5 productos que con mayor frecuencia produce.

Cuadro N° 7 PRODUCTOS DE MAYOR FRECUENCIA

PRODUCTOS	No de Encuestados	Porcentaje %
Ají	58	5,14
Aguacate	127	11,26
Camote	35	3,10
Frejol	56	4,96
Limón	169	14,98
Papaya	213	18,88
Pimiento	175	15,51
Tomate riñón	182	16,13
Vainita	75	6,65
Yuca	38	3,37
TOTAL	1128	100,00

Gráfico N° 5 PRODUCTOS DE MAYOR FRECUENCIA



ANÁLISIS:

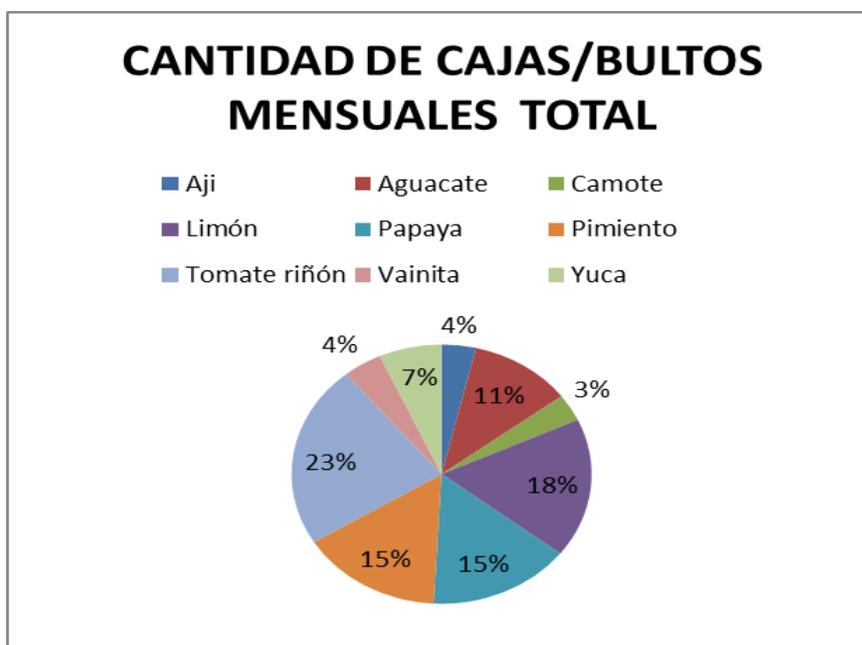
De acuerdo a los resultados obtenidos se puede manifestar que existe diversidad de productos agrícolas, la población cultiva papaya, pimiento, tomate riñón, limón, camote, ají, fréjol y yuca.

6.- De los productos que usted cultiva señale que cantidad en bultos / cajas comercializa mensualmente.

Cuadro N° 8 BULTOS/ CAJAS MENSUALES

PRODUCTOS	CANTIDAD DE CAJAS/ BULTOS MENSUALES POR OFERTANTES TOTAL	% PRODUCCIÓN
Aji	420	4,13
Aguacate	1260	15,35
Camote	384	4,86
Limón	1980	23,19
Papaya	1750	14,35
Pimiento	1750	17,22
Tomate riñón	2600	8,53
Vainita	480	2,65
Yuca	770	9,74
TOTAL	11394	100,00

Gráfico N° 6 BULTOS/ CAJAS MENSUALES



ANÁLISIS:

Se determinó que el tomate riñón es el producto que más se comercializa mensualmente, seguido del limón, papaya y pimiento, mientras que el aguacate, camote, vainita y el ají se comercializa en menor número.

7. ¿Programa sus cultivos de manera que la oferta sea permanente?

Cuadro N° 9 PROGRAMACIÓN DE OFERTA

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje
Siempre	63	20,06
Casi siempre	167	53,18
Nunca	84	26,75
TOTAL	314	100,00

Gráfico N° 7 PROGRAMACIÓN DE OFERTA



ANÁLISIS:

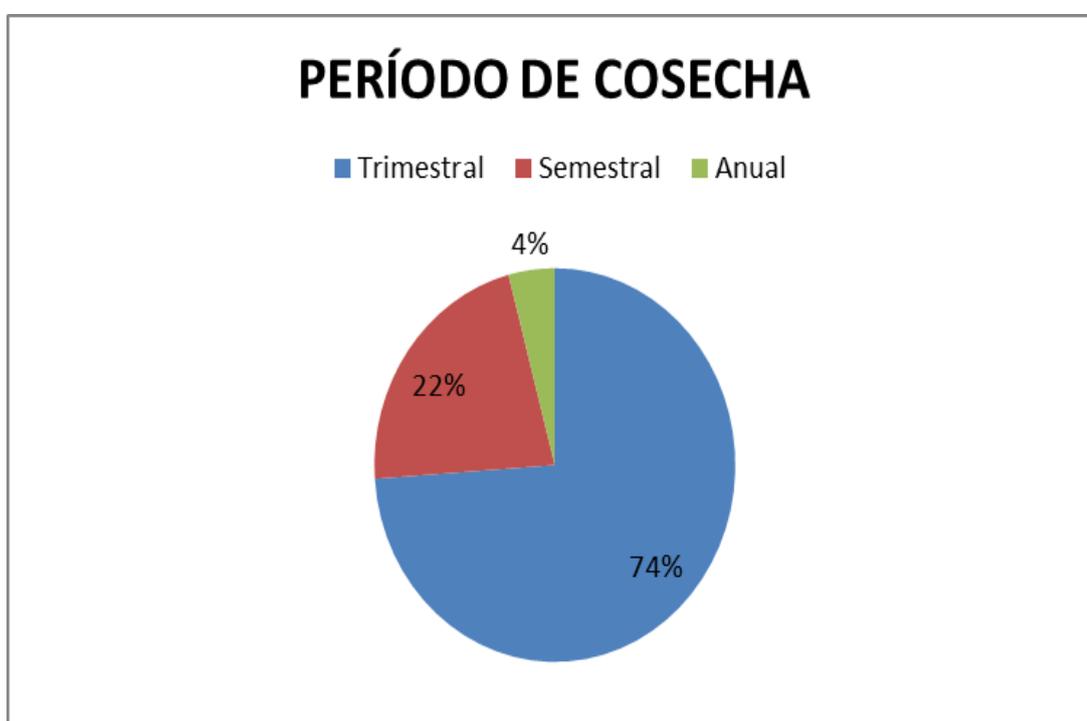
De acuerdo a los resultados obtenidos se determinó que la mayoría de la población de los agricultores programa sus cultivos casi siempre de manera que la oferta de sus productos sea permanente.

8.- El periodo de cosecha en los productos principales es:

Cuadro N° 10 PERÍODO DE COSECHA

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje %
Trimestral	232	74,00
Semestral	69	22,00
Anual	13	4,00
Total	314	100,00

Gráfico N° 8 PERÍODO DE COSECHA



ANÁLISIS:

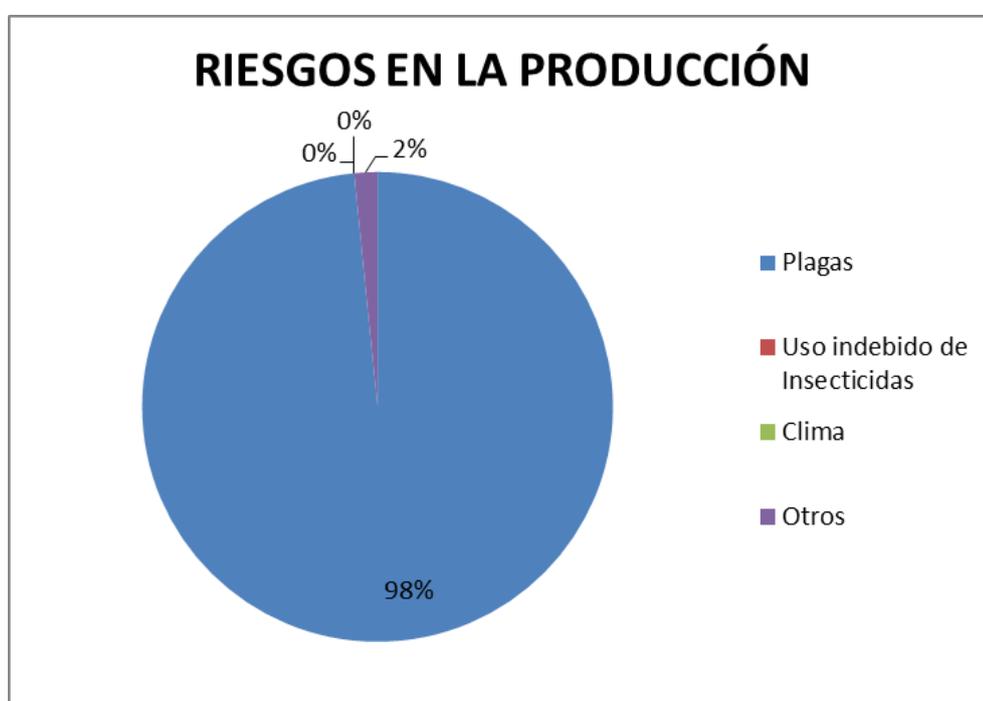
La mayoría de la población encuestada manifestó que el período de cosecha en sus principales productos es de manera trimestral, seguido de la cosecha semestral y finalmente un número reducido señaló que la cosecha de sus productos es de manera anual.

9.- Los riesgos en la producción se debe a:

Cuadro N° 11 RIESGOS EN LA PRODUCCIÓN

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje %
Plagas	309	98,41
Uso indebido de Insecticidas	0	0,00
Clima	0	0,00
Otros	5	1,59
TOTAL	314	100,00

Gráfico N° 9 RIESGOS EN LA PRODUCCIÓN



ANÁLISIS:

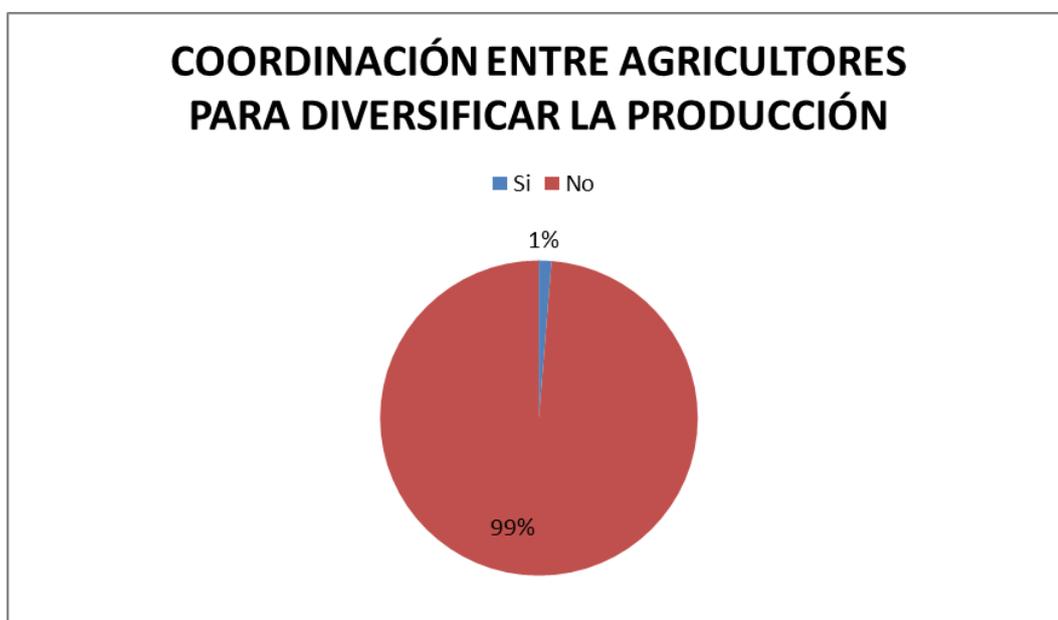
Los agricultores de las comunidades Chota, Carpuela y Juncal manifestaron que el mayor de los riesgos que tienen en el cultivo de sus productos se debe a las denominadas "plagas".

10.- ¿Se pone usted de acuerdo con otros agricultores para diversificar la producción y no se produzca sobreoferta?

Cuadro N° 12 COORDINACIÓN ENTRE AGRICULTORES

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje %
Si	4	1,27
No	310	98,73
TOTAL	314	100

Gráfico N° 10 COORDINACIÓN ENTRE AGRICULTORES



ANÁLISIS:

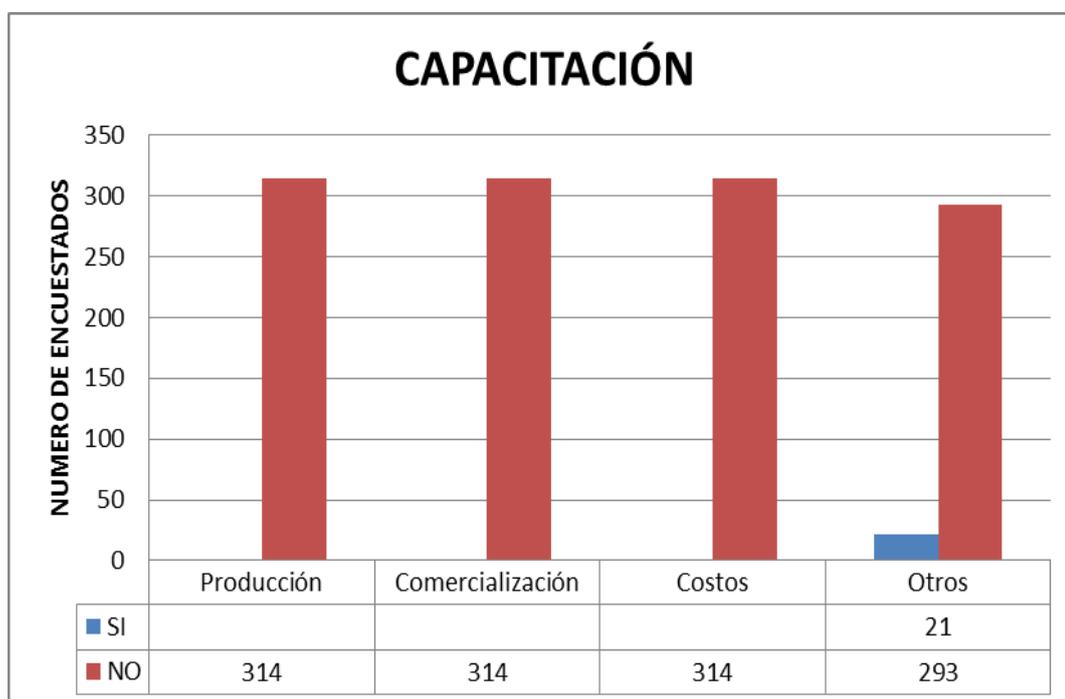
La mayoría de la población señaló que no existe ningún tipo de acuerdo entre agricultores al momento de planificar y programar la producción, razón por la cual existe en ocasiones sobre oferta o escasas de los diferentes productos que se cultivan en el sector.

11.- ¿Ha recibido capacitación en las áreas de:?

Cuadro N° 13 CAPACITACIÓN

Categorías	SI	NO
Producción		314
Comercialización		314
Costos		314
Otros	21	293

Gráfico N° 11 CAPACITACIÓN



ANÁLISIS:

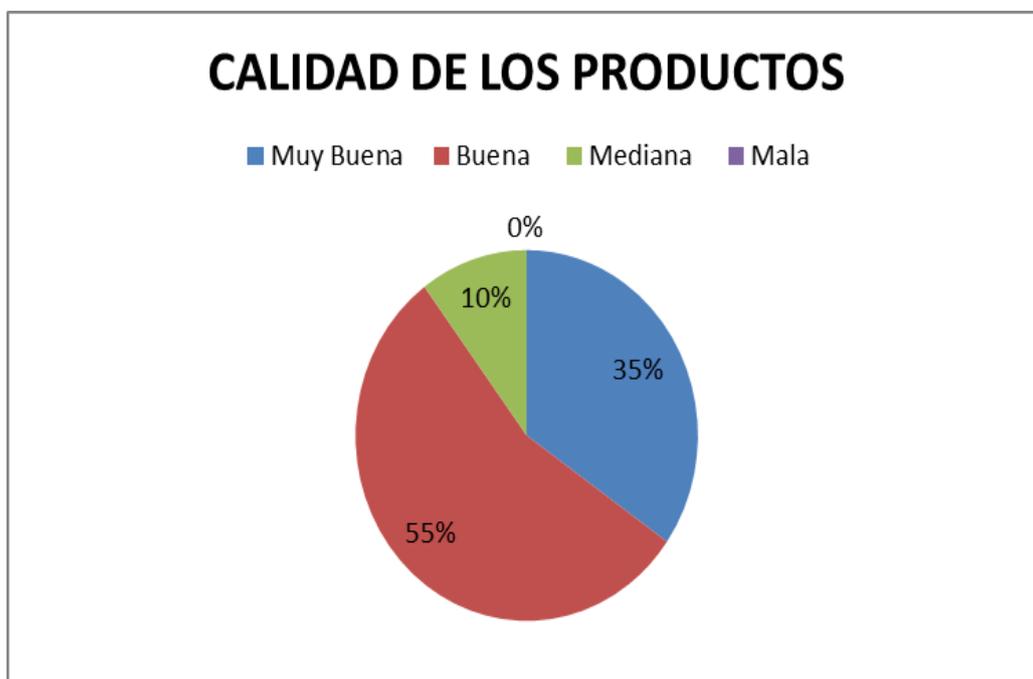
En cuanto a capacitación gran parte de la población manifiesta que no ha recibido enseñanza en ningún tipo de áreas, por lo tanto se puede determinar que desconocen de estrategias de venta, comercialización entre otras.

12.- ¿Cómo calificaría la calidad de los productos agrícolas que ofrece al Consumidor final?

Cuadro N° 14 CALIDAD DE LOS PRODUCTOS

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje %
Muy Buena	109	34,71
Buena	173	55,10
Mediana	32	10,19
Mala	0	0,00
Total	314	100,00

Gráfico N° 12 CALIDAD DE LOS PRODUCTOS



ANÁLISIS:

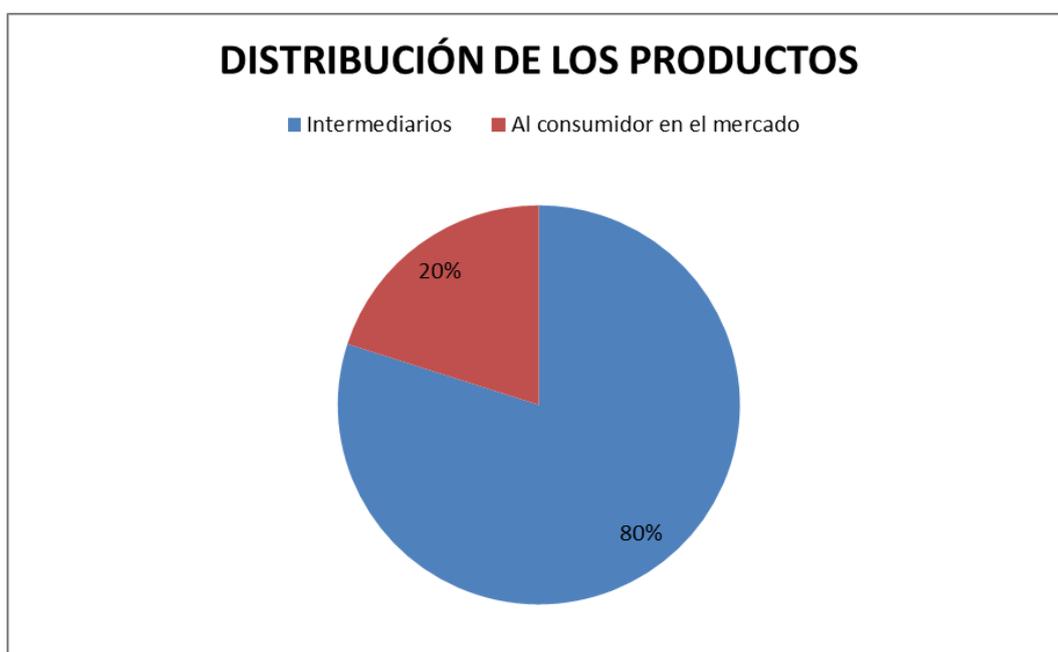
Gran parte de la población manifiesta que los productos que cultiva son de buena calidad, mientras que un número considerable de agricultores señala que son de muy buena calidad razón por la cual los productos denominados “del Valle” son apetecidos en el mercado.

13. ¿A quién distribuye sus productos?

Cuadro N° 15 DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Intermediarios	251	79,94
Al consumidor en el mercado	63	20,06
TOTAL	314	100,00

Gráfico N° 13 DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS



ANÁLISIS:

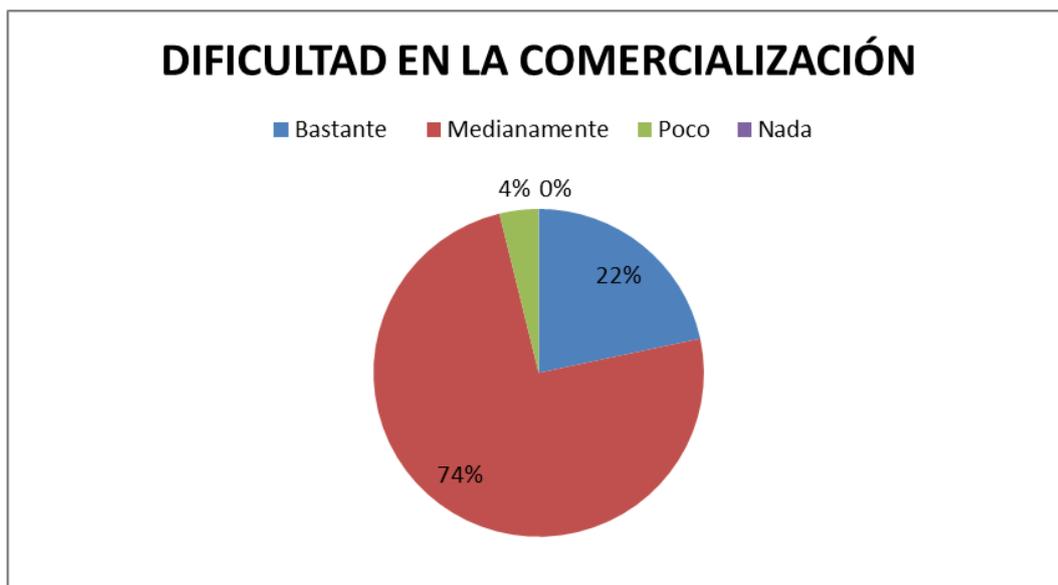
La mayoría de la población agricultora señala que venden su producción a intermediarios y un porcentaje mínimo lo hace de manera directa en el mercado.

14. ¿Ha tenido dificultades de comercialización?

Cuadro N° 16 DIFICULTAD EN LA COMERCIALIZACIÓN

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje
Bastante	68	21,66
Medianamente	234	74,52
Poco	12	3,82
Nada	0	0,00
TOTAL	314	100,00

Gráfico N° 14 DIFICULTAD EN LA COMERCIALIZACIÓN



ANÁLISIS:

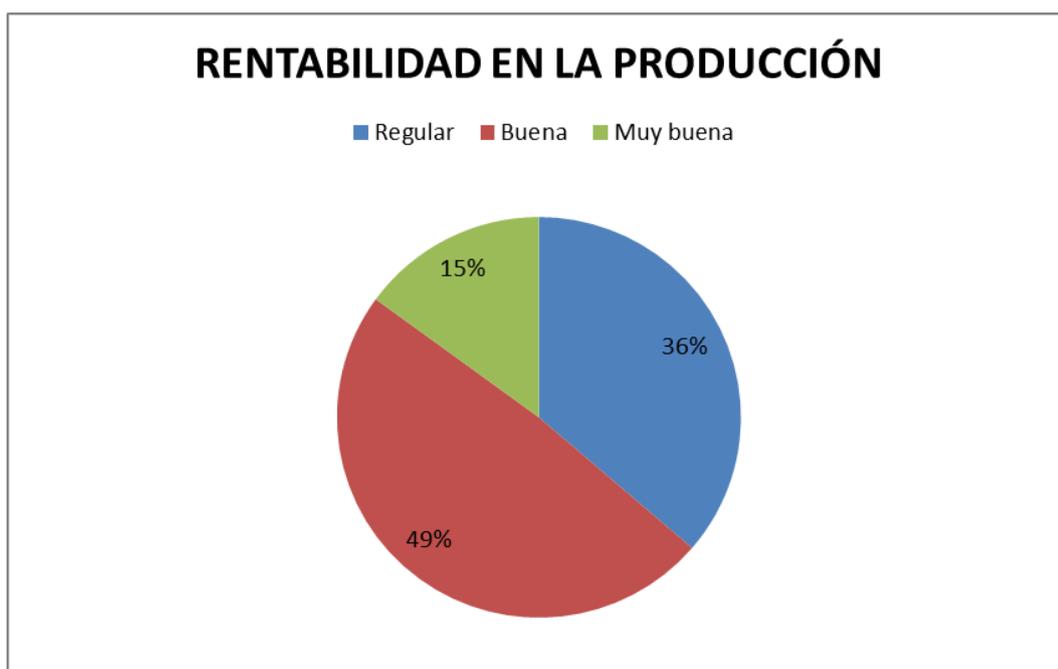
En cuanto a la comercialización se puede evidenciar que la mayoría de productores ha tenido dificultades en cuanto a la comercialización de sus productos, el Centro de Acopio tiene como objetivo mejorar la comercialización de los mismos.

15. Considera usted que los niveles de rentabilidad de su producción es:

Cuadro N° 17 RENTABILIDAD EN LA PRODUCCIÓN

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje
Regular	114	36,31
Buena	153	48,73
Muy buena	47	14,97
TOTAL	314	100,00

Gráfico N° 15 RENTABILIDAD EN LA PRODUCCIÓN



ANÁLISIS:

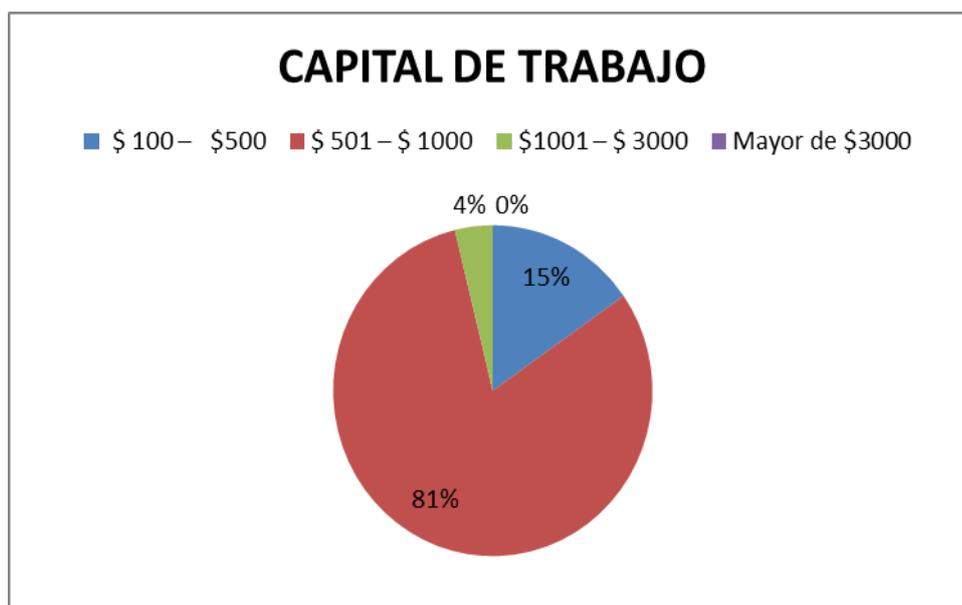
El sistema de comercialización que utilizan actualmente los agricultores no permite que el porcentaje de rentabilidad para la mayoría de ellos se ubique en la categoría de muy buena, lo cual se mejorará a través de una venta directa valiéndonos de la creación del Centro de Acopio.

16. Su capital de trabajo es:

Cuadro N° 18 CAPITAL DE TRABAJO

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje
\$ 100 – \$500	48	15,29
\$ 501 – \$ 1000	254	80,89
\$1001 – \$ 3000	12	3,82
Mayor de \$3000	0	0,00
Total	314	100,00

Gráfico N° 16 CAPITAL DE TRABAJO



ANÁLISIS:

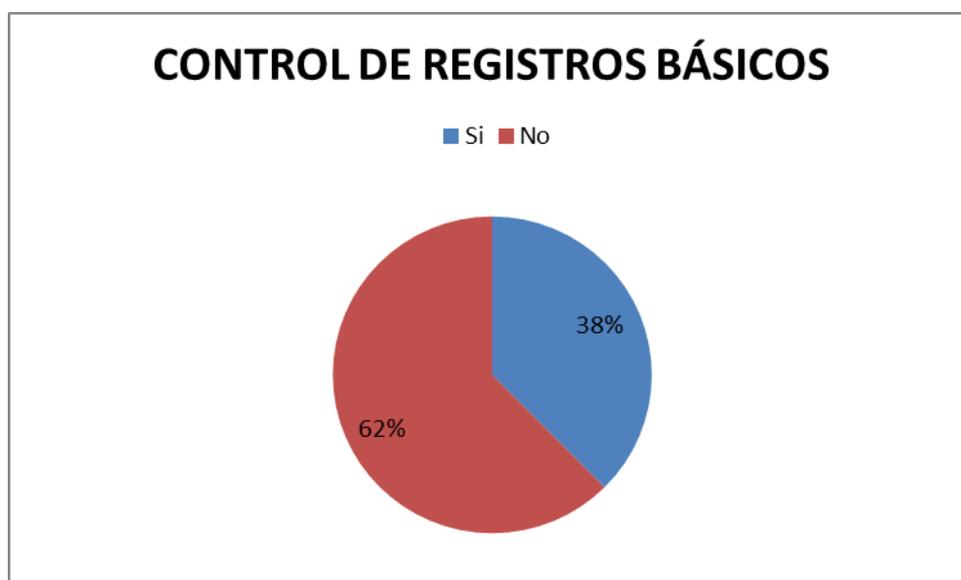
La mayoría de agricultores utiliza un capital de entre los \$500 a \$1000 para la producción, lo cual depende de la economía familiar.

17. ¿Lleva algún registro contable de su producción?

Cuadro N° 19 CONTROL DE REGISTROS BÁSICOS

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje
Si	118	37,58
No	196	62,42
TOTAL	314	100,00

Gráfico N° 17 CONTROL DE REGISTROS BÁSICOS



ANÁLISIS:

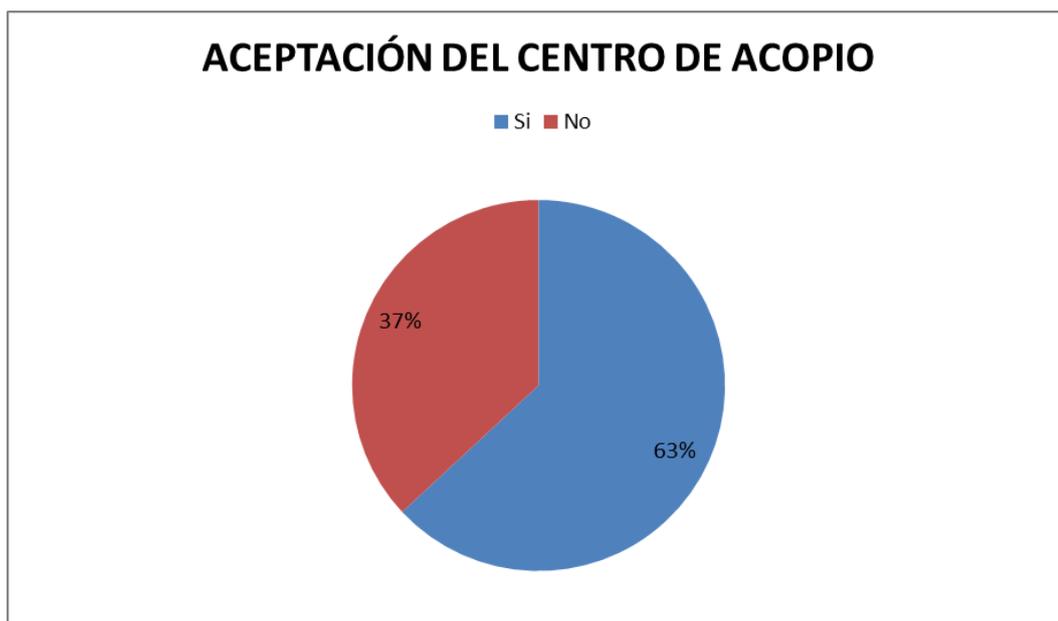
En cuanto al control de registros básicos se determinó que el gran parte de los productores no lleva un control de sus ingresos y sus gastos, lo cual no les permite conocer el nivel de rentabilidad de la producción.

18.- Estaría usted de acuerdo en acceder a un Centro de Acopio en la comunidad El Juncal y financiar la construcción del mismo, donde la máxima autorizada serían los socios representados por la Junta General de Accionistas, con la finalidad de vender directamente sus productos?

Cuadro N° 20 ACEPTACIÓN DEL CENTRO DE ACOPIO

Categorías	N° de Encuestados	Porcentaje %
Si	198	63,06
No	116	36,94
TOTAL	314	100,00

Gráfico N° 18 ACEPTACIÓN DEL CENTRO DE ACOPIO



ANÁLISIS:

Basándose en la información extraída de las encuestas aplicadas a los productores arroja un resultado positivo en cuanto a la aceptación del proyecto, gran parte de la población señala que tiene total predisposición para aportar con recursos para la construcción del Centro de Acopio.

1.8 CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ DE RESULTADOS

Cuadro N° 3 Construcción de la Matriz de Resultados

ALIADOS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Aceptación y apoyo de los productores agrícolas para realizar el proyecto.• Mano de Obra calificada para la producción.• Disposición del espacio físico suficiente para implantar el proyecto.• Hectáreas de terreno necesarias para aumentar el nivel de producción.	<ul style="list-style-type: none">• Generación de nuevas plazas de venta en mercados locales, regionales y nacionales.• Eliminación de intermediarios para obtener un porcentaje mayor de utilidad.• Generación de fuentes de trabajo para los habitantes de la comunidad.• Diversificación de la producción para satisfacer las necesidades del consumidor.• Fuentes de financiamiento (BNF)• Estrategias de publicidad y promociones adecuadas para la apertura de nuevos mercados locales, regionales y nacionales.

OPONENTES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de capacitación bajo por parte de los agricultores en las áreas de comercialización y costos. • Intermediarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingreso de productos objetos de acopio de otras provincias o regiones del país. • Factores climáticos. • Crisis económica.

1.9 CRUCES ESTRATÉGICOS DE LA MATRIZ DIAGNÓSTICA

1.9.1 CRUCES ESTRATÉGICOS ALIADOS – RIESGOS

- Mediante la aceptación y el apoyo de la comunidad para la creación del centro de acopio se logrará disminuir la vulnerabilidad económica de los agricultores participantes en el proyecto.
- Mediante la disposición de aumentar el volumen de producción se logrará incrementar el nivel de productividad lo cual nos permitirá competir a nivel de calidad y costos con los productores de otras regiones.
- Las comunidades de Chota, Carpuela y Juncal disponen del espacio físico necesario y mano de obra calificada para diversificar la producción y competir con productores de otras provincias.

1.9.2 CRUCE ESTRATÉGICO ALIADOS – OPORTUNIDADES

- Por medio de la aceptación y apoyo de los productores agrícolas para la creación del Centro de Acopio se logrará la generación de

nuevas plazas de venta en mercados locales, regionales y nacionales.

- Al existir la disposición del espacio físico suficiente para implantar el proyecto se generarán fuentes de trabajo para los habitantes de la comunidad.
- Con la disponibilidad de hectáreas de terreno necesarias para aumentar el nivel de producción se podrá diversificar la producción para satisfacer las necesidades del consumidor.
- La aceptación y apoyo de los productores agrícolas para realizar el proyecto es fundamental para la eliminación de intermediarios y obtener un porcentaje mayor de utilidad.

1.9.3 CRUCE ESTRATÉGICO OPONENTES – OPORTUNIDADES

- A través de la utilización de estrategias de publicidad, promociones y costos se mejorará el nivel de capacitación de los agricultores.
- Al crear y manejar estrategias de publicidad y promociones adecuadas para la apertura de nuevos mercados locales, regionales y nacionales se logrará disminuir la presencia de intermediarios.

1.9.4 CRUCE ESTRATÉGICO OPONENTES – RIESGOS

- El escaso conocimiento de los agricultores en el área de publicidad, promociones y marketing, provoca que no se cubra la demanda existente en el mercado y da lugar al ingreso de productos de otras provincias o regiones del país.
- El gran número de intermediarios ocasiona que la rentabilidad en la actividad agrícola no sea la adecuada ni suficiente para poder incrementar el volumen de producción.

1.10 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

Después de haber realizado el diagnóstico técnico situacional se determinó que el principal problema que presentan los agricultores del sector es la carencia de un centro de acopio, lo cual ha dado lugar a que exista descoordinación entre los productores y se produzca en ocasiones sobreoferta o escasez de productos , adicionalmente la existencia de un gran número de intermediarios ha originado un deficiente sistema de comercialización de los productos en los mercados tanto locales como regionales, factores que han obstaculizado el desarrollo del sector generando baja rentabilidad en la actividad agrícola.

1.12 RESULTADOS DEL DIAGNOSTICO

- De los resultados obtenidos a través de las encuestas se puede concluir que los productores agrícolas que existe un alto nivel de aceptación, apoyo y tienen la predisposición para aportar con recursos para la construcción del Centro de Acopio y realizar una comercialización directa de sus productos.
- Los productores agrícolas en un número considerable no llevan un registro de sus transacciones básicas lo cual implica el desconocimiento real del costo de la producción.
- Se determinó que existe descoordinación por parte de los productores al momento de planear sus cultivos por lo tanto se dificulta tener un control sobre la producción y se genera en ocasiones sobreoferta o escases de los mismos.
- Existe un gran número de intermediarios en la comercialización de los productos agrícolas lo cual ha ocasionado ingresos bajos para los agricultores.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 LA EMPRESA.

2.1.1 DEFINICIÓN DE EMPRESA:

De acuerdo a Herrero Julián (2007), la empresa es entendida como “el conjunto de factores de producción (maquinaria, local, herramientas o utensilios, personal, materia prima, financiación, etc.) organizados y coordinados por la dirección para vender un producto o prestar un servicio y así obtener un beneficio y crear empleo, actuando en el mercado bajo condiciones de riesgo.” Pág. 2

De acuerdo a lo manifestado por el autor sobre la empresa se puede definir a la empresa como una entidad económica de carácter pública, privada o mixta, la cual puede ser de carácter lucrativa o no, integrada por recursos humanos, técnicos, financieros, materiales, se dedica a la producción de bienes y/o servicios para la satisfacción de necesidades.

2.1.2 ELEMENTOS DE LA EMPRESA

De acuerdo a López Soledad (2005), los elementos que conforman la empresa son:

Se consideran elementos de la empresa todos aquellos factores, tanto internos como externos, que influyen directa o indirectamente en su funcionamiento.

Los principales elementos de la empresa son los siguientes:

A) El empresario: Es la persona o conjunto de personas encargadas de gestionar y dirigir tomando las decisiones necesarias para la buena marcha de la empresa. No siempre coinciden la figura del empresario y la del propietario, puesto que se debe diferenciar el director, que administra

la empresa, de los accionistas y propietarios que han arriesgado su dinero percibiendo por ello los beneficios.

B) Los trabajadores: Es el conjunto de personas que rinden su trabajo en la empresa, por lo cual perciben unos salarios.

C) La tecnología: Está constituida por el conjunto de procesos productivos y técnicas necesarias para poder fabricar (técnicas, procesos, máquinas, ordenadores, etc.).

D) Los proveedores: Son personas o empresas que proporcionan las materias primas, servicios, maquinaria, etc., necesarias para que las empresas puedan llevar a cabo su actividad.

E) Los clientes: Constituyen el conjunto de personas o empresas que demandan los bienes producidos o los servicios prestados por la empresa.

F) La competencia: Son las empresas que producen los mismos bienes o prestan los mismos servicios y con las cuales se ha de luchar por atraer a los clientes.

G) Los organismos públicos: Tanto el Estado central como los Organismos Autónomos y Ayuntamientos condicionan la actividad de la empresa a través de normativas laborales, fiscales, sociales, etc.

De acuerdo a lo manifestado por el autor sobre los elementos que conforman la empresa se puede definir que los elementos que conforman la empresa son todos aquellos factores tanto internos como externos los cuales intervienen en el funcionamiento de la misma ya sea de forma directa o indirecta.

2.1.3 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN SU FORMA JURÍDICA

La legislación de cada país regula las formas jurídicas que pueden adoptar las empresas para el desarrollo de su actividad. La elección de su forma jurídica condicionará la actividad, las obligaciones, los derechos y las responsabilidades de la empresa. En ese sentido, las empresas se clasifican en términos generales en:

Según la superintendencia de compañías estas pueden ser:

- ✓ **Unipersonal:** El empresario o propietario, persona con capacidad legal para ejercer el comercio, responde de forma ilimitada con todo su patrimonio ante las personas que pudieran verse afectadas por el accionar de la empresa.
- ✓ **Sociedad Colectiva:** En este tipo de empresas de propiedad de más de una persona, los socios responden también de forma ilimitada con su patrimonio, existe participación en la dirección o gestión de la empresa.
- ✓ **Cooperativas:** No poseen ánimo de lucro y son constituidas para satisfacer las necesidades o intereses socioeconómicos de los cooperativistas, quienes también proveedores y clientes de la empresa.
- ✓ **Comanditarias:** Poseen dos tipos de socios: a) los colectivos con la característica de la responsabilidad ilimitada, y los comanditarios cuya responsabilidad se limita a la aportación de capital efectuado.
- ✓ **Sociedad de Responsabilidad Limitada:** Los socios propietarios de éstas empresas tienen la características de asumir una

responsabilidad de carácter limitada, respondiendo solo por capital o patrimonio que aportan a la empresa.

- ✓ **Sociedad Anónima:** Tiene el carácter de la responsabilidad limitada al capital que aportan, pero poseen la alternativa de tener las puertas abiertas a cualquier personas que desee adquirir acciones de la empresa. Por este camino, estas empresas pueden realizar ampliaciones de capital, dentro de las normas que las regulan.

2.2 LA MICROEMPRESA

Referente a la microempresa varios autores definen a la misma de la siguiente manera:

2.2.1 DEFINICIÓN:

Según, MONTEROS Edgar. (2005) en su obra menciona: “La microempresa es una asociación de personas que operando en forma organizada utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos o servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación”
Pág. 15

Según la Ley de Fomento de la Pequeña Industria y Artesanía en el Ecuador en su Artículo 5 ha establecido una definición de pequeña industria que dice “Se consideran pequeña industria a la que, con predominio de la operación de la maquinaria sobre la manual, se dedique a actividades de transformación, inclusive de forma, de materia prima o de productos semielaborados en artículos finales o intermedios, y siempre que sus activos, excluyéndose terrenos y edificios, no sean mayores del

valor que el Comité Interministerial de Fomento de la Pequeña Industria y Artesanía fije anualmente ”

Según lo manifestado por los autores se puede conceptualizar a la microempresa como la unidad productiva de baja capitalización que operando en forma organizada utiliza sus conocimientos y recursos para la elaboración de productos y/o prestación de servicios para obtener un margen de utilidad luego de cubrir todos los costos en que se incurran para la realización de la actividad.

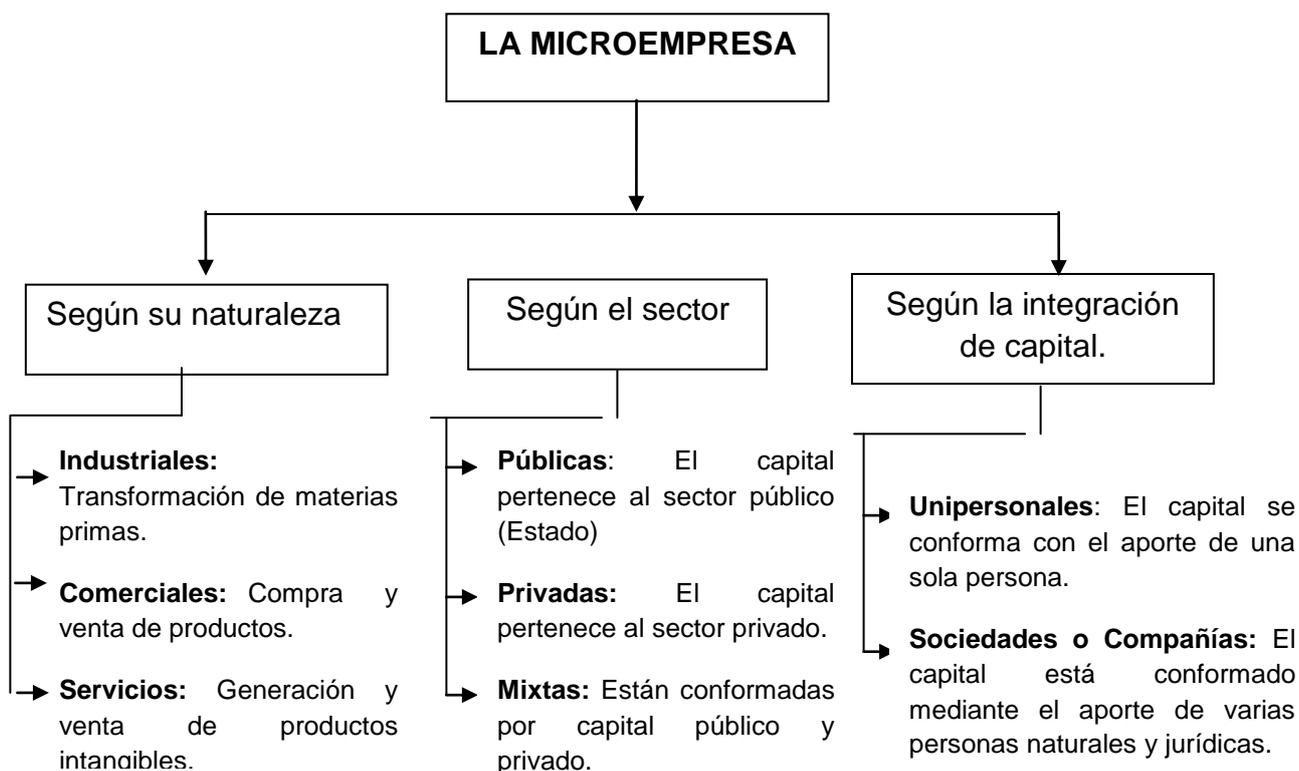
2.2.2 OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA

La microempresa persigue los siguientes objetivos:

- Incrementar las ganancias
- Crecimiento y expansión
- Incremento de toda la productividad
- Crear nuevos productos y servicios
- Generación de empleos

2.2.3 CLASIFICACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS

Según Zapata Pedro (2006) las microempresas pueden clasificarse de la siguiente forma:



Fuente: Zapata Pedro (2006), Contabilidad General.

Elaboración: La autora de la investigación

2.2.4 VENTAJAS DE LA MICROEMPRESA

- Es fuente generadora de empleos
- Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
- Son flexibles, adaptando los productos a los cambios del mercado.
- Presentan mayor adaptabilidad tecnológica a menor costo de infraestructura.

2.2.5 DESVENTAJAS DE LA MICROEMPRESA

- La tecnología que utiliza es ya superada.
- Sus integrantes no poseen los conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente.
- La producción generalmente va solamente encaminada al mercado interno.
- Las decisiones son tomadas de acuerdo al gusto del empresario.

2.3 CENTROS DE ACOPIO

2.3.1 DEFINICIÓN

De acuerdo a Wikipedia, la enciclopedia libre (2007) Centros de Acopio son “Los centros de acopio cumplen la función de reunir la producción de pequeños productores para que puedan competir en cantidad y calidad en los mercados de los grandes centro urbanos.”

Se puede definir al Centro de Acopio como una instalación física, permanente o temporal destinada a la recepción de la producción de pequeños productores de bienes o insumos en donde se selecciona, empaqueta y prepara para su venta en el mercado.

2.3.2 IMPORTANCIA

El centro de acopio principalmente tiene la función de concentrar la producción, registrarla para facilitar su control, posteriormente seleccionarla, empaquetarla y enviarla lista para la comercialización. Un aspecto fundamental de los centros de acopio es la participación social debido a que ayuda a los pequeños productores mejorar su producción, eliminando en gran cantidad la presencia de intermediarios permitiendo competir a nivel de precios y calidad.

2.4 PRODUCCIÓN AGRÍCOLA

2.4.1 DEFINICIÓN

Según lo manifestado Wikipedia, la enciclopedia libre (2007) “Cuando hablamos de producción agrícola estamos haciendo referencia a todo aquello que es el resultado de la actividad agrícola (la agricultura), por ejemplo, cereales como el trigo o el maíz, vegetales y hortalizas como la papa, la zanahoria o frutas como las frutillas, las manzanas, etc. Todos estos productos forman parte de la actividad agrícola y son utilizados, en un porcentaje muy alto como alimentos aunque también se pueden encontrar otros usos a los mismos para diversas industrias (perfumería, indumentaria, higiene, etc.).

2.4.2 VENTAJAS DE LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA

Los productos agrícolas tiene muchas ventajas al momento de servirse tanto en vitaminas como en carbohidratos por esta razón podemos mencionar lo siguiente:

- La variabilidad de los productos es alta y rica en vitaminas
- Los productos agrícolas como el fréjol, papaya, guayaba, etc tienen una gran cantidad de vitaminas, proteínas, minerales y fibras
- En su mayoría los desechos de estos productos sirven para el abono.
- Aprovecha los recursos naturales sin deteriorarlos.
- Estimula, recupera y mantiene la fertilidad natural de los suelos.
- Protege las especies nativas y vegetales.
- Fabrica sus propios insumos para la producción agrícola.
- Genera empleo al utilizar mano de obra.
- Desarrolla un proceso integral de la persona y fortalece la autosuficiencia y autonomía de las comunidades agrícolas.

- Genera procesos de organización social y consolida estrategias de desarrollo rural y sostenible.

2.4.3 DESVENTAJAS DE LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA

Entre las desventajas de la producción agrícola podemos anotar lo siguiente:

- El ingreso de otros productos por contrabando y a menores precios que los de nuestra provincia hace que los costos y la demanda de nuestros productos bajen.
- Son productos perecibles de poca duración.
- Erosión del suelo.

2.5 ESTUDIO DE MERCADO.

Según Jack Fleitman (2007), estudio de mercado es “la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.” Pág. 65

De acuerdo a lo manifestado por el autor el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

2.6 OFERTA

Manifiesta JÁCOME, Walter. (2005) en su obra. Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos productivos y de Inversión, acerca de la oferta que: “Es el conjunto de proveedores que existen en el mercado de un producto o servicio y éste constituye competencia para el proyecto”. Pág. 101.

Según Thompson Iván (2006), La oferta es “la cantidad de un bien que los vendedores desean vender a cada precio. Siendo todo lo demás constante, a mayor precio, mayor cantidad.” www.riie.com.pe/?a=31105.

De acuerdo a lo manifestado por los autores oferta es la cantidad de bienes o servicios que los vendedores están dispuestos a vender en base a un determinado precio dependiendo del producto o servicio que se pretenda brindar.

2.7 DEMANDA

Según Thompson Iván (2006), La demanda es “la cantidad que los compradores desean comprar a cada precio. Siendo todo lo demás constante, a menor precio, mayor cantidad demandada.” Pág. 56

De acuerdo a lo manifestado por el autor demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores desean adquirir a un determinado precio.

2.8 PRECIO

Para Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", el precio es "(en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el

precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio" Pág. 136.

De acuerdo a las anteriores definiciones, se puede definir al precio como la expresión de valor monetario que tiene un producto o servicio, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.

2.9 PRODUCTO

Stanton, Etzel y Walker (2007), definen el producto como "un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea" Pág. 39

Según el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., el producto "es cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad y que representa la oferta de la empresa. Es el resultado de un esfuerzo creador y se ofrece al cliente con unas determinadas características. El producto se define también como el potencial de satisfactores generados antes, durante y después de la venta, y que son susceptibles de intercambio. Aquí se incluyen todos los componentes del producto, sean o no tangibles, como el envasado, el etiquetado y las políticas de servicio" Pág. 432

En base a las anteriores definiciones se puede conceptualizar al producto como "el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos. El cual existe para propósitos de intercambio, la satisfacción de necesidades o deseos y para coadyuvar al logro de objetivos de una organización (lucrativa o no lucrativa)".

2.10 COMERCIALIZACIÓN

Según la ENCICLOPEDIA, Encarta (2009) manifiesta que: “Comercialización, es la planificación y control de los bienes y servicios para favorecer el desarrollo adecuado del producto y asegurar que el producto solicitado esté en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requeridos, garantizando así unas ventas rentables. Para el responsable de este proceso, la comercialización abarca tanto la planificación de la producción como la gestión. Para el mayorista y para el minorista implica la selección de aquellos productos que desean los consumidores. El correcto emplazamiento del producto, en el momento adecuado, es relevante en grado sumo cuando se trata de bienes que están de moda, de bienes temporales, y de productos nuevos cuya tasa de venta es muy variable. El precio se suele fijar de tal manera que el bien se pueda vender rápido, y con una tasa de beneficios satisfactoria. La cantidad producida tiene que ser la suficiente como para satisfacer toda la demanda potencial, pero tampoco debe resultar excesiva, evitando la reducción forzosa del precio con el fin de incrementar las ventas y aminorar el nivel de existencias”.

2.12 DISTRIBUCIÓN

Según el Diccionario de Marketing de Cultural S.A., la distribución es una de las subfunciones del marketing, que se encarga de la organización de todos los elementos incluidos en la vía que une el fabricante con el usuario final. Pág. 85

Para KOTHER, Philip, (2008) en su obra Marketing. “La mayoría de los productores recurren a intermediarios para que lleven sus productos al mercado. Tratan de forjar un canal de distribución, es decir, un serie de organizaciones independientes involucradas en el proceso de lograr que el consumidor o el usuario industrial pueda usar o consumir el producto o servicio”. Pág. 471.

De conformidad con lo expresado la distribución se puede definir a la misma como una herramienta de la mercadotecnia que incluye un

conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final (consumidor o usuario industrial) en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean.

2.13 ADMINISTRACIÓN

2.11.1 DEFINICIÓN

Según Idalberto Chiavenato, la administración es "el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales". Pág. 5

Según Díez de Castro, García del Junco, Martín Jiménez y Perriáñez Cristóbal, la administración es "el conjunto de las funciones o procesos básicos (planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar) que, realizados convenientemente, repercuten de forma positiva en la eficacia y eficiencia de la actividad realizada en la organización". Pág. 9

De acuerdo a lo manifestado por los autores se puede definir a la administración como el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización de manera eficiente y eficaz.

2.11.2 PRINCIPIOS DE LA ADMINISTRACIÓN

Los 14 principios de Administración de Henri Fayol son:

Cuadro N° 4 PRINCIPIOS DE LA ADMINISTRACIÓN

PRINCIPIOS	CRITERIO
División del trabajo	La especialización permite que el individuo acumule experiencia, y mejore continuamente sus habilidades. De tal modo pueda ser cada vez más productivo.
Autoridad.	El derecho a dictar órdenes, junto con las cuales debe ir equilibrada la responsabilidad de su función.
Disciplina	Los empleados deben obedecer, pero este tema tiene dos caras: los empleados obedecerán sólo la gerencia hace su parte proporcionando una buena dirección.
Unidad de comando	Cada trabajador debe tener solamente un jefe sin otras líneas de mando en conflicto.
Unidad de dirección	La gente contratada para la misma clase de actividades debe tener los mismos objetivos en un solo plan. Esto es esencial para asegurar la unidad y la coordinación en la empresa. La unidad del comando no existe sin la unidad de la dirección, pero no fluye necesariamente de ella.
Subordinación del interés individual (al interés general).	La Administración debe considerar que las metas de las empresas son siempre supremas.
Remuneración	El pago es un motivador importante pero cuando Fayol analiza un número de

	posibilidades, precisa que no existe un sistema de remuneración perfecto.
Centralización (Descentralización).	Éste es un tema de grado dependiendo de la condición del negocio y de la calidad del personal.
Cadena escalonada (línea de autoridad)	Una jerarquía es necesaria para la unidad de la dirección. Pero la comunicación lateral es también fundamental, mientras que los superiores sepan que está ocurriendo tal comunicación. La cadena escalonada se refiere al número de niveles en la jerarquía desde la autoridad de mayor nivel hasta el más bajo de la organización. No debe ser muy amplia o consistir de demasiados niveles.
Orden	El orden material y el orden social son necesarios. El primero disminuye la pérdida de tiempo y la manipulación innecesaria de materiales. El segundo se logra con la organización y la selección.
Acción.	En el funcionamiento de un negocio es necesaria una “combinación de amabilidad y justicia”. Tratar bien a los empleados es importante lograr equidad.
Estabilidad de la contratación del personal	Los empleados trabajan mejor si tienen la seguridad en su empleo y en el progreso de su carrera. Una contratación insegura y un alto índice de rotación de personal de forma contraria a la organización.

Iniciativa	Permitir que todo el personal muestre su iniciativa de cierta manera es una fuente de la fortaleza para la organización. Aun cuando puede implicar un sacrificio de la “vanidad personal” de parte de muchos gerentes.
Espíritu de cuerpo	La Administración debe fomentar la motivación moral de sus empleados. Fuyol llega aún más lejos: “El necesario un verdadero talento para coordinar esfuerzos, provocar el entusiasmo, utilizar las capacidades de cada persona, y recompensar a cada uno según sus méritos, sin despertar posibles celos posibles y disturbar las relaciones armoniosas.”

Autor: María José Bolaños G.

2.11.3 PROCESO ADMINISTRATIVO

Según George Terry el proceso administrativo está compuesto por:

“Planificación: Consiste básicamente en elegir y fijar las misiones y objetivos de la organización. Después, determinar las políticas, proyectos, programas, procedimientos, métodos, presupuestos, normas y estrategias necesarias para alcanzarlos, incluyendo además la toma de decisiones al tener que escoger entre diversos cursos de acción futuros. En pocas palabras, es decidir con anticipación lo que se quiere lograr en el futuro y el cómo se lo va a lograr.

Organización: Consiste en determinar qué tareas hay que hacer, quién las hace, cómo se agrupan, quién rinde cuentas a quién y dónde se toman las decisiones.

Dirección: Es el hecho de influir en los individuos para que contribuyan a favor del cumplimiento de las metas organizacionales y grupales; por lo

tanto, tiene que ver fundamentalmente con el aspecto interpersonal de la administración.

Control: Consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional para garantizar que los hechos se apeguen a los planes. Implica la medición del desempeño con base en metas y planes, la detección de desviaciones respecto de las normas y la contribución a la corrección de éstas.”

De acuerdo a lo manifestado por el autor el proceso administrativo está integrado por diferentes elementos los cuales funcionando en conjunto logran que los procesos dentro de una empresa se desarrollen de manera eficiente y eficaz permitiéndole a la misma el cumplimiento de metas y objetivos.

2.12 LA CONTABILIDAD

Es el proceso mediante el cual se identifica, mide, registra y comunica la información económica de una organización o empresa, con el fin de que los gestores puedan evaluar la situación de la entidad. La teneduría de libros se refiere a la elaboración de libros contables, por lo que es la que permite obtener los datos ajustados a principios contables, utilizados para evaluar la situación y obtener la información financiera relevante de una entidad.

La información relativa a la posición financiera se refleja en el llamado balance, mientras que los resultados obtenidos aparecen desglosados en la cuenta de pérdidas y ganancias.

2.13 ESTADOS FINANCIEROS

2.13.1 BALANCE GENERAL.

Según SARMIENTO, Rubén (2006) en su libro Contabilidad General afirma: “Es el que demuestra la situación económica financiera de una empresa al inicio o al final de un ejercicio económico”. Pág. 77

De conformidad con lo expresado el balance general es una radiografía de cómo se encuentra la empresa en aspectos financieros y económicos, este balance es importante para llevar un control adecuado de la empresa, ya que esta información conlleva a decisiones eficientes y oportunas.

2.13. 2 BALANCE DE RESULTADOS

Para GITMAN, Laurence J. (2007) en su obra Principios de Administración financiera, afirma: “El Balance de Resultado proporciona un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa durante un periodo específico”. Pág. 41

Considerando lo manifestado por Gitman, el estado de resultado es aquel en el que se resume y se presenta la información económica de un periodo determinado, se describe los ingresos y gastos para luego establecer la utilidad o pérdida.

2.13.3 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO O DE FONDOS

Para GALINDO, R. Carlos Julio (2008) en su obra Manual para la Creación de Empresas. Afirma: “El flujo de efectivo es un estado financiero donde se refleja los movimientos de efectivo en un periodo determinado”. Pág. 45

Según JÁCOME, Walter, (2005) en su Obra Bases Teóricas y Evaluación de Proyectos: “Representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto, tomar muy en cuenta que son datos basados en pronósticos y aproximaciones que en ningún momento constituye certezas o afirmaciones seguras de los posibles ingresos y egresos del dinero”. Pág. 46

Partiendo de los conceptos, el estado de flujo de efectivo proporciona a los administradores de una empresa información suficiente sobre el movimiento del efectivo, para dirigir sus operaciones, pagar sus obligaciones, y proporcionar rendimientos a sus inversiones.

El flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, debido a que con los resultados obtenidos en el flujo de caja se evaluará la realización del proyecto.

2.14 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Según JÁCOME, Walter, (2005) en su Obra Bases Teóricas y Evaluación de Proyectos, define: “Representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite autorizar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma” Pág. 87

El Valor Actual Neto representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente que permite avizorar si es o no pertinente la inversión a lo largo de su vida.

2.15 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Según JÁCOME, Walter, (2005) en su Obra Bases Teóricas y Evaluación de Proyectos, afirma: “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”

La TIR es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima tasa de descuento que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el BNA sea menor que la inversión (VAN menor que 0).

2.16 TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

El período de tiempo de recuperación de la inversión es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el período de recuperación de inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

2.17 RELACIÓN COSTO – BENEFICIO

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

2.18 PUNTO DE EQUILIBRIO

Según JÁCOME, Walter (2005) “El punto de equilibrio del proyecto establece el número de productos o servicios que requiere el proyecto en su operación de 1 año para no tener ni pérdidas ni ganancias” Pág. 162

Es el punto en el cual las ganancias igualan a las pérdidas, es decir el punto de equilibrio define cuando una inversión genera una rentabilidad positiva.

Considerando el punto donde las ventas o las rentas igualan a los costos, en el presente caso ni se pierde ni se gana, es decir la utilidad es cero.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El sector agropecuario es muy importante dentro de la economía ecuatoriana, la superficie agropecuaria es el 29% del total de la superficie de nuestro país, con lo cual aporta aproximadamente un 19% al PIB de nuestro país.

La parroquia Ambuquí tiene su economía fundamentada en la agricultura, los pequeños agricultores poseen los conocimientos necesarios y la producción agrícola que existe en el sector es de buena calidad, sus productos son apetecidos en toda la provincia, pero no han podido beneficiarse de la mejor manera debido al deficiente sistema de comercialización de los mismos pues existe gran presencia de intermediarios lo cual ha detenido el desarrollo del sector.

3.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

- Conocer el tipo de producto que el consumidor requiere y cumplir con las características que demanda.
- Establecer la demanda de los productos agrícolas objetos de acopio en la provincia.
- Conocer la oferta de producción agrícola
- Establecer los canales y estrategias de comercialización en la Provincia.

3.3 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

El Centro de Acopio es una instalación física, permanente o temporal destinada a la recepción de la producción de pequeños productores de bienes o insumos, su principal función es concentrar la producción, seleccionarla, clasificarla, empacarla, prepararla para su venta en el mercado de manera que se facilite su control para conocer su peso y volumen y dimensiones del transporte necesario. El Centro de Acopio además tiene como objetivo la eliminación de intermediarios lo que permitirá generar mayores beneficios para los productores agrícolas, capitalizar en las mismas comunidades aquellas ganancias que normalmente quedan en los intermediarios.

3.4. COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

En los últimos años el desarrollo agrícola ha aumentado, los principales productos requeridos son: frejol, tomate riñón, ají, papayas, caña de azúcar, yuca, limones, aguacate, guayaba, tuna, camote, col, zanahoria, pimiento, vainita, pepinillos entre otros; los mismos que forman parte de los productos para el consumo diario en los diferentes hogares de la Provincia.

A continuación se presenta los datos que se tomaron como referencia para la investigación de la demanda (supermercados, micromercados y despensas de la provincia, proporcionados por el Departamento de Rentas del Ilustre Municipio de Ibarra, Municipio de Antonio Ante, Municipio de Otavalo, Municipio de Urcuquí, los mismos que cuentan con información actualizada.

SUPERMERCADOS CON MAYOR CONCUERRENCIA DE CONSUMIDORES EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.

Cuadro N° 5 Supermercados, Micromercados, Comisariatos y despensas más representativos de la Provincia de Imbabura.

SEGMENTO DE MERCADO	N° POR CATEGORIA
Comisariato	9
Micromercados	86
Supermercados	14
Despensas	53
TOTAL	162

Fuente: Base de datos del IMI, departamento de rentas.

Elaborado por: La autora de la investigación

3.5 CONSUMIDOR DEL PRODUCTO

De acuerdo al estudio realizado los potenciales consumidores del servicio que brindará el centro de acopio son los supermercados, micromercados y despensas existentes en la provincia.

3.6 DEMANDA POTENCIAL

Entre otros factores que afectan a la demanda se puede mencionar: nivel de ingresos, gustos, preferencias, precios de los productos y servicios. La demanda potencial de este proyecto son los supermercados, micromercados y despensas más concurridos por los habitantes de las provincia de Imbabura.

3.7. DEMANDA ACTUAL

La demanda de los productos de la presente investigación está encaminada hacia los centros comerciales alimenticios de mayor concurrencia de los consumidores finales

Para establecer la demanda se utilizó como base la información extraída de las encuestas aplicadas a los centros comerciales alimenticios de mayor concurrencia, la cual arroja un resultado positivo en cuanto a la aceptación del proyecto. Estableciendo así para el proyecto un mercado meta de 128 centros de expendio alimenticios, estos datos permitieron tener una idea clara sobre la demanda mostrando los resultados así:

Cuadro N° 6 DEMANDA ACTUAL

PRODUCTOS	DESCRIPCIÓN	PESO POR UNIDAD MEDIDA EN KG.	CANTIDAD MESUAL	CANTIDAD ANUAL
Ají	Bulto	42,00	496	5952
Aguacate	Bulto	52,00	1364	16368
Camote	Bulto	54,00	496	5952
Limón	Bulto	50,00	2048	24576
Papaya	Caja	35,00	1792	21504
Pimiento	Bulto	42,00	1800	21600
Tomate riñón	Caja	14,00	2816	33792
Vainita	Bulto	23,54	512	6144
Yuca	Bulto	54,00	896	10752

Fuente: Centros comerciales de expendio de productos agrícolas de la provincia de Imbabura.

Elaborado por: La autora de la investigación.

3.8 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para realizar la proyección de la demanda en vista de que no se tiene información bibliográfica, se ha procedido a consultar a los principales centros de expendio de los diversos productos agrícolas, quienes coincidieron en informar que en promedio durante los últimos 3 años la tasa de crecimiento en el volumen de ventas creció aproximadamente en 3,5 % anual, para la proyección de la demanda se considerará 5 años, es decir hasta el 2015.

Cuadro N° 7 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN BULTOS /CAJAS

PRODUCTO	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Ají	5952,00	6160,32	6375,93	6599,09	6830,06
Aguacate	16368,00	16940,88	17533,81	18147,49	18782,66
Camote	5952,00	6160,32	6375,93	6599,09	6830,06
Limón	24576,00	25436,16	26326,43	27247,85	28201,53
Papaya	21504,00	22256,64	23035,62	23841,87	24676,33
Pimiento	21600,00	22356,00	23138,46	23948,31	24786,50
Tomate riñón	33792,00	34974,72	36198,84	37465,79	38777,10
Vainita	6144,00	6359,04	6581,61	6811,96	7050,38
Yuca	10752,00	11128,32	11517,81	11920,93	12338,17

Elaborado por: La autora de la investigación

3.9 ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta no es más que la cantidad de servicios que se ofrecen en el mercado para satisfacer una necesidad.

Para establecer la oferta se utilizó como base la información extraída de las encuestas aplicadas a los productores de las comunidades de Chota, Juncal y Carpuela, la cual arroja un resultado positivo en cuanto a la aceptación del proyecto, donde 63% de la población está dispuesta a proveer de productos agrícolas al Centro de Acopio, la misma que permitió tener una idea clara sobre la oferta mostrando los resultados así:

Cuadro N° 8 OFERTA POR PRODUCTOR

PRODUCTOS	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD MESUAL POR OFERTANTE	CANTIDAD ANUAL POR OFERTANTE
Aji	Bulto	30	360,00
Aguacate	Bulto	38	456,00
Camote	Bulto	24	288,00
Limón	Bulto	60	720,00
Papaya	Caja	35	420,00
Pimiento	Bulto	50	600,00
Tomate riñón	Caja	50	600,00
Vainita	Bulto	30	360,00
Yuca	Bulto	32	384,00

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores.

Elaborado por: La autora de la investigación

Cuadro N°- 9 OFERTA TOTAL

PRODUCTOS	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD MESUAL POR OFERTANTES TOTAL	CANTIDAD ANUAL POR OFERTANTES TOTAL
Aji	Bulto	420	5040,00
Aguacate	Bulto	1260	15120,00
Camote	Bulto	384	4608,00
Limón	Bulto	1980	23760,00
Papaya	Caja	1750	21000,00
Pimiento	Bulto	1750	21000,00
Tomate riñón	Caja	2600	31200,00
Vainita	Bulto	480	5760,00
Yuca	Bulto	770	9240,00

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores.

Elaborado por: La autora de la investigación

3.10 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para proyectar la oferta futura se utilizó como base a la encuesta aplicada en el año 2011 a los productores agrícolas de las comunidades de Chota, Juncal y Carpuela, se ha considerado como variable la media de producción de los últimos 3 años, siendo esta del 2,80% para la proyección de la oferta se considerará 5 años, es decir hasta el 2015, quedando como se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 10 PROYECCIÓN DE LA OFERTA BULTOS/ CAJAS

PRODUCTO	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Ají	5040,00	5181,12	5326,19	5475,32	5628,63
Aguacate	15120,00	15543,36	15978,57	16425,97	16885,90
Camote	4608,00	4737,02	4869,66	5006,01	5146,18
Limón	23760,00	24425,28	25109,19	25812,25	26534,99
Papaya	21000,00	21588,00	22192,46	22813,85	23452,64
Pimiento	21000,00	21588,00	22192,46	22813,85	23452,64
Tomate riñón	31200,00	32073,60	32971,66	33894,87	34843,92
Vainita	5760,00	5921,28	6087,08	6257,51	6432,72
Yuca	9240,00	9498,72	9764,68	10038,10	10319,16

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores.

Elaborado por: La autora de la investigación

3.11 BALANCE OFERTA – DEMANDA

Cuadro N° 11 Relación entre la Oferta y la Demanda en Bultos / Cajas

PRODUCTO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POR CUBRIR	DEMANDA INSTISFECHA
Ají	5952,00	0	5040,00	912,00
Aguacate	16368,00	0	15120,00	1248,00
Camote	5952,00	0	4608,00	1344,00
Limón	24576,00	0	23760,00	816,00
Papaya	21504,00	0	21000,00	504,00
Pimiento	21600,00	0	21000,00	600,00
Tomate riñón	33792,00	0	31200,00	2592,00
Vainita	6144,00	0	5760,00	384,00
Yuca	10752,00	0	9240,00	1512,00

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores y consumidores

Elaborado por: La autora de la investigación

De acuerdo al análisis anterior se puede determinar que las posibilidades de comercializar los productos son bastante buenas, debido a que la demanda de los productos por parte del mercado es superior significativamente a la oferta.

3.12 ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE PRECIOS

Los precios son fijados principalmente por el mercado, pero manipulados por los intermediarios para ellos poder obtener mayor porcentaje de utilidad.

El mercado agrícola presenta características especiales en cuanto a precios, pues son muy fluctuantes y se rigen de acuerdo a la oferta y demanda de los productos, por tanto el precio de los productos estarán fijados en concordancia al precio de mercado, de tal manera que ayude a cubrir los costos, gastos y a obtener un beneficio.

Adicionalmente para fijar los precios se deberá observar los siguientes indicadores:

- Establecer el costo de producción.
- Los precios varían de acuerdo a la temporada de cosecha.
- Costos de comercialización.
- Calidad en el producto
- Buena presentación
- La competencia

En el siguiente cuadro se muestran los precios que fueron recolectados en el mercado mayorista, mercado amazonas y supermercados más concurridos los cuales son las fuentes principales de abastecimiento de los productos agrícolas para la ciudadanía de la provincia

La investigación de estos precios se realizó en el mes de noviembre del 2011, mediante un sondeo de precios para luego proceder a buscar un valor medio, es importante recalcar que los precios de estos productos

varían según temporadas, pero lo que se necesita mostrar es el margen de incremento en los productos agrícolas y los precios a los que llega al consumidor final.

Cuadro N° 12 PRECIOS

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	PRODUCTOR	INTERMEDIARIO
Ají	Bulto	\$ 19,00	\$ 25,00
Aguacate	Bulto	\$ 37,00	\$ 42,00
Camote	Bulto	\$ 31,00	\$ 42,00
Limón	Bulto	\$ 13,00	\$ 18,00
Papaya	Caja	\$ 32,00	\$ 36,00
Pimiento	Bulto	\$ 30,00	\$ 35,00
Tomate riñón	Caja	\$ 22,00	\$ 26,00
Vainita	Bulto	\$ 13,00	\$ 16,00
Yuca	Bulto	\$ 23,00	\$ 27,00

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores, a los comerciantes del Mercado Mayorista, Mercado Amazonas, Micromercados de la Provincia de Imbabura.

Elaborado por: La autora de la investigación

3.13 PROVEEDORES

Los productores que abastecerán al centro de Acopio son 268 familias de agricultores de las comunidades de Chota, Juncal y Carpuela asociados al Centro de Acopio.

3.14 CLIENTES

Los clientes potenciales del Centro de Acopio son los Comisariatos, Micromercados, Supermercados y Despensas más concurridos de la Provincia de Imbabura.

3.15 COMPETENCIA

La competencia se verá reflejada en los pequeños agricultores de las comunidades aledañas que no forman parte del Centro de Acopio.

3.16 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

- La entrega de los productos es en el sistema bajo pedido, una vez que se concrete el pedido (de manera directa, via telefónica o correo electrónico), el vendedor/ distribuidor autorizará el despacho del pedido desde la unidad productora hacia los supermercados, micromercados, despensas de la provincia.
- Buscar mercados que requieran cantidades importantes de los productos que permitan lograr ganancias.
- Comercializadora Agrícola del Valle entregará directamente los productos a sus clientes en el camión de la empresa.
- Investigar alianzas con industrias procesadoras de los productos para proveerlos.
- Se utilizará un registro de despacho el cual tendrá un original y dos copias, para el transportador, para el cliente y la otra para “Comercializadora Agrícola del Valle”
- Para realizar un adecuado registro de las ventas se emplearán facturas autorizadas por el SRI.
- El proceso de venta a emplear será la denominada venta por muestra, en la que una parte de los productos están presentes en el proceso de venta y el comprador infiere cómo será la totalidad de los productos, además los productos serán descritos por el asesor comercial en las diferentes visitas comerciales que realiza periódicamente al cliente.

3.17 CADENA DE DISTRIBUCIÓN

La cadena de distribución consiste en el conjunto de procedimientos necesarios para transportar los productos del productor al consumidor.

El propósito de la cadena de distribución es que el producto llegue en buen estado. (El responsable de cada uno de los pasos de la cadena de distribución será el asesor comercial).



3.18 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

De acuerdo al estudio realizado entre oferentes y demandantes se llegó a las siguientes conclusiones:

- Se determinó que existe aceptación de los productos agrícolas objetos de acopio por parte de los consumidores por ser productos de consumo diario en los diferentes hogares de la provincia.
- Para establecer la demanda se utilizó como base la información extraída de las encuestas aplicadas a los centros comerciales alimenticios de mayor concurrencia, se estableció una demanda anual 146.640 bultos y cajas entre los diversos productos agrícolas.
- Se determinó que la oferta anual es de 136.728 bultos y cajas entre los diferentes productos agrícolas, la cual es una cantidad inferior a la demanda lo que de alguna manera garantiza al Centro de Acopio la venta total de la producción recibida.
- Se tiene asegurado el mercado al cual ofrecer la producción debido a que se trabajará en base al sistema de comercialización bajo pedido.
- Para obtener el resultado de precios se ejecutó un estudio de mercado, basado en encuestas a los productores y a los intermediarios.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico analizará la posibilidad de producir un producto en condiciones de tamaño, localización de la unidad productiva, costos y gastos, todos ellos, en lo más óptimo posible.

El objetivo de este capítulo es entregar datos determinantes para cuantificar la viabilidad del proyecto, el cual es un factor que afecta directamente al nivel de riesgo crediticio de éste. La información contenida en este estudio permite contar con la estructura de los costos de producción, maquinarias, equipos, el costo de la infraestructura física, tamaño de la planta y localización.

4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto se lo mide de acuerdo a la capacidad a instalarse, lo que da la capacidad de mercado proyectado para un tiempo determinado se considera el volumen de producción y materia prima, para determinar si es grande, mediano o pequeño.

La demanda es uno de los factores principales para determinar el tamaño del proyecto, el estudio de mercado es una parte importante donde se observa las posibilidades de comercializar los productos son bastante buenas, debido a que la demanda de los productos por parte del mercado es superior significativamente a la oferta.

El presente proyecto se le considera pequeño, por su volumen de producción, por su capital, administración local y obreros no sobrepasan de 10 personas.

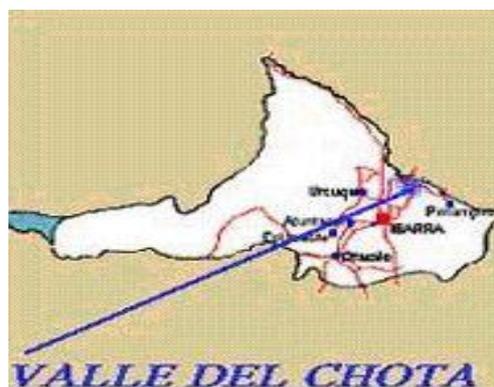
4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.2.1 MACRO- LOCALIZACIÓN

El proyecto productivo estará ubicado en el Norte del Ecuador, dentro de la provincia de Imbabura, específicamente en el sector denominado Valle del Chota.

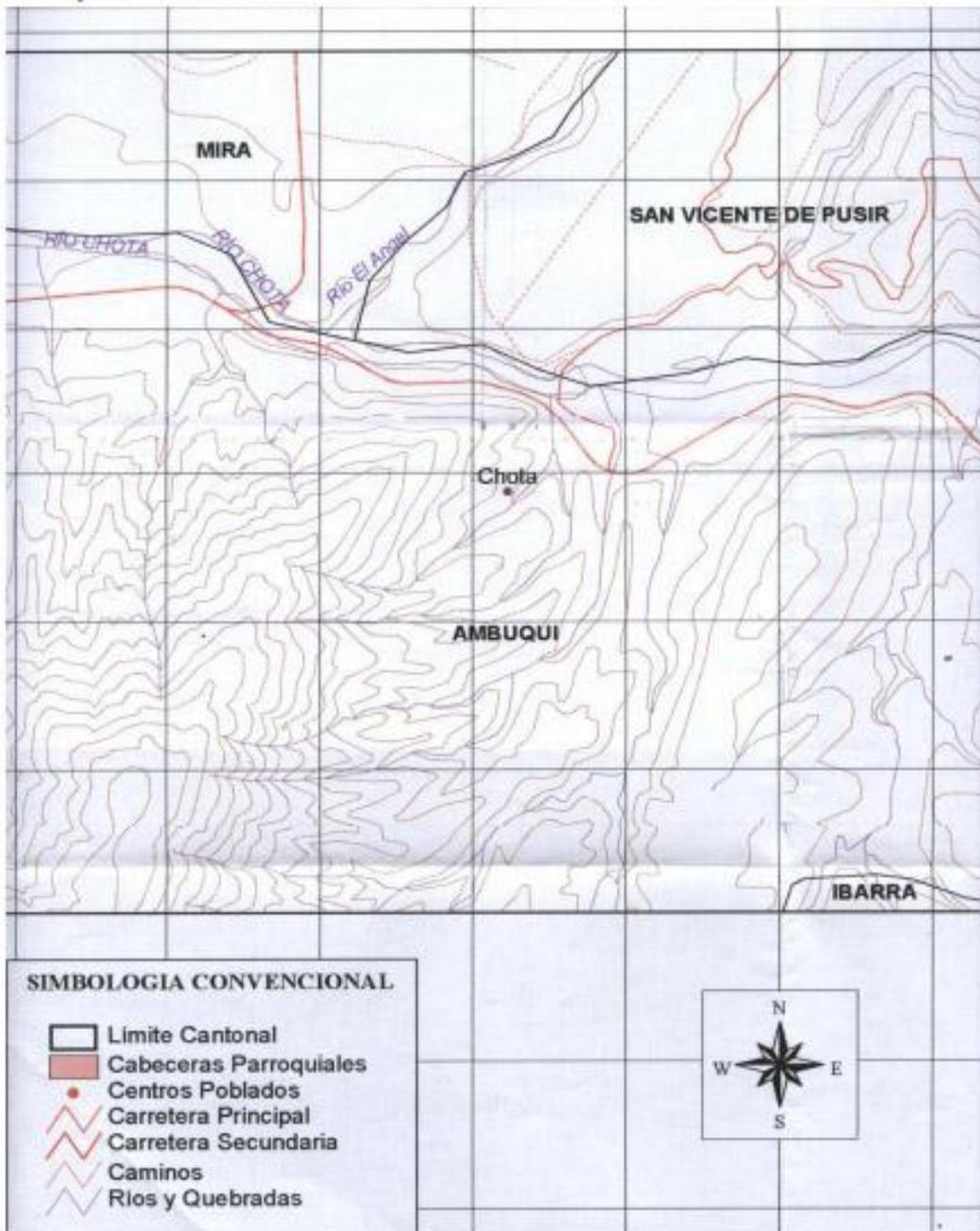
4.2.2 MICRO – LOCALIZACIÓN

El lugar destinado para el Centro de Acopio estará ubicado en la Comunidad de Juncal, en la parroquia Ambuquí, del cantón Ibarra, provincia de Imbabura. El terreno donde se ubicará el Centro de Acopio cuenta con vías de primer, segundo y tercer orden que garantiza el transporte de los productos.



4.2.3 Matriz Localizacional

4.2.3 PLANO DE MICRO – LOCALIZACIÓN



4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

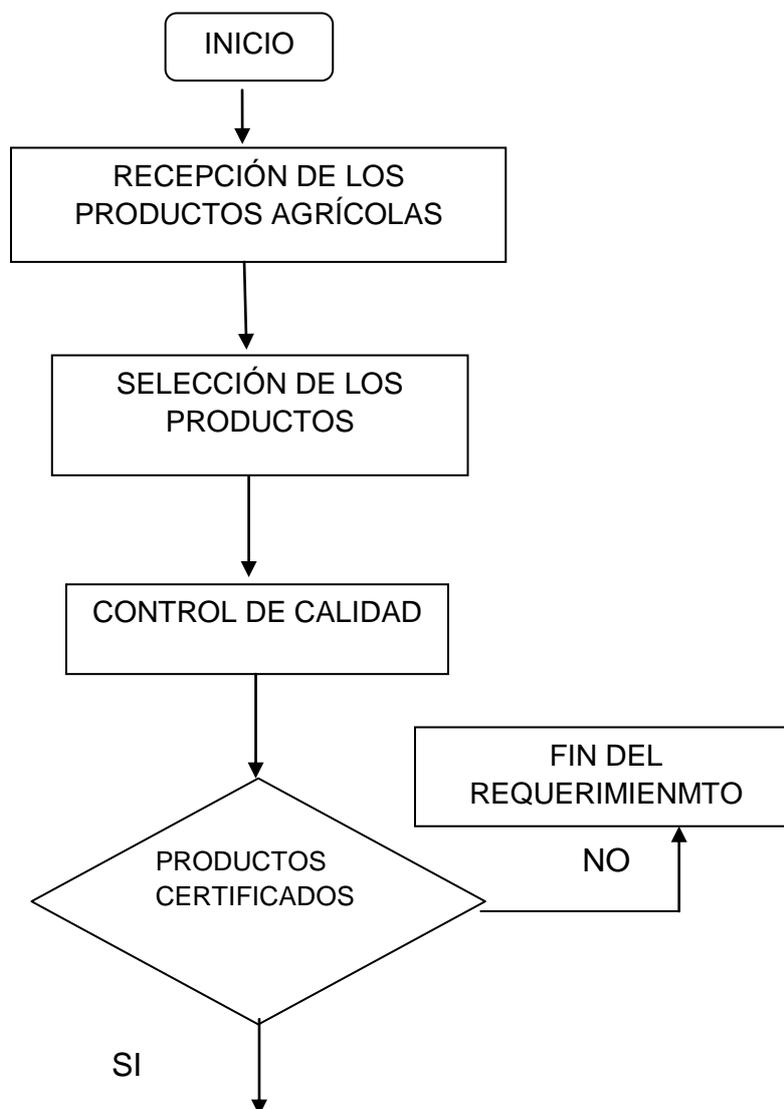
4.3.1 PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y/O PRESTACIÓN DE SERVICIOS

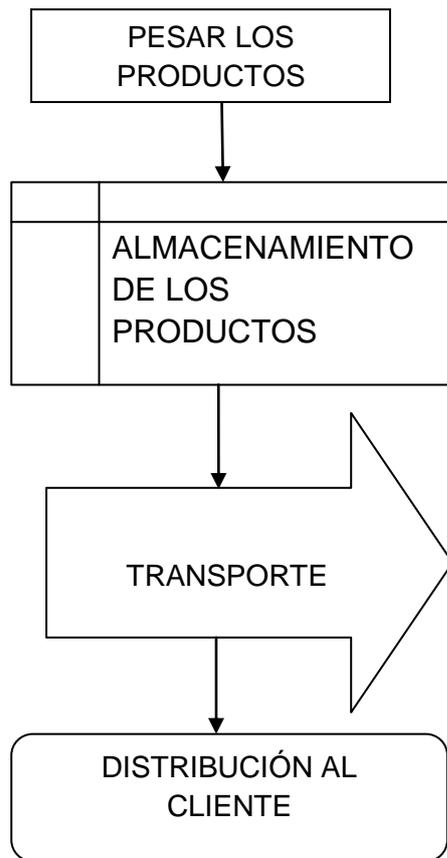
El diagrama es un instrumento según el cual se da a conocer en forma general los pasos que se realizan para desarrollar cierta actividad.

4.3.1.1 DIAGRAMA DE FLUJO

DIAGRAMA DEL PROCESO DE ACOPIO

Los procesos que se ejecutarán dentro del centro de acopio son los siguientes:





Dentro del proceso de acopio se seguirán varios procedimientos lógicos y necesarios, los mismos que empezarán por:

- Recibir los productos que los agricultores ofrecerán al Centro de Acopio.
- Clasificar los productos de acuerdo al tipo y tamaño.
- Realizar el control de calidad, si los productos son de buena calidad se procederá a pesar, caso contrario se devolverá al agricultor.
- Limpiar los productos para mejorar su presentación.
- Pesar los productos para saber los kilogramos y clasificarlos.
- Almacenar los productos en un lugar limpio.
- Transportar y distribuir los productos a los supermercados, micro mercado y despensas.

4.3.2 ASPECTOS DE PRODUCCIÓN

4.3.2.1 REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

El centro de Acopio para desarrollar sus actividades requerirá de la participación de 3 personas directamente, las cuales ocuparán los siguientes cargos:

- 2 Obreros / operarios
- Asesor Comercial

4.3.2.2 REQUERIMIENTOS DE MATERIALES/ MATERIA PRIMA

La 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 semielaborado.

En este proyecto no se transformará el producto, se venderán los productos agrícolas ya como un producto terminado.

Los agricultores de las comunidades de Chota, Carpuela y Juncal serán quienes proveerán de materia prima al Centro de Acopio, los cuales tienen experiencia en el cultivo y entregarán productos de buena calidad.

4.3.3 INFRAESTRUCTURA FÍSICA.

4.3.3.1 SERVICIOS BÁSICOS

El sector es de fácil acceso, cuenta con el espacio físico necesario para el desarrollo del proyecto, dispone de los servicios básicos como energía eléctrica, agua potable y de riego, alcantarillado y teléfono.

4.3.3.2 TERRENO

Se contará con un terreno de 380m², espacio físico suficiente y adecuado para la implantación de este proyecto.

4.3.3.3 VÍAS DE COMUNICACIÓN

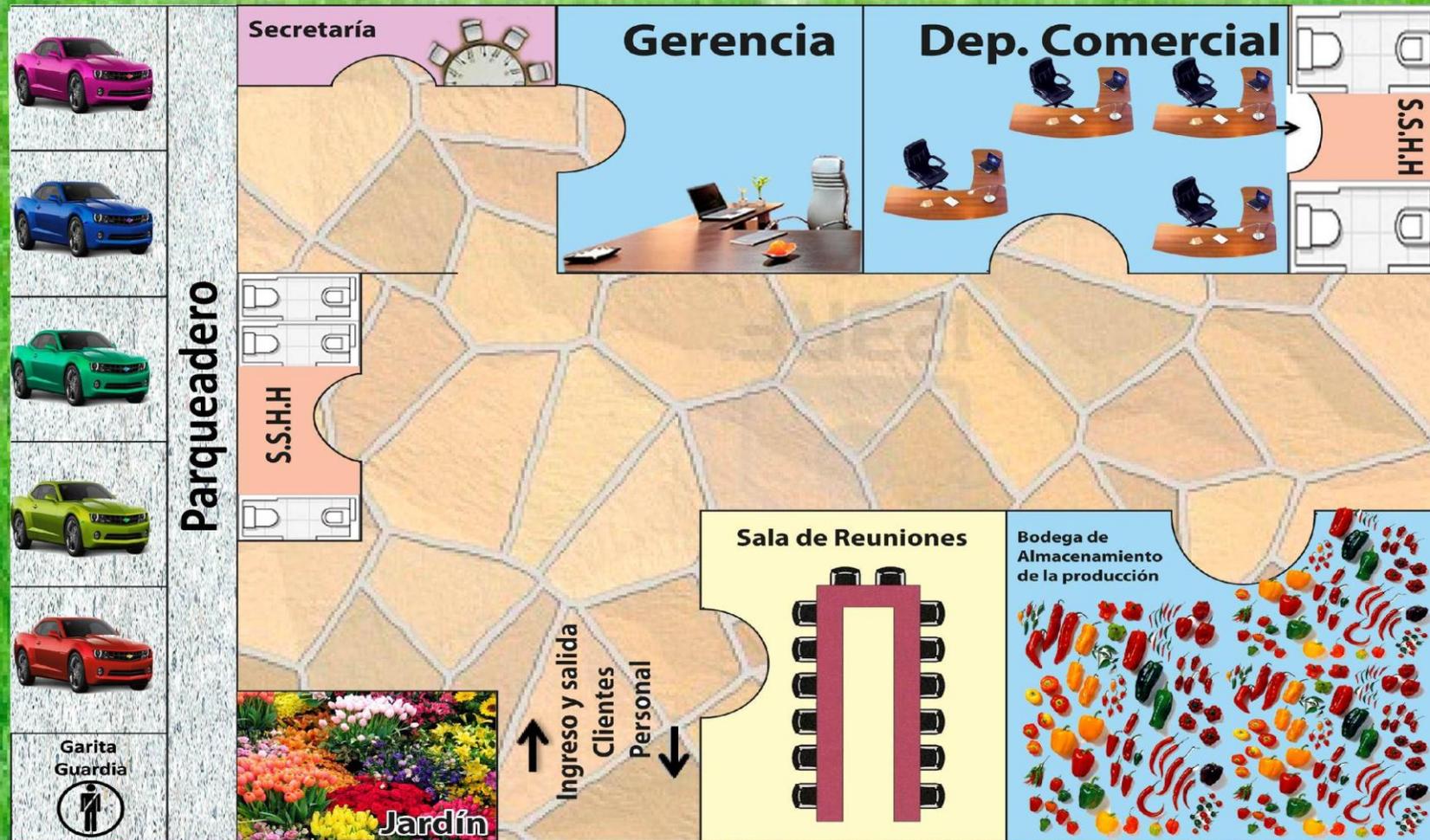
En los últimos años se ha incrementado las vías, carreteras y vehículos de transporte terrestre que permiten a los habitantes de la parroquia Ambuqui trasladarse en el menor tiempo posible con sus productos hacia los clientes, por esta razón se puede llegar con facilidad a los posibles consumidores de la nueva unidad productiva.

4.3.4 DISEÑO DE LAS INSTALACIONES

La nueva unidad productiva estará distribuida de la siguiente manera:

- Área Administrativa
- Bodega de Selección
- Sala de reuniones
- Garita de guardianía
- Baterías Sanitarias
- Jardín
- Parqueadero de Vehículos

Comercializadora Agrícola del Valle



4.3.5 DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA

Para el buen funcionamiento de la unidad productiva es necesario subdividirla en diferentes áreas o secciones las cuales serán de la siguiente manera:

- **Área Administrativa**

Dentro del área administrativa se encuentra:

Gerencia

En la oficina de la gerencia se ejecutará todas las gestiones, la planificación, uno con sus respectivos equipos y accesorios para realizar las actividades. Esta oficina tiene un área total de 12m².

Secretaría

Se encuentra ubicada junto a la oficina de la gerencia, en un área de 8m² y el área servirá también como recepción.

Departamento de Comercialización

Esta oficina tiene un área total de 8m², con sus respectivos equipos y accesorios para realizar las actividades.

- **Área de Selección Y Almacenamiento**

El área de selección y almacenamiento es una bodega compuesta por un cuarto grande frío donde se almacenan los productos, el cual contiene 3 máquinas congeladoras tipo ventiladores grandes, en un área total de 40m².

- **Área de Reuniones**

Es un salón para efectuar las reuniones de socios, en un área total de 35m², con sus respectivos equipos y accesorios para realizar las actividades.

- **Área de Seguridad**

Es el espacio destinado a la cabina del guardia, la construcción tiene un área total de 8m².

- **Área de Baños**

Existe una batería sanitaria, que está incluida todos los accesorios para el personal administrativo, en un área total de 7m²; mientras las otras baterías sanitarias es para uso exclusivo de los trabajadores en un área de 10m².

- **Área Verde**

El verde corresponde a un total 15m²

- **Parqueadero de Vehículos**

El área de parqueadero será de 18m²

4.3.6 DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN

4.3.6.1 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

A continuación se detallan los activos fijos que se invertirán en el proyecto:

- Terreno: Es el espacio físico donde se construirá el edificio de la nueva unidad productiva.

Cuadro N° 13 Terreno

DETALLE	m2	Valor m2	Valor Total
Terreno	380m ²	\$ 7,00	\$2660,00

Elaborado por: La autora de la investigación

- Construcción de la 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 N° 14 Edificio

DETALLE	m2	Valor m2	Valor Total
Obra Civil	210m ²	\$ 183,00	\$ 38430,00

Elaborado por: La autora de la investigación

- Vehículo

Se considera necesario la adquisición de un vehículo el cual será utilizado para el transporte y entrega de los productos hacia los diferentes supermercados, micro-mercados y despensas de la ciudad de Ibarra.

Cuadro N° 15 Vehículo

DETALLE	MARCA	VALOR TOTAL
Camión	Hd-65	\$ 24500,00

Elaborado por: La autora de la investigación

- Maquinaria y Equipo

Dentro de la inversión de maquinaria y equipo comprende todo lo referente a maquinaria y equipos necesarios para el funcionamiento de las áreas administrativas y de producción.

Cuadro N° 16 Maquinaria y Equipo

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Maquinas cargadoras / Montacargas	1	\$17721	\$17721,00
Cámaras de conservación (cámaras de frio o congeladores)	3	\$2000	\$6000,00
Televisor Sony LCD 32"	1	\$630	\$630,00
Balanza (20 Kg)	2	\$1100	\$2200,00
TOTAL			\$26551,00

Elaborado por: La autora de la investigación

- Equipo de computación

Cuadro N° 17 Equipo de Computación

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Impresora multifunción laser	3	80,00	240,00
Computador pantalla plana con todos sus implementos, disco duro de 500GB y memoria de DDR2 4 GB	3	560,00	1680,00
TOTAL			\$ 1920,00

Elaborado por: La autora de la investigación

- Muebles y enseres

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

Cuadro N° 18 Muebles y Enseres

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Estación de trabajo gerencial	1	\$320	\$320
Estación de trabajo tipo secretaria	1	\$263	\$263
Estación de trabajo 1.50 x 1,65	1	\$287	\$287
Sillón gerencial	3	\$99	\$297
Sillón tipo secretaria	1	\$72,8	\$72,8
Sillas cuerina negra	40	\$22,4	\$896
Sillón de espera triple	2	\$151,2	\$302,4
Sillas de cuero negras	2	\$50,4	\$100,8
Mesa de centro	1	\$67,2	\$67,2
Archivadores tipo libreros 2 puertas	3	\$99	\$297
Archivadores aéreos	2	\$58,04	\$116,08
Papeleras 2 servicios	3	\$14,8	\$44,4
TOTAL			\$3063,70

Fuente: Proforma proveedores de la ciudad

Elaborado por: La autora de la investigación.

- Equipo de Oficina

Cuadro N° 19 Equipo de Oficina

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono Inalámbrico	1	\$54	\$54,00
Telefax	1	\$150	\$150,00
Calculadora eléctrica	1	\$100	\$100,00
TOTAL			\$ 304,00

Elaborado por: La autora de la investigación

RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA

Para poner en marcha este proyecto se necesitará de los siguientes materiales, maquinaria y equipo, activos fijos que se resumen a continuación:

Cuadro N° 20 Resumen de la inversión fija

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Terreno	\$ 2.660,00
Obra Civil	\$ 38.430,00
Vehículo	\$ 24.500,00
Maquinaria y Equipo	\$26.551 ,00
Equipo de Computación	\$ 1.920,00
Equipo de Oficina	\$ 304,00
Muebles y Enseres	\$ 3.063,60
TOTAL	\$ 97.428,60

Elaborado por: La autora de la investigación

4.3.6.2 INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

Las inversiones en activos diferidos son todos los gastos que incide 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 inversión.

Cuadro N° 21 Resumen de Inversiones diferidas

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Costos de investigación	\$1000,00
Costos de constitución	\$500,00
Imprevistos (10%)	\$150,00
TOTAL	\$1650,00

Elaborado por: La autora de la investigación

4.3.6.3 CAPITAL DE TRABAJO

Es el capital necesario para poner en marcha la Unidad Productiva, está proyectado para 3 meses capital con el que operará hasta que obtenga sus primeros ingresos por ventas, comprende lo siguiente:

4.3.6.3.1 MATERIA PRIMA DIRECTA

La materia prima para el caso del capital de trabajo no se considera un costo porque el Centro de Acopio no compra la producción directamente al agricultor, los costos incurridos en la producción son asumidos por el agricultor.

Cuadro N° 22 Materia Prima

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO EN DÓLARES DEL BULTO / CAJA	CANTIDAD MESUAL DE BULTOS / CAJAS POR OFERTANTES TOTAL	VALOR TOTAL MENSUAL EN DÓLARES DE LOS BULTOS /CAJAS PRODUCIDOS
Ají	Bulto	\$ 18,00	420,00	\$ 7.560,00
Aguacate	Bulto	\$ 35,00	1260,00	\$ 46.620,00
Camote	Bulto	\$ 32,00	384,00	\$ 12.288,00
Limón	Bulto	\$ 12,00	1980,00	\$ 13.860,00
Papaya	Caja	\$ 30,00	1750,00	\$ 52.500,00
Pimiento	Bulto	\$ 28,00	1750,00	\$ 52.500,00
Tomate riñón	Caja	\$ 20,00	2600,00	\$ 23.400,00
Vainita	Bulto	\$ 12,00	480,00	\$ 5.760,00
Yuca	Bulto	\$ 22,00	770,00	\$ 16.940,00
TOTAL			11394,00	\$ 231.428,00

Elaborado por: La autora de la investigación

4.3.6.3.2 MANO DE OBRA DIRECTA

Cuadro N° 23 Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA	N°	SALARIO MENSUAL	VALOR MENSUAL TOTAL
Obrero/ operarios	2	292,00	\$584,00
TOTAL			\$584,00

Elaborado por: La autora de la investigación

4.3.6.3.3 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Cuadro N° 24 Mano de Obra Indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA	N°	SALARIO MENSUAL	VALOR TOTAL MENSUAL
Conserje	1	300,00	\$300,00
Guardia	1	350,00	\$350,00
TOTAL			\$650,00

Elaborado por: La autora de la investigación

Cuadro N° 25 Gastos Variables

GASTOS VARIABLES	COSTO MENSUAL	VALOR TOTAL MENSUAL
Combustible vehículo	30,00	\$30,00
TOTAL		\$30,00

Elaborado por: La autora de la investigación

RESUMEN DE LOS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Cuadro N° 26 Resumen de los Costos Indirectos de Fabricación

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Mano de Obra Indirecta	\$650,00
Gastos variables	\$30,00
TOTAL	\$680,00

Elaborado por: La autora de la investigación

4.3.6.3.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Cuadro N° 27 Gastos Administrativos

PERSONAL ADMINISTRATIVO	N°	SALARIO MENSUAL	VALOR TOTAL
Gerente Administrador del Proyecto	1	420,00	\$420,00
Secretaria / contadora	1	292,00	\$292,00
TOTAL		712,00	\$712,00

Elaborado por: La autora de la investigación

4.3.6.3.5 GASTOS DE VENTA

Cuadro N° 28 Gastos de Ventas

DESCRIPCIÓN	N°	COSTO MENSUAL	VALOR MENSUAL TOTAL
Asesor Comercial	1	350,00	\$350,00
Publicidad		150,00	\$150,00
TOTAL			\$450,00

Elaborado por: La autora de la investigación

4.3.6.3.6 OTROS GASTOS

Cuadro N° 29 Otros Gastos

Servicios básicos	Costo mensual	Costo anual
Agua potable (cm ³)	\$15,00	\$180,00
Electricidad (kw)	\$30,00	\$360,00
Teléfono	\$15,00	\$180,00
Total	\$60,00	\$720,00

Elaborado por: La autora de la investigación

Cuadro N° 30 RESUMEN DEL CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR HASTA LOS 3 MESES
Materia Prima Directa	\$ 0,00	\$ 0,00
Mano de Obra Directa	\$ 584,00	\$ 1.752,00
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 680,00	\$ 2.040,00
Gastos Administrativos	\$ 712,00	\$ 2.136,00
Gastos de Ventas	\$ 450,00	\$ 1.350,00
Otros Gastos	\$ 60,00	\$ 180,00
TOTAL	\$ 2.486,00	\$ 7.458,00
Imprevistos (5%)	\$ 124,30	\$ 372,90
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 2.610,30	\$ 7.830,90

Elaborado por: La autora de la investigación

4.3.6.4 INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

La inversión total del proyecto es de \$ 106.909,50 dólares, a continuación detallamos los rubros:

Cuadro N° 31 Resumen de la Inversión Total

DETALLE	VALOR
1. INVERSIÓN FIJA	\$ 97.428,60
Terreno	\$ 2.660,00
Obra Civil	\$ 38.430,00
Vehículo	\$ 24.500,00
Maquinaria y Equipo	\$26.551 ,00
Equipo de Computación	\$ 1.920,00
Equipo de Oficina	\$ 304,00
Muebles y Enseres	\$ 3.063,60
2. INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 1.650,00
Gastos de Investigación y Constitución	\$ 1.650,00
3. CAPITAL DE TRABAJO	\$ 7.830,90
Materia Prima Directa	\$ 0,00
Mano de Obra Directa	\$ 1.752,00
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 2.040,00
Gastos Administrativos	\$ 2.136,00
Gastos de Ventas	\$ 1.350,00
Otros Gastos	\$ 180,00
Total	\$ 7.458,00
+ Imprevistos (5%)	\$ 372,90
INVERSIÓN TOTAL (1 +2 +3)	\$ 106.909,50

Elaborado por: La autora de la investigación

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio económico financiero está basado en aspectos matemáticos y análisis financieros, con los cuales se puede determinar la factibilidad o viabilidad económica del proyecto.

El análisis económico se lo realiza para determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total para la realización del proyecto de creación de un Centro de Acopio para la comercialización de productos agrícolas, así como los indicadores que servirán de base para establecer el tiempo de recuperación de la inversión.

5. 1 DETERMINACIÓN DE INGRESOS

Los ingresos proyectados para este proyecto provienen de la comercialización de productos agrícolas de las comunidades de Chota, Carpuela y Juncal a los diferentes supermercados, micro mercados, comisariatos y despensas más concurridas de la provincia de Imbabura.

Se ha determinado un porcentaje de ingreso al proyecto del 3% del valor total de las ventas.

A continuación en el cuadro siguiente se presenta la proyección de la comercialización de los productos en cajas y bultos respectivamente y los ingresos que genera dicha comercialización:

Cuadro N° 32 Proyección de Ingresos por Ventas

PRODUCTO	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
AJÍ					
Cantidad	5040	5181	5326	5475	5629
Costo Unitario	\$ 20,70	\$ 21,63	\$ 22,59	\$ 23,60	\$ 24,66
Ingreso	\$ 104.328,00	\$ 112.043,22	\$ 120.329,00	\$ 129.227,52	\$ 138.784,10
Ingreso Real al Proyecto 3%	\$ 3129,84	\$ 3361,30	\$ 3609,87	\$ 3876,83	\$ 4163,52
AGUACATE					
Cantidad	15120,00	15543,36	15978,57	16425,97	16885,90
Precio	\$ 40,25	\$ 42,05	\$ 43,93	\$ 45,89	\$ 47,94
Ingreso	\$ 608.580,00	\$ 653.585,46	\$ 701.919,16	\$ 753.827,20	\$ 809.573,93
Ingreso Real al Proyecto 3%	\$ 18.257,40	\$ 19.607,56	\$ 21.057,57	\$ 22.614,82	\$ 24.287,22
CAMOTE					
Cantidad	4608,00	4737,02	4869,66	5006,01	5146,18
Precio	\$ 32,20	\$ 33,64	\$ 35,14	\$ 36,71	\$ 38,36
Ingreso	\$ 148.377,60	\$ 159.350,36	\$ 171.134,58	\$ 183.790,25	\$ 197.381,83
Ingreso Real al Proyecto 3%	\$ 4.451,33	\$ 4.780,51	\$ 5.134,04	\$ 5.513,71	\$ 5.921,46
LIMÓN					
Cantidad	23760,00	24425,28	25109,19	25812,25	26534,99
Precio	\$ 13,80	\$ 14,46	\$ 15,15	\$ 15,87	\$ 16,63
Ingreso	\$ 327.888,00	\$ 353.147,05	\$ 380.351,94	\$ 409.652,58	\$ 441.210,42
Ingreso Real al Proyecto 3%	\$ 9.836,64	\$ 10.594,41	\$ 11.410,56	\$ 12.289,58	\$ 13.236,31

PAPAYA					
Cantidad	21000,00	21588,00	22192,46	22813,85	23452,64
Precio	\$ 34,50	\$ 36,04	\$ 37,65	\$ 39,34	\$ 41,09
Ingreso	\$ 724.500,00	\$ 778.077,93	\$ 835.618,04	\$ 897.413,33	\$ 963.778,49
Ingreso Real al Proyecto 3%	\$ 21.735,00	\$ 23.342,34	\$ 25.068,54	\$ 26.922,40	\$ 28.913,35
PIMIENTO					
Cantidad	21000,00	21588,00	22192,46	22813,85	23452,64
Precio	\$ 32,20	\$ 33,64	\$ 35,14	\$ 36,71	\$ 38,36
Ingreso	\$ 676.200,00	\$ 726.206,07	\$ 779.910,17	\$ 837.585,78	\$ 899.526,59
Ingreso Real al Proyecto 3%	\$ 20.286,00	\$ 21.786,18	\$ 23.397,31	\$ 25.127,57	\$ 26.985,80
TOMATE RIÑÓN					
Cantidad	31200,00	32073,60	32971,66	33894,87	34843,92
Precio	\$ 23,00	\$ 24,03	\$ 25,10	\$ 26,22	\$ 27,40
Ingreso	\$ 717.600,00	\$ 770.667,67	\$ 827.659,78	\$ 888.866,54	\$ 954.599,64
Ingreso Real al Proyecto 3%	\$ 21.528,00	\$ 23.120,03	\$ 24.829,79	\$ 26.666,00	\$ 28.637,99
VAINITA					
Cantidad	5760,00	5921,28	6087,08	6257,51	6432,72
Precio	\$ 13,80	\$ 14,42	\$ 15,06	\$ 15,73	\$ 16,44
Ingreso	\$ 79.488,00	\$ 85.366,26	\$ 91.679,24	\$ 98.459,06	\$ 105.740,27
Ingreso Real al Proyecto 3%	\$ 2.384,64	\$ 2.560,99	\$ 2.750,38	\$ 2.953,77	\$ 3.172,21
YUCA					
Cantidad	9240,00	9498,72	9764,68	10038,10	10319,16
Precio	\$ 25,30	\$ 26,43	\$ 27,61	\$ 28,85	\$ 30,14
Ingreso	\$ 233.772,00	\$ 251.059,81	\$ 269.626,09	\$ 289.565,37	\$ 310.979,19

Ingreso Real al Proyecto 3%	\$ 7.013,16	\$ 7.531,79	\$ 8.088,78	\$ 8.686,96	\$ 9.329,38
TOTAL INGRESOS	\$ 3.620.733,60	\$ 3.889.503,85	\$ 4.178.227,99	\$ 4.488.387,64	\$ 4.821.574,45
TOTAL INGRESOS AL PROYECTO	\$ 108.622,01	\$ 116.685,12	\$ 125.346,84	\$ 134.651,63	\$ 144.647,23

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2 DETERMINACIÓN DE EGRESOS

Los egresos a incurrir son aquellos costos y gastos que permitirán desarrollar la prestación del servicio.

Los egresos que “Comercializadora Agrícola del valle” debe afrontar durante su vida útil, están basados en rubros como: materia prima directa, costo de personal, suministros, servicios, otros gastos y demás costos que son necesarios para el funcionamiento del presente proyecto.

5.2.1. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción están formados por tres elementos: materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

5.2.1.1 MATERIA PRIMA DIRECTA

Es la que constituye dentro del proceso de transformación de un producto, el producto terminado. En este proyecto la materia prima directa son los productos agrícolas tales como: Ají, Aguacate, Camote, Limón, Papaya, Pimiento, Tomate riñón, Vainita, Yuca que serán entregados por el agricultor, los mismas que se venderán como producto terminado.

Para establecer los costos de la materia prima en los años futuros, se consideró de acuerdo al índice de inflación del año 2011 a una tasa del 4,47%.

El costo de materia prima no se considera un egreso para el proyecto porque no se compra la producción de manera directa al agricultor, pero es de suma importancia determinar el costo para proceder a calcular el precio de venta.

Cuadro N° 33 Materia Prima Directa

PRODUCTO	COSTO AÑO 2011	COSTO AÑO 2012	COSTO AÑO 2013	COSTO AÑO 2014	COSTO AÑO 2015
AJÍ					
Cantidad	5040	5181	5326	5475	5629
Costo Unitario	\$ 18,00	\$ 18,80	\$ 19,65	\$ 20,52	\$ 21,44
Costo Total	\$ 90.720,00	\$ 97.428,89	\$ 104.633,91	\$ 112.371,76	\$ 120.681,83
AGUACATE					
Cantidad	15120	15543	15979	16426	16886
Costo Unitario	\$ 35,00	\$ 36,56	\$ 38,20	\$ 39,91	\$ 41,69
Costo Total	\$ 529.200,00	\$ 568.335,19	\$ 610.364,48	\$ 655.501,91	\$ 703.977,33
CAMOTE					
Cantidad	4608,00	4737	4870	5006	5146
Costo Unitario	\$ 28,00	\$ 29,25	\$ 30,56	\$ 31,93	\$ 33,35
Costo Total	\$ 129.024,00	\$ 138.565,53	\$ 148.812,67	\$ 159.817,61	\$ 171.636,38
LIMÓN					
Cantidad	23760	24425	25109	25812	26535
Costo Unitario	\$ 12,00	\$ 12,54	\$ 13,10	\$ 13,68	\$ 14,29
Costo Total	\$ 285.120,00	\$ 306.205,08	\$ 328.849,44	\$ 353.168,38	\$ 379.285,74
PAPAYA					
Cantidad	21000	21588	22192	22814	23453

Costo Unitario	\$ 30,00	\$ 31,34	\$ 32,74	\$ 34,21	\$ 35,73
Costo Total	\$ 630.000,00	\$ 676.589,51	\$ 726.624,38	\$ 780.359,42	\$ 838.068,25
PIMIENTO					
Cantidad	21000	21588	22192	22814	23453
Costo Unitario	\$ 28,00	\$ 29,25	\$ 30,56	\$ 31,93	\$ 33,35
Costo Total	\$ 588.000,00	\$ 631.483,54	\$ 678.182,76	\$ 728.335,46	\$ 782.197,03
TOMATE RIÑÓN					
Cantidad	31200	32074	32972	33895	34844
Costo Unitario	\$ 20,00	\$ 20,89	\$ 21,83	\$ 22,80	\$ 23,82
Costo Total	\$ 624.000,00	\$ 670.145,80	\$ 719.704,15	\$ 772.927,43	\$ 830.086,65
VAINITA					
Cantidad	5760	5921	6087	6258	6433
Costo Unitario	\$ 12,00	\$ 12,54	\$ 13,10	\$ 13,68	\$ 14,29
Costo Total	\$ 69.120,00	\$ 74.231,53	\$ 79.721,08	\$ 85.616,58	\$ 91.948,06
YUCA					
Cantidad	9240	9499	9765	10038	10319
Costo Unitario	\$ 22,00	\$ 22,98	\$ 24,01	\$ 25,08	\$ 26,21
Costo Total	\$ 203.280,00	\$ 218.312,88	\$ 234.457,47	\$ 251.795,97	\$ 270.416,69
TOTAL COSTOS	\$ 3.148.464,00	\$ 3.381.297,95	\$ 3.631.350,34	\$ 3.899.894,51	\$ 4.188.297,95

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2.1.2 MANO DE OBRA DIRECTA

Es la fuerza de trabajo que participa directamente en la transformación del producto de la materia prima en productos terminados, ya sea que intervenga manualmente o mediante la utilización de máquinas. En el Centro de Acopio se tendrá a 3 personas que interviene directamente en los productos.

Para establecer los costos de la mano de obra directa en los años futuros, se consideró de acuerdo al índice de inflación del año 2011 a una tasa del 4,47%

Cuadro N° 34 Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA (AÑO 1)	SALARIO MENSUAL	VALOR ANUAL	APOORTE PATRONAL MENSUAL	APOORTE PATRONAL ANUAL	DÉCIMO 3ER SUELDO	DÉCIMO 4TO SUELDO	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL
Obrero/ operarios	292,00	3.504,00	32,56	390,70	292,00	292,00	4.478,70
Obrero/ operarios	292,00	3.504,00	32,56	390,70	292,00	292,00	4.478,70
TOTAL	584,00	7.008,00	65,12	781,39	584,00	584,00	8.957,39

Elaborado por: La autora de la investigación

Cuadro N° 35 Mano de Obra Directa Proyectada

MANO DE OBRA DIRECTA	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Obreros / operarios	\$ 4.478,70	\$ 4.983,95	\$ 5.206,73	\$ 5.451,44	\$ 5.707,66
Obreros / operarios	\$ 4.478,70	\$ 4.983,95	\$ 5.206,73	\$ 5.451,44	\$ 5.707,66
TOTAL	\$ 8.957,39	\$ 9.967,89	\$ 10.413,46	\$ 10.902,89	\$ 11.415,33

Fuente: Análisis la autora

Elaboración: La Autora de la investigación

5.2.1.3 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Constituyen todos los elementos adicionales necesarios para la elaboración de un producto, como agua, luz, y otros costos indirectos, todos estos costos indirectos junto con los materiales indirectos, la mano de obra indirecta constituyen el tercer elemento del costo de producción.

Para establecer los costos indirectos de producción en los años futuros, se consideró de acuerdo al índice de inflación del año 2011 a una tasa del 4,47%

- **MANO DE OBRA INDIRECTA**

Cuadro N° 36 Mano de Obra Indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA	SALARIO MENSUAL UNITARIO	VALOR ANUAL	APOORTE PATRONAL MENSUAL	APOORTE PATRONAL ANUAL	DÉCIMO 3ER SUELDO	DÉCIMO 4TO SUELDO	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL
Conserje	300,00	3.600,00	33,45	401,40	292,00	292,00	4.585,40
Guardia	350,00	4.200,00	39,03	468,30	292,00	292,00	5.252,30
TOTAL	650,00	7.800,00	72,48	869,70	584,00	584,00	9.837,70

Elaborado por: La autora de la investigación

- **GASTOS VARIABLES**

Cuadro N° 37 Gastos Variables

GASTOS VARIABLES	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
Combustible vehículo	30,00	360,00
TOTAL	30,00	360,00

Elaborado por: La autora de la investigación

RESUMEN COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN PROYECTADOS

Cuadro N° 38 Resumen costos indirectos de fabricación proyectados

DESCRIPCIÓN	COSTO AÑO 1	COSTO AÑO 2	COSTO AÑO 3	COSTO AÑO 4	COSTO AÑO 5
Mano de Obra Indirecta	\$ 9.837,70	\$ 11.094,40	\$ 11.590,32	\$ 12.108,41	\$ 12.649,65
Conserje	\$ 4.585,40	\$ 5.120,49	\$ 5.349,38	\$ 5.588,50	\$ 5.838,30
Guardia	\$ 5.252,30	\$ 5.973,91	\$ 6.240,94	\$ 6.519,91	\$ 6.811,35
Gastos variables	\$ 360,00	\$ 376,09	\$ 392,90	\$ 410,47	\$ 428,81
Combustible vehículo	\$ 360,00	\$ 376,09	\$ 392,90	\$ 410,47	\$ 428,81
TOTAL	\$ 10.197,70	\$ 11.470,49	\$ 11.983,22	\$ 12.518,87	\$ 13.078,47

Elaborado por: La autora de la investigación

RESUMEN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN

Cuadro N° 39 Resumen de los Costos de Producción

COSTOS	COSTO AÑO 2011	COSTO AÑO 2012	COSTO AÑO 2013	COSTO AÑO 2014	COSTO AÑO 2015
Materia Prima	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Mano De Obra Directa	\$ 8.957,39	\$ 9.967,89	\$ 10.413,46	\$ 10.902,89	\$ 11.415,33
Costos Indirectos De Fabricación	\$ 10.197,70	\$ 11.470,49	\$ 11.983,22	\$ 12.518,87	\$ 13.078,47
Imprevistos 3%	\$ 574,65	\$ 643,15	\$ 671,90	\$ 702,65	\$ 734,81
TOTAL	\$ 19.729,74	\$ 22.081,53	\$ 23.068,58	\$ 24.124,41	\$ 25.228,61

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa.

Además incluyen sueldos y salarios, suministros de oficina, mantenimiento, entre otras.

La proyección de los gastos administrativos se consideró un incremento anual del 4,47%, de acuerdo al índice de inflación del año 2011

5.2.2.3 SUELDOS ADMINISTRATIVOS

Los sueldos administrativos son los salarios del personal administrativos, el cual tendrá a su cargo la dirección de la microempresa en las áreas administrativa, financiera y comercial.

En el caso del Centro de Acopio serán los sueldos del Gerente, Secretaria.

Cuadro N° 40 Sueldos y Salarios Administrativos

PERSONAL	SALARIO MENSUAL UNITARIO	VALOR ANUAL	APORTE PATRONAL MENSUAL	APORTE PATRONAL ANUAL	DÉCIMO 3ER SUELDO	DÉCIMO 4TO SUELDO	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL
Gerente Administrador del Proyecto	\$ 420,00	\$ 5.040,00	\$ 46,83	\$ 561,96	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 6.441,96
Secretaria / contadora	\$ 292,00	\$ 3.504,00	\$ 32,56	\$ 390,70	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 4.478,70
TOTAL	\$ 712,00	\$ 8.544,00	\$ 79,39	\$ 952,66	\$ 712,00	\$ 712,00	\$ 10.920,66

Elaborado por: La autora de la investigación

Cuadro N° 41 Sueldos y Salarios Administrativos Projectados

PERSONAL	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente Administrador del Proyecto	\$ 6.441,96	\$ 7.168,69	\$ 7.489,13	\$ 7.841,12	\$ 8.209,65
Secretaria / contadora	\$ 4.478,70	\$ 4.983,95	\$ 5.206,73	\$ 5.451,44	\$ 5.707,66
TOTAL	\$ 10.920,66	\$ 12.152,64	\$ 12.695,86	\$ 13.292,56	\$ 13.917,31

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2.2.2 SUMINISTROS Y MATERIALES DE OFICINA

Son las adquisiciones de suministros de oficina que serán utilizados en las diferentes actividades administrativas del Centro de Acopio y por lo general se realiza una vez al año.

La proyección de los gastos por suministros de oficina se consideró un incremento anual del 4,47%, de acuerdo al índice de inflación del año 2011.

Cuadro N° 42 Suministros de Oficina

MATERIALES	CANT.	COSTO UNITARIO	COSTO AÑO 2011	COSTO AÑO 2012	COSTO AÑO 2013	COSTO AÑO 2014	COSTO AÑO 2015
Almohadilla para sellos	3	\$ 1,00	\$ 3,00	\$ 3,13	\$ 3,27	\$ 3,42	\$ 3,57
Carpetas Archivadoras	20	\$ 2,89	\$ 57,80	\$ 60,38	\$ 63,08	\$ 65,90	\$ 68,85
Cinta de Embalaje	16	\$ 0,80	\$ 12,80	\$ 13,37	\$ 13,97	\$ 14,59	\$ 15,25
Clips Estándar	4	\$ 0,30	\$ 1,20	\$ 1,25	\$ 1,31	\$ 1,37	\$ 1,43
Corrector líquidos	16	\$ 0,45	\$ 7,20	\$ 7,52	\$ 7,86	\$ 8,21	\$ 8,58
Cuadernos	8	\$ 1,50	\$ 12,00	\$ 12,54	\$ 13,10	\$ 13,68	\$ 14,29
Esferos	16	\$ 0,25	\$ 4,00	\$ 4,18	\$ 4,37	\$ 4,56	\$ 4,76
Grapadora	3	\$ 5,50	\$ 16,50	\$ 17,24	\$ 18,01	\$ 18,81	\$ 19,65
Papel bond	20	\$ 3,30	\$ 66,00	\$ 68,95	\$ 72,03	\$ 75,25	\$ 78,62
Papel para calculadora eléctrica	5	\$ 1,00	\$ 5,00	\$ 5,22	\$ 5,46	\$ 5,70	\$ 5,96
Papel para Fax	4	\$ 9,50	\$ 38,00	\$ 39,70	\$ 41,47	\$ 43,33	\$ 45,26
Perforadoras	3	\$ 5,00	\$ 15,00	\$ 15,67	\$ 16,37	\$ 17,10	\$ 17,87
Saca grapas	3	\$ 0,85	\$ 2,55	\$ 2,66	\$ 2,78	\$ 2,91	\$ 3,04
Sellos	3	\$ 3,50	\$ 10,50	\$ 10,97	\$ 11,46	\$ 11,97	\$ 12,51
Toner para impresora	3	\$ 67,00	\$ 201,00	\$ 209,98	\$ 219,37	\$ 229,18	\$ 239,42
TOTAL			\$ 452,55	\$ 472,78	\$ 493,91	\$ 515,99	\$ 539,05

Fuente: Proveedores de la ciudad

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2.2.3 SUMINISTROS DE ASEO Y LIMPIEZA

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

La proyección de los gastos por suministros de aseo y limpieza se consideró un incremento anual del 4,47%, de acuerdo al índice de inflación del año 2011.

Cuadro N° 43 Suministros de Aseo Y Limpieza

MATERIALES	CANT.	COSTO UNITARIO	COSTO AÑO 2011	COSTO AÑO 2012	COSTO AÑO 2013	COSTO AÑO 2014	COSTO AÑO 2015
Ambientales Spray	12	\$ 2,25	\$ 27,00	\$ 28,21	\$ 29,47	\$ 30,78	\$ 32,16
Cepillo de baño	4	\$ 1,20	\$ 4,80	\$ 5,01	\$ 5,24	\$ 5,47	\$ 5,72
Desinfectante	5	\$ 2,50	\$ 12,50	\$ 13,06	\$ 13,64	\$ 14,25	\$ 14,89
Detergente	7	\$ 4,10	\$ 28,70	\$ 29,98	\$ 31,32	\$ 32,72	\$ 34,19
Escobas plásticas	4	\$ 2,20	\$ 8,80	\$ 9,19	\$ 9,60	\$ 10,03	\$ 10,48
Limpiones Marca Vileda	12	\$ 0,89	\$ 10,68	\$ 11,16	\$ 11,66	\$ 12,18	\$ 12,72
Recogedor de basura	4	\$ 1,75	\$ 7,00	\$ 7,31	\$ 7,64	\$ 7,98	\$ 8,34
Toallas de Tocador	4	\$ 2,00	\$ 8,00	\$ 8,36	\$ 8,73	\$ 9,12	\$ 9,53
Trapeadores	4	\$ 2,50	\$ 10,00	\$ 10,45	\$ 10,91	\$ 11,40	\$ 11,91
TOTAL			\$ 117,48	\$ 122,73	\$ 128,22	\$ 133,95	\$ 139,94

Fuente: Proveedores de la ciudad

Elaborado por: La autora de la investigación

RESUMEN DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS

Cuadro N° 44 Resumen de los Gastos Administrativos.

DESCRIPCIÓN	COSTO AÑO 2011	COSTO AÑO 2012	COSTO AÑO 2013	COSTO AÑO 2014	COSTO AÑO 2015
Sueldos Administrativos	\$ 10.664,66	\$ 11.751,47	\$ 12.276,76	\$ 12.853,77	\$ 13.457,90
Suministros y Materiales de Oficina	\$ 452,55	\$ 472,78	\$ 493,91	\$ 515,99	\$ 539,05
Suministros de Aseo y Limpieza	\$ 117,48	\$ 122,73	\$ 128,22	\$ 133,95	\$ 139,94
Imprevistos 3%	\$ 337,04	\$ 370,41	\$ 386,97	\$ 405,11	\$ 424,11
TOTAL	\$ 11.571,73	\$ 12.717,39	\$ 13.285,86	\$ 13.908,82	\$ 14.560,99

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2.3 GASTOS DE VENTA

Son todos los gastos producidos por la ejecución de la función de ventas. En este proyecto incluimos en sueldo del Asesor de Ventas y valor por publicidad que se realizará en los medios de comunicación más populares de la provincia.

Cuadro N° 45 Salarios de Ventas

CARGO	SALARIO MENSUAL UNITARIO	VALOR ANUAL	APORTE PATRONAL MENSUAL	APORTE PATRONAL ANUAL	DÉCIMO 3ER SUELDO	DÉCIMO 4TO SUELDO	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL
Asesor de Ventas	\$ 350,00	\$ 4.200,00	\$ 39,03	\$ 468,30	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 5.368,30
TOTAL	\$ 350,00	\$ 4.200,00	\$ 39,03	\$ 468,30	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 5.368,30

Elaborado por: La autora de la investigación

Cuadro N° 46 Salarios de Venta Proyectados

CARGO	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL AÑO 1	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL AÑO 2	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL AÑO 3	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL AÑO 4	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL AÑO 5
Asesor de Ventas	\$ 5.368,30	\$ 5.973,91	\$ 6.240,94	\$ 6.534,27	\$ 6.841,38
TOTAL	\$ 5.368,30	\$ 5.973,91	\$ 6.240,94	\$ 6.534,27	\$ 6.841,38

Elaborado por: La autora de la investigación

Cuadro N° 47 Publicidad

DESCRIPCIÓN	COSTO AÑO 2011	COSTO AÑO 2012	COSTO AÑO 2013	COSTO AÑO 2014	COSTO AÑO 2015
Publicidad	\$ 1.800,00	\$ 1.880,46	\$ 1.964,52	\$ 2.052,33	\$ 2.144,07
TOTAL	\$ 1.800,00	\$ 1.880,46	\$ 1.964,52	\$ 2.052,33	\$ 2.144,07

Elaborado por: La autora de la investigación

RESUMEN DE GASTOS DE VENTA

Cuadro N° 48 Gastos de Venta

DESCRIPCIÓN	COSTO AÑO 2011	COSTO AÑO 2012	COSTO AÑO 2013	COSTO AÑO 2014	COSTO AÑO 2015
Asesor de Ventas	\$ 5.368,30	\$ 5.973,91	\$ 6.240,94	\$ 6.534,27	\$ 6.841,38
Publicidad	\$ 1.800,00	\$ 1.880,46	\$ 1.964,52	\$ 2.052,33	\$ 2.144,07
TOTAL	\$ 7.168,30	\$ 7.854,37	\$ 8.205,46	\$ 8.586,60	\$ 8.985,45

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2.4 OTROS GASTOS

Cuadro N° 49 Otros Gastos

DESCRIPCIÓN	COSTO AÑO 2011	COSTO AÑO 2012	COSTO AÑO 2013	COSTO AÑO 2014	COSTO AÑO 2015
Agua potable	\$ 180,00	\$ 188,05	\$ 196,45	\$ 205,23	\$ 214,41
Electricidad	\$ 360,00	\$ 376,09	\$ 392,90	\$ 410,47	\$ 428,81
Teléfono	\$ 180,00	\$ 188,05	\$ 196,45	\$ 205,23	\$ 214,41
Total	\$ 720,00	\$ 752,18	\$ 752,18	\$ 785,81	\$ 820,93

Elaborado por: La autora de la investigación

5.3 NECESIDAD DE CAPITAL

Para que el Centro de Acopio inicie sus actividades requiere de \$ 106.909,50 de los cuales el 100% se financiarán con recursos propios por medio de aportaciones de los socios. Estos recursos le ayudarán al Centro de Acopio a iniciar la construcción de la obra civil, adquirir el vehículo, la maquinaria y equipo, equipar las oficinas para un adecuado funcionamiento.

El mismo que queda de la siguiente manera:

Cuadro N° 50 Composición del Capital

Número de Socios	Valor de Aportación Individual	Valor Total
268 Socios	\$ 398,92	\$ 106.909,50
TOTAL		\$ 106.909,50

Elaborado por: La autora de la investigación

5.4. DEPRECIACIONES

La depreciación consiste en que los activos fijos de la empresa pierden su valor por el uso o por la obsolescencia disminuyendo su potencial servicio,

además es un proceso de asignar a gasto el costo de un activo fijo durante el período en que se usa el activo.

Las depreciaciones se las realizan 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 N° 51 Depreciación

DESCRIPCIÓN	VALOR	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Edificio	\$ 38.430,00	\$ 3.843,00	\$ 1.729,35	\$ 144,11
Muebles y Enseres	\$ 3.063,60	\$ 306,36	\$ 275,72	\$ 22,98
Equipo de Computación	\$ 1.920,00	\$ 192,00	\$ 576,00	\$ 48,00
Equipo de Oficina	\$ 304,00	\$ 30,40	\$ 27,36	\$ 2,28
Maquinaria Y Equipo	\$ 26.551,00	\$ 2.655,10	\$ 2.389,59	\$ 199,13
Vehículo	\$ 24.500,00	\$ 2.450,00	\$ 4.410,00	\$ 367,50
TOTAL	\$ 94.768,60	\$ 9.476,86	\$ 9.408,02	\$ 784,00

Elaborado por: La autora de la investigación

Cuadro N° 52 Proyección de la Depreciación

DESCRIPCIÓN	COSTO AÑO 2011	COSTO AÑO 2012	COSTO AÑO 2013	COSTO AÑO 2014	COSTO AÑO 2015
Edificio	\$ 1.729,35	\$ 1.729,35	\$ 1.729,35	\$ 1.729,35	\$ 1.729,35
Muebles y Enseres	\$ 275,72	\$ 275,72	\$ 275,72	\$ 275,72	\$ 275,72
Equipo de Computación	\$ 576,00	\$ 576,00	\$ 576,00	\$ 576,00	\$ 576,00
Equipo de Oficina	\$ 27,36	\$ 27,36	\$ 27,36	\$ 27,36	\$ 27,36
Maquinaria Y Equipo	\$ 2.389,59	\$ 2.389,59	\$ 2.389,59	\$ 2.389,59	\$ 2.389,59
Vehículo	\$ 4.410,00	\$ 4.410,00	\$ 4.410,00	\$ 4.410,00	\$ 4.410,00
Total	\$ 9.408,02				

Elaborado por: La autora de la investigación

PRESUPUESTO DE EGRESOS

Cuadro N° 53 Egresos

DESCRIPCIÓN	COSTO AÑO 2011	COSTO AÑO 2012	COSTO AÑO 2013	COSTO AÑO 2014	COSTO AÑO 2015
1. Costos Directos	\$ 8.957,39	\$ 9.967,89	\$ 10.413,46	\$ 10.902,89	\$ 11.415,33
Materia Prima Directa	-	-	-	-	-
Mano de Obra Directa	\$ 8.957,39	\$ 9.967,89	\$ 10.413,46	\$ 10.902,89	\$ 11.415,33
2. Costos Indirectos	\$ 10.197,70	\$ 11.470,49	\$ 11.983,22	\$ 12.518,88	\$ 13.078,46
Mano de Obra Indirecta	\$ 9.837,70	\$ 11.094,40	\$ 11.590,32	\$ 12.108,41	\$ 12.649,65
Gastos Variables	\$ 360,00	\$ 376,09	\$ 392,90	\$ 410,47	\$ 428,81
3. Gastos Administrativos	\$ 11.571,73	\$ 12.717,39	\$ 13.285,86	\$ 13.908,82	\$ 14.561,00
Sueldos Administrativos	\$ 10.664,66	\$ 11.751,47	\$ 12.276,76	\$ 12.853,77	\$ 13.457,90
Suministros y Materiales de Oficina	\$ 452,55	\$ 472,78	\$ 493,91	\$ 515,99	\$ 539,05
Suministros de Aseo y Limpieza	\$ 117,48	\$ 122,73	\$ 128,22	\$ 133,95	\$ 139,94
Imprevistos 3%	\$ 337,04	\$ 370,41	\$ 386,97	\$ 405,11	\$ 424,11
4. Gastos de Venta	\$ 7.168,30	\$ 7.854,37	\$ 8.205,46	\$ 8.586,60	\$ 8.985,45
Asesor de Ventas	\$ 5.368,30	\$ 5.973,91	\$ 6.240,94	\$ 6.534,27	\$ 6.841,38
Publicidad	\$ 1.800,00	\$ 1.880,46	\$ 1.964,52	\$ 2.052,33	\$ 2.144,07
5. Otros Gastos	\$ 720,00	\$ 752,18	\$ 752,18	\$ 785,81	\$ 820,93
Agua potable (cm ³)	\$ 180,00	\$ 188,05	\$ 196,45	\$ 205,23	\$ 214,41
Electricidad (kw)	\$ 360,00	\$ 376,09	\$ 392,90	\$ 410,47	\$ 428,81
Teléfono	\$ 180,00	\$ 188,05	\$ 196,45	\$ 205,23	\$ 214,41
6. Depreciación	\$ 9.408,02				
Edificio	\$ 1.729,35	\$ 1.729,35	\$ 1.729,35	\$ 1.729,35	\$ 1.729,35
Muebles y Enseres	\$ 275,72	\$ 275,72	\$ 275,72	\$ 275,72	\$ 275,72
Equipo de Computación	\$ 576,00	\$ 576,00	\$ 576,00	\$ 576,00	\$ 576,00
Equipo de Oficina	\$ 27,36	\$ 27,36	\$ 27,36	\$ 27,36	\$ 27,36
Maquinaria Y Equipo	\$ 2.389,59	\$ 2.389,59	\$ 2.389,59	\$ 2.389,59	\$ 2.389,59
Vehículo	\$ 4.410,00	\$ 4.410,00	\$ 4.410,00	\$ 4.410,00	\$ 4.410,00
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 48.023,14	\$ 52.170,34	\$ 54.048,20	\$ 56.111,02	\$ 58.269,19

Elaborado por: La autora de la investigación

5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

5.5.1 BALANCE GENERAL

En este Estado presenta la situación financiera y económica del proyecto de manera estimada, todos los activos, pasivos y el capital de trabajo con el cual iniciará la nueva unidad productiva.

**COMERCIALIZADORA AGRÍCOLA DEL VALLE
BALANCE GENERAL INICIAL**

Cuadro N° 54 Balance General

ACTIVOS		PASIVOS	
<u>Activo Corriente</u>		<u>Pasivo Corriente</u>	
Caja/ Bancos	7.830,90		\$ 0,00
	7.830,90		
		TOTAL PASIVOS	\$ 0,00
<u>Activos Fijos</u>			
Terreno	2.660,00	PATRIMONIO	\$ 106.909,50
Edificio	38.430,00	Aporte Capital	\$ 106.909,50
Muebles y Enseres	3.063,60		
Equipo de Computación	1.920,00		
Equipo de Oficina	304,00		
Maquinaria y Equipo	26.551,00		
Vehículo	24.500,00		
<u>Activos Diferidos</u>			
Costos de investigación	1.000,00		
Costos de constitución	500,00		
Imprevistos	150,00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 106.909,50	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	\$ 106.909,50

Elaborado por: La autora de la investigación

5.5.2 ESTADO DE RESULTADOS (PÉRDIDAS Y GANANCIAS)

El estado de resultados muestra un resumen de los hechos significativos, que causaron un aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un período de tiempo determinado.

Cuando se trata del Estado de Resultados Proyectados, este se sustenta en estimaciones de ingresos, costos y gastos que elaborado permitirá definir la utilidad o pérdida de la empresa.

En el siguiente cuadro se presenta todos los ingresos y gastos que tendrá el proyecto durante el período de análisis del 2011 – 2015.

Dentro del estado de pérdidas y ganancias elaborado se puede apreciar un superávit en cada uno de los años de la vida útil del proyecto; luego de las deducciones realizadas a partir de los ingresos proyectados, costos y gastos, pago del 15% Participación de Trabajadores (PTU).

COMERCIALIZADORA AGRÍCOLA DEL VALLE
ESTADO DE RESULTADOS (PROYECTADO)
DEL 1ro DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE

Cuadro N° 55 Estado de Resultados

	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015
<u>Ingresos Operacionales</u>					
Ingreso Real al proyecto 3% de las ventas proyectadas	\$ 108.622,01	\$ 116.685,12	\$ 125.346,84	\$ 134.651,63	\$ 144.647,23
Total Ingresos Al Proyecto	\$ 108.622,01	\$ 116.685,12	\$ 125.346,84	\$ 134.651,63	\$ 144.647,23
<u>Costos Operacionales</u>					
- Costos Proyectados	\$ 19.155,00	\$ 21.438,38	\$ 22.396,68	\$ 23.421,77	\$ 24.493,75
Total Costos	\$ 19.155,00	\$ 21.438,38	\$ 22.396,68	\$ 23.421,77	\$ 24.493,75
UTILIDAD BRUTA	\$ 89.467,01	\$ 95.246,74	\$ 102.950,16	\$ 111.229,86	\$ 120.153,48
<u>Gastos</u>					
Gastos Administrativos	\$ 11.571,73	\$ 12.717,39	\$ 13.285,86	\$ 13.908,82	\$ 14.561,00
Gastos de Venta	\$ 7.168,30	\$ 7.854,37	\$ 8.205,46	\$ 8.586,60	\$ 8.985,45
Otros gastos	\$ 720,00	\$ 752,18	\$ 752,18	\$ 785,81	\$ 820,93
Depreciación	\$ 9.408,02	\$ 9.408,02	\$ 9.408,02	\$ 9.408,02	\$ 9.408,02
Total Gastos Proyectados	\$ 28.868,05	\$ 30.731,96	\$ 31.651,52	\$ 32.689,25	\$ 33.775,40
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN	\$ 60.598,96	\$ 64.514,78	\$ 71.298,64	\$ 78.540,61	\$ 86.378,08
- 15% Participación Trabajadores	\$ 9.089,84	\$ 9.677,22	\$ 10.694,80	\$ 11.781,09	\$ 12.956,71
UTILIDAD ANTES DE PAGO DE IMP.	\$ 51.509,12	\$ 54.837,56	\$ 60.603,84	\$ 66.759,52	\$ 73.421,37
-25% Impuesto a la Renta	\$ 12.877,28	\$ 13.709,39	\$ 15.150,96	\$ 16.689,88	\$ 18.355,34
UTILIDAD NETA PROYECTADA	\$ 38.631,84	\$ 41.128,17	\$ 45.452,88	\$ 50.069,64	\$ 55.066,03

5.5.3 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja mide los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá el proyecto en un período determinado, con el fin de determinar la liquidez y el riesgo que puede tener la empresa en marcha.

Cuadro N° 56 Flujo de Caja

Descripción	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015
INGRESOS					
Ingresos proyectados	\$ 108.622,01	\$ 116.685,12	\$ 125.346,84	\$ 134.651,63	\$ 144.647,23
Otros ingresos (valor salvamento)	-	-	-	-	-
TOTAL DE INGRESOS	\$ 108.622,01	\$ 116.685,12	\$ 125.346,84	\$ 134.651,63	\$ 144.647,23
EGRESOS					
Costos proyectados	\$ 19.155,00	\$ 21.438,38	\$ 22.396,68	\$ 23.421,77	\$ 24.493,75
Gastos Administrativos	\$ 11.571,73	\$ 12.717,39	\$ 13.285,86	\$ 13.908,82	\$ 14.561,00
Gastos Ventas	\$ 7.168,30	\$ 7.854,37	\$ 8.205,46	\$ 8.586,60	\$ 8.985,45
Otros gastos	\$ 720,00	\$ 752,18	\$ 752,18	\$ 785,81	\$ 820,93
Depreciación	\$ 9.408,02	\$ 9.408,02	\$ 9.408,02	\$ 9.408,02	\$ 9.408,02
TOTAL EGRESOS	\$ 48.023,05	\$ 52.170,34	\$ 54.048,20	\$ 56.111,02	\$ 58.269,15
FLUJO NETO (INGRESOS – EGRESOS)	\$ 60.598,96	\$ 64.514,78	\$ 71.298,64	\$ 78.540,61	\$ 86.378,08

Elaborado por: La autora de la investigación

5.6 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera establece y analiza los beneficios netos que obtendría exclusivamente el factor capital al comportamiento en un proyecto específico. Tiene como objetivo principal calcular, estimar los beneficios netos que se esperan de la inversión que se realizará en la comercialización de productos agrícolas para lo cual se utiliza lo siguiente:

5.6.1 DETERMINACIÓN DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente que permite avizorar si es o no pertinente la inversión a lo largo de su vida.

Su fórmula es la siguiente:

$$VAN = (\text{Inversión}) + \sum FC / (1+I)^n$$

En donde:

FC = Flujos de caja proyectados

I = Tasa de inflación

N = Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto.

$$VAN = (- \$ 106909,50) + \$ 60.598,96 / (1,0447)^1 + \$ 64.514,78 / (1,0447)^2 + \$ 71.298,64 / (1,0447)^3 + \$ 78.540,61 / (1,0447)^4 + \$ 86.378,08 / (1,0447)^5$$

VAN = \$ 208091.78

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

5.6.2 DETERMINACIÓN DE LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La TIR es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima tasa de descuento que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el BNA sea menor que la inversión (VAN menor que 0).

Entonces para hallar la TIR se necesitan:

Tamaño de inversión, flujo de caja neto proyectado.

Cuadro N° 57 Cálculo del TIR

Años	Flujo de Caja
1	-\$ 106.909,50
2	\$ 60.598,96
3	\$ 64.514,78
4	\$ 71.298,64
5	\$ 78.540,61
6	\$ 86.378,08
TIR =	56%

TIR = 56%

La TIR es superior a la tasa mínima vigente en el mercado, lo que indica que la realización del proyecto si es factible.

5.6.3 TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

El período de tiempo de recuperación de la inversión es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el período de recuperación de inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Cuadro N° 58 Tiempo de Recuperación de la Inversión

Años	Flujos Netos
1	\$ 60.598,96
2	\$ 64.514,78
3	\$ 71.298,64
4	\$ 78.540,61
5	\$ 86.378,08
TOTAL	\$ 361.331,07

Σ Flujos Año 1,2

\$ 125.113,74

Fuente: Flujo de Caja

Elaboración: La autora

Cuadro N° 59 Cálculo de la recuperación de la inversión (Regla de Tres)

Suma flujos Netos	\$ 125.113,74	2 años
Inversión Total	\$ 106909,50	X
PRI	= 1,70	
P R I = 1 año 8 meses		

El tiempo para recuperar la inversión es de 1 año 8 meses.

5.6.4 RELACIÓN COSTO – BENEFICIO

Sirve para determinar cómo retornan los ingresos en función de los egresos, para lo 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 N° 60 Relación Beneficio/ Costo

Años	Ingresos	Egresos
1	\$ 108.622,01	\$ 48.023,14
2	\$ 116.685,12	\$ 52.170,34
3	\$ 125.346,84	\$ 54.048,20
4	\$ 134.651,63	\$ 56.111,02
5	\$ 144.647,23	\$ 58.269,19
TOTAL	\$ 629.952,83	\$ 268.621,89

$$B/ C = \$ 629.952,83/ \$ 268.621,89$$

$$B/C = 2,35$$

El Beneficio Costo debe ser mayor a 1, ya que de esta manera se recibe un adicional sobre los egresos realizados.

Esto significa que por cada dólar gastado se genera 1,35 centavos de dólar.

5.6.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el punto en el cual las ganancias igualan a las pérdidas, es decir el punto de equilibrio define cuando una inversión genera una rentabilidad positiva.

Considerando el punto donde las ventas o las rentas igualan a los costos, en el presente caso ni se pierde ni se gana, es decir la utilidad es cero.

El cálculo de esta cifra se la realiza por medio de la siguiente fórmula.

$$PE = \frac{\text{Costos fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

Cuadro N° 61 Costos Fijos y Costos Variables

DETALLE	VALOR
Ingresos	\$ 108.622,01
Costos	
Mano de Obra Directa	\$ 8.957,39
Gastos Administrativos	\$ 11.571,73
Gastos Ventas	\$ 7.168,30
Otros gastos	\$ 720,00
Depreciación	\$ 9.408,02
Mano de Obra Indirecta	\$ 9.837,70

Total Costo Fijo	\$ 47.663,14
Costos Variables	
Gastos Variables	\$ 360,00
Total Costo variable	\$ 360,00

Elaborado por: La autora de la investigación

$$PE = \frac{47663.14}{1 - \frac{360.00}{108622.01}}$$

PE = \$ 47821,67

El punto de equilibrio de la microempresa se estableció en \$ 47821,67 en el año uno, cuando se obtenga este valor de ingresos se puede decir que no se ha perdido ni se ha ganado.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1 EMPRESA

6.1.1 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

La denominación de la razón social será de: Microempresa Comercializadora Agrícola del Valle, con sus siglas CAVE

LOGOTIPO



6.1.2 TITULARIDAD DE PROPIEDAD DE LA EMPRESA

Comercializadora Agrícola del Valle será una microempresa comercializadora con personería jurídica, sitio que será legítimamente constituida como una microempresa asociativa con responsabilidad limitada, conformada por 268 socios, representados por 10 socios quienes toman las decisiones y responden por los deberes que contraiga la microempresa.

6.1.3 TIPO DE EMPRESA

La microempresa pertenece al sector comercial, cuya actividad es la comercialización de productos agrícolas.

6.1.4 REQUISITOS LEGALES PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA

Los requisitos para la constitución de la microempresa asociativa son los siguientes:

➤ Números de Socios

La microempresa Comercializadora Agrícola del Valle será constituida con 268 socios, la cual será dirigida por la Asamblea General de Socios.

➤ Razón Social

La microempresa asociativa debe darse por los nombres de los socios en forma imperfecta o por el objetivo para la cual se forma.

➤ Responsabilidad de Socios

Los socios responden solamente hasta por el valor de sus participaciones sociales.

➤ **Capital**

El Capital Inicial con el cual se formará la microempresa es de \$106.909,50 cuyo aporte de los 268 socios en recursos financieros será del 100% del Capital.

➤ **Plazo de duración**

El plazo mínimo es de 5 años.

➤ **Fundación**

La microempresa asociativa de responsabilidad limitada se constituye por razón de una escritura pública autorizada por un notario.

6.1.5 REGISTROS LEGALES

Los requisitos fundamentales para la creación y funcionamiento de una microempresa en la Provincia de Imbabura son El Registro Único de Contribuyentes (RUC), Patente Municipal, y el respectivo permiso de funcionamiento de las entidades correspondientes.

➤ **Requisitos para obtener el registro único de contribuyentes (RUC)**

- ✓ Cédula del representante legal
- ✓ Copia del certificado de votación
- ✓ Recibo del pago de agua, luz o teléfono

➤ **Requisitos para obtener la patente municipal por primera vez**

- ✓ Copia de la cédula y certificado de votación
- ✓ Nombre (Apellidos y nombres) del dueño del predio donde funciona la actividad comercial.
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Declaración juramentada de inicio de actividades
- ✓ Escritura de compra – venta
- ✓ Copia de cédula de identidad del representante legal
- ✓ Inspección

➤ **Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento en el Ministerio de Salud Pública**

- ✓ Permiso de la intendencia.
- ✓ Ficha de Inspección.
- ✓ Permiso del Cuerpo de Bomberos.
- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Certificado de Salud (Original y Copia).
- ✓ Copia de cédula y papeleta de votación.

➤ **Permiso de Bomberos**

- ✓ Permiso de funcionamiento de la microempresa
- ✓ Certificado de Salud (Original y Copia).
- ✓ Copia de cédula y papeleta de votación.
- ✓ Comprar un formulario (\$20,00)
- ✓ Entregar a los bomberos
- ✓ Conducir a los inspectores hacia el lugar para la verificación.

6.2 BASES FILOSÓFICAS

6.2.1 MISIÓN

Comercializadora Agrícola del Valle tiene como misión proporcionar a los centros de expendio alimenticios de Ibarra, Otavalo, Antonio Ante y Urcuquí productos agrícolas de alta calidad, para satisfacer sus necesidades y superar las expectativas de nuestros clientes.

6.2.2 VISIÓN

Comercializadora Agrícola del Valle en los próximos 5 años se consolidara como una empresa líder en la comercialización agrícola, a través de una gestión que anticipe y se adapte al cambio manteniendo una cultura calidad total. Cubrirá al país con productos agrícolas de calidad.

6.2.3 VALORES

Comercializadora Agrícola del Valle mantendrá para su correcto funcionamiento los siguientes principios y valores:

- Honestidad y Lealtad.- en todos nuestros actos
- Responsabilidad.- con nuestros compromisos, los clientes, proveedores y la comunidad en general
- Respeto y Cordialidad.- como base de nuestras relaciones.
- Comunicación Interactiva Efectiva y Permanente.- como herramienta para precisar nuestras acciones.
- Confidencialidad.- en el manejo de la información.
- Trabajo en equipo.- Las acciones a realizarse deben ser el producto del consenso y la labor mancomunada.
- Liderazgo audaz y reflexivo todos somos líderes con actitud proactiva, permanente creatividad e innovación y dispuesto a tomar riesgos.
- Humildad.- reconocer que cada persona posee ideas, experiencias, destrezas y capacidades singulares que nos pueden enriquecer.

- Calidad como estilo de Vida.- deseo de hacer siempre bien las cosas.
- Pasión y pertenencia.- pasión por lo que se hace, y compromiso permanente con la empresa.

6.2.4 POLÍTICAS INSTITUCIONALES

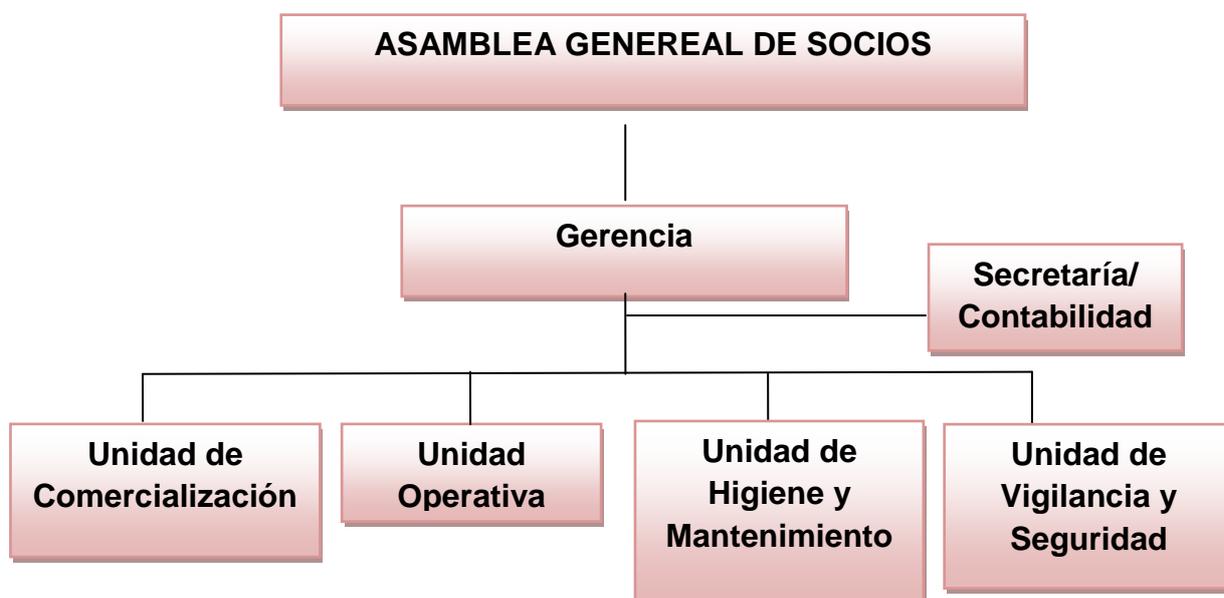
Las políticas institucionales constituyen los lineamientos que guiarán la gestión de la microempresa. Las funciones de gerencia pública: Planificación, Coordinación, Dirección, Ejecución, Control y Evaluación, se enmarca en las siguientes políticas:

- Garantizar que entregaremos a nuestros clientes productos de excelente calidad, producidos bajo normas, procedimientos y controles que aseguren la mejora continua de materia prima, métodos de selección e higiene.
- En todo momento se centrará la atención hacia la identificación y satisfacción de las necesidades del cliente, contribuyente y usuario, de manera que se agregue valor público y se excedan las expectativas de nuestros clientes.
- Es compromiso cumplir con los requisitos del Sistema de Gestión de Calidad por Procesos y proveer los recursos necesarios, para mantener y mejorar los servicios de calidad.
- Todas las unidades administrativas de la microempresa, independientemente de su jerarquía, realizarán el control de gestión a su nivel, a través de los indicadores de eficiencia, eficacia y calidad diseñados para el efecto.
- Es prioridad de nuestra empresa asegurar que todas nuestras operaciones se realicen en estricto apego a las políticas y procedimientos que nuestros clientes exijan, asegurando el mantenimiento de certificados de calidad.

6.3 LA ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

6.3.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Se presenta el organigrama estructural y funcional de la empresa el mismo que se constituirá como la estructura empresarial para la comercialización de los productos agrícolas.



Esta estructura organizacional expresa básicamente la relación que debe existir entre las funciones, niveles y actividades de los recursos buscando la eficiencia máxima en la realización de los objetivos y metas planteadas.

La estructura orgánica presenta los siguientes niveles jerárquicos:

- Nivel Directivo
- Nivel Ejecutivo
- Nivel auxiliar o de apoyo
- Nivel operativo

6.3.2 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Para el correcto funcionamiento de la microempresa se ha considerado la siguiente estructura:

a) ASAMBLEA GENERAL DE SOCIOS

Es el órgano supremo de la empresa y estará integrado por la totalidad de los socios de la empresa. Según la Ley de compañías las competencias de la Junta general son:

- Nombrar y remover a los miembros de los organismos administrativos de la microempresa.
- Conocer anualmente las cuentas, el balance, los informes que le presentaren los administradores o directores y los comisarios acerca de los negocios sociales y dictar resolución correspondiente.
- Fijar la retribución de los administradores e integrantes de los organismos de administración y fiscalización, cuando no estuviere determinada en los estatutos o sus señalamiento no corresponda a otro organismo o funcionario;
- Resolver acerca de la distribución de los beneficios sociales.
- Resolver acerca de la emisión de las partes beneficiarias y de las obligaciones;
- Acordar todas las modificaciones al contrato social.

Además realizara las siguientes funciones:

- Normar políticas de acción empresarial
- Aprobar el presupuesto anual y estados financieros anuales
- Nombrar y remover al gerente

- Supervisar las actividades administrativas técnicas, financieras del gerente.

b) GERENCIA

Este nivel está representado por el gerente general, se sujetará a su gestión empresarial en razón del objeto social de la empresa, a las resoluciones de los socios tomadas en la junta general y representará a la compañía judicial y extrajudicialmente.

Sus funciones principales son:

- Hacer cumplir las decisiones o resoluciones de la junta general.
- Tomar decisiones respecto a gestiones, actos y contratos
- Supervisar el correcto y oportuno cumplimiento de las funciones del personal analizando la eficiencia del departamento de trabajo.
- Dirigir y controlar las funciones productivas, administrativas y de ventas de la empresa.
- Identificar posibles bajas operativas y plantear medidas de mitigación acertadas a la resolución de problemas.
- Selección y reclutamiento del recurso humano.

• REQUISITOS MÍNIMOS

- Título de tercer nivel en agroindustrias, administración, contabilidad marketing.
- Experiencia: estructuración en Centros de Acopio.
- Sólida experiencia evaluada por resultados.
- Capacidad de liderazgo.

c) SECRETARÍA

Prestará sus servicios para todos los departamentos y está encargada específicamente de:

- Atención de clientes
- Llevar al día la agenda del gerente.
- Recepcionar llamadas telefónicas y dar información de la empresa.
- Intercomunicar las necesidades y requerimientos de todos los departamentos con los estamentos superiores.
- Comunicar todas las resoluciones y sus notificaciones a los miembros de la empresa.

• REQUISITOS MÍNIMOS

- Instrucción formal Estudios en secretariado ejecutivo y contabilidad.
- Edad: 20 años en adelante.
- Experiencia: Mínimo 1 año en cargos similares

d) DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN

Está integrado por el asesor comercial.

- Promover las ventas.
- Distribución del producto en el momento oportuno.
- Mantener información de mercado y necesidades del consumidor.
- Llevar al día los registros de requerimientos y producción.

• REQUISITOS MÍNIMOS

- Instrucción Formal: Estudios en marketing o comunicación social.

- Edad: de 25 años en adelante
- Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares.

e) DEPARTAMENTO OPERATIVO

Este departamento tiene las siguientes funciones:

- Recibir los productos que los agricultores ofrecerán al Centro de Acopio.
- Clasificar los productos de acuerdo al tipo y tamaño.
- Pesar los productos para saber los kilogramos y clasificarlos.
- Almacenar los productos en un lugar limpio.
- Informar al gerente general cualquier problema o necesidad que surja respecto a la producción receptada.
- Llevar un control del producto en bodega
- Llevar un registro estadístico de la producción.

f) DEPARTAMENTO DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD

Este nivel está conformado por el personal de seguridad.

El guardia es el encargado de:

- Velar por la seguridad del predio y sus instalaciones.
- Informar a los niveles superiores cualquier anomalía que se presente.

g) DEPARTAMENTO DE HIGIENE Y MANTENIMIENTO

El conserje es el encargado de:

- Aseo y mantenimiento de las instalaciones.

CAPÍTULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

La metodología de este capítulo es considerar y señalar las posibles consecuencias que pueden acarrear o surgir en la implantación del proyecto, por tales motivos es importante analizar sus efectos de forma cuantificada y cualitativamente, permitiendo establecer las posibles bondades o fallas que puede poseer el proyecto.

Se concluye que los impactos son un conjunto de posibles o supuestos eventos que pueden suscitar con la creación de este proyecto en cuanto a la comercialización de productos agrícolas.

Con en el propósito de desarrollar un análisis cuantitativo y cualitativo se he ejecutado una matriz de valoración de 3 a -3 que se aprecia de acuerdo a los siguientes criterios:

MATRIZ DE VALORACIÓN

ESCALA POSITIVA		ESCALA NEGATIVA	
Favorable		Desfavorable	
Imp. Alto Positivo	3	Imp. Alto Negativo	- 3
Imp. Medio Positivo	2	Imp. Medio Negativo	- 2
Imp. Bajo Positivo	1	Imp. Bajo Negativo	- 1
Indiferente (nulo o neutro)	0	Indiferente (nulo o neutro)	0

7.1 IMPACTO SOCIAL

El presente proyecto en el área social se enfoca principalmente en indicadores como el mejoramiento de la calidad de vida, el mejoramiento de las relaciones comunitarias, la estabilidad laboral, la solución a problemas sociales como la migración entre otros.

Nivel de impacto	- 3	- 2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Mejoramiento de la calidad de vida						x	
Mejoramiento de las relaciones comunitarias						x	
Estabilidad laboral						x	
Migración y otros problemas sociales						x	
TOTAL						8	

Impacto social = 8/ 4

Nivel de impacto = 2

ANALISIS:

La actividad de la microempresa está orientada a mejorar la calidad de vida de manera directa a quienes participen en el proceso productivo y de comercialización; la realización de este proyecto viabiliza la generación de fuentes de empleo y estabilidad laboral para los integrantes de la microempresa, y de manera indirecta a los posibles consumidores de los

productos, además se contribuye a paliar otros problemas de carácter social como la migración causada principalmente por la falta de oportunidades y condiciones de trabajo digno.

7.2 IMPACTO ECONÓMICO:

En lo que respecta al impacto económico el presente proyecto se basa en indicadores como: Mejorar el nivel de ingresos de los trabajadores, el desarrollo de actividades productivas, fuentes de trabajo.

Nivel de impacto	- 3	- 2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Mejoramiento el nivel de ingresos						x	
Estabilidad Económica							x
Fuentes de trabajo							x
TOTAL							8

Impacto económico= 8/3

Impacto económico = 2,67

Nivel de impacto = 3

ANÁLISIS:

Los socios de la microempresa “Comercializadora Agrícola del Valle” recibirán una fuente de ingresos que favorecerá de forma directa a los socios ya que el proyecto es rentable lo cual permite obtener utilidades y beneficios, además se crea un ingreso para la mano de obra directa e indirecta, asimismo se generará estabilidad económica.

7.3 IMPACTO EDUCATIVO:

Serán muchos los actores en los cuales el proyecto ejercerá alguna influencia, los cuales comprobarán que haciendo uso de los conocimientos adquiridos durante sus estudios pueden sin necesidad de un gran capital crear su propia fuente laboral, Consumidores, puesto que al aumentar la oferta de productos y la competencia de y entre oferentes, podrán aprender a reconocer un producto de calidad a otro de distintas características.

Nivel de impacto	- 3	- 2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Generación de nuevos conocimientos						x	
Generación de conocimientos en la población al Impulsar al consumidor a elegir entre productos de mejor calidad						x	
TOTAL						4	

Impacto educativo = 4/2

Nivel de Impacto educativo = 2

ANÁLISIS:

Con la realización del presente proyecto se creará un impacto educativo, donde se aplicará los conocimientos adquiridos, también se ofrecerá programas de capacitación a los empleados de la organización para

fortalecer los conocimientos logrando de esta manera la eficacia y responsabilidad del personal.

7.4 IMPACTO EMPRESARIAL:

Nivel de impacto	- 3	- 2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Reactivación del aparato productivo						x	
Generación de microempresas							x
TOTAL							5

Impacto empresarial = $5/2$

Impacto empresarial = 2.5

Nivel de impacto = 3

ANÁLISIS:

Al crear microempresas las personas pueden tener empleo y mejorar su calidad de vida, tanto en el sentido social, económico y familiar. Adicionalmente al realizar este tipo de proyectos ayuda a que la economía de estado se mantenga.

7.5 IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO

Nivel de impacto	- 3	- 2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Impacto social						x	
Impacto económico							x
Impacto educativo						x	
Impacto empresarial							x
TOTAL							10

Impacto general = 10/4

Impacto empresarial = 2.5

Nivel de impacto = 3

Con la realización del proyecto se generará un impacto alto positivo, dentro del aspecto social y económico el proyecto ofrecerá fuentes de empleo que garantiza una estabilidad laboral y económica, además que favorecerá de forma directa a los socios ya que el proyecto es rentable lo cual permite obtener utilidades y beneficios generando nuevas expectativas de desarrollo en el sector.

CONCLUSIONES

- Del diagnóstico técnico situacional realizado a las comunidades pertenecientes a la parroquia Ambuquí se llega a concluir que existe la necesidad de la creación de un Centro de Acopio destinado a la comercialización de productos agrícolas que se cultivan en el sector ya que en la actualidad existe descoordinación entre los agricultores de la parroquia en cuanto a planeación y control de ventas; adicionalmente existe gran presencia de intermediarios , aspectos que han influido para su lento desarrollo.
- A través del estudio de mercado realizado se determinó que existe aceptación de los productos agrícolas objetos de acopio por parte de los consumidores. Se estableció que la oferta anual es de 136.728 bultos y cajas entre los diferentes productos agrícolas, identificándose una demanda insatisfecha de productos y servicios.
- En lo económico-financiero se concluye que es un proyecto rentable como lo demuestran los resultados obtenidos mediante indicadores financieros como el TIR, VAN, TRI, B/C.
- Dentro del aspecto social y económico el proyecto genera fuentes de empleo que garantiza una estabilidad laboral y económica de sus trabajadores y de sus socios permitiéndoles puedan realizar mejoras en diferentes aspectos como vivienda, educación, salud, etc.
- Finalmente los impactos que genera la implantación del proyecto son tangibles, en su análisis general se encuentra un impacto positivo medio generando nuevas expectativas de desarrollo en el sector.

RECOMENDACIONES

- Es recomendable ejecutar el proyecto, aplicando todo el estudio de factibilidad para garantizar su rentabilidad y permanencia.
- Se recomienda crear la microempresa “Comercializadora Agrícola del Valle” ya que los resultados obtenidos de la evaluación financiera son positivos y señalan un nivel de rentabilidad atractiva
- El proyecto debe ofrecer variedad, calidad, buen trato y sobre todo cumplimiento de normas y estándares de calidad para satisfacer las necesidades de productos y servicios de la demanda insatisfecha.
- Es necesario mantener un análisis permanente de las estrategias de comercialización para mantener una estabilidad de los precios y asegurar a los clientes potenciales.
- El Centro de Acopio al generar impacto positivo logrará procesos de desarrollo comunitario.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

AGUILERA, Fausto (2007) Metodología para el estudio independiente y la autopreparación, Séptima Edición, Editorial Enfoque, Buenos Aires – Argentina.

ÁREA Industrial Rurales (2007) Elaboración de frutas y hortalizas; Tercera edición; Editorial Trillos; México.

BERNAL, César (2006) Metodología de la Investigación, Segunda Edición, Editorial Pearson Pentice Hall, Naucalpan – México.

FERNADEZ, Javier (2005) Gestión por competencias, Primera Edición, Editorial Pearson Educación, Madrid –España.

FERNÁNDEZ. Ricardo (2007) Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnia Primera Edición, McGraw-Hill Interamericana. México.

FONTAINE R. Ernesto (2008) Evaluación Social de Proyectos, Décimo Tercera Edición, Editorial Pearson. (2008)

GALINDO, R. Carlos (2008) Manual para la Creación de Empresas. Tercera Edición, Ecoe Ediciones. Colombia.

KOTLER, Philip (2007) Principios del Marketing, Ediciones Prentice Hall, Primera Edición, Madrid - España.

- JÁCOME, Walter (2005) Bases teóricas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión, Primera Edición, Editorial Universitaria, Ibarra – Ecuador
- JONES, George (2006) Administración Contemporánea, Cuarta edición, Editorial Mc Graw Hill, México – México.
- LEIVA, Francisco (2006) Nociones de metodología de Investigación Científica, Quinta Edición, Editorial Grupo Leer, Quito – Ecuador.
- MÉNDEZ, M. José (2007) La Economía en la Empresa Tercera Edición, Mac Graw Hill, México.
- NÚÑEZ, Z. Rafael (2007) Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Trillas. México.
- POSSO, Miguel Ángel (2005) Metodología para el trabajo de grado, Segunda Edición, Editorial, Quito-Ecuador.
- SOTO, Eduardo (2008) Las PYMES, Editorial Thomson, Primera Edición, México – México.
- SANDOVAL, Franco (2007) Investigación. Fundamentos y Metodología; Editorial prentice hall; Naucalpan de Juárez.
- VASQUÉZ Rodolfo (2006) Estrategias de distribución comercial; Editorial Paraninfo S.A; España.
- WHEELEN, T y HUNDER, D. (2007) Administración Estratégica y Política de Negocios, Décima Edición, Pearson Educación, México.

Lincografía

ALDERETE Y SOCIOS (2003) Consultoria Industrial.

www.aldereteysocios.com/estfact.html

THOMPSON, Ivan (2006) Definición de encuesta

www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html

POSSO, Eduardo (2008) Definición de centro de acopio

www.aserca.gob.mx/artman/publish/article_1826.asp

GIANNONI, DANIEL (2009) Origen del camote

[www.cultivos de los Incas - Raíces](http://www.cultivos.de.los.Incas.-Raíces)

CAMOTE.htm

KOSEL, Carlos (2005) Propiedades del camote

www.eumed.net/cursecon/dic/glos-plasticos.htm

ORCE, Raquel (2002) Tipos de acopio

www.agroforestalsanremo.com/glosario/index.php

MARIANO, Alberta (2009) Origen de la yuca

www.peruecologico.com.pe/raiz_ibatatas.htm

ANEXOS

PRODUCTOS AGRÍCOLAS

Aguacate



Ají



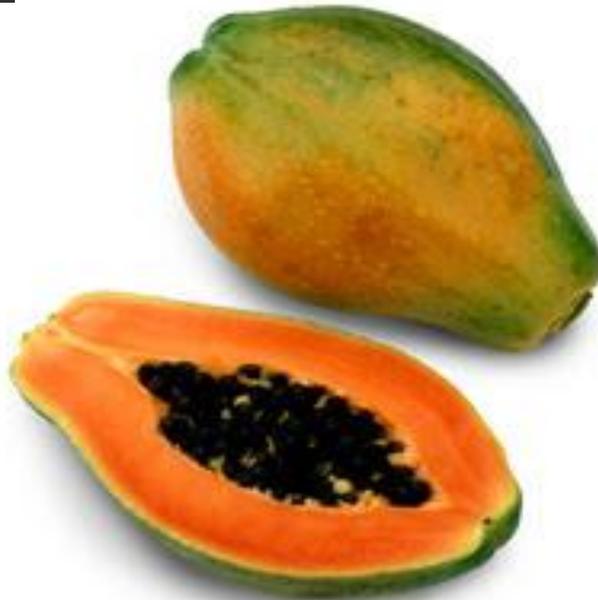
Camote



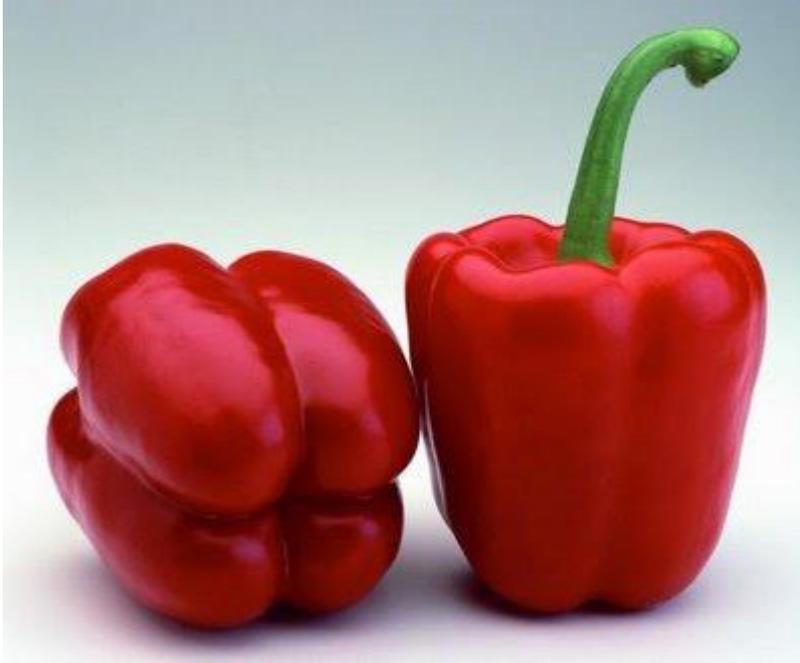
Limón



Papaya



Pimiento



Tomate Riñón



Vainita



Yuca



MAQUINARIA Y EQUIPO

Balanza electrónica para el proyecto



Cámaras de conservación para almacenaje de productos



Máquina Montacargas



Vehículo



**ENCUESTA APLICADA A LOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS DE LAS
COMUNIDADES DE CHOTA, JUNCAL Y CARPUELA,
PERTENECIENTES A LA PARROQUIA AMBUQUI.**

1. Señale los servicios básicos de los que dispone:

Categorías	SI	NO
Agua Potable		
Energía Eléctrica		
Comunicaciones (Teléfono – Internet)		
Alcantarillado		

2. ¿Señale que nivel de instrucción tiene usted?

Categorías	
Ninguna	
Primaria	
Secundaria	
Superior	

3. ¿Qué tiempo lleva en la agricultura?

Categorías	
De 2 a 5 años	
De 6 a 10 años	
Mas de 10 años	

4. ¿Cuántas hectáreas agrícolas tiene en producción?

Categorías	
Menos de 1 hectárea	
De 1 a 2 hectáreas	
De 2 a 3 hectáreas	
Más de 3 Hectáreas	

5. Señale usted 5 productos que con mayor frecuencia produce.

.....

6.- De los productos que usted cultiva señale que cantidad en bultos / cajas comercializa mensualmente.

PRODUCTOS **CANTIDAD DE CAJAS/
BULTOS MENSUALES**

.....
.....
.....
.....
.....

7. ¿Programa sus cultivos de manera que la oferta sea permanente?

Categorías	
Siempre	
Casi siempre	
Nunca	

8.- El periodo de cosecha en los productos principales es:

Categorías	
Trimestral	
Semestral	
Anual	

9.- Los riesgos en la producción se debe a:

Categorías	
Plagas	
Uso indebido de Insecticidas	
Clima	
Otros	

10.- ¿Se pone usted de acuerdo con otros agricultores para diversificar la producción y no se produzca sobreoferta?

Categorías	
Si	
No	

11.- ¿Ha recibido capacitación en las áreas de:?

Categorías	
Producción	
Comercialización	
Costos	
Otros	

12.- ¿Cómo calificaría la calidad de los productos agrícolas que ofrece al Consumidor final?

Categorías	
Muy Buena	
Buena	
Mediana	
Mala	

14. ¿A quién distribuye sus productos?

Categorías	
Intermediarios	
Al consumidor en el mercado	

15. ¿Ha tenido dificultades de comercialización?

Categorías	
Bastante	
Medianamente	
Poco	
Nada	

16. Considera usted que los niveles de rentabilidad de su producción es:

Categorías	
Regular	
Buena	
Muy buena	

17. Su capital de trabajo es:

Categorías	
\$ 100 – \$500	
\$ 501 – \$ 1000	
\$1001 – \$ 3000	
Mayor de \$3000	

18. ¿Lleva algún registro contable de su producción?

Categorías	
Si	
No	

19.- Estaría usted de acuerdo en acceder a un Centro de Acopio en la comunidad El Juncal y financiar la construcción del mismo, donde la máxima autorizada serían los socios representados por la Junta General de Accionistas, con la finalidad de vender directamente de sus productos?

Categorías	
Si	
No	
TOTAL	

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS CENTROS DE EXPENDIO
ALIMENTICIO
MÁS CONCURRIDOS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA.**

1.- Estaría usted de acuerdo adquirir la producción agrícola de manera directa del Centro de Acopio “Comercializadora Agrícola del Valle”?

Categorías	
Si	
No	

2.- Del siguiente listado de productos señale usted que cantidad en bultos adquiere mensualmente para la comercialización.

PRODUCTOS	
Ají	
Aguacate	
Camote	
Limón	
Papaya	
Pimiento	
Tomate riñón	
Vainita	
Yuca	

3.- Considera usted que ha existido alguna variación en la demanda de los productos agrícolas que usted comercializa durante los últimos 3 años, señale qué % .

Categoría	
Variación del 1%	
Variación del 2%	
Variación del 3%	
Más del 3%	

4.- ¿Estaría usted de acuerdo en trabajar en la modalidad de sistema “bajo pedido”?

Categorías	
Si	
No	

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PRESIDENTES DE LAS
COMUNIDADES DE CHOTA, JUNCAL Y CARPUELA**

1.- ¿Qué productos se cultivan en su comunidad y cuales considera usted de mayor importancia económica para los agricultores?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2.- ¿Cuáles considera usted que son las causas por las que los agricultores no mejoran su nivel de productividad e incrementan en volumen de producción?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

3.- ¿Considera usted que la parroquia Ambuquí dispone de las hectáreas de terreno necesarias para incrementar su nivel de productividad?

.....
.....
.....
.....
.....

4.- ¿Considera usted necesario la creación de un centro de acopio para productos agrícolas de la zona y cuáles cree serán los factores más importantes para la creación del mismo?

.....
.....
.....

5.- ¿De qué forma su organización colaboraría para la creación de un centro de acopio?

.....
.....
.....
.....
.....