



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS  
AGRÍCOLAS ORGÁNICOS EN LA PARROQUIA MARIANO ACOSTA,  
CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA IMBABURA.”**

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

**AUTORA: KARINA MARGOTH ANDRADE LUZARDO**

**DIRECTOR: ECON. ESTUARDO AYALA**

**IBARRA, ABRIL 2011**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente es un Estudio de Factibilidad para la creación de una Microempresa de Comercialización de Productos Agrícolas Orgánicos en la parroquia Mariano Acosta, del cantón Pimampiro, provincia de Imbabura. La investigación se fundamenta en un estudio de campo donde se parte de un diagnóstico situacional en base de información bibliográfica (secundaria), de la población asentada en la Parroquia. La herramienta diseñada para recopilar la información de los productores y los consumidores de la producción orgánica fue la encuesta. Se iniciará con 200 pequeños productores de hasta un cuarto de hectárea, debido a la complejidad de la agricultura orgánica, para luego conforme la demanda crezca a incrementar nuevos productores. Los consumidores son un nicho de mercado, que prioriza a los empleados del Gobierno Provincial de Imbabura, Municipio de Ibarra y Universidad Técnica del Norte, que suman un total de 1047 clientes potenciales. La microempresa a pesar de enfocar su trabajo en la comercialización vigilará el proceso de certificación orgánica mediante la implementación de un Sistema Interno de Control, bajo la responsabilidad de la certificadora alemana BSC. Se comercializará una canasta con 12 productos orgánicos, con la frecuencia de una vez por semana. La microempresa se instalará en una propiedad de la Junta Parroquial ya que en ella el proyecto PRODERENA dejó una buena parte de la infraestructura. Una vez realizado el análisis económico financiero y determinado la rentabilidad y la recuperación de la inversión, que determina la factibilidad de la implementación, se procedió al análisis de la jerarquía organizativa de todos sus niveles. El impacto global es la sumatoria del efecto social, educativo, ambiental y económico, que beneficia a todos los involucrados en el proyecto.

## **SUMMARIZE EXECUTIVE**

This is a feasibility study in order to incorporate a Sales Company for selling organic products. The project is located in Mariano Acosta, a small village in Pimampiro. Is one of the six major towns of Imbabura Province. The research is based on a field study, which makes an analysis of the existing literature related to the people living in this small settlement. A survey would be used to collect information from producers and consumers of organic products. Because of the complexity, first, the survey will be addressed to 200 farmers owning up to a quarter of a hectare, then, if the demand grows, more producers will be included. A total of 1047 potential consumers were identified, this market includes employees coming from Provincial Government of Imbabura, Municipality of Ibarra, and the local University (UTN). Although, the companies will focus on selling, they will also supervise the certification process by implementing an internal control system under the guidance of a German Certification Company (BSC). A basket containing 12 organic products will be distributed once a week. The small companies will be established on a property owned by the local government of Mariano Acosta. This property has basic infrastructure that was built and left by a previous project named PRODERENA. Once the economic and financial study has been done and profitability and return on investment have been calculated, an organizational analysis was performed. The overall impact is the result of the social, educational, environmental and economic components that will bring development and benefits to all people involved in the project.

## **AUTORÍA**

Yo, Karina Margoth Andrade Luzardo, portadora de la cédula de identidad Nro. 100268455-1, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS ORGÁNICOS EN LA PARROQUIA MARIANO ACOSTA, CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA IMBABURA” previo a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A., es auténtica y original; las ideas y comentarios de este trabajo de investigación, son de responsabilidad exclusiva de la autora.

---

Karina Andrade L.

CI 100268455-1

## **CERTIFICACIÓN**

En calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la Sra. Karina Margoth Andrade Luzardo, para optar por el Título de **Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A.**, cuyo tema es **“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa de Comercialización de Productos Agrícolas Orgánicos en la Parroquia Mariano Acosta, Cantón Pimampiro, Provincia Imbabura”**.

Doy fe que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación y evaluación por parte del Jurado Examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, Abril 2011.

---

**Econ. Estuardo Ayala**  
**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Karina Margoth Andrade Luzardo con cédula de identidad N° 100268455-1, 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 UNA MICROEMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS ORGÁNICOS EN LA PARROQUIA MARIANO ACOSTA, CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA IMBABURA”** que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA 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.

Karina Andrade L.

100268455-1

Ibarra, abril de 2011



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

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

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

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

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

<b>DATOS DE CONTACTO</b>	
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100268455-1
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Andrade Luzardo Karina Margoth
<b>DIRECCIÓN:</b>	Maldonado 16-38 y Juan Francisco Bonilla
<b>EMAIL:</b>	kandrade@imbabura.gob.ec
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2602549

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa de Comercialización de Productos Agrícolas Orgánicos en la Parroquia Mariano Acosta, Cantón Pimampiro, Provincia Imbabura”.
<b>AUTOR:</b>	Andrade Luzardo Karina Margoth
<b>FECHA:</b>	2011-04
<b>PROGRAMA:</b>	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A.
<b>ASESOR/DIRECTOR</b>	Econ. Estuardo Ayala

## **2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**

Yo, Karina Margoth Andrade Luzardo , con cédula de identidad Nro 100268455-1, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y 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 autorización es original y se la desarrolló sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, abril de 2011

### **LA AUTORA:**

Firma.....

Nombre : Karina Andrade L.

C.C. 100268455-1

### **ACEPTACIÓN:**

Firma.....

Nombre:.....

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario\_\_\_\_\_

## DEDICATORIA

*A mi querido esposo César, por la comprensión y apoyo brindando en todo momento y por constituirse en mi mayor inspiración para continuar superándome cada día.*

*Con infinito amor para mi pequeño hijo Fabricio Andrés, por ser una bendición en mi vida y a quien dedico todo el esfuerzo plasmado en el presente trabajo y que constituya un referente para su futuro.*

*Karina Andrade L.*

## AGRADECIMIENTO

*A Dios por ser la luz que ilumina mi vida y guía mi sendero.*

*A mis Padres y hermanos por sus valiosos consejos, la motivación constante y el apoyo incondicional que me han brindado.*

*A la Universidad Técnica del Norte por darme la oportunidad de educarme en sus aulas y por ende a sus dignos maestros, quienes me transmitieron conocimientos importantes para desarrollarme en todos los ámbitos de la vida.*

*Al Econ. Estuardo Ayala, por las sugerencias, opiniones, tiempo y paciencia dedicados al asesoramiento del presente proyecto, que me han permitido culminar con éxito una nueva meta en mi vida.*

*Karina Andrade L.*

## **PRESENTACIÓN**

El Estudio de Factibilidad para la creación de una “Microempresa de Comercialización de Productos Agrícolas Orgánicos en la parroquia Mariano Acosta, del cantón Pimampiro, provincia de Imbabura” consta de los siguientes capítulos: Diagnóstico Situacional, Marco Teórico, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Financiero, Organización de la Empresa, y los Impactos del mismo.

Dentro del Diagnóstico Situacional, partimos de un análisis histórico, la estructura de la Junta Parroquial, ya que ella es la principal involucrada dentro del proceso productivo y por ser beneficiaria del Programa PRODERENA, quien dio inicio al Centro de Acopio con producción limpia. La caracterización agro productiva deja sentada las bases para conocer los productos que potencialmente pueden ser cultivados en la zona, luego se desarrollan las principales tablas de los indicadores sociales, de salud y educación.

En el capítulo correspondiente al Marco Teórico, se realiza la investigación documental de la clasificación de las empresas y microempresas, la producción orgánica parte desde la cita de la normativa internacional sin perder de vista el reglamento nacional de producción ecológica emitido por SESA hoy conocido como AGROCALIDAD. Las citas textuales de oferta y demanda de productos orgánicos en el Ecuador, también son considerados en esta capítulo. Los conceptos de comercialización y acopio y la cadena de producción son analizados.

El Estudio de Mercado contempla el análisis de la oferta y la demanda y el análisis minucioso de las encuestas realizadas tanto a productores como compradores, en el que se realiza la investigación del mercado a través de la comercialización de una canasta con doce productos y en el que se determina el precio y sus proyecciones.

El Estudio Técnico detalla el tamaño del proyecto, la micro localización y la macro localización, la ingeniería, la distribución del Centro de Acopio, la tecnología a utilizar; incursionando en la descripción del cultivo y del proceso de acopio o pos cosecha.

El Estudio Económico Financiero, parte de la proyección de ingresos y egresos durante los primeros cinco años, detalla los Estados Financieros Proforma y determina la Evaluación Financiera.

La organización de la empresa, es abordada desde el punto de vista jurídico-legal, define los requisitos para su conformación, y detalla las funciones del directorio y del personal técnico,

En el último capítulo se define los impactos social, educativo, ambiental y económico, que se generan durante la ejecución del proyecto, dándonos el proyecto global resultados positivos.

Y para finalizar se realizó las conclusiones y recomendaciones que deben ser tomadas en cuenta en la puesta en práctica del proyecto.

## INDICE.

Portada.....	I
Resumen Ejecutivo.....	II
Autoría.....	IV
Certificación.....	V
Cesión de Derechos.....	VI
Autorización de Uso y Publicación.....	VII
Dedicatoria.....	IX
Agradecimiento.....	X
Presentación.....	XI
Índice.....	XIII

## INTRODUCCIÓN

Nombre del Proyecto.....	XXIII
Antecedentes.....	XXIII
Justificación.....	XXIV
Objetivos.....	XXV
Organización Metodológica.....	XXVI

## CAPITULO I

### DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes históricos.....	29
Estructura político administrativa.....	30
Organizaciones territoriales de base.....	31
Estructura y funcionamiento de la junta parroquial	
Mapa de ubicación geográfica de la parroquia.....	32
Situación geográfica	
Límites.....	33
Superficie	
Altura.....	33
Características del clima	

Habitantes.....	34
Población total por sexo y edades	
Análisis económico productivo	
Principales características productivas de la parroquia.....	35
Aptitudes agrícolas de los suelos.....	37
Indicadores económicos de la población.....	40
Necesidades básicas insatisfechas	
Principales actividades económicas.....	41
Infraestructura y cobertura de servicios básicos.....	42
Vialidad	
Organización social.....	45
Salud.....	45
Cobertura de salud.....	46
Educación.....	46

## CAPITULO II

<b>MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>48</b>
La empresa	
Definición	
Clasificación de las empresas.	
Microempresa.....	49
Definición	
Estructura de la microempresa.....	50
Clasificación de la microempresa	
Características de las microempresas.	
La microempresa y la situación actual.....	51
Producción orgánica.....	52
Principios de la agricultura y el procesamiento ecológico (orgánicos).	
Productos agrícolas orgánicos.....	55
Oferta de productos orgánicos en el ecuador.....	57
Certificado orgánico.....	58
Estudio de mercado.....	60
Producto	

Oferta.....	61
Demanda	
Precio.....	62
Comercialización	
Canales de comercialización.....	63
Estudio técnico.....	64
Localización del proyecto.....	64
Tamaño del proyecto.....	66
Ingeniería del proyecto.....	67
Proceso de producción.....	70
Inversiones	
Estudio financiero	
Contabilidad agrícola.....	71
Costos de producción	
Ingresos y gastos de las empresas.....	74
Estados financieros.....	75
Evaluación financiera.....	78
Organización de la empresa.....	79
Consideraciones generales	
Misión.....	80
Visión	
Orgánico estructural	
Orgánico funcional.....	82
Impactos	
Definición	
Impacto social.....	83
Impacto educativo	
Impacto ambiental	
Impacto económico.....	84

### CAPITULO III

<b>ESTUDIO DE MERCADO.....</b>	<b>86</b>
Presentación	
Descripción de los productos a comercializar.....	87
Verduras.....	88
Legumbres	
Coles	
Tomates y pimientos.....	89

Zanahorias	
Calabazas.....	90
Cebollas y otras variedades	
Papas	
Frutas	
Oferta	
Productores.....	92
Acopiadores	
Demanda.....	93
Precio.....	94
Precio anual de productos orgánicos.....	95
Comercialización.....	96

## CAPITULO IV

<b>ESTUDIO TÉCNICO.....</b>	<b>98</b>
Introducción	
Tamaño del proyecto	
Localización del proyecto.....	99
Macro localización del proyecto	
Micro localización del proyecto.....	100
Ingeniería del proyecto	
Distribución del centro de acopio	
Certificación	
orgánica.....	100
Procesos productivos	
Diagrama de flujo del proceso.....	102
Descripción de los procesos.....	103
Tecnología a utilizar.....	105
	106
Determinación de la inversión.....	
Inversión fija tangible	110
Inversión fija intangible.....	111
Presupuesto de inversión.....	112
Determinación del personal requerido	

## CAPITULO V

<b>ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....</b>	<b>113</b>
Introducción	
Presupuesto de ingresos	
Precio anual de la canasta de productos orgánicos.....	114
Proyección de ingresos.....	115
Proyección de egresos.....	118
Costos de producción	
Costos operacionales.....	121
Gastos administrativos.....	126
Financiamiento.....	127
Tabla de amortización anual.....	128
Depreciación	
Calculo proyectado seguro de vehículos.....	129
Capital de trabajo	
Estados financieros.....	130
Balance de situación financiera inicial	
Estado de resultados.....	131
Flujos de caja	
Evaluación financiera.....	132
Costo de oportunidad	
Determinación de la tasa de redescuento	
Valor actual neto.....	133
Tasa interna de retorno	
Relación costo beneficio.....	135
Período de recuperación de la inversión.....	136
Punto de equilibrio.....	137

## CAPITULO VI

<b>ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.....</b>	<b>139</b>
Marco Legal	
Nombre o razón social	
Ubicación de la microempresa	
Bienes que brinda	
Representantes	
Número de socios	
Objetivos	
Constitución de la empresa.....	140
Estructura jurídica.....	142
Base filosófica de la empresa.....	143
Misión	
Visión	
Valores.....	144
Organización administrativa.....	145
Organigrama estructural	
Orgánico funcional.....	146
Funciones y descripción del puesto.....	148

## CAPÍTULO VII

<b>IMPACTOS DEL PROYECTO.....</b>	<b>158</b>
Niveles de impactos	
Análisis de los impactos.....	159
Impacto social	
Impacto educativo.....	160
Impacto ambiental.....	161
Impacto económico.....	162
Impacto global.....	163
Conclusiones.....	164
Recomendaciones.....	166
Bibliografía.....	168
Anexos.....	171

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>CUADRO N°</b>	<b>TITULO</b>	<b>PÁG.</b>
<b>CUADRO N° 1</b>	Estructura Político Administrativa	31
<b>CUADRO N° 2</b>	Población Total por sexo y edades	34
<b>CUADRO N° 3</b>	Análisis Económico Productivo	35
<b>CUADRO N° 4</b>	Principales características productivas de la parroquia	36
<b>CUADRO N° 5</b>	Cuadro de Indicadores Económicos de Población	40
<b>CUADRO N° 6</b>	Indicadores Económicos de Necesidades Básicas	
<b>CUADRO N° 7</b>	Principales Actividades Económicas	41
<b>CUADRO N° 8</b>	Productos de la parroquia y lugar de destino	42
<b>CUADRO N° 9</b>	Productos por sectores	
<b>CUADRO N° 10</b>	Infraestructura y Cobertura de Servicios Básicos	
<b>CUADRO N° 11</b>	Eje Vial Interno	43
<b>CUADRO N° 12</b>	Cobertura de Salud	46
<b>CUADRO N° 13</b>	Educación	47
<b>CUADRO N° 14</b>	Consumidores Potenciales	93
<b>CUADRO N° 15</b>	Precio de la Canasta	94
<b>CUADRO N° 16</b>	Precio Anual de Productos Orgánicos	95
<b>CUADRO N° 17</b>	Terreno	106
<b>CUADRO N° 18</b>	Construcciones Propias	
<b>CUADRO N° 19</b>	Construcciones Adicionales	107
<b>CUADRO N° 20</b>	Maquinaria y Equipo	108
<b>CUADRO N° 21</b>	Equipo de Oficina	
<b>CUADRO N° 22</b>	Vehículos	109
<b>CUADRO N° 23</b>	Muebles y Enseres	
<b>CUADRO N° 24</b>	Activos Diferidos	110
<b>CUADRO N° 25</b>	Resumen de Inversiones	111
<b>CUADRO N° 26</b>	Requerimiento de Personal Administrativo	112
<b>CUADRO N° 27</b>	Requerimiento de Mano De Obra Directa	
<b>CUADRO N° 28</b>	Precio Anual de la Canasta	114
<b>CUADRO N° 29</b>	Proyección de Ingresos	115
<b>CUADRO N° 30</b>	Productos Orgánicos de la Canasta	118
<b>CUADRO N° 31</b>	Costos Proyectados de la Materia Prima	119
<b>CUADRO N° 32</b>	Salario Básico Mensual	121
<b>CUADRO N° 33</b>	Remuneraciones al Año	

<b>CUADRO Nº 34</b>	Gastos Generales	122
<b>CUADRO Nº 35</b>	Servicios Básicos	123
<b>CUADRO Nº 36</b>	Equipamiento de Trabajo para el Personal	
<b>CUADRO Nº 37</b>	Combustibles, Llantas y Repuestos del Vehículo	124
<b>CUADRO Nº 38</b>	Reparación y Mantenimiento	
<b>CUADRO Nº 39</b>	Gastos de pos cosecha	125
<b>CUADRO Nº 40</b>	Gastos de Publicidad	
<b>CUADRO Nº 41</b>	Resumen de Gastos Operacionales	126
<b>CUADRO Nº 42</b>	Sueldo Básico Mensual	127
<b>CUADRO Nº 43</b>	Remuneraciones al Año	
<b>CUADRO Nº 44</b>	Tabla de Amortización Anual	128
<b>CUADRO Nº 45</b>	Depreciación	
<b>CUADRO Nº 46</b>	Seguro de Vehículo	129
<b>CUADRO Nº 47</b>	Capital de Trabajo	
<b>CUADRO Nº 48</b>	Balance de Situación Financiera	130
<b>CUADRO Nº 49</b>	Estado de Resultados	131
<b>CUADRO Nº 50</b>	Flujos de Caja	132
<b>CUADRO Nº 51</b>	Costo de Oportunidad	132
<b>CUADRO Nº 52</b>	Valor Actual Neto	133
<b>CUADRO Nº 53</b>	Período de Recuperación de la Inversión	136
<b>CUADRO Nº 54</b>	Punto de Equilibrio	137
<b>CUADRO Nº 55</b>	Personal de la Microempresa	147
<b>CUADRO Nº 56</b>	Funciones Junta General de Accionistas	148
<b>CUADRO Nº 57</b>	Funciones Presidente	149
<b>CUADRO Nº 58</b>	Funciones Gerente	150
<b>CUADRO Nº 59</b>	Funciones Certificador Interno	151
<b>CUADRO Nº 60</b>	Funciones Contador	152
<b>CUADRO Nº 61</b>	Funciones Secretaria	154
<b>CUADRO Nº 62</b>	Funciones Vendedor	155
<b>CUADRO Nº 63</b>	Funciones Chofer	156
<b>CUADRO Nº 64</b>	Funciones Trabajadores	157
<b>CUADRO Nº 65</b>	Niveles De Impactos	158
<b>CUADRO Nº 66</b>	Impacto Social	159
<b>CUADRO Nº 67</b>	Impacto Educativo	160
<b>CUADRO Nº 68</b>	Impacto Ambiental	161
<b>CUADRO Nº 69</b>	Impacto Económico	162
<b>CUADRO Nº 70</b>	Impacto Global	163
<b>CUADRO Nº 71</b>	Primera pregunta encuesta productores	189

<b>CUADRO Nº 72</b>	Segunda pregunta encuesta productores	190
<b>CUADRO Nº 73</b>	Tercera pregunta encuesta productores	191
<b>CUADRO Nº 74</b>	Cuarta pregunta encuesta productores	192
<b>CUADRO Nº 75</b>	Quinta pregunta encuesta productores	193
<b>CUADRO Nº 76</b>	Sexta pregunta encuesta productores	
<b>CUADRO Nº 77</b>	Séptima pregunta encuesta productores	194
<b>CUADRO Nº 78</b>	Octava pregunta encuesta productores	195
<b>CUADRO Nº 79</b>	Novena pregunta encuesta productores	196
<b>CUADRO Nº 80</b>	Décima pregunta encuesta productores	197
<b>CUADRO Nº 81</b>	Primera pregunta encuesta consumidores	199
<b>CUADRO Nº 82</b>	Segunda pregunta encuesta consumidores	200
<b>CUADRO Nº 83</b>	Tercera pregunta encuesta consumidores	201
<b>CUADRO Nº 84</b>	Cuarta pregunta encuesta consumidores	202
<b>CUADRO Nº 85</b>	Quinta pregunta encuesta consumidores	203
<b>CUADRO Nº 86</b>	Sexta pregunta encuesta consumidores	204
<b>CUADRO Nº 87</b>	Séptima pregunta encuesta consumidores	205
<b>CUADRO Nº 88</b>	Octava pregunta encuesta consumidores	206
<b>CUADRO Nº 89</b>	Novena pregunta encuesta consumidores	
<b>CUADRO Nº 90</b>	Décima pregunta encuesta consumidores	207
<b>CUADRO Nº 91</b>	Décima primera pregunta encuesta consumidores	208

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO N°</b>	<b>TITULO</b>	<b>PÁG.</b>
<b>GRÁFICO N° 1</b>	Mapa de Ubicación Geográfica de la Parroquia	32
<b>GRÁFICO N° 2</b>	Mapa Limítrofe de la Parroquia	33
<b>GRÁFICO N° 3</b>	Mapa de Aptitudes	38
<b>GRÁFICO N° 4</b>	Población Parroquial por Actividad Económica	41
<b>GRÁFICO N° 5</b>	Tipo De Organizaciones	45
<b>GRÁFICO N° 6</b>	Antiguos Canales de Comercialización	63
<b>GRÁFICO N° 7</b>	Canal de Comercialización de los Productos Orgánicos	97
<b>GRÁFICO N° 8</b>	Diagrama de Flujo del Proceso	102
<b>GRÁFICO N° 9</b>	Organigrama Estructural	145
<b>GRÁFICO N° 10</b>	Primera pregunta encuesta productores	189
<b>GRÁFICO N° 11</b>	Segunda pregunta encuesta productores	190
<b>GRÁFICO N° 12</b>	Tercera pregunta encuesta productores	191
<b>GRÁFICO N° 13</b>	Cuarta pregunta encuesta productores	192
<b>GRÁFICO N° 14</b>	Quinta pregunta encuesta productores	193
<b>GRÁFICO N° 15</b>	Sexta pregunta encuesta productores	194
<b>GRÁFICO N° 16</b>	Séptima pregunta encuesta productores	195
<b>GRÁFICO N° 17</b>	Octava pregunta encuesta productores	196
<b>GRÁFICO N° 18</b>	Novena pregunta encuesta productores	197
<b>GRÁFICO N° 19</b>	Décima pregunta encuesta productores	198
<b>GRÁFICO N° 20</b>	Primera pregunta encuesta consumidores	199
<b>GRÁFICO N° 21</b>	Segunda pregunta encuesta consumidores	200
<b>GRÁFICO N° 22</b>	Tercera pregunta encuesta consumidores	201
<b>GRÁFICO N° 23</b>	Cuarta pregunta encuesta consumidores	202
<b>GRÁFICO N° 24</b>	Quinta pregunta encuesta consumidores	203
<b>GRÁFICO N° 25</b>	Sexta pregunta encuesta consumidores	204
<b>GRÁFICO N° 26</b>	Séptima pregunta encuesta consumidores	205
<b>GRÁFICO N° 27</b>	Octava pregunta encuesta consumidores	206
<b>GRÁFICO N° 28</b>	Novena pregunta encuesta consumidores	207
<b>GRÁFICO N° 29</b>	Décima pregunta encuesta consumidores	208
<b>GRÁFICO N° 30</b>	Décima primera pregunta encuesta consumidores	209

## **INTRODUCCIÓN**

### **1. NOMBRE DEL PROYECTO**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS ORGÁNICOS EN LA PARROQUIA MARIANO ACOSTA, CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA IMBABURA.”

### **2. ANTECEDENTES**

El presente proyecto tiene por propósito organizar oficialmente a los productores de la parroquia de Mariano Acosta para comercializar de una manera adecuada los productos agrícolas orgánicos obtenidos de la Granja Integral. Además se implementará y equipará un Centro de Acopio en la Parroquia de Mariano Acosta, para esto se adecuará las infraestructura física existente con espacios técnicamente diseñados para las áreas de procesos correspondientes.

La Microempresa estará a cargo del Centro de Acopio que tendrá la capacidad de recibir los productos agrícolas orgánicos producidos por la Granja Integral, estos productos pasarán por un proceso de pos cosecha (seleccionado, clasificado, lavado, desinfectado y empacado) para su posterior venta.

La Microempresa tendrá como responsabilidad aportar con valor agregado a la producción (frutas y hortalizas), para proveer y comercializar directamente a los consumidores de la ciudad de Ibarra.

El análisis de costos de producción determinará el precio de venta (PVP) al consumidor final, donde se tomará en cuenta cada uno de los rubros

de su producción, como son: semillas, cultivo, pos cosecha, envolturas, embalaje y transporte.

Los ingresos obtenidos de la Microempresa, servirán para la sostenibilidad del proyecto y el financiamiento de obras de beneficio social de la localidad.

### **3. JUSTIFICACIÓN**

Las familias campesinas del cantón Pimampiro conocerán el beneficio de las granjas integrales, por medio de las cuales van a mejorar las técnicas de cultivo de los productos agrícolas orgánicos y llevarán el sustento a sus hogares mediante la comercialización de los mismos, fomentando la organización y el trabajo comunitario de las familias de Mariano Acosta, aprovechando los beneficios alimentarios de los productos orgánicos, ya que al ser cultivados por ellos mismos; serán los primeros en producirlos para el consumo familiar y posteriormente dar a conocer a nivel provincial las bondades de éstos productos. Los beneficiarios directos del proyecto serán alrededor de 200 agricultores mujeres y hombres, quienes recibirán capacitación y asistencia técnica para mejorar sus prácticas agropecuarias sustentables. Los beneficiarios indirectos serán las familias de los 200 agricultores que se han capacitado directamente para realizar este tipo de cultivos.

El nivel socio económico de las familias del cantón Pimampiro es bajo, por lo que el proyecto va encaminado a mejorar la economía y acceder a una capacitación para conocer las potencialidades de sus tierras, sin tener que abandonar sus hogares para la migración; siendo importante crear conciencia en la sociedad en general sobre la importancia de la agricultura orgánica, como fuente suministradora de alimentos sanos, libres de todo tipo de fungicidas perjudiciales para la salud.

## **4. OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

- Desarrollar el Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa de Comercialización de Productos Agrícolas Orgánicos en la parroquia Mariano Acosta, cantón Pimampiro, provincia de Imbabura, con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas con interés especial en la seguridad alimentaria, así como la generación de empleo de las familias del sector campesino.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Diagnosticar la situación actual del proceso de comercialización de los productos agrícolas orgánicos en la parroquia Mariano Acosta, para la creación de la microempresa.
- Identificar las bases teóricas y científicas que sustenten el estudio y desarrollo del proyecto.
- Realizar el estudio de mercado con la finalidad de precisar la demanda, oferta y precios referentes a la comercialización de productos agrícolas orgánicos.
- Efectuar el estudio técnico que sustente la localización e infraestructura básica que requiere el proyecto para la creación de la microempresa.

- Elaborar el estudio financiero de las inversiones fijas y operativas que se requiere para la estructuración de la microempresa considerando proyecciones de gastos, costos e ingresos que sustenten el proyecto.
- Diseñar la estructura organizativa y funcional de la microempresa de comercialización de productos agrícolas orgánicos.
- Determinar los impactos positivos y negativos que se pueden generar con la creación de la microempresa.

## **5. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA**

### **• METODOS**

Para el desarrollo del presente proyecto se emplearán los siguientes métodos:

#### **▪ MÉTODO ANALÍTICO**

Se utiliza el método analítico para desagregar cada uno de los elementos que conforman la organización a formar y conocer como se encuentran relacionadas entre sí, que a su vez forman parte para la construcción de la matriz FODA, herramienta que tiene como objetivo diagnosticar la verdadera realidad del caso a investigar.

#### **▪ MÉTODO SINTÉTICO**

El método sintético permitió unificar todos los elementos que forman parte del presente proyecto de investigación para llegar a definir claramente la problemática y obtener una solución de la misma.

- **MÉTODO INDUCTIVO**

El método inductivo facilitó exponer claramente las conclusiones, como consecuencia de la observación realizada de los hechos que conforman la presente investigación; y en base a ésta la propuesta de las recomendaciones correspondientes.

- **MÉTODO DEDUCTIVO**

El método deductivo fue útil para la interpretación de los resultados estadísticos obtenidos de encuestas y entrevistas, mismas que permitieron conocer los posibles consumidores de los productos; es decir, el planteamiento del problema.

- **TÉCNICAS**

Para obtener información básica del proyecto se aplicarán las siguientes técnicas de investigación:

- Encuestas a los productores agrícolas y a los potenciales consumidores.
- Entrevistas a los técnicos y directivos de las Instituciones inmersas en el desarrollo del proyecto.
- Consultas documentales y bibliográficas respecto a la comercialización de productos agrícolas orgánicos.

- **INSTRUMENTOS**

- El Cuestionario
- Grabadora
- Cámara Fotográfica

- **POBLACIÓN Y MUESTRA**

- **Población**

- De acuerdo a los objetivos del proyecto, la población será seleccionada por dos estratos que conforman los productores de la zona y los consumidores de los productos agrícolas orgánicos de la ciudad.

- **Muestra**

- El tamaño de la muestra se procederá a calcular de conformidad a la fórmula que se cita en la “Guía para el Diseño del Plan de Trabajo de Grado”, de la facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la UTN.

## **CAPITULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. Antecedentes Históricos**

Pimampiro es un cantón de incomparable belleza natural, es un paraíso terrenal en la provincia de Imbabura, sus montañas, páramos, valles y lagunas brindan una policromía de ensueño que encanta al turista nacional y extranjero. Sus campos fértiles demuestran el poderío productivo de una tierra labrada por manos Pimampireñas que en cada una de las semillas germinadas depositan el sacrificio y la esperanza de desarrollo para un cantón apacible y saludable.

Pueblo antiquísimo de gran ancestro, fue una tribu importante, poderosa, libre e independiente. Existió antes de la venida de los Shyris en el año 930 de la era cristiana. Aún se encuentran vestigios de esa época. Su fuente de riqueza constituyó el cultivo y comercialización de la coca, la misma que intercambiaban con oro, plata y animales traídos por otras tribus.

Considerado el cantón agrícola por la fertilidad y gran productividad de sus tierras que prodigiosamente acepta toda clase de cultivos. Se divide en 4 Parroquias: Pimampiro, Chugá, San Francisco de Sigsipamba y Mariano Acosta.

Mariano Acosta es una parroquia rural del cantón Pimampiro, fue fundada el 18 de noviembre de 1919 (En esta época pertenecía al cantón Ibarra) Lleva el nombre del ilustre patriota y religioso Reverendísimo Canónigo Doctor Mariano Acosta. Según el Plan de Desarrollo Local de la Parroquia Mariano Acosta, los pobladores de Angochagua y de la Rinconada solían

trabajar en calidad de aparceros, peones y huasipungueros en las haciendas de la jurisdicción. Esta condición social constituyó un estímulo que les obligó a buscar la manera de independizarse del yugo de los terratenientes.

En 1919, con 600 pobladores se eleva a la categoría de parroquia civil, gracias al incremento de los recursos económicos y a la administración de justicia que contribuyó a su organización.

Mariano Acosta es un parroquia pujante que día a día forja un nuevo porvenir para sus habitantes y que llegará a ser en el futuro una Parroquia líder en desarrollo integral, primera oferente de productos agropecuarios de calidad y con identidad territorial, fortaleciendo la organización ciudadana, la integración étnica, y la participación de todos en un marco de equidad de género y compromiso con el medio ambiente. Siendo capaz de administrar un Centro de Acopio de productos orgánicos perfectamente implementada, comercializando los productos tanto a nivel nacional e internacional. El presente trabajo pretende dejar establecidas las bases para lograr esta visión.

## **1.2. Estructura Político Administrativa**

La parroquia Mariano Acosta está constituida por 4 comunidades rurales: Puetaquí, Guanupamba, Yanajaca y la Florida, además con el Centro Parroquial, en donde se encuentran las principales instancias de administración y servicios públicos como: Junta Parroquial, Tenencia Política, Subcentro de Salud, Centros Infantiles, Escuela y Colegio.

La parroquia está integrada por la cabecera parroquial y dieciocho comunidades, sobre la cual se ejerce la administración directa por parte de la Junta, a esto se deben añadir varios sectores y sitios de reciente colonización y poblamiento.

### 1.2.1. Organizaciones Territoriales de Base

**CUADRO Nº 1**

JUNTA PARROQUIAL	Mariano Acosta
COMUNAS JURÍDICAS Y DE HECHO	Guanupamba
	La Florida
	Puetaquí
	Yanajaca
	Nueva América
	Santa Clara
	El Inca
	Los Árboles
	Buenos Aires
	El Alisal
	El Tejar
	Colimburo
	Rumipamba
La Armenia	

**Fuente:** Plan Estratégico de la Parroquia M. Acosta

### 1.2.2. Estructura de Funcionamiento de la Junta Parroquial

De acuerdo al Reglamento de la Ley de Juntas Parroquiales Rurales, la Junta Parroquial de Mariano Acosta está conformada de la siguiente forma:

Presidente de la Junta Parroquial

Vicepresidente de la Junta Parroquial

Secretaria Contadora

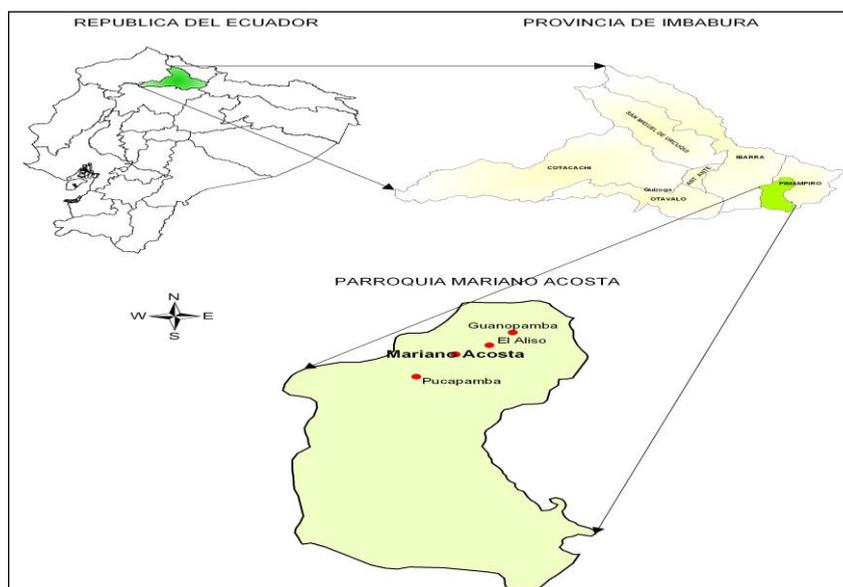
Vocales principales (3)

Vocales suplentes (3)

Las Juntas Parroquiales que en el país inician sus operaciones a partir del año 2000 mediante el sistema de elección popular, por participación política, nacen al amparo de la Ley Orgánica de Juntas Parroquiales, y en el año 2002 obtienen el Reglamento de aplicación de la Ley; los recursos para su operación están limitados a una contribución directa otorgada desde el presupuesto nacional para actividades administrativas y de gestión, para ejecución de proyectos de inversión deben coordinar con el Municipio de Pimampiro y el Gobierno Provincial de Imbabura.

### 1.2.3. Mapa de Ubicación Geográfica de la Parroquia

GRÁFICO 1



### 1.3. Situación Geográfica

Mariano Acosta se encuentra ubicada al sur este de la Provincia de Imbabura y a 58.60 Km de la ciudad de Ibarra que es la capital provincial. La cabecera parroquial de Mariano Acosta se encuentra en las siguientes coordenadas geográficas: 0° 17' 48,47" de latitud norte y 77° 58' 56,19" de longitud oeste." Según consta en el Plan de Desarrollo Estratégico de la parroquia de Mariano Acosta - cantón Pimampiro (2006).

### 1.3.1. Límites

La parroquia Mariano Acosta limita al norte con la cabecera cantonal de Pimampiro, y con la parroquia de Ambuquí del cantón Ibarra; al sur con las parroquias de Olmedo del cantón Cayambe y El Reventador del cantón Gonzalo Pizarro (provincia de Sucumbíos), al oeste con las parroquias de Angochagua y La Cabecera Cantonal del cantón Ibarra y al este con la parroquia de San Francisco de Sigsipamba del cantón Pimampiro.

**GRÁFICO 2**



### 1.3.2. Superficie

La superficie de la parroquia Mariano Acosta es de 133,76 Km<sup>2</sup>.

### 1.3.3. Altura

De acuerdo a su topografía, aproximadamente se encuentra entre los 2080 y 3960 m.s.n.m., y la Cabecera Parroquial se encuentra a 2980 m.s.n.m.

### 1.3.4. Características del clima

La parroquia de Mariano Acosta presenta un clima frío en la parte alta de los Páramos, los mismos que se encuentran desde los 3200 hasta los 3960 m.s.n.m., y templado frío desde los 2080 hasta los 3960 m.s.n.m.; posee una pluviosidad de 890 a 2000 mm, su temperatura promedio anual es de 6 grados centígrados en la parte alta y alcanza los 15 grados centígrados en la parte baja. El centro poblado presenta un clima templado frío con una temperatura media aproximada de 12 grados centígrados y una pluviosidad de 1235 mm. Otro factor importante es el número de meses secos, en toda la franja norte de la parroquia existe un máximo de 5 meses secos, así como también en la parte central de la parroquia se presentan 3 meses secos y en la parte alta y sur de la parroquia existe un mínimo de 1 mes seco, siendo este el principal problema que afecta a la producción (agricultura y ganadería) en épocas de estiaje.

### 1.4. Habitantes

En Mariano Acosta coexisten dos grupos poblacionales: la población indígena con 1146 habitantes que representa el 59,50% de la población total, localizada en las comunidades; y la población mestiza con 780 habitantes que corresponde al 40,50%. Con un total de 1926 habitantes.

#### 1.4.1. Población total por sexo y edades

**CUADRO Nº 2**

DESCRIPCIÓN	PARROQUIA
Población total	1926
Población masculina	919
Población femenina	1007
Porcentaje de hombres	47.72%
Porcentaje de mujeres	52.28%
Población menor de 15 años de edad	743
Población de 15 a 64 años de edad	971
Población de 65 años y más	212

FUENTE: INFOPLAN versión 2.0 (2001)

**CUADRO Nº 3**

<b>INDICADORES DEMOGRÁFICOS</b>	<b>M. ACOSTA</b>	<b>POBLACIÓN PARROQUIAL</b>
Población Económicamente Activa	854	16.27
Total de Viviendas	724	16.06
Total de Hogares	516	15.48

**FUENTE:** INFOPLAN versión 2.0 (2001)

### **1.5. Análisis económico productivo**

La Junta Parroquial en la actualidad tiene dos referentes básicos para implementar proyectos de desarrollo en cada área de intervención, estos están ligados hacia infraestructura básica como es la electrificación, agua potable, alcantarillado, vías y caminos vecinales en lo fundamental. A partir de la elaboración de los planes de desarrollo parroquial se han comenzado a incluir los criterios de desarrollo humano que ante todo proponen el desarrollo en las áreas de organización social, salud, educación, cultura, capacitación y formación del recurso humano como ejes claves que impulsen y complementen el proceso de desarrollo, se ha determinado también que es urgente el proceder a capacitar a la población de esta parroquia sobre temas de género, juventud, niñez y adolescencia, ya que existe un desconocimiento sobre la normativa legal que ampara a estos segmentos poblacionales para propender a un desarrollo social con equidad, igualdad y bajo participación democrática en la toma de decisiones.

Dentro del Desarrollo Económico entendido como la activación de los factores económicos, sociales y culturales en función de mejorar la calidad de vida de las personas, asegurando la preservación de los recursos, se circunscribe el Desarrollo Económico Local que se considera como un proceso que surge tanto de acuerdos colectivos; de la constatación objetiva de las fortalezas y debilidades locales, así como del diseño de una estrategia adecuada que permita la implementación de acciones, es decir, es un acuerdo sobre el futuro y sobre la manera de superar los obstáculos y los medios para hacerlo.

En tales circunstancias, el desarrollo de la parroquia y sus comunidades tiene como punto de partida la realidad local, y su articulación con los diferentes niveles territoriales (intercomunal, interparroquial, cantonal, provincial, nacional e internacional).

### 1.5.1. Principales características productivas de la parroquia

En el taller de participación ciudadana organizado por el Gobierno Provincial de Imbabura, para elaborar el POA 2010, se determinó, los problemas de carácter productivo en la parroquia.

**CUADRO Nº 4**

<b>VENTAJAS COMPARATIVAS (Qué tenemos)</b>	<b>PROBLEMAS ENCONTRADOS (Qué nos hace falta para competir)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recursos naturales</li> <li>• Cobertura de servicios de infraestructura</li> <li>• Comercialización de productos local, y mercado provincial</li> <li>• Mano de obra agrícola calificada</li> <li>• Red vial interparroquial e intercantonal</li> <li>• Electrificación rural</li> <li>• Tradición agrícola</li> <li>• Cercanía con la cabecera provincial</li> <li>• Convergen todas las vías de las parroquias a la cabecera cantonal</li> <li>• Clima favorable a la vida y producción</li> <li>• Diferentes pisos altitudinales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poco involucramiento de los pobladores en la solución de sus problemas</li> <li>• Limitada organización y asociatividad</li> <li>• Limitada gerencia y liderazgo institucional</li> <li>• Falta de promoción de la producción en los mercados internos y externos</li> <li>• Articulación vial intercomunitaria e interparroquial no funcional</li> <li>• Falta de investigación, generación y adaptación de tecnologías apropiadas</li> <li>• Falta de capacitación y asistencia técnica a todo el aparato productivo</li> <li>• Falta de apoyo al microempresario</li> <li>• Crédito inaccesible y costoso</li> <li>• Falta de generación de proyectos productivos alternativos en todos los componentes</li> <li>• Falta de explotación racional y sustentable de los recursos naturales.</li> <li>• Forestación e impedir el deterioro del medio ambiente</li> <li>• Falta de planificación integral con visión de largo plazo</li> <li>• Déficit de agua de riego</li> <li>• Inexistencia de una instancia promotora para el desarrollo económico y social</li> <li>• Déficit en la cobertura vial.</li> <li>• Falta de recurso humano de alta calificación</li> </ul>

**Fuente:** Plan Estratégico de la Parroquia M. Acosta (2006)

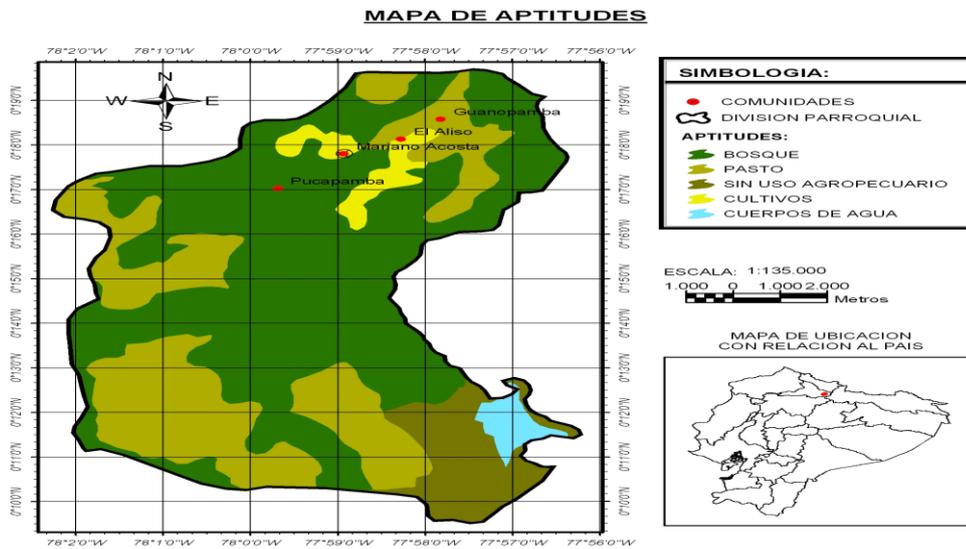
Una vez acordado, se priorizó como problemas principales la falta de mantenimiento vial, para lo cual se va a recurrir a la conformación de Microempresas de mantenimiento vial, involucrando a personas de la misma comunidad. La vía Mariano Acosta - el Paramo – Ibarra, se procederá a lastrarla. En cuanto a la producción, se determinó como prioritario el canal de riego Puruhanta; se iniciarán la actualización de los estudios respectivos.

### **1.5.2. Aptitudes agrícolas de los suelos.**

En la determinación de las diferentes categorías de aptitud agrícola del suelo de la parroquia de Mariano Acosta se encontró que están divididas en cinco áreas muy importantes de acuerdo a su potencial, siendo bosques, páramos (pastos), cuerpos de agua, sin uso agropecuario y cultivos.

El uso potencial de los suelos de la parroquia de Mariano Acosta, por sus características edáficas (suelo) y de pendiente es de vocación forestal, de conservación y agrícola, lo que se expresa con los resultados gráficos y numéricos obtenidos en el diagnóstico realizado en la parroquia.

### GRÁFICO 3



Bosque (B): Esta zona corresponde a suelos con pendientes fuertes, cuyos porcentajes están por encima del 30%, por este motivo toda actividad agro productiva es no recomendable, ya que existe peligro de que se ocasionen riesgos naturales, tales como la erosión muy activa provocando deslizamientos. Toda esta área cubre una superficie de 7635,43 hectáreas, lo que representa el 57,08% de la superficie parroquial.

Pastos (P): La superficie ocupada como pastos (páramo) cubre un área de 3985,49 hectáreas lo que corresponde al 29,80% del territorio parroquial y se caracteriza por tener pendientes que varían desde el 12% hasta el 40%, regulares o irregulares con micro relieves. Es una zona marginal para la agricultura, sin embargo es posible solamente para algunos tipos de operaciones, ya que existen dificultades para el riego a más de que existen riesgos de erosión y derrumbes.

Cultivos (C): La zona que se destina a los cultivos corresponde a pendientes que se encuentran entre el 1% y 12%, caracterizándose por

tener pendientes débiles y porque presentan características óptimas para toda actividad agrícola y operaciones de mecanización, facilitando de esta manera el regadío sin que se produzcan riesgos naturales como la erosión.

Toda esta zona tiene una superficie de 408,39 hectáreas lo que corresponde al 3,05 % de la superficie parroquial. Por tal motivo es un área muy importante para el sustento y desarrollo productivo de la parroquia, por lo que se recomienda actividades agrícolas que no causen impactos ambientales negativos al recurso suelo, debiendo ser manejadas con prácticas apropiadas como son los sistemas agroforestales, diversificación de cultivos, cultivos de huertos, producción ganadera y otras áreas de pastoreo, instalación de infraestructura adecuada para toda actividad agrícola mencionada.

Sin uso agropecuario (S): Toda esta zona tiene una superficie de 1104,11 hectáreas lo que corresponde al 8,25 % de la superficie parroquial. Por tal motivo es un área muy importante para la parroquia por lo que se recomienda no realizar ningún tipo de actividad agrícola, debiendo ser manejadas con prácticas apropiadas como son proyectos de conservación, turísticos y manejo sustentable de los recursos naturales.

Cuerpos de agua (C. Agua): El área correspondiente a la presencia de cuerpos de agua que es de vital importancia para las poblaciones aledañas, ya que constituyen principales reservorios de agua para las futuras generaciones, lo que le hace un área importante para que sea conservada, protegida y manejada sustentablemente.

### 1.5.3. Indicadores Económicos de la Población

**CUADRO N° 5**

<b>Indicador</b>	<b>Parroquia</b>
Población en edad de trabajar (PET)	1350
Población económicamente activa (PEA)	854
Tasa bruta de participación laboral	44,3
Tasa global de participación laboral	63,3

**Fuente:** SIISE versión 4.5 (2006)

### 1.5.4. Necesidades Básicas Insatisfechas

#### 1.5.4.1. Indicadores Económicos de Necesidades Básicas por %

**CUADRO N° 6**

<b>Indicador</b>	<b>Parroquia</b>
Pobreza por NBI (Necesidades básicas insatisfechas)	92
Pobreza extrema por NBI	73,7
Incidencia de la pobreza de consumo	90,1
Incidencia de la extrema pobreza de consumo	59,6
Brecha de la pobreza de consumo	49,1
Brecha de la extrema pobreza de consumo	20,9

**Fuente:** SIISE versión 4.5 (2006)

NBI.- Es uno de los indicadores de pobreza, más considerados para elaborar los proyectos productivos. Las Necesidades Básicas Insatisfechas son los servicios principales que toda comunidad debe poseer (Agua potable, alcantarillado, luz eléctrica, teléfono, recolección de basura) suponiendo que no posee ninguno de estos servicios básicos el indicador sería del 100 %.

### 1.5.5. Principales Actividades Económicas

CUADRO N° 7

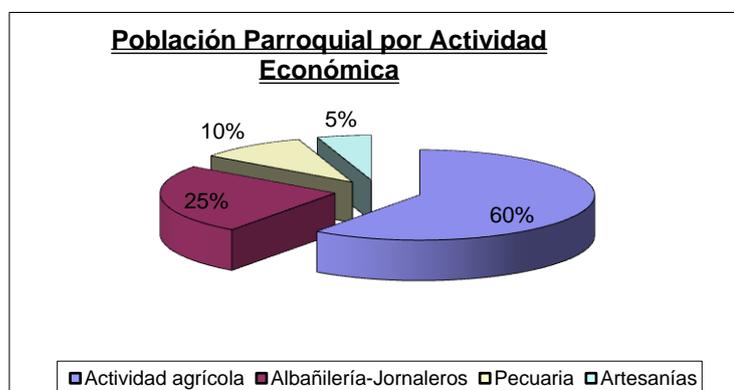
Actividad Económica Principal	Mercado habitual al que se destina	Importancia para la Población
Agricultura	Pimampiro - Provincia	1
Ganadería	Pimampiro-Ibarra	2
Jornaleros agrícolas	Local-provincial	4
Albañilería	Local-Provincial	3

FUENTE: Plan Cantonal (2002)

La principal actividad productiva es la agricultura, un 60% de la población se dedica a ésta, fundamentalmente a la producción de maíz, fréjol, papas, legumbres, hortalizas, frutales (limones, mora, taxo, etc.), etc.; un 10% de la población se dedica a la ganadería principalmente de animales menores como chanchos y cuyes; y la crianza de gallinas de campo, un 15 % se dedica a la albañilería y jornaleros, agrícolas, y un 5 % a la artesanía (bordados).

Un pequeño grupo de pobladores dedican su vida a otras actividades tales como: artesanías en arcilla, costura, jornal, así como a pequeños negocios y comercio.

GRÁFICO 4



FUENTE: Plan Cantonal (2002)

### 1.5.5.1. Productos de la Parroquia

#### a) Productos de la Parroquia y lugar de destino.

**CUADRO N° 8**

<b>Producción Principal</b>	<b>Mercado habitual al que se destina</b>	<b>Distancia que recorre el producto</b>
Arveja	Local-mercado Pimampiro	18 Km.
Cebada	Local-mercado Pimampiro	18 Km.
Papas	Local-mercado Pimampiro	18 Km.
Maíz	Local-mercado Pimampiro	18 Km.
Trigo	Local-mercado Pimampiro	18 Km.
Fréjol	Local-mercado Pimampiro	18 Km.
Habas	Local-mercado Pimampiro	18 Km.

FUENTE: Plan Cantonal 2002

#### b) Productos por sectores

**CUADRO N° 9**

Agrícola	Legumbres, hortalizas, maíz, fréjol, mellocos, trigo, cebada, cebolla, ocas, habas, papas
Pecuario	Ganado vacuno, porcino, aves, cuyes, borregos, caballos
Frutales	Limón, taxo tomate de árbol, mora, granadilla

Fuente: POA 2010 GPI

### 1.6. Infraestructura y Cobertura de Servicios Básicos.

**CUADRO N° 10**

<b>Indicador</b>	<b>Medida</b>	<b>Parroquia</b>
Viviendas	Cantidad	515
Hogares	Cantidad	516
Sistemas de eliminación de excretas	% (viviendas)	35,1
Servicio eléctrico	% (viviendas)	76,3
Servicio telefónico	% (viviendas)	1,9
Servicio de recolección de basura	% (viviendas)	15,3
Déficit de servicios residenciales básicos	% (viviendas)	90,9
Vivienda propia	% (hogares)	76,5
Hacinamiento	% (hogares)	38,8

Fuente: SIISE versión 4.5 (2006)

Como podemos observar en el cuadro, la parroquia de Mariano Acosta no dispone de agua potable, sólo posee agua entubada sin ningún tratamiento. Esta es la principal necesidad en cuanto a servicios básicos. Esta es la razón principal para tener un alto índice de NBI. Tampoco se dispone de una adecuada recolección de basura.

### 1.6.1. Vialidad

El Diagnóstico Vial Cantonal 2002, realizado con una amplia participación de representantes parroquiales, estableció los requerimientos que cada población determinó como vitales para su desarrollo, dentro de este marco se han seleccionado vías principales de acceso a la parroquia, caminos ínter comunitarios y chaquiñanes de enlace entre los diferentes sectores poblacionales, el siguiente cuadro resume la cantidad de vías de acceso y las comunidades que unen.

**CUADRO N° 11**

EJE VIAL INTERNO	TIPO DE RODADURA	NIVEL REQUERIDO DE INTERVENCIÓN	DISTANCIA
Pimampiro – Mariano Acosta	Empedrado	Mantenimiento Rutinario	18.70 Km
Mariano Acosta-La Florida	Empedrado	Mantenimiento Rutinario	5 Km
Pimampiro-Buenos Aires- Guanupamba-Mariano Acosta	Lastrado	Rehabilitación	21 Km
Mariano Acosta-El Páramo	Tierra	Rehabilitación	15 Km
Mariano Acosta-Yanajaca	Tierra	Reconstrucción	5 Km
La Florida-Nueva América	Tierra	Reconstrucción	5Km

**Fuente:** Plan Vial Provincial 2002

Cabe destacar que la vía Mariano Acosta – Pimampiro a partir del año 2003, vía concesionada es administrada por la micro empresa de mantenimiento vial Camino al Andar, la misma que tiene a su cargo el mantenimiento rutinario en base a un convenio con la unidad de caminos vecinales del MOP y el Gobierno Provincial de Imbabura.

## **1.7. Organización Social**

La existencia de 35 organizaciones sociales en la jurisdicción territorial de la parroquia de Mariano Acosta permite determinar un nivel coherente de acciones en beneficio de los miembros y asociados a cada una de ellas, 14 Comunidades, 8 Asociaciones de Productores, 3 Organizaciones Sociales y 2 Organizaciones Sociales Gubernamentales, (OSG's), 3 de Otros fines, según lo determinado en el Mapa de Actores Locales. La mayoría de las mismas están constituidas como entidades de derecho, además otra de las consideraciones es que todas estas organizaciones deben tener un soporte fundamental en cuanto requieren para su consolidación aparte del reconocimiento legal, la capacitación correspondiente para el fortalecimiento organizacional de cada una de ellas, sin lo cual se estaría dejando que estas instituciones sociales de vital importancia para el desarrollo parroquial no perduren en el tiempo.

Es indispensable destacar que las Comunas Jurídicas y de Hecho que son una organización que abarca a 17 comunidades del área, concentra todas las actividades relacionadas al desarrollo local, y todas aquellas propuestas de desarrollo son canalizadas por su dirigencia previo a asambleas generales en las que se van planificando anualmente los procesos de consolidación de desarrollo comunitario.

**GRÁFICO 5**



### 1.8. Salud

La deficiente condición sanitaria y de seguridad alimentaria, da lugar a una serie de enfermedades recurrentes como parasitosis, infecciones respiratorias, enfermedades diarreicas. Para la atención de la salud la población concurre al Subcentro de Mariano Acosta que brinda una atención integral.

El personal médico visita las comunidades para capacitar a la población sobre la Ley de Maternidad Gratuita y Atención a la Infancia. En escuelas, dan charlas sobre salud e higiene. Se realizan diferentes campañas anuales de vacunación a niños y niñas. Datos tomados del Plan de Desarrollo Parroquial 2006-2016.

Los índices prevalentes de salud en la parroquia según los datos del Sistema de Información para el Desarrollo Local en el Ecuador (INFOPLAN), el Subcentro dispone de una Enfermera y una Auxiliar de Enfermería. No cuentan con equipamiento básico, medicamentos; y la atención no es permanente, la posta médica de la comunidad El Inca se encuentra cerrada por falta de personal , y la unidad del Seguro Social Campesino ubicada en el Tejar, presta atención a los afiliados con médicas itinerantes que atienden determinados días en la semana dentro de medicina general y odontología.

### 1.8.1. Cobertura de Salud

CUADRO Nº 12

SERVICIOS	PARROQUIA
Establecimientos sin internación	1
Centros de salud	0
Dispensarios médicos	0
Puestos de salud	0
Subcentros de salud	1
Personal en establecimientos de salud	3
Médicos/as - establecimientos públicos	1
Médicos/as - establecimientos privados	0
Obstetricas - establecimientos públicos	0
Obstetricas - establecimientos privados	0
Enfermeras/os - establecimientos públicos	1
Enfermeras/os - establecimientos privados	0
Auxiliares de enfermería - establecimientos públicos	1
Auxiliares de enfermería - establecimientos privados	0

FUENTE: SIISE, versión 4.5 (2006)

### 1.9. Educación

La parroquia Mariano Acosta cuenta con un colegio, una escuela y un jardín de educación pública, en el centro urbano, las comunidades de Guanupamba y La Florida disponen de escuelas pluridocentes, además existen escuelas primarias en la comunidad de Rumipamba, La Armenia, El Alisal, Colimburo, Buenos Aires, El Inca, El Tejar y Los Árboles.

Los niños con acceso a educación primaria está en el orden del 91% de asistencia escolar, rango aceptable dada las condiciones de dispersión comunitaria, por lo que se determina que existe una buena motivación de los padres hacia la educación de la niñez. Al existir un solo colegio en la parroquia y

por las limitaciones económicas, el índice de acceso determina una pérdida del 73.5% de niñez que no accede a la educación media, y, de éstos el acceso a educación superior se torna crítico, en tanto que sólo el 1.33% accede a la formación profesional.

**CUADRO Nº 13**

INDICADORES	PARROQUIA	CANTON	PROVINCIA
<b>EDUCACIÓN: Preprimaria</b>			
Alumnos/as – planteles públicos preprimaria	28	148	4736
Profesores/as – planteles públicos preprimaria	1	5	189
Planteles públicos preprimaria	1	3	92
Aulas – planteles públicos preprimaria	1	5	234
<b>EDUCACIÓN: Primaria</b>			
Alumnos/as - planteles públicos primaria	403	2612	48446
Profesores/as - planteles públicos primaria	17	111	1907
Planteles públicos primaria	3	40	414
Aulas - planteles públicos primaria	17	126	1966
<b>EDUCACIÓN: Secundaria</b>			
Alumnos/as – planteles públicos secundaria	61	482	20981
Profesores/as – planteles públicos secundaria	10	70	1737
Planteles públicos secundaria	1	4	68
Aulas – planteles públicos secundaria	7	37	1005

**FUENTE:** SIISE, versión 4.5 (2006)

## CAPITULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. La Empresa

##### 2.1.1. Definición

Reinoso Víctor (1985), Pág. 279. define: ***“La Empresa es la unidad productiva o de servicio que constituida según aspectos prácticos y legales se integra por recursos y se vale de la administración para lograr sus objetivos.”***

Aunque la iniciación de la empresa siempre tiene lugar partiendo de un estudio económico, su verdadera actuación social comienza precisamente en el momento institucional y legal en que la empresa toma personalidad jurídica, la cual permite ser reconocida como tal entidad y desarrollar peculiares actividades.

##### 2.1.2. Clasificación De Las Empresas.

Las empresas pueden clasificarse de diversas formas, pero para Reinoso Víctor, (1985) sería de la siguiente forma:

###### 2.1.2.1. Por su Patrimonio

- a) Estatales
- b) Privadas
- c) Mixtas

Que a su vez las mismas pueden clasificarse en:

- a) Lucrativas: Individuales o Sociedades
- b) No lucrativas: Cooperativas o Asociaciones Civiles

### **2.1.2.2. Por la Estructura Jurídica**

#### **a) Sociedades de Capital y Persona:**

- Colectivas
- De hecho
- En comanditas simple
- De responsabilidad limitada
- Cooperativas
- Individuales

#### **b) Sociedades de Capital:**

- Sociedades anónimas
- En comandita compuesta

### **2.1.2.3. Por su Tamaño**

#### **a) Artesanales**

#### **b) Pequeñas**

#### **c) Medianas**

#### **d) Grandes**

## **2.2. Microempresa**

### **2.2.1. Definición**

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

En este sentido la microempresa constituye una parte importante del tejido empresarial que nos rodea, tanto por la importancia respecto de la actividad general y al desarrollo regional, como por su dinamismo y capacidad de adaptación e innovación.

## **2.2.2. Estructura de la microempresa**

Yépez Ana, (2008), Pág. 53 menciona: ***“La estructura de una entidad agrícola se refiere a la manera como están divididas y coordinadas las tareas de la empresa. La estructura se establece mediante organigramas, los cuales representan la fotografía de la organización, describiendo posiciones, patrones de responsabilidad y autoridad, comunicación y flujo de trabajo”.***

## **2.2.3. Clasificación de la microempresa**

Anzola Sérvulo, (1998) Pág. 54, afirma: ***“Actualmente existen 3 tipos de Empresas que todo pequeño empresario debe considerar:***

### **2.2.3.1. Empresas de Transformación.**

Son aquellas que se dedican a la producción de bienes.

### **2.2.3.2. Empresas de Servicios.**

Se dedican a la prestación de servicios a la comunidad.

### **2.2.3.3. Empresas de Comercialización.**

Este tipo de empresa compra los bienes que una empresa de transformación produce para luego venderlo a sus propios clientes con lo cual presta un servicio a la comunidad y obtiene ganancia”.

#### **2.2.4. Características de las microempresas.**

Monteros Edgar (2005), Pág. 27, afirma: **“La microempresa en la Provincia de Imbabura constituye un importante renglón de la economía regional y nacional, pues abarca el desarrollo de varias actividades, como la de los textiles y la confección, la metalmecánica, la construcción, el cuero y el calzado, el alimenticio, las artesanías, el gráfico e impresiones, los servicios técnicos y profesionales en las diversas ramas, entre otros”**.

#### **2.2.5. La Microempresa y la situación actual.**

La microempresa es un fenómeno social de indiscutible importancia, ya que comprende el 47% de la población económicamente activa. El proceso de modernización y globalización de la economía, ha ocasionado el crecimiento del sector micro empresarial, que responde a diversos factores entre los que merece destacarse:

**2.2.5.1.** La reducción de empleados en el sector público.

**2.2.5.2.** La compra de maquinaria moderna en el sector privado, que produce la eliminación de fuentes de trabajo y el incremento de la desocupación.

La microempresa puede considerarse como un factor importante de soporte y empuje de la economía, porque generan empleo de una u otra forma.

Resnik Paúl, (1993), Pág. 43, menciona: ***“Las pequeñas empresas que realmente triunfan, explotan con muy pocas excepciones, alguna ventaja competitiva distinta y comunicable. Una***

***ventaja competitiva determinante se obtiene normalmente suministrando bienes y servicios que sean un poco diferentes o mejores que los de la competencia. Precisamente por ser pequeñas, las nuevas pequeñas empresas pueden adaptarse y responder maravillosamente a los matices y necesidades de grupos o clientes específicos”.***

La microempresa de producción y comercialización de productos orgánicos tiene como ventaja competitiva, el clima fresco donde se puede cultivar todavía sin productos químicos tóxicos, una producción limpia, que actualmente está generando mejores precios en el mercado, la venta puede realizarse directamente al consumidor, por supuesto será un nicho de mercado con características exigentes.

### **2.3. Producción orgánica**

#### **2.3.1. Principios de la Agricultura y el Procesamiento Ecológico (Orgánicos).**

Para la IFOAM International Federation of Organic Agriculture Movements (Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica) la agricultura y el procesamiento ecológicos están basados en diversos principios e ideas. <http://www.ifoam.org/>, menciona:

**2.3.1.1.** Producir alimentos de elevada calidad nutritiva en cantidad suficiente.

**2.3.1.2.** Interactuar constructivamente con los sistemas y los ciclos naturales, de manera de potenciar la vida.

**2.3.1.3.** Tener en cuenta el amplio impacto social y ecológico del sistema de producción y procesamiento ecológicos.

- 2.3.1.4.** Fomentar e intensificar los ciclos biológicos dentro del sistema agrario, lo que comprende los microorganismos, la flora y fauna del suelo, las plantas y los animales.
- 2.3.1.5.** Desarrollar un ecosistema acuático valioso y sostenible.
- 2.3.1.6.** Mantener e incrementar la fertilidad de los suelos a largo plazo.
- 2.3.1.7.** Mantener la diversidad genética del sistema productivo y de su entorno, incluyendo la protección de los hábitats de plantas y animales silvestres.
- 2.3.1.8.** Promover el uso juicioso y el cuidado apropiado del agua, los recursos acuáticos y la vida que sostienen.
- 2.3.1.9.** Emplear, en la medida de lo posible, recursos renovables en sistemas agrarios organizados localmente.
- 2.3.1.10.** Crear un equilibrio armonioso entre la producción agrícola y la ganadería.
- 2.3.1.11.** Proporcionar a los animales condiciones de vida que tomen en consideración las funciones básicas de su comportamiento innato.
- 2.3.1.12.** Minimizar todas las formas de contaminación.
- 2.3.1.13.** Procesar los productos ecológicos utilizando recursos renovables.
- 2.3.1.14.** Producir productos ecológicos completamente biodegradables.
- 2.3.1.15.** Producir textiles de buena calidad y larga duración.

**2.3.1.16.** Permitir que todos aquellos involucrados en la producción agrícola y el procesamiento ecológicos lleven una vida que les permita cubrir sus necesidades básicas y obtener ingresos adecuados y satisfacción por su trabajo, incluyendo un entorno laboral seguro.

La agricultura orgánica ha generado en los últimos diez años una verdadera “revolución productiva”. Desde la creación de marcos legales en muchos países, hasta el desarrollo de empresas productoras, comercializadoras y de servicios. A esto se debe agregar la creciente actividad en materia de investigación y desarrollo de productos, procesos, entre otros.

Suquilanda M, (2003), Pág. 54, afirma: ***“Este desarrollo de los orgánicos se debe en parte a una desconfianza cada vez mayor respecto de los alimentos producidos convencionalmente después de una serie de escándalos sobre alimentos (“mal de la vaca loca”, dioxinas, aftosa, organismos genéticamente modificados), preocupaciones ambientales y la convicción entre el público de que los alimentos orgánicos pueden tener mejores características en lo que se refiere al sabor y calidad nutricional. Además, mientras que la venta de alimentos convencionales se ha estabilizado desde hace años, el sector de los alimentos orgánicos ha registrado un fuerte crecimiento, con una demanda que aumenta más rápidamente que la oferta en muchos países desarrollados”.***

Aunque se prevé que sólo un pequeño porcentaje de agricultores llegarán a ser productores orgánicos, la demanda de consumo de alimentos y

fibras producidas orgánicamente brinda nuevas oportunidades de mercado a los agricultores y a las actividades empresariales en todo el mundo. También plantea nuevos desafíos a las organizaciones internacionales vinculadas a la agricultura y la alimentación (FAO – Organización para la Agricultura y la Alimentación, IFOAM -Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica, OMC – Organización Mundial del Comercio-, entre otras).

### **2.3.2. Productos agrícolas orgánicos.**

Organic, en inglés o biologique, en francés. En español, se los denomina biológico, ecológico u orgánico y son sinónimos que se utilizan para designar los alimentos que cuidan tanto la salud de los consumidores como el equilibrio del medio ambiente en que se producen.

Acosta S, (2004) Pág. 46, menciona: ***“Todos los alimentos deben ser inocuos, es decir, no producir enfermedad. Se busca que la sanidad sea perfecta y se le agrega la calidad. Entonces, se buscan las características alimenticias óptimas, las características organolépticas (sabor, textura y olor) y que tenga trazabilidad, es decir, seguir el alimento desde la semilla hasta la góndola; desde la gestación hasta la manufactura. Y eso es lo que se garantiza con la certificación orgánica”.***

Por lo tanto, para el consumidor la garantía de veracidad reside en el sello de los productos.

El sello certifica que el proceso de cultivo responde a la reglamentación de cultivo orgánico. El control es semestral y depende del producto, se toman muestras para laboratorio y se sigue cada una de las etapas de

producción. A la vez actúa un comité independiente (expertos externos a la certificadora), y si el productor no cumple el protocolo, se le da de baja.

En la actualidad se producen todo tipo de alimentos bajo protocolos orgánicos: carnes, huevos, miel, aceitunas, azúcar, yerba mate, té, café, legumbres, frutas, hortalizas, vinos, aceites, lácteos, con toda la variante de derivados y formas de comercialización; por ejemplo, congelados, conservas, dulces, etc. Es decir, toda la producción agropecuaria y su correspondiente agroindustria.

Para obtener la certificación, cada establecimiento debe seguir y respetar pautas específicas: [www.ifoam.org](http://www.ifoam.org), detalla los requerimientos:

#### **2.3.2.1. Mantener la biodiversidad.**

El cauce de los ríos, la calidad del agua, la capa de carbono de la tierra, la flora y fauna originarias, es decir, las características y equilibrios naturales de cada lugar.

#### **2.3.2.2. Libre de químicos sintéticos.**

No están permitidos los pesticidas, herbicidas ni los transgénicos; las hormonas y antibióticos.

#### **2.3.2.3. Está prohibido el encierro y el maltrato animal.**

#### **2.3.2.4. Se usa fertilizante orgánico para los vegetales.**

#### **2.3.2.5. Producción sustentable.**

Se busca el equilibrio ecológico y un sistema de producción socialmente justo. El agente debe trabajar en un medio sano y con un mejor sistema de distribución de la riqueza.

**2.3.2.6.** Las razones para explicar el por qué privilegiar el consumo de estos productos, podemos clasificarlas en tres grandes grupos, las cuales han llevado a los alimentos orgánicos a posesionarse como una alternativa para una alimentación saludable.

#### **2.3.2.7. Valor Nutritivo.**

Cultivados en suelos equilibrados por fertilizantes naturales. Los alimentos biológicos son de mejor calidad por su contenido en vitaminas, minerales, hidratos de carbono y proteínas.

#### **2.3.2.8. Sabor.**

Sólo regeneradas y fertilizadas orgánicamente las plantas crecen sanas y se desarrollan de mejor forma, con su auténtico aroma, color y sabor, lo cual permite redescubrir el verdadero gusto de los alimentos originariamente no procesados.

#### **2.3.2.9. Garantía de Salud.**

Ciertos estudios toxicológicos establecen la relación existente entre los pesticidas y ciertas patologías, como el cáncer, las alergias y el asma. Pruebas comparativas con alimentos convencionales demostraron que los orgánicos contienen además mayores proporciones de vitaminas, proteínas, azúcares y minerales. El gran beneficio de los productos orgánicos es que éstos están libres de metales pesados y de residuos químicos, muchos de los cuales se asocian directamente a severas enfermedades que incluyen diversos tipos de cáncer.

### **2.3.3. Oferta de Productos Orgánicos en el Ecuador.**

En el Ecuador, existe una oferta de productos ecológicos, los mismos que son comercializados a nivel internacional.

Comprende actualmente el banano y sus derivados (puré, flakes, polvo) y una variedad de otras frutas tropicales como el banano orito, morado, mango, piña, arazá.

Rubros importantes son el café y el cacao, la caña de azúcar y derivados, vegetales y hortalizas frescas y congeladas (brócoli, lechugas, aguacate, otros), hierbas y especias (pimienta); cultivos andinos como la quinua, el amaranto y el chocho,

Productos provenientes de la recolección silvestre (hongos de bosques de pino, achiote, otros) y productos acuícolas (camarones).

Las exportaciones más importantes actualmente son el banano, brócoli congelado, café, la quinua y, en menor escala, cacao, camarón, mango, panela molida de caña y hongos secos.

Los productos ecológicos se destinan a Europa, Estados Unidos y Japón. Se espera que en dos a tres años Ecuador ocupe el primer lugar de las exportaciones mundiales de banano orgánico certificado. Ecuador es el primer país que ha desarrollado la producción de camarones orgánicos, con primeras exportaciones en el 2001. Existe un gran interés en la agricultura orgánica por parte de varios productores; desde grupos de pequeños productores asociados hasta grupos empresariales grandes y se espera un crecimiento significativo del área certificada en los próximos años.

#### **2.3.4. Certificado Orgánico**

El término certificado orgánico se refiere a productos agrícolas que han sido cultivados y procesados según normas estándar, verificadas por organizaciones autónomas estatales o privadas acreditadas por una empresa certificadora. Todos los productos orgánicos que se venden deben ser certificados., conforme a la Ley Ecuatoriana, o a las leyes de los países consumidores.

La certificación incluye la presentación anual de un plan de sistema orgánico, así como la inspección de los campos de cultivo e instalaciones de procesamiento. Los inspectores comprueban que se lleven a cabo prácticas orgánicas tales como administración de la tierra a largo plazo, barreras entre las granjas orgánicas y granjas convencionales vecinas.

Las inspecciones de procesamiento incluyen una revisión de los métodos de limpieza y control de plagas de las instalaciones, transporte y almacenamiento de ingredientes, así como la revisión de la contabilidad y control de auditoría. Los alimentos orgánicos reciben un mínimo de procesamiento para mantener la integridad de los mismos sin ingredientes o preservantes artificiales.

La certificación orgánica requiere rechazar agroquímicos sintéticos, la irradiación y los ingredientes o alimentos transgénicos (genéticamente modificados), muchos de los requisitos se encuentran en el Programa Nacional de Certificación Orgánica o del Programa Orgánico.

Los productores de alimentos orgánicos procuran que sus productos estén libres de agroquímicos y no producen alimentos transgénicos. Los cultivos orgánicos son enriquecidos mediante la elaboración de compostas, con la finalidad de volver a dar al suelo los nutrientes que entrega a través de los alimentos. Entre los métodos agrícolas tradicionales utilizados está el sistema de terrazas o de barreras naturales para evitar la erosión de los suelos. Pueden además presentar otras cualidades como un empaquetado ecológico para su disposición al consumidor final.

Los alimentos orgánicos se producen con el fin de nutrir el organismo humano protegiendo la salud de los consumidores, el equilibrio ecológico del lugar donde se producen y están libres de sustancias tóxicas o químicos potencialmente dañinos a la salud (exceptuando los que ya

están presentes en el medio ambiente). Los alimentos orgánicos están en pleno auge ya que los métodos agrícolas masivos que se utilizan en la agricultura industrial han sido señalados por el movimiento ecologista por su no sustentabilidad ambiental y por la exposición de los alimentos a pesticidas tóxicos.

## **2.4. Estudio De Mercado**

El estudio de mercado es más que el análisis de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden pronosticarse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial, mediante el conocimiento de los siguientes aspectos:

El consumidor y las demandas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.

La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.

Comercialización del producto o servicio del proyecto.

### **2.4.1. Producto**

Arboleda Germán, (2001), Pág. 49: ***“En términos simples, el producto es el resultado natural del proceso productivo. El estudio de mercado debe abarcar no sólo las especificaciones técnicas de un producto sino todos los atributos del mismo. Entre estos atributos están su tamaño, la forma del empaque, su marca, su logotipo, el eslogan, el tipo de envase, los requerimientos o normas sanitarias y de calidad que debe cumplir, los colores del producto, la textura, entre otros”.***

#### 2.4.2. Oferta

Arboleda Germán, (2001) Pág. 52, afirma: ***“Estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes dentro de sus actividades proveen de bienes o servicios similares al del proyecto”.***

El estudio de la competencia es fundamental, para poder conocer las características de los productos o servicios que ofrecen el resto de los productores, con el fin de determinar las ventajas y desventajas que aporta dicha competencia. Además, permite argumentar el nivel de ocupación de la capacidad disponible por el proyecto.

#### 2.4.3. Demanda

Jácome Walter (2005), Pág. 100 describe, ***“La demanda es la función más importante que se necesita analizar, porque establece quienes van a ser los posibles demandantes del producto o servicio”.***

El análisis del consumidor tiene por objetivo caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, nivel de ingreso promedio, ente otros; para obtener el perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial.

El análisis de la demanda pretende cuantificar el volumen de bienes o servicios que el consumidor podría adquirir de la producción del proyecto.

#### **2.4.4. Precio**

Según el diccionario del Círculo de Lectores (2009), Pág. 771 precio es: “**Valor monetario en que se estima algo. Estimación, importancia o crédito**”.

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.

#### **2.4.5. Comercialización**

El análisis de la comercialización del proyecto depende en modo importante de los resultados que se obtienen de los estudios del consumidor, la demanda, la competencia y la oferta.

Por lo que las decisiones (en cuanto a precio, promoción, publicidad, distribución, calidad, entre otras) adoptadas aquí tendrán repercusión directa en la rentabilidad del proyecto por las consecuencias económicas que se manifiestan en sus ingresos y egresos.

Los proveedores de insumos necesarios para el proyecto pueden ser determinantes en el éxito o fracaso de éste. De ahí la necesidad de estudiar si existe disponibilidad de los insumos requeridos y cuál es el precio que deberá pagarse para garantizar su abastecimiento.

La comercialización es la forma de planificar y controlar 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 requerido, 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.

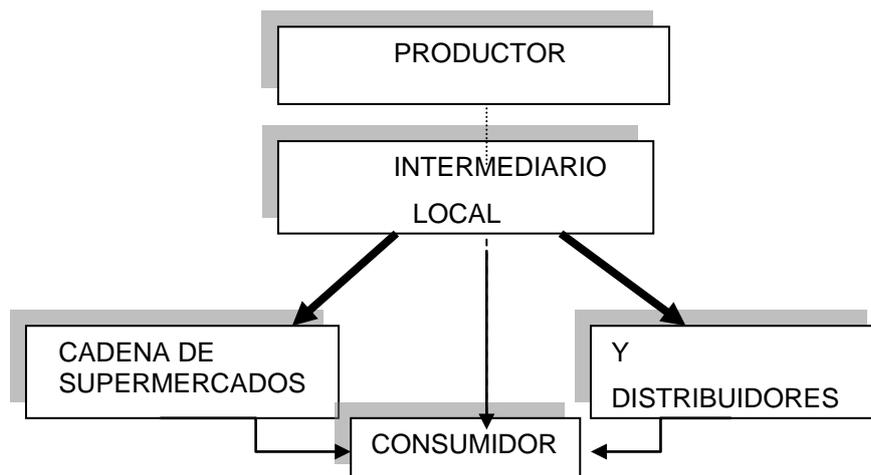
#### 2.4.6. Canales de Comercialización

Uno de los factores causantes de la crisis económica del país, es la falta de desarrollo del aparato productivo que transforme la materia prima en productos con valor agregado, la mayoría de agricultores compran a los grandes comerciantes los abonos, fertilizantes y semillas a precios demasiado altos, cuya inversión sube tanto que en forma reiterada es difícil recuperarla, peor aún obtener alguna utilidad.

Los siguientes son los canales de comercialización a los que se someten los productos agrícolas:

#### ILUSTRACIÓN 6

#### ANTIGUOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN



Como se puede ver en el diagrama, los productores se encuentran siempre en la situación que dependen de los intermediarios para poder llegar al consumidor final, permitiendo así que sus utilidades sean

menores, pues el margen de comercialización de los intermediarios siempre será mayor.

## **2.5. Estudio Técnico**

Comprende los diversos aspectos referentes al funcionamiento y operatividad del propio proyecto, lo cual lleva implícito el análisis del tamaño óptimo, localización, proceso productivo, programa de producción, insumos requeridos, disponibilidad y el costo de los mismos, características de los equipos de proceso básico e instalaciones físicas que conviene detallar, cuantificar y determinar su costo. En las unidades de presentación de servicios, que carecen de un proceso de producción propiamente dicho, se debe describir el núcleo de operaciones que requiere la prestación del mencionado servicio.

### **2.5.1. Localización del Proyecto**

Arboleda Germán, (2001), Pág. 131, afirma: **“El estudio de la localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas Locacionales con el fin de buscar la localización en la que resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario”**.

#### **2.5.1.1. Fuerzas Locacionales**

Arboleda Germán, (2001), Pág. 133 menciona: **“Las fuerzas Locacionales influyen en la decisión de la localización del proyecto”**.

Para lo cual se considerarán los aspectos siguientes:

- a) Facilidades de infraestructura portuaria, aeroportuaria y terrestre, y de suministros de energía, combustible, agua, así como de servicios de alcantarillado, teléfono, entre otros.

- b)** Ubicación con una proximidad razonable de las materias primas, insumos y mercado.
- c)** Condiciones ambientales favorables y protección del medio ambiente.
- d)** Disponibilidad de fuerza de trabajo apropiada atendiendo a la estructura de especialidades técnicas que demanda la inversión y considerando las características de la que está asentada en el territorio.
- e)** Correcta preservación del medio ambiente y del tratamiento, traslado y disposición de los residuales sólidos, líquidos y gaseosos. Incluye el reciclaje.

#### **2.5.1.2. Macro Localización**

Se refiere al entorno, provincial y cantonal de ubicación del proyecto, tomando en cuenta los siguientes aspectos:

- a)** Transporte
- b)** Mano de Obra
- c)** Materias Primas
- d)** Energía Eléctrica
- e)** Combustibles
- f)** Agua
- g)** Mercado
- h)** Terrenos
- i)** Facilidades de Distribución
- j)** Comunicaciones
- k)** Condiciones de Vida
- l)** Leyes y Reglamentos
- m)** Clima
- n)** Disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo
- o)** Actitud de la comunidad
- p)** Condiciones sociales y culturales

### **2.5.1.3. Micro Localización**

Con el estudio de micro localización se seleccionará la ubicación más conveniente para el proyecto, buscando la minimización de los costos y el mayor nivel de beneficios.

Para Arboleda Germán, (2001), Pág. 143: **“Se deben tomar en cuenta la localización urbana o rural”**

Entre otros aspectos como:

- a) Transporte del personal
- b) Policía y Bomberos
- c) Costo de los terrenos
- d) Cercanía a carreteras
- e) Disponibilidad de servicios
- f) Condiciones de las vías urbanas y carreteras
- g) Recolección de basura y residuos
- h) Impuestos
- i) Características topográficas del sitio
- j) Condiciones del suelo en el sitio,
- k) Entre otras.

### **2.5.2. Tamaño del Proyecto**

La capacidad de un proyecto puede referirse a la capacidad teórica de diseño, a su capacidad de producción normal o a su capacidad máxima.

Para ello se tienen en cuenta los siguientes elementos:

La primera se refiere al volumen de producción, que bajo condiciones técnicas óptimas se alcanza a un costo unitario mínimo.

Arango C. (2002), Pág. 34, menciona: ***“La capacidad de producción normal es la que bajo las condiciones de producción que se estimen regirán durante el mayor tiempo a lo largo del período considerado al costo unitario mínimo y por último la capacidad máxima se refiere a la mayor producción que se puede obtener sometiendo los equipos al máximo esfuerzo, sin tener en cuenta los costos de producción”.***

De las definiciones se puede inferir que el tamaño del proyecto es, la capacidad de producción normal, la que se puede expresar para cada una de las líneas de equipos o procesos, o bien para la totalidad de la planta.

### **2.5.3. Ingeniería del Proyecto.**

Arboleda Germán (2001), Pág. 174: menciona ***“La ingeniería del proyecto se refiere aquella parte del estudio que se relaciona con su etapa técnica, es decir, con la participación de los ingenieros en las actividades de estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto”.***

Para Jácome Walter (2005), Pág. 133: ***“En ésta fase del proyecto corresponde al análisis de factibilidad, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deben analizarse en forma adecuada para lograr que el proyecto que se va a implantar tenga éxito, es decir trabajar con información confiable y adecuada porque de lo contrario se corre el riesgo de tener dificultades”.***

Este estudio comprende:

#### **2.5.3.1. Tecnología.**

La solución tecnológica de un proyecto influye considerablemente sobre el costo de inversión, y en el empleo racional de las materias primas y materiales, consumos energéticos y la fuerza de trabajo. El estudio de factibilidad debe contar con un estimado del costo de la inversión.

#### **2.5.3.2. Equipos.**

Las necesidades de maquinarias y equipos se deben determinar sobre la base de la capacidad de la planta y la tecnología seleccionada. Se determina el valor del equipamiento principal, fuentes de adquisición, capacidad y vida útil estimada.

#### **2.5.3.3. Obras de Ingeniería Civil.**

Los factores que influyen sobre la dimensión y el costo de las obras físicas son el tamaño del proyecto, el proceso productivo y la localización. Se requiere una descripción resumida de las obras manteniendo un orden funcional, especificando las principales características de cada una y el correspondiente análisis de costo, así como: valor de las obras de Ingeniería Civil (complejidad de la ejecución), depreciación y años de vida útil.

#### **2.5.3.4. Análisis de Insumos.**

Se deben describir las principales materias primas, materiales y otros insumos nacionales e importados necesarios para la fabricación de los productos, así como el cálculo de los consumos para cada año y la

determinación de los costos anuales por este concepto, los que constituyen una parte principal de los costos de producción.

También se incluyen aquellos materiales auxiliares (aditivos, envases, pinturas, entre otros) y otros suministros de fábrica (materiales para el mantenimiento y la limpieza).

#### **2.5.3.5. Servicios Públicos.**

La evaluación pormenorizada de los servicios necesarios como electricidad, agua, alcantarillado, constituyen una parte importante en el estudio de los insumos.

Es necesario detallar el cálculo de los consumos para cada año y la determinación de los costos anuales por este concepto.

#### **2.5.3.6. Mano de Obra.**

Una vez determinada la capacidad de producción de la planta y los procesos tecnológicos que se emplean, es necesario definir la plantilla de personal requerido para el proyecto y evaluar la oferta y demanda de mano de obra, especialmente de obreros básicos de la región, a partir de la experiencia disponible y atendiendo a las necesidades tecnológicas del proyecto. Mediante estos estudios se podrá determinar las necesidades de capacitación y adiestramiento a los diferentes niveles y etapas.

Al tener definidas las necesidades de mano de obra por funciones y categorías, se determina en cada una de ellas el número total de trabajadores, los turnos y horas de trabajo por día, días de trabajo por año, salarios por hora, salarios por año, etc.

#### 2.5.4. Proceso de Producción

Para Alford Bangs (1981), Pág. 183: ***“El objetivo del planeamiento de la producción es preparar el camino y facilitar la realización de programas de fabricación sobre una base eficiente, con tiempo adecuadamente medido, bien coordinada y de bajo costo”.***

Seleccionada la tecnología de producción, presentar un análisis del proceso de producción, en el cual se señalen cada una de las fases, desde la recepción de insumos hasta la obtención del producto final y a través del diagrama de flujo del proceso.

Una vez que la planta esté en condiciones óptimas de operar, transcurridas las pruebas y las operaciones productivas, se prepara el programa de producción, el cual debe incrementarse paulatinamente en función de las expectativas del mercado y la experiencia y capacitación del personal encargado de las diversas operaciones para alcanzar el rendimiento máximo sostenible.

#### 2.5.5. Inversiones

Soto Rogelio, (2002), Pág. 64: ***“Existe un componente fundamental que muchas veces no se analiza con la debida atención cuando se requiere desarrollar un proyecto de negocio, y es el monto de dinero que se necesita para ponerlo en funcionamiento y mantenerlo. Si no se realiza esta previsión, se corre el riesgo de un asfixia financiera al poco tiempo de iniciado el negocio”.***

## 2.6. Estudio Financiero

### 2.6.1. Contabilidad Agrícola

Los pequeños y medianos agricultores se enfrentan actualmente a nuevas realidades. La apertura de mercados los obliga a dirigir sus esfuerzos hacia los clientes, orientando sus actividades hacia los aspectos comerciales para insertarse y permanecer en el mercado con productos de calidad y con los volúmenes y periodicidad demandada.

Para el Programa de Apoyo a la Microempresa Rural de América Latina y el Caribe – PROMER, “El objetivo del sistema de contabilidad y tributación agrícola es entregar a los dirigentes y administradores de cada Empresa Campesina una guía para contribuir a la buena gestión de los negocios asociativos que están desarrollando o que se implementarán en el futuro, a través de la aplicación de un sistema de contabilidad que permita registrar en forma clara, precisa y oportuna las operaciones tanto comerciales como administrativas que realiza la empresa para generar antecedentes, que les permitan controlar permanentemente la marcha de las actividades y tener información actualizada de lo que está pasando, de tal manera que puedan ir tomando las decisiones que corresponda para lograr la sustentabilidad y permanencia de las organizaciones en el tiempo.”

### 2.6.2. Costos de Producción

Maldonado Hernán, (1985), Pág. 297, menciona:  
***“Egresos que ocurren como consecuencia de la transformación (volúmenes producidos) o adquisición en el caso de mercaderías destinadas a la venta”.***

Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. En una compañía estándar, la diferencia entre el ingreso (por ventas y otras entradas) y el costo de producción indica el beneficio bruto.

Los costos de producción permiten transformar los materiales en productos terminados utilizando fuerza de trabajo, maquinaria y equipos.

Los Costos de Producción se dividen en:

- Materia Prima Directa (M.P.D)
- Mano de Obra Directa (M.O.D)
- Gastos Generales de Fabricación (G.G.F)

#### **2.6.2.1. Materia Prima**

Son todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final. Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final.

La materia prima es utilizada principalmente en las empresas industriales que son las que fabrican un producto. Las empresas comerciales manejan mercancías, son las encargadas de comercializar los productos que las empresas industriales fabrican.

##### **a) Materia Prima Directa (M.P.D.)**

Chiliquina Manuel (2001), Pág. 11: ***“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. Se caracteriza por ser fácilmente identificable y cuantificable en el producto fabricado”.***

#### **2.6.2.2. Mano de Obra**

##### **a) Mano de Obra Directa (M.O.D)**

Maldonado Hernán (1985), Pág. 304: ***“Constituye un costo parcial del Costo de Producción relacionado con egresos para remuneraciones, beneficios sociales y adicionales del personal que trabaja en forma directa en la producción o transformación de bienes finales”.***

Es aquella que se emplea efectivamente en fabricar un producto, es decir, la mano de obra que puede identificarse o relacionarse directamente con los costos del producto.

##### **b) Mano de Obra Indirecta (M.O.I)**

Maldonado Hernán, (1985), Pág. 306: expresa que, ***“La mano de obra indirecta es un gasto parcial de Gastos de Fabricación (componente del Costo de Producción), relacionado con pagos al personal que trabaja en forma indirecta de la producción o transformación”.***

#### **2.6.3. Ingresos y Gastos de las Empresas**

La finalidad de cualquier negocio no es la de conservar sus Activos, Pasivos, y Patrimonio, sino de aumentarlos a través de la gestión de empresa

representada económicamente por el conjunto de transacciones que ocasionan ingresos y gastos.

#### **2.6.3.1. Ingresos**

Maldonado Hernán (1985), Pág. 27, menciona:  
***“Cuentas de ingresos son aquellas que representen Ingresos por ventas, intereses, comisiones, arrendamientos, prestación de servicios, etc. según la actividad de la empresa”.***

Desde el punto de vista del inversionista, el flujo del efectivo es la diferencia entre los ingresos y egresos. Dentro de los ingresos se consideran para el presente estudio, las ventas de los productos orgánicos, y dependiendo de la gestión de los beneficiarios del proyecto se podrían considerar la inversión que realicen otras instituciones públicas y organizaciones no gubernamentales.

#### **2.6.3.2. Gastos**

Chiliquinga Manuel (2001), Pág. 10: ***“Los gastos son los valores que se aplican para cumplir con las funciones de administrar, vender y financiar”.***

Son todos los desembolsos que las empresas deben hacer para crear una Renta (Ingreso). Por ejemplo una Barbería puede recibir en una semana ingresos por \$ 200, pero para lograr este ingreso necesita hacer gastos como: arriendo del local, pago de luz, agua, comprar jabón, entre otros.

Los gastos se clasifican generalmente en: Gastos administrativos, gastos de ventas y gastos financieros.

**a) Gastos Administrativos:**

Son los que se originan en las oficinas de administración como: gerencia, secretaria, contabilidad.

**b) Gastos de Venta:**

Son los que se originan en el departamento de ventas y son todos los gastos que demande el manejo, distribución de las mercaderías que vende la empresa, o los gastos que demande la entrega de los servicios al cliente, por ejemplo: sueldos a vendedores, comisiones a vendedores, pago de publicidad, sueldos al personal de cobranza.

**c) Gastos Financieros:**

Llamados también cargas financieras. Son pagos (intereses y comisiones) que se realizan a instituciones bancarias y financieras. Los gastos se registran en el lado del Débito o Debe de las cuentas.

#### **2.6.4. Estados Financieros**

Para Fierro Ángel, (1998), Pág. 81: **“Los Estados Financieros deben responder fundamentalmente, a las inquietudes de los propietarios y usuarios de la información, sobre las decisiones tomadas en primer lugar por la Asamblea General o Junta de Socios, los Directivos y Mandos Medios, para evaluarlas y conocer si han sido acertadas o no y en qué medida han modificado las estructuras financieras, de acuerdo a los resultados que se estén analizando”.**

Los Estados Financieros son los documentos que proporcionan informes periódicos a fechas determinadas, sobre el estado o desarrollo de la administración de una compañía, es decir, la información necesaria para la toma de decisiones en una empresa.

Además, presentan a valores constantes los recursos generados o utilidades en la operación, los principales cambios ocurridos en la estructura financiera de la entidad y su reflejo final en el efectivo e inversiones temporales a través de un periodo determinado.

#### **2.6.4.1. Balance General o Estado de Situación Financiera**

El Balance General, refleja la situación financiera de la empresa en un momento determinado, influenciado por las decisiones de la Gerencia tomadas en el desarrollo del objeto social, las cuales ejercen cambios en las estructuras y propician mejoramiento por los aciertos y dificultades por los desaciertos.

Es aquél que muestra la situación financiera y resultados de operación de una entidad compuesta por la compañía tenedora y sus subsidiarias, como si todas constituyeran una sola unidad económica.

#### **2.6.4.2. Estado de Resultados**

Fierro Ángel (1998), Pág. 84: ***“El Estado de Resultados es el que da la capacidad a los activos para producir rentabilidad de la empresa, pues en la medida que las operaciones no sean exitosas no se generan suficientes beneficios líquidos para el pago del costo promedio del capital y el crecimiento empresarial”.***

Documento contable que muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente y excedente) de una entidad durante un periodo determinado. Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa. Generalmente acompaña a la hoja del Balance General.

El Estado de Resultados, está compuesto por dos elementos esenciales, el operativo y el financiero; el primero muestra todas las operaciones del objeto social de la empresa y el segundo expone los ingresos no operacionales o rendimientos en actividades que no son del objeto propiamente dicho y los costos de los fondos previstos por terceros, para dar como resultado final la utilidad de la empresa.

#### **2.6.4.3. Estado de Flujo de Efectivo**

Los flujos de efectivo indican la capacidad real generadora de efectivo durante un período que ya pasó y su capacidad de pago realizada. De allí la importancia que las instituciones financieras conozcan de sus clientes los flujos de efectivo hacia el futuro, para conocer con qué capacidad cuenta una empresa a la hora de cumplir con sus obligaciones.

Aquél que en forma anticipada, muestra las salidas y entradas en efectivo que se darán en una empresa durante un periodo determinado. Tal periodo normalmente se divide en trimestres, meses o semanas, para detectar el monto y duración de los faltantes o sobrantes de efectivo.

Se entiende por EFE al estado financiero básico que muestra los cambios en la situación financiera a través del efectivo y equivalente de efectivo de la empresa de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA), es decir, de conformidad con las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC). El EFE ofrece al empresario la posibilidad de conocer y resumir los resultados de las actividades financieras de la empresa en un período determinado y poder inferir las razones de los cambios en su situación financiera, constituyendo una importante ayuda en la administración del efectivo, el control del capital y en la utilización eficiente de los recursos en el futuro.

## 2.6.5. Evaluación Financiera

### 2.6.5.1. Valor Actual Neto (VAN)

Ross Stephen, (1995). Pág. 20.: ***“Valor Actual de las rentabilidades de cajas futuras, descontadas por la tasa apropiada de interés del mercado, menos el valor actual del costo de la inversión”.***

Brealey, Myers y Allen (2006) Pág. 156, afirman: ***“Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto”.***

### 2.6.5.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR o tasa de rendimiento interno, es una herramienta de toma de decisiones de inversión utilizada para conocer la factibilidad de diferentes opciones de inversión. Es la tasa de interés por medio de la cual se recupera la inversión.

Tasa de descuento en la que el valor actual neto de una inversión es cero. La TIR es un método de evaluación de las inversiones.

### **2.6.5.3. Relación Costo beneficio**

La relación beneficio / costo está representada por la relación: Ingresos / Egresos. En donde los ingresos y los egresos deben ser calculados de un modo que no genere pérdidas para la empresa y por el contrario tenga un criterio de ganancias para poder que uno de los objetivos se cumplan como el de generar beneficios a la empresa y su personal.

### **2.6.5.4. Período de Recuperación de la Inversión**

Villavicencio Sandra, (2008). Pág. 98, describe: “***Este instrumento de evaluación permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión, basándose en los flujos de caja proyectados***”.

Se refiere al período de recuperación de un capital invertido. En el análisis de inversiones, es el período de recuperación, o años que se necesitan para que los flujos de caja de la inversión sean igual al capital invertido.

## **2.7. Organización de la Empresa**

La organización es un proceso encaminado a obtener un fin. Organizar consiste en efectuar una serie de actividades humanas y después de coordinarlas, en tal forma que el conjunto de las mismas actúe como una sola, para lograr un propósito común.

### **2.7.1. Consideraciones Generales**

Las pocas empresas en diferentes áreas ha ocasionado en los últimos años, la disminución de fuentes de trabajo; un gran porcentaje de pobladores con criterio emprendedor han tomado como alternativa la creación de microempresas personales y asociativas, ya sea como

fuerza de inversión de pequeños capitales para alcanzar ingreso mucho más significativo, o tan solo como ingreso complementario para cubrir las necesidades.

Organismos nacionales e internacionales ofrecen "Programas Globales de Microempresa", especialmente el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), tendientes a mitigar las consecuencias de las crisis económicas y sociales que recorre toda América Latina, y de manera particular en el Ecuador.

Los Programas que nacieron con una fuerte tendencia de "beneficencia" para "los más pobres", en la actualidad ha cambiado, la producción, las relaciones de producción, los mecanismos de comercialización también han cambiado.

### **2.7.2. Misión**

Es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe. Así mismo es la determinación de la/las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión.

Para Soto Rogelio (2002), Pág. 86: ***“La misión es el enunciado que hace el empresario de lo que va a hacer y para quién lo va a hacer”.***

### **2.7.3. Visión**

Se refiere a lo que la empresa quiere crear, la imagen futura de la organización. La visión se realiza formulando una imagen ideal del proyecto y poniéndola por escrito, a fin de crear el sueño (compartido por todos los que tomen parte en la iniciativa) de lo que debe ser en el futuro la empresa.

Para Monteros Edgar (2005), Pág. 20: ***“La Microempresa tendrá la permanente búsqueda de elementos adicionales al producto para satisfacer al cliente con calidad, con eficiencia, pero también logrando rentabilidad y posicionamiento en los mercados activos de la sociedad. Realizará una verdadera revolución social y productiva encaminada a la satisfacción real de las necesidades del entorno”.***

#### **2.7.4. Orgánico Estructural**

Reinoso Víctor (1983), Pág. 628, menciona: ***“Tiene por objeto representar sólo la estructura administrativa de una institución o parte de ella, es decir, el conjunto de unidades y la relaciones que las ligan”.***

En este tipo de organización en el que la autoridad y responsabilidad correlativos se transmiten íntegramente por una sola línea para cada persona o grupo. No permite que existan conflictos de autoridad ni fugas de responsabilidad.

Este tipo de organigramas presentan varios niveles que a continuación se detallan:

##### **2.7.4.1. Nivel Directivo**

Corresponde a esta dirección la capacidad para formulación de planes y programas estratégicos, así como los esquemas que vinculen la planeación del mediano plazo con los programas operativos anuales del

corto plazo. Además le compete a esta dirección, las funciones de coordinación y control de las actividades generales de la empresa, y de acuerdo con la magnitud y naturaleza de la misma, se pueden establecer los niveles de decisión en: Una Asamblea de Accionistas y Gerencia.

#### **2.7.4.2. Nivel de Apoyo / Financiero y Personal**

La obtención y administración de los recursos tanto del capital como de personal corresponde a las funciones básicas de finanzas y de personal o de recursos humanos.

#### **2.7.4.3. Nivel Operativo / Área de Ventas**

Ésta área de trabajo se encarga de colocar los productos de la empresa en el mercado, mediante un precio convenido. De una buena organización de éste departamento depende en gran parte el volumen de ventas y la satisfacción de los clientes.

#### **2.7.5. Orgánico Funcional**

Según Reinoso Víctor, (1983), Pág. 628.: ***“Tiene por objeto indicar, en el cuerpo de la gráfica, además de las unidades y sus relaciones, las principales funciones de los órganos representados”***.

En la organización funcional se organiza específicamente por departamentos o secciones, basándose en los principios de la división del trabajo de las labores de una empresa y aprovecha la preparación y la aptitud profesionales de los individuos en donde puedan rendir mejor fruto.

## **2.8. Impactos**

### **2.8.1. Definición**

Diccionario Uno color, (1997). Pág. 844: describe, ***“Suceso que produce en alguien o en algo un suceso o acción”.***

Los impactos son situaciones positivas o negativas que genera una acción ejecutada por el ser humano.

### **2.8.2. Impacto Social**

El impacto social se refiere a los efectos que la investigación planteada tiene sobre la comunidad en general. Los autores sustentan el criterio de que el impacto como concepto es más amplio que el concepto de eficacia, porque va más allá del estudio del alcance de los efectos previstos y del análisis de los efectos deseados, así como del examen de los mencionados efectos sobre la población beneficiaria.

La producción debe siempre estar relacionada con la parte social, con el fin de darle sostenibilidad al proyecto, muchos de las inversiones realizadas únicamente en el área económica que tienen un fuerte componente social, se han visto disminuidas y su continuidad es tan solo hasta agotar los recurso económicos.

### **2.8.3. Impacto Educativo**

El impacto educativo permitirá la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos durante las capacitaciones recibidas por cada uno de los agricultores orgánicos para ser aplicadas directamente en sus cultivos y ofrecer productos de calidad y sobre todo con la garantía de productos

sanos y libres de agro químicos, que dicho de paso replicará en las familias, quienes serán beneficiados por las prácticas de producción limpia o ecológica.

De igual manera la capacitación recibida por los niños en la escuela y colegio de Mariano Acosta permitirá complementar los conocimientos adquiridos por sus padres para las prácticas de agricultura amigable con la naturaleza sea fortalecida y exista un mayor número de beneficiarios.

#### **2.8.4. Impacto Ambiental**

El concepto de Evaluación de Impacto Ambiental podemos definirla como un conjunto de técnicas que buscan como propósito fundamental un manejo de asuntos humanos de forma que sea posible un sistema de vida en armonía con la naturaleza.

La gestión de impacto ambiental pretende reducir al mínimo las intromisiones en los diversos ecosistemas, elevar al máximo las posibilidades de supervivencia de todas las formas de vida, por muy pequeñas e insignificantes que resulten desde nuestro punto de vista, y no por una especie de magnanimidad por las criaturas más débiles, sino por verdadera humildad intelectual, por reconocer que no sabemos realmente lo que la pérdida de cualquier especie viviente puede significar para el equilibrio biológico.

#### **2.8.5. Impacto Económico**

Villavicencio Sandra (2008) Pág. 113, dice: ***“El impacto económico tiende a ser usado para evaluar los proyectos, porque a más de involucrar aspectos financieros lo relaciona con los demás impactos que tengan efecto en el estudio”.***

El impacto económico de un proyecto social se entiende como el nivel de eficiencia económica del mismo; es decir, corresponde a una comparación de la totalidad de los costos y beneficios sociales resultantes del proyecto, independiente de la forma en que ellos se distribuyen entre los diferentes actores sociales.

## CAPITULO III

### 3. ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1. Presentación

En las últimas décadas del siglo XX, el uso irracional de los recursos naturales renovables ha provocado alteraciones graves a los ecosistemas, poniendo en peligro la sostenibilidad de los sistemas de producción agropecuarios y forestales; como es lógico la seguridad alimentaria de las naciones y poniendo en peligro la vida humana.

En el Ecuador durante los últimos quince años y como parte de un debate agrario propiciado alrededor de los programas de desarrollo implementado por organismos gubernamentales y no gubernamentales, se han generado serias polémicas alrededor de la tecnología “convencional” generada por los centros de investigación, los que han sido seriamente cuestionados, especialmente en cuanto a su pertinencia en las condiciones agro ecológicas y socioeconómicas donde los pequeños y medianos productores agrícolas desarrollan sus tareas.

No existe apoyo al desarrollo de tecnologías alternativas de producción agrícola especialmente por el Estado, para salvaguardar la salud del agro, ecosistema y de la población en general que se ve amenazada por la contaminación constante de los recursos naturales (suelo, agua, aire).

En la actualidad la agricultura moderna o convencional promociona la tecnificación de cultivos para obtener una alta productividad en menor superficie de terreno y utilización de menos mano de obra: sin embargo esta aparente ganancia económica tiene un altísimo costo,

tales como efectos de contaminación en el suelo, agua, aire y aún los mismos alimentos por los productos químicos que utilizan, el suelo disminuye su actividad biológica y se empobrece. La seguridad o como es llamada actualmente la soberanía alimentaria, se ha visto disminuida por el incremento de las zonas agrícolas en monocultivos.

Aparentemente la agricultura convencional da ganancias debido a los altos rendimientos de la producción, pero a la larga debido al incremento de las plagas y enfermedades termina comprando agroquímicos incrementándose los gastos de producción, lo que trae consigo mayor pobreza y degradación económica y social de los agricultores.

En cambio la agricultura orgánica considerada como la forma de cultivar el suelo, aprovechando la mayor cantidad de recursos del campo, sin romper el delicado equilibrio de la naturaleza, manteniendo la fertilidad del suelo, asegura una producción diversificada y sostenida, la cual requiere la eliminación del uso de los agroquímicos considerados como dañinos para el suelo, los animales y el hombre.

La Agricultura Orgánica, comienza a tomar cuerpo a nivel mundial con el común denominador de tratar a la naturaleza con el respeto que se merece, porque la reconciliación del hombre con ella no es solo deseable sino que se ha convertido en una necesidad y una forma de conservar los recursos para las futuras generaciones.

### **3.2. Descripción de los Productos a Comercializar**

Para poder determinar los productos a ofertar, el presente estudio realizó dos encuestas: la una dirigida a los productores agrícolas de Mariano Acosta, con el fin de conocer los productos que se cultivan en el sector, y la otra para definir los productos que son adquiridos por las amas de casa. Es importante mencionar que el mercado nicho para comercializar

los productos orgánicos en una primera fase son los empleados y trabajadores del Gobierno Provincial de Imbabura, Municipio de Ibarra y Universidad Técnica del Norte.

Los productos que serán comercializados a través del Centro de Acopio Mariano Acosta, son básicamente hortalizas y frutas orgánicas: papa, cebolla larga y paiteña, zanahoria amarilla, zanahoria blanca, arveja tierna, frejol tierno, habas tiernas, col verde, col morada, brócoli y mora de castilla; todos ellos obtenidos de producción orgánica.

### **3.2.1. Verduras**

No es fácil definir la palabra verdura desde el punto de vista culinario. Todo lo que comen los seres humanos que no sean de origen animal o mineral puede considerarse una verdura, pero en el uso cotidiano la mayoría de los cereales, frutos secos, aceites y frutas dulces no se entienden como tales, al igual que muchas plantas que se utilizan en pequeñas cantidades para dar sabor a otras comidas. Los tallos, hojas, flores o raíces de una planta sí son verduras.

### **3.2.2. Legumbres**

Una de estas familias es la de las leguminosas, que engloba a los frijoles, los guisantes, las vainitas, guandules, habas tiernas, etc. Desde tiempos inmemoriales se han cultivado diferentes especies, existen distintas variedades conocidas como vainas verdes, habas tiernas, frijoles pintos y frijoles comunes. Los guisantes, garbanzos, lentejas, habas, frijoles y otras que poseen vainitas. El haba, que posee un alto contenido en proteínas y aceite, es la legumbre más importante.

### **3.2.3. Coles**

Este segundo grupo de plantas comestibles pertenece a la familia de las crucíferas, llamada así porque las especies que pertenecen a ella se

caracterizan por tener flores de cuatro pétalos. Dentro de este grupo están incluidas multitud de plantas cultivadas, como son las coles, que no son sino el resultado de la reproducción y la hibridación selectivas de unos cuantos antecesores silvestres procedentes de Eurasia. Hoy en día, se cultivan estos híbridos en los campos y huertas de todo el mundo.

#### **3.2.4. Tomates y Pimientos**

Existen unas cuantas plantas originarias de América que han llegado a caracterizar las cocinas de otras zonas del mundo hasta tal punto, que resulta difícil imaginar cómo sería la tradición culinaria de estas regiones antes de su llegada. Antes de Colón, sería imposible hacer pasta con salsa marinera porque en Italia no había tomates; ni en Polonia ni en Irlanda se conocían las patatas, y en Túnez, India o Indonesia no había pimientos picantes con los que aderezar los platos.

#### **3.2.5. Zanahorias**

La familia de las umbelíferas se llama así por la disposición y agrupamiento de sus flores diminutas, en forma de cabezas planas (umbelas). Esta familia engloba muchas verduras de huerta que estamos acostumbrados a utilizar. La más importante es la zanahoria cultivada, porque la variedad silvestre no es apta para el consumo. Dentro de la familia de las umbelíferas (de las cuales la zanahoria es la mejor representante), que se cultivan para aprovechar sus raíces comestibles y algo dulces, como el apio, que se come en tallo o en raíz (apio nabo) y cuyas semillas pequeñas y redondas se utilizan como especia. Otros muchos miembros de esta familia tienen semillas u hojas aromáticas que se utilizan como especias, hierbas y aderezos, entre las que se encuentran el eneldo, el hinojo, la alcaravea, el culantro o cilantro, el apio de monte, el comino, el perejil y el anís.

### **3.2.6. Calabazas**

Hoy en día, se siguen cultivando muchas variedades por su carne comestible y por sus semillas; entre ellas cabe destacar algunas variedades como son: Zambos, zapallos y zuquines.

### **3.2.7. Cebollas y otras Variedades**

Todas las cocinas importantes del mundo aprovechan el fuerte olor que caracteriza a ciertos bulbos comestibles de la familia de las liliáceas. Algunas variedades de ajos y cebollas se han venido cultivando durante por lo menos 5.000 años. En la zona existen, cebolla paiteña, cebolla perla, cebolla larga y puerro.

### **3.2.8. Hortalizas**

De la multitud de plantas que se cultivan para aprovechar sus hojas verdes comestibles, choclo, acelga, nabo, etc.

### **3.2.9. Papas**

Son tubérculos, o nódulos que se desarrollan en las raíces de las solanáceas, originarias de los andes, es uno de los cultivos de mayor consumo en el mundo.

### **3.2.10. Frutas**

Las regiones templadas, subtropicales y tropicales del mundo tienen toda una importante producción de fruta: mora, uvilla tomate de árbol.

## **3.3. Oferta**

En el Ecuador existen varias empresas que ofertan una gran variedad de productos orgánicos, sean naturales o deshidratados que cuentan con el aval de una empresa certificadora internacional; pero en relación al presente proyecto en Imbabura no existen otras empresas o personas que oferten productos orgánicos.

De acuerdo al listado de productores orgánicos que Agro Calidad presenta se puede determinar que existen empresas que producen orgánicamente en Quito y Riobamba, pero a nivel de nuestra provincia de Imbabura no existen, además la oferta de entregar el producto directamente al consumidor en su lugar de trabajo hace que sea más atractiva al cliente, lo que hasta el momento no existe en el mercado.

Es importante mencionar que la cadena Supermaxi es la única a nivel de la provincia que ofrece productos orgánicos, los que fueron mencionados por los encuestados que se refirieron a que en éste lugar habían adquirido algunos de éstos productos; pero cada uno posee características distintas debido a la forma en que entregan los productos al consumidor.

En base de las encuestas realizadas a los diferentes agricultores de la parroquia Mariano Acosta y considerando los productos potenciales de la zona, se pudo determinar que los productos a ser cultivados bajo certificación orgánica son: papas, cebollas, lechugas, coles, maíz verdura (choclos), moras, uvillas, granos tiernos como son habas y frejol, entre otros.

No es importante determinar la superficie ni la producción de cada producto, ya que son de ciclo corto, es decir se puede cultivar conforme a los requerimientos del mercado y se obtienen en un plazo promedio de 5 meses.

En cambio si es relevante anotar que el 99 % de los productores están dispuestos a ajustar su producción a la normativa de la certificación orgánica y que la mitad de los encuestados afirmaron tener conocimientos de la agricultura orgánica, pero a pesar de eso no se aplican las prácticas de manejo limpio.

### **3.4. Productores**

Los productores siempre se encuentran en la situación que dependen de los intermediarios para poder llegar a las cadenas de supermercados y distribuidores y que el producto llegue al consumidor final, permitiendo así que sus utilidades sean menores, pues el margen de comercialización de los intermediarios será mayor. Este no será el caso de los productores de Mariano Acosta, ya que los productos serán acopiados para darles un valor agregado y posteriormente serán entregados directamente al consumidor, lo que hace que la cadena de comercialización sea más corta y menos costosa.

Los productos orgánicos que ofrecerá la microempresa permitirán consumir alimentos que disminuyan el riesgo de enfermedades y la resistencia de los microorganismos en monocultivos, para así crear conciencia en los consumidores del sector en cuanto a los beneficios que aportan los productos orgánicos a la alimentación de sus familias, tanto de quiénes los producen como de quiénes las adquieren alcanzando una mayor demanda de productos.

### **3.5. Acopiadores**

La Microempresa de Comercialización de Productos Agrícolas Orgánicos, será la encargada de acopiar las hortalizas y frutas cultivadas en la parroquia y de verificar que los productos se encuentren en buen estado, a fin de ser entregados a los consumidores en forma directa en una buena presentación; previamente limpios, empacados y con la respectiva publicidad. Cabe mencionar que el producto será entregado directamente al consumidor en el lugar de trabajo sin intermediarios, y que el mismo llegue en buenas condiciones.

### 3.6. Demanda

Para el presente proyecto se ha tomado en cuenta el tipo de consumidores al que se entregará los productos orgánicos, ya que se trata de alimentos altamente saludables y que además contarán con el sello de la certificación orgánica; razones por las cuales el precio del producto será mayor al del mercado y no se encontraría al alcance de todos, sino más bien de un grupo seleccionado de personas que en este caso serían los empleados públicos y trabajadores de tres instituciones: Municipio de Ibarra, Gobierno Provincial de Imbabura y Universidad Técnica del Norte inicialmente para luego ampliar a otras instituciones.

La razón por la que se ha tomado en cuenta este grupo de personas como consumidores es porque las mismas están dispuestas a adquirir los productos orgánicos de acuerdo a los resultados arrojados en la encuesta realizada, en la que se demuestra que existe la predisposición para adquirir los productos.

El siguiente cuadro expone el número de consumidores potenciales de la producción orgánica.

**CUADRO Nº 14**

<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>
GPI	280
IMI	460
UTN	330
<b>TOTAL</b>	<b>1070</b>

El consumo por familia se calculó en base de las encuestas realizadas a los empleados públicos del GPI; IMI Y UTN determinándose que existen 1070 personas interesadas en adquirir lo productos orgánicos.

El consumo de productos orgánicos en el Ecuador, no está definido, ya que como se analizó con anterioridad no existen certificadoras. Se puede observar en ciertos supermercados productos vegetales con empaque “eco o bio” pero legalmente no tienen certificación de su producción. Es importante la normalización de estos productos por parte de AGROCALIDAD.

### 3.7. Precio

**CUADRO N° 15**

ITEM	INSUMOS	UNIDAD	CONSUMO KG	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	OBSERVACION
1	Papa	KILOS	3	0.50	1.50	todas las semanas
2	Cebolla larga	KILOS	1	0.90	0.90	todas las semanas
3	Cebolla roja (paiteña)	KILOS	1	0.80	0.80	todas las semanas
4	Mora de castilla	KILOS	1	0.80	0.80	todas las semanas
5	Zanahoria amarilla	KILOS	1	0.60	0.60	todas las semanas
6	Zanahoria blanca *	KILOS		0.75	0.00	una vez por mes
7	Alverja tierna	KILOS	1	1.60	1.60	todas las semanas
8	Frejol tierno	KILOS	1	1.60	1.60	todas las semanas
9	Habas tiernas	KILOS	1	1.00	1.00	todas las semanas
10	Col verde	KILOS	2	0.40	0.80	todas las semanas
11	Col morada*	KILOS		0.18	0.00	una vez por mes
12	Brócoli	KILOS	1	0.40	0.40	todas las semanas
13	Mellocos *	KILOS		0.67	0.00	una vez por mes
14	Lechugas	KILOS	1	0.64	0.64	todas las semanas
15	Acelgas *	KILOS		0.40	0.00	una vez por mes
	Precio del producto alternativo				0.5	
	Canastas de Totora	UNIDAD	1	0.72	0.72	
	<b>PRECIO PRODUCTOS CANASTA SEMANA</b>				<b>11.86</b>	

\*Los cuatro productos marcados son los de menor consumo, por lo que se los entregará una sola vez por mes.

Para obtener el precio por producto se tomó la media de cuatro semanas (febrero 2010) de la cadena Supermaxi ya que es el único lugar que oferta productos orgánicos, mismos que pueden ser un referente para el proyecto y a la vez un potencial oferente de los mismos productos. No se supera el precio ya que evitamos los intermediarios y el punto de venta, es decir el canal de comercialización es directo (productor-centro de acopio-consumidor).

Ejemplo El producto numero 1 corresponde a la papa, que tiene un consumo redondeado de 3 kilos, el precio promedio del kilo es de 0,50 dando un total de 1,50 dólares por semana que pagaría el consumidor por este rubro.

El precio promedio de la canasta de productos orgánicos ofertada es de USD 11,86, que luego de un convenio de pago con las instituciones públicas antes mencionadas los valores serán descontados de los roles de pago respectivos.

### 3.7.1. Precio Anual de Productos Orgánicos

(Vida Útil del Proyecto)

CUADRO Nº 16

<b>AÑOS</b>				
<b>RUBROS</b>	<b>PRIMER AÑO</b>	<b>SEGUNDO AÑO</b>	<b>TERCER AÑO</b>	<b>CUARTO AÑO</b>
PRECIOS CANASTA SEMANAL	11,86	12,36	12,88	13,42
PRECIOS CANASTA MENSUAL	47,44	49,43	51,51	53,67
<b>PRECIO PRODUCTOS CANASTA AÑO</b>	<b>616,72</b>	<b>642,62</b>	<b>669,61</b>	<b>697,74</b>

Para realizar la proyección del precio de los 12 productos agrícolas orgánicos que contiene la canasta ofertada se ha tomado en cuenta el comportamiento de la inflación en los primeros meses del año 2010, incrementando un 4,2% de año a año, siendo así que para el cálculo anual se ha tomado el precio por semana multiplicado por las 52 semanas del año.

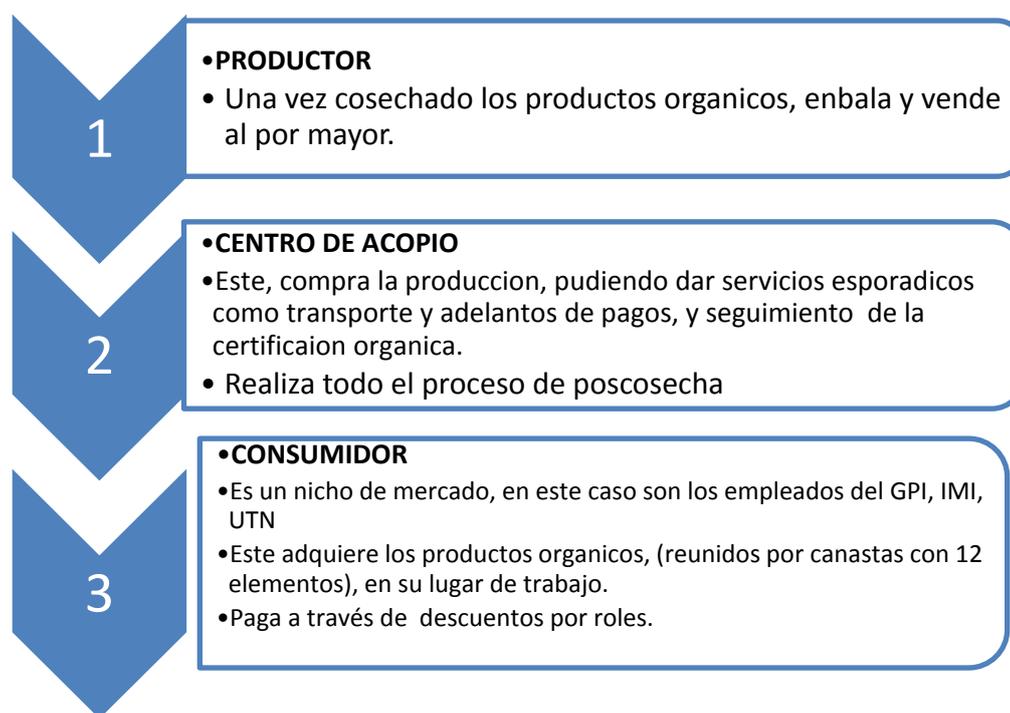
### **3.8. Comercialización**

La comercialización es la forma de planificar y controlar 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 requerida, garantizando así unas ventas rentables. Para el responsable de este proceso, la comercialización abarca tanto la planificación de la producción como la gestión.

La comercialización de los productos orgánicos será llevada a cabo directamente al consumidor en su lugar de trabajo y será entregada en una canasta que contiene los diferentes alimentos orgánicos que ofrece la parroquia de Mariano Acosta (Papas, cebollas, lechugas, coles, maíz verdura (choclos), moras, uvillas, granos tiernos como son habas y frejol, entre otros.), es por ello que no se cuenta con intermediarios ni terceras personas involucradas en este proceso sino más bien se optimizan recursos, con el fin de llevar al consumidor final productos de calidad y sobre todo evitar que tenga que desplazarse hacia un lugar para adquirir los productos agrícolas orgánicos.

## Canal de Comercialización de la Producción Orgánica de la Microempresa “Mariano Acosta”

GRÁFICO Nº 7



En una segunda fase se podría incrementar las ventas y para eso, se recurriría a instalar puntos de ventas en lugares estratégicos de la ciudad.

La efectividad de este canal de comercialización está en evitar todos los intermediarios de la cadena productiva.

## **CAPITULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. Introducción**

El objetivo del estudio técnico consiste en analizar y proponer diferentes alternativas del proyecto para acopiar y realizar el proceso de cosecha de las hortalizas y las frutas, verificando la factibilidad técnica de cada una de las alternativas. A partir del mismo se determinarán los costos de inversión requeridos, y los costos de operación que intervienen para la venta del producto.

#### **4.2. Tamaño del Proyecto**

El proyecto, dispone de un terreno y una infraestructura, propiedad de la Junta Parroquial de Mariano Acosta, con las siguientes características:

- 4.2.1.** Terreno de 15 m de frente por 40 m. de fondo.
- 4.2.2.** Infraestructura física de 15 m. de frente por 32 m de fondo.
- 4.2.3.** Instalaciones eléctricas con 220 voltios de energía.

Dentro de esta infraestructura, dotado por el Gobierno Provincial de Imbabura y el Programa de Descentralización de los Recursos Naturales, GPI-PRO dispone del siguiente equipamiento:

- 4.2.4.** Un cuarto frio con una capacidad de 8 metros cúbicos
- 4.2.5.** Una tina de lavado de 6 metros cúbicos.
- 4.2.6.** Dos mesas en acero inoxidable de 2,2 metros cuadrados.
- 4.2.7.** Un stock de materiales para embalar hortalizas.
- 4.2.8.** Insumos para el lavado de hortalizas.

La capacidad para limpieza y embalaje de hortalizas es de aproximadamente, 25 quintales por día.

Luego de realizar la encuesta a los productores de la parroquia se ha determinado que existe la producción suficiente para cubrir la demanda, ya que en su mayor porcentaje los productores tienen conocimiento sobre producción orgánica y sobre todo están dispuestos a realizar producción limpia y diversificar su cultivo.

### **4.3. Localización del Proyecto**

#### **4.3.1. Macro Localización del Proyecto**

La comercialización de productos agrícolas orgánicos se desarrollará en la provincia de Imbabura, cantón Pimampiro, parroquia de Mariano Acosta, que cuenta con un Centro de Acopio, mismo que se encuentra ubicado en el parque central en un terreno donado por la Junta Parroquial para desarrollar el proyecto impulsado inicialmente por el Programa de Apoyo a la Gestión Descentralizada de los Recursos Naturales en las Tres Provincias del Norte del Ecuador (PRODERENA). En el cual se adecuó una infraestructura que cuenta con los servicios básicos, con el fin de comercializar los productos orgánicos cultivados en la zona y que por haber finalizado no se ha dado continuidad; razón por la cual, se desea implementar la microempresa para que los conocimientos adquiridos, la infraestructura dotada, los materiales y todo aquello que pueda ser aprovechado para bien de los pobladores de ésta zona se vea realizado a través de la implantación del presente proyecto.

La comercialización de los productos agrícolas orgánicos se la realizará en principio en tres instituciones públicas de Ibarra, para posteriormente ofertarlo en otras instituciones y la población en general.

### **4.3.2. Micro Localización del Proyecto**

El proyecto estará ubicado en el parque central de la Parroquia Mariano Acosta, ya que al momento se cuenta con la infraestructura necesaria para su implantación.

## **4.4. Ingeniería del Proyecto**

### **4.4.1. Distribución del Centro de Acopio**

El Centro de Acopio cuenta al momento con diferentes áreas para el desarrollo de las actividades de la producción como son:

**4.4.1.1.** Recepción de materia prima

**4.4.1.2.** Selección y clasificación

**4.4.1.3.** Lavado

**4.4.1.4.** Almacenamiento

**4.4.1.5.** Cuarto frío

**4.4.1.6.** Entrega, y

**4.4.1.7.** Oficina para el área de Contabilidad

Entre otras cosas cuenta con mesas para la limpieza y empaque de los productos orgánicos, básculas, balanzas, herramientas, selladores, coches para trasladar los productos, accesorios que permitirán llevar a cabo las actividades de la Microempresa.

### **4.4.2. Certificación Orgánica**

La certificación durante todas las etapas que intervienen en la agricultura orgánica, la efectuará cualquier entidad certificadora legalmente constituida, nacional o extranjera, que esté operando en el país y que haya sido acreditada por el Sistema Ecuatoriano de Meteorología, Normalización, Acreditación y Certificación (MNAC).

Una de las empresas que tiene experiencia como certificadora de productos orgánicos en la provincia de Imbabura, es la BCS OKO-GARANTIE Cía. Ltda. El Centro de Acopio Mariano Acosta deberá obtener sus certificaciones de:

**4.4.2.1.** Producción agrícola

**4.4.2.2.** La organización de pequeños productores mediante un sistema interno de control

**4.4.2.3.** La planta de procesamiento

**4.4.2.4.** Su sistema de transporte

**4.4.2.5.** Los puntos de ventas (Almacenes mayoristas y minoristas en caso de tenerlos)

La normativa legal a aplicarse para el proceso de certificación es la dictada por AGROCALIDAD, ya que son productos para consumo dentro del Ecuador.

La empresa certificadora para emitir el respectivo documento que legalice la producción orgánica, se basa en el Programa estándar de control verificando las siguientes unidades:

**4.4.2.6.** Descripción de empresa

**4.4.2.7.** Visita de la empresa/ inspección

**4.4.2.8.** Evaluación de documentos

**4.4.2.9.** Informe de inspección

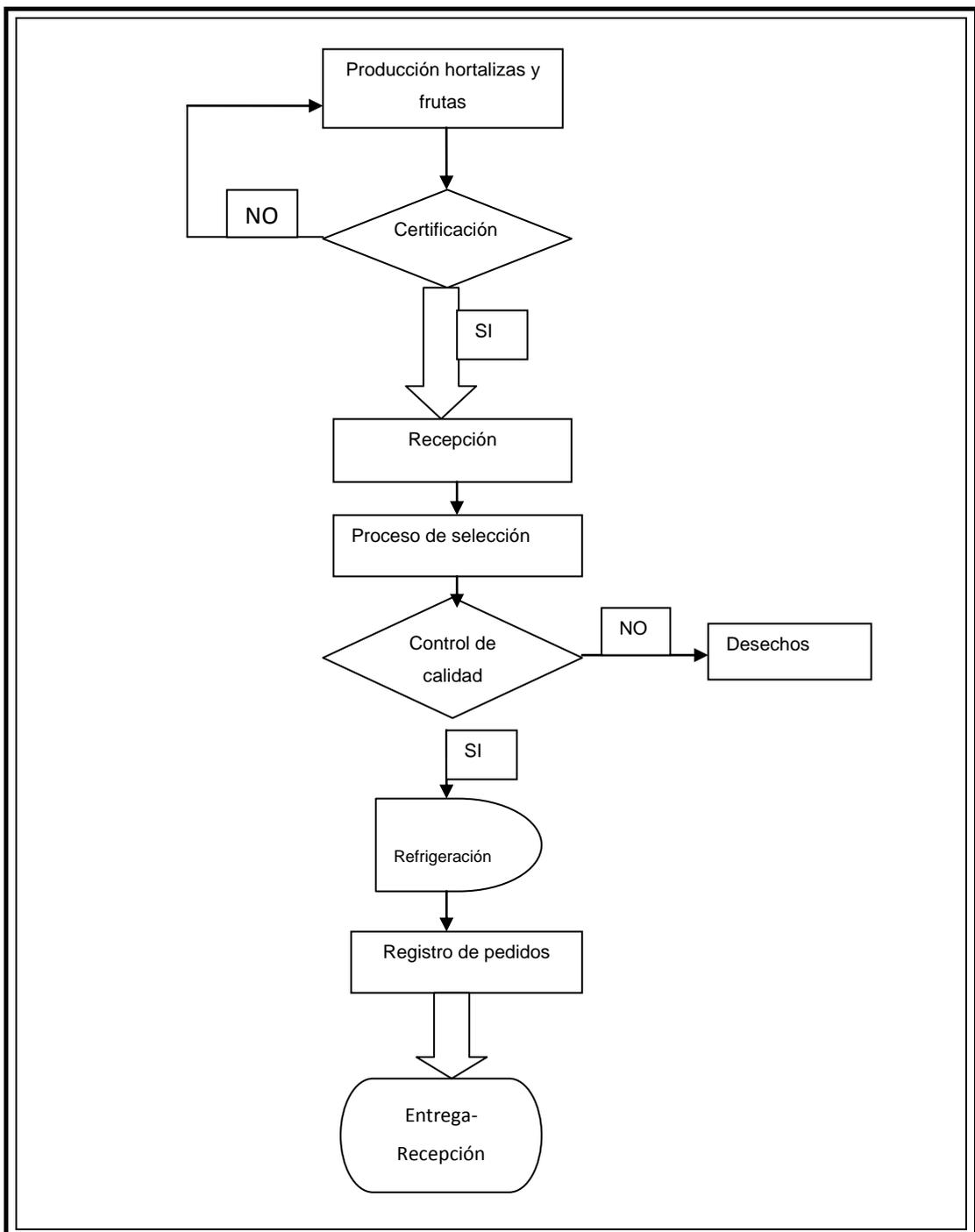
**4.4.2.10.** Posibles procedimientos adicionales

**4.4.2.11.** Certificación

### 4.4.3. Procesos Productivos

#### 4.4.3.1. Diagrama de Flujo del Proceso

GRÁFICO N° 8



Elaborado por: La Autora

<input type="checkbox"/>	ACCIÓN O DECISIÓN
⇒	TRANSPORTE
D	DEMORA
○	TERMINACIÓN

#### 4.4.3.2. Descripción de los Procesos

##### a) Producción de Alimentos Orgánicos.-

Los productores de Mariano Acosta luego de haber cultivado sus productos de acuerdo a las normas que prevé la certificación orgánica y tomando en cuenta varios aspectos importantes para el cultivo de los alimentos orgánicos, se someten a las rigurosas inspecciones de la certificadora internacional para poder expender sus productos.

##### b) Certificación Orgánica.

La empresa certificadora será la encargada de verificar que cada uno de los/as productores cumplan con la normativa de certificación orgánica, para lo cual se someterán a una serie de procesos con los que evaluarán el grado de conocimiento para la aplicación en el campo de los principios de la producción limpia.

##### c) Recepción de Productos Orgánicos.

Los productores orgánicos entregarán el producto en el Centro de Acopio de Mariano Acosta, en donde se receptorá luego de una revisión de los productos para determinar si son válidos para la comercialización y que cumpla con los requisitos de la producción orgánica.

#### **d) Proceso Higiénico.**

Los productos que ingresan al Centro de Acopio luego de la revisión previa, son lavados y desinfectados con agua procesada en la planta de tratamiento que posee el mismo, para posteriormente ser empacados en plástico (biodegradable) permitido por la certificadora orgánica con la respectiva publicidad en la que se da a conocer al consumidor que es un producto 100% orgánico.

#### **e) Control de Calidad.**

Luego de que el producto está perfectamente desinfectado y empacado se procede a pesar y determinar que el producto sea óptimo para la venta y que sea acorde al precio que el consumidor va a pagar (precio justo).

#### **f) Refrigeración.**

El Centro de Acopio cuenta con un cuarto frío, el mismo que permite mantener los productos frescos hasta el momento en el que sean comercializados; ya que debido a la distancia que recorren hasta llegar a los lugares en donde serán entregados pueden llegar dañados o maltratados.

#### **g) Registro de Pedidos.**

Luego de conocer la ruta que recorrerán para entregar los pedidos de acuerdo a los requerimientos de cada institución, los productos deben ser empacados en las respectivas canastas para ser entregadas directamente al consumidor.

#### **h) Transporte.**

Los productos orgánicos de Mariano Acosta serán transportados en el vehículo adquirido para ese fin, que cuenta con el sistema thermo King

que sirve para mantener, de igual forma que el Centro de Acopio, los productos frescos.

**i) Entrega de productos.**

Finalmente el producto es entregado en las respectivas canastas a los empleados públicos para su consumo.

**4.4.4. Tecnología a Utilizar**

Es importante anotar que PRODERENA (Programa de Apoyo a la Gestión Descentralizada de los Recursos Naturales en las tres provincias del Norte de Ecuador) entregó al Centro de Acopio un cuarto frío, mesas en acero inoxidable y adecuó el local perteneciente a la Junta Parroquial de Mariano Acosta.

El presente proyecto considera una donación, por lo tanto no se incluye en el Balance Inicial.

**4.4.4.1. Cuarto Frío.**

Con una capacidad de 8 metros cúbicos, el mismo que permitirá mantener los productos frescos para luego ser transportados y finalmente comercializados.

**4.4.4.2. Vehículo.**

El vehículo dotado de cámara frigorífica sale del Centro de Acopio situado en Mariano Acosta hacia Ibarra, con las canastas que contienen los productos.

**4.4.4.3. Planta de Tratamiento.**

Es la encargada de purificar el agua a través de filtros que no permiten que llegue con residuos de cloro o de otros elementos no permitidos en la certificación orgánica, ya que con ella se lavarán los productos que son entregados por los productores.

## 4.5. Determinación de la Inversión

Dentro de las inversiones se encuentra: Inversión fija tangible, inversión fija intangible y el capital de trabajo.

### 4.5.1. Inversión Fija Tangible

#### 4.5.1.1. Activos Fijos

##### a) Terrenos

El terreno donde se encuentra el Centro de Acopio Mariano Acosta es de propiedad de la Junta Parroquial, quien es parte de los accionistas de la Microempresa en estudio. A continuación la valoración de este activo fijo en función del avalúo catastral del Municipio de Pimampiro.

**CUADRO N° 17**

CONCEPTO	(m2)	COSTO (m2)	TOTAL
Área de selección clasificación y lavado	200	\$ 39,20	7.840,00
Área de cuarto frío y almacenamiento	30,96	\$ 39,20	1.213,63
Área de oficinas	110,6	\$ 39,20	4.335,52
<b>TOTAL TERRENOS</b>			<b>\$ 13.389,15</b>

**Fuente:** Ing. Alfonso Cevallos P.

**Elaborado por:** La Autora

##### b) Construcciones

Existe una construcción, levantada sobre el terreno anterior, propiedad de la Junta Parroquial. No se considera el rubro de imprevistos ya que la construcción se encuentra edificada.

**CUADRO N° 18**

ÁREA	(m2)	COSTO (m2)	TOTAL
Área de selección clasificación y lavado	200	134,40	26.880,00
Área de cuarto frío y almacenamiento	30,96	134,40	4.161,02
Área de oficinas	110,6	168,00	18.580,80
<b>TOTAL CONSTRUCCIONES P</b>			<b>\$ 49.621,82</b>

**Fuente:** Ing. Alfonso Cevallos P.

**Elaborado por:** La Autora

Considerando que el sitio donde está construida la parte física del Centro de Acopio no dispone de agua potable, es indispensable construir una pequeña planta de tratamiento, para la dotación del líquido vital.

### CONSTRUCCIONES ADICIONALES

**CUADRO N° 19**

CONCEPTO	unidad	cantidad	Valor Unitario	TOTAL
<b>PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUA</b>				
varilla de hierro de 12 mm	Qq	2	33,60	67,20
varilla de hierro de 10 mm	Qq	5	31,36	156,80
bloques 15 cm.	unidad	50	0,28	14,00
Arena	m cúbicos	6	3,36	20,16
Cemento	Qq	20	6,72	134,40
tanque plástico	unidad	1	201,60	201,60
tubos pvc ½	unidad	10	7,84	78,40
bomba 2 kw	unidad	1	274,40	274,40
Accesorios	Lote	1	84,00	84,00
filtro de arena	unidad	1	100,80	100,80
Dosificador	unidad	1	134,40	134,40
<b>SUBTOTAL</b>				<b>1266,16</b>
Imprevistos 5%				63,31
<b>TOTAL CONSTRUCCIONES</b>				<b>\$ 1.329,47</b>

**Fuente:** Varios proveedores

**Elaborado por:** La Autora

### c) Maquinaria y Equipo

Constituyen las herramientas necesarias para llevar a cabo las actividades de selección, clasificación, lavado, almacenamiento, cuarto frío y área de pesaje de los productos agrícolas orgánicos.

**CUADRO Nº 20**

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
ÁREA DE SELECCIÓN Y CLASIFICACIÓN				
Mesas de acero inoxidable	Unidades	5	201,60	1.008,00
gavetas plásticas	Unidades	40	18,02	720,80
ÁREA DE LAVADO	Unidades			
lavabos hondos	Unidades	4	84,00	336,00
lavabos planos	Unidades	2	134,40	268,80
ÁREA DE ALMACENAMIENTO	Unidades			
perchas metálicas	Unidades	11	72,80	800,80
selladora	Unidades	1	265,00	265,00
CUARTO FRIO	Unidades	1	8.736,00	8.736,00
ÁREA DE PESAJE	Unidades			
básculas	Unidad	2	246,40	492,80
balanzas	Unidad	4	39,20	156,80
<b>TOTAL MAQUINARIA</b>				<b>\$12.785,00</b>

**Fuente:** Varios proveedores

**Elaborado por:** La Autora

### d) Equipo de Oficina

Es indispensable el equipamiento de la oficina

**CUADRO Nº 21**

CONCEPTO	UNIDAD	Valor Unitario	TOTAL
Computadora	1	728,00	728,00
Impresora multifunción	1	313,60	313,60
<b>SUBTOTAL EQUIPOS DE OFC. C</b>			<b>1.041,60</b>
IMPREVISTOS	5%		52,08
<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>			<b>\$ 1.093,68</b>

**Fuente:** Varios proveedores

**Elaborado por:** La Autora

### e) Vehículos

El transporte de las hortalizas debidamente embaladas desde Mariano Acosta hasta la ciudad de Ibarra, se lo realizará en un furgón metálico, equipado con refrigeración.

**CUADRO N° 22**

Concepto	Unid.	Valor Unitario	Total
camión diesel 5 tm	1	48.160,00	48.160,00
cajón metálico	1	6.414,88	6.414,88
Termo King	1	6.720,00	6.720,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>61.294,88</b>
IMPREVISTOS	5%		3.064,74
<b>TOTAL VEHÍCULOS</b>			<b>\$ 64.359,62</b>

**Fuente:** Varios proveedores

**Elaborado por:** La Autora

### f) Muebles y Enseres

Para el buen funcionamiento de la parte administrativa es necesario dotar de muebles y enseres para que se instale la oficina.

**CUADRO N° 23**

CONCEPTO	UNIDAD	Valor Unitario	TOTAL
Escritorio	1	224,00	224,00
sillas secretaria	1	28,00	28,00
sillas plásticas	10	7,84	78,40
Archivador	1	56,00	56,00
mueble computador	1	33,60	33,60
<b>SUBTOTAL</b>			<b>420,00</b>
IMPREVISTOS 5%			21,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 441,00</b>

**Fuente:** Varios proveedores

**Elaborado por:** La Autora

Como se puede observar la mayor parte de los bienes, ya están adquiridos y construidos. El terreno y la construcción es de la Junta Parroquial, socia de la Microempresa, la maquinaria y el mejoramiento de la obra física lo ha realizado el Gobierno Provincial de Imbabura, por medio del programa PRODERENA, y con fondos de la Unión Europea, entregados a los beneficiarios, mediante convenio para su ocupación.

#### 4.5.2. Inversión Fija Intangible

##### 4.5.2.1. Activos Diferidos.

Los activos diferidos, calculados en porcentaje con respecto al valor del proyecto, son la parte intangible. Es importante mencionar que la aplicación del sistema interno de control, es un componente importante, ya que es el aprendizaje y la puesta en marcha de la certificación orgánica.

**CUADRO N° 24**  
**ACTIVOS DIFERIDOS**

CONCEPTO	ACTIVO TANGIBLE + CAPITAL DE TRABAJO	PORCENTAJE	TOTAL
		%	
ESTUDIO DEL PROYECTO	212.888,22	0,20%	425,78
GASTOS DE CONSTITUCION	212.888,22	0,30%	638,66
APLICACIÓN DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO	212.888,22	1,70%	3.619,10
REGISTRO SANITARIO	212.888,22	0,12%	255,47
<b>TOTAL</b>		<b>2,320%</b>	<b>4.939,01</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

El capital de trabajo es el monto necesario para poner en marcha el proyecto durante los dos primeros meses.

### 4.5.3. Presupuesto de Inversión

El presupuesto de inversión corresponde a la sumatoria de los valores de los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

#### 4.5.3.1. Resumen de Inversiones

**CUADRO Nº 25**

CONCEPTO	TOTAL
<b>INVERSION FIJA TANGIBLE</b>	<b>USD</b>
TERRENOS	13.389,15
CONSTRUCCIONES	50.951,29
MAQUINARIA	12.785,00
EQUIPO DE OFICINA	1.093,68
VEHICULOS	64.359,62
MUEBLES Y ENSERES	441,00
<b>Subtotal</b>	<b>143.019,75</b>
<b>INVERSION FIJA INTANGIBLE</b>	
ACTIVOS DIFERIDOS	4.939,01
<b>Subtotal</b>	<b>4.939,01</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL</b>	
2 MESES	69.868,47
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>\$ 217.827,23</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

Para determinar el capital de trabajo, partimos de los costos de materia prima directa e indirecta y los gastos.

### 4.5.4. Determinación del Personal Requerido

La Microempresa de comercialización requiere contratar el personal idóneo debidamente capacitado y con experiencia en las diferentes áreas para asegurar un trabajo efectivo en el desarrollo de las actividades. Es por ello que se requiere del siguiente personal:

#### 4.5.4.1. Personal Administrativo

CUADRO N° 26

DESCRIPCION	NUMERO DE PERSONAS	SUELDO USD
	Presidente (dietas y subsistencias)	1
Gerente	1	700,00
Contadora	1	520,00
Auditor certificación	1	400,00
Secretaria	1	450,00
Vendedor	1	380,00
Chofer	1	350,00
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>3080,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

#### 4.5.4.2. Mano de Obra Directa

CUADRO N° 27

Denominación del cargo	Número de personas	Salario	Total
Trabajadores	2	264,00	528,00
<b>TOTAL</b>			<b>528,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

El Presidente de la Microempresa será nombrado de entre los representantes de las comunidades de la parroquia de Mariano Acosta en la primera sesión convocada por el Presidente de la Junta Parroquial, quién conjuntamente con la Contadora serán los responsables de la administración y control de las actividades y la toma de decisiones, que deberán ser comunicadas a los miembros del Directorio.

## **CAPITULO V**

### **5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO**

#### **5.1. Introducción**

El presente estudio pretende realizar un análisis del proyecto identificando la totalidad de recursos en valores monetarios dentro de la fase operacional para una duración de cinco años.

Su finalidad es proporcionar datos económicos cuantitativos y verificables del proyecto, con el fin de que la información permita tomar las mejores decisiones en el futuro.

Para calcular el incremento de las proyecciones en todos los rubros se consideró la inflación de 4,2 % en cada año, calculada en base al comportamiento de la inflación del primer semestre del año 2010, datos tomados del Banco Central del Ecuador.

#### **5.2. Presupuesto de Ingresos**

Para determinar la canasta con los principales productos agrícolas orgánicos, se partió de una encuesta realizada con los productores de Mariano Acosta. Ellos indicaron los principales productos que se dan en la zona. Luego se identificó un grupo de posibles compradores que son los empleados de las tres instituciones públicas: Gobierno Provincial de Imbabura, Ilustre Municipio de Ibarra y Universidad Técnica del Norte, (GPI, IMI, UTN).

Se tomó en cuenta la media de consumo de los productos por semana y se los redondeo en kilos. Se detalla en el siguiente cuadro:

### 5.2.1. Precio Anual de la Canasta de Productos Orgánicos

Cuadro Nº 28

ITEM	INSUMOS	UNIDAD	CONSUMO KG	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	SEMANAS AL AÑO	PRECIO VENTA AL AÑO
1	Papa	KILOS	3	0,50	1,50	52	78,00
2	Cebolla larga	KILOS	1	0,90	0,90	52	46,80
3	Cebolla roja (paiteña)	KILOS	1	0,80	0,80	52	41,60
4	Mora de castilla	KILOS	1	0,80	0,80	52	41,60
5	Zanahoria amarilla	KILOS	1	0,60	0,60	52	31,20
6	Alverja tierna	KILOS	1	1,60	1,60	52	83,20
7	Frejol tierno	KILOS	1	1,60	1,60	52	83,20
8	Habas tiernas	KILOS	1	1,00	1,00	52	52,00
9	Col verde	KILOS	2	0,40	0,80	52	41,60
10	Brocoli	KILOS	1	0,40	0,40	52	20,80
11	Lechugas	KILOS	1	0,64	0,64	52	33,28
12	Precio del producto alterno				0,5	52	26,00
	<b>MATERIALES DIRECTOS</b>						
	Canastas de Totora	UNIDAD	1	0,72	0,72	52	37,44
	<b>PRECIO DE VENTA CANASTA</b>				<b>11,86</b>		<b>616,72</b>

Fuente: Estudio Mercado

Elaborado por: La Autora

Se ha determinado el valor unitario por cada producto agrícola orgánico para la venta de un valor promedio de acuerdo a los precios de la cadena Supermaxi de cuatro semanas, ya que ellos ofrecen productos con similares características a los que ofrece la microempresa, determinándose que el precio de la canasta semanal es de 11,86 usd.

El total de consumidores, es decir empleados públicos del GPI, IMI y UTN suman 1070. En base a la encuesta realizada, aceptaron adquirir los productos con certificación el 97,85 %. Es decir tenemos 1047 consumidores potenciales de los productos orgánicos.

Es importante considerar, que el precio de los productos certificados tienen un valor más elevado, aunque no existen valores referenciales en el medio; podemos citar como ejemplo el precio de la uvilla con certificación BCS que adquiere la empresa Sumak Mikuy de la UNORCAC; el precio de la uvilla convencional fluctúa entre 30 a 35 centavos de dólar, y el precio de compra de la uvilla certificada está en 1,25 USD. El Cacao convencional, fluctúa su precio en 116 dólares, cacao Rain Forest (certificadora orgánica) está en 124 USD. Y el cacao con certificación orgánica está superando los 156 USD. (Cacao en pepa qq).

## 5.2.2. Proyección de Ingresos

Cuadro Nº 29

<b>AÑOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>RUBROS</b>					
<b>PAPA</b>					
cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
costo	78,00	81,28	84,69	88,25	91,95
<b>Valor</b>	<b>81.666,00</b>	<b>85.095,97</b>	<b>88.670,00</b>	<b>92.394,14</b>	<b>96.274,70</b>
<b>CEBOLLA LARGA</b>					
cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
costo	46,80	48,77	50,81	52,95	55,17
<b>Valor</b>	<b>48.999,60</b>	<b>51.057,58</b>	<b>53.202,00</b>	<b>55.436,49</b>	<b>57.764,82</b>
<b>CEBOLLA ROJA</b>					
cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
costo	41,60	43,35	45,17	47,06	49,04
<b>Valor</b>	<b>43.555,20</b>	<b>45.384,52</b>	<b>47.290,67</b>	<b>49.276,88</b>	<b>51.346,51</b>
<b>MORA DE CASTILLA</b>					
cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
costo	41,60	43,35	45,17	47,06	49,04
<b>Valor</b>	<b>43.555,20</b>	<b>45.384,52</b>	<b>47.290,67</b>	<b>49.276,88</b>	<b>51.346,51</b>

<b>ZANAHORIA AMARILLA</b>					
cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
costo	31,20	32,51	33,88	35,30	36,78
<b>Valor</b>	<b>32.666,40</b>	<b>34.038,39</b>	<b>35.468,00</b>	<b>36.957,66</b>	<b>38.509,88</b>
<b>ALVERJA TIERNA</b>					
cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
costo	83,20	86,69	90,34	94,13	98,08
<b>Valor</b>	<b>87.110,40</b>	<b>90.769,04</b>	<b>94.581,34</b>	<b>98.553,75</b>	<b>102.693,01</b>
<b>FREJOL TIERNO</b>					
cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
costo	83,20	86,69	90,34	94,13	98,08
<b>Valor</b>	<b>87.110,40</b>	<b>90.769,04</b>	<b>94.581,34</b>	<b>98.553,75</b>	<b>102.693,01</b>
<b>HABAS TIERNAS</b>					
cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
costo	52,00	54,18	56,46	58,83	61,30
<b>Valor</b>	<b>54.444,00</b>	<b>56.730,65</b>	<b>59.113,34</b>	<b>61.596,10</b>	<b>64.183,13</b>
<b>COL VERDE</b>					
cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
costo	41,60	43,35	45,17	47,06	49,04
<b>Valor</b>	<b>43.555,20</b>	<b>45.384,52</b>	<b>47.290,67</b>	<b>49.276,88</b>	<b>51.346,51</b>
<b>BROCOLI</b>					
cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
costo	20,80	21,67	22,58	23,53	24,52
<b>Valor</b>	<b>21.777,60</b>	<b>22.692,26</b>	<b>23.645,33</b>	<b>24.638,44</b>	<b>25.673,25</b>
<b>LECHUGAS</b>					
cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
costo	33,28	34,68	36,13	37,65	39,23
<b>Valor</b>	<b>34.844,16</b>	<b>36.307,61</b>	<b>37.832,53</b>	<b>39.421,50</b>	<b>41.077,20</b>
<b>PRODUCTOS ALTERNOS</b>					
cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
costo	26,00	27,09	28,23	29,42	30,65
<b>Valor</b>	<b>27.222,00</b>	<b>28.365,32</b>	<b>29.556,67</b>	<b>30.798,05</b>	<b>32.091,57</b>

<b>Material Directo</b>					
<b>CANASTAS DE TOTORA</b>					
cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
costo	37,44	39,01	40,65	42,36	44,14
<b>Valor</b>	<b>39.199,68</b>	<b>40.846,07</b>	<b>42.561,60</b>	<b>44.349,19</b>	<b>46.211,85</b>
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>645.705,84</b>	<b>672.825,49</b>	<b>701.084,16</b>	<b>730.529,69</b>	<b>761.211,94</b>

Fuente: Estudio Mercado

Elaborado por: La Autora

Es importante mencionar que se mantiene fijo el número de clientes en todo el período por las siguientes razones:

**5.2.2.1.** Se determinó como posibles consumidores a 1047 empleados por que en la encuesta manifestaron su deseo de adquirir productos orgánicos. Ya que conocen los beneficios a la salud que aporta el consumo de productos limpios.

**5.2.2.2.** Es un nicho especial de consumidores y para obtener la materia prima es un proceso que lleva tiempo en incrementar productores. La empresa certificadora, inicia su trabajo verificando que los terrenos a utilizarse no tengan residuos de agroquímicos. En caso de ser afirmativa la respuesta de las áreas entran en un proceso de TRANSICIÓN, cuyo período de tiempo dura hasta 2 años para reconocer la producción como orgánica. Cuando los productores cumplen con el período de transición se realiza un alcance a la certificación grupal.

### 5.3. Proyección de Egresos

#### 5.3.1. Costos de Producción

##### 5.3.1.1. Productos Orgánicos de la canasta

Representa el costo de la materia prima por semana, lo que significa el valor a pagar a los productores que entregan sus productos agrícolas orgánicos en el Centro de Acopio.

**Cuadro N° 30**

ITEM	INSUMOS	UNIDAD	PRECIO	CONSUMO	VALOR	SEMANAS AL AÑO	VENTA AL AÑO
			UNIDAD USD	KG			
	<b>MATERIA PRIMA</b>						
1	PAPA	KILOS	0,25	3	0,75	52	39,00
2	CEBOLLA LARGA	KILOS	0,45	1	0,45	52	23,40
3	CEBOLLA ROJA	KILOS	0,40	1	0,40	52	20,80
4	MORA DE CASTILLA	KILOS	0,40	1	0,40	52	20,80
5	ZANAHORIA AMARILLA	KILOS	0,30	1	0,30	52	15,60
6	ALVERJA TIERNA	KILOS	0,80	1	0,80	52	41,60
7	FREJOL TIERNO	KILOS	0,80	1	0,80	52	41,60
8	HABAS TIERNAS	KILOS	0,50	1	0,50	52	26,00
9	COL VERDE	KILOS	0,20	2	0,40	52	20,80
10	BROCOLI	KILOS	0,20	1	0,20	52	10,40
11	LECHUGAS	KILOS	0,32	1	0,32	52	16,64
12	PRODUCTOS ALTERNOS	KILOS	0,25	1	0,25	52	13,00
	<b>MATERIALES DIRECTOS</b>						
	CANASTAS TOTORA	UNIDAD	0,36	1	0,36	52	18,72
	<b>SUBTOTAL</b>						<b>308,36</b>
	IMPREVISTOS 10%						30,84
	<b>TOTAL MATERIA PRIMA Y MATERIALES DIRECTOS</b>				<b>5,93</b>		<b>339,20</b>

Fuente: Estudio Mercado

Elaborado por: La Autora

### 5.3.1.2. Costos proyectados de la Materia Prima

Cuadro N° 31

RUBROS	AÑOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Materia Prima</b>					
<b>PAPA</b>					
Cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
Costo	39,00	40,64	42,34	44,12	45,98
<b>Egreso</b>	<b>40.833,00</b>	<b>42.547,99</b>	<b>44.335,00</b>	<b>46.197,07</b>	<b>48.137,35</b>
<b>CEBOLLA LARGA</b>					
Cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
Costo	23,40	24,38	25,41	26,47	27,59
<b>Egreso</b>	<b>24.499,80</b>	<b>25.528,79</b>	<b>26.601,00</b>	<b>27.718,24</b>	<b>28.882,41</b>
<b>CEBOLLA ROJA</b>					
Cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
Costo	20,80	21,67	22,58	23,53	24,52
<b>Egreso</b>	<b>21.777,60</b>	<b>22.692,26</b>	<b>23.645,33</b>	<b>24.638,44</b>	<b>25.673,25</b>
<b>MORA DE CASTILLA</b>					
Cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
Costo	20,80	21,67	22,58	23,53	24,52
<b>Egreso</b>	<b>21.777,60</b>	<b>22.692,26</b>	<b>23.645,33</b>	<b>24.638,44</b>	<b>25.673,25</b>
<b>ZANAHORIA AMARILLA</b>					
Cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
Costo	15,60	16,26	16,94	17,65	18,39
<b>Egreso</b>	<b>16.333,20</b>	<b>17.019,19</b>	<b>17.734,00</b>	<b>18.478,83</b>	<b>19.254,94</b>
<b>ALVERJA TIERNA</b>					
Cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
Costo	41,60	43,35	45,17	47,06	49,04
<b>Egreso</b>	<b>43.555,20</b>	<b>45.384,52</b>	<b>47.290,67</b>	<b>49.276,88</b>	<b>51.346,51</b>
<b>FREJOL TIERNO</b>					
Cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
Costo	41,60	43,35	45,17	47,06	49,04
<b>Egreso</b>	<b>43.555,20</b>	<b>45.384,52</b>	<b>47.290,67</b>	<b>49.276,88</b>	<b>51.346,51</b>

<b>HABAS TIERNAS</b>					
Cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
Costo	26,00	27,09	28,23	29,42	30,65
<b>Egreso</b>	<b>27.222,00</b>	<b>28.365,32</b>	<b>29.556,67</b>	<b>30.798,05</b>	<b>32.091,57</b>
<b>COL VERDE</b>					
Cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
Costo	20,80	21,67	22,58	23,53	24,52
<b>Egreso</b>	<b>21.777,60</b>	<b>22.692,26</b>	<b>23.645,33</b>	<b>24.638,44</b>	<b>25.673,25</b>
<b>BROCOLI</b>	<b>10.888,80</b>	<b>11.346,13</b>	<b>11.822,67</b>	<b>12.319,22</b>	<b>12.836,63</b>
Cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
Costo	10,40	10,84	11,29	11,77	12,26
<b>Egreso</b>					
<b>LECHUGAS</b>					
Cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
Costo	16,64	17,34	18,07	18,83	19,62
<b>Egreso</b>	<b>17.422,08</b>	<b>18.153,81</b>	<b>18.916,27</b>	<b>19.710,75</b>	<b>20.538,60</b>
<b>PRODUCTOS ALTERNOS</b>					
Cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
Costo	13,00	13,55	14,11	14,71	15,33
<b>Egreso</b>	<b>13.611,00</b>	<b>14.182,66</b>	<b>14.778,33</b>	<b>15.399,02</b>	<b>16.045,78</b>
<b>Material Directo</b>					
canastas totora					
Cantidad	1047	1047	1047	1047	1047
Costo	18,72	19,51	20,33	21,18	22,07
<b>Egreso</b>	<b>19.599,84</b>	<b>20.423,03</b>	<b>21.280,80</b>	<b>22.174,59</b>	<b>23.105,93</b>
<b>TOTAL MATERIA PRIMA Y MATERIAL DIRECTO</b>	<b>322.852,92</b>	<b>336.412,74</b>	<b>350.542,08</b>	<b>365.264,85</b>	<b>380.605,97</b>
imprevistos 10%	32.285,29	33.641,27	35.054,21	36.526,48	38.060,60
<b>TOTAL</b>	<b>355.138,21</b>	<b>370.054,02</b>	<b>385.596,29</b>	<b>401.791,33</b>	<b>418.666,57</b>

Fuente: Estudio

Elaborado por: La Autora

### 5.3.2. Costos Operacionales

#### 5.3.2.1. Mano de obra directa

Son los trabajadores del Centro de Acopio, que van a realizar el trabajo de recepción, limpieza, lavado, etiquetado y demás procesos. Se especificarán los salarios correspondientes, los beneficios de Ley de acuerdo al Código del Trabajo que ampara y ve por los derechos de los trabajadores.

##### a) Salario Básico Unificado Mensual

**Cuadro N° 32**

RUBROS	NUMERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TRABAJADOR 1	1	264,00	282,27	301,80	322,69	345,02
TRABAJADOR 2	1	264,00	282,27	301,80	322,69	345,02
<b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b>		<b>528,00</b>	<b>564,54</b>	<b>603,60</b>	<b>645,37</b>	<b>690,03</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

##### b) Remuneraciones al Año

**Cuadro N° 33**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	6.336,00	6.774,45	7.243,24	7.744,48	8.280,39
Aporte Patronal (12.15%)	769,82	823,10	880,05	940,95	1006,07
Fondos de Reserva		564,54	603,60	645,37	690,03
Décimo Tercer Sueldo	528,00	564,54	603,60	645,37	690,03
Décimo Cuarto Sueldo	528,00	564,54	603,60	645,37	690,03
<b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b>	<b>8.161,82</b>	<b>9.291,16</b>	<b>9.934,11</b>	<b>10.621,55</b>	<b>11.356,56</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

La proyección de las remuneraciones anuales, se realiza en base al porcentaje resultante cálculo del incremento de los últimos cinco años.

### 5.3.2.2. Gastos Generales

Constituyen todos aquellos gastos que deben realizarse para el desarrollo administrativo de la Microempresa, siendo necesaria la adquisición de elementos que permitan a los empleados y trabajadores realizar su trabajo con normalidad y sin retrasos.

**Cuadro N° 34**

CONCEPTO	NUMERO	VALOR USD	VALOR MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Impuestos y Contribuciones,			-	80,00	83,36	86,86	90,51	94,31
cuotas y otros	1	3,00	3,00	36,00	37,51	39,09	40,73	42,44
gastos de certificación,	1	300,00	300,00	3.600,00	3.751,20	3.908,75	4.072,92	4.243,98
suministros de oficina	1	15,50	15,50	186,00	193,81	201,95	210,43	219,27
<b>SUBTOTAL</b>			<b>318,50</b>	<b>3.902,00</b>	<b>4.065,88</b>	<b>4.236,65</b>	<b>4.414,59</b>	<b>4.600,00</b>
IMPREVISTOS 2%				78,04	81,32	84,73	88,29	92,00
<b>TOTAL</b>				<b>3.980,04</b>	<b>4.147,20</b>	<b>4.321,38</b>	<b>4.502,88</b>	<b>4.692,00</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

### 5.3.2.3. Servicios Básicos

Los servicios básicos son vitales para toda persona aún más para la microempresa. El cálculo del servicio de agua entubada a 0,33 usd el metro cúbico incluido los impuestos de comercialización, la tasa por consumo de energía eléctrica es de 0,10 usd el kilowatio /hora, la tarifa telefónica es de 0,2 usd el minuto y la tarifa celular de 0,56 usd.

Se ha tomado en cuenta los lubricantes del vehículo donde considera todos los aditivos que necesitará durante cada año de acuerdo al kilometraje que recorre y el uso continuo del mismo.

**Cuadro Nº 35**

CONCEPTO	UNIDAD	VALOR MENSUAL USD			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		CANTIDAD	UNITARIO	TOTAL					
AGUA POTABLE	m <sup>3</sup>	70	0,33	23,10	277,20	288,84	300,97	313,61	326,79
ENERGIA ELECTRICA	Kwh	500	0,10	50,00	600,00	625,20	651,46	678,82	707,33
TELEFONO	minutos	180	0,20	36,00	432,00	450,14	469,05	488,75	509,28
CELULAR	minutos	50	0,30	15,00	180,00	187,56	195,44	203,65	212,20
<b>TOTAL</b>					<b>1.489,20</b>	<b>1.551,75</b>	<b>1.616,92</b>	<b>1.684,83</b>	<b>1.755,59</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

### 5.3.2.4. Equipamiento de Trabajo para el Personal

Los trabajadores que laboran en la pos cosecha deben cumplir con ciertas normas de higiene para manipular los productos orgánicos acopiados, por ello es importante dotar de los elementos necesarios para desarrollar de mejor manera el manejo de los alimentos.

**Cuadro Nº 36**

CONCEPTO	UNIDAD	VALOR MENSUAL USD			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		CANT.	UNIT.	TOTAL					
MANDILES (2 veces al año)	unidad	4	2,50	10,00	20,00	20,84	21,72	22,63	23,58
BOTAS CAUCHO(2 veces)	pares	4	8,00	32,00	64,00	66,69	69,49	72,41	75,45
GUANTES (2 veces al año)	pares	48	3,00	144,00	288,00	300,10	312,70	325,83	339,52
TAPA BOCAS	unidad	48	0,53	25,44	305,28	318,10	331,46	345,38	359,89
GORRAS	gorras	48	0,50	48,00	576,00	600,19	625,40	651,67	679,04
<b>TOTAL</b>				<b>259,44</b>	<b>1.253,28</b>	<b>1.305,92</b>	<b>1.360,77</b>	<b>1.417,92</b>	<b>1.477,47</b>
IMPREVISTOS	1%			2,59	12,53	13,06	13,61	14,18	14,77
<b>TOTAL SUMINISTROS</b>				<b>262,03</b>	<b>1.265,81</b>	<b>1.318,98</b>	<b>1.374,37</b>	<b>1.432,10</b>	<b>1.492,25</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

### 5.3.2.5. Combustibles, Llantas y Repuestos del Vehículo

El vehículo es una herramienta necesaria para la entrega oportuna de la canasta de productos orgánicos, razón por la cual se torna importante tomar en cuenta los rubros de combustible (diesel) a un valor de 1,037 por galón y de acuerdo al Km. de recorrido se realizará cambio de neumáticos, compra de repuestos; tomando en cuenta que realizará dos viajes por semana.

**Cuadro N° 37**

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COMBUSTIBLE (diesel)	Galones	500	1,037	650,00	677,30	705,75	735,39	766,27
LLANTAS	Unidad	4	125,00	500,00	521,00	542,88	565,68	589,44
REPUESTOS	Varios		280,00	280,00	291,76	304,01	316,78	330,09
<b>TOTAL</b>				<b>1.430,00</b>	<b>1.490,06</b>	<b>1.552,64</b>	<b>1.617,85</b>	<b>1.685,80</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

### 5.3.2.6. Reparación y Mantenimiento

Es importante, dar el debido mantenimiento a los elementos con que cuenta la Microempresa, es así que se ha tomado en cuenta el mantenimiento y reparación no sólo del vehículo sino de la infraestructura y el equipamiento, con el fin de que con el tiempo y el deterioro no se vean afectados sino más bien darles el mantenimiento adecuado.

**Cuadro N° 38**

CONCEPTO	VALOR DEL ACTIVO	% ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONSTRUCCION	50.951,29	1,0%	509,51	530,91	553,21	576,45	600,66
MAQUINARIA	12.785,00	2,0%	255,70	266,44	277,63	289,29	301,44
EQUIPO DE OFICINA	1.093,68	1,0%	10,94	11,40	11,87	12,37	12,89
VEHICULOS	64.359,62	1,5%	965,39	1.005,94	1.048,19	1.092,21	1.138,09
MUEBLES Y ENSERES	441,00	2,0%	8,82	9,19	9,58	9,98	10,40
<b>SUBTOTAL REPAR. Y MANT.</b>			<b>1.750,36</b>	<b>1.823,88</b>	<b>1.900,48</b>	<b>1.980,30</b>	<b>2.063,48</b>
IMPREVISTOS 2%			35,01	36,48	38,01	39,61	41,27
<b>TOTAL</b>			<b>1.785,37</b>	<b>1.860,36</b>	<b>1.938,49</b>	<b>2.019,91</b>	<b>2.104,74</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

### 5.3.2.7. Gastos de Pos Cosecha

Los gastos de pos cosecha, son los que se realizan desde que la materia prima ingresa al Centro de Acopio; es decir los que se aplican en el proceso de: acopio, recepción, lavado, secado, embalado y almacenado.

**Cuadro Nº 39**

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR USD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
			MENSUAL					
Bromo	KILO	1	4,20	50,40	52,52	54,72	57,02	59,42
escobas y trapeadores	UNIDAD	2	2,00	48,00	50,02	52,12	54,31	56,59
desinfectante piso	LITROS	2	2,90	69,60	72,52	75,57	78,74	82,05
Otros	-	1	2,00	24,00	25,01	26,06	27,15	28,29
<b>TOTAL</b>				192,00	200,06	208,47	217,22	226,35
IMPREVISTOS	2%			3,84	4,00	4,17	4,34	4,53
<b>TOTAL GASTOS DE POST COSECHA LIMPIEZA</b>				195,84	204,07	212,64	221,57	230,87

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

### 5.3.2.8. Gastos de Publicidad

Con el fin de participar con los consumidores los beneficios de la producción orgánica, se elaborarán dípticos, para que se repartan a los consumidores potenciales.

**Cuadro Nº 40**

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR USD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
			MENSUAL					
DIPTICOS	PAQUETES	2	15,00	360,00	375,12	390,88	407,29	424,40
IMPREVISTOS 2%				7,20	7,50	7,82	8,15	8,49
<b>TOTAL GASTOS DE PUBLICIDAD</b>				367,20	382,62	398,69	415,44	432,89

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

### 5.3.2.9. Resumen de Gastos Operacionales

Cuadro N° 41

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mano de obra directa	7.419,84	7.900,08	9.000,25	9.589,85	9.884,90
Gastos Generales	3.980,04	4.147,20	4.321,38	4.502,88	4.692,00
Servicios Básicos	1.489,20	1.551,75	1.616,92	1.684,83	1.755,59
Equipamiento de Trabajo para el Personal	1.265,81	1.318,98	1.374,37	1.432,10	1.492,25
Combustibles y Llantas del Vehículo		1.490,06	1.552,64	1.617,85	1.685,80
Reparación y Mantenimiento	1.785,37	1.860,36	1.938,49	2.019,91	2.104,74
Gastos de Pos Cosecha	195,84	204,07	212,64	221,57	230,87
Gastos de Publicidad	367,20	382,62	398,69	415,44	432,89
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>16.503,30</b>	<b>18.855,11</b>	<b>20.415,39</b>	<b>21.484,43</b>	<b>22.279,04</b>

Fuente: Cuadros: 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40.

Elaborado por: La Autora

### 5.3.3. Gastos Administrativos

#### 5.3.3.1. Sueldos Administrativos

La Microempresa contará en la parte administrativa con el Presidente del Directorio, quien ganará por dietas 50,00 usd semanales de acuerdo al número de sesiones realizadas, que regularmente serán 4 es decir 200,00 usd al mes y 80,00 usd como valor máximo por concepto de viáticos y subsistencias.

La Contadora que será la encargada de llevar la contabilidad y los impuestos, el Certificador Interno que será el encargado de verificar los procesos de la certificación y finalmente los Choferes- Vendedores, quiénes serán los encargados de trasladar y entregar la canasta de productos agrícolas orgánicos a los consumidores, recibirán la remuneración mensual más los beneficios de Ley.

El incremento del sueldo de año a año se lo realiza en base al promedio en porcentaje del incremento de los últimos cinco años (6,92%).

### a) Sueldo Básico Mensual

**Cuadro N° 42**

RUBROS	NUMERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Presidente (dietas y subsistencias)	1	280,00	299,38	320,09	342,24	365,93
Gerente	1	700,00	748,44	800,23	855,61	914,82
Contadora	1	520,00	555,98	594,46	635,59	679,58
Certificador	1	400,00	427,68	457,28	488,92	522,75
Secretaria	1	450,00	481,14	514,43	550,03	588,10
Vendedor	1	380,00	406,30	434,41	464,47	496,61
Chofer	1	350,00	374,22	400,12	427,80	457,41
<b>TOTAL S.B.U MENSUAL</b>		<b>3.080,00</b>	<b>3.293,14</b>	<b>3.521,02</b>	<b>3.764,68</b>	<b>4.025,19</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

### b) Remuneraciones al Año

**c) Cuadro N° 43**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo Básico Unificado	36.960,00	39.517,63	42.252,25	45.176,11	48.302,29
Aporte Patronal (12.15%)	3.061,80	3.273,68	3.500,21	3.742,43	4.001,41
Fondos de Reserva		2.245,32	2.400,70	2.566,82	2.744,45
Décimo Tercer Sueldo	3.080,00	3.293,14	2.400,70	2.566,82	1.659,74
Décimo Cuarto Sueldo	1.440,00	1.539,65	1.646,19	1.760,11	1.881,91
<b>TOTAL</b>	<b>44.541,80</b>	<b>49.869,41</b>	<b>52.200,05</b>	<b>55.812,29</b>	<b>58.589,79</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

## 5.4. Financiamiento

Para cubrir el financiamiento total, se debe recurrir a un préstamo, al tratarse de una Microempresa de productos agrícolas orgánicos pueden ser financiados por el Banco Nacional de Fomento o la Corporación Financiera Nacional, y se pudo determinar que la tasa para este préstamo, sería del 12 % anual, en el que se incluyen los gastos operativos del banco.

### 5.4.1. Tabla De Amortización Anual

**Cuadro N° 44**

FINANCIAMIENTO					\$ 72.000,00
PLAZO				6	
TASA				12%	
AÑOS DE GRACIA				1	
TASA DE DESCUENTO				0%	

ANUAL	SALDO INICIAL	PAGO DE CAPITAL	PAGO DE INTERÉS	VALOR CUOTA ANUAL	SALDO FINAL
0	72.000,00				72.000,00
1	72.000,00	-	8.640,00	8.640,00	72.000,00
2	72.000,00	14.400,00	8.640,00	23.040,00	57.600,00
3	57.600,00	14.400,00	6.912,00	21.312,00	43.200,00
4	43.200,00	14.400,00	5.184,00	19.584,00	28.800,00
5	28.800,00	14.400,00	3.456,00	17.856,00	14.400,00
6	14.400,00	14.400,00	1.728,00	16.128,00	-

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

El préstamo otorgado será con un año de gracia, los pagos se los realizará anualmente.

### 5.5. Depreciación

Se considera la depreciación de todos los activos fijos, con el método de Línea Recta.

**Cuadro N° 45**

INVERSIÓN EN FIJO	Cuantía		Coeficiente	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL AMORTIZ.	V. RESIDUAL
CONSTRUCCIONES	50.951,29	20	5%	2.547,56	2.547,56	2.547,56	2.547,56	2.547,56	12.737,82	38.213,47
MAQUINARIA	12.785,00	10	10%	1.278,50	1.278,50	1.278,50	1.278,50	1.278,50	6.392,50	6.392,50
EQUIPO DE OFICINA	1.093,68	3	33%	364,56	364,56	364,56	-	-	1.093,68	-
VEHICULOS	64.359,62	5	20%	12.871,92	12.871,92	12.871,92	12.871,92	12.871,92	64.359,62	-
MUEBLES Y ENSERES	441,00	10	10%	44,10	44,10	44,10	44,10	44,10	220,50	220,50
<b>INVERSIÓN TOTAL=</b>	<b>129.631</b>		<b>AMORTIZACION</b>	<b>17.106,65</b>	<b>17.106,65</b>	<b>17.106,65</b>	<b>16.742,09</b>	<b>16.742,09</b>	<b>84.804,13</b>	<b>44.826,47</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

## 5.6. Cálculo Proyectado Seguro De Vehículos

**Cuadro N° 46**

CONCEPTO	VALOR	%	VALOR	IMPREVISTO	TOTAL
	BIEN		ANUAL	0,02	USD
AÑO 1	64.359,62	2,00%	1.287,19	25,74	1.312,94
AÑO 2	51.487,70	2,00%	1.029,75	20,60	1.050,35
AÑO 3	38.615,77	2,00%	772,32	15,45	787,76
AÑO 4	25.743,85	2,00%	514,88	10,30	525,17
AÑO 5	12.871,92	2,00%	257,44	5,15	262,59

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

Es indispensable asegurar al vehículo, ya que se trasladará a la ciudad de Ibarra dos veces en la semana y que el camino es empedrado, mientras que la otra vía solo se encuentra lastrada, además realizará la recolección de la materia prima dentro de la parroquia.

## 5.7. Capital de Trabajo

**Cuadro N° 47**

CONCEPTO	VALOR	VALOR
	USD/MENSUAL	2 MESES
MATERIA PRIMA Y MATERIALES DIRECTOS	29.594,85	59.189,70
MANO DE OBRA DIRECTA	680,15	1.360,30
GASTOS ADMINISTRATIVOS	3.796,87	7.593,73
GASTOS PUBLICIDAD	30,60	61,20
GASTOS DE POSTCOSECHA	16,32	32,64
GASTOS DE GENERALES	331,67	663,34
SERVICIOS BÁSICOS	124,10	248,20
EQUIPAMIENTO	105,48	210,97
REPARACION Y MANTENIMIENTO	148,78	297,56
SEGUROS	109,41	218,82
<b>TOTAL</b>	<b>34.938,24</b>	<b>69.876,47</b>

**Fuente:** Cuadros: 31, 33, 34, 35, 36, 38, 39, 40, 43, 46

**Elaborado por:** La Autora

## 5.8. Estados Financieros

### 5.8.1. Balance de Situación Financiera Inicial

Permite conocer la situación financiera del proyecto, de forma inicial y estimada los valores con los que contará para dar inicio a las actividades de la Microempresa de Comercialización de Productos Agrícolas Orgánicos

Cuadro N° 48

MICROEMPRESA MARIANO ACOSTA  
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL  
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2010

ACTIVOS		PASIVOS Y PATRIMONIO	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>	
Caja Bancos	69.876,47	Préstamo por pagar	72.000,00
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>PATRIMONIO</b>	
Terreno	13.389,15	Capital Accionistas	145.835,41
Construcciones	50.951,29		
Maquinaria	12.785,00		
Equipo de Oficina	1.093,68		
Vehículos	64.359,62		
Muebles y Enseres	441,00		
OTROS	-		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
Estudio del proyecto	425,79		
Gastos de constitución	638,69		
Aplicación del sistema interno control	3.619,24		
Registro Sanitario	255,48		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>217.835,41</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>217.835,41</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La Autora

### 5.8.2. Estado de Resultados

En el siguiente cuadro se detallan las cuentas y subcuentas proyectadas, de las que se obtendrá por diferencia la utilidad neta que la Microempresa genere durante los cinco primeros años.

**Cuadro N° 49**

**“MICROEMPRESA MARIANO ACOSTA”  
ESTADO DE RESULTADOS  
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2010**

	CONCEPTO	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Ingreso	645.705,84	672.825,49	701.084,16	730.529,69	761.211,94
(-)	Costos de Producción	355.138,21	370.054,02	385.596,29	401.791,33	418.666,57
=	<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>290.567,63</b>	<b>302.771,47</b>	<b>315.487,87</b>	<b>328.738,36</b>	<b>342.545,37</b>
(-)	Gastos Operacionales	18.675,29	20.246,19	21.349,25	22.516,13	23.750,71
(-)	Gastos Administrativos	45.562,40	51.709,08	54.167,02	57.915,38	60.838,41
(-)	Gastos Financieros	8.640,00	8.640,00	6.912,00	5.184,00	3.456,00
	<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>72.877,69</b>	<b>80.595,27</b>	<b>82.428,27</b>	<b>85.615,50</b>	<b>88.045,12</b>
(-)	Depreciaciones	17.106,65	17.106,65	17.106,65	16.742,09	16.742,09
=	<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>200.583,29</b>	<b>205.069,55</b>	<b>215.952,95</b>	<b>226.380,77</b>	<b>237.758,16</b>
(-)	Participaciones Utilidades 15%	30.087,49	30.760,43	32.392,94	33.957,12	35.663,72
=	<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>170.495,80</b>	<b>174.309,12</b>	<b>183.560,01</b>	<b>192.423,65</b>	<b>202.094,44</b>
(-)	Impuesto a la Renta 24%	40.918,99	41.834,19	44.054,40	46.181,68	48.502,66
=	<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>129.576,81</b>	<b>132.474,93</b>	<b>139.505,61</b>	<b>146.241,98</b>	<b>153.591,77</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La Autora

### 5.8.3. Flujos de Caja

La evaluación del proyecto se realiza sobre la base de la estimación del flujo de caja de los costos e ingresos generados por el proyecto durante su vida útil. Al proyectarlo, será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente, con los efectos tributarios de la depreciación del activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas.

El flujo de caja típico de cualquier proyecto se compone de cinco elementos básicos: egresos e ingresos iniciales de fondos, ingresos y egresos de operación, horizonte de vida útil del proyecto, tasa de descuento e ingresos y egresos terminales del proyecto.

**Cuadro N° 50**

	DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	INVERSIÓN	-217.835,41					
=	UTILIDAD OPERACIONAL		200.583,29	205.106,09	216.028,55	226.498,14	237.920,19
(+)	Depreciaciones		17.106,65	17.106,65	17.106,65	16.742,09	16.742,09
(-)	Participaciones Utilidades 15%		30.087,49	30.765,91	32.404,28	33.974,72	35.688,03
(-)	Impuesto a la Renta 24%		40.918,99	41.841,64	44.069,83	46.205,62	48.535,72
(-)	Reinversión					729,12	
(+)	Recuperación de la Inversión						114.702,94
=	<b>FLUJO NETO</b>	-217.835,41	146.683,45	149.605,18	156.661,10	162.330,77	285.141,48

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

La recuperación de la inversión proviene del capital de trabajo al finalizar el proyecto y la reinversión en activos.

Los 729,12 USD es la reinversión de la adquisición de una nueva computadora y la impresora que han terminado con su vida útil y deben ser reemplazados ya que son de suma importancia para el área administrativa-financiera.

## 5.9. Evaluación Financiera

### 5.9.1. Costo de Oportunidad

**Cuadro N° 51**

DESCRIPCION	VALOR	%	TASA POND.	VALOR PROMEDIO	VALOR PONDERADO
INVERSIÓN PROPIA	145.835,41	66,95	5,13	343,44	
INVERSIÓN FINANCIERA	72.000,00	33,05	12	396,63	
TOTAL	217.835,41	100,00		<b>740,07</b>	7,40

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** La Autora

### 5.9.2. Determinación de la Tasa de Redescuento

**CK: Costo de Oportunidad**

**If: inflación**

$$TRM = (1+CK)(1+IF)-1$$

$$TRM = (1+0,0740)(1+0,1)-1$$

TRM =	0,1816	18,16%
-------	--------	--------

Esto quiere decir que el proyecto deberá rendir al menos un 18,16% sobre la inversión en caso de que sea financiado con la tasa del 12%, tomando en cuenta una inflación global de al menos el 10% y que el rendimiento del capital propio sería de un 5,13%. Para determinar la tasa de redescuento del inversionista se ha tomado en cuenta los recursos propios y el crédito, valores necesarios para obtener la inversión total.

### 5.9.3. Valor Actual Neto (Van)

**Cuadro N° 52**

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL FNA
<b>FLUJO NETO</b>	(217.835,41)	146.683,45	149.605,18	156.661,10	162.330,77	285.141,48	
VALORES ACTUALIZADOS	(217.835,41)	124.139,69	107.153,33	94.961,97	83.275,82	123.796,39	533.327,20

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

$$VAN = - II + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5}$$

$$VAN = - 217.835,41 + 533.327,20$$

$$VAN = \$ 315.491,79$$

Una inversión es viable cuando el VAN > 0, es decir, cuando la suma de todos los flujos de caja valorados en el año 0 supera la cuantía del desembolso inicial (si éste último se extendiera a lo largo de varios períodos habrá que calcular también su valor actual).

Una vez actualizados los flujos de caja podemos observar que el VAN, llega a USD\$ 315.491,79, que le hace muy interesante a la inversión.

Por tanto, un VAN positivo implica que el proyecto de inversión produce un rendimiento superior al mínimo requerido y ese exceso irá a parar a los apostadores de la empresa, quiénes verán el crecimiento del capital exactamente en dicha cantidad. Es esta relación directa entre la riqueza de los accionistas y la definición del VAN, la que hace que este criterio sea tan importante a la hora de valorar un proyecto de inversión.

#### 5.9.4. Tasa Interna de Retorno

$$TIR = T_i + (T_s - T_i) \left[ \frac{VAN_{T_i}}{VAN_{T_i} - VAN_{T_s}} \right]$$

TIR = Tasa Interna de Retorno

T<sub>i</sub> = Tasa Inferior

T<sub>s</sub> = Tasa Superior

VAN T<sub>i</sub> = Valor Actual Neto con tasa inferior

VAN T<sub>s</sub> = Valor Actual Neto con tasa superior

VAN T<sub>i</sub>: Valor Actual Neto con tasa inferior

VAN t<sub>s</sub> = Valor Actual Neto con tasa superior

Cálculo del VAN cuando la tasa es del 66% (inferior)

VAN = **\$ 3.067,07**

Cálculo del VAN cuando la tasa es del 68% (superior)

VAN = **(\$ 2.793,28)**

Interpolando

$$TIR = 66 + (68-66) \left[ \frac{3067,07}{3067,07-(2793,28)} \right]$$

$$TIR = 66 + 1,035$$

**TIR= 67,04 %**

Esto quiere decir que el TIR es igual al 67,04% por lo que supera a la tasa de redescuento que es de 18%.

La tasa interna de rendimiento (TIR) es la tasa de descuento para que un proyecto de inversión tenga un VAN igual a cero. La TIR es, pues, una medida de la rentabilidad relativa de una inversión.

Como se puede observar el negocio de la Microempresa de productos agrícolas orgánicos resulta muy rentable, la explicación es lógica, los ciclos de ventas o movimientos de dinero son de apenas una semana. Si tenemos en cuenta que el nicho de mercado es seguro y no tiene competencia, el proyecto se vuelve muy interesante.

#### **5.9.5. Relación Costo Beneficio**

Representa cuanto se gana por encima de la inversión efectuada. Igual que el VAN y la TIR, el análisis de beneficio-costos se reduce a una sola cifra, fácil de comunicar en la cual se basa la decisión. Solo se diferencia del VAN en el resultado, que es expresado en forma relativa.

La decisión a tomar consiste en:

B/C > 1.0 aceptar el proyecto.

B/C < 1.0 rechazar el proyecto.

El beneficio costo del presente proyecto es:

$$B/C = \frac{\sum \text{FNE Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$B/C = 533.327,20/217.835,41$$

B/C	2,45
-----	------

Por lo que el proyecto debe ser implementado, ya que la relación costo beneficio se encuentra en 2,45 lo que significa que al invertir la microempresa por cada dólar invertido obtendrá 2,45 de rentabilidad.

Además, el Beneficio – Costo es mayor a uno, lo que significa que el proyecto es admisible.

### 5.9.6. Período de Recuperación de la Inversión

El período de recuperación consiste en determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial a partir de los flujos netos de caja generados, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa o con el horizonte temporal de vida útil del proyecto.

**Cuadro Nº 53**

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL FNA
FLUJO NETO	(217.835,41)	146.683,45	149.605,18	156.661,10	162.330,77	285.141,48	
VALORES ACTUALIZADOS	(217.835,41)	124.139,69	107.153,33	94.961,97	83.275,82	123.796,39	533.327,20

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

Para obtener USD 217.835,41, a partir del primer año en adelante pasaría, el tiempo de:

1 AÑO: Ganando 124.139,69 en el primer año quedando un pendiente un valor de 93.695,72.

10 MESES: En los siguientes 10 meses quedaría un pendiente un valor de USD. 4.401,32.

14 DÍAS: Al cabo de este periodo quedaría recuperada la inversión. Siendo estos 14 días tiempo calendario (mes de 30 días).

Lo que significa que se recuperará la inversión en un período de 1 año, 10 meses y 14 días, y por lo tanto la Microempresa se constituye en un negocio con alta rentabilidad y con facilidad para recuperar la inversión inicial.

### 5.9.7. Punto de Equilibrio

**Cuadro N° 54**

CONCEPTO	AÑO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	645.705,84	672.825,49	701.084,16	730.529,69	761.211,94
<b>Costos Variables</b>	<b>365.651,68</b>	<b>10.955,03</b>	<b>11.415,14</b>	<b>11.894,58</b>	<b>12.394,15</b>
Materia Prima	355.138,21	370.054,02	385.596,29	401.791,33	418.666,57
Gastos Generales	3.980,04	4.147,20	4.321,38	4.502,88	4.692,00
Servicios Básicos y Gastos de Vehículo	1.489,20	1.551,75	1.616,92	1.684,83	1.755,59
Equipamiento de Trabajo para el Personal	1265,81	1318,98	1374,37	1432,10	1492,25
Combustibles y Llantas del Vehículo	1.430,00	1.490,06	1.552,64	1.617,85	1.685,80
Reparación y Mantenimiento	1.785,37	1.860,36	1.938,49	2.019,91	2.104,74
Gastos de Pos Cosecha	195,84	204,07	212,64	221,57	230,87
Gastos de Publicidad	367,20	382,62	398,69	415,44	432,89
<b>Costos Fijos</b>	<b>79.470,87</b>	<b>86.710,35</b>	<b>88.044,17</b>	<b>90.345,64</b>	<b>92.231,03</b>
Mano de obra directa	8.161,82	9.254,62	9.858,50	10.504,18	11.194,53
Gastos Administrativos	45.562,40	51.709,08	54.167,02	57.915,38	60.838,41
Gastos Financieros	8.640,00	8.640,00	6.912,00	5.184,00	3.456,00
Depreciaciones	17.106,65	17.106,65	17.106,65	16.742,09	16.742,09
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>445.122,55</b>	<b>97.665,38</b>	<b>99.459,32</b>	<b>102.240,22</b>	<b>104.625,18</b>
PE	<b>79.470,31</b>	<b>86.710,33</b>	<b>88.044,16</b>	<b>90.345,63</b>	<b>92.231,01</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La Autora

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE = \frac{79470,87}{1 - \frac{365651,68}{645705,84}}$$

$$PE = 79.470,31$$

El punto de equilibrio para el proyecto el primer año será de USD 79.470,31 y sucesivamente para los próximos años.

P.E. %=	Costos Fijos	X 100
	Ventas Totales - Costos Variables	

$$PE = \frac{79.470,87}{645.705,84 - 365.651,68}$$

$$PE = 0.28 * 100 = 28\%$$

El Análisis de acuerdo al porcentaje de los resultados, indica que de las ventas totales o los ingresos que se obtienen un 28% serán utilizados para el pago de costos fijos y variables y el porcentaje restante constituye la utilidad que obtendrá la empresa

## CAPITULO VI

### 6. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

#### 6.1. Marco Legal

##### 6.1.1. Nombre o Razón Social

Microempresa de Comercialización de Productos Agrícolas Orgánicos  
“Mariano Acosta”

##### 6.1.2. Ubicación de la Microempresa

**País:** Ecuador  
**Provincia:** Imbabura  
**Cantón:** Pimampiro  
**Parroquia:** Mariano Acosta  
**Dirección:** Parque principal de M. Acosta  
**Teléfono:** s/n

##### 6.1.3. Bienes que brinda

Productos agrícolas, con certificación orgánica.

##### 6.1.4. Representantes

Presidente  
Gerente

##### 6.1.5. Número de Accionistas

Todos los agricultores que entreguen sus productos orgánicos y formen parte de la microempresa.

### **6.1.6. Objetivos**

- 6.1.6.1.** Entregar productos agrícolas con las normas de certificación orgánica.
- 6.1.6.2.** Crear fuentes de trabajo.
- 6.1.6.3.** Impulsar el desarrollo agrícola del sector.
- 6.1.6.4.** Garantizar la salud de los consumidores con el expendio de productos agrícolas orgánicos.

### **6.1.7. Constitución de la empresa**

Por la naturaleza de las inversiones de capital, se propone una organización, que esté constituida por una sociedad anónima, que permitirá un número mínimo de tres y un máximo de 15 participaciones que integren la microempresa. Esto significa que las acciones serán negociables y cada accionista deberá responder por el monto de sus acciones.

Conforme a la Superintendencia de Compañías, el trámite para la constitución de una compañía es el siguiente:

**6.1.7.1.** Elaboración y presentación ante la Superintendencia de Compañías para la formulación de observaciones, de la minuta de la Escritura Pública, que contenga el contrato constitutivo, el estatuto social y la integración del capital.

**6.1.7.2.** Apertura de una cuenta en un Banco y depositar, el capital en numerario que haya sido suscrito y pagado; y, cuando se aportan bienes el avalúo de los mismos.

**6.1.7.3.** Afiliación a la Cámara de Producción a que corresponda el objeto social y autorización que requieran en los casos especiales que determina la Ley.

- 6.1.7.4.** Otorgamiento de la Escritura Pública de constitución.
- 6.1.7.5.** Solicitud de la aprobación de la constitución de la compañía dirigida a la Superintendencia de Compañías, adjuntado tres copias certificadas de la escritura respectiva.
- 6.1.7.6.** Aprobación, mediante resolución expedida por la Superintendencia de Compañías.
- 6.1.7.7.** Protocolización de la resolución aprobada.
- 6.1.7.8.** Publicación en un diario de la localidad del extracto de la Escritura y la razón de la aprobación.
- 6.1.7.9.** Inscripción en el Registro Mercantil del nombramiento de los administradores con la razón de aceptación de cargo.
- 6.1.7.10.** Autorización de la Superintendencia de Compañías para que los fondos de la cuenta de integración puedan ser retirados.

De lo mencionado anteriormente, para el caso la organización se constituirá por medio de Escritura Pública, previo al mandato de la Superintendencia de Compañías, y será inscrita en el Registro Mercantil. Además conformará una cuenta de integración de por lo menos \$ 800 USD, esta actividad se encomendará a un especialista en el campo.

Al conformar la organización ésta deberá tener presente la formación jurídica del grupo, donde se determinará las participaciones, obligaciones y recomendaciones en la administración de la misma.

### **6.1.8. Estructura jurídica.**

Para la constitución de una empresa de cualquier índole existen unos procedimientos a seguir y unas normas específicas que seguir. Los requisitos legales exigidos para la constitución y funcionamiento de una empresa son:

#### **6.1.8.1. Requisitos Comerciales**

Requisito que se debe tramitar en la Cámara de Comercio y en cualquier Notaría local; teniendo en cuenta lo siguiente:

- a) Reunir los socios para constituir la empresa.
- b) Verificar en la Cámara de Comercio que no exista un nombre o razón social igual al que se le va dar a la empresa a crear.
- c) Elaborar la minuta de constitución y presentarlas en la Notaría con los siguientes datos básicos: Nombre o razón social; objeto social; clase de sociedad y socios; nacionalidad; duración; domicilio; aporte de capital; representante legal y facultades; distribución de utilidades; causales de disolución; obtener la Escritura Pública Autenticada en la Notaría; matricular la Sociedad en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio; registrar los libros de contabilidad en la Cámara de Comercio, Diario Mayor y Balances, Inventarios, Actas; obtener Certificado de Matricula Mercantil.

#### **6.1.8.2. Requisitos de Funcionamiento**

- a) Obtener el Registro de Compañía.
- b) Tramitar el Permiso de Bomberos.
- c) Tramitar el Permiso Municipal.

- d) Solicitar el concepto sobre las condiciones sanitarias del establecimiento, ante el Ministerio de Salud.
- e) Requisitos de Seguridad Laboral: Obtener el número patronal.
- f) Inscribir a los trabajadores en el IESS.
- g) Requisitos Tributarios: Son tramitados en el SRI.
- h) Solicitar el Formulario de Registro.
- i) Solicitar el Número de Identificación Tributaria RUC

## **6.2. Base Filosófica de la Empresa**

### **6.2.1. Misión**

“Comercializar los productos agrícolas orgánicos certificados, mediante convenio con las instituciones públicas de la localidad, buscando la satisfacción de los consumidores con precios competitivos y con las respectivas normas de calidad”.

### **6.2.2. Visión**

“Ser la microempresa pionera en la comercialización de productos agrícolas orgánicos certificados a nivel provincial, basados en los principios de la IFOAM, INTERNATIONAL FEDERATION OF ORGANIC AGRICULTURE MOVEMENTS, abriendo nuevos mercados que permitan ofertar productos de calidad al cliente”

### **6.2.3. Valores**

#### **6.2.3.1. Liderazgo**

Al tratarse de una empresa innovadora en cuanto a la comercialización de productos agrícolas orgánicos, este valor se torna importantísimo ya que de ello depende el logro de los objetivos y la adecuada dirección del personal y de quiénes forman parte de la microempresa.

#### **6.2.3.2. Responsabilidad**

La responsabilidad, es uno de los valores más importantes en cualquier instancia que el hombre se encuentre; es por ello que la responsabilidad a todos los niveles de la microempresa es la que permite que se asuman los roles y por lo tanto el desarrollo de las actividades de la microempresa no se vean alteradas para obtener los mejores resultados.

#### **6.2.3.3. Ética**

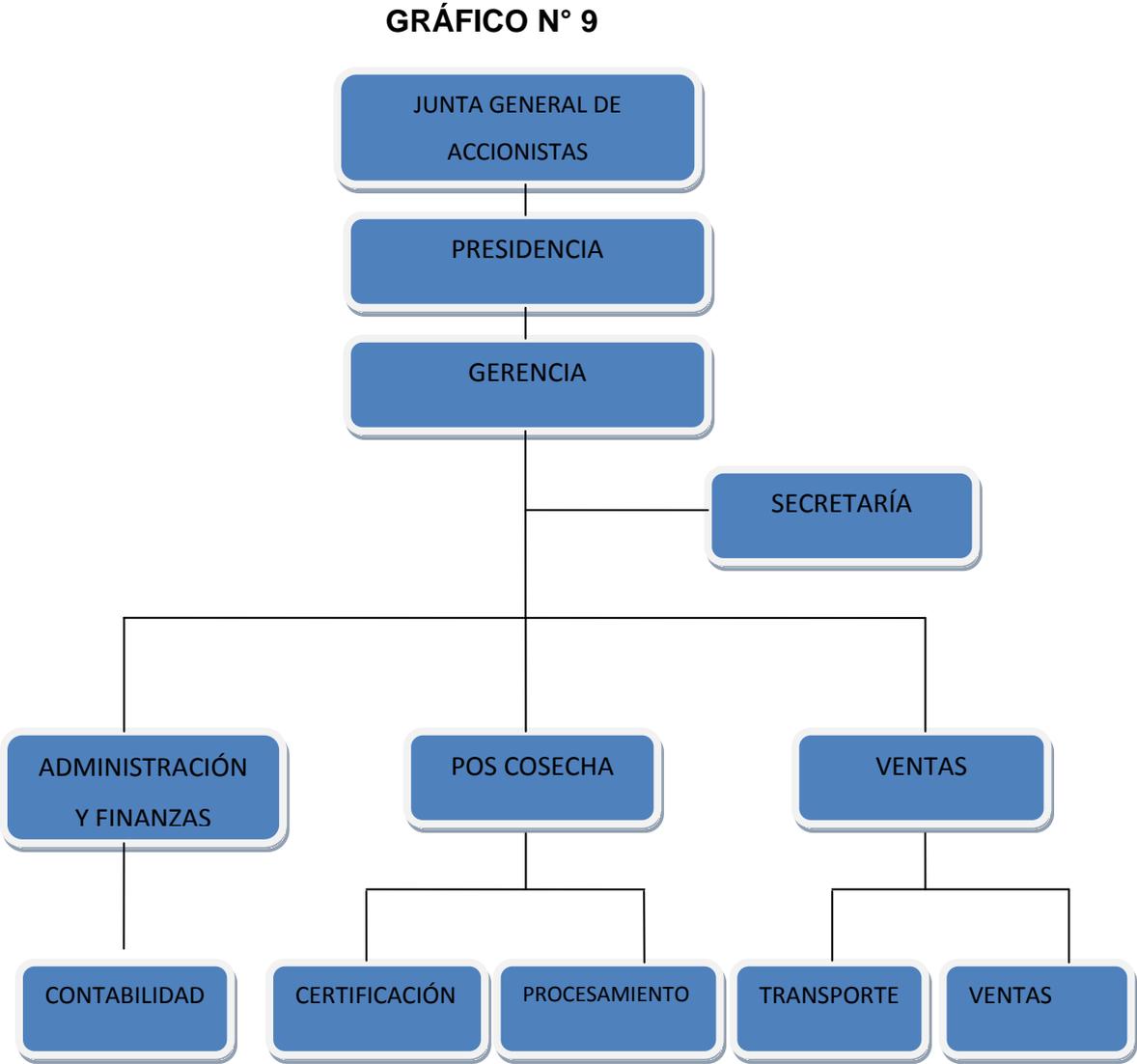
La ética está ligada concretamente a la microempresa, ya que el comercializar productos orgánicos certificados garantiza que se cumpla con los procesos y requerimientos de éste tipo de productos, ofreciendo a los clientes alimentos sanos, nutritivos y que se encuentran amigablemente asociados con la naturaleza.

#### **6.2.3.4. Compromiso**

Es el compromiso con la comunidad el que impulsa la microempresa, ya que ellos serán los principales actores y beneficiarios de la producción orgánica limpia para su posterior comercialización, lo que permitirá mejorar la calidad de vida y elevar su nivel de ingresos que se verán reflejados en sus familias.

6.3. Organización Administrativa

6.3.1. Organigrama Estructural



El recurso humano con el que cuenta la Microempresa de Comercialización de Productos Agrícolas Orgánicos “Mariano Acosta” constituye una parte muy importante en el desarrollo de las actividades para el logro de objetivos y cumplimiento de metas llegando a los niveles requeridos de eficiencia y productividad.

#### **6.3.1.1. Nivel Directivo**

- Junta General de Accionistas

#### **6.3.1.2. Nivel Ejecutivo**

- Presidencia
- Gerencia

#### **6.3.1.3. Nivel de Apoyo**

- Secretaría

#### **6.3.1.4. Nivel Operativo**

- Contabilidad
- Certificación
- Pos cosecha
- Ventas
- Transporte

### **6.3.2. Orgánico Funcional**

#### **6.3.2.1. Requerimientos Básicos del Personal**

El personal requerido para el óptimo funcionamiento de la empresa se presenta en el siguiente cuadro en el que se detallan las personas necesarias para el desarrollo de las actividades de la microempresa de Comercialización de Productos Agrícolas Orgánicos.

Listado de Personal de la Microempresa:

## Personal de la Microempresa

### Cuadro N° 55

Denominación del cargo	Número de personas en el cargo
Presidente	1
Gerente	1
Auditor de Certificador	1
Contadora	1
Secretaria	1
Vendedor	1
Chofer	1
Operarios de pos cosecha	2
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>

**Fuente:** La Autora

### 6.3.2.1.1 Funciones y Descripción del puesto

**Cuadro N° 56**

<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Denominación del Cargo:</b>	<u>Junta General de Accionistas</u>
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Elaborar el reglamento de la microempresa de comercialización de productos agrícolas orgánicos “Mariano Acosta”.</li> <li>▪ Legalizar la microempresa, de tal forma que puedan acceder a proyectos de organizaciones tanto gubernamentales como no gubernamentales y comercializar sus productos.</li> <li>▪ Cumplir y hacer cumplir el reglamento y demás normas jurídicas para el funcionamiento de la microempresa.</li> <li>▪ Designar los representantes de la microempresa.</li> <li>▪ Establecer y determinar políticas y estrategias de la microempresa.</li> <li>▪ Verificar con firmas conjuntas los movimientos financieros.</li> <li>▪ Velar por el cumplimiento de los objetivos y la normativa de la microempresa.</li> <li>▪ Aprobar los balances presentados por contabilidad.</li> <li>▪ Resolver acerca de la forma de distribución de utilidades.</li> <li>▪ Convocar periódicamente a sesiones informativas.</li> <li>▪ Conocer y aprobar los informes de Presidencia.</li> <li>▪ Evaluar anualmente los avances técnicos, administrativos y financieros de la microempresa.</li> <li>▪ Buscar nuevos posibles consumidores con la finalidad de expandir el mercado de los productos de la microempresa.</li> <li>▪ Resolver sobre la disolución de la empresa comunitaria.</li> </ul>	
<b>Requisitos:</b>	Ser representante de una comunidad o asociación de la Parroquia Mariano Acosta.

**Fuente:** La Autora

**Cuadro N° 57**

<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Denominación del Cargo:</b>	<u>Presidente</u>
<b>Jefe Inmediato:</b>	Junta de General de Accionistas
<b>Número de Personas en el Cargo:</b>	Uno (1)
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dirigir y representar legalmente a la microempresa.</li> <li>▪ Planificar, organizar, supervisar, coordinar y controlar los procesos productivos con certificación orgánica de la microempresa; la ejecución de las funciones administrativas y técnicas; la realización de programas y el cumplimiento de las normas legales de la microempresa.</li> <li>▪ Asignar y supervisar al personal de la microempresa los trabajos que deben realizarse de acuerdo con las prioridades que requieran las distintas actividades e impartir las instrucciones necesarias para su desarrollo.</li> <li>▪ Evaluar de manera constante los costos de lo producido y ofertado al medio, apoyándose en análisis de sensibilidad.</li> <li>▪ Elaborar plan de mercadeo para los vendedores.</li> <li>▪ Controlar la administración de mercadeo.</li> <li>▪ Autorizar y ordenar los respectivos pagos.</li> <li>▪ Presentar informes a la Junta de Accionistas de los planes a realizar mensualmente.</li> <li>▪ Elaborar presupuestos de ventas mensuales.</li> <li>▪ Realizar el cierre de negocios que presenten los vendedores.</li> <li>▪ Supervisar, controlar y medir la eficiencia del personal de ventas.</li> </ul>	
<b>Requisitos:</b>	<p>Ser elegido por la Junta General de Accionistas</p> <p>Disponibilidad de tiempo.</p>
<b>Requisitos de Experiencia:</b>	Dos (2) años de experiencia en liderar grupos de personas. (no obligatorio)
<b>Otros Requisitos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Excelente calidad humana y trato interpersonal;</li> </ul>

**Fuente:** La Autora

**Cuadro N° 58**

<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Denominación del Cargo:</b>	<u>Gerente</u>
<b>Jefe Inmediato:</b>	Presidente
<b>Número de Personas en el Cargo:</b>	Uno (1)
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Formular y ejecutar planes, proyectos en beneficio de la microempresa.</li> <li>▪ Proponer la creación, actualización y aplicación de la normativa interna.</li> <li>▪ Asignar tareas a sus subordinados, teniendo en cuenta sus capacidades, dándoles límites para su desempeño, y especificando los parámetros necesarios.</li> <li>▪ Establecer mecanismos de control sobre el desarrollo de las tareas de los subordinados.</li> <li>▪ Gestionar fuentes de financiamiento interno y externo.</li> <li>▪ Evaluar la efectividad de cada uno de sus subordinados.</li> <li>▪ Realizar las acciones de soporte para seleccionar a sus colaboradores, entrenarlos, y premiarlos o sancionarlos en los casos pertinentes.</li> <li>▪ Designar todas las acciones técnicas y administrativas.</li> <li>▪ Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.</li> <li>▪ Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de la Junta de Accionistas.</li> <li>▪ Coordinar acciones para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente.</li> <li>▪ Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, personal administrativo y proveedores para el buen funcionamiento de la microempresa.</li> <li>▪ Tener claro su propio trabajo, y el contexto amplio en el que debe desarrollarlo permitiendo asignar adecuadamente tareas a sus subordinados.</li> </ul>	
<b>Requisitos:</b>	Profesional en Administración de Empresas, Contabilidad o carreras afines.  Disponibilidad de tiempo.
<b>Requisitos de Experiencia:</b>	5 años en actividades afines
<b>Otros Requisitos:</b>	Excelente calidad humana y trato interpersonal.

**Fuente:** La Autora

**Cuadro N° 59**

<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Denominación del Cargo:</b>	<u>Certificador Interno</u>
<b>Jefe Inmediato:</b>	Presidente
<b>Número de Personas en el Cargo:</b>	Uno (1)
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cumplir y hacer cumplir las normas de la producción orgánica.</li> <li>▪ Organizar los grupos dentro de cada localidad, para realizar las respectivas capacitaciones del manejo orgánico de la producción.</li> <li>▪ Planificar los talleres de capacitación y de asistencia técnica enfocados en la certificación orgánica</li> <li>▪ Llevar el archivo de control interno por productor.</li> <li>▪ Definir en primera instancia las granjas familiares que se encuentran tanto en proceso de transición como las que ya obtienen directamente la certificación.</li> <li>▪ Entregar a la empresa certificadora toda la información pertinente, para su respectiva verificación.</li> <li>▪ Coordinar la inspección externa que realiza la certificadora.</li> <li>▪ Mantener actualizados los estándares de la certificación orgánica para su respectiva aplicación.</li> <li>▪ Controlar dos veces al año de manera directa y con cada uno de los productores las fincas a certificarse.</li> <li>▪ Sistematizar la información de los controles o seguimiento.</li> <li>▪ Reportar oportunamente al encargado del sistema de control interno los cambios relevantes en los sistemas de producción.</li> <li>▪ Informar o controlar el cumplimiento de obligaciones o sanciones impuestas a: Productores orgánicos, Productores en transición y Productores sancionados.</li> </ul>	
<b>Requisitos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conocer el lenguaje local (quichua) o tener la capacidad para poder comunicarse directamente con los miembros de la red de producción orgánica.</li> <li>▪ Tener experiencia en el manejo del cultivo a certificar.</li> <li>▪ Estar capacitado sobre las normas de producción orgánica bajo las cuales realizará el control y seguimiento.</li> <li>▪ Conocer el reglamento interno.</li> <li>▪ No tener conflictos de interés</li> </ul>
<b>Requisitos de Experiencia:</b>	Dos (2) años de experiencia en liderar grupos de personas. (no obligatorio)
<b>Otros Requisitos:</b>	

**Fuente:** La Autora

**Cuadro N° 60**

<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Denominación del Cargo:</b>	<u>Contador/a</u>
<b>Jefe Inmediato:</b>	Gerente.
<b>Número de Personas en el Cargo:</b>	Uno (1)
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Velar por el estricto cumplimiento de las disposiciones establecidas para el manejo de la contabilidad.</li> <li>▪ Estar al día en las disposiciones tributarias emanadas del Gobierno Nacional (SRI), Provincial y Municipal.</li> <li>▪ Ejercer estricta vigilancia y cumplimiento en las obligaciones de la microempresa de tipo legal tales como: IVA, Retención en la fuente, Impuestos,</li> <li>▪ Actuar con integridad, honestidad y absoluta reserva de la información de la microempresa.</li> <li>▪ Mantener actualizada la información la cual se ejecutará a las exigencias de la normatividad en materia fiscal y tributaria.</li> <li>▪ Estar atento a las entradas y salidas de dinero de la microempresa.</li> <li>▪ Mantener en aviso al Gerente sobre el presupuesto que gasta o que necesita periódicamente la microempresa.</li> <li>▪ Elaborar los estados financieros periódicamente y la presentación de esta información de manera clara y precisa.</li> <li>▪ Participar activamente en la organización de reuniones relacionados con su cargo, para el mejoramiento de su actividad y ejecución del trabajo.</li> <li>▪ Verificación, grabación e impresión diaria de ingresos y comprobantes de egresos</li> <li>▪ Archivar diariamente la documentación contable.</li> <li>▪ Llevar el libro de bancos, retención en la fuente y registro de personal.</li> <li>▪ Entregar al Gerente los cheques que éste debe firmar, adjuntando comprobantes, facturas y orden de compra correspondientes, previo visto bueno.</li> <li>▪ Realizar la constatación de los activos fijos al finalizar cada ejercicio económico.</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Realizar el presupuesto anual para poner en consideración de la Junta General de Accionistas.</li> <li>▪ Las demás funciones relacionadas con el cargo, que por disposición legal, emergencia económica o necesidades del servicio sea necesario asignarle.</li> </ul>	
<b>Requisitos de Educación:</b>	Contador Público Autorizado
<b>Requisitos de Experiencia:</b>	Dos (2) años de experiencia en cargos similares.
<b>Otros Requisitos:</b>	Excelente calidad humana y trato interpersonal.

**Fuente:** La Autora

**Cuadro N° 61**

<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Denominación del Cargo:</b>	<u>Secretaria</u>
<b>Jefe Inmediato:</b>	Presidente.
<b>Número de Personas en el Cargo:</b>	Uno (1)
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Digitar y redactar oficios, memorandos, informes, así como también lo tratado en reuniones.</li> <li>▪ Realizar y recibir llamadas telefónicas y transmitir los mensajes a las personas correspondientes.</li> <li>▪ Elaborar convocatorias y actas de las reuniones</li> <li>▪ Atender al público para dar información y concertar entrevistas.</li> <li>▪ Responder por los documentos a su cargo.</li> <li>▪ Mantener actualizado el archivo</li> <li>▪ Informar por medio de la cartelera de las instalaciones administrativas, mediante publicaciones de memorandos, circulares o cualquier comunicación que se desee hacer conocer por este medio.</li> <li>▪ Las demás funciones relacionadas con el cargo, que por disposición legal, emergencia económica o necesidades del servicio sea necesario asignarle.</li> </ul>	
<b>Requisitos de Educación:</b>	Técnica en Secretariado
<b>Requisitos de Experiencia:</b>	Dos (2) años de experiencia en cargos similares.
<b>Otros Requisitos:</b>	Excelente calidad humana y trato interpersonal.

**Fuente:** La Autora

**Cuadro N° 62**

<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Denominación del Cargo:</b>	<u>Vendedor</u>
<b>Jefe Inmediato:</b>	Gerente
<b>Número de Personas en el Cargo:</b>	Uno (1)
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Coordinar las actividades destinadas a la promoción, venta, mercadeo de la microempresa y servicio al cliente.</li> <li>▪ Determinar las políticas de ventas y controlar que se cumplan.</li> <li>▪ Sugerir sistemas para la fijación de precios y diseñar programas promocionales.</li> <li>▪ Atención personal y telefónica de los clientes.</li> <li>▪ Demostraciones a los clientes de los productos de la microempresa.</li> <li>▪ Preparar informes de cierre de negocios captados al finalizar cada semana para ser presentados a la gerencia.</li> <li>▪ Elaborar plan de mercadeo junto con la gerencia.</li> <li>▪ Presentar informes de las ventas a la gerencia mensualmente.</li> <li>▪ Elaborar presupuestos de ventas mensuales junto con el/la contador.</li> <li>▪ Las demás funciones que le sean asignadas por su jefe inmediato.</li> </ul>	
<b>Requisitos de Educación:</b>	Cursos en mercadeo y ventas o carreras afines Curso de manipulación y conservación de alimentos
<b>Requisitos de Experiencia:</b>	Un (1) año de experiencia en cargos similares.
<b>Otros Requisitos:</b>	Carnet certificador de manipulador de alimentos expedido por la Secretaria de Salud.

**Fuente:** La Autora

**Cuadro N° 63**

<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Denominación del Cargo:</b>	<u>Chofer</u>
<b>Jefe Inmediato:</b>	Gerente
<b>Número de Personas en el Cargo:</b>	Uno (1)
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Transportar en el vehículo destinado por la microempresa, todos los productos, materias primas e insumos, objeto de la operación del negocio.</li> <li>▪ Realizar las entregas del producto en los sitios y horas programados por el vendedor.</li> <li>▪ Mantener en perfecto estado, orden y limpieza el vehículo asignado por la microempresa.</li> <li>▪ Velar por la integridad del vehículo asignado por la microempresa.</li> <li>▪ Velar por el buen mantenimiento que se le debe hacer al vehículo asignado por la microempresa; cambio de aceite, revisión de líquidos, frenos, motor, entre otros.</li> <li>▪ Administrar y dar cuentas satisfactorias de los dineros que se le asignen para el desarrollo de sus actividades.</li> <li>▪ Describir en el recibo de gasolina, el kilometraje con el cual cuenta el vehículo asignado por la microempresa, en el momento de llenar el tanque.</li> <li>▪ Efectuar las compras de insumos, herramientas, piezas, entre otros que le asigne el área administrativa.</li> <li>▪ Informar de manera inmediata a la Gerencia, cualquier irregularidad, percance, o inconveniente que se presente dentro del desarrollo de sus actividades, tanto de manera personal como con el vehículo asignado.</li> <li>▪ Realizar al inicio del día, un cronograma y recorrido que garantice la optimización del vehículo en la realización de las tareas asignadas por las áreas, dando prioridad a aquellas relacionadas con el área de producción y entregas; este recorrido, deberá presentarlo a la secretaria antes de salir de la microempresa.</li> <li>▪ Y las demás funciones que sean asignadas por la gerencia</li> </ul>	
<b>Requisitos de Educación:</b>	Chofer profesional (Licencia tipo E)
<b>Requisitos de Experiencia:</b>	Un (1) año de experiencia en cargos similares.
<b>Otros Requisitos:</b>	

**Fuente:** La Autora

**Cuadro N° 64**

<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Denominación del Cargo:</b>	<u>Trabajadores</u>
<b>Jefe Inmediato:</b>	Gerente
<b>Número de Personas en el Cargo:</b>	Dos (2).
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Recibir las materias primas, pesajes, bodegajes, transportes (materias primas, insumos y productos terminados).</li> <li>▪ Manejar los equipos, máquinas y herramientas de la microempresa.</li> <li>▪ Entregar los productos terminados, cargas y descargas.</li> <li>▪ Despachar las órdenes, revisión del estado de los equipos y maquinas.</li> <li>▪ Mantener en condiciones óptimas de aseo las instalaciones de la microempresa (Zona Administrativa, Zona de pos cosecha, etc.).</li> <li>▪ Cumplir con el horario asignado.</li> <li>▪ Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato (Presidente).</li> <li>▪ Informar al Jefe inmediato o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente.</li> <li>▪ Participar en las reuniones de personal cuando considere necesario su presencia.</li> <li>▪ Responder por los implementos de trabajo asignados.</li> <li>▪ Comunicar cualquier daño encontrado en alguno de los sitios de trabajo.</li> <li>▪ Velar por el orden y aseo del lugar.</li> </ul>	
<b>Requisitos de Educación:</b>	Título de bachiller, Curso de manipulación y conservación de alimentos
<b>Otros Requisitos:</b>	Carnet certificador de manipulador de alimentos expedido por el Ministerio de Salud. Excelente capacidad de trabajo en equipo.

**Fuente:** La Autora

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS DEL PROYECTO

A continuación se expone un análisis prospectivo de los impactos que el proyecto causará en diferentes ámbitos. En este análisis técnico y científico se ha utilizado la siguiente metodología:

Selección de los ámbitos donde se realizará el análisis de los impactos. En este caso se han establecido las áreas: social, educativo, ambiental y económico.

Selección de los niveles positivos y negativos de impactos de acuerdo a la siguiente tabla:

#### 7.1. Niveles de Impactos

Cuadro N° 65

<b>NIVEL</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
3	IMPACTO ALTO POSITIVO
2	IMPACTO MEDIO POSITIVO
1	IMPACTO BAJO POSITIVO
0	NEUTRO
-1	IMPACTO BAJO NEGATIVO
-2	IMPACTO MEDIO NEGATIVO
-3	IMPACTO ALTO NEGATIVO

7.1.1. Elaboración de una matriz de impactos en la que se determinan indicadores para cada ámbito.

**7.1.2.** Determinación de un nivel de impacto positivo o negativo según el caso, previo al análisis de cada indicador.

**7.1.3.** Realización de la sumatoria de los niveles de impacto, valor que se divide para el número de indicadores, obteniéndose así el nivel de impacto de cada área.

**7.1.4.** Redacción del análisis o argumento bajo cada matriz de la razón del valor numérico asignado a cada indicador.

**7.1.5.** Finalmente, elaboración de una matriz de impacto global o general en la que se establecen las áreas de impacto con su respectivo valor.

## 7.2. Análisis de los impactos

### 7.2.1. Impacto social

**Cuadro N° 66**

<b>NIVEL DE IMPACTO</b>	-3	-2	-1	0	1	2	3
<b>INDICADOR</b>							
Mejoramiento de la calidad de vida						x	
Generación de beneficios sociales							x
Solución a problemas sociales					x		
Producción y comercialización asociada							x
Fortalecimiento organizacional							x
<b>TOTAL</b>					1	2	9

$$\Sigma = 12$$

$$\text{IMPACTO SOCIAL: } \Sigma = \frac{12}{5} = 2,4$$

### 7.2.1.1. Análisis:

El proyecto pretende mejorar la calidad de vida de los participantes, esto se logrará, mediante el incremento de los ingresos familiares gracias a la venta de las hortalizas producidas en las parcelas y el consumo de dichos productos. Fortaleciendo la organización a los productores, se verán beneficios sociales ya que se puede acceder a nuevos proyectos tanto de gobiernos locales como del Gobierno Provincial y ONGs. De esta forma se podrán solucionar muchos de los problemas sociales que afectan a la parroquia de Mariano Acosta. La producción y comercialización asociada, se verá fortalecida logrando ventas directas a los consumidores que en este caso son los empleados públicos.

### 7.2.2. Impacto Educativo

**Cuadro N° 67**

<b>NIVEL DE IMPACTO</b>	-3	-2	-1	0	1	2	3
<b>INDICADOR</b>							
Conocimiento de la normativa de producción limpia							x
Aplicación de conocimientos en el campo							x
Capacitación en producción orgánica						x	
Transferencia de tecnología limpia					x		
<b>TOTAL</b>					1	2	6

$$\Sigma = 9$$

$$\text{IMPACTO EDUCATIVO: } \Sigma = \frac{9}{4} = 2,25$$

### 7.2.2.1. Análisis:

El presente proyecto pretende capacitar a los productores en la producción orgánica de hortalizas y frutas de la zona, conocimientos que una vez adquiridos serán de rigurosa aplicación en el campo, de otra forma no se podrá acceder a la certificación BCS. Para lograr la transferencia de tecnología limpia se deberá primeramente realizar la investigación in situ.

### 7.2.3. Impacto Ambiental

Cuadro N° 68

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADOR							
Consumo de productos limpios						x	
Protección de plantas nativas					x		
Convivencia con otras especies					x		
Control de la polución						x	
Manejo adecuado de desechos orgánicos							x
No contaminación de fuentes de agua							x
No utilización de agrovenenos							x
<b>TOTAL</b>					2	4	9

$$\Sigma = 15$$

$$\text{IMPACTO AMBIENTAL: } \Sigma = \frac{15}{7} = 2,14$$

#### 7.2.3.1. Análisis:

Uno de los principales beneficios que recibirán los participantes del proyecto, luego de producir hortalizas es el consumo de los alimentos dentro del hogar. Para conseguir la certificación orgánica es necesario no cortar las plantas nativas tanto en los esteros como en las cercas. Al no

utilizar agro venenos, estamos evitando la contaminación tanto de aguas superficiales como subterráneas. Para producir abonos es necesario recurrir al compostaje, es decir se da un adecuado tratamiento a los desechos sólidos. Al proteger a las plantas nativas se permite la vida de otras especies animales y se logra convivir con ellas.

#### 7.2.4. Impacto Económico

**Cuadro N° 69**

<b>NIVEL DE IMPACTO</b>	-3	-2	-1	0	1	2	3
<b>INDICADOR</b>							
Utilización de mano obra local						x	
Mejoramiento de los ingresos económicos					x		
Aplicación de técnicas administrativas y contables					x		
Impide la migración a las grandes ciudades						x	
Estabilidad económica familiar						x	
Liquidez					x		
<b>TOTAL</b>					3	6	0

$$\Sigma = 9$$

$$\text{IMPACTO ECONÓMICO: } \Sigma = \frac{9}{6} = 1,5$$

##### 7.2.4.1. Análisis:

Se crea fuentes de trabajo, las que son ocupadas por la misma comunidad, mejorando de esta manera los ingresos económicos, logrando impedir que principalmente la fuerza joven salga a llenar los cinturones de pobreza de las grandes ciudades. Esto genera una estabilidad económica dentro de la familia, ya que disponen de liquidez fruto del trabajo y de las ventas de sus productos orgánicos.

## 7.2.5. Impacto Global

**Cuadro N° 70**

<b>NIVEL DE IMPACTO</b>							
<b>INDICADOR</b>	-3	-2	-1	0	1	2	3
IMPACTO SOCIAL						2,40	
IMPACTO EDUCATIVO						2,25	
IMPACTO AMBIENTAL						2,14	
IMPACTO ECONÓMICO					1,50		
<b>TOTAL</b>					1,50	6,79	

$$\Sigma = 8,29$$

$$\text{IMPACTO GLOBAL: } \Sigma = \frac{8,29}{4} = 2,07$$

### 7.2.5.1. Análisis:

Los impactos descritos han sido concentrados en este cuadro con el fin de determinar el impacto global o general del proyecto, es decir, que habiendo sido analizados estos anteriormente, se ha alcanzado un resultado 2,07, equivalente a un impacto medio positivo, que permite la realización de la propuesta.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES:

- 1) De acuerdo al diagnóstico del proyecto, la parroquia de Mariano Acosta carece en cierta medida de diversos sistemas de riego, conforme determinan los requerimientos del cultivo de productos agrícolas orgánicos, así como de las posibilidades técnicas de la zona, tanto para la producción como para la comercialización.
- 2) La investigación científica bibliográfica pone de manifiesto a la Microempresa como una organización, cuyo objetivo fundamental es: de comercializar productos agrícolas orgánicos a nivel local, en primera instancia.
- 3) El estudio de mercado demuestra que no existe entidad o persona que oferte producción agrícola orgánica de hortalizas y frutas de clima frío templado, en la provincia de Imbabura.
- 4) El sitio adecuado para la implantación física y administrativa de la microempresa es el centro de acopio perteneciente a la junta parroquial de Mariano Acosta, ya que dispone del equipamiento básico donado por el Gobierno Provincial de Imbabura, a través del programa PRODERENA. Este centro de acopio se encuentra ubicado frente al parque principal de Mariano Acosta.
- 5) La Microempresa tiene como activos fijos propios, un centro de acopio de propiedad de la junta parroquial de Mariano Acosta, y su equipamiento donado por el GPI a través del programa PRODERENA.

- 6) La estructura organizativa de la microempresa desde su constitución jurídica considera un razonable número de miembros, constituyendo una fortaleza para la acción comercial que es el objetivo básico del proyecto.
  
- 7) La evaluación de los impactos determina que el social y el educativo, son los más representativos en el estudio del presente proyecto, debido a que sus niveles son altamente positivos.

## RECOMENDACIONES:

- 1) Coordinar organizadamente con los Gobiernos Locales y demás actores sociales del sector, la implantación de sistemas de riego, de conformidad a los diferentes requerimientos del cultivo de productos agrícolas orgánicos, así como las posibilidades técnicas de la zona.
  
- 2) Los representantes legales de la microempresa contratarán los servicios de la empresa alemana BSC como certificadora de la producción y bajo el sistema interno de control, asegurando que la producción de los campesinos cumpla con toda la normativa de calidad y garantizando la comercialización de los productos agrícolas orgánicos.
  
- 3) El estudio de mercado nos demuestra la necesidad de los consumidores de obtener los productos agrícolas orgánicos y la disposición que tienen los productores de ingresar en esta producción. En tal virtud, las leyes ecuatorianas establecen para que un producto ingrese al mercado debe poseer certificación; pues, en el país quien otorga este servicio es la empresa alemana BCS que está calificada por AGROCALIDAD.
  
- 4) El centro de acopio diseñado para recibir la producción, se encargará del lavado, selección, embalado, etiquetado, almacenado, transporte y entrega en el lugar de trabajo de los consumidores. Luego el transporte desde Mariano. Acosta hasta la ciudad de Ibarra, se lo realizará en un furgón refrigerado hasta el sitio de trabajo de los empleados públicos consumidores de la producción agrícola orgánica.

- 5) Que los directivos de la microempresa gestionen un préstamo de aproximadamente un tercio de la inversión total, debido a los ciclos de compra y venta que son una vez por semana y conforme al análisis financiero se puede afirmar que el negocio es totalmente rentable.
- 6) Con la determinación de la factibilidad del presente proyecto se recomienda la implantación, sin pasar por alto el involucramiento de los gobiernos locales, ya que son los responsables del fortalecimiento de la producción agropecuaria.
- 7) Que los directivos y todos los actores directos e indirectos de la Microempresa, desarrollen planes y estrategias que permitan el buen manejo del proceso de comercialización de los productos agrícolas orgánicos, así como la aplicación de la capacitación continua de los productores en materia orgánica.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

### 1. Bibliografía

- ✓ ACOSTA, Solís, **Métodos Estadísticos para Agricultura** (2004)
- ✓ ALFORD- BANGS, **Manual de la Producción**, México
- ✓ ANZOLA, Sérvulo, **Administración de pequeñas empresas**, México (1998)
- ✓ ARBOLEDA, Germán, **Proyectos: Formulación, Evaluación y Control**, Cuarta Edición, Colombia (2001)
- ✓ AYALA, Otto, **Contabilidad Agropecuaria**, Ecuador (2000)
- ✓ BRAVO, Mercedes, UVIDIA Carmita, **Contabilidad de Costos**, Primera Edición, Ecuador (2007).
- ✓ CÓRDOVA, Marcial, **Formulación y Evaluación de Proyectos**, Colombia (2006).
- ✓ CHILQUINGA Manuel, **Costos por órdenes de producción**- Primera Edición, Ecuador (2001)
- ✓ FIERRO Ángel, **Diagnóstico Empresarial** (1998),
- ✓ JÁCOME Walter, **Bases Teóricas y Científicas para la Evaluación de Proyectos**, Ecuador (2005)
- ✓ MALDONADO P. Hernán, **Manual de Contabilidad**, Ecuador (1985)
- ✓ MONTEROS E. Edgar, **Manual de Gestión Microempresarial**, Ecuador (2005)
- ✓ REINOSO C. Víctor, **El Proceso Administrativo y su aplicación en las empresas**, Tercera Edición, Ecuador (1985)

- ✓ RESNIK Paul, **Cómo dirigir una pequeña empresa**, México (1993)
- ✓ SOTO Rogelio, **Pequeña Empresa PYMES**-Primera Edición, Perú (2002)
- ✓ SUQUILANDA V. Manuel, **Agricultura Orgánica: Alternativa tecnológica del futuro**, Ecuador (2002)
- ✓ SUQUILANDA V. Manuel, **Producción Orgánica de Hortalizas en Sierra Norte y Central del Ecuador**, (2003)
- ✓ VACA Gabriel, **Evaluación de Proyectos**, Quinta Edición, México (2006)
- ✓ VILLAVICENCIO B. Sandra, **Estudio de Factibilidad para la creación de Unidad de Salud Materno Infantil Pre y Post Natal en la ciudad de Ibarra**, Ecuador (2008)
- ✓ VARIOS AUTORES, **Contabilidad de Costos**, Tercera Edición, Colombia (2002).
- ✓ YÉPEZ Ana, **Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa productora de higos en estado natural en la parroquia San Roque**, Ecuador (2008)
- ✓ CONVENIO MAG-MSP-CP-CARE, **Principios de la Agricultura Orgánica**
- ✓ Diario La Hora, Productos Orgánicos ganan más seguidores, día 14 de mayo de 2009, Pág. A8.
- ✓ Diccionario del Círculo de Lectores, Primera Edición, Colombia (2009)
- ✓ Diccionario Uno color, España Edición (1997)

## **DOCUMENTOS**

- ✓ Plan de Desarrollo Estratégico (2002)
- ✓ Plan Cantonal de Pimampiro, (2002)
- ✓ Plan Estratégico de la Parroquia M. Acosta (2006-2016)
- ✓ Plan de Desarrollo Local (PDL) Mariano Acosta
- ✓ Plan Vial Provincial (2002)
- ✓ POA Gobierno Provincial de Imbabura (2010)
- ✓ Fundación Aliñambi, “La Granja Integral con fines de Agro exportación y Agroturismo”

## **2. Lincongrafía**

- ✓ [www.imbaburaturismo.gov.ec](http://www.imbaburaturismo.gov.ec)
- ✓ [www.ifoam.org](http://www.ifoam.org)
- ✓ [www.fao.org](http://www.fao.org)
- ✓ [www.gerencie.com](http://www.gerencie.com)
- ✓ [www.mitecnologico.com](http://www.mitecnologico.com)
- ✓ [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)
- ✓ [www.biblioteca.com](http://www.biblioteca.com)
- ✓ [www.cnbv.gob.mx](http://www.cnbv.gob.mx)
- ✓ [www.trabajo.com](http://www.trabajo.com)
- ✓ [www.monografias.com](http://www.monografias.com)

## **CDS.**

- ✓ INFOPLAN versión 2.0 (2001)
- ✓ SIISE versión 4.5 (2006)



# ANEXOS

## ANEXO A

### MATRIZ DE RELACIÓN DE OBJETIVOS, VARIABLES, INDICADORES, INFORMACIÓN Y TÉCNICAS

#### PRODUCTORES

Objetivos	Variables	Indicadores	Tipo de Información	Técnica	Fuente de Información
Determinar el conocimiento de de la producción, certificación orgánica y su aplicación en el campo	Productos agrícolas de mayor producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Papa</li> <li>• Tomate</li> <li>• Cebolla</li> <li>• Mora</li> <li>• Zanahoria</li> <li>• Arvejas</li> <li>• Fréjol</li> <li>• Uvilla</li> <li>• Col</li> <li>• Lechuga</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Productores
	Producción orgánica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación en producción orgánica</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Productores
	Certificación orgánica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento sobre certificación orgánica</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Productores
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deseo de capacitarse en certificación orgánica</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Productores

	Aplicación en el campo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos aplicados en el campo</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Productores
Deseo de incorporarse a la Producción orgánica	Producir orgánicamente en los terrenos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desea de cultivar con tecnología limpia</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Productores
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producir orgánicamente para obtener mejores réditos</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Productores
	Asociación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deseo de asociarse para producir orgánicamente</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Productores
	Centro de acopio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta a través de un centro de acopio</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Productores
	Microempresa comunitaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deseo de formar parte de una microempresa comunitaria</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Productores

## MATRIZ DE RELACIÓN DE OBJETIVOS, VARIABLES, INDICADORES, INFORMACIÓN Y TÉCNICAS

### CONSUMIDORES

Objetivos	VARIABLES	Indicadores	Tipo de Información	Técnica	Fuente de Información
Conocer la disponibilidad para consumir hortalizas y frutas orgánicas, provenientes de la microempresa de producción Mariano Acosta	Conocimiento de la aplicación de agroquímicos en la agricultura y sus daños en la salud de los consumidores	• Conocimiento del uso de agroquímicos en el Ecuador son restringidos	Primaria	Encuesta	Consumidores
		• Conocimiento del daño que causa en la salud el consumo de productos agrícolas convencionales	Primaria	Encuesta	Consumidores
	Deseo de consumir productos orgánicos y frecuencia de adquisición	• Deseo de consumir productos orgánicos	Primaria	Encuesta	Consumidores
	Frecuencia de adquisición de productos orgánicos	• Quincenal • Semanal	Primaria	Encuesta	Consumidores
Determinar los productos hortícolas de mayor consumo en la familia.	Productos agrícolas de mayor consumo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Papa</li> <li>• Tomate</li> <li>• Cebolla</li> <li>• Mora</li> <li>• Zanahoria</li> <li>• Arvejas</li> <li>• Fréjol</li> <li>• Uvilla</li> <li>• Col</li> <li>• Lechuga</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Consumidores

	Presentación y embalaje de los productos a consumir	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos embalados y etiquetados</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Consumidores
Determinación del costo por lote de los productos que se consumen en el hogar	Costo del lote que consume conforme a la frecuencia definida anteriormente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5 dólares</li> <li>• 8 dólares</li> <li>• 10 dólares</li> <li>• 12 o más</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Consumidores
	Opciones de canastas básicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una canastas</li> <li>• Dos canastas</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Consumidores
Definición y deseo de consumo de sobre la certificación y productos orgánicos	Conocimiento de la certificación orgánica de productos hortícolas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razón social</li> <li>• Actividad principal</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Consumidores
	Deseo de consumo de productos certificados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos con certificación que adquieren</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Consumidores
	Lugar para adquirir productos orgánicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supermaxi</li> <li>• Mercado</li> <li>• Lugar de trabajo</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Consumidores

## MATRIZ DE RELACIÓN DE OBJETIVOS, VARIABLES, INDICADORES, INFORMACIÓN Y TÉCNICAS

### EMPRESAS PROCESADORAS

Conocer la empresa ancla que va a adquirir la producción orgánica	Razón social y actividad principal de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razón social</li> <li>• Actividad principal</li> </ul>	Primaria	Entrevista	Empresas procesadoras
	Certificación orgánica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos con certificación que adquieren</li> </ul>	Primaria	Entrevista	Empresas procesadoras
	Productores, capacidad de oferta y demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Certificación orgánica obtenida</li> <li>• Requisitos para obtener la certificación orgánica</li> <li>• Tiempo para obtener la certificación orgánica</li> <li>• Frecuencia de visitas de los certificadores</li> <li>• Ventajas para la comercialización productos con certificación orgánica</li> <li>• Capacidad de producción de la empresa</li> <li>• Demanda cubierta de la empresa</li> <li>• Ampliación de la capacidad de producción</li> <li>• Demanda nueva de la empresa</li> <li>• Lugar de destino de los productos</li> </ul>	Primaria	Entrevista	Empresas procesadoras

## ANEXO B

### Identificación de la población y Cálculo de la muestra

#### Cálculo de la Muestra de Productores

La población de productores es de 200, aplicando la fórmula obtenemos el siguiente resultado:

**Aplicando la formula:**

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

Siendo:

N → Productores

n → Número de compradores que serán parte de la muestra.

$\sigma^2$  → Varianza estimada

E → Error esperado (valor subjetivo, se ha escogido 0.09)

Z → Valor de la variable tipificada Z, relacionada con el nivel de significancia (porcentaje de seguridad de aceptar la hipótesis nula, en el caso de que esta sea cierta).

$$n = \frac{200 \times 3.84 \times 0.25}{(199)(0.09)^2 + 3.84 \times 0.25}$$

$$n = 75$$

## ANEXO C

### Cálculo de la Muestra de Consumidores

La población son los posibles compradores de productos orgánicos son los Empleados y Trabajadores de tres instituciones Públicas del Ibarra y a continuación detallo:

INSTITUCIÓN	NUMERO DE EMPLEADOS
GPI	280
IMI	460
UTN	330
<b>TOTAL</b>	<b>1070</b>

Al tratarse de una prueba de dos colas el valor de alfa es 5% dividido para dos; como probabilidad esto es  $\alpha = 0.025$ , el valor del número de desviaciones estándar asociadas a este valor de alfa es  $Z = 1.96$

Finalmente el cálculo del tamaño de la muestra es el siguiente:

$$n = \frac{N \times 1.96^2 \times 0.5^2}{(N-1)0.09^2 + 1.96^2 \times 0.5^2}$$

$$n = \frac{1070 \times 3.84 \times 0.25}{(1069) (0.09)^2 + 3.84 \times 0.25}$$

$$n = 107$$

## ANEXO D



### ENTREVISTA A LOS INSPECTORES DE LA BCS

**PREGUNTA 1.- ¿Qué es certificación orgánica?**

**RESPUESTA.-** Es el proceso mediante el cual se confirma que una finca está cumpliendo con todos los requisitos de la producción orgánica.

**PREGUNTA 2.- ¿Qué es la BCS?**

**RESPUESTA.-** Es una empresa Alemana que presta el servicio de certificación orgánica para todos los productos que ingresan a la Unión Europea .

**PREGUNTA 3.- ¿Es legal en el Ecuador la BCS?**

**RESPUESTA.-** Si desde el año 2005, obtuvo su legalidad a través del SESA Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria actualmente Agrocalidad.

**PREGUNTA 4.- ¿Qué tipos de certificación existen**

**RESPUESTA.-** Inicialmente se puede considerar a Rain Forest Alliance como un convenio entre las dos partes para mantener especies nativas en esteros y ríos y no utilizar productos químicos de etiqueta roja. Luego la certificación verdadera "ORGANICA" que cumple con la normativa estricta emitida en cada país consumidor.

**PREGUNTA 5.- ¿Existen en el Ecuador Empresas y Grupos Certificados como orgánicos?**

**RESPUESTA.-** Si, principalmente empresas productoras de banano y cacao en forma mayoritaria y productos como la quinua, frutas. Estas empresas están vendiendo sus productos principalmente a la Unión Europea.

**PREGUNTA 6.- ¿Cuál es la normativa ecuatoriana para la producción orgánica?**

**RESPUESTA.-** Existe una normativa emitida por el Ministerio de Agricultura y Ganadería que consta en el Registro Oficial N° 384 del 25 de octubre de 2006.

**PREGUNTA 7.- ¿Cuáles son los requisitos para obtener la certificación orgánica?**

**RESPUESTA.-** Los requisitos son los siguientes:

1. Cumplir con la normativa ecuatoriana y el reglamento interno de producción orgánica de la Microempresa de Comercialización.
2. Solicitar a la BCS la certificación
3. Acordar con la BCS las inspecciones tanto de documentos como de las parcelas de producción.
4. Pagar el 50% del costo de la certificación
5. Una vez que la BCS verifique el cumplimiento de la normativa en forma física se entregará el respectivo certificado.
6. Cancelar el 50% restante.

**PREGUNTA 8.- ¿Cuál es el costo de la certificación?**

**RESPUESTA.-** El costo de la certificación depende de muchos factores, por lo que es importante realizar la inspección y luego dar el valor exacto. Pero en forma aproximada se puede decir que la certificación de una asociación de productores tiene un costo aproximado de 8.000 usd.

**PREGUNTA 9.- ¿En qué tiempo se obtiene la certificación orgánica?**

**RESPUESTA.-** Si cumple con todos los requisitos en un período máximo de 3 meses.

En el caso de que no cumpla con el requisito principal que es no haber utilizado productos químicos por los menos dos años, pasaría a un proceso de transición y tendría que esperar el período de tiempo antes anotado.

**PREGUNTA 10.-** ¿Qué es transición?

**RESPUESTA.-** Es el tiempo promedio (2 años) que debe esperar el productor para ser certificado luego de cumplir con todos lo requisitos de la producción orgánica.

## **ANEXO E**



### **ENTREVISTA A LA GERENTE DE LA EMPRESA**

#### **SUMAK MIKUY: Inq. Verónica Acosta**

**PREGUNTA 1.- ¿Cómo se denomina o qué razón social tiene la empresa a la que Ud. representa?**

**RESPUESTA.-** Sumak Mikuy es una empresa comunitaria, es una sociedad civil comercial inscrita en el Registro de la Propiedad de Cotacachi y es una empresa de UNORCAC.

**PREGUNTA 2.- ¿Cuál es la principal actividad a la que se dedica la empresa?**

**RESPUESTA.-** Es una empresa agroindustrial, que produce, procesa y comercializa cultivos nativos de la zona.

**PREGUNTA 3.- ¿Qué tipo de productos orgánicos producen?**

**RESPUESTA.-** Al momento tenemos con certificación orgánica en fresco uvilla y como producto terminado la uvilla deshidratada.

**PREGUNTA 4.- ¿Cuál es la certificación orgánica con la que Uds. Trabajan y como la obtuvieron?**

**RESPUESTA.-** Trabajamos directamente con la BCS que es una certificación alemana, la obtuvimos en el 2008 para toda la red de agricultores de uvilla. Al momento trabajamos con alrededor de 50 productores de Cotacachi y Otavalo. La certificación dura más o menos un mes y luego de ello van al campo para verificar como se encuentra el terreno y hacen controles cada año, pero existe un control interno de certificación para ello deben llevar un registro diario cada uno de los productores.

**Pregunta 5.- ¿Cuáles piensa Ud. que son las ventajas de trabajar con un producto certificado orgánicamente?**

**RESPUESTA.-** La ventaja es que a nivel de otros países el producto orgánico es conocido, tiene buena acogida y prefieren lo orgánico,

aunque no exportamos directamente sino trabajamos con un intermediario que es la empresa SKS con el que firmamos un convenio de cooperación para alcanzar la producción de 1 tonelada de uvilla deshidratada, tenemos la certificación de precio justo y comercio seguro. Es importante mencionar para que el negocio funcione los agricultores deben cuidar sus plantas y mantener la certificación orgánica.

**PREGUNTA 6.- ¿Mencione por favor alguna ventaja de producir orgánicamente?**

**RESPUESTA.-** Las ventajas son grandes el producto es garantizado y posee calidad y buen precio.

**PREGUNTA 7.- ¿A qué países comercializan sus productos?**

**RESPUESTA.-** Exportamos exclusivamente a Alemania y poseemos las certificaciones orgánicas para exportar al mercado europeo y al mercado alemán.

**PREGUNTA 8.- ¿Conoce Ud. alguna empresa ecuatoriana que certifique productos orgánicos?**

**RESPUESTA.-** Que certifique realmente no conozco por ello trabajamos con la BCS porque nos brindó las facilidades a fin de obtener la certificación pero en el Ecuador todavía no existe.

**PREGUNTA 9.- ¿La deshidratadora o centro de acopio también pasó por un proceso de certificación?**

**RESPUESTA.-** Si tenemos la certificación de la planta deshidratadora para producir mermelada y por supuesto para uvilla deshidratada.

**PREGUNTA 10.- ¿Qué otros productos del Ecuador conoce Ud. que tienen certificación orgánica?**

**RESPUESTA.-** Orito orgánico en la costa, sé que hay nuevos productos pero en este momento no conozco cuáles.

**PREGUNTA 11.- ¿Cómo ve Ud. el hecho de que existan asociaciones de productores orgánicos y de existir que características deben tener?**

**RESPUESTA.-** Existe una propuesta para hacer proyectos con asociaciones de productores, es más el Gobierno Provincial está empeñado en hacer este tipo de productos, ese proyecto está en etapa inicial pero existe la iniciativa de proyectos con productos orgánicos.

**PREGUNTA 12.- ¿Tienen la capacidad de aceptar más productores orgánicos en caso de asociación?**

**RESPUESTA.-** Sí es nuestra meta buscar más productores porque es cada vez más grande la demanda del producto en el exterior y por ello queremos llegar a completar las dos toneladas para aumentar el volumen de producto para la exportación.



**ANEXO F**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONÓMICAS**

La presente encuesta ayudará para implementar una “**MICROEMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS ORGÁNICOS EN LA PARROQUIA MARIANO ACOSTA, CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA IMBABURA**”.

**ENCUESTA DIRIGIDA A: LOS PRODUCTORES DE LA PROVINCIA DE IMBABURA**

**OBJETIVO:** Recopilar información para la implementación de la **Microempresa de Comercialización de Productos Agrícolas Orgánicos**

**INSTRUCCIONES:**

- Sírvase contestar el siguiente cuestionario con la mayor seriedad y sinceridad, esta encuesta es de carácter anónima.
- Lea detenidamente cada pregunta antes de contestarla.
- Marque una sola X dentro del paréntesis según corresponda su respuesta.

**DATOS INFORMATIVOS:**

**EDAD:** \_\_\_\_\_

**ÁREA DISPONIBLE:** \_\_\_\_\_

**GENERO:** Masculino ( ) Femenino ( )

**UBICACIÓN:** \_\_\_\_\_

**CUESTIONARIO:**

1.- ¿Qué productos cultiva en su medio?

- |        |     |
|--------|-----|
| Maíz   | ( ) |
| Tomate | ( ) |
| Arveja | ( ) |
| Mora   | ( ) |
| Uvilla | ( ) |
| Papas  | ( ) |

Otros \_\_\_\_\_

2.- ¿Conoce usted sobre producción orgánica?

Si ( ) No ( )

3.- ¿Conoce usted acerca de la certificación orgánica?

Si ( ) No ( )

4.- ¿Ha recibido capacitación sobre la producción orgánica?

Si ( ) No ( )

5.- ¿Ha aplicado en sus terrenos la producción orgánica?

Si ( )

No ( )

6.- ¿Desearía cultivar orgánicamente?

Si ( )

No ( )

7.- ¿Sabido que los productos orgánicos tienen altos costos de adquisición y que usted va a tener una rentabilidad más alta, produciría orgánicamente?

Si ( )

No ( )

8.- ¿Usted pertenece a una asociación de productores orgánicos?

Si ( )

No ( )

9.- ¿Estaría dispuesto a comercializar sus productos orgánicos, a través de un centro de acopio?

Si ( )

No ( )

10.- ¿Desearía formar parte de una microempresa comunitaria de producción orgánica?

Si ( )

No ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



Mora	SI.....	NO.....	Cantidad.....libras
Zanahoria amarilla	SI.....	NO.....	Cantidad.....libras
Zanahoria blanca	SI.....	NO.....	Cantidad.....libras
Arveja tierna	SI.....	NO.....	Cantidad.....libras
Frejol tierno	SI.....	NO.....	Cantidad.....libras
Habas tiernas	SI.....	NO.....	Cantidad.....libras
Uvilla	SI.....	NO.....	Cantidad.....libras
Col verde	SI.....	NO.....	Cantidad.....repollos
Col morada	SI.....	NO.....	Cantidad.....libras
Brócoli	SI.....	NO.....	Cantidad.....repollos
Mellocos	SI.....	NO.....	Cantidad.....libras
Lechuga	SI.....	NO.....	Cantidad.....repollos
Ocas	SI.....	NO.....	Cantidad.....libras

6. ¿Considera Ud. que la presentación de los productos debe ser embalado y etiquetado?

Si ( )

No ( )

7. ¿Cuánto paga usted por el lote de productos hortícolas que adquiere con la frecuencia indicada?

5 dólares..... 8 dólares..... 10 dólares..... 12 dólares o más.....

8. ¿Cuántas opciones de compra de productos hortícolas desea por semana?

Una canasta..... Dos canastas.....

9. ¿Conoce usted sobre la certificación orgánica?

Si ( )

No ( )

10. ¿Desearía que los productos orgánicos por usted adquiridos tengan certificación orgánica?

Si ( )

No ( )

11. Donde desea adquirir sus productos orgánicos (hortalizas y frutas)

SUPERMAXI.....MERCADO.....LUGAR DE TRABAJO.....  
OTRO.....CUAL.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## **ANEXO H**

**Análisis de las Encuestas dirigidas Productores de hortalizas y frutas orgánicas de la Parroquia Mariano Acosta en el Cantón Pimampiro.**

**1.- ¿Qué productos cultiva en su medio?**

**CUADRO N° 71**

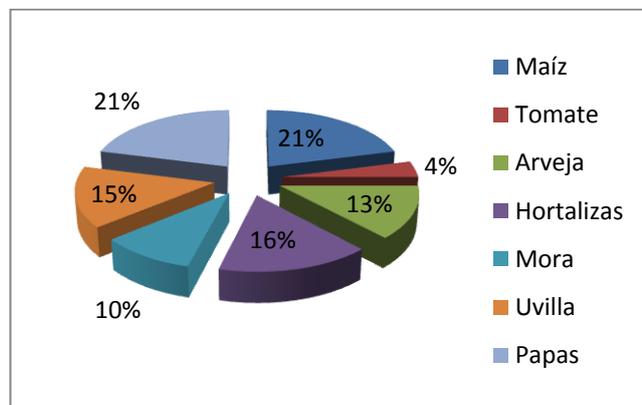
<b>Producto</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Maíz	16	21
Tomate	3	4
Arveja	10	13
Hortalizas	12	16
Mora	7	10
Uvilla	11	15
Papas	16	21
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>100</b>

**Fuente: Encuesta productores M.A.**

**Elaboración: La Autora**

**GRÁFICO N° 10**

**PRODUCTOS QUE CULTIVA EN SU MEDIO**



**Fuente: Cuadro 69**

**Elaboración: La Autora**

**ANÁLISIS.-** Como se puede ver en los gráficos, los cultivos preferidos son: el maíz, las hortalizas, entre otros. Coinciden perfectamente con las hortalizas y frutas consumidas por la familia encuestada. Es importante recabar que los cultivos siempre están rotando ya que muchos de ellos se los realiza hasta dos a tres veces al año.

A continuación, para realizar la comparación los productos consumidos por semana y por kilo, es decir la demanda de los consumidores, que en este caso son los empleados del GPI; IMI Y UTN

**2.- ¿Conoce usted sobre producción orgánica?**

**CUADRO Nº 72**

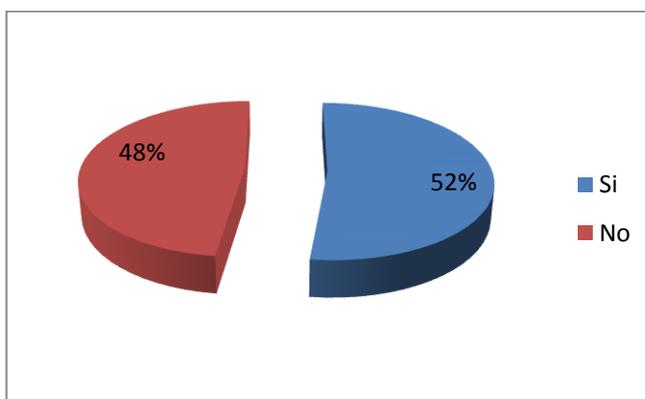
	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Si	39	52
No	36	48
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta productores M.A.

Elaboración: La Autora

**GRÁFICO Nº 11**

**CONOCIMIENTO DE PRODUCCIÓN ORGÁNICA**



Fuente: Cuadro 70

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS.-** Más de la mitad de los encuestados afirman haber recibido capacitación en producción orgánica, a pesar de estos datos, se puede observar que la producción convencional de productos agrícolas está generalizada, es decir el agricultor, aplica con el fin de salvarlos cualquier producto que lo recomienda en el almacén de insumos agropecuarios.

### 3.- ¿Conoce usted acerca de la certificación orgánica?

**CUADRO Nº 73**

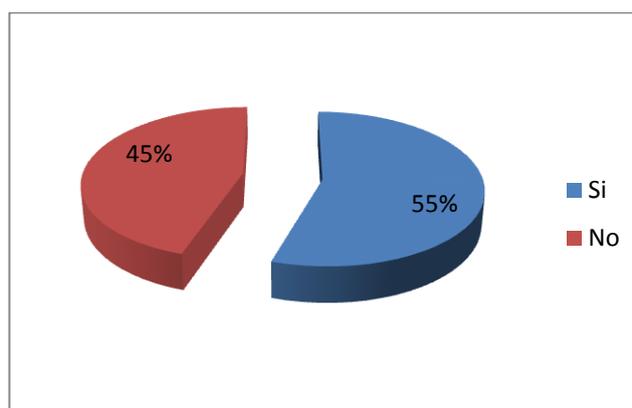
	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Si	41	55
No	34	45
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta productores M.A.

**Elaboración:** La Autora

**GRÁFICO Nº 12**

#### CONOCIMIENTO DE CERTIFICACIÓN ORGÁNICA



**Fuente:** Cuadro 71

**Elaboración:** La Autora

**ANÁLISIS.-** Los productores conocen de la certificación orgánica, pero es importante mencionar que en la zona, ningún productor está trabajando con certificación orgánica. Existe un pequeño grupo de productores de mora, que

han accedido al manejo ambiental y tienen convenio con Rain Forest Aliance, producción que respeta el ambiente, pero no es considerada como certificación

#### 4.- ¿Ha recibido capacitación sobre la producción orgánica?

CUADRO Nº 74

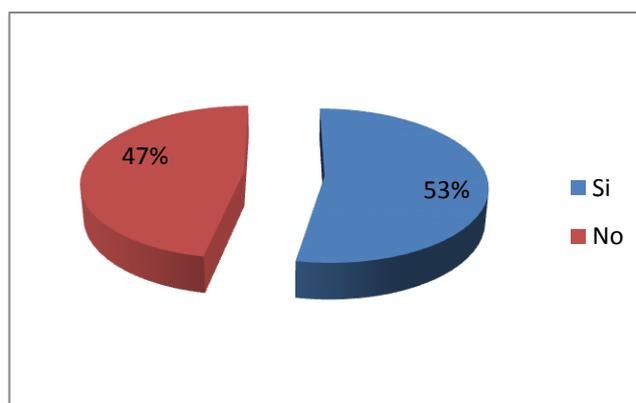
	Frecuencia	%
Si	40	53
No	35	47
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta productores M.A.

Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 13

#### CAPACITACIÓN SOBRE PRODUCCIÓN ORGÁNICA



Fuente: Cuadro 72

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS.**- Más de la mitad de los encuestados afirman haber recibido capacitación acerca de los temas de producción orgánica que los aplican parcialmente en sus cultivos, pero que desean continuar recibiendo mayores conocimientos para mejorar su producción y sus ingresos.

**5.- ¿Ha aplicado en sus terrenos la producción orgánica?**

**CUADRO Nº 75**

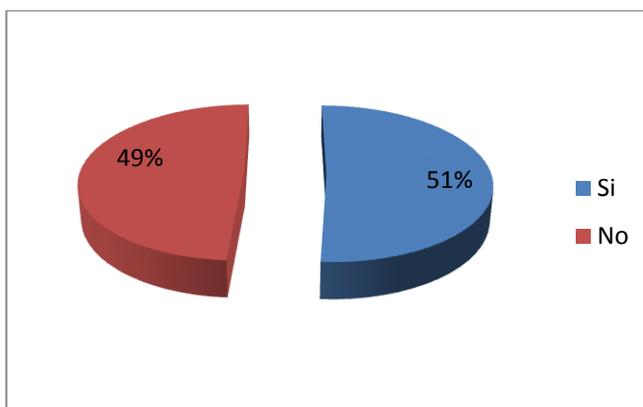
	Frecuencia	%
Si	38	51
No	37	49
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta productores M.A.

Elaboración: La Autora

**GRÁFICO Nº 14**

**APLICACIÓN DE PRODUCCIÓN ORGÁNICA EN SUS CULTIVOS**



Fuente: Cuadro 73

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS.-** Los encuestados, dicen haber aplicado en el campo las técnicas de producción orgánica, lo que es muy importante ya que nos garantiza que el proceso de producción orgánica será buena y favorable para que exista el número requerido para la venta.

**6.- ¿Desearía cultivar orgánicamente?**

**CUADRO Nº 76**

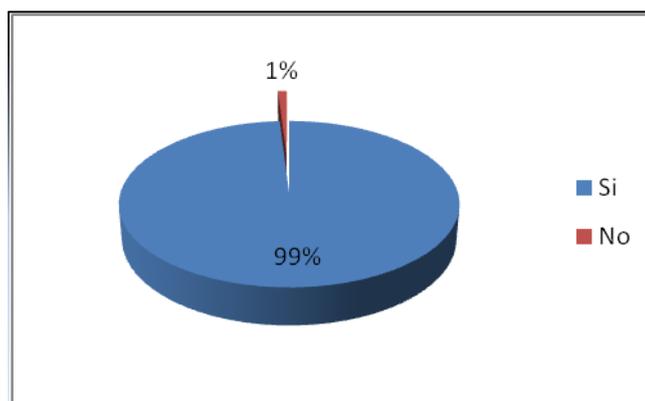
	Frecuencia	%
Si	73	99
No	2	1
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta productores M.A.

Elaboración: La Autora

**GRÁFICO N° 15**

**DESEO DE CULTIVAR ORGÁNICAMENTE**



**Fuente: Cuadro 74**  
**Elaboración: La Autora**

**ANÁLISIS.-** El deseo de cultivar en forma orgánica es masiva, pues los encuestados muestran una respuesta afirmativa, cuando se le consulta sobre su participación en este proceso.

**7.- ¿Sabiendo que los productos orgánicos tienen altos costos de adquisición y que usted va a tener una rentabilidad más alta, produciría orgánicamente?**

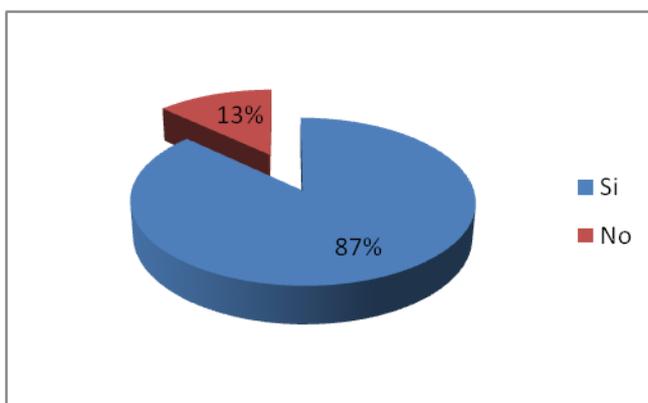
**CUADRO N° 77**

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Si	65	87
No	10	13
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>100</b>

**Fuente: Encuesta productores M.A.**  
**Elaboración: La Autora**

## GRÁFICO Nº 16

### CONOCIMIENTO DE LOS BENEFICIOS DE PRODUCCIÓN ORGÁNICA



Fuente: Cuadro 75

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS.**- Un gran porcentaje de los encuestados, sabiendo como antecedente la complejidad de la producción orgánica y la ventaja de ganar más dinero, están dispuestos a participar en procesos de producción orgánica lo que incluiría el proceso de certificación de sus terrenos para obtener productos garantizados al consumidor.

### 8.- ¿Usted pertenece a una asociación de productores orgánicos?

#### CUADRO Nº 78

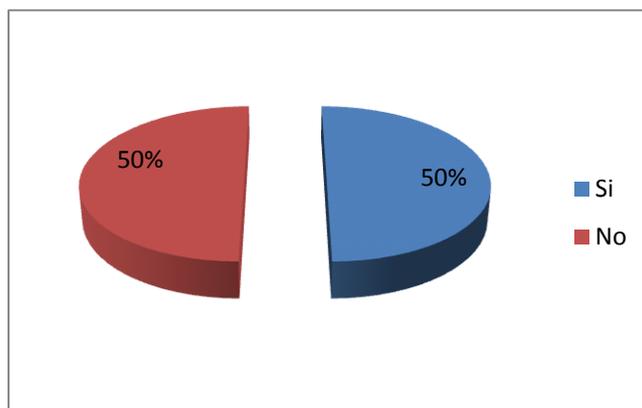
	Frecuencia	%
Si	38	50
No	37	50
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta productores M.A.

Elaboración: La Autora

**GRÁFICO N° 17**

**PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES  
ORGÁNICOS**



Fuente: Cuadro 76

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS.-** La mitad de los participantes en la encuesta, mencionan pertenecer a un grupo de producción orgánica; lo que constituye una gran ventaja ya que las asociaciones o grupos de agricultores permiten una mejor socialización y participación de todos sus miembros.

**9.- ¿Estaría dispuesto a comercializar sus productos orgánicos, a través de un centro de acopio?**

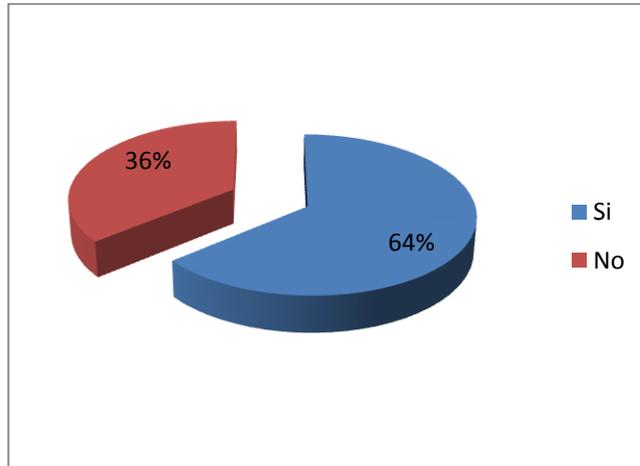
**CUADRO N° 79**

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Si	48	64
No	27	36
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta productores M.A.

Elaboración: La Autora

**GRÁFICO Nº 18**  
**COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS A TRAVÉS DE**  
**UN CENTRO DE ACOPIO**



**Fuente: Cuadro 77**

**Elaboración: La Autora**

**ANÁLISIS.-** Los participantes de la encuesta dicen estar dispuestos a comercializar sus productos por medio de un centro de acopio, ya que manifiestan que es más fácil comercializar sus productos de manera conjunta y cuentan con el lugar adecuado para receptor la producción y mantenerla de forma segura.

**10.- ¿Desearía formar parte de una microempresa comunitaria de producción orgánica?**

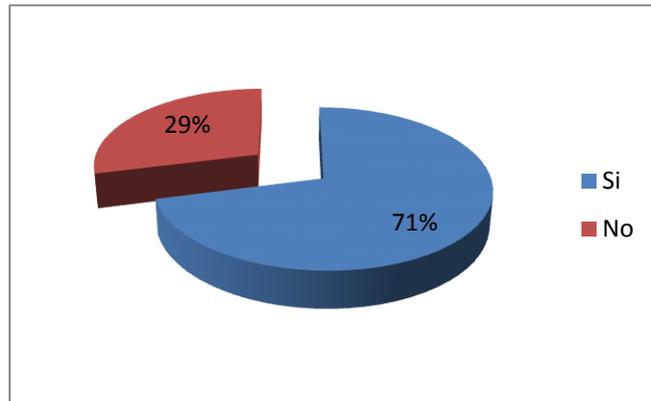
**CUADRO Nº 80**

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Si	53	71
No	22	29
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>100</b>

**Fuente: Encuesta productores M.A.**

**Elaboración: La Autora**

**GRÁFICO Nº 19**  
**FORMAR UNA MICROEMPRESA COMUNITARIA DE PRODUCCIÓN**  
**ORGÁNICA**



**Fuente: Cuadro 78**

**Elaboración: La Autora**

**ANÁLISIS.-** Los encuestados afirman el deseo de participar en la microempresa comunitaria, ello revela el interés de la gente en participar del proceso y de producir orgánicamente, además de que poseen el terreno requisitos principales para poder ser parte de la microempresa.

## ANEXO I

Análisis de las encuestas dirigidas Empleados y Trabajadores del Municipio de Ibarra, Gobierno Provincial de Imbabura y Universidad Técnica del Norte, posibles consumidores de hortalizas y frutas orgánicas.

1.- ¿Conoce usted que los agroquímicos utilizados en el Ecuador son de uso restringido en los países desarrollados?

CUADRO Nº 81

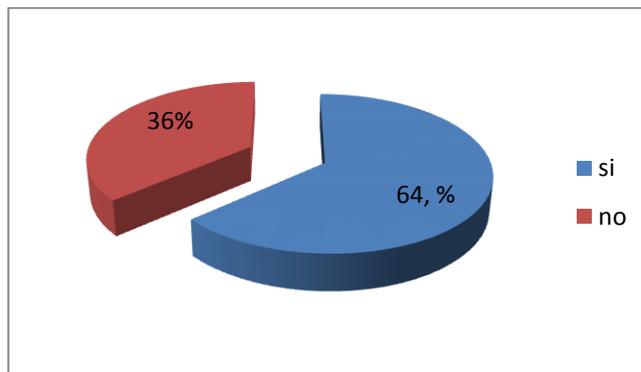
	Frecuencia	%
Si	68	64
No	39	36
<b>TOTAL</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta consumidores

Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 20

CONOCIMIENTO DE USO DE AGROQUÍMICOS EN EL ECUADOR



Fuente: Cuadro 79

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS.-** Los empleados de las instituciones encuestadas manifestaron que si conocían que los agroquímicos utilizados en el Ecuador son de uso restringido en los países desarrollados, lo que hace que los productos tradicionales sean nocivos para el consumo de

los ecuatorianos que diariamente nos alimentamos con lo que los productores y posteriormente los vendedores nos ofertan en el mercado.

**2.- ¿Tiene usted conocimiento sobre los daños que causan a la salud el consumo de productos agrícolas convencionales?**

**CUADRO Nº 82**

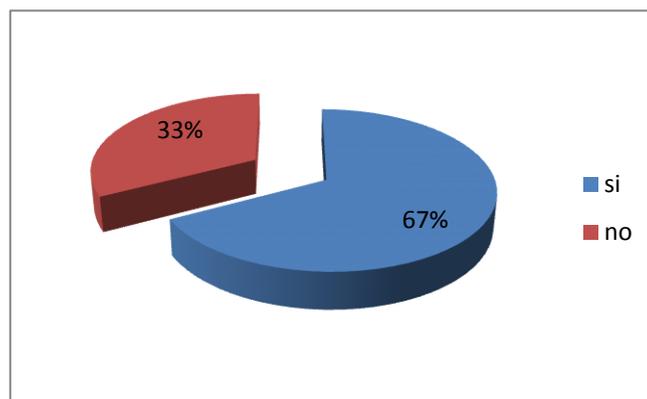
	frecuencia	%
Si	72	67
No	35	33
<b>TOTAL</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta consumidores

Elaboración: La Autora

**GRÁFICO Nº 21**

**DAÑOS QUE CAUSAN LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS CONVENCIONALES**



Fuente: Cuadro 80

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS.-** Los encuestados manifestaron conocer sobre los daños que causan a la salud el consumo de productos agrícolas convencionales, esto significa que estas personas están consientes de que su cuerpo diariamente se encuentra receptando los agroquímicos que se encuentran en los productos que consumen.

### 3.- ¿Desea usted consumir productos agrícolas orgánicos?

CUADRO Nº 83

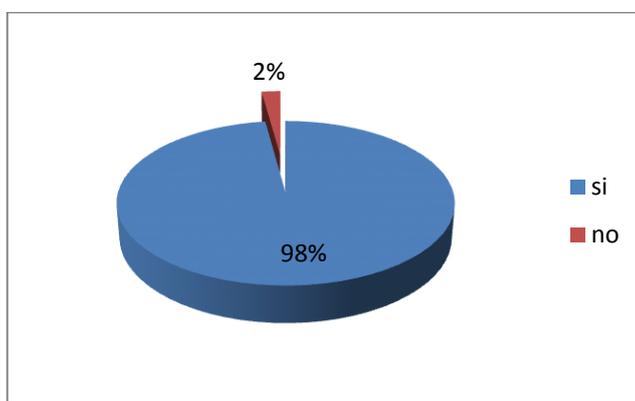
	Frecuencia	%
Si	104	98
No	3	2
<b>TOTAL</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta consumidores

Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 22

#### CONSUMO DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS ORGÁNICOS



Fuente: Cuadro 81

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS.-** Los encuestados manifestaron el deseo de consumir productos agrícolas orgánicos, la gran mayoría de los encuestados se encuentran realmente interesados al manifestar que conocen los beneficios de los productos limpios que serán consumidos por ellos y sus familias.

4.- ¿La frecuencia de compras de los productos hortícolas lo realiza usted?

CUADRO Nº 84

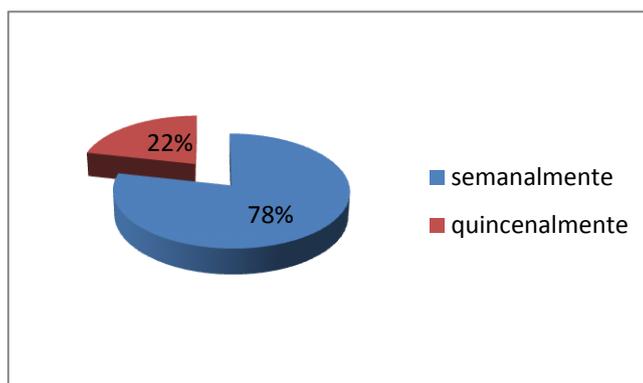
	frecuencia	%
semanalmente	84	78
quincenalmente	23	22
<b>TOTAL</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta consumidores

Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 23

FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS



Fuente: Cuadro 82

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS:** Las personas encuestadas en alto porcentaje aseguran adquirir las hortalizas semanalmente, razón por la cual el producto deberá ser entregado a los consumidores con esta frecuencia, con el fin de satisfacer la demanda de nuestros consumidores.

5.- ¿Qué productos compra usted semanalmente para consumo de toda su familia?

CUADRO Nº 85

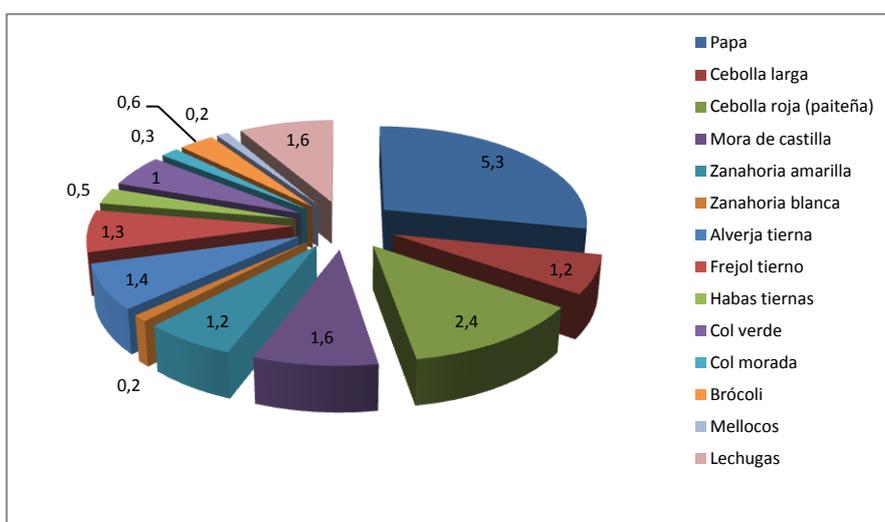
Hortaliza o fruta	Consumo promedio por familia /semana	Unidad
Papa	5,3	Libras
Cebolla larga	1,2	Atados
Cebolla roja (paiteña)	2,4	Libras
Mora de castilla	1,6	Libras
Zanahoria amarilla	1,2	Libras
Zanahoria blanca	0,2	Libras
Alverja tierna	1,4	Libras
Frejol tierno	1,3	Libras
Habas tiernas	0,5	Libras
Col verde	1	Repollos
Col morada	0,3	Repollos
Brócoli	0,6	Libras
Mellocos	0,2	Libras
Lechugas	1,6	Repollos

Fuente: Encuesta consumidores

Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 24

PREFERENCIA DE PRODUCTOS



Fuente: Cuadro 83

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS:** Este cuadro indica el consumo promedio de hortalizas y fruta que tienen cada familia de los encuestados por semana, lo que nos permite determinar la cantidad de producto a entregar en la canasta a los consumidores.

**6.- ¿Considera usted que la presentación de los productos deben ser embalados y etiquetados?**

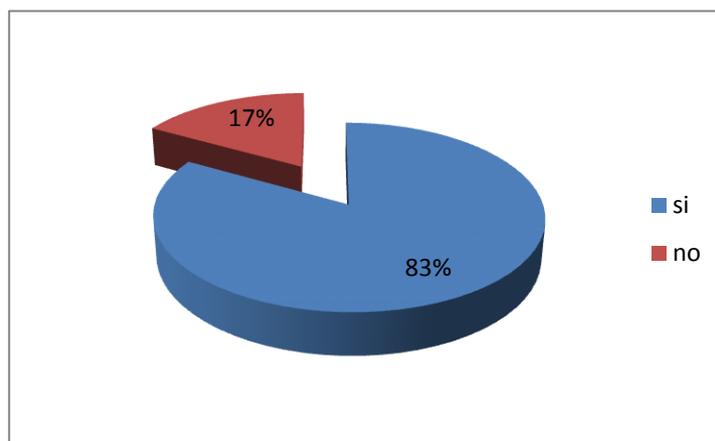
**CUADRO Nº 86**

	frecuencia	%
Si	89	83
No	18	17
<b>TOTAL</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta consumidores

Elaboración: La Autora

**GRÁFICO Nº 25**  
**PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS ORGÁNICOS**



Fuente: Cuadro 84

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS:** Los encuestados aseveran que prefieren la presentación de los productos embalados y etiquetados. Por otro lado existe la normativa ecuatoriana de la presentación de los productos orgánicos que regula esta actividad.

**7.- ¿Cuánto paga aproximadamente usted por el lote de productos hortícolas que adquiere?**

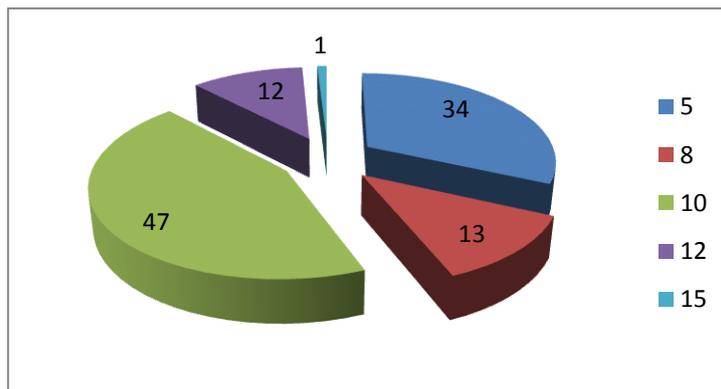
**CUADRO Nº 87**

Dólares	frecuencia	d x f
5	34	169
8	13	104
10	47	470
12	12	144
15	1	15
<b>TOTAL</b>	<b>107</b>	<b>902</b>
promedio		<b>8</b>

**Fuente:** Encuesta consumidores

**Elaboración:** La Autora

**GRÁFICO Nº 26**  
**VALOR A PAGAR CON PRODUCTOS ORGÁNICOS**



**Fuente:** Cuadro 85

**Elaboración:** La Autora

**ANÁLISIS:** El promedio de compra de productos hortícolas de los encuestados es de 8,04 dólares cada semana. Si consideramos el valor mensual será de 32,16 dólares, que cada empleado gasta en la compra de hortalizas.

**8.- ¿Cuántas opciones de compra desea usted por semana?**

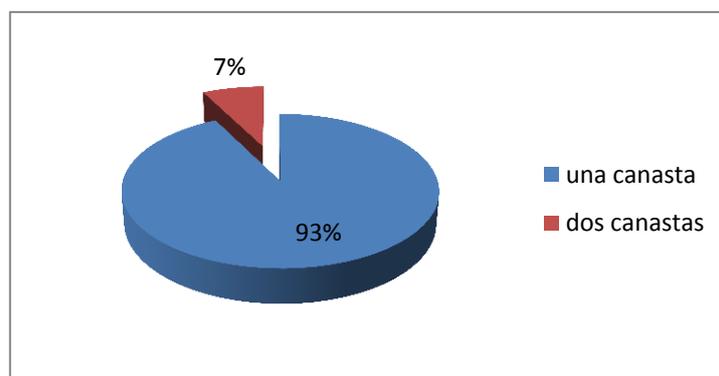
**CUADRO Nº 88**

	frecuencia	%
<b>una canasta</b>	99	93
<b>dos canastas</b>	8	7
<b>TOTAL</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta consumidores

Elaboración: La Autora

**GRÁFICO Nº 27**  
**OPCIONES DE COMPRA**



Fuente: Cuadro 86

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS:** La gran mayoría de los encuestados afirman que desean tener una canasta como opción de compra por semana.

**9.- ¿Conoce usted sobre la certificación orgánica?**

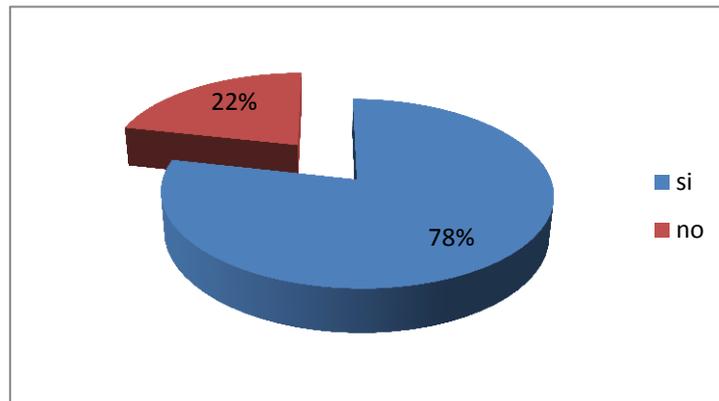
**CUADRO Nº 89**

	Frecuencia	%
Si	84	78
No	23	22
<b>TOTAL</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta consumidores

Elaboración: La Autora

**GRÁFICO Nº 28**  
**CONOCIMIENTO SOBRE CERTIFICACIÓN ORGÁNICA**



Fuente: Cuadro 87  
Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS:** Un gran número de empleados públicos afirman conocer sobre la certificación orgánica, las bondades que los productos ofrecen y la calidad del mismo.

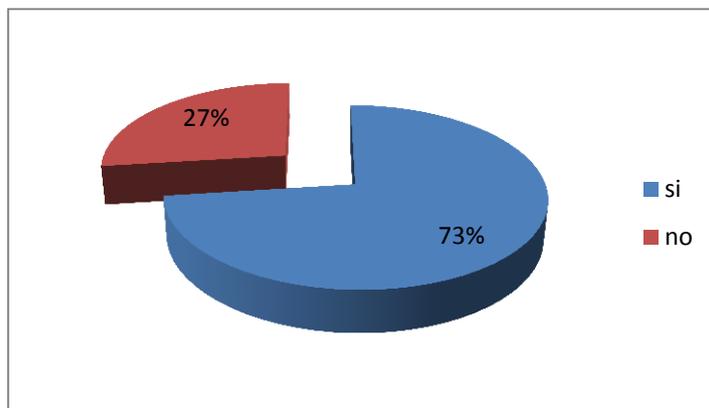
**10.- ¿Desearía que los productos orgánicos por usted adquiridos tengan certificación orgánica?**

**CUADRO Nº 90**

	frecuencia	%
Si	78	73
No	29	27
<b>TOTAL</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta consumidores  
Elaboración: La Autora

**GRÁFICO Nº 29**  
**PRODUCTOS CON CERTIFICACIÓN ORGÁNICA**



**Fuente:** Cuadro 88  
**Elaboración:** La Autora

**ANÁLISIS:** De acuerdo al conocimiento que tiene los consumidores, acerca de las bondades que tienen los productos orgánicos se puede evidenciar que un significativo número de consumidores están dispuestos a adquirirlos.

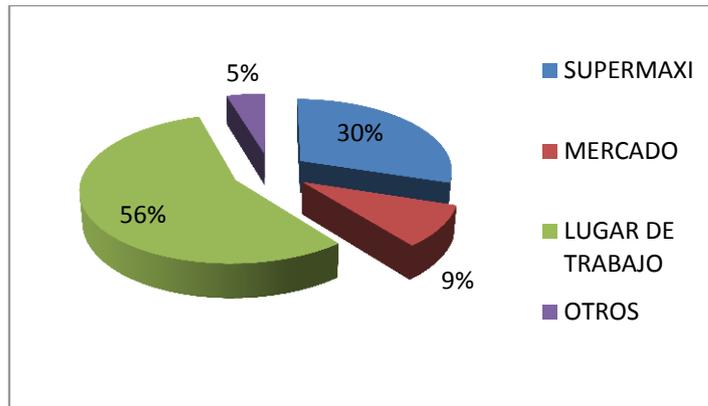
**11.- ¿Donde desea adquirir sus productos orgánicos? (hortalizas frutas)**

**CUADRO Nº 91**

	<b>frecuencia</b>	<b>%</b>
Si	78	73
No	29	27
<b>TOTAL</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta consumidores  
**Elaboración:** La Autora

**GRÁFICO Nº 30**  
**LUGAR DE ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS**



**Fuente: Cuadro 89**  
**Elaboración: La Autora**

**ANÁLISIS:** De acuerdo a las preferencias del consumidor, se determina que el producto sea comercializado directamente en su lugar de trabajo, ya que ofrece mayores facilidades para adquirirlos y la seguridad de consumir un producto saludable.

**ANEXO J**

***PLANOS DEL CENTRO DE ACOPIO MARIANO ACOSTA***