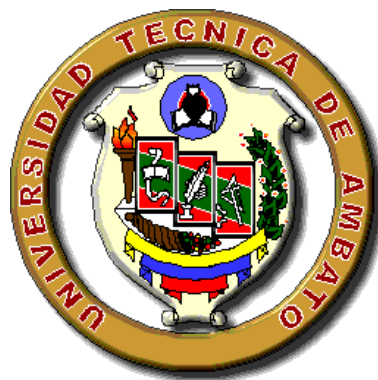




UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE ECONOMÍA

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE ECONOMISTA**

TEMA:

“LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS
PRODUCTOS AGRÍCOLAS POR PARTE DE LOS AGRICULTORES DEL
CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA”

AUTOR: CHAUCA MEJÍA CARLA FERNANDA

TUTOR: DR. CÉSAR MAYORGA ABRIL, MG.

AMBATO - ECUADOR

2015

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Dr. César Mayorga, con cédula de ciudadanía N° en mi calidad de Tutor del Trabajo Investigativo sobre el tema: “LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS POR PARTE DE LOS AGRICULTORES DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA”, desarrollado por Carla Fernanda Chauca Mejía estudiante de la carrera de Economía de la Facultad de Contabilidad y Auditoría, considero que dicho Trabajo Investigativo reúne los requisitos mínimos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por la Comisión de calificadores designados por el Consejo Directivo de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Ambato, Mayo 2015

EL TUTOR



.....

DR. CÉSAR MAYORGA ABRIL, MG.

AUTORÍA DEL TRABAJO INVESTIGATIVO

Yo, CARLA FERNANDA CHAUCA MEJÍA, con cédula de ciudadanía N° 180503596-9, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el Trabajo Investigativo, bajo el tema: “LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS POR PARTE DE LOS AGRICULTORES DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA” así como también los contenidos presentados, ideas, análisis y síntesis de datos y resultados son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de Investigación.

Ambato, Mayo 2015

AUTORA



CARLA FERNANDA CHAUCA MEJÍA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros de Tribunal de Grado aprueban el Trabajo de Graduación, sobre el tema: “LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS POR PARTE DE LOS AGRICULTORES DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA”, desarrollado por la Srta. Carla Fernanda Chauca Mejía, estudiante de la Carrera de Economía, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Mayo 2015

Para constancia firman:



Econ. Nelson Lascano A.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL



Ing. Roberto Valencia

MIEMBRO DEL TRIBUNAL



Eco. Mg. Diego Proaño

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

A mis padres que me han dado su apoyo incondicionalmente, con su esfuerzo y constancia han aportado para que yo pueda culminar una etapa más de mi vida.

A mis hermanas que con su amistad y ayuda han estado siempre a mi lado auxiliándome cuando yo las necesitaba.

A todas esas personas que creyeron en que yo podía alcanzar mi sueño.

Carla

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios creador de mi existencia y guía de cada uno de mis pasos.

A mis padres, que con su apoyo moral y económico han sido parte fundamental para superarme, a costa de muchos sacrificios por parte de ellos.

A mis hermanas que han sido y son mi soporte.

A la Universidad Técnica de Ambato que me abrió las puertas, para que a través del conocimiento que imparten los profesores vaya formándome como mejor persona a nivel personal y profesional.

A mi Tutor, quien fue guía durante la realización de este trabajo de investigación, y con sus ideas y sugerencias logro que se culmine.

A mis amigas que han sido piezas fundamentales durante toda esta etapa universitaria.

Carla

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CONTENIDO	Pág.
Portada.....	i
Aprobación del Tutor	ii
Autoría del Proyecto de Investigación	iii
Aprobación de Profesores Calificadores.....	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de Contenidos.....	vii
Índice de Gráficos	xi
Índice de Figuras	xii
Índice de Tablas	xiii
Resumen Ejecutivo.....	xvi
 Introducción	 1

CAPÍTULO I **EL PROBLEMA**

1.1. Tema.....	2
1.2. Planteamiento del Problema.....	2
1.2.1. Contextualización.....	2
1.2.1.1. Contextualización Macro	2
1.2.1.2. Contextualización Meso.....	6
1.2.1.3. Contextualización Micro.....	9
1.2.2. Análisis Crítico.....	10
1.2.3. Prognosis	12
1.2.4. Formulación del Problema	14
1.2.5. Interrogantes.....	14
1.2.6. Delimitación.....	14
1.3. Justificación.....	14
1.4. Objetivos	17

1.4.1. General	17
1.4.2. Específicos	17

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Investigativos	18
2.2. Fundamentación Filosófica	21
2.2.1. Fundamentación Epistemológica	22
2.2.2. Fundamentación Ontológica	23
2.2.3. Fundamentación Axiológica	23
2.2.4. Fundamentación Económica	23
2.3. Fundamentación Legal	24
2.4. Categorías Fundamentales	26
2.4.1. Descripción Conceptual de la Variable Independiente	29
2.4.2. Descripción Conceptual de la Variable Dependiente.....	38
2.5. Hipótesis.....	47
2.6. Señalamiento de las Variables	47
2.6.1. Variable Independiente	47
2.6.2. Variable Dependiente.....	47

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Enfoque de la Investigación	48
3.2. Modalidad Básica de la Investigación.....	49
3.2.1. Investigación Bibliográfica o Documental.....	49
3.2.2. Investigación de Campo.....	50
3.3. Tipo o Nivel de Investigación	51
3.3.1. Exploratoria.....	51
3.3.2. Descriptiva	52
3.4. Población y Muestra.....	52
3.4.1. Población.....	52
3.4.2. Muestra.....	53

3.5. Operacionalización de Variables.....	55
3.6. Plan de Recolección de Información.....	57
3.7. Plan de Procesamiento de la Información.....	58

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e Interpretación	60
4.2. Verificación de Hipótesis.....	80
4.2.1. Planteo de la Hipótesis.....	80
4.2.2. Estimador Estadístico.....	80
4.2.3. Calculo del Chi Cuadrado X²	80
4.2.4. Comprobación de Hipótesis	81
4.2.5. Conclusión.....	83
4.2.6. Interpretación de la Hipótesis.....	83

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones	84
5.2. Recomendaciones.....	85

CAPITULO VI

PROPUESTA

6.1. Datos Informativos.....	87
6.2. Antecedentes	88
6.3. Justificación.....	90
6.4. Objetivos	91
6.4.1. Objetivo General	91
6.4.2. Objetivo Especifico.....	91
6.5. Análisis de Factibilidad.....	91
6.5.1. Factibilidad Administrativa y Legal.....	91
6.5.2. Factibilidad Socio-Cultural	92
6.5.3. Factibilidad de Mercado.....	92

6.5.4. Factibilidad Económica- Financiera	92
6.5.5. Factibilidad Organización	93
6.5.6. Factibilidad Ambiental.....	93
6.6. Fundamentación	93
6.7. Modelo Operativo	95
6.7.1. Requisitos para Constituir una Asociación	96
6.7.2. Requisitos Para Registrar una Asociación en la SEPS	100
6.7.3. Fases del Proyecto.....	101
6.8. Administración de la Propuesta	105
6.8.1. Organigrama Estructural	105
6.8.2. Estudio Económico - Financiero.....	105
6.9. Plan de Evaluación.....	116
 Bibliografía	 117
Anexos.....	126

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Evolución de la contribución del PIB agrícola al PIB total (real)	5
Gráfico 2. Actividades Económicas de los habitantes de la Provincia de Tungurahua	8
Gráfico 3. Categorías Fundamentales	26
Gráfico 4. Constelación de ideas variable independiente	27
Gráfico 5. Constelación de ideas variable dependiente.....	28
Gráfico 6. Coste Total, Fijo y Variable	35
Gráfico 7. Coste Medio, Coste Marginal	35
Gráfico 8. Mercadotecnia.....	39
Gráfico 9. Oferta y Demanda	41
Gráfico 10. Canal de Distribución y Comercialización	46
Gráfico 11. Género	60
Gráfico 12. Edad	61
Gráfico 13. Instrucción.....	62
Gráfico 14. Ingresos	63
Gráfico 15. Productos de cultivos y/o cosecha	64
Gráfico 16. Cantidad de Cosecha.....	66
Gráfico 17. Anotaciones o registros costos producción y comercialización.....	68
Gráfico 18. Relación Costo - Ganancia.....	69
Gráfico 19. Costos elevados.....	70
Gráfico 20. Precios de comercialización.....	71
Gráfico 21. Nivel Costo - Ganancia	72
Gráfico 22. Producto genera ganancia	73
Gráfico 23. Tipo de Mercado	75
Gráfico 24. Frecuencia de Venta.....	76
Gráfico 25. Factores negativos de la comercialización.....	77
Gráfico 26. Asociación.....	79

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Árbol de Problemas	10
Figura 2. Flujograma Constitución de una asociación.....	97
Figura 3. Organigrama Estructural.....	105

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Costos de producción	55
Tabla 2. Comercialización.....	56
Tabla 3. Plan de recolección de información	58
Tabla 4. Género	60
Tabla 5. Edad.....	61
Tabla 6. Instrucción.....	62
Tabla 7. Ingreso.....	63
Tabla 8. Productos de Cultivo y/o Cosecha	64
Tabla 9. Cantidad de Cosecha	66
Tabla 10. Anotaciones o registros costo producción y comercialización	68
Tabla 11. Relación Costo -Ganancia.....	69
Tabla 12. Costos Elevados	70
Tabla 13. Precio de Comercialización.....	71
Tabla 14. Nivel Costo - Ganancia	72
Tabla 15. Producto genera ganancia	73
Tabla 16. Tipo de Mercado	75
Tabla 17. Frecuencia de Venta.....	76
Tabla 18. Factores negativos comercialización.....	77
Tabla 19. Asociación.....	79
Tabla 20. Comprobación de Hipótesis	81
Tabla 21. Comprobación de Hipótesis	81
Tabla 22. Frecuencias Observadas	81
Tabla 23. Frecuencias Esperadas	82
Tabla 24. Frecuencias Observadas (O) y Esperadas (E)	82
Tabla 25. FASE I.....	101
Tabla 26. FASE II	102
Tabla 27. FASE III	103
Tabla 28. FASE IV	104
Tabla 29. Plan de inversión	106
Tabla 30. Financiamiento	106

Tabla 31. Tabla de Pagos	107
Tabla 32. Costo Preparación del Suelo	108
Tabla 33. Costo Sembrío.....	108
Tabla 34. Costo Mano de Obra Directa.....	108
Tabla 35. Costo Comercialización	108
Tabla 36. Costos Variables.....	109
Tabla 37. Gastos de Administración y Ventas	109
Tabla 38. Costos Otros Rubros	110
Tabla 39. Costos Fijos.....	110
Tabla 40. Volumen de Producción.....	110
Tabla 41. Depreciación	111
Tabla 42. Amortización.....	111
Tabla 43. Proyección de Ventas.....	112
Tabla 44. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	113
Tabla 45. Flujo de Caja	113
Tabla 46. Plan de Evaluación.....	116

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A- 1. Modelo de Encuesta	127
Anexo A- 2. Acta de Constitución de la Asociación	130
Anexo A- 3. Modelo de Estatuto	132
Anexo A- 4. Solicitud Registro de la Patente	142
Anexo A- 5. Formulario 01A.....	143
Anexo A- 6. Formulario 01B.....	144
Anexo A- 7. Carta de Autorización Simple	145
Anexo A- 8. Ficha Técnica	146
Anexo A- 9. Solicitud certificación de existencia legal.....	148
Anexo A- 10. Listado de asociados fundadores.....	149
Anexo A- 11. Solicitud de información al MAGAP.....	150
Anexo A- 12. Oficio de contestación MAGAP	151

RESUMEN EJECUTIVO

El Ecuador por sus diversas condiciones climáticas es un país privilegiado para generar una agricultura eficiente y de variados productos. La agricultura como actividad económica ha disminuido en el Ecuador, pero esta actividad es de gran importancia para el ser humano, por lo que tratar de preservar al máximo es necesario para mantener la soberanía alimentaria y hacer cumplir lo que establece en la constitución.

La provincia de Tungurahua desde sus inicios y ahora es un fuerte productor agrícola, y centro de intercambio de productos de este sector, gracias a que la mayoría de sus cantones se dedican a esta actividad. A excepción del Cantón Baños de Agua Santa se ha visto que la agricultura ha disminuido, y la gente se está dedicando más al turismo o a puestos de negocio como actividad laboral.

De acuerdo a una encuesta del INEC aplicada a este sector, se pudo percibir que los hombres en su mayoría practican la agricultura, que existen más agricultores con edades más adultas, además que la instrucción educativa es baja.

Los insumos agrícolas hoy en día se han vuelto cada vez más elevados y son a su vez más usados, por lo tanto es necesario planificar adecuadamente su uso con el fin de cuidar su economía y los cultivos.

Los productores agrícolas pequeños tienen problemas con la comercialización de sus productos debido al lugar que acuden a vender, como también a los productos que ofertan, al consumidor y a la falta de negociación.

Para que un agricultor pueda mejorar sus ingresos, una alternativa a considerar es la de dejar de trabajar de forma individualizada y realizar por medio de una asociación en la que con las ideas de todos y con la ayuda de instituciones gubernamentales tengan la guía para potencializar la agricultura.

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de investigación se realizara un estudio sobre los costos de producción y la comercialización de productos agrícolas por parte de los agricultores del cantón Baños de Agua Santa, la misma que se realizó de la siguiente forma:

Dentro del Capítulo I se realiza la conceptualización macro (Ecuador), meso (Tungurahua) y micro (Baños de Agua Santa); el análisis crítico, la prognosis, la justificación, y objetivos; información que nos permitirá tener un panorama inicial y orientar adecuadamente a la investigación.

En el Capítulo II se realizó el marco teórico en el que nos basamos de investigaciones anteriores, fundamentamos la investigación, realizamos la infra y supra ordinación de las dos variables, en base a ello se realiza las redes conceptuales de las dos variables. Todo ello permite sustentar la investigación en base a información segura.

En el Capítulo III se determinó el tipo de metodología del trabajo de investigación, se estableció la población y muestra, se realizó la Operacionalización de las variables y se estableció un plan de recolección de la información.

En el Capítulo IV contiene la interpretación y análisis de los resultados de la encuesta, y ello nos lleva a la verificación de la hipótesis.

En el Capítulo V se establecen las conclusiones y recomendaciones en base a nuestras variables y propuesta.

En el Capítulo IV se realiza la propuesta de la investigación, para su desarrollo se realizó los antecedentes, justificación, objetivos, fundamentación, modelo operativo y evaluación de los resultados.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Tema

Los costos de producción y la comercialización de los productos agrícolas por parte de los agricultores del cantón Baños de Agua Santa.

1.2. Planteamiento del Problema

1.2.1. Contextualización

1.2.1.1. Contextualización Macro

La agricultura es una actividad a nivel mundial, y por ello los problemas que se tienen en nuestro país son similares a los de otros países.

Basándonos en las palabras de Lacki (1995) “En América Latina más de 13,5 millones de pequeños agricultores se desempeñan en una realidad productiva y comercial similar. Estos agricultores enfrentan múltiples problemas y dificultades como: los insumos industrializados son caros, los precios de venta de la producción son bajos y la comercialización es inestable, lo que da por resultado una relación insumo/producto desfavorable”.

El Ecuador se encuentra ubicado al noroeste del continente de América del sur, con una extensión de 256.370 km², dividido en 24 provincias, cada una debido a las condiciones climáticas y los recursos naturales que poseen ha podido desarrollar diversas actividades económicas, entre ellas se encuentra la

agricultura. El Ecuador posee una población de 16.002.454 habitantes de acuerdo a las cifras publicadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, y de esta cifra según (Juárez, 2011): “En Ecuador el 37% de la población vive en zonas rurales y tiene alguna vinculación con la agricultura”. Cabe señalar que esta actividad económica viene desarrollándose desde la existencia del ser humano, y en nuestro país lo realizaban en gran proporción en los tiempos antiguos tomando en cuenta que hoy en día se ha ido dejándola de lado un poco debido a que la cultura de otros países y la tecnología de ellos se está anteponiendo a la enseñanza de la juventud del país.

De acuerdo a la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC) realizada por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el año 2012, indica que en el país existen 2,157.182 agricultores, del cual el 81,06% son hombres y el 18,94% son mujeres; además en la Región Costa es en la que más se concentran los agricultores con un 57,70%; mientras que en la Sierra lo compone un 35,69% y en la Región Oriente un 6,61%.

Nuestro país posee una ubicación privilegiada, lo que le ha brindado muchas características naturales para el desarrollo de esta actividad.

Como lo menciona Ruben (2003): “Las características físicas, ecológicas, climáticas, etc. del país están determinadas por su especial ubicación en el globo terráqueo, atravesado latitudinalmente por la línea ecuatorial y longitudinalmente por la Cordillera de los Andes y por sistemas montañosos transversales en el sentido oriente-occidente, dando lugar a la conformación de valles interandinos. Las regiones bajas y planas se encuentran al occidente junto al Océano Pacífico y, hacia el oriente, en la Amazonía”.

Pese a tener excelentes condiciones, no es suficiente cuando el trabajo no tiene una remuneración justa, por lo que muchos agricultores prefieren cambiarse de

actividad laboral que trabajar a pérdida, ya que los costos por los insumos son elevados, pero el dinero que obtienen los dueños por la venta de los productos es muy bajo por lo tanto los ingresos no son suficientes.

A pesar de que la agricultura aún es un sector importante en la economía ecuatoriana está en los últimos años ha tenido una tendencia a decrecer, y esto se puede apreciar también en la disminución del área rural, según Castillo, M. (2013) “Se observa una ligera tendencia de disminución del área rural total (de menos del 1% anual) entre los años 2006 al 2011”.

Si comparamos la agricultura del Ecuador con la de otros países tenemos los siguientes resultados: Ginocchio, L. (2012) menciona, “en el Perú, casi una tercera parte de la población vive en las zonas rurales, proviniendo el 50% de sus ingresos de la agricultura. En el ámbito nacional el 28% de la población ocupada trabaja en el sector agropecuario aportando cerca del 7,5% al PBI nacional.

Adicional a ello Ginocchio, L. (2012) señala: “El Sector Agrario se encuentra bajo constante amenaza de los fenómenos climáticos y antrópico adversos, que se manifiestan en sequías, inundaciones, friajes, especialmente los que se relacionan al Fenómeno El Niño y en aquellos provocados por la mano del hombre. Estos fenómenos se van intensificando aún más con el proceso de calentamiento global, requiriéndose políticas de prevención y adaptación.”

Otro país es el que indica Jiménez, S. (2011): “El Sector Agropecuario de la República Dominicana, ocupa un lugar primordial en la estructura productiva y en la lucha contra el hambre y la pobreza, por sus aportes a la disponibilidad de alimentos, su rol en la generación de empleos, divisas, ingresos e insumos para la agroindustria y su contribución al equilibrio sostenible del ecosistema... El comportamiento del Subsector

Agrícola en los años 2000-2009 fue fluctuante, registrando un crecimiento promedio anual de 3.8%, y un crecimiento negativo durante los años 2004 (-10.7%), 2005 (-0.2%), 2007 (-1.8%) y 2008 (-9.3%). En cambio, en el 2009, experimentó el mayor crecimiento del período citado (23.9%), lo cual muestra una alta y rápida recuperación, al ser comparado con el año anterior.”

Tomando en consideración una vez más el trabajo de Castillo, M. (2013), y según los datos que la autora ha tomado del Banco Central del Ecuador nos indica que: “La agricultura continúa siendo uno de los sectores más importantes de la economía ecuatoriana; sin embargo, la contribución del PIB agrícola al PIB total real (Figura 2.2) ha exhibido una ligera tendencia decreciente en la última década, pasando de 6.5% del PIB total en el año 2002 a 5.6% en el 2011 (y 5.3% en el 2012 con las estadísticas provisionales), presentando incrementos momentáneos en el 2003 y el 2007.”

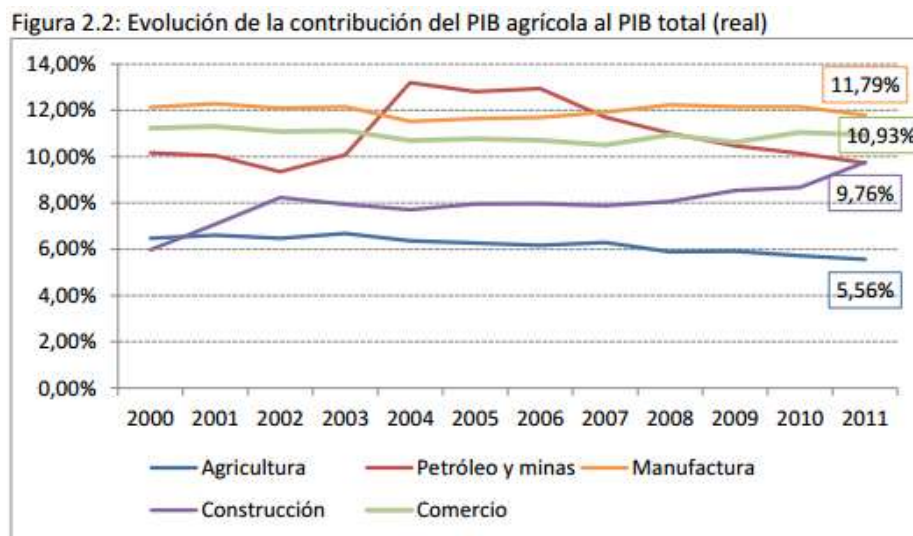


Gráfico 1. Evolución de la contribución del PIB agrícola al PIB total (real)
Fuente: BCE

Sin embargo, cabe enfatizar que la importancia de la agricultura va más allá de lo que se refleja en su contribución al PIB. Esto es debido a que el PIB agrícola no considera la producción que se realiza para autoconsumo, ni los efectos que la actividad tiene sobre el empleo y sobre otros sectores relacionados; esto además

de la importancia de la agricultura para la seguridad alimentaria interna. (Castillo, 2013).

Es así que Juárez V. (2011), expresa: “El abastecimiento de la canasta familiar en Ecuador proviene principalmente de la agricultura familiar, con el refuerzo de los minifundistas, que sin mayor apoyo produce el 51% de los alimentos consumidos en el país, pudiendo llegar al 75% según estimaciones menos conservadoras”.

1.2.1.2. Contextualización Meso

La Provincia de Tungurahua es uno de los ejes centrales del país, debido a su ubicación existe una gran afluencia comercial y de intercambio de productos agrícolas en sus ferias, específicamente en el Cantón Ambato en el Mercado Mayorista. Lugar al cual acuden miles de comerciantes de distintas provincias y cantones para la compra y venta de productos agrícolas, que posteriormente son llevados a comercializar en otras ciudades.

De acuerdo a Ospina, y otros, (2010) nos indica que: Tungurahua es la provincia más pequeña y más densamente poblada de Ecuador, y a lo largo de todo el siglo XIX fue una zona privilegiada de tránsito en el comercio interregional entre la costa y la sierra. Su importancia en dicho comercio decayó temporalmente a inicios del siglo XX con la construcción del ferrocarril, pero rápidamente se reorganizó mediante un sistema de ferias regionales que permitió aprovechar su ubicación estratégica para el abastecimiento del expansivo mercado de Guayaquil. En la segunda mitad del siglo XX, la región intensificó la diversificación de su aparato productivo desde actividades agrícolas (hortícolas, frutícolas y florícolas) hacia la producción artesanal de cueros, textiles y metalmecánica.

La provincia está conformada por 9 cantones, los nombres son: Ambato, Cevallos, Baños, Mocha, Patate, Pelileo, Píllaro, Quero y Tisaleo.

Dentro de las actividades que realizan en esta provincia está la agricultura, y lo confirma Ecuador (2014), “El pueblo de la provincia se dedican a la agricultura y ganadería, turismo, comercio, industria textil: confección de cuero, vestido, calzado, entre otras.

Esta provincia se caracteriza por las fiestas, flores, frutas y las artesanías. Los productos agrícolas más importantes de la provincia son papa, cebolla colorada, fréjol, haba, lechuga, maíz, tomate y una gran variedad de frutas”.

En la provincia existen grandes problemas en cuanto a la producción y comercialización de los productos agrícolas, esto se da debido a los costos de producción elevados (fertilizantes, semilla, etc.), costos de transporte, mano de obra, abundante presencia de intermediarios y la especulación de los precios que provocan.

Esto conlleva a que los agricultores sean mal pagados e incluso estafados, generando bajos ingresos para los agricultores y descontento por la actividad.

La provincia tiene alrededor de 504.583 habitantes, de estos 244.893 comprende la Población Económica Activa y alrededor del 19% de la PEA, en su mayoría los hombres se dedican a esta actividad de acuerdo a los datos del (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010), publicado en el Fascículo Provincial de Tungurahua. En un apartado abajo se podrá observar el Gráfico N°- 01, acerca de las actividades que se realizan en la provincia entre ellas la agricultura.

Esta actividad se lleva a cabo en toda la provincia, cada uno de los cantones ofrecen distintos productos a la provincia y al país.



Gráfico 2. Actividades Económicas de los habitantes de la Provincia de Tungurahua
Fuente: Fascículo Provincial de Tungurahua

Como se mencionó en un párrafo anterior el Mercado Mayorista de Ambato es el centro de acopio más grande la provincia:

Ospina, y otros, (2010) señalan: El mercado no es una competencia perfecta e impersonal entre agentes, cuyos términos de negociación dependen exclusivamente de la oferta y la demanda o de la calidad de su producto.

Para Ospina, y otros, (2010) menciona que: Es más bien un conjunto de transacciones entre agentes con nombres y apellido que funcionan en el marco de relaciones de poder determinadas. El primer factor de poder a considerar es, por supuesto, la escala de la producción y el costo de producirlo. Quienes tienen más tierra, más inversión, más infraestructura, más cercanía al mercado y mejores suelos, disponen de un margen mayor para la negociación. La escala de la producción es especialmente importante, porque permite una disminución de los costos de transporte. El ejemplo más claro en el MMA es el de los grandes productores de papa que tienen arreglos directos con los propietarios de las grandes bodegas. Los comerciantes envían sus camiones y camionetas a retirar la mercadería directamente en sus fincas, independientemente de la abundancia o escasez del producto.

Un determinante adicional que afecta a los costos de producción y a la comercialización de los productos agrícolas por parte de los agricultores es la erupción del volcán Tungurahua, el cual en cualquier instante puede cambiar de estado, y dañar los sembríos y productos de los agricultores, lo que genera también pérdidas a los agricultores dentro de la provincia.

1.2.1.3. Contextualización Micro

El Cantón Baños de Agua Santa, posee 20.018 habitantes de acuerdo al Censo de Población y Vivienda del Ecuador, 2010. Hoy en día este cantón tiene como principal actividad económica al turismo. La agricultura en este cantón se desarrolla a un nivel menor, debido a que ha sido desplazada por el turismo, y eso se puede apreciar al observar algunas extensiones de suelos que se encuentran con pasto y no con sembríos. Lo que se quiere buscar es una armonía entre estas dos actividades, es decir; que los turistas que visitan el cantón a más de llevar los tradicionales dulces y objetos de la ciudad se lleven productos agrícolas. Los agricultores que todavía quedan sacan los productos el día domingo a la feria, o en otros días a otras ciudades. Baños posee ocho sectores agrícolas, siendo estos: Río Negro, Río Verde, Illuchi, Runtun, Pondoá, Lligua, Vizcaya y Ulba.

Dentro de los productos que se cultivan en el cantón tenemos a la naranjilla, tomate de árbol, tomate riñón, camote, papa china, babaco, mora, guayaba, mandarina, col, maíz, frejol, limón, granadilla, zanahoria blanca, aguacate, etc.

Para la elaboración de la propuesta y con el fin de desarrollar y hacerla factible se trabajara con un sector agrícola en específico y con algunos productos propios de este sector como lo son: la mora, tomate de árbol, frejol, naranjilla y granadilla. Estos productos tienen las características de que se cultivan en menor tiempo; una vez que produce sus frutos, la frecuencia de cosecha es semanal o quincenal; la planta tiene un largo periodo de proporcionar sus frutos, la cosecha de los mismos es más fácil.

La situación se ve afectada debido a que existe un problema en cuanto al consumidor y su apreciación del valor real de los productos agrícolas de quienes

son productores, ya que estos reniegan de pagar el precio solicitado, por ello se ve afectado la comercialización. Cabe mencionar también que las condiciones en la que comercializan los agricultores no son las adecuadas, un ejemplo de ello es el lugar donde deben ubicar los productos que por lo general son lonas o plásticas en la vereda o espacio asignado para la venta, expuestos a las inclemencias del clima ya sea porque el sol provoca que los productos suden y se dañen, o porque debido a las lluvias los agricultores tienen que tapar sus productos para protegerlos o a su vez regresar con los productos a sus casas; en si toda este argumento da una apreciación poco llamativa para el consumidor.

A su vez la diferencia que se presenta entre los costos de producción y el precio que perciben por los productos, provoca que el nivel de ingreso y vida de los agricultores sea bajo. Otra situación que se presenta es que el consumidor prefiere adquirir los productos a los intermediarios o comerciantes con puesto en el mercado que les piden un precio más elevado y les proporcionan una cantidad menor, a adquirir a los productores que proporcionan una cantidad mayor de los productos o un precio menor por la misma cantidad. Adicional a ello se presenta el problema de los intermediarios o revendones, que se aprovechan de las circunstancias para pagar lo que a ellos les conviene a los productores.

1.2.2. Análisis crítico

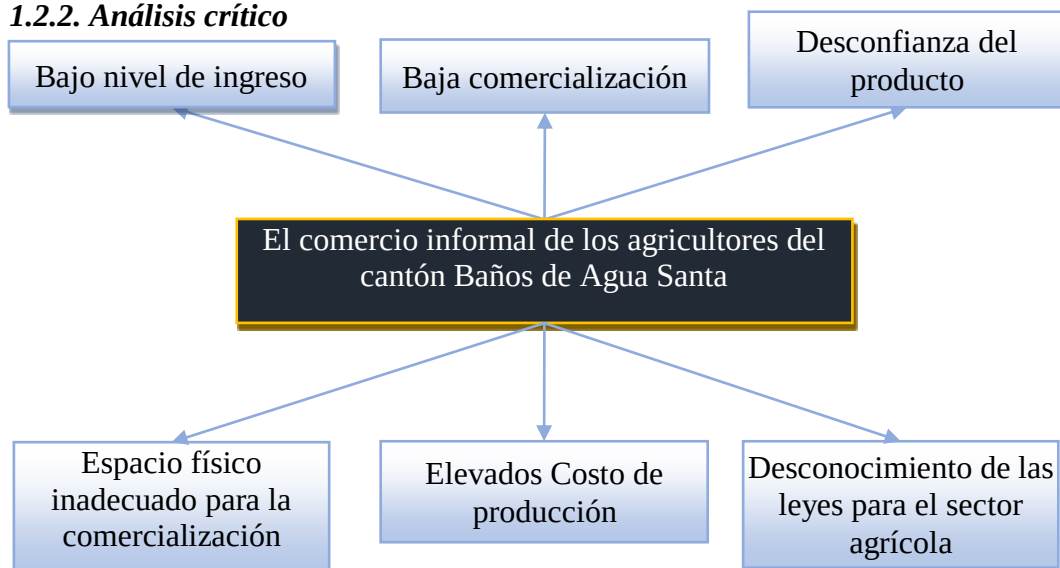


Figura 1. Árbol de Problemas
Elaborado por: Chauca, C. (2015)

El comercio informal es un grave problema que se presenta en el país y sin excepción alguna no exime del problema a Baños. El comercio informal de los agricultores se ha venido dando desde varios años, a pesar de que se han planteado soluciones como es el caso de que el día viernes se apertura la plaza 5 de Junio para la venta de quienes se considera productores, esto a la final ha ayudado un poco pero no ha sido una solución definitiva, debido a que no todos los que comercializan ese día son dueños como suelen decir los agricultores, y además no todas las personas tienen conocimiento sobre esa feria y por ende los consumidores son menores, adicional a ello los fines de semana son los días que más gente atrae a la ciudad, entonces el día dispuesto para que los agricultores no les favorece del todo y quien en si sale beneficiado son los comerciantes de otras ciudades.

Por ello algunos agricultores prefieren sacar sus productos agrícolas el domingo, a pesar de que el lugar donde expenden los productos no es el adecuado, ellos consideran que la posibilidad de vender es mayor debido a que hay más afluencia de demandantes.

Debido a esta problemática es necesario realizar un análisis crítico sobre las causas que llevan al problema y los efectos que generan en el mismo. La comercialización informal de los agricultores del cantón Baños de Agua Santa se da por la existencia de un espacio físico inadecuado, el desconocimiento de las leyes establecidas para el sector agrícola y la comercialización de sus productos, y los elevados costos de producción; los efectos que tiene sobre el problema es bajo de nivel de ingresos, desconfianza del producto y baja comercialización de los productos agrícolas.

La existencia de un espacio inadecuado o específicamente para los agricultores de Baños, provoca que los mismos sientan que no tienen un lugar donde poder ofrecer sus productos, y muchos consideren que no existe apoyo, y decidan vender en los mercados de otras ciudades a pesar de que la cantidad ofertada de productos sea baja, lo que conlleva a que los ingresos sean cada vez menores.

La comercialización de los productos agrícolas se ha visto afectada debido a la ubicación que estos poseen, ya que no están a la vista del consumidor lo que priva que sus productos sean comprados. Otro agregado negativo se da en que los productos tienen que ubicarlos en el suelo, y esto genera una percepción poca apreciable para el consumidor generando desconfianza de lo que va adquirir, por lo que dejan de adquirir mencionados productos, lo que libera posteriormente en pérdidas y/o en rendimientos agrícolas bajos. En síntesis esto conlleva en un futuro a que los productores se cansen y decidan abandonar esta actividad, debido a la baja demanda de los consumidores, al precio bajo que les pagan.

Los altos costos de los insumos agrícolas, disminuyen las ganancias obtenidas por los agricultores, o en pérdidas para los mismos, ya que no cubre el gasto generado. Otra causal es el desconocimiento sobre las leyes acerca del sector agrícola y la comercialización de sus productos, muchos de los agricultores no tienen una instrucción educativa adecuada como para entender las leyes o más aun, algunos ni conocen que existen estas leyes o piensan que no es de interés de ello o que no les afecta o beneficia, los efectos que tienen se pueden corregir si se conoce sobre las leyes, pues estos determinan lo que se puede hacer o no, indica a lo que se tiene derecho y por lo tanto exigir que se atienda a este sector.

Para finalizar es urgente que se de atención a este sector, pues los ingresos que se generen servirá para el cantón en sí, hay que entender que no se puede querer desarrollo sin tener los recursos suficientes.

1.2.3. Prognosis

La agricultura más allá de ser una actividad económica es también fuente de alimentación para los seres vivos, pero debido a que no se le da en estos últimos tiempos la importancia que se merece, llegara el momento en que sea escaza y que esta no satisfaga la demanda de la población, debido al abandono de la actividad. Pero este abandono es generado por la excesiva existencia de intermediarios, el poco control en los mismos, los elevados costos de producción, la baja comercialización y la escaza ganancia que perciben los agricultores, lo que

provoca que los intermediarios salgan mejor beneficiados de quienes realizan la labor dura.

Además debemos añadir a la poca presencia que tiene el Gobierno o las instituciones públicas en trabajar por este sector, pues no se han creado un proyecto en el que se involucre directamente al productor.

De no implementar un plan de trabajo e incentivos para el agricultor, este se cansará y decidirá ir por otras opciones. En el caso de que no lo encuentren provocará desempleo, migración y más pobreza.

Si prestamos atención, los jóvenes con el pasar de los años se van preparando académicamente y pocos son los que se interesan por la agricultura, una gran parte deja rezagada a la agricultura. La juventud de ahora no les interesa trabajar en la tierra, lo que aspiran es un trabajo donde no se tengan que ensuciar, tengan un horario estable y sean bien remunerados. Pero si no se hace algo ahora, puede incurrir en un futuro en una crisis mundial de alimentos, solo cuando llegue ese momento la población reaccionará y se darán cuenta que la agricultura y la producción de alimentos es vulnerable e insostenible. Un ejemplo de ello tenemos a algunos países en el Continente Africano, en la cual debido a que no poseen abundantes recursos naturales sufren de hambre y cada año mueren miles de ciudadanos. Si dejamos a la tierra sin el factor trabajo, esta no podrá sola producir alimentos.

Otra situación que se presenta es el uso indiscriminado de fertilizantes en los cultivos lo que lleva a que sean perjudiciales para el consumo humano y su salud, y que el suelo se acostumbre al uso de los mismos y no produzca como las épocas antiguas, además esto conlleva a que los costos se eleven y que la comercialización sea baja, seguidamente a que las ganancias sean mínimas.

Los alimentos que esta actividad genera han permitido que nuestro país no sufra hambre, como en África sucede. Pero si no se le da el valor real que tiene, y si no

hacemos algo para que las generaciones futuras se interesen por mantener; esta podría desaparecer y el ser humano con ella.

1.2.4. Formulación del Problema

¿Qué impacto tiene los costos de producción en la comercialización de los productos agrícolas?

1.2.5. Interrogantes

¿Cómo se establecen los costos de producción de los productos agrícolas?

¿De qué manera se ve afectada la comercialización de los productos agrícolas?

¿Qué alternativas de solución es la más adecuada para disminuir el comercio informal agrícola?

1.2.6. Delimitación

Campo: Economía

Área: Microeconomía

Aspecto: Costos de producción y la comercialización de los productos agrícolas

Espacial: Cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua, República del Ecuador

Temporal: La investigación se desarrollara en el segundo semestre del año 2014.

Poblacional: Los Agricultores del Cantón Baños de Agua Santa.

1.3. Justificación

El interés por este tema se origina por la cercanía que tengo con la misma. Al conversar con algunas personas, me fui enterando de la problemática, la cual

debido a los altos costos de producción, la comercialización de los mismos es baja y por lo tanto los ingresos igual, adicionalmente a ello las condiciones para la comercialización no son las más adecuadas; conlleva a que muchos sufran una decepción y busquen nuevas fuentes de ingresos y dejen un lado la agricultura.

Es importante mencionar que el estudio se realiza debido a que es urgente la elaboración de algún plan de trabajo, para apoyar a los agricultores y de esta forma también cuidar de la seguridad alimentaria, ya que influye directamente en la producción de los alimentos.

Lo que se desea generar con este trabajo investigativo, es proporcionar una solución a este sector, pero una solución real que se vea con resultados y cifras de que se ha mejorado la infraestructura, de que las autoridades proporcionen una capacitación sobre como planificar y manejar adecuadamente los costos en los que debe incurrir durante la compra de los insumos agrícolas, y que empiecen por cambiar las condiciones de la agricultura a una ecológica, limpia y saludable.

Es importante señalar que para generar la solución debo conocer de cerca la situación, por ello se realizara observaciones, se aplicara encuestas y se conversara con ellos directamente, todo ello me permitirá ir recopilando información, para después crear alternativas de solución.

Así mismo, se quiere impulsar a los agricultores para que cultiven más cantidad de productos, con el objetivo de que si bajan de precios los productos, se obtenga una ganancia mayor por el volumen de producción, es decir; se aproveche más la tierra, y por esa misma cantidad de tierra se produzca más, aplicando de esta manera economía de escala.

Otra razón es la determinar los costos totales de producción, identificar cuáles son los rubros de costos más elevados que genera un cultivo, y trabajar en ellos para reducirlos.

También se busca generar empleo, y mantener esta práctica en quiénes lo practican. A demás, con ello evitar que se reduzca el sector rural debido a la

migración de la población del campo a la ciudad, y como no existe suficiente territorio en la ciudad se van extendiendo para afuera y toda la vegetación que se encuentra se destruye y se convierte en casas, edificios, etc., lo que va reduciendo el área rural.

Esta investigación va hacer factible, gracias a que el sector en el cuál se realizará la misma, está cerca de mi entorno y la población a la que se realizará la investigación, en una parte las conozco y sé que me darán la apertura para obtener información. En cuanto al acceso de base de datos de alguna institución va a ser difícil, pero se buscara obtener los mismos de alguna forma.

Un ejemplo de que se puede hacer un cambio en la producción y comercialización de productos agrícolas nos proporciona (Juárez V. (2011), “En Tisaleo 3.260 msnm, en Tungurahua, Segundo Iza y su familia producen mora. Ellos han logrado establecer un sistema de comercialización en el que toda su mora está vendida a través de una organización. Si tiene excedentes, lo vende en el mercado de Tisaleo y Ambato. Antes, Segundo migraba a la ciudad para trabajar en la elaboración de guitarras. Ahora la familia vive sólo de la chacra, sin preocupaciones económicas”.

Y este caso no solo queda en un desarrollo para la familia en sí, sino que el desarrollo se expande a toda la localidad y esto lo menciona Juárez V. (2011): “El impacto social creado por esta familia repercute en el sector, no es un caso aislado; existen varios agricultores que trabajan en sistemas similares y que llevan a sus hogares un cambio social real”.

Por otra parte, impulsar esta actividad a las generaciones actuales y venideras va a tener resultados positivos en un futuro, y más aún si esa producción agrícola se basa en generar productos naturales, que no hayan sido tratados con sustancias químicas. Debido a que existe una creciente demanda de estos productos, puede llegar a ser una de las posibles salidas profesionales para las personas que se dediquen a ello. De hecho, al no usar sustancias químicas se reducen los costos

por este concepto, aunque se generen otros por nuevos agregados, pero en sí el producto tiene un plus, por ello recibe un precio más alto, mejorando de esta forma la calidad de vida de los agricultores.

En conclusión la agricultura como actividad económica no debe desaparecer, y debe ser apoyada e impulsada por los gobiernos de turno, en conjunto con la participación de los agricultores como factores principales de la producción de alimentos, los mismos que deben trabajar por evitar una escasez de los mismos en un futuro.

1.4. Objetivos

1.4.1. General

Analizar el impacto que tiene los costos de producción en la comercialización de los productos agrícolas para el mejoramiento de la calidad de vida.

1.4.2. Específicos

Determinar el manejo de los costos de producción que realizan los agricultores cuando cultivan los productos agrícolas en el Cantón Baños de Agua Santa para una mejor optimización de los recursos.

Investigar las condiciones de la comercialización de los productos agrícolas por parte de los agricultores del cantón Baños de Agua Santa para el impulso de esta actividad en el mercado.

Proponer un proyecto de creación de una asociación como la alternativa de solución más adecuada para el mejoramiento de los costos de producción y la comercialización de los productos agrícolas por parte de los agricultores del Cantón Baños de Agua Santa.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Investigativos

Para desarrollar la siguiente investigación se utilizara trabajos de varios autores que elaboraron en su momento investigaciones relacionadas al tema propuesto.

Es de gran importancia tomar en cuenta el trabajo investigativo de García, F. (2005) denominado “El sector agrario del Ecuador: Incertidumbre (riesgos) ante la globalización” en el que se menciona “el Ecuador desde mediados de los años sesenta del siglo XX hasta la actualidad, las estructuras agrarias han sufrido el impacto de la intervención estatal mediante sendas leyes que promovían reformas agrarias en 1964 (Ley de Reforma Agraria y de Colonización) y en 1973 (Ley de Reforma Agraria), y de la importante modificación de la política agraria de estructuras producida durante los años noventa al albor de la implementación de las políticas neoliberales en este campo (Ley de Desarrollo Agrario de 1994)”

Igualmente indica García, F. (2005) en el mismo trabajo “La agricultura ecuatoriana está viendo estos últimos años cómo la expansión de la frontera agrícola se ha detenido, al mismo tiempo que sigue dándose un crecimiento acelerado de los pastos permanentes y una reorientación interna de usos de la tierra en términos de cultivos.”

García, F. (2005) también señala “La reorientación interna del uso de tierra en los distintos cultivos está siendo muy intensa, y responde fundamentalmente a la conjugación de las coyunturas del mercado de determinados productos (especialmente de aquellos ligados al mercado internacional y a los intereses de la agroindustria mundial) y a la multiplicidad de estrategias adaptativas de la pequeña y mediana agricultura familiar ante la evolución de los precios percibidos, de la carestía de los insumos que se necesita adquirir y de la propia inestabilidad (volatilidad) económica general que ha imperado en el Ecuador en los postreros ejercicios.”

Como lo dice García el sector agrario pese a que se han creado leyes y reformas para este sector, esta solo lo han realizado con el fin de proteger a los grandes hacendados y dueños de extensas áreas de terreno, pero con el tiempo estas reformas no han beneficiado para que sea intensiva la agricultura sino que ha mermado la población agrícola debido a que esta actividad no representa seguridad para sustentar a las familias.

Esto con lleva a un problema más, como lo describe Alberdi, J. (2009) en su trabajo investigativo de nombre “Medio Rural y Abandono de la Agricultura. Desarrollo de un Ejemplo: El Caserío Vasco” se plantearon algunas ideas como “El interés de algunos de sus miembros jóvenes por esta actividad es garantía de continuidad. Sin embargo, en la mayoría de los casos, la población más joven no muestra interés por tomar el relevo en esta función. El resultado es el comienzo de un proceso que en distintas fases (empieza una vez que el jefe de la explotación supera los 50 años), lleva al abandono de las labores agrarias”.

A demás Alberdi, J. (2009) también nos indica: “Por si todo lo anterior fuera poco, el trabajo agrario en sí mismo carece de atractivos para la mayor parte de los jóvenes. A pesar de las mejoras tecnológicas que ha propiciado la modernización, el trabajo del campo sigue siendo duro. Y lo que es peor, su horario lo hace muchas veces incompatible con el tiempo de ocio y de vacaciones del que gozan otros trabajadores de los demás sectores económicos. Este aspecto del tiempo de ocio se revela fundamental. Por otro lado la recompensa económica, salvo excepciones, tampoco es satisfactoria, ya que comparativamente hablando las rentas resultan escasas en función de la dedicación que se precisa”.

Si analizamos lo dicho por el autor anterior, se puede decir que lo que sucede en el Caserío Vasco es una realidad que está pasando en todo el mundo y por lo tanto no exime al cantón Baños de esta situación, tenemos como detonante a los jóvenes que provienen de familias que practican esta actividad, pero que no quieren continuar con la misma debido a que consideran que no es una actividad que les ofrezca un crecimiento económico, a pesar del esfuerzo que requieren para la

misma, por ello prefieren estudiar para tener mejores oportunidades de empleo y no ven al estudio como una arma para mejorar esta actividad.

El problema de esta actividad económica va mucho más allá de una actividad normal, esta interfiere en la generación de alimentos necesarios para la población del sector y su excedente para las demás ciudades, pero esto puede verse afectado en un futuro por variadas razones entre ellas puede llegar un día que la demanda de alimentos supere a la oferta.

Se debería tomar en cuenta las palabras del trabajo de investigación de Lacki, P. (1995) de nombre “Desarrollo Agropecuario: De la dependencia al protagonismo del agricultor”, el cual señala “Los países de América Latina necesitan que todos sus agricultores realicen una agricultura rentable y competitiva; no sólo por imperativos de justicia social, sino también porque la agricultura en su globalidad tiene potencialidades para hacer un aporte mucho más significativo a la solución de los grandes problemas nacionales. Sin embargo no podrá hacer dicho aporte mientras la gran mayoría de los agricultores de América Latina y el Caribe sigan practicando una agricultura arcaica y rudimentaria y cometiendo algunas, varias o todas las distorsiones que están ilustradas en el dibujo N° 4 de este documento. Porque las ineficiencias de producción, gestión y comercialización de insumos y productos allí indicadas son la principal causa del subdesarrollo imperante en el medio rural, el que a su vez contribuye al subdesarrollo nacional.”

Es claro el mensaje que la FAO por medio de Lacki indica, pues esta actividad es primordial para la vida, y además de ello mueve la economía, lo que permitiría que muchos problemas del país se solucionen. Los productos agrícolas son necesarios por lo tanto siempre van a ser aceptados en el mercado. Pero también es importante que se maneje adecuadamente esta actividad para poder ofrecer buenos productos por medio del aprovechamiento correcto de los recursos, de la innovación de las técnicas de cultivo que ayuden a ser más eficientes y competitivos en el mercado, y por ultimo como fin sea el de salir del subdesarrollo en el que se encuentra el país.

La agricultura es una actividad económica y como tal sólo podrá sostenerse si es rentable y para que esto sea posible deberá ser encarada con visión empresarial.

La forma profesional y empresarial de hacer agricultura requiere que los agricultores tengan mejores conocimientos, habilidades, aptitudes y destrezas, porque éstas les proporcionarán la autosuficiencia técnica y especialmente la autoconfianza anímica para que ellos mismos puedan asumir el protagonismo en la solución de sus propios problemas. (Lacki, 1995), en su trabajo de investigación denominado “Desarrollo Agropecuario: De la dependencia al protagonismo del agricultor”.

Para potenciar esta actividad se requiere que los agricultores sean los protagonistas en buscar ayuda por medio de los dirigentes y gobiernos para que les proporcionen personal que les capacite en técnicas más eficientes de cultivo y con el tiempo tengan el conocimiento suficiente que les permita tomar decisiones adecuadas por sí mismo.

Para concluir es importante que el gobierno local tome acción y plantee soluciones a los problemas que tienen este grupo de población y trabajar por la generación de políticas de desarrollo económico que sean inclusivas.

2.2. Fundamentación Filosófica

Para la ejecución de la presente investigación se utilizará el paradigma constructivista, el mismo que ha tenido gran influencia en el enfoque cualitativo. Este paradigma considera que la realidad es construida socialmente, y que a su vez las percepciones de la misma son modificadas mientras se lleva a cabo el proceso de estudio.

Según Rodríguez, (2007)“la idea de paradigma encierra todo un marco de supuestos conceptuales y de métodos, los cuales son compartidos y utilizados por los integrantes de un área disciplinaria.”

Analizando lo que dice Rodríguez se puede entender que es un modelo que enjuga conocimiento, ideas, teorías, creencias que sirven como guía para dar solución a los diferentes enigmas de la vida y nos indica también los cambios o transformaciones que el paradigma sufre a lo largo del tiempo.

Mientras se ha llevado a cabo la investigación se ha percibido diferentes opiniones de trabajos investigativos que han ido dando forma a este trabajo, pero también se busca el apoyo de los individuos de estudio para que aporten con información, es decir que exista el involucramiento e interacción social con estos individuos.

El conocimiento que nos trasmite la población se aplicara para construir el trabajo investigativo, en una relación objeto-sujeto a través de una construcción propia. Al momento de plantear el tema e iniciar a investigar el problema, resulta difícil entender a primera vista la información pero una vez que la idea ha sido explorada en distintas formas se hace más fácil percibir el esquema propuesto, y la comprensión es generalmente más amplia.

2.2.1. Fundamentación Epistemológica

Estudia los problemas desde circunstancias históricas, psicológicas y sociológicas que le llevan a la generación del conocimiento y de criterios capaces de justificar la investigación.

Esta fundamentación nos proporciona el origen de las variables de estudio; es decir, que nos ayuda a encontrar desde donde provienen estos términos y un análisis de los mismos.

Si realizamos el estudio de la agricultura entonces tenemos que conocer de donde proviene esta palabra y es así que se puede decir que la palabra agricultura se divide en AGRI que significa “campo de cultivo” y CULTURA representa a “cultivo o cultivado”.

2.2.2. Fundamentación Ontológica

La fundamentación se enfoca en la razón de ser del problema para poder identificar la solución al mismo. Se orienta en que el conocimiento verdadero se encuentra en los conceptos y pensamiento porque al momento en que deja de existir un objeto o un individuo el conocimiento no desaparece.

2.2.3. Fundamentación Axiológica

Esta fundamentación nos ayuda a valorar la investigación de manera positiva o negativa, por medio de principios que nos ayudan a considerar si es o no valioso.

A través de esta fundamentación se determinara valores específicos para evaluar el pensamiento de los individuos de estudio en relación al problema y a la actividad que realizan que es la agricultura, es importante llegar a un consenso de ideas debido a que todos pensamos de manera distinta y asignamos un valor diferente a las cosas.

En esta investigación se propenda a aplicar ciertos valores como: la responsabilidad en levantar información y plasmarla en este documento; la honradez en cuanto al uso de trabajos investigativos de otros autores, para ello se citara todo trabajo que haya ocupado reconociéndole de esta forma su aporte a la investigación; también valorare el respeto por los resultados que me arroje la investigación aceptándole, sea que respondan a la investigación o no, en el caso de que se relacione con la misma se trabajara en busca de otra respuesta.

2.2.4. Fundamentación Económica

La economía está relacionada con los procesos de producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios, y estudia sobre todo los recursos escasos que satisfacen las necesidades ilimitadas del ser humano, entonces la economía aparece para administrar aquellos recursos.

Desde un punto de vista económico la investigación se realizara de acuerdo a la ideología de David Ricardo (1772-1883), cuyo aporte consistió en explicar el rendimiento de la tierra, también la relación entre el precio de los productos y los gastos efectuados en su explotación. Este pensador formaba parte de la escuela clásica que tenía como fin el liberalismo económico.

2.3. Fundamentación Legal

La base jurídica o legal en la que se sustenta esta investigación es la siguiente:

La investigación se apoya en la Constitución de la República del Ecuador (2008) publicada en el Registro Oficial No. 449 con fecha 20 de octubre de 2008 en el Art. 74 dice: “Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir. Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado.”

Asimismo en la Constitución de la República del Ecuador (2008) publicada en el Registro Oficial No. 449 con fecha 20 de octubre de 2008 en el Art. 410 dice: “El Estado brindará a los agricultores y a las comunidades rurales apoyo para la conservación y restauración de los suelos, así como para el desarrollo de prácticas agrícolas que los protejan y promuevan la soberanía alimentaria”.

La investigación además está relacionada con el Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017) en su Objetivo 2, Política 2.11. y el Lineamiento estratégico “g” menciona: “Mejorar los niveles de productividad de la agricultura familiar y campesina y demás sistemas agro-productivos mediante sistemas de producción que respeten la naturaleza y la pertinencia cultural.”

De igual manera el Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017) en su Objetivo 2, Política 2.11. y el Lineamiento estratégico “h” señala: “Abrir y garantizar canales de exportación para los productos de la agricultura familiar y campesina, aprovechando la demanda global de productos alimenticios.”

Dentro del Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017) en su Objetivo 2, Política 2.11. y el Lineamiento estratégico “i” se indica también: “Garantizar el acceso, el uso y el intercambio de semillas locales de calidad en todo el territorio nacional y promover el uso de biotecnología con pertinencia cultural y geográfica y protegiendo la soberanía alimentaria.”

Se indica a sí mismo en el Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017) en su Objetivo 2, Política 2.11. y el Lineamiento estratégico “m” lo siguiente: “Mejorar la gestión de los territorios rurales del país para asegurar la soberanía alimentaria nacional, privilegiando las prácticas orgánicas y las tradicionales sostenibles en las diferentes escalas de la producción agropecuaria, desde la agricultura familiar y campesina hasta los grandes monocultivos, en el marco de la revolución agraria.”

Se fundamenta a su vez en el Proyecto de Ley Orgánica de Comercialización y Abastecimiento Alimentario (2012), Art. 1 dice: “El objetivo de la presente ley es establecer mecanismos idóneos para el fomento y el desarrollo del sistema de comercialización y abastecimiento alimentario en la República del Ecuador. A través de los sistemas de fomento y desarrollo considerados en la presente ley se procura garantizar la soberanía alimentaria y el abastecimiento de alimentos sanos, nutritivos, suficientes y de óptima calidad, y demás productos agrícolas, pecuarios, acuícolas, pesqueros, hidrobiológicos y agroindustriales, de carácter alimentario y no alimentarios, que satisfagan las necesidades del mercado local y puedan competir en condiciones favorables en los mercados internacionales, apoyando el desarrollo de la economía nacional. El Estado debe garantizar que los Mercados en la República del Ecuador para satisfacer las necesidades de los consumidores deben mantener un sistema de comercialización de productos que se sustente en el pago de un precio justo, para productores y consumidores, por los mismos y que provengan de sistemas de producción con responsabilidad social y ambiental.”, además esta Ley tiene como fin proteger a los comerciantes agrícolas, por lo tanto todos sus artículos son de gran importancia y base para proteger al agricultor durante la comercialización de sus productos.

2.4. Categorías Fundamentales

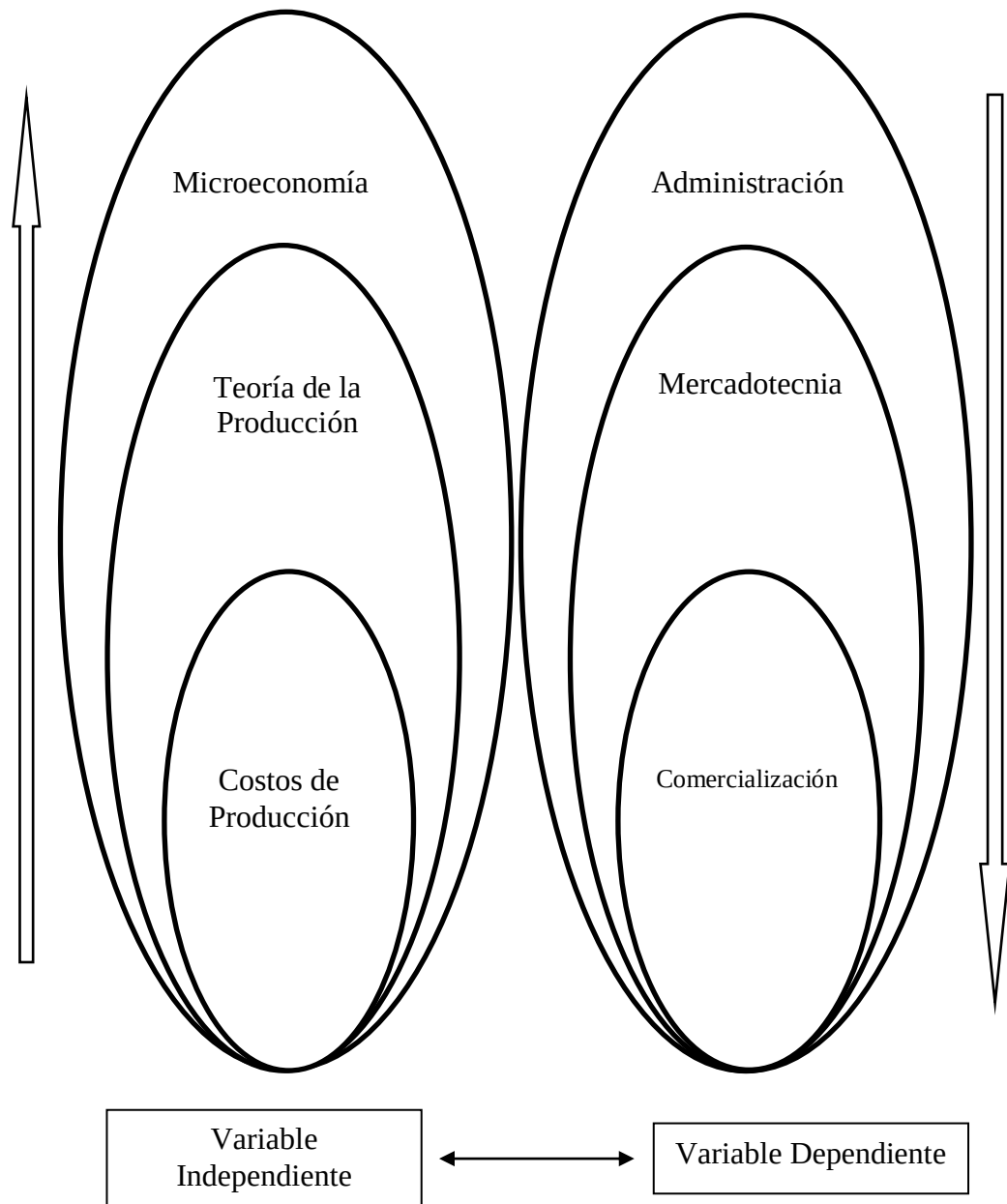


Gráfico 3. Categorías Fundamentales
Elaborado por: Chauca, C. (2015)

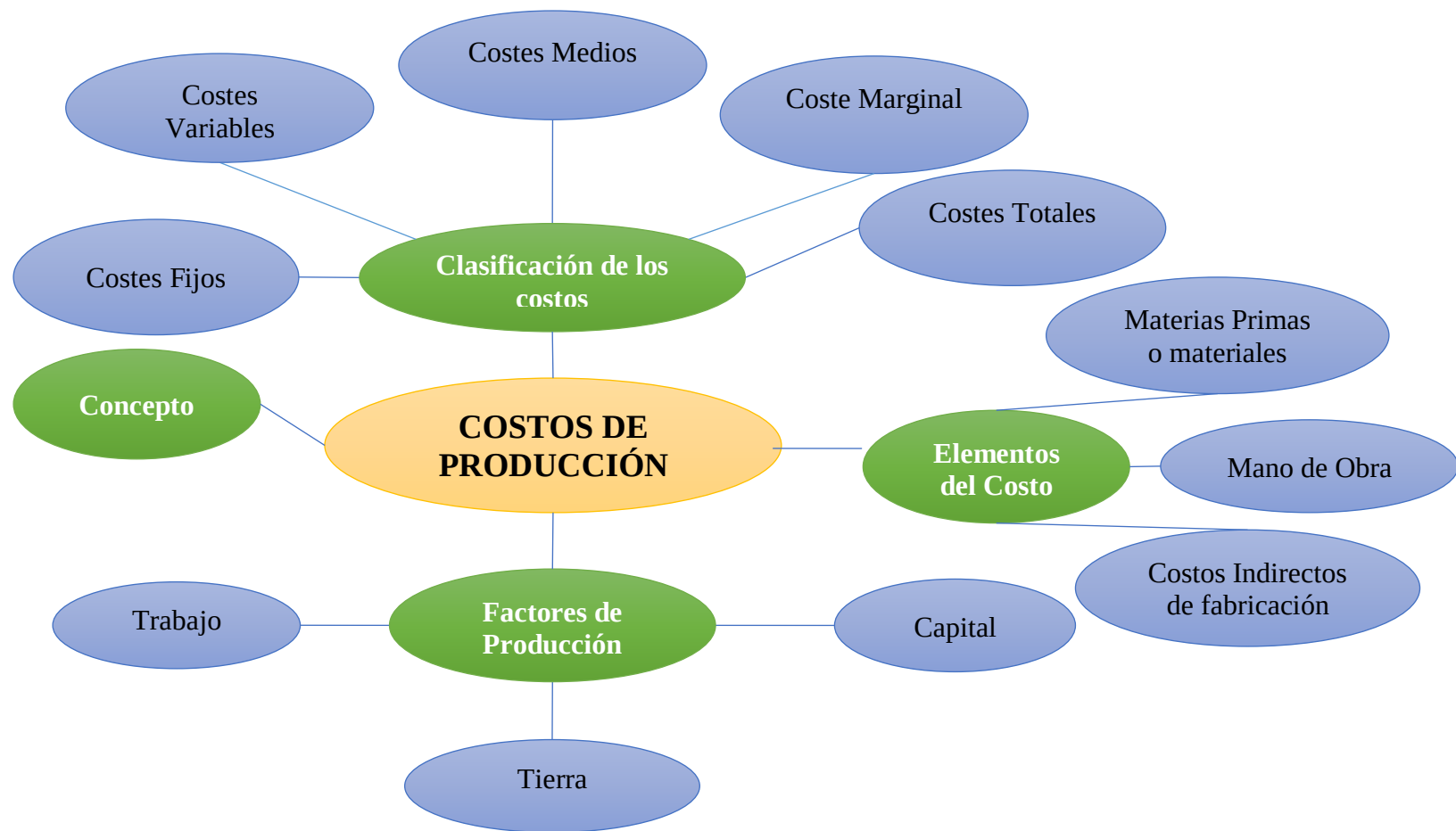


Gráfico 4. Constelación de ideas variable independiente
Elaborado por: Chauca, C. (2015)



Gráfico 5. Constelación de ideas variable dependiente
Elaborado por: Chauca, C. (2015)

2.4.1. Descripción conceptual de la variable independiente

La variable independiente “Costos de Producción” posee las siguientes categorías fundamentales:

Microeconomía

La economía se divide en dos ramas la Macroeconomía y la Microeconomía, en este trabajo se referirá sobre el segundo término:

Según el Centro de Investigaciones Económicas (2005), dice: “El enfoque microeconómico analiza cómo actúan las unidades económicas y cómo se relacionan en el mercado de bienes y servicios o en el mercado de factores. La microeconomía estudia, por ejemplo, cómo se modifica la demanda de combustibles cuando su precio aumenta a raíz del incremento en el precio del barril de petróleo. También brinda respuestas a la interrogante de lo que puede suceder en los mercados de otros bienes sustitutivos (como la electricidad o el gas natural) frente a ese aumento del precio del petróleo.”

Por su parte Triunfo, P.; Torello, M.; Berretta, N.; Vicente, L.; Della, U.; Bergara, M.; Spremolla, A.; Tansini, R.; Vaillant, M.; Terra, I.; Rossi, M.; Patrón, R.; Tansini, R.; Ferre, Z.; Fachola, G. & González, M., (2003) mencionan en su trabajo lo siguiente: “Una preocupación de la microeconomía es el estudio de la manera en que los agentes económicos asignan recursos escasos a los múltiples usos posibles. Por ejemplo, a la microeconomía le interesa cómo fue afectado el comercio minorista con la instalación del hipermercado Géant. Asimismo, es preocupación evaluar cómo esta instalación afectó los precios de los productos en ese mercado.”

Además Samuelson, N. (2002) indica: “Frecuentemente se consideraba a Adam Smith como fundador de la microeconomía, rama de nuestra disciplina que se ocupa hoy del comportamiento de entidades individuales tales como mercados, empresas y hogares.”

En base a lo que definen cada uno de los autores de la microeconomía se puede resumir que evalúa la conducta de los individuos de una forma más interna, se preocupa de situaciones más directas que afectan los mercados de bienes y servicios como es el precio, los factores de producción, la demanda y oferta de productos, etc., todo ello se da de acuerdo a las decisiones que toman estos individuos.

Teoría de la producción

Según González, M. (2006), menciona: “La función de producción o de operaciones en la empresa tiene por objeto la producción de materiales, bien sean de consumo, como un coche, o de inversión como una máquina, y/o de servicios...Es decir, en todo proceso de producción se utiliza unos recursos (inputs), que suponen siempre un coste, para obtener unos resultados, que son los productos/servicios outputs), y esto se intenta conseguir de manera que se obtenga la máxima calidad al mínimo precio.”

Además comenta García, S. (1994): “La Teoría de producción busca dar respuesta a cual es aquella relación entre el consumo o carga del factor (r) y el rendimiento o producto obtenido de la combinación de factores: se busca la ley, o bien la regularidad de esta relación...La teoría de producción permite conocer el rendimiento, la eficiencia técnica en la asignación de los recursos. Asimismo analiza la capacidad de sustitución entre los diferentes recursos, y la desviación con la que se ha realizado la combinación de factores con respecto a los “óptimos” que pueden lograrse según las estructuras y comportamientos de los factores productivos”

La producción de un bien y un servicio implica la utilización de recursos, por lo tanto se entiende que la teoría de producción nos ayuda a analizar, organizar y combinar los recursos que se posee para lograr la máxima producción con el mínimo de recursos.

Costos de producción

Conceptos

Considerando la información de Rojas, R. (2007) que manifiesta: “Son los que se generan durante el proceso de transformar la materia prima en un producto final”

Por otra parte Zugarramurdi, A., Parín, M. & Lupin, H., (1998) opina: “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.”

Además Zugarramurdi, A., Parín, M. & Lupin, H., (1998) comenta: “El costo de producción tiene dos características opuestas, que algunas veces no están bien entendidas en los países en vías de desarrollo. La primera es que para producir bienes uno debe gastar; esto significa generar un costo. La segunda característica es que los costos deberían ser mantenidos tan bajos como sea posible y eliminados los innecesarios. Esto no significa el corte o la eliminación de los costos indiscriminadamente.”

La utilización de los recursos que lleve como fin la generación de un producto con lleva un gasto, por lo tanto vienen a representar el costo en el que se incurre durante todo el proceso de producción de un producto o varios productos, mismos que son obligatoriamente necesarios en una producción, pero que se debe tratar de que siempre sean mínimos para que la diferencia con el ingreso genere un máximo beneficio.

Clasificación de los costos

Es también importante evaluar los costos que representan la práctica de esta actividad, para ello estudiamos el trabajo de Molina, Acuña & Marmelicz, (2014) que menciona: “el costo se comporta según el nivel de actividad. Así un costo fijo es aquel que no varía cuando se modifican los niveles de producción, es decir, permanecen constantes. Los costos variables son aquellos que varían de acuerdo

con el nivel de producción. Existen otros costos que se denominan mixtos, pues poseen una conjunción de componentes fijos y variables (energía eléctrica). El ideal de la empresa agropecuaria es disminuir en la medida de lo posible los costos fijos, así no tendrá demasiadas erogaciones en caso de bajos niveles de producción.”

La agricultura en el país está sufriendo una transición que trae consigo una influencia en la variación en la cantidad de productos que se producen, en los costos en que incurren hoy en día para producir los alimentos y los precios a los que se vende dichos productos agrícolas.

Coste Fijo

De acuerdo a Rionda, J. (2006) los costes fijos: “Están disociados de la producción, independientemente de lo que se produzca siempre se incurre en ellos.”

Mientras que Cuevas, C. (2001) dice: “Son costos que permanecen constantes en su magnitud, independientemente de los cambios en el nivel de actividad. Esto es, que al contrario de los costos variables, los fijos no son afectados por cambios en la actividad de periodo a periodo. Consecuentemente, cuando el nivel de actividad varía, el costo fijo permanece constante en la cantidad total.”

En palabras de Escobar, H. (2003): “El costo fijo es el costo de aquellos recursos cuyo uso no incide directamente en el volumen de producción obtenido. Están representados por aquellos costos en los que, una vez se inicia el proceso de producción se incurre en ellos en forma permanente, independientemente del nivel de producción.”

Considerando la información del CIP (1996) dice: “Ellos permanecen inalterables dentro de cualquier periodo establecido para cualquier cantidad de producto. Ellos no se elevan o caen cuando los productos aumentan o disminuyen.”

Como todos los autores lo mencionan este tipo de coste se mantiene siempre igual es inalterable con el volumen de producción y con el tiempo, por lo tanto se recomienda que se produzca más para que no tengan mucho peso al momento de obtener el costo del producto y el beneficio que se genere por el mismo.

Coste Variable

Según Rionda, J. (2006) menciona: “Son aquellos que varían en directa proporcionalidad con la escala productiva.”

Por otro lado Cuevas, C. (2001) dice: “Son aquellos costos que varían, en su monto total, en proporción directa a los cambios de actividad. Un buen ejemplo de los costes variables son los materiales directos. El costo del material directo usado durante un periodo variará, en total, en proporción directa al número de unidades producidas.”

Sin embargo Escobar, H. (2003) aduce: “El costo variable es el costo de los recursos cuyo uso afecta directamente el volumen de producto obtenido. Un caso típico de costo variable lo constituyen los fertilizantes, puesto que la fertilización está estrechamente relacionada con la productividad final del cultivo.”

A diferencia del coste fijo este coste si varía de acuerdo a la cantidad que se produzca, ya que intervienen aquí la materia prima, la mano de obra, etc., elementos que varía necesariamente dependiendo de la cantidad a producir.

Coste Medio

Para Sanfuentes, A. (1997) los costes medios: “Es el costo en que se incurre por unidad producida; por lo tanto, es la suma, para cada nivel de producción, de los costos fijos medios y los costos variables medios.”

Y según Pereira, C. & Gómez, I. (2007): “El costo medio (CMe) se refiere al

costo promedio por unidad producida, lo cual se obtiene de dividir el costo total sobre el número de unidades producidas.”

Coste Marginal

Considerando la información de Autor, K. & Fair, R. (1997) definen como: “El más importante de todos los conceptos referentes al costo es el costo marginal (CM), es decir, el incremento del costo total como resultado de la producción de una unidad más de producto. Digamos, por ejemplo, que una empresa produce 1000 unidades de producto y decide elevar su producción a 1001. La producción de la unidad adicional eleva los costos, y el incremento (es decir, el costo de producir la milésima primera unidad) es el costo marginal.”

Además Autor, K. & Fair, R. (1997) comentan: “Los costos marginales reflejan los cambios de los costos variables porque se modifican cuando cambia la producción.”

Sin embargo Pereira, C. & Gómez, I (2007) dice: “El coste marginal (CM) se refiere al costo en el que incurro para producir una unidad adicional de un producto. Es decir, es el cambio en el costo total cuando se produce una unidad adicional de un bien. Para aumentar el beneficio, cada unidad adicional producida por la empresa debe generar ingresos por encima por encima de su costo. Se maximizan los beneficios en el punto en que el ingreso que genera la última unidad producida es igual a su costo, es decir donde $IM = CM$.”

El coste marginal como lo señalan los autores me permite obtener el costo que representa una unidad más que produzca, es decir; me indica el incremento que genera al producir una unidad más, una vez que se ha obtenido el costo total de la producción.

Coste Totales

Según Pereira, C. & Gómez, I (2007): “El coste total se refiere al valor total del costo de los factores de producción utilizados en un proceso productivo. Este

costo a su vez está dividido entre costos fijos y variables; los primeros son independientes de la producción y los segundos están en función de ella.”

Este costo es la suma del costo fijo y costo variable, y viene a representar el costo total en que se incidiría al producir cierta cantidad de productos.

A continuación unos gráficos que representan a las definiciones mencionadas sobre los costes investigados:

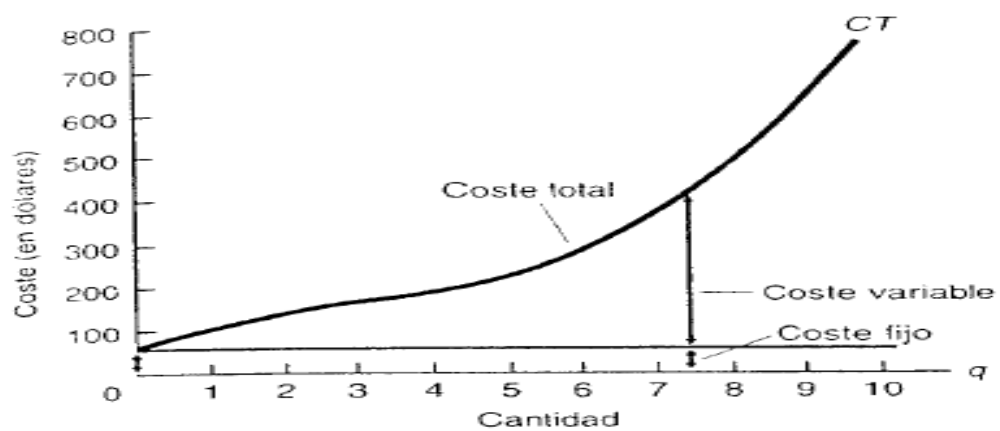


Gráfico 6. Coste Total, Fijo y Variable

Fuente: Libro: Economía. Samuelson, P.; Nordhaus, W., (2002), “Capítulo 7: Análisis de Costes”

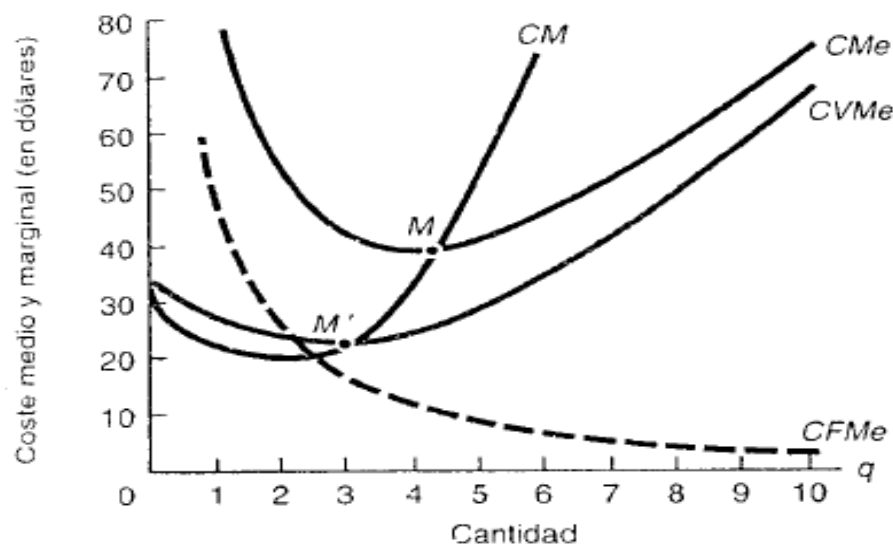


Gráfico 7. Coste Medio, Coste Marginal

Fuente: Libro: Economía. Samuelson, P.; Nordhaus, W., (2002), “Capítulo 7: Análisis de Costes”

Elementos del costo

Materias Primas o Materiales

Acerca de este elemento Rojas, R (2007), nos señala: “Constituye el primer elemento de los costos de producción, se definen como aquellos materiales que se pueden identificar claramente, dentro del producto terminado y cuyo importe sea considerable.”

Mano de Obra

Con respecto a este elemento Rojas, R. (2007), le conceptualiza: “Se entiende por mano de obra, todo esfuerzo físico o mental que se efectúa dentro del proceso de transformar la materia prima en un producto final. El costo de mano de obra es la remuneración que se ofrece al trabajador por este esfuerzo.”

Costos indirectos de Fabricación

De acuerdo a Fullana, C. & Paredes, J. (2008), considera a los costos indirectos así: “Son aquellos costes relacionados con un objeto de coste, al que no pueden asignarse de forma cierta o económicamente asumible, Los costes indirectos son consumos de factores para los que se desconoce qué cantidad de factor ha consumido cada producto, cada centro o procesos, porque no existía una medida objetiva del consumo. Para estos casos, la asignación (imputación) ha de realizarse utilizando algún criterio de reparto o clave de distribución.”

Para Arias, L., Portilla, L. & Fernández, S. (2010), consideran que esta: “Constituidos por los materiales indirectos, la mano de obra indirecta, y aquellas erogaciones o desembolso de valores indispensables para suplir algunos requerimientos propios del proceso productivo, tales como servicios públicos, alquiler de planta, arrendamiento de oficinas de producción, seguros de planta, entre otros.”

Factores de Producción

Los factores de producción son todos los recursos que se necesitan para producir una unidad, esta comprende el **capital** que se refiere a los recursos producidos por la mano de obra necesarios para la fabricación de bienes y servicios como la maquinaria, la **tierra** que representan todos los recursos del suelo y el **trabajo** es la actividad productiva física e intelectual; y lo confirma los siguientes autores:

De conformidad con Massad, C. (2007) se define como: “A los elementos que contribuyen a la producción de bienes o de servicios, y que no se agotan al producirlos, se los llama factores de producción. Por ejemplo, quedan excluidos de esta definición los materiales que se usan para producir pan, tales como la harina, el agua, la sal, la energía, etc., que se agotan en la producción del pan, puesto que los que ya se utilizaron no sirven para continuar produciendo.

En cambio, quedan incluidos en esta definición los empresarios y trabajadores que prestan sus servicios para producir; la maquinaria, los edificios, los vehículos y otras formas de capital físico, y la tecnología utilizada.”

Capital

Para Mochón, F. & Beker, V. (2008), el capital son: “los bienes duraderos no dedicados al consumo sino a producir otros bienes”

Se puede comprender que dentro de los bienes de capital tenemos a las maquinas, automóviles, edificios, caminos, etc. y todos instrumento que sirva para producir otro bien.

Trabajo

Mochón, F. & Beker, V. (2008) define al trabajo como: “el tiempo y las capacidades intelectuales dedicadas a las actividades productivas.”

Se resume en el espacio de hora que se dedica una persona a la producción de un bien, ya sea cultivando la tierra, laborando en una empresa o institución educativa, cocinando, etc. E infinidad de actividades laborales que requieren de la mano de obra para ejecutar un proceso.

Tierra

Según expresa Mochón, F. & Beker, V. (2008), la tierra es: “todo lo que aporta la naturaleza al proceso productivo”

La tierra está relacionada con los recursos naturales que brinda la naturaleza para iniciar un proceso productivo, esta puede ser los recursos energéticos, la tierra que un campesino utiliza para labrar, hoy en día también se considera a los recursos ambientales como el aire, agua, etc.

2.4.2. Descripción conceptual de la variable dependiente

La variable dependiente “Comercialización” genera las siguientes ideas:

Administración

Para Díaz, A., Patiño, F., Montera, G. y otros, (Díaz, y otros, 2003) definen en su tutorial a la administración así: “la actividad humana que tiene como objetivo coordinar los recursos con los recursos con los que cuenta una organización y lograr en forma eficiente y satisfactoria los objetivos individuales e institucionales.”

La administración es un campo de estudio que se basa en gestionar adecuadamente los recursos que se posee para desarrollar una actividad económica como es el caso en esta investigación la comercialización.

Mercadotecnia

En relación a ello Robles, G. & Alcérreca, C. (2000), lo definen de este modo: “Mercadotecnia no es sinónimo de ventas, las actividades de venta constituyen una parte de la puesta en práctica de las decisiones de Mercadotecnia, pero esta es mucho más amplia y compleja. Tampoco es sinónimo de Publicidad, ya que las estrategias de promoción y publicidad son solamente una de las herramientas disponibles para la Mercadotecnia.”

De igual manera Barroso, F. (2008), lo define así: “Hay quienes piensan que el objetivo principal de la mercadotecnia es vender más, o bien, colocar productos y distribuirlos, o que es una herramienta para atraer a los clientes o inclusive para manipularlos...Se concluye que dicho objetivo es fomentar el intercambio voluntario entre dos o más partes que tienen algo que interesa a unos y a otros entre sí. El resultado de dicho intercambio, el cual es la clave en el proceso de la mercadotecnia, es lograr más ventas a través de satisfacer a los clientes y conseguir su lealtad mediante la identificación de sus necesidades y deseos, conjuntándolos con productos y servicios de calidad.”

La idea central de los autores es indicar que la mercadotecnia es un proceso en que se identifica las necesidades de los clientes para poder satisfacer las mismas, a través del intercambio de productos o servicios de parte en parte, adicionalmente creando un valor para el cliente.



Gráfico 8. Mercadotecnia.

Fuente: Libro: Estrategias de ventas y negociación. Parra, Eric; Madero, M., (2005).

Este grafico nos muestra que la mercadotecnia es una disciplina que va de la mano de muchos campos de estudios que ayuda a que este proceso permita vender y comercializar mejor sus productos.

Comercialización

Concepto

De acuerdo a Kriesberg, M. (1974): “En una definición sencilla de comercialización se incluirían todas las actividades relacionadas con la movilización de los artículos desde el productor hasta el consumidor. También se comprendería todas las actividades de intercambio en la compra y venta; todas las actividades físicas destinadas a aumentar la utilidad de tiempo, de espacio y de forma del artículo considerado; y todas las actividades auxiliares, tales como financiamiento, asunción de riesgos y divulgación de información a los participantes en el proceso de comercialización.”

Álvarez, R. (1988), define así: “La comercialización es la realización de las actividades comerciales que orientan el flujo de bienes y servicios del productor al usuario, con el fin de satisfacer a los clientes y realizar los objetivos de la empresa.”

La comercialización tiene relación con la venta de productos o negociación, en la cual el comerciante ofrece sus productos a un precio determinado al consumidor. Este proceso incluye las actividades auxiliares que ayudan a que se de esta transacción.

Determinantes de la comercialización

Oferta

De acuerdo a Beker, V. & Mochón, F. (1997) define a la oferta como: “Capacidad y deseo de vender (producir) cantidades específicas de un bien a los distintos

precios en un determinado periodo de tiempo, ceteris paribus.”

Ceteris Paribus significa según Cerda, J. (2011): “es una expresión usada para dar a entender que en análisis económico debemos modificar solo una variable a la vez y el resto de las variables que pudieran entrar en juego se quedan fijas, o bien, no son modificadas.”

Demanda

Según Beker, V. & Mochón, F. (1997) la define como la: “Capacidad y deseo de comprar determinadas cantidades de un bien a los distintos precios en un determinado periodo de tiempo, ceteris paribus.”

Para Spencer, (1976), citado por Mendoza, G. (1980), consideran que es: “una relación que muestra distintas cantidades de una mercancía que los compradores desearían y serían capaces de adquirir a precios alternativos posibles durante un periodo dado de tiempo, suponiendo que todas las demás cosas permanecen constantes.”

A continuación se representa la oferta y demanda a través de un gráfico, en la que se podrá apreciar que el productor es el que ofrece el producto a un determinado precio, y a su vez el consumidor adquiere ese mismo producto de acuerdo a la variación del precio:

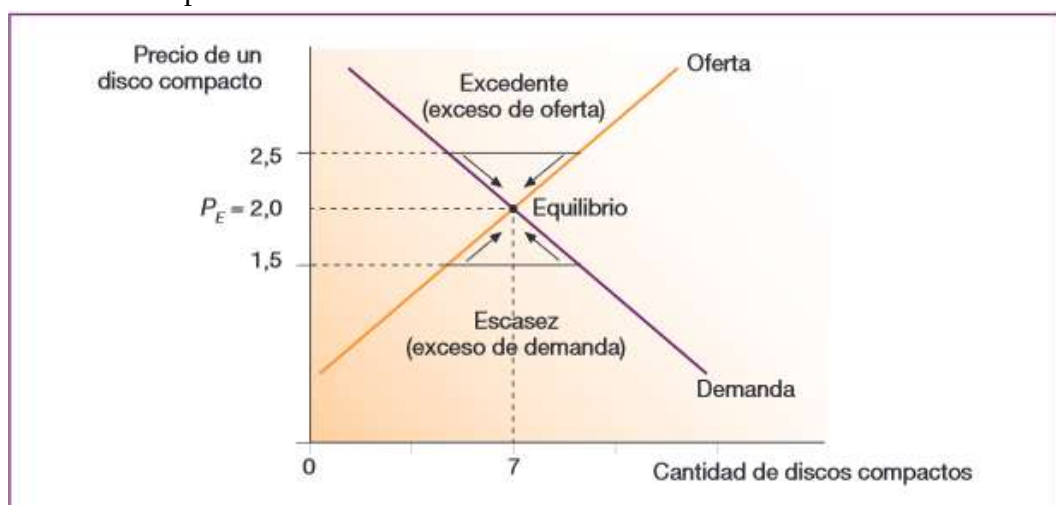


Gráfico 9. Oferta y Demanda

Fuente: Libro: Principios de economía. Mankiw, G. (2009), “Capítulo 4: Las fuerzas de mercado de la oferta y la demanda”

Proceso de comercialización

Para que se de esta actividad llamada comercialización, necesario partir de la primera fase o proceso llamado **producción** en la cual el agricultor debe cultivar sus productos, después viene el proceso denominado **empacado y transporte** en la cual el agricultor procede a la cosecha, empaque en los empaques respectivos, posteriormente se transporta el producto para la **comercialización o venta** del producto como último proceso; para una mejor comprensión se describe a continuación las definiciones de los mismos:

Producción

En relación a este término Juran, J., Gryna, F. & Bingham, R. (1983): “Es la actividad de utilizar los procesos, máquinas y herramientas y de realizar las correspondientes operaciones mentales y manuales con el fin de obtener unos productos a partir de las materias y componentes básicos”

Empacado y Transporte

De acuerdo a Torres, L. (1996), citado por Ivaldi, J. & Molina, N. (2007) dice: “La planta de empaque es el lugar en donde la fruta recibe tratamiento para mejorar su apariencia y calidad lograda en el campo, como asimismo para prolongar su vida manteniendo sus condiciones de frescura tanto como sea posible”

También Ivaldi, J. & Molina, N. (2007) indican que: “en esta etapa se realiza el acondicionamiento de la fruta. Para que mantenga sus atributos hasta su llegada al consumidor. Para ello se trata a la fruta con funguicidas y se le aplica cera para evitar su deshidratación.”

Adicionalmente García, V.; Quevedo, C. & Delgado, J. (2003) menciona: “Durante el transporte deberá manejarse evitando al máximo cualquier exposición

a posibles contaminantes”

Venta

Un trabajo realizado por Parra, E. & madero, M. (2005), define de la siguiente manera: “Ventas es la ciencia que se encarga del intercambio entre un bien y/o servicio por un equivalente previamente pactado de una unidad monetaria, con el fin de repercutir, por un lado, en el desarrollo y la plusvalía de una organización y nación y, por otro, en la satisfacción de los requerimientos y necesidades del comprador.”

Se puede definir a este proceso, como acciones que realizan un comerciante o vendedor para satisfacer una necesidad del cliente con el objetivo de obtener una ganancia o beneficio por esa acción.

Canales de comercialización

Productor Agrícola

La FAO (2007), menciona: “Los agricultores constituyen el grupo más numeroso de gestores de recursos naturales en el mundo. Los agricultores, a la vez que generan una amplia gama de servicios de ecosistemas, también dependen de los mismos. Sus acciones pueden tanto mejorar como degradar los ecosistemas.”

La Conferencia Plurinacional e Intercultural de Soberanía Alimentaria de la República del Ecuador (2012) conceptualiza así: “Es toda persona natural o jurídica que se dedique a la producción de productos agrícolas de tipo alimentario o no alimentario; los que pueden tener la calidad de propietario, arrendatario o posesionario; y se los categorizará en micro, pequeños, medianos y grandes productores, según lo establezca el órgano regulador de la política agrícola del Ecuador, considerando para su clasificación el límite de la propiedad, el volumen de producción, los niveles de productividad, el nivel de ingreso, entre otros.”

Mayorista

Conforme a CNAE (Clasificación Nacional de Actividades Económicas), citado por (1996) lo conceptualiza de esta forma: “se agrupan dentro del comercio mayorista "las unidades cuya actividad exclusiva o principal consiste en la reventa de mercancías a comerciantes (detallistas o mayoristas), a transformadores, a usuarios profesionales (incluidos los artesanos) o a otros grandes usuarios. Las mercancías pueden revenderse tal como se adquirieron previas las transformaciones, tratamientos o acondicionamientos usuales en el comercio al por mayor.”

Otra definición es la de la Conferencia Plurinacional e Intercultural de Soberanía Alimentaria de la República del Ecuador (2012), la cual menciona: “El Mayorista es toda persona natural o jurídica que vende, compra o contrata al por mayor, intercambia o realiza trueque; el mayorista en general no entra en contacto directo con el consumidor final; el mayorista tiene la particularidad de asumir la propiedad del producto que comercializa, su utilidad se genera por el diferencial entre el precio de compra y el precio de venta; su función dentro de la cadena de distribución es ser el eslabón entre el productor y el vendedor minorista, aunque en casos excepcionales pueden distribuir al consumidor final.”

Minorista

En base a la afirmación de la Conferencia Plurinacional e Intercultural de Soberanía Alimentaria de la República del Ecuador (2012): “El Minorista es toda persona natural o jurídica que vende, compra o contrata al por menor o al detalle, intercambia o realiza trueque; el minorista es el intermediario que vende directamente a los consumidores finales; el minorista tiene la particularidad de asumir la propiedad del producto que comercializa, su utilidad se genera por el diferencial entre el precio de compra y el precio de venta; su función dentro de la cadena de distribución es ser el eslabón entre el intermediario mayorista y el consumidor final.”

Consumidor

En palabras de Arellano, (2000) citado por Díaz, A. (2011), lo define así: “Consumidor se considera aquél individuo que usa o dispone finalmente del producto en cuestión, mientras que el cliente es quien compra o consigue el producto.”

Según la Conferencia Plurinacional e Intercultural de Soberanía Alimentaria de la República del Ecuador (2012), define como una: “Persona o conjunto de personas naturales o jurídicas que satisface sus necesidades mediante el uso de productos alimentarios o no alimentarios, de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico y agroindustrial generados en el proceso productivo; Un consumidor es aquella persona natural o jurídica que piensa comprar o ha consumido un producto determinado, eligiéndolo entre los de la competencia, para consumirlo de forma definitiva o usarlo como materia prima para el desarrollo de un nuevo producto.”

La comercialización es muy compleja como lo indican los autores al momento de analizar los canales de comercialización, es así que se inicia como eje principal el productor agrícola quien es el produce los productos a agrícolas para luego expender en un mercado minorista o mayorista de acuerdo a la cantidad producida, es así que el producto no llega directamente al consumidor y solo se da a través del comerciante minorista, ya que por lo general el comerciante mayorista no tiene contacto con el consumidor, porque este compra en grandes cantidades al productor y vende al comerciante minorista.

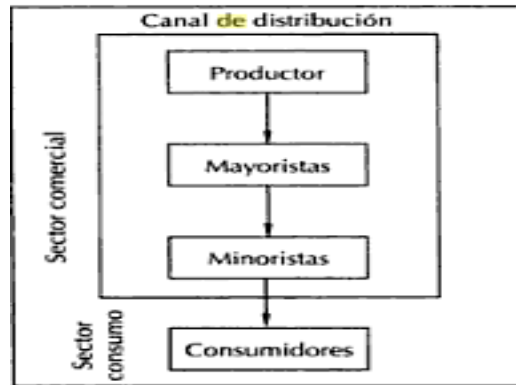


Gráfico 10. Canal de Distribución y Comercialización

Fuente: Libro: Canales de Comercialización. Stern, L.; Ansary, A.; Coughlan, A. & Cruz, I., (1999), “Capítulo 1: Canales de comercialización: estructura, funciones y relaciones”

Tipos de comercialización

Comercialización Interna

Tomado de la Ley emitida por la Conferencia Plurinacional e Intercultural de Soberanía Alimentaria de la República del Ecuador (2012), definido en mis palabras, se entiende como una comercialización en la que microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores y los consumidores de manera paritaria, para lo cual el estado ecuatoriano encaminará el mejoramiento de la conservación de los productos alimentarios en los procesos de post-cosecha y de comercialización.

Comercialización Externa

Conforme a Ley emitida por la Conferencia Plurinacional e Intercultural de Soberanía Alimentaria de la República del Ecuador (2012), y a su vez sacad un extracto por mi persona se define como una comercialización en el exterior, para la cual el Estado indica establecer los mecanismos y condiciones que cumplirán las importaciones, exportaciones y donaciones de alimentos, con el fin de no atentarán contra la soberanía alimentaria y la comercialización interna del país. Por lo tanto plantea instaurar política arancelaria orientada a la protección del mercado Interno.

Es importante también hacer énfasis en que la comercialización no solo se realiza internamente dentro del país, sino que existe una dinámica también fuera del país con los excedentes de producción y con el fin de dinamizar la economía del país y de intercambiar productos con otros países. La comercialización externa es una buena alternativa para ofrecer los productos de un país hacia mercados distintos.

2.5. Hipótesis

Los costos de producción impactan significativamente en la comercialización de los productos agrícolas de los agricultores del Cantón Baños de Agua Santa.

2.6. Señalamiento de las Variables

2.6.1. Variable Independiente

Costos de producción

2.6.2. Variable Dependiente

Comercialización de los productos agrícolas.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Enfoque de la Investigación

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo-cuantitativo, es decir se aplica un enfoque mixto ya que se nos basaremos en información teórica así como también numérica cuando realicemos la comprobación de la hipótesis. En palabras de Chen, & Johnsonet, (2006) citado por Hernández, R.; Fernández, C. & Baptista, M. (2010), indica:

“Los métodos de investigación mixta son la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno. Éstos pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales (“forma pura de los métodos mixtos”). Alternativamente, estos métodos pueden ser adaptados, alterados o sintetizados para efectuar la investigación y lidiar con los costos del estudio.”

Según Hernández, R.; Fernández, C. & Baptista, M. (2010), sostienen: “todo trabajo de investigación se sustenta en dos enfoques principales: el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo, los cuales de manera conjunta forman un tercer enfoque: El enfoque mixto.”

Estos dos enfoques trabajan cada uno de la mano del otro por ello como se mencionó anteriormente trabajare con el enfoque cualitativo cuantitativo, porque el uno es el complemento del otro. En los primeros capítulos se buscó recolectar todo tipo de información que ayude a entender el problema e ir generando una

solución, pero a partir de este capítulo y del que viene se aplicara la parte numérica porque nos basaremos en datos numéricos para conocer si el problema es real y si tiene alguna solución a través de la comprobación de la hipótesis. Es decir, al final se generara los resultados en cuanto a lo numérico y la conclusión en cuanto a lo teórico, por ello se determinó que es más cualitativo que cuantitativo porque la parte numérica ayudara en cierto momento pero lo cualitativo estará presente en la investigación desde el principio al final.

Según Lerma, H. (2004), describe: “el enfoque cualitativo genera una teoría a partir de los datos obtenidos. Este tipo de investigación es de índole interpretativa y las personas participan activamente durante todo el proceso con el propósito de participar en transformar la realidad.”

La dos variables presentan al inicio de la investigación un enfoque cuantitativo porque empezando averiguando información para entender le problema, basarnos en investigaciones hechas por otros autores y plantearnos soluciones, también poseen un enfoque cualitativo al momento de obtener datos números para trabajar en la verificación de la hipótesis, que nos sirva para obtener el resultado de la investigación.

3.2. Modalidad Básica de la Investigación

El diseño de la investigación se desarrollará con la combinación de las siguientes modalidades de investigación:

3.2.1. Investigación Bibliográfica o Documental

Para Ávila, H. significa: “la investigación documental es una técnica que permite obtener documentos nuevos en los que es posible describir, explicar, analizar, comparar, criticar entre otras actividades intelectuales, un tema o asunto mediante el análisis de fuentes de información.”

Es decir que esta investigación se basa en información secundaria como son

trabajos de investigaciones ya realizadas para poder partir de esas consultas e información y soportar la investigación que el autor está realizando.

De acuerdo a Bernal, C. (2006), expresa así: “La investigación documental consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto del tema objeto de estudio.”

Esta modalidad de investigación se ha estado usando desde que se inició a realizar este trabajo, porque a través del mismo se ha podido recopilar múltiple información del problema y sus variables a través de las investigaciones anteriores a la misma o similares en alguna de las variables se ha podido partir de las mismas para ir generando el trabajo investigativo.

Los documentos que se usó en la realización de cada uno de los capítulos son: libros, revistas científicas, tesis de grado y el uso de sitios internet, entre otros que ayudaran a la finalización de este proceso investigativo.

3.2.2. Investigación de campo

Es necesaria utilizar esta modalidad de investigación para constatar la realidad del problema a través de la fuente directa, y recolectar información veraz.

Según Landeau, R., (2007), expresa: “En este tipo de estudio se recolecta la información fundamentándose en testificaciones basadas en la realidad, pero que no sirven para dar una validez científica, ya que depende de interpretaciones subjetivas y carecen de la objetividad precisa, así como de exámenes que comprueben la cualidad del tema que se va a tratar.”

Es una investigación que se basa en los hechos donde ocurre el problema, por ello es necesario que para conseguir información de acuerdo con los objetivos de la investigación, pues se recogerá información a través de una relación directa con los involucrados en el lugar de los hechos, obteniendo información veraz y

confiable para determinar la naturalidad del problema objeto de estudio y llegar a posibles soluciones.

3.3. Tipo o Nivel de Investigación

Los tipos de investigación que se aplicaran en la investigación son:

3.3.1. Exploratoria

Según Cruz, M. (2012) dice: “Recibe este nombre la investigación que se realiza con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior.”

Se escoge esta investigación para el estudio por cuanto lo primero que se va a hacer es indagar el problema y las posibles soluciones que se puedan ofrecer a la población interviniente.

Para Hernández, R.; Fernández, C. & Baptista, L., (2010), explican así: “Los estudios exploratorios sirven para preparar el terreno y por lo común anteceden a investigaciones con alcances descriptivos, correlacionales o explicativos.”

También Hernández, R.; Fernández, C. & Baptista, L., (2010), describen de la siguiente forma: “Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas.”

Como lo menciono los autores anteriores este tipo de investigación es la apertura para poder realizar otro tipo de investigación, ya que por medio de la misma se descubre los acontecimientos que se desconoce, se explora y de esa información

encontrada partimos para realizar una buena investigación, generar soluciones y nos ayuda a visualizar los recursos que necesitemos en posteriores investigaciones con el fin de ahorrar tanto tiempo y costos.

3.3.2. Descriptiva

Hernández, R.; Fernández, C. & Baptista, L., (2010) refieren: “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas.”

En este tipo de investigación ya no se fundamenta de información básica sino que se trabaja en busca de información relacionada con cada una de las variables del tema de estudio, como en este caso se recogerá características acerca de las variable de estudio, que servirá en lo posterior para ayudar a medir las mismas y establecer una relación en ellas. Se puede sintetizar como una descripción real del problema de estudio.

3.4. Población y Muestra

3.4.1. Población

Está constituido por un conjunto de unidades que pueden ser personas, instituciones, casas, clientes, empresas, hechos, etc. A los cuales se hace referencia la investigación. (Sánchez, 2011).

Baños de Agua Santa está distribuida en cinco parroquias, de estas solo una es urbana y las cuatro restantes son rurales, debido a esta condición se puede desarrollar la agricultura en las mimas, las parroquias agrícolas son: Lligua, Rio Verde, Rio Negro, y Ulba. Esta ciudad cuenta con 20.018 habitantes de acuerdo a

datos obtenidos en el sitio web del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, de este total el 80% de las comunidades rurales se dedica a la agricultura según lo indica el Oficio Nro. MAGAP_DPATUNGURAHUA-2015-0112-OF (ANEXO 12) en contestación a la solicitud (ANEXO 11) enviado al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca con sede en Ambato.

De acuerdo a una publicación del INEC sobre datos del cantón Baños durante el Censo de Población y Vivienda 2010, el 35,1% de la población corresponde al sector rural lo que indica que existen 7026 habitantes en este sector y que alrededor de 5621 personas se dedican a la agricultura según el cálculo realizado de acuerdo a la información obtenida.

3.4.2. Muestra

Sánchez, M., (2011), menciona: “En la mayor parte de investigaciones es difícil tomar información de todo el universo, por ello es conveniente extraer una parte, toma el nombre de muestra.”

Además Sánchez, M., (2011), lo define como: “un conjunto de unidades, tomado de una población, que representa la conducta del universo.”

Como se indicó en el punto anterior 5621 personas se dedican a la agricultura, pero como es un número considerable de investigar se aplicara la muestra para poder trabajar con un menor número de datos. Esto permitirá que la investigación se realice en menor tiempo y con los mismos resultados que si hubiéramos trabajado con toda la población.

El cálculo del tamaño de la muestra se realizara tomando en consideración los siguientes parámetros:

Datos:

Nivel de confianza= 95%

Z= 1.96

p=0,5

q=0,5

N=5621

e=Margen de error 0,05

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q N}{z^2 p \cdot q + N e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 0.5 * 0.5 * 5621}{1.96^2 0.5 * 0.5 + 5621 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{5398,41}{15,97}$$

$$n = 337,96 = 338$$

La muestra que se obtuvo para utilizar en la investigación es de 338 personas, es a este número al que se aplicará el instrumento o técnica de recolección de información que se decida en el punto que le sigue. Cabe indicar también que cada una de las personas seleccionadas fue obtenida de manera aleatoria con el objetivo de que todos puedan ayudar a la investigación.

3.5. Operacionalización de Variables

Tabla 1. Costos de producción

Conceptualización	Categorías o Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnica / Instrumento
Son costos en los que se incurren al momento de producir un bien u ofrecer un servicio, estos se clasifican principalmente en costos fijos y variables.	Clasificación de los costos	-Coste Variable= $Q \cdot CU_v$ -Coste Fijo= $\sum \text{costos no varian}$ -Coste Medio= CT/N -Coste Marginal= CT adicional-CT ultima -Coste Totales= $CF+CV$	¿Cuál son los costos que siempre se mantienen? ¿Cuál es el costo de utilizar bastantes insumos químicos? ¿El costo es mayor, mientras más tiempo se demore en desarrollar el sembrío? ¿Le es más caro producir cuando la extensión del terreno es? ¿Qué efectos surte en los costos incrementar la producción agrícola? ¿Lleva un registro de los costos en que incurre durante el proceso de producción?	T: Encuesta I: Cuestionario
	Elementos del costo	- $\sum$ Costo Materias Primas o Materiales utilizados - $\sum$ Costo Mano de Obra utilizada - $\sum$ Costos Indirectos de fabricación utilizados	¿Qué elemento agrícola le es más costoso? ¿Cuánto gasta mensualmente en mano de obra? ¿Qué costos adicionales usted tiene durante el proceso de cultivo hasta la comercialización del producto?	

Elaborado por: Chauca, C. (2015)

Tabla 2. Comercialización

Conceptualización	Categorías o Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnica / Instrumento
Es una actividad económica que realizan los individuos con el fin de ofertar los productos que estos producen, y a cambio de ello obtener una ganancia rentable, para lo cual siguen un proceso de producción, empaque, transporte y la venta a mercados mayoristas y minoristas como canales para llevar los productos al consumidor.	Determinantes de la Comercialización	-Q Oferta= $a + bP$ -Q Demanda= $a - bP$ -Frecuencia de Comercialización	¿Qué cantidad de productos oferta en el mercado? ¿Qué tipo de producto agrícola es más demandado en el mercado?	T: Encuesta I: Cuestionario
	Proceso de Comercialización	-Q Producida -Q Empacada y Transportada -Q Vendida	¿Qué proceso le implica más riesgos? ¿Qué proceso le resulta más costo?	
	Canales de comercialización (Productor Agrícola, Mayorista, Minorista, Consumidor)	-Q de Canales de comercialización que usan los agricultores	¿Usted acude a comercializar directamente el producto en el mercado? ¿A qué tipo de mercado suele acudir para la comercialización de sus productos?	
	Comercialización	-Frecuencia de Comercialización	¿Con que frecuencia usted vende sus productos?	

Elaborado por: Chauca, C. (2015)

3.6. Plan de Recolección de Información

La recolección de la información se realizara a través de la fuente principal como lo son los agricultores del cantón Baños de Agua Santa, para ellos se aplicara la encuesta como instrumento de recolección de información.

Según Mayntz, (1976) citado por Díaz, V. (2001), define a la encuesta así: “La encuesta es una búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente «reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados» ... la particularidad de la encuesta es que realiza a todos los entrevistados las mismas preguntas, en el mismo orden, y en una situación social similar.”

Resumiendo se puede indicar que la encuesta es un banco de preguntas que se realiza a un grupo de personas o a una muestra representativa, cuyo fin es el de conocer la opinión de los individuos involucrados y adentrarse más en la situación de los hechos.

Este instrumento ayudara a recoger información acerca del proceso que se lleva a cabo en la actividad agrícola y también sobre la comercialización de los productos, nos a proporcionar a su vez información sobre los costos, precios, el proceso de comercialización que incurren los agricultores y las ganancias que estos obtienen, todo ello nos ayudara a contestar de más cerca los problemas a los que se enfrentan e identificar los resultados que tienen en cuanto al valor que dan a esta actividad.

En la encuesta se planteara una serie de preguntas de para cada una de las variables, las cuales tendrán un contenido coherente y entendible para la población a la cual me dirijo, sabiendo que los mismos no posee un instrucción educativa alta.

Para poder recolectar la información adecuada tomare en cuenta las siguientes preguntas:

Tabla 3. Plan de recolección de información

Preguntas Básicas	Explicación
¿Para qué?	Para cumplir con el objetivo general de la investigación que es determinar el impacto que tiene los costos de producción en la comercialización de los productos agrícolas de los agricultores del Cantón Baños de Agua Santa para el mejoramiento de la calidad de vida.
¿De qué personas u objeto?	Agricultores del cantón Baños de Agua Santa
¿Sobre qué aspectos?	Costos de producción y la comercialización de los productos agrícolas
¿Quién? ¿Quiénes?	El investigador
¿A quiénes?	A los 338 agricultores obtenidos en la muestra
¿Cuándo?	La elaboración de la investigación y proyecto se desarrollara el segundo semestre del año 2014 y el primer trimestre del año 2015; y la ejecución se llevara a cabo en el segundo semestre del año 2015.
¿Dónde?	República del Ecuador, Provincia de Tungurahua, Cantón Baños de Agua Santa
¿Cuántas veces?	Es una investigación de carácter transaccional o transversal por lo tanto se realiza una sola vez
¿Cómo?	Mediante una encuesta
¿Con qué?	El instrumento a usar en la investigación es un cuestionario previamente estructurado

Elaborado por: Elaborado por: Chauca, C. (2015)

3.7. Plan de procesamiento de la información

La información que nos proporcione la encuesta aplicada a los individuos implicados servirá para desarrollar y generar una solución al problema planteado, para ello se realizara el siguiente plan:

La encuesta realizada se procederá a tabular una a una las preguntas mediante la hoja electrónica de cálculo Excel, de manera que nos facilite la obtención de los resultados y análisis de los mismos.

Por otra parte para analizar adecuadamente se realizarán representaciones gráficas porcentuales para facilitar la interpretación de los datos.

La base de datos que se genere con la encuesta servirá para comprobar la hipótesis y conocer si es aceptable o no, que en lo posterior lleve a sacar las conclusiones y recomendaciones necesarias.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e Interpretación

DATOS INFORMATIVOS

Tabla 4. Género

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Masculino	203	203	60,06
Femenino	135	338	39,94
	338		100

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: La Encuesta

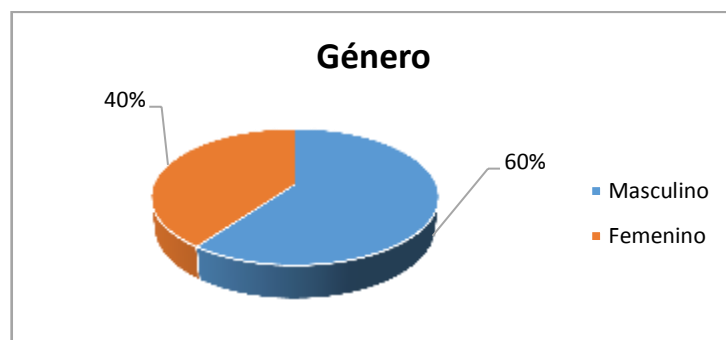


Gráfico 11. Género

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Análisis:

La encuesta se realizó a los agricultores sin distinción de géneros, de los cuales 60% fueron hombres y el 40% mujeres.

Interpretación:

La encuesta indica que existen más agricultores hombres que mujeres, lo cual está relacionado con que es una actividad que requiere mucha fuerza física, por lo tanto los propietarios de cultivos prefieren contratar a este género, debido a que consideran que aportan más en la realización de esta labor.

Tabla 5. Edad

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Entre 18 y 35 años	62	62	18,34
Entre 36 y 50 años	137	199	40,53
Mayor a 50 años	139	338	41,12
	338		100,00

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: La Encuesta

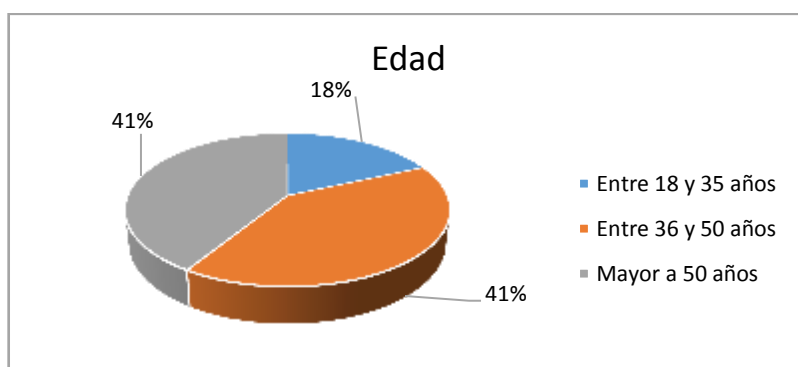


Gráfico 12. Edad

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Análisis:

En la tabla y gráfica se observa que el 41% de los agricultores se encuentran entre una edad de 36 y 50 años, un 41% de los agricultores posee una edad mayor a 50 años, y el resto corresponde a agricultores que están entre los 18 y 35 años, lo cual representa un 18%.

Interpretación:

Los resultados demuestran que los agricultores en su mayoría pertenecen a una edad más adulta, lo que significa que esta actividad no es bien acogida por las nuevas generaciones, esto puede acarrear de acuerdo a investigaciones riesgo en la soberanía alimentaria debido a que existe cada vez menos personas interesadas en generar alimentos por motivo de que la agricultura es una actividad con una remuneración pequeña a comparación del esfuerzo que exige esta actividad y los propietarios de los cultivos.

Tabla 6. Instrucción

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA A ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Primaria Incompleta	89	89	26,33
Primaria Completa	103	192	30,47
Secundaria Incompleta	32	224	9,47
Secundaria Completa	16	240	4,73
Superior y/o Universitaria	3	243	0,89
Sin Instrucción	95	338	28,11
	338		100,00

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: La Encuesta

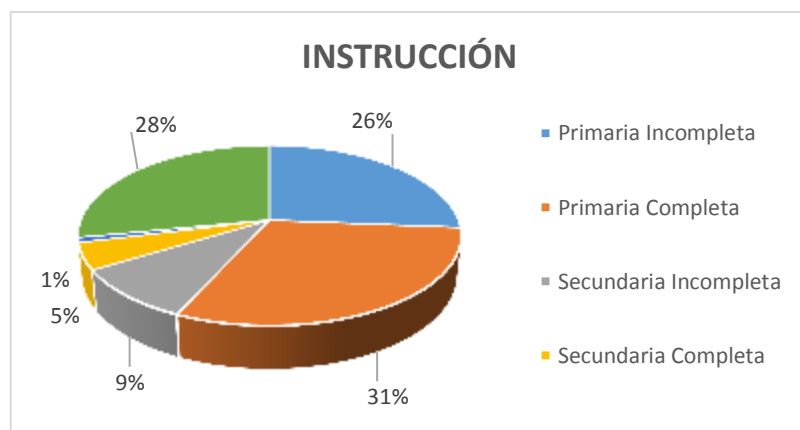


Gráfico 13. Instrucción

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos se aprecia que de los 338 agricultores, el 31% posee Instrucción Primaria Completa, un 28% no posee Instrucción alguna, un 26% posee Primaria Incompleta, un 9% Secundaria Incompleta, un 5% Secundaria Completa y un 1% Instrucción Superior y/o Universitaria.

Interpretación:

Los agricultores manifiestan en su mayoría poseer una instrucción académica baja, aunque a su vez también se observa que alrededor de un 72% si saben escribir y leer, esto indica que la enseñanza de técnicas agrícolas y sobre todo capacitaciones a los agricultores pueden ser factibles, debido a que la comprensión va a ser mayor.

PREGUNTAS

PREGUNTA N.- 01

¿El ingreso obtenido por la actividad agrícola es?

Tabla 7. Ingreso

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Bajo (\$1 a \$ 100)	126	126	37,28
Regular (\$201 a \$300)	153	279	45,27
Satisfactorio (mayor \$301)	59	338	17,46
	338		100,00

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: La Encuesta

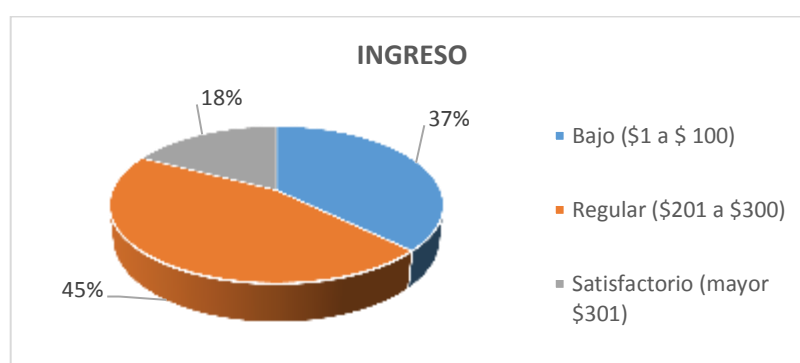


Gráfico 14. Ingresos

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Análisis:

El ingreso que se obtiene por practicar la agricultura es regular en un 45%, el cual va entre \$201 a \$300; seguido por un 37% que es un ingreso bajo y va desde \$1 a \$100, y un 18% indica que el ingreso que obtiene es mayor a \$301, por lo tanto se considera como satisfactorio.

Interpretación:

El ingreso no es tan significativo en una gran proporción para agricultores, debido a que si se compara con el salario básico que es de \$ 354, los ingresos en su mayoría son menores.

PREGUNTA N.- 02

¿Qué producto usted cultiva y/o cosecha con mayor frecuencia?

Tabla 8. Productos de Cultivo y/o Cosecha

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Tomate riñón	34	34	10,06
Tomate de árbol	41	75	12,13
Col	5	80	1,48
Granadilla	18	98	5,33
Mora	42	140	12,43
Babaco	23	163	6,80
Maíz	5	168	1,48
Zanahoria Blanca	31	199	9,17
Frejol	16	215	4,73
Mandarina	51	266	15,09
Naranja	32	298	9,47
Otros (especifique):	40	338	11,83
	338		100,00

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: La Encuesta

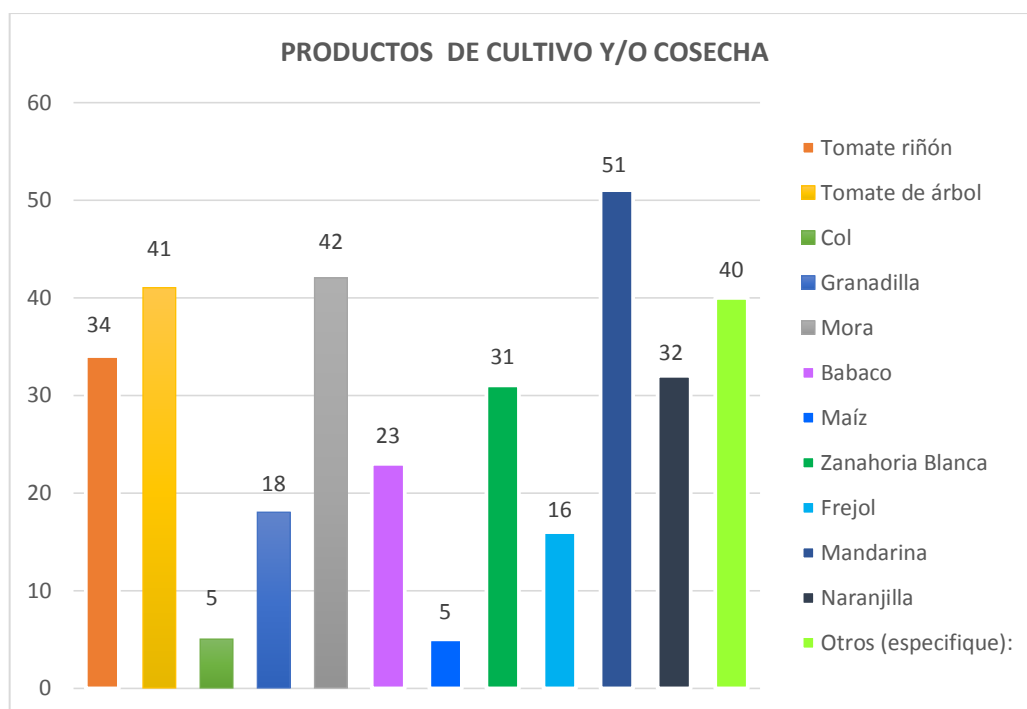


Gráfico 15. Productos de cultivos y/o cosecha

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Análisis:

Los agricultores consideran que la producción y/o cosecha de mandarina lo realizan con mayor frecuencia (15%), seguido por el cultivo y/o cosecha de Tomate de árbol, Mora y Otro productos como camote, papa china, aguacate, lima, etc., en un 12% cada uno, un 10% optó por el Tomate Riñón como producto que cultiva y/o cosecha, con un punto menos (9%) prefieren el cultivo y/o cosecha de Zanahoria Blanca y Naranja; existen porcentajes menores que optan por el cultivo y/o cosecha de Babaco (7%), Granadilla (5%), Frejol (5%), Maíz (2%) y Col (2%).

Interpretación:

De acuerdo a las respuestas la producción y/o cosecha de mandarina es lo que realizan con mayor frecuencia los agricultores, esto se debe a las condiciones del clima y suelo que hacen favorable su cultivo, además a que es un producto que una vez que crece no requiere mucho trabajo del agricultor para que cada temporada de sus frutos, además los costos en los que incurren son bajos. Casi similar es la producción del Tomate de árbol, Mora y Otro productos como camote, papa china, aguacate, etc, a excepción de que la mora y el tomate de árbol ofrecen sus productos por mucho tiempo y con una frecuencia de cosecha de 1 a 15 días.

PREGUNTA N.- 03

¿Qué cantidad de productos usted cosecha?

Tabla 9. Cantidad de Cosecha

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Entre 1 a 5 quintales o cajas	60	60	17,75
Entre 16 a 20 quintales o cajas	80	140	23,67
Entre 6 a 10 quintales o cajas	62	202	18,34
Entre 21 a 25 quintales o cajas	72	274	21,30
Entre 11 a 15 quintales o cajas	44	318	13,02
Más de 26 quintales o cajas	20	338	5,92
	338		100,00

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: La Encuesta

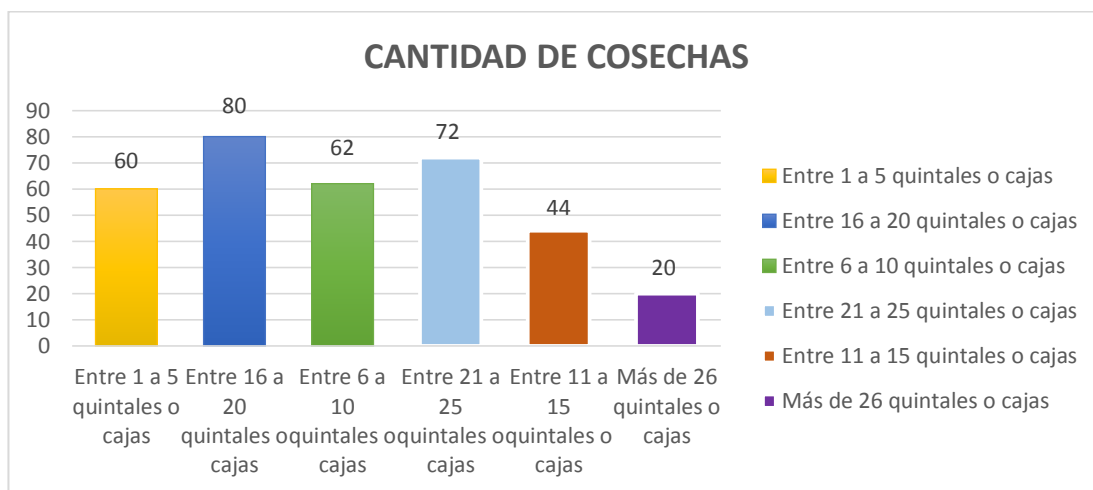


Gráfico 16. Cantidad de Cosecha

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Análisis:

El 24% de los agricultores encuestados cosechan en 16 a 20 quintales o cajas de los que ellos producen, un 21% entre 21 a 25 quintales o cajas, un 36% entre 1 a 10 quintales o cajas, un 13% entre 11 a 15 quintales o cajas y un 6% más de 26 quintales o cajas.

Interpretación:

Los resultados indican que existen pocos agricultores que tienen cultivos grandes y pueden cosechar a su vez grandes cantidades, existen un gran número que producen una cantidad considerable para salir al mercado a vender, así también se encontró que un 36% produce poco, sobretodo esta producción y cosecha está destinada a un mercado local, además esto indica que las ganancias que obtienen son mínimas.

PREGUNTA N.- 04

¿Lleva anotaciones o registro de los costos que incurre durante los procesos de cultivo y comercialización?

Tabla 10. Anotaciones o registros costo producción y comercialización

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Si	47	47	13,91
No	291	338	86,09
	338		100

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: La Encuesta



Gráfico 17. Anotaciones o registros costos producción y comercialización
Elaborado por: Chauca C. (2015)

Análisis:

En referencia a los registros y anotaciones que llevan los agricultores, un 86% no llevan ningún registro sobre ello y tan solo un 14% tiene en cuenta cuánto gasta en obtener determinado producto.

Interpretación:

Los agricultores en su mayoría no llevan registro sobre los costos en los que incurre, esto puede estar relacionado con la instrucción educativa que poseen, ya que es muy baja y tienen poco conocimiento en el manejo o control de los costos que realizan.

PREGUNTA N.- 05

¿Analiza los costos y la ganancia que desea obtener, antes de decidir cultivar un producto?

Tabla 11. Relación Costo -Ganancia

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Si	88	88	26,04
No	250	338	73,96
	338		100

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: La Encuesta

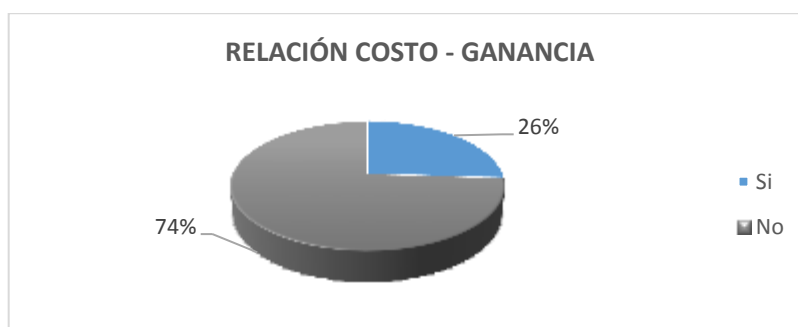


Gráfico 18. Relación Costo - Ganancia

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Análisis:

El 74% de los encuestados respondió que no analiza los costos que va a realizar y la ganancia que desea obtener durante el cultivo, y un 26 % si realiza un análisis de los que va a cultivar, sus costos y la ganancia a conseguir.

Interpretación:

La mayoría de los agricultores no llevan un registro de los costos que tienen durante el cultivo de un producto, por lo tanto muchos de ellos no analizan las ganancias que desean obtener en relación a los costos y cantidad producida, lo que genera que los agricultores al final obtengan bajos beneficios, porque tienden a desperdiciar mucho los recursos con tal de obtener el producto final.

PREGUNTA N.- 06

¿Considera usted que los costos en los que incurre para la producción agrícola son elevados?

Tabla 12. Costos Elevados

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Si	259	259	76,63
No	79	338	23,37
	338		100

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: La Encuesta

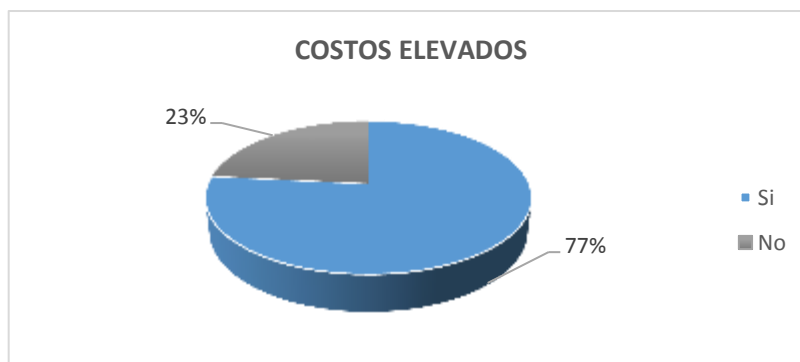


Gráfico 19. Costos elevados

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Análisis:

Se observó que de los 338 agricultores tomados como muestra el 77% señalo que los costos de producción son elevados, el resto, es decir; el 23% consideran que no son elevados.

Interpretación:

Existen cultivos agrícolas que si requieren de mucho cuidado, pero también el problema de que los costos le resulten elevados se debe a que no planifican sus cultivos, por lo tanto desperdician muchos recursos. Mientras que quienes consideran que no es elevado se debe a que se encuentran dentro del porcentaje que si analizan su costo y ganancia, o a su vez poseen cultivos que no requieren de mucha mano de obra o insumos agrícolas para producir.

PREGUNTA N.- 07

¿Seleccione una categoría de acuerdo al precio de comercialización que usted ofrece sus productos en comparación de quienes son solo comerciantes?

Tabla 13. Precio de Comercialización

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Bajo	173	173	51,18
Similar	143	316	42,31
Alto	22	338	6,51
	338		100,00

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: La Encuesta

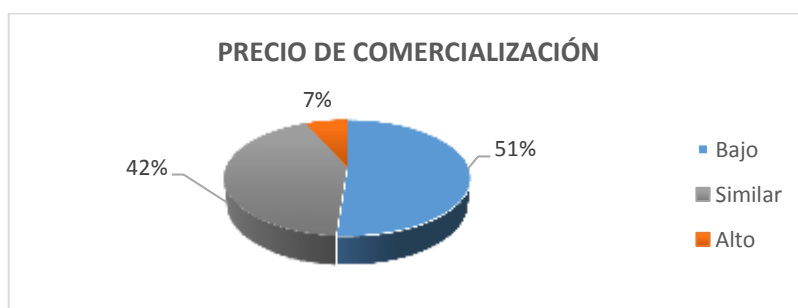


Gráfico 20. Precios de comercialización

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Análisis:

El 51% de los agricultores considera que el precio de comercialización del productor es más bajo con el de los comerciantes, el 42% lo considera que los precios van en similar situación y el 7% reconoce que los precios al que ofrece el producto son más alto.

Interpretación:

Los precios de comercialización de los productores comparado con los de los comerciantes en su mayoría realizan la actividad en un precio menor o similar, solo unos cuantos son que venden a un precio mayor del establecido por el mercado, y estos últimos son aquellos que productos escasos.

PREGUNTA N.- 08

¿Los costos que usted tiene durante el cultivo de un producto agrícola en relación a la ganancia son?

Tabla 14. Nivel Costo - Ganancia

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Altos	45	45	13,31
Medios	133	178	39,35
Bajos	160	338	47,34
	338		100,00

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: La Encuesta

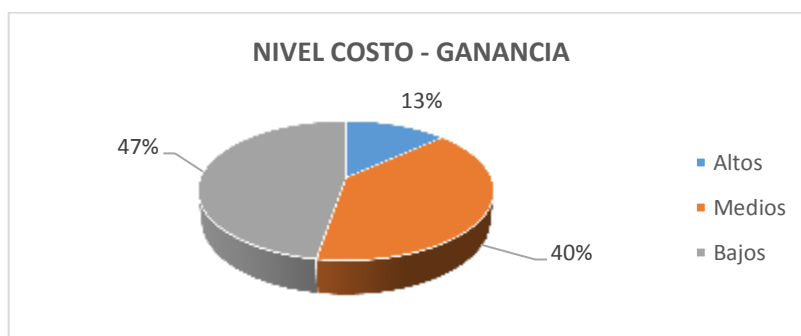


Gráfico 21. Nivel Costo - Ganancia

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Análisis:

En un 47% responde que la ganancia obtenida es baja en relación a los costos que posee, un 40% indica que es media y un 13% respondió que las ganancias si son altas.

Interpretación:

Una representación alta de los agricultores considera que la ganancia que obtienen es muy baja en relación a sus costos, esto viene dándose porque no planifican sus cultivos y los costos que realizan, por lo tanto no les genera suficientes réditos, así también tenemos a un pequeño número de personas que si tiene beneficios gracias a que saben planificar adecuadamente sus cultivos y además saben comercializar adecuadamente.

PREGUNTA N.- 09

¿Qué producto que usted cultiva y/o cosecha, o conoce genera menores costos y mayores ganancias en menor tiempo?

Tabla 15. Producto genera ganancia

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Tomate riñón	0	0	0,00
Tomate de árbol	90	90	26,63
Col	0	90	0,00
Granadilla	60	150	17,75
Mora	23	173	6,80
Babaco	0	173	0,00
Maíz	0	173	0,00
Zanahoria Blanca	20	193	5,92
Frejol	3	196	0,89
Mandarina	120	316	35,50
Arveja	0	316	0,00
Otros (especifique):	22	338	6,51
	338		100,00

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: La Encuesta

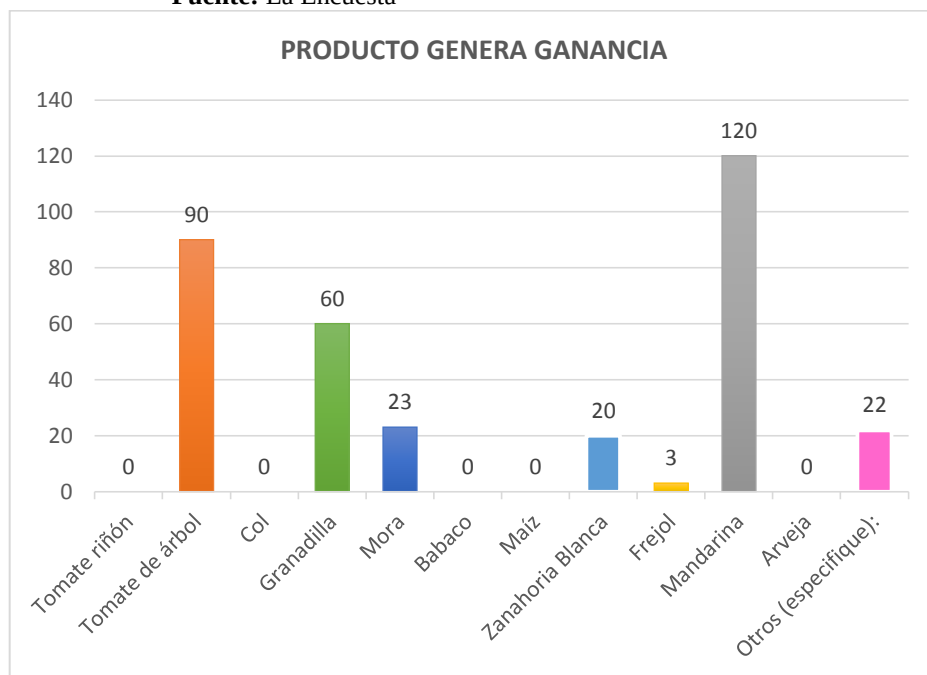


Gráfico 22. Producto genera ganancia

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Análisis:

El 35% de los agricultores respondió que la mandarina es un producto que genera bastantes ingresos y pocos costos, el 27% prefiere al tomate de árbol, un 18% considera a la granadilla, un 7% opta por la mora, un 6% señala a la zanahoria blanca, igualmente un 6% opta por otros productos agrícolas, 1% indica al frejol.

Interpretación:

La mandarina es un producto que genera bastantes ingresos y no necesita invertir mucho, además la cosecha y transporte es más fácil, también otro punto es que es un producto que a la mayoría de consumidores le agrada. El tomate de árbol cumple el mismo proceso, porque una vez que se convierte en árbol, este comienza a dar sus frutos cada quince días y además el proceso de cosecha no es complicado, así mismo la comercialización. La granadilla también es un producto fácil de cultivar, y función igual que la mandarina y el tomate de árbol. La mora es un producto que se puede cosechar cada semana, de esta forma proporciona ingresos semanales por un largo periodo, aunque es un poco complicado de tratar. Los otros productos no son tan apreciados debido a los insumos que requieren y al tiempo en el cual se puede cosechar lo que provoca que los ingresos no sean frecuentes, por lo tanto el agricultor no lograría subsistir, a menos de que produzca otros productos.

PREGUNTA N.- 10

¿Con mayor frecuencia en qué tipo de mercado comercializa sus productos?

Tabla 16. Tipo de Mercado

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Mercado Mayorista	124	124	36,69
Mercado Minorista	120	244	35,50
En un espacio, vereda o calle	94	338	27,81
	338		100,00

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: La Encuesta

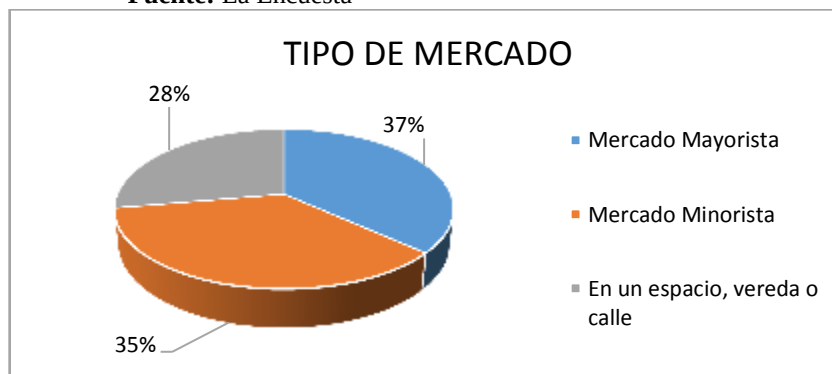


Gráfico 23. Tipo de Mercado

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Análisis:

Los agricultores en un 37% prefieren acudir a vender sus productos en un Mercado Mayorista, un 35% respondió que acuden a vender a un Mercado Minorista y un 28% lo realiza en un espacio, vereda o calle.

Interpretación:

La razón por la que muchos prefieren vender en mercado más pequeños es debido al volumen de producción que obtienen de la cosecha, un gran porcentaje de los agricultores cultiva poco y por ende sus cosechas, les resulta mejor comercializar en un mercado menor a uno grande, debido a que los mercados mayorista se encuentran más alejados, y por lo tanto para poder llevar sus productos allá, tienen que transportar los productos, lo que incurre en más costos y en el riesgo de que si la cantidad escaza que ofertan puede ser adquirida por los grandes compradores.

PREGUNTA N.- 11

¿Cada cuánto usted acude a vender sus productos?

Tabla 17. Frecuencia de Venta

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Semanalmente	190	190	56,21
Mensualmente	63	253	18,64
Otros (especifique):	85	338	25,15
	338		100,00

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: La Encuesta

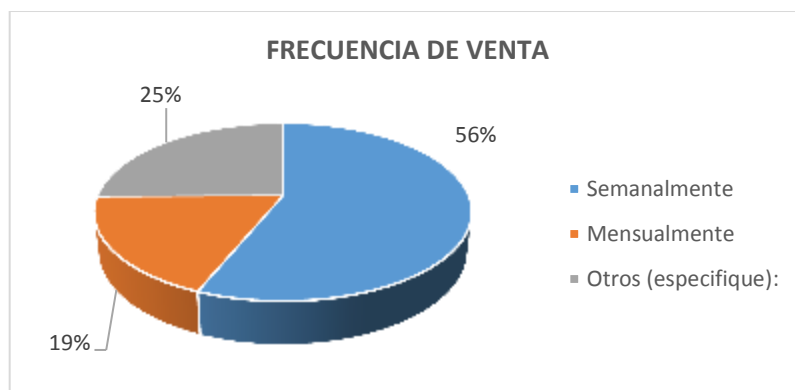


Gráfico 24. Frecuencia de Venta

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Análisis:

El 56% de los agricultores manifestó que acuden a comercializar sus productos semanalmente, un 19% indicó que lo realizan mensualmente y un 25% expresó que lo realizan de acuerdo a las temporadas.

Interpretación:

Alrededor de la mitad de los agricultores acuden a algún mercado a vender sus productos semanalmente, este grupo comprende aquellas personas que viven solo de esta actividad económica y que poseen cultivos con frecuencias de cosechar inmediatas y a menudas, o agricultores que posee otros productos alternos, es decir que si la cosecha de un producto termina entonces ellos tienen otros cultivos que les siguen dando productos, con ello tienen que vender y asegurar sus ingresos.

PREGUNTA N.- 12

¿Con una X califique del 1 al 3 el factor que considere que influye negativamente en la comercialización de los productos agrícolas? (1= Poco importante, 2 = Importante, 3 Muy Importante)

Tabla 18. Factores negativos comercialización

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Elevados costos de producción	133	133	39,35
Volumen de producción	25	158	7,40
Falta de consumidores	21	179	6,21
Competencia	51	230	15,09
Precios de venta	108	338	31,95
	338		100,00

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: La Encuesta

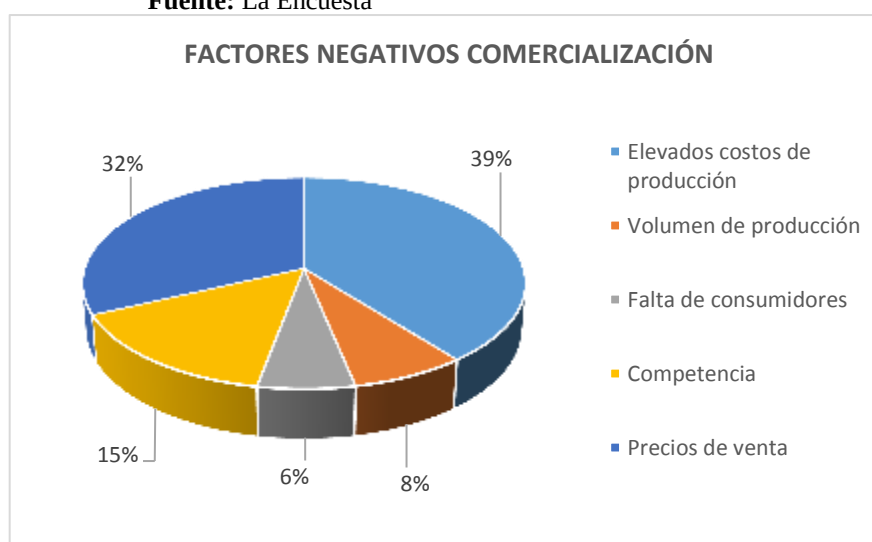


Gráfico 25. Factores negativos de la comercialización

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Análisis:

De los 338 agricultores, el 39% considera que los elevados costos de producción influyen en la comercialización, el 32% indica que se debe al precio de venta, un 15% señala que es por la competencia, un 8% dicen que es por el volumen de producción y un 6% indican que es por la falta de consumidores.

Interpretación:

La comercialización agrícola por parte de los productores se ve afectada en gran parte por los costos, pero a esto se añade otras situaciones que también afectan como es el precio al que comercializan, el cual es bajo en su mayoría según contestan los encuestados a una de las preguntas; otra situación es la competencia, no tanto la competencia entre agricultores sino con los comerciantes, en Baños sobre todo se debe a que vienen una gran parte de comerciantes de otras ciudades y esto también está relacionado con la falta de consumidores, es decir; no es que no exista compradores sino que estos prefieren los productos de los comerciantes y no de los productores. Por último el volumen de producción se ve afectado por causa de que los agricultores producen muy poco, por lo tanto acuden a vender sus productos en mercados o espacios pequeños lo que restringe el acceso de más compradores o potenciales consumidores.

PREGUNTA N.- 13

¿Considera usted que una asociación ayudaría a producir y a comercializar los productos agrícolas?

Tabla 19. Asociación

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Si	263	263	77,81
No	75	338	22,19
	338		100,00

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: La Encuesta

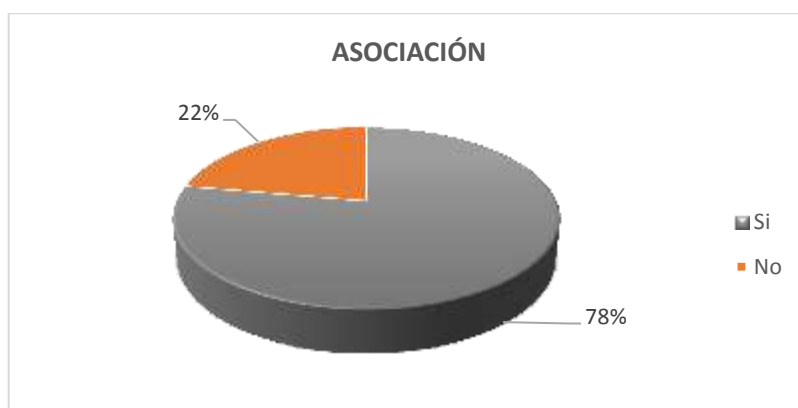


Gráfico 26. Asociación

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Análisis:

El 78% considera que la creación de una asociación ayudaría a que puedan producir y comercializar sus productos con mejor eficiencia, y un 22% piensa que no tendría gran impacto en esta actividad.

Interpretación:

Una proporción alta indica que los agricultores piensan que una asociación ayudaría a mejorar sus cultivos, a comercializar y a obtener mejores beneficios, ya que por medio de la asociación entre todos se ayudaría y podrían planificar adecuadamente la producción y comercialización de los productos agrícolas.

4.2. Verificación de Hipótesis

4.2.1. Planteo de la Hipótesis

Ho: Los costos de producción no impactan significativamente en la comercialización de los productos agrícolas de los agricultores del Cantón Baños de Agua Santa.

H1: Los costos de producción impactan significativamente en la comercialización de los productos agrícolas de los agricultores del Cantón Baños de Agua Santa.

4.2.2. Estimador Estadístico

Para poder realizar la prueba de hipótesis del trabajo investigativo se ha tomado como herramienta a la Prueba de Hipótesis Chi - cuadrado, la misma que por medio de frecuencias observadas y esperadas lleva a cabo el cálculo que nos ayudara a obtener el Chi cuadrado calculado, el cual al comparar con el Chi cuadrado tabular nos indica en que zona cae el Chi cuadrado calculado, dando como resultado si se acepta o no la hipótesis nula. Para realizara este cálculo se utiliza como herramienta la siguiente fórmula de la Prueba Chi – cuadrado:

$$X^2_{prueba} = \sum \frac{(o_i - e_i)^2}{e_i}$$

4.2.3. Calculo del Chi Cuadrado X^2

Para obtener el valor X^2 se trabajó con un nivel de 0, 05 de error, y para el cálculo de los grados de libertad se realizó de la siguiente manera:

REGLA DE DECISIÓN

1-0,95; 0,05; α 0,05

Gl: (c-1) (f-1)

Gl: (3-1) (2-1)

Gl: 2

Una vez que con el valor obtenido de los grados de libertad por medio de la Tabla del Chi cuadrado o a través de la fórmula del Excel =INV.CHICUAD.CD (0,05; 2), obtengo el Chi cuadrado Tabular, el cual es de 5,99.

El Chi Cuadrado Tabular indica: si el valor calculado es menor que el Chi cuadrado Tabular (5,99), se acepta la hipótesis nula H_0 y se rechaza la hipótesis alternativa H_1 ; si el Chi cuadrado calculado es mayor se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 .

4.2.4. Comprobación de Hipótesis

¿Considera usted que los costos en los que incurre para la producción agrícola son elevados?

Tabla 20. Comprobación de Hipótesis

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Si	259	259	76,63
No	79	338	23,37
	338		100

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: La Encuesta

¿Seleccione una categoría de acuerdo al precio de comercialización que usted ofrece sus productos en comparación de quienes son solo comerciantes?

Tabla 21. Comprobación de Hipótesis

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Bajo	173	173	51,18
Similar	143	316	42,31
Alto	22	338	6,51
	338		100,00

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: La Encuesta

Tabla 22. Frecuencias Observadas

COSTOS DE PRODUCCIÓN	PRECIO DE COMERCIALIZACIÓN			TOTAL
	BAJO	SIMILAR	ALTO	
SI	120	121	18	259
NO	53	22	4	79
	173	143	22	338

Elaborado por: Chauca C. (2015)**Fuente:** La Encuesta**Tabla 23.** Frecuencias Esperadas

COSTOS DE PRODUCCIÓN	PRECIO DE COMERCIALIZACIÓN		
	BAJO	SIMILAR	ALTO
SI	132,57	109,58	16,86
NO	40,43	33,42	5,14

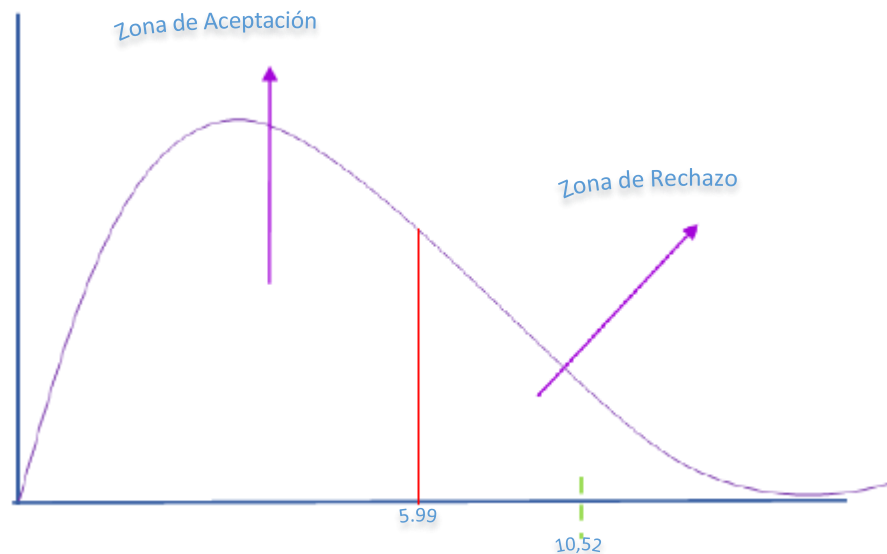
Elaborado por: Chauca C. (2015)**Fuente:** La Encuesta**Tabla 24.** Frecuencias Observadas (O) y Esperadas (E)

	O	E	O-E	(O-E) ²	(O-E) ² /E
SI	120	132,57	-12,57	157,88	1,19
NO	53	40,43	12,57	157,88	3,90
SI	121	109,58	11,42	130,49	1,19
NO	22	33,42	-11,42	130,49	3,90
SI	18	16,86	1,14	1,30	0,08
NO	4	5,14	-1,14	1,30	0,25
TOTAL	338	338	1,33227E-14	5,79345E+02	10,52

Elaborado por: Chauca C. (2015)**Fuente:** La Encuesta

El resultado obtenido como valor Chi cuadrado calculado es de 10,52.

4.2.5. Conclusión



4.2.6. Interpretación de la Hipótesis

La presente investigación se realizó por medio de una muestra de 338 agricultores, a los cuales se les aplicó una encuesta, herramienta que ayudó a recolectar información de la población de estudio y de la situación; después estos datos fueron tabulados, se realizó la interpretación de los datos, por último se procedió a la comprobación de la hipótesis a través del cálculo del CHI CUADRADO.

En la gráfica se observa que el Chi cuadrado calculado es mayor al Chi cuadrado tabular, por lo tanto cae en la zona de rechazo. Esto indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa; es decir que los costos de producción impactan significativamente en la comercialización de los productos agrícolas de los agricultores del Cantón Baños de Agua Santa.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- ❖ De acuerdo a la información obtenida durante la investigación y las encuestas se determinó que los costos de producción influyen considerablemente en la producción de los producto agrícolas, esto se debe a que los agricultores tienen problemas en manejar los costos de producción de sus cultivos, por lo que se exceden en muchos insumos químicos con el objetivo de tener un producto de mejor calidad, sin darse cuenta que ello conlleva con el tiempo a que el suelo se dañe y se vuelva dependiente de estos insumos, a su vez provoca que la ganancia obtenida sea menor para el productor, además de que los altos costos de producción limitan la cantidad de cultivo.

- ❖ Los agricultores según las respuestas proporcionadas mediante la encuesta, poseen dificultad en la comercialización de sus productos agrícolas, esto se genera debido a que no posee un espacio adecuado para comercializar, esto con lleva a que los intermediarios manipulen los precios y a los consumidores, provocando que el consumidor no aprecie los productos del productor. Además los intermediarios de esta forma presionan para que les vendan los productos a un precio menor, de esta forma quien sale más beneficiado es el intermediario. Así mismo el consumidor quien cumple la función de un individuo esencial en el sistema de comercialización, también tienden a manipular la negociación con los productores, considerando que porque son quienes producen deben vender a un precio más bajo o a un precio similar pero dando una cantidad mayor, no reconociendo de esta forma la labor difícil del agricultor, provocando en ellos un desestimo en la producción. Adicional a ello otros problemas que

se relacionan son: problemas en el transporte del producto y en la frecuencia que genera productos sus cultivos, que permitan sacar al mercado con mayor periodicidad.

- ❖ A excepción de una cuarta parte de los agricultores encuestados, en una gran mayoría (78%) consideran que por medio de una asociación estos podían mejorar la actividad y la comercialización de sus productos, además tendrían más accesibilidad para que las instituciones públicas agrícolas les presten atención, y les proporcionen ayuda técnica y recursos a sus cultivos.

5.2. Recomendaciones

- ❖ Es necesario que se cree una agrupación para que puedan acceder a capacitaciones en cuanto al manejo de los costos de producción, el registro de los mismo, la planificación de un cultivo y el manejo de técnicas de cultivos y usos de insumos agrícolas, esto último por medio de ayuda de técnicos de la Unidad de Asistencia Técnica Rural, los cuales son los encargados de ayudar a este sector.
- ❖ Para mejorar el sistema de comercialización, los agricultores deben plantearse transportar sus productos en conjunto para que disminuyan los costos, pero antes de ello deben plantear mejorar la presentación del producto y la calidad, que haga su producto más atractivo para el comprador. Otro punto es crear un sitio de expendio local en el cual puedan sacar también sus productos en un volumen menor.
- ❖ La creación de una asociación sería una solución acertada para mejorar esta actividad, ya que sería una manera de impulsar al agricultor a seguir produciendo pero de una forma más responsable, ya que a través de esta se podría lograr ayuda de diversas instituciones gubernamentales. Sobre todo

la creación de una asociación ayudaría a que se aplique procesos que lleven a ofrecer productos con un valor agregado, pero que esto no involucre subir el precio de comercialización a uno más alto del establecido en el mercado, con el fin de generar mayores ingresos al agricultor y mejorar su calidad de vida, que puedan recibir condiciones de vida de acuerdo al esfuerzo que aplican.

CAPITULO VI

PROPUESTA

6.1. Datos Informativos

Tema:

Estrategias para la creación de una asociación de agricultores para la producción y comercialización de sus productos

Institución Ejecutora

Serán los agricultores de la Parroquia Rio Verde, con el apoyo del Gad Parroquial de Rio Verde y la Unidad de Asistencia Técnica Rural

Beneficiarios

Los principales beneficiarios serán los agricultores de productos agrícolas de la parroquia Rio Verde

Ubicación

Parroquia Rio Verde
Cantón: Baños de Agua Santa
Provincia: Tungurahua

Tiempo Estimado para la Ejecución

Fecha de Inicio: 01 de Julio del 2015 **Fecha Fin:** 31 de Diciembre del 2015

Equipo Técnico Responsable

Los agricultores de la Parroquia Rio Verde, un técnico de la Unidad de Asistencia Técnica Rural, el presidente del Gad Parroquial de Rio Verde, el Tutor del Proyecto de Investigación y mi persona.

Costo

El valor es de \$ 1200.

6.2. Antecedentes

Debido a que los agricultores no saben manejar adecuadamente sus cultivos, y no analizan los costos en los que incurren y las ganancias que desean obtener, así como también la comercialización de sus productos les representa dificultad tanto por el transporte, la manera de negociación de sus productos, el lugar donde acuden a expender sus productos y a su vez el precio que obtienen por los mismos, genera insatisfacción, haciendo que sea una actividad mal remunerada para el productor. Por lo tanto se ha visto en la necesidad de dar una solución a este grupo de población, por medio de una asociación en la que ellos puedan planear todas sus actividades y obtener mejores beneficios. Además este tipo de asociaciones ya se ha planteado en muchos lugares y ha tenido buenos resultados, a continuación algunas investigaciones sobre el tema:

De acuerdo a la Agencia especializada de las Naciones Unidas nombrada “Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola” (2013), nos menciona: “El éxito de las asociaciones y los beneficios que de estas se derivan a los pequeños agricultores y comunidades rurales depende de que haya una distribución equitativa de los riesgos, las responsabilidades, los recursos y los beneficios”.

FIDA (2013), nos señala: “Las asociaciones son de utilidad para la agricultura en pequeña escala de múltiples maneras. Permiten a los agricultores pobres ampliar sus operaciones de manera eficaz en función de los costos y conseguir entrar en

mercados y cadenas de valor que, de lo contrario, serían inaccesibles; fomentan la formulación de políticas que tienen en cuenta las necesidades de todas las partes interesadas, grandes y pequeñas; respaldan la protección de los recursos naturales; brindan acceso a los conocimientos, la investigación y la tecnología; promueven el intercambio de experiencias entre los países que se enfrentan a dificultades similares, y mejoran el acceso a la financiación”.

Según la FAO, (1994); Fox, (1996); Flores y Rello, (2002) citado por Pérez, L.; Figueroa, B.; Díaz, J. & Almeraya, S. (2011), indican: “Varios autores coinciden en que los pequeños agricultores, trabajadores rurales, campesinos sin tierra, y otros grupos desaventajados de la población rural no tienen poder de negociación suficiente para lograr que sus peticiones sean atendidas. De ahí la importancia de agruparse y unir esfuerzos para formular ante las autoridades demandas que representen los intereses de la totalidad de sus miembros.”

El ser un agricultor individualizado genera que pocos sean beneficiados y la mayoría trabaje en su propia comodidad, sin esperar ningún cambio. Por ello es importante la creación de una asociación, la cual es el eje para que la voz de quienes forman parte sea escuchada y tomada en cuenta dentro de la ciudad.

A su vez en la Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas una de las conclusiones de sus autores Pérez, L.; Figueroa, B.; Díaz, J. & Almeraya, S. (2011), señala: “La participación de hombres y mujeres en el planteamiento de estrategias, es indispensable para el desarrollo de las comunidades a través de la organización, y es uno de los pilares en el desarrollo local.”

La creación de una agrupación será de beneficio mutuo y de aporte de todos, cada involucrado participa activamente con el conocimiento que posee, y por medio de reuniones llegan a concesos sobre las estrategias que deben plantearse, las actividades a realizarse, entre otras.

Para Camacho, P.; Marlin, C. & Zambrano, C. (2006), pertenecer a una asociaciones proporciona algunos beneficios como: “Si hablamos de pequeños/as

productores/as rurales, la mejoramiento de asociatividad es el paso fundamental para lograr su acceso al ingresos mercado porque: Les permite negociar en común con mayor volumen y poder, frente a terceros (proveedores de insumos, oferentes de servicios, clientes); Reducir los costos de información, transporte y comercialización individual; Les permite acceder a beneficios especiales diseñados para organizaciones de productores (provenientes de proyectos, o del Estado); Hace más factible el acceso a capacitación y asistencia técnica; Hace posible la gestión de lobby frente a gobiernos locales y otros. Es decir, genera ventajas de escala y poder de negociación y les ayuda a superar su posición desventajosa de pequeños/as productores/as frente a un mercado cada vez más competitivo.”

Un problema grande que tienen los agricultores es que producen poco, y esto se debe a que tienen pocos recursos y difícil acceso a la venta de sus productos, en si poseen un estatus semejante al de un comerciante informal que no tiene un nombre y una estructura que le permita ser competitivo en el mercado, por lo cual la creación de una asociación permitiría trabajar planificadamente, proyectar volúmenes de producción, identificar los productos que se debe cultivar de acuerdo a las temporadas, planificar cultivos alternos, crear un sistema de transporte y comercialización del producto, etc.

6.3. Justificación

La creación de una asociación agrícola nace con el fin de dar solución al problema y las dos variables que se me presentan en el tema. Una forma de dar solución a la informalidad de los agricultores es por medio de una agrupación constituida jurídicamente. A demás una vez se constituya la misma lo que se quiere es establecer una planificación de los productos a producir, los elementos que incurren en esta actividad, manejar planificadamente los costos para que me ayuden a percibir los beneficios que se tiene, manejar técnicas de producción o cultivo, una distribución y transportación eficiente que lleven a la comercialización de los productos agrícolas a un precio justo para el productor y consumidor.

Las asociaciones agrícolas ayudan a que las personas sean partícipes de la sociedad, que la voz de estas juntas sea un eco mayor para que las autoridades y organizaciones les presten atención y les brinden ayuda.

6.4. Objetivos

6.4.1. Objetivo General

Establecer las estrategias para la Creación de una Asociación agrícola que permita una adecuada producción y comercialización de productos agrícolas por medio de un manejo correcto de los costos de producción y técnicas de comercialización.

6.4.2. Objetivo Especifico

- ❖ Definir los requisitos los requisitos que se debe cumplir durante la creación de una asociación agrícola.
- ❖ Establecer los costos estimados que representaría la creación de una asociación agrícola.
- ❖ Realizar un pronóstico de proyección de ventas para obtener el costo beneficio de la venta de productos agrícolas a través de la creación de una asociación.

6.5. Análisis de Factibilidad

6.5.1. Factibilidad Administrativa y Legal

La creación de la asociación tiene que ir de acuerdo a la parte legal, para ello se debe llevara a cabo todo el proceso que conlleva transformar a las personas naturales en una asociación que trabaja en conjunto por un mismo fin, para ello debemos seguir lo que establece el MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca), la SEPS (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria) y el IEPS (Instituto Nacional de Economía Popular y

Solidaria como entes reguladores y de ayuda.

6.5.2. Factibilidad Socio-Cultural

Los agricultores cada vez necesitan ser partícipes de lo que pasa en la ciudad, por ello cada vez se involucran en las actividades del lugar donde habitan. Hoy en día en la sociedad es frecuente la creación de grupos para poder salir a delante, porque saben que con lo poco que saben cada uno pueden unirse y formar algo único y valioso que les permita salir adelante.

6.5.3. Factibilidad de Mercado

Los productos agrícolas son partes de un bien necesario por lo que en si necesariamente el consumidor adquiere, pero el problema se genera cuando existe mucha competencia y cuando los recursos no les permiten ir a vender sus productos en otros mercados, etc.

Por ello mediante la asociación lo que se quiere proyectar es una buena imagen de los productos a un precio accesible para sacar al mercado, también adentrarse en los mercados donde todos los agricultores y comerciantes acuden a vender; sino que entablar relaciones comerciales con restaurantes, hoteles y otros que requieran el producto directo en el negocio.

Esto nos abra más puertas en el mercado y más posibilidades para el agricultor de vivir a través de la agricultura.

6.5.4. Factibilidad Económica- Financiera

Este proyecto tendrá factibilidad económica - financiera por medio de un aporte de constituido en primera instancia por los socios, y otras como a través de la ayuda del IEPS y del Gobierno Local y Parroquial. Para lo cual se realizara un Presupuesto en el que se establezca las actividades que se van a realizar y los montos a invertir y a obtener.

6.5.5. Factibilidad Organización

En lo que se refiere a cómo estará estructurada la organización se llevara a cabo todos los pasos a seguir por parte de los entes reguladores, por lo tanto también se estructura coherentemente el organigrama de la organización. La personas que se encuentren liderando la organización serán personas que tengan conocimiento en las áreas que les compete, de acuerdo a la encuesta se pudo percibir que existen personas que practican esta actividad y que poseen una instrucción educativa alta, pero si no se contratara personas capaces de desempeñar la administración de la organización, y que guíen a los agricultores en la decisiones que plantean, además que sugieran, planifiquen, diseñen, promoción y establezcan relaciones de comercio con empresas que pueden ser potenciales consumidores.

6.5.6. Factibilidad Ambiental

La práctica de la agricultura con el tiempo ha implica que cada vez acudan los agricultores al uso de fertilizantes en sus cultivos, con el fin de obtener mejores productos y de que las plagas de insectos no dañen sus cultivos, pero lo que no perciben es que el suelo se contamina por causa de ello y el producto agrícola también, lo que es perjudicial para la salud y para la producción también, porque con el tiempo necesitan cada vez más fertilizantes para producir. Pero a través de la asociación lo que se quiere cambiar es también eso, mejorar las tierras a través de abonos orgánicos, también se usara fertilizantes pero de una forma modera que no genera tanto impacto ambiental. Se ha visto hoy en día que en muchas partes del mundo, que la agricultura ecológica es una alternativa de solución y esta va teniendo acogida a la vez, por lo tanto se considera que sería factible implantar una agricultura más limpia.

6.6. Fundamentación

La creación de la asociación tendrá como eje principal y base a lo dispuesto por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, para ello iniciaremos argumentando sobre este organismo, para después adentrarnos en la asociación

basada en el modelo de Economía Popular y Solidaria.

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

La SEPS es una institución que se encarga de supervisar y controlar a todas las organizaciones que se encuentran registradas por esta institución de control. Nació con un fin adicional que es el de lograr el buen vivir en todos los integrantes que forman parte de ella a través de una economía solidaria basada en que para lograr una economía de este tipo es necesario que varias personas participen y trabajen para un solo fin, de esta manera se puede alcanzar muchas cosas más.

La economía popular y solidaria es un modelo en el que busca que las personas se agrupen y trabajen en equipo, que junten su esfuerzo colectivo, y que cada uno contribuya las cualidades que posee: el conocimiento, destrezas, ideales, experiencias, recursos, etc., que puedan ayudar al bien de todos. No importa la diferencia de capacidades, sino que cada uno con lo que sabe, conoce y posee, una vez unidos puedan lograr algo bueno. La diferencia no es sinónimo de desigualdad, sino de que ese modo distinto de ver cada uno forma algo valioso.

Como herramientas la SEPS indica los principios que nos guiarán a construir una asociación, para ello lo primero que se debe tener en cuenta es el espíritu de solidaridad que es el que lleva a que los demás principios se lleven a cabo, como lo son: el buen vivir, la prioridad del trabajo antes que el capital, la primacía de los intereses colectivos sobre los individuales, el comercio justo, consumo responsable, ético y amigable con el ambiente, igualdad de género, la responsabilidad con la sociedad y el ambiente, la distribución igualitaria y solidaria de los excedentes, la educación y capacitación, la autogestión, la responsabilidad compartida, la cooperación y participación, etc.

La EPS está conformada por 3 sectores, los cuales son: Sector Cooperativo, Sector Asociativo, y Sector Comunitario.

Sector Asociativo

El proyecto de asociación se encuentra dentro del sector asociativo, por lo tanto nos guiamos en lo que dice la SEPS, (2012) sobre este sector: “Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley”

Entendemos que el sector asociativo está conformado por un grupo de asociaciones conformada por personas que realizan las mismas actividades productivas o una actividad complementaria, las cuales desean agruparse para mejorar su producción y comercialización a través de los beneficios que resulta de su unión, como es la obtención de insumos, tecnología, herramientas, técnicas y ayuda de instituciones.

Las asociaciones permiten la participación de la población campesina a ser parte de los asuntos de la comunidad, del gobierno, a tomar decisiones a través de las reuniones que les compete, a solicitar y ser tomados en cuenta cuando necesitan que la sociedad a través de las instituciones le proporcione ayuda.

6.7. Modelo Operativo

Para iniciar con el proyecto de crear la asociación agrícola se va a elaborar una tabla en la que se establezca las fases de ejecución y el tiempo que durara.

A demás en este punto se establecerá los pasos a seguir y los requisitos que se debe aplicar para conformar una asociación agrícola.

También estableceremos un presupuesto que nos ayude a planificar económicamente si es factible la realización de la misma.

El modelo operativo es un esquema en el que se planifica las actividades que se van a realizar durante la planeación de un proyecto o plan, es decir establece los procesos que se van a realizar y las personas responsables a cumplir cada proceso, así como también el tiempo que se llevara a cabo la ejecución de la misma, con ello se logra trazar el camino y saber lo que se debe hacer, cuando y como, con el fin de optimizar tiempos y recursos.

6.7.1. Requisitos para constituir una asociación

Una vez que un grupo de individuos se pone de acuerdo en la conformación de una asociación, proceden a realizar una sesión en la que establecen el representante jurídico, el nombre de la asociación, entre otros puntos. Después se inicia el registro de la asociación como personería jurídica, para lo cual se aplica los pasos detallados a continuación a través de un flujograma:

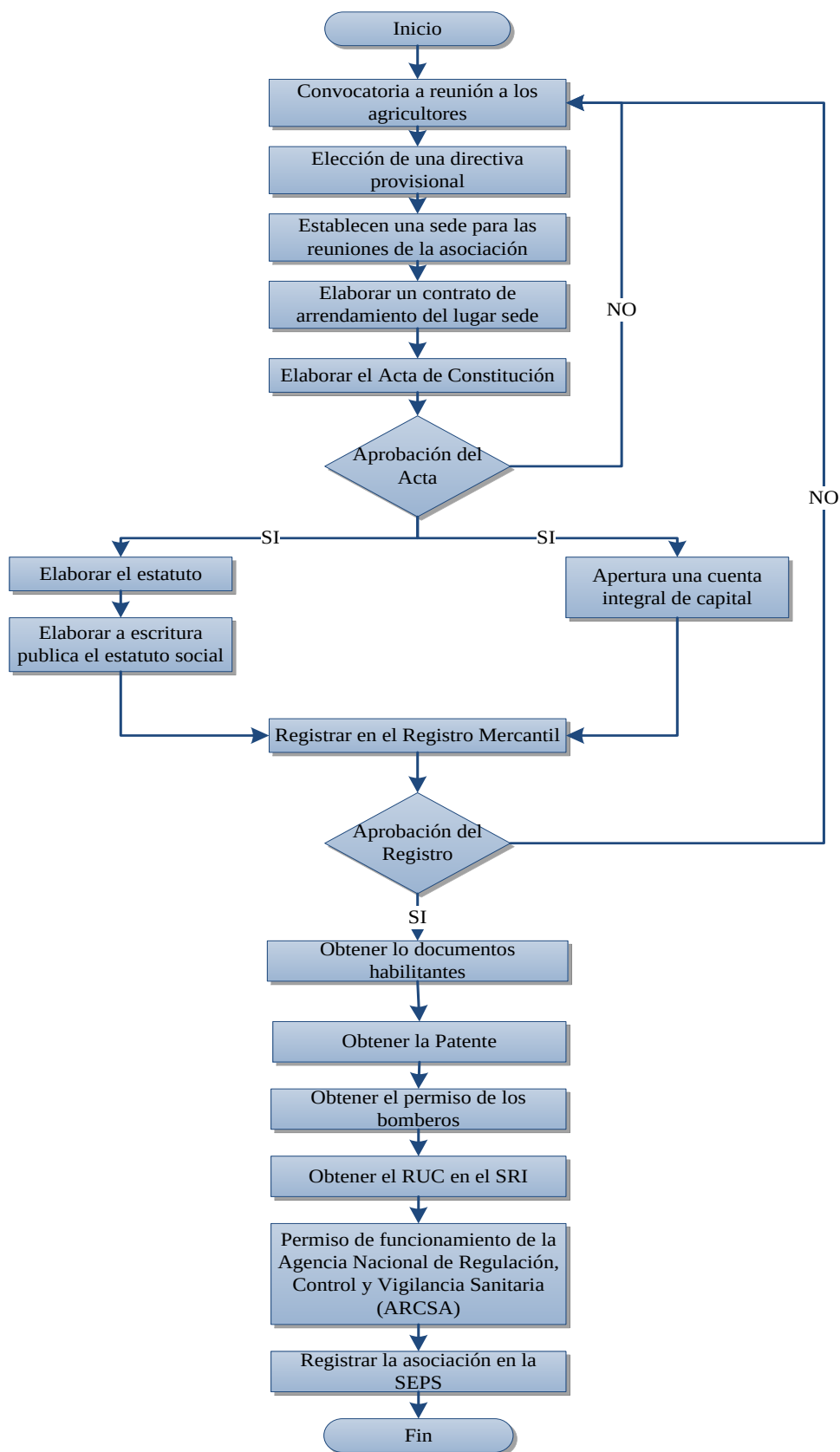


Figura 2. Flujograma Constitución de una asociación
Realizado por: Chauca, C. (2015)

La parte inicial del flujograma se realiza con la participación de los agricultores que desean conformar parte de una asociación, al inicio se convocara a algunas reuniones en las que se pueda ir tratando algunos puntos de la asociación que se pretende crear, hasta llegar a tomar la decisión de cuanto socios van a formar parte, quienes van a ser los encargados de representar, el aporte por socio que se va a realizar, ubicar la sede de las reuniones y demás; en esta reunión se levantara una Acta de constitución de la asociación (Anexo 2) y se planteara la elaboración de los Estatutos (Anexo 3) de esta nueva asociación de acuerdo a los formatos publicados por la SEPS.

Una vez que el acta haya sido aprobada, el dinero que recaude por los aportes iniciales se depositara en una cuenta integral de capital en una institución financiera, y el estatuto social se llevara al notario para que la eleve a escritura pública. Después se enviara el oficio con el requerimiento y la documentación solicitada por el Registro Mercantil para su aprobación correspondiente.

Cuando la asociación se encuentre registra se procederá a obtener la patente municipal, para lo cual se debe llevar los siguientes requisitos: la Escritura de Constitución, el nombramiento del representante legal, la cédula de identidad y certificado de votación del mismo y la solicitud de la patente (Anexo 4); todos estos documentos deben ser entregados en el Gobierno Municipal del Cantón, adicional a ello deben cancelar un valor por de liquidación correspondiente.

Después de la aprobación de la patente, se solicita que el Cuerpo de Bomberos del cantón nos entregue el permiso de funcionamiento por parte de esta institución, para lo cual realizan una inspección y verifican que el área esté en condiciones adecuadas a la actividad que va a desempeñar.

Con el avance de aprobación de cada uno de los documentos, se solicita el RUC en el Servicio de Rentas Internas (SRI), para el cual se debe llevar la siguiente documentación: Original copia de la cedula de identidad y papel de votación; copia de una factura, planilla, comprobante de pago de servicios básicos u otros

servicios; copia de cualquier documento emitido por una entidad pública, pueden ser: Certificaciones de cualquier entidad pública, orden de instalación de cualquier medidor, llena y firmada por la persona que realizó la inspección de la dirección (trabajador de la empresa de agua potable o energía eléctrica); copia del contrato o factura de arrendamiento, contrato de comodato; copia del Estado de cuenta bancario o tarjeta de crédito; copia de la Patente Municipal y Permiso de Bomberos; y Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio o empresa. A demás de estos requisitos, se debe llenar algunos formularios y solicitudes:

Formulario 01A (Anexo 5)

Formulario 01B (Anexo 6)

Carta de Autorización Simple (Anexo 7)

Ficha Técnica para la presentación de los accionistas en medio magnético, esto en el caso de que sobre pasen los 5 socios o accionista, para ello se debe seguir los pasos detallados en el (Anexo 8).

Por paso final tenemos la solicitud del permiso por parte de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), la cual entro en funcionamiento a partir de septiembre del 2013, la cual entra a cumplir la función que desempeñaba el Ministerio de Salud Pública. Para poder realizar este proceso hay que ingresar a la página www.salud.gob.ec > Arcsa en la cual debemos buscar la opción permiso de funcionamiento y empezar a llenar la información que nos va solicitando, formularios y solicitud. Una vez que se haya completado todos los datos en el sistema informático se carga la información y nos aparece un comprobante de pago en el que nos indica el valor a pagar y donde hacerlo, lo imprimimos y acudimos a cancelar el valor, el comprobante de pago que nos da en la institución donde se canceló se sube a la página para que se registre el pago. Después verificamos el estado de la solicitud y tenemos que esperar a que el Dpto. Financiero proceda a validar el pago, para ello hay que estar pendiente del estado de la solicitud hasta que cambie y se pueda visualizar la solicitud y factura, la factura se imprime y nos aparece el Permiso de funcionamiento. Todo este

proceso se encuentra publicado en la página oficial por medio de una herramienta denominado “MANUAL DE USUARIO - Permiso de Funcionamiento”.

Una vez que sea culminado con los pasos que se debe seguir cuando se va a constituir una empresa, se procederá a registrar la asociación en el ente de control.

6.7.2. Requisitos para registrar una asociación en la SEPS

La SEPS en su sitio web indica los requisitos y algunos formatos que se deben aplicar para registrar a la asociación dentro de este ente. A continuación el detalle:

Requisitos

- Reserva de denominación.
- Solicitud de Constitución.
- Acta Constitutiva (Anexo 1)
- Certificación emitida por el secretario provisional de la organización. (Anexo 9)
- Estatuto Social (Anexo 3)
- Listado de asociados fundadores - mínimo 10 (Anexo 10)
- Certificado de depósito del aporte al capital social inicial por el monto fijado por el Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, efectuado, preferentemente en una cooperativa de ahorro y crédito. Dicho aporte corresponde por lo menos a 3 R.B.U. pagados en dos aportes, el 50% al inicio del trámite de constitución, y, el 50% restante dentro del primer año de gestión de la organización.

6.7.3. Fases del Proyecto

Tabla 25. FASE I

FASE I

ETAPA	Conocer la situación actual de la actividad agrícola del cantón Baños de Agua Santa				
OBJETIVO	META	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO	RECURSOS
Determinar el impacto que tiene los costos de producción en la comercialización de productos agrícolas en el cantón Baños de Agua Santa	Identificar los aspectos que llevan a elevar los costos y a generar una comercialización deficiente	1. Recolectar información necesaria a través de fuentes bibliográficas	Investigadora	30 Días	Económicos Materiales Tecnológicos
		2. Aplicar encuestas a este sector			
		3. Conversar con personas cercanas a la problemática			
		4. Evaluar la información obtenida			

Realizado por: Chauca, C. (2015)

Tabla 26. FASE II

FASE II

ETAPA	Elaborar el proyecto de creación de una asociación				
OBJETIVO	META	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO	RECURSOS
Mejorar la comercialización de productos agrícolas a través de la disminución de los costos de producción, de técnicas y alternativas de comercialización	Incrementar la comercialización de los productos agrícolas y disminuir los costos de producción	1. Diseñar el proyecto de creación de la asociación	Investigadora Representante agricultores	60 Días	Económicos Materiales Tecnológicos
		2. Convocar a una reunión a los agricultores y plantearles el proyecto			
		3. Trabajar consecutivamente con los involucrados para llevar a cabo el proyecto	Presidente de la Junta Parroquial		

Realizado por: Chauca, C. (2015)

Tabla 27. FASE III

FASE III

ETAPA	Llevar a ejecución el proyecto de la asociación				
OBJETIVO	META	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO	RECURSOS
Crear la asociación agrícola de acuerdo al proceso y requisitos establecido por las instituciones de control	Mejorar la calidad de vida de los asociados y de la localidad	1. Acudir a una reunión los involucrados e invitados para dar inicio por medio de una acta la Constitución de la asociación	Investigadora Directiva Provisional	60 Días	Económicos Materiales Tecnológicos
		2. Seguir cada uno de los pasos establecidos dentro del proyecto y los que requiera las instituciones para avalar los distintos documento que competen constituir la legalmente	Técnico de la Unidad de asistencia Técnica Rural del cantón Presidente de la Junta Parroquial Capacitadores		
		3. Capacitar a los asociados e iniciar la actividad agrícola planificadamente			

Realizado por: Chauca, C. (2015)

Tabla 28. FASE IV

FASE IV

ETAPA	Monitoreo y evaluación del proyecto				
OBJETIVO	META	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO	RECURSOS
Comprobar los resultados de la aplicación del proyecto	Realizar evaluaciones periódicamente	1. Observar si la actividad se realiza de manera planificada y si se lleva registros de los costos de producción	Asociación agrícola Técnico de la Unidad de asistencia Técnica Rural del cantón Presidente de la Junta Parroquial	Indefinido	Económicos Materiales Tecnológicos
		2. Evaluar si la calidad de vida de los asociados a mejorado			
		3. Revisar las funciones que cada asociado cumple			
		4. Evaluar el costo – beneficio que obtienen			

Realizado por: Chauca, C. (2015)

6.8. Administración de la propuesta

6.8.1. Organigrama Estructural

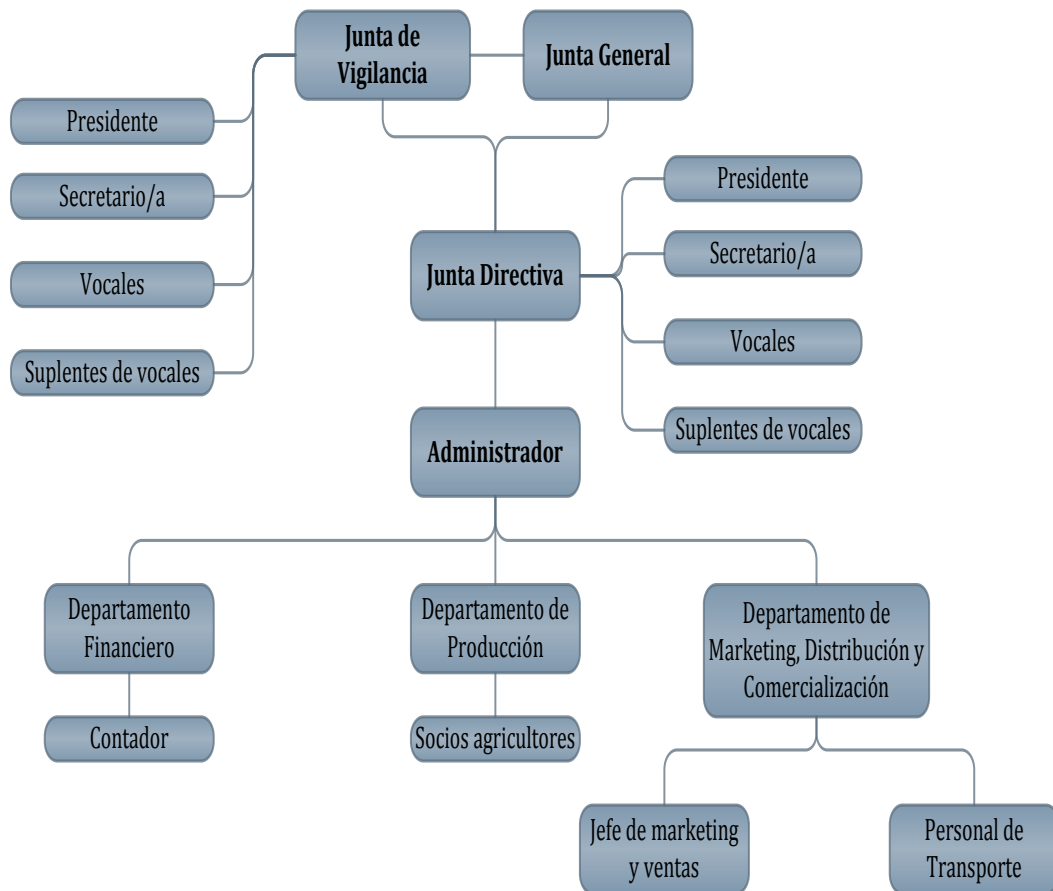


Figura 3. Organigrama Estructural

Realizado por: Chauca, C. (2015)

Las funciones que desempeñaran cada uno se encuentra redactada dentro del estatuto, el cual va acorde a la normativa establecida por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS).

6.8.2. Estudio Económico – Financiero

Toda propuesta y proyecto llevar a acabo necesita recursos financieros, por lo tanto a continuación se realizara la evaluación financiera de implementarla:
Lo primero q hay que identificar es los recursos con lo q cuenta la asociación, y el aporte inicial que se realizaron los asociados.

Plan de Inversiones

Tabla 29. Plan de inversión

PLAN DE INVERSION ACTIVOS	
DETALLE	MONTO
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS	26346,09
Fomento Agrícola	5401,09
Herramientas	825
Equipo de Fumigación	120
Vehículo	20000
ACTIVOS FIJOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	5850
Muebles y Enseres	3850
Equipo de Computo	2000
SUBTOTAL	32196,09
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	993
Imprevistos (5% de los activos diferidos)	49,65
SUBTOTAL	1042,65
INVERSION TOTAL	33238,7

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: Elaboración Propia

Financiamiento

Tabla 30. Financiamiento

FINANCIAMIENTO	
INVERSION CIRCULANTE	3238,7
INVERSION FINANCIERA	30000
TOTAL	33238,74079

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 31. Tabla de Pagos

TABLA DE PAGOS

Monto solicitado	30.000,00
Plazo del crédito	48
Frecuencia de Pago	18,00%
Tipo de Crédito	Microcredito

Cuota	Saldo Inicial	Interés	Capital	Cuota	Amortización	Amortización Acumulada
1	30.000,00	450,00	625,00	1.075,00	625,00	625,00
2	29.375,00	440,63	625,00	1.065,63	625,00	1.250,00
3	28.750,00	431,25	625,00	1.056,25	625,00	1.875,00
4	28.125,00	421,88	625,00	1.046,88	625,00	2.500,00
5	27.500,00	412,50	625,00	1.037,50	625,00	3.125,00
6	26.875,00	403,13	625,00	1.028,13	625,00	3.750,00
7	26.250,00	393,75	625,00	1.018,75	625,00	4.375,00
8	25.625,00	384,38	625,00	1.009,38	625,00	5.000,00
9	25.000,00	375,00	625,00	1.000,00	625,00	5.625,00
10	24.375,00	365,63	625,00	990,63	625,00	6.250,00
11	23.750,00	356,25	625,00	981,25	625,00	6.875,00
12	23.125,00	346,88	625,00	971,88	625,00	7.500,00
13	22.500,00	337,50	625,00	962,50	625,00	8.125,00
14	21.875,00	328,13	625,00	953,13	625,00	8.750,00
15	21.250,00	318,75	625,00	943,75	625,00	9.375,00
16	20.625,00	309,38	625,00	934,38	625,00	10.000,00
17	20.000,00	300,00	625,00	925,00	625,00	10.625,00
18	19.375,00	290,63	625,00	915,63	625,00	11.250,00
19	18.750,00	281,25	625,00	906,25	625,00	11.875,00
20	18.125,00	271,88	625,00	896,88	625,00	12.500,00
21	17.500,00	262,50	625,00	887,50	625,00	13.125,00
22	16.875,00	253,13	625,00	878,13	625,00	13.750,00
23	16.250,00	243,75	625,00	868,75	625,00	14.375,00
24	15.625,00	234,38	625,00	859,38	625,00	15.000,00
25	15.000,00	225,00	625,00	850,00	625,00	15.625,00
26	14.375,00	215,63	625,00	840,63	625,00	16.250,00
27	13.750,00	206,25	625,00	831,25	625,00	16.875,00
28	13.125,00	196,88	625,00	821,88	625,00	17.500,00
29	12.500,00	187,50	625,00	812,50	625,00	18.125,00
30	11.875,00	178,13	625,00	803,13	625,00	18.750,00
31	11.250,00	168,75	625,00	793,75	625,00	19.375,00
32	10.625,00	159,38	625,00	784,38	625,00	20.000,00
33	10.000,00	150,00	625,00	775,00	625,00	20.625,00
34	9.375,00	140,63	625,00	765,63	625,00	21.250,00
35	8.750,00	131,25	625,00	756,25	625,00	21.875,00
36	8.125,00	121,88	625,00	746,88	625,00	22.500,00
37	7.500,00	112,50	625,00	737,50	625,00	23.125,00
38	6.875,00	103,13	625,00	728,13	625,00	23.750,00
39	6.250,00	93,75	625,00	718,75	625,00	24.375,00
40	5.625,00	84,38	625,00	709,38	625,00	25.000,00
41	5.000,00	75,00	625,00	700,00	625,00	25.625,00
42	4.375,00	65,63	625,00	690,63	625,00	26.250,00
43	3.750,00	56,25	625,00	681,25	625,00	26.875,00
44	3.125,00	46,88	625,00	671,88	625,00	27.500,00
45	2.500,00	37,50	625,00	662,50	625,00	28.125,00
46	1.875,00	28,13	625,00	653,13	625,00	28.750,00
47	1.250,00	18,75	625,00	643,75	625,00	29.375,00
48	625,00	9,38	625,00	634,38	625,00	30.000,00

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: Elaboración Propia

Costos de Producción

Tabla 32. Costo Preparación del Suelo

Cantidad: 20000 m ² = 2 hectárea				
PREPARACIÓN DEL SUELO	PRECIO UNITARIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR USD
Arada del Terreno	0,04	m ²	20000	\$ 793,65
Fertilizantes	30	qq	30	\$ 900,00
Fungicidas	6,15	Litros	6	\$ 36,90
Insecticidas	13,47	Litros	6	\$ 80,82
Otros Materiales y equipos (postes, alambres, pías, etc.)	-	N/A	-	\$ 100,00
SUBTOTAL				\$ 1.911,37

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 33. Costo Sembrío

SEMBRÍO	PRECIO UNITARIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR USD
Siembra mora (3000 m2)	1,5	Plantas	750	\$ 1.125,00
Siembra tomate de árbol (8000 m2)	3	Caja de Plantas	32	\$ 96,00
Siembra fréjol (3000 m2)	0,81	KG	12	\$ 9,72
Siembra naranjilla (3000 m2)	0,08	Plantas	600	\$ 48,00
Siembra granadilla (3000 m2)	0,5	Plantas	450	\$ 225,00
SUBTOTAL				\$ 1.503,72

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 34. Costo Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA	CANTIDAD	DÍAS	Valor x día	VALOR USD
M. O. Remover la Tierra y Sembrar	20	5	10	\$ 1.000,00
M. O. Fumigaciones	5	2	10	\$ 100,00
M. O. Colocar abono sembríos	20	5	10	\$ 1.000,00
M. O. Riego	5	10	10	\$ 500,00
M. O. Cosecha	20	20	10	\$ 4.000,00
SUBTOTAL				\$ 6.600,00

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: Elaboración Propia

Costos de Comercialización

Tabla 35. Costo Comercialización

COSTOS COMERCIALIZACIÓN	CANTIDAD	PRECIO	VALOR USD
Cajas Medianas	1200	0,3	\$ 360,00
Cajas Grandes	1500	0,4	\$ 600,00
Lonas	2300	0,1	\$ 230,00
Piolas (rollos)	20	5	\$ 100,00
Combustibles y lubricantes	1200	0,58	\$ 696,00
SUBTOTAL			\$ 1.986,00

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: Elaboración Propia

Costos Variables

Tabla 36. Costos Variables

COSTOS VARIABLES	CV TOTAL
PREPARACIÓN DEL SUELO Y MATERIALES	\$ 1.911,37
SEMBRÍO	\$ 1.503,72
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 6.600,00
COSTOS DE EMPAQUE	\$ 1.986,00
SUBTOTAL	\$ 12.001,09

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: Elaboración Propia

Gastos Administrativos y Ventas

Tabla 37. Gastos de Administración y Ventas

GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	MESES	SUELDO	VALOR USD
Gerente	12	600	\$ 7.200,00
Jefe de Marketing	12	400	\$ 4.800,00
Chofer	12	400	\$ 4.800,00
Ing. Agrónomo	12	354	\$ 4.248,00
SUBTOTAL			\$ 21.048,00

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: Elaboración Propia

Costos Otros Rubros

Tabla 38. Costos Otros Rubros

OTROS RUBROS	VALOR USD
Mantenimiento	\$ 150,00
Suministros de Oficina	\$ 100,00
Servicio de Internet	\$ 420,00
Otros	\$ 100,00
Luz	\$ 600,00
Teléfono	\$ 360,00
Agua	\$ 180,00
SUBTOTAL	\$ 1.910,00

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: Elaboración Propia

Costos Fijos

Tabla 39. Costos Fijos

COSTOS FIJOS	VALOR USD
GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	\$ 21.048,00
OTROS RUBROS	\$ 1.910,00
TOTAL	\$ 22.958,00

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: Elaboración Propia

Volumen de Producción

Tabla 40. Volumen de Producción

VOLUMEN DE PRODUCCIÓN	PRECIO UNITARIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR USD
Siembra mora (3000 m2)	0,75	LB	19800	\$ 14.850,00
Siembra tomate de árbol (8000 m2)	9,33	SACOS	3520	\$ 32.841,60
Siembra fréjol (3000 m2)	48,84	SACOS	60	\$ 2.930,40
Siembra naranjilla (3000 m2)	38,21	SACOS	228	\$ 8.711,88
Siembra granadilla (3000 m2)	10	CAJAS	1856	\$ 18.562,50
SUBTOTAL				\$ 77.896,38

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: Elaboración Propia

Depreciación

Tabla 41. Depreciación

DEPRECIACIÓN			
Detalle	Valor actual	Tiempo	Dep. Anual
Eq. Informático	2000	3	666,67
Muebles y enseres	3850	3	1283,33
Vehículo	20000	5	4000,00
TOTAL			5950,00

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: Elaboración Propia

Amortización

Tabla 42. Amortización

AMORTIZACIÓN			
Detalle	Valor actual	Tiempo	Dep. Anual
Gastos de Const.	993	10	99,3
TOTAL			99,3

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: Elaboración Propia

Proyección de Ventas

Tabla 43. Proyección de Ventas

PROYECCIÓN DE VENTAS							
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	TOTAL
INGRESOS MORA (\$)	14850	15592,50	17151,75	19724,51	23669,42	28403,30	90988,18
INGRESOS TOMATE DE ÁRBOL (\$)	32842	34483,68	37932,048	43621,8552	52346,2262	62815,4715	201225
INGRESOS FRÉJOL (\$)	2930,4	3076,92	3384,612	3892,3038	4670,76456	5604,91747	17955
INGRESOS NARANJILLA (\$)	8711,88	9147,474	10062,2214	11571,5546	13885,8655	16663,0386	53379
INGRESOS GRANADILLA (\$)	18562,5	19490,625	21439,6875	24655,6406	29586,7688	35504,1225	113735
TOTAL INGRESOS (\$)	77.896,38	81.791,20	89.970,32	103.465,87	124.159,04	148.990,85	477.282,80
TOT. GASTOS VAR. (\$)	12.001,09	12.601,15	13.231,20	13.892,76	14.587,40	15.316,77	15.316,77

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: Elaboración Propia

Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 44. Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS						
TOTAL INGRESOS SIN IVA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
	77.896,38	81.791,20	89.970,32	103.465,87	124.159,04	148.990,85
Total Gastos Variables	12.001,09	12.601,15	13.231,20	13.892,76	14.587,40	15.316,77
Sueldos Trabajadores	21.048,00	22.780,00	22.780,00	22.780,00	22.780,00	22.780,00
Seguridad Social	2.346,85	2.539,97	2.539,97	2.539,97	2.539,97	2.539,97
Alquiler	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Suministros (Luz y agua)	780,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Teléfono	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Publicidad y promoción	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
Material Oficina	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Amortización Act. Diferido	99,30	99,30	99,30	99,30	99,30	99,30
Depreciación Activos Fijos	5.950,00	5.950,00	5.950,00	5.950,00	5.950,00	0,00
Total Gastos Fijos	33.384,15	35249,27	35249,27	35249,27	35249,27	29.299,27
TOTAL GASTOS	45.385,24	47.850,42	48.480,47	49.142,03	49.836,67	44.616,04
UTILIDAD BRUTA	32.511,14	33.940,78	41.489,85	54.323,83	74.322,37	104.374,81
IMPUESTOS 15% Util. a Trab.	13004,45	13576,31	16595,94	21729,53	29728,95	41749,92
y 25% a la Renta						
UTILIDAD NETA	19.506,68	20.364,47	24.893,91	32.594,30	44.593,42	62.624,88

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: Elaboración Propia

Flujo de Caja

Tabla 45. Flujo de Caja

SALDO INICIAL	33238,74					
COBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Ventas o Servicios	77.896,38	81.791,20	89.970,32	103.465,87	124.159,04	148.990,85
Préstamos a largo plazo	30000	-	-	-	-	
Créditos a corto plazo	-	-	-	-	-	
IVA cobrado	9347,57	9814,94	10796,44	12415,90	14899,08	17878,90
Aportaciones de Capital	33238,74	-	-	-	-	
TOTAL COBROS	150482,69	91606,14	100766,76	115881,77	139058,12	166869,75
PAGOS						
Total Gastos Variables	12.001,09	12.601,15	13.231,20	13.892,76	14.587,40	15.316,77
Inversiones Act. Fijos	32196,09	32196,09	32196,09	32196,09	32196,09	32196,09
Inversiones Act. Dif.	1042,65	1042,65	1042,65	1042,65	1042,65	1042,65
Alquileres	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Suministros (Luz y agua)	780,00	780,00	780,00	780,00	780,00	780,00
Teléfono	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Material Oficina	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Publicidad y promoción	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
Sueldo Trabajadores	21048,00	22780,00	22780,00	22780,00	22780,00	22780,00
Seguridad Social	2346,85	2539,97	2539,97	2539,97	2539,97	2539,97
Declaración de IVA	-	9347,57	9814,94	10796,44	12415,90	14899,08
Amortización préstamo	7500	7500	7500	7500	7500	7500
Tasa de Interés	4781,25	3431,25	2081,25	731,25	0	0
TOTAL PAGOS	84855,93	95378,67	95126,11	95419,16	97002,02	100214,57
Diferencia						
cobros-pagos	65626,75	-3772,53	5640,65	20462,61	42056,11	66655,18
SALDO FINAL	65626,75	61854,22	67494,87	109550,98	151607,09	218262,28

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: Elaboración Propia

Calculo Relación Costo Beneficio

$$B/C = \frac{\text{Valor Actual de los Ingresos totales netos o beneficios netos (VAI)}}{\text{Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales (VAC)}}$$

$$B/C = \frac{150482,69}{84855,93}$$

$$\frac{B}{C} = 1,77$$

El valor Costo/Beneficio es de 1,77; el cual es un valor mayor a 1, por lo tanto cae en la zona de aceptación, esto indica que por cada dólar que invierto, se genera un dólar con setenta y siete centavos.

Es decir, el proyecto posee validez porque por cada dólar que se invierte se obtendrá 77 ctvs., de beneficio y esto con lleva a que los asociados puedan lograr obtener una calidad de vida mejor.

6.9. Plan de Evaluación

Tabla 46. Plan de Evaluación

PREGUNTAS	PLAN DE EVALUACION
¿A quiénes evaluar?	A todos lo que conforman la asociación y al personal administrativo
¿Por qué evaluar?	Con el objetivo de conocer si lo planificado están desarrollando de acuerdo a los plazo determinados.
¿Para qué evaluar?	Para verificar que la creación de la asociación dio resultado, que el manejo de los recursos económicos es adecuado y conocer si ha mejorado el nivel de vida de los agricultores.
¿Qué evaluar?	El cumplimiento de las fases de ejecución
¿Quién va a evaluar?	La Junta directiva de la asociación y el Gerente de la Asociación
¿Cuándo evaluar?	En el mes de Enero del año 2016
¿Cómo evaluar?	Mediante recolección de información a través de encuestas y entrevistas
¿Con que evaluar?	De acuerdo a las respuestas obtenidas durante la evaluación comparo con los resultados de la investigación del proyecto

Elaborado por: Chauca C. (2015)

Fuente: Elaboración Propia

Bibliografía

- Escuela de Desarrollo Comercial para Tecnólogos:. (s/f). *Manual de Técnicas Comerciales*. Obtenido de <http://www.ipyme.org/Publicaciones/ManualTecnicasComerciales.pdf>
- Alberdi, J. (23 de Marzo de 2009). *Medio Rural y Abandono de la Agricultura. Desarrollo de un Ejemplo: El Caserío Vasco*. Obtenido de <http://www.ingeba.org/lurralde/lurranet/lur32/32alber/32alberdi.pdf.pdf>
- Alemán, A. V. (2012). *Conceptos Preliminares de Estadística*. Obtenido de Universidad Autónoma de Centro: <http://www.uaca.ac.cr/bv/ebooks/estadistica/9.pdf>
- Álvarez, R. (1988). *Introducción a la Administración de Ventas*. San José: Universidad Estatal A Distancia (UNED).
- Arias, L., Portilla, L., & Fernández, S. (Agosto de 2010). *DIALNET*. Obtenido de LA DISTRIBUCION DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION, FACTOR CLAVE AL COSTEAR PRODUCTOS: <file:///C:/Users/usuario/Downloads/Dialnet-LaDistribucionDeCostosIndirectosDeFabricacionFacto-4541515.pdf>
- Asamblea Nacional 2008. (20 de Octubre de 2008). *Asamblea Nacional 2008*. Obtenido de http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Autor, K., & Fair, R. (1997). *Principios de Microeconomía*. México: Pearson Educación. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=Ll5WQ7c5sFQC&pg=PA196&dq=costos+fijos&hl=es&sa=X&ei=iRCsVLaWEoqlgwThp4KoCw&ved=0CE0Q6AEwBw#v=onepage&q=costos%20fijos&f=false>
- Autor, K., & Fair, R. (1997). *Principios de Microeconomía*. México: Pearson Educación. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=Ll5WQ7c5sFQC&pg=PA196&dq=costos+fijos&hl=es&sa=X&ei=iRCsVLaWEoqlgwThp4KoCw&ved=0CE0Q6AEwBw#v=onepage&q=costos%20fijos&f=false>

- Barroso, F. (2008). ¿Cuál es el objetivo principal de la mercadotecnia? *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 413.
- BECKER, V., & MOCHON, F. (1997). *ECONOMIA, PRINCIPIOS Y APLICACIONES ECONOMIA, PRINCIPIOS Y APLICACIONES*. McGraw-Hill/Interamericana de Espana, S.A.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Educación.
- Camacho, P., Marlin, C., & Zambrano, C. (2006). "*ESTUDIO REGIONAL SOBRE FACTORES DE ÉXITO DE EMPRESAS ASOCIATIVAS RURALES*". Quito: Plataforma RURALTER.
- Castillo, M. J. (s/f de Mayo de 2013). *CONSULTORÍA SOBRE PRODUCTIVIDAD DEL SECTOR AGROPECUARIO ECUATORIANO CON ÉNFASIS EN BANANO, CACAO, ARROZ Y MAÍZ DURO*. Recuperado el 23 de Mayo de 2014, de CONSULTORÍA SOBRE PRODUCTIVIDAD DEL SECTOR AGROPECUARIO ECUATORIANO CON ÉNFASIS EN BANANO, CACAO, ARROZ Y MAÍZ DURO: http://www.rimisp.org/wp-content/files_mf/1373468645DocEcuador9julio.pdf - <http://rimisp.org/2015/tema/desarrollo-agricola/>
- Centro de Investigaciones Económicas. (5 de Enero de 2005). *CAPITULO 1: Economía, principales conceptos*. Obtenido de <http://www.iadb.org/res/laresnetwork/files/pr242finaldraft.pdf>
- Centro Internacional de la Papa. (Noviembre de 1996). *Contabilidad para los costos de produccion de semilla de papa: un mecanismo de administracion con base en una hoja de calculo computarizada*. Lima: Fredy's Publicaciones. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=rZLAs6EjIrEC&pg=PP10&dq=costos+fijos+de+produccion&hl=es&sa=X&ei=MkusVLKOCIHOGwS1lYTACQ&ved=0CDEQ6AEwAw#v=onepage&q=costos%20fijos%20de%20produccion&f=false>
- Cerda Gomez, J. (s/f de 2011). *Microeconomia*. EEUU: Palibro.
- Conferencia Plurinacional e Intercultural de Soberanía Alimentaria - República

- del Ecuador. (Diciembre de 2012). *Proyecto de Ley Orgánica de Comercialización y Abastecimiento Alimentario*. Obtenido de <http://www.soberaniaalimentaria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/01/PROYECTO-DE-LEY-DE-COMERCIALIZACION-Y-ABASTECIMIENTO-AGROPECUARIO-FINAL.pdf>
- Cruz Garcia, M. L. (Agosto de 2012). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de UNIVERSIDAD MULTITÉCNICA PROFESIONAL.
- Cruz, M. E. (Agosto de 2012). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de Instituto Multitecnico.edu.mx: http://www.institutomultitecnico.edu.mx/MET_INVESTIGACION.pdf
- Cuevas, C. (2001). *Contabilidad de costos*. Bogotá: Pearson Educación. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=DFL2U3dCmRsC&pg=PA41&dq=costos+fijos&hl=es&sa=X&ei=iRCsVLaWEoqlgwThp4KoCw&ved=0CB0Q6AEwAA#v=onepage&q=costos%20fijos&f=false>
- Cuevas, C. (2001). *Contabilidad de costos*. Bogotá: Pearson Educación. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=DFL2U3dCmRsC&pg=PA41&dq=costos+fijos&hl=es&sa=X&ei=iRCsVLaWEoqlgwThp4KoCw&ved=0CB0Q6AEwAA#v=onepage&q=costos%20fijos&f=false>
- Díaz, M. (Enero de 2013). *UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI*. Obtenido de PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LA NARANJA (CITRUS AURANTIUM) Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ Y SU ZONA DE INFLUENCIA, AÑO 2011: <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1567/1/T-UTC-2125.pdf>
- DÍAZ DE RADA IGUZQUIZA, J. V. (2001). *Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación comercial*. MADRID: ESIC EDITORIAL.
- Díaz, A. (Junio de 2011). *Universidad Veracruzana - Facultad de Contaduría y Administración*. Obtenido de Comportamiento del Consumidor:

<http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/29746/1/Alejandro%20diaz%20monge.pdf>

Díaz, A., Patiño, F., Montero, G., Arcos, R., Morales, A., Hernández, F., . . . Usó, D. (Mayo de 2003). *Universidad Nacional Autónoma de México*. Obtenido de Tutorial para la Asignatura: Administración Básica I: http://fcaenlinea.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/1/admon_bas1.pdf

Ecuador. (Mayo de 2014). *Ecuador*. Recuperado el 23 de Mayo de 2014, de Ecuador: <http://www.ecuale.com/tungurahua/>

Escobar, H. (Julio de 2003). *Análisis de costos para hortalizas ecológicas*. Bogotá: U. Jorge Tadeo Lozano. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=qhdUHbkg15AC&pg=PA8&dq=costos+fijos+de+produccion&hl=es&sa=X&ei=MkusVLKOCIHogwS1lYTACQ&ved=0CCUQ6AEwAQ#v=onepage&q=costos%20fijos%20de%20produccion&f=false>

Escobar, H. (Julio de 2003). *Análisis de costos para hortalizas ecológicas*. Bogotá: U. Jorge Tadeo Lozano. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=qhdUHbkg15AC&pg=PA8&dq=costos+fijos+de+produccion&hl=es&sa=X&ei=MkusVLKOCIHogwS1lYTACQ&ved=0CCUQ6AEwAQ#v=onepage&q=costos%20fijos%20de%20produccion&f=false>

Fernandez, R. (Junio-Julio de 1996). *Universidad San Pablo - Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*. Obtenido de Factores claves para el futuro del comercio mayorista: http://www.mercasa.es/files/multimedios/1308303262_DYC_1996_28_103_107.pdf

Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola. (2013). *El poder de las asociaciones: Forjar alianzas para una agricultura sostenible en pequeña escala*. Obtenido de http://www.ifad.org/events/gc/36/doc/concept_note_s.pdf

Fullana, C., & Paredes, J. (2008). *Manual de contabilidad de costes*. Madrid: Delta.

G., H. L. (2008). TUTORIA DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA. En H. L. G., *TUTORIA DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA* (pág. 95).

- García, F. (Diciembre de 2005). *Universidad de Lleida*. Obtenido de El sector agrario del Ecuador: Incertidumbre (riesgos) ante la globalización: <http://www.flacso.org.ec/docs/i24garcia.pdf>
- García, S. (1994). *Teoría económica de la empresa*. Madrid: Díaz de Santos, S.A.
- García, V., Quevedo, C., & Delgado, J. (2003). *Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria*. Obtenido de Manual de Almacenamiento y Transporte de frutas y hortalizas frescas en materia de inocuidad: <http://www.oirsa.org/aplicaciones/subidoarchivos/BibliotecaVirtual/AlmacenamientoTransporteFrutasHortalizas.pdf>
- Ginocchio Balcazar, L. (Abril de 2012). *Ministerio de Agricultura Perú* . Obtenido de Plan Estratégico Sectorial Multianual del Ministerio de Agricultura 2012 - 2016 : <http://spij.minjus.gob.pe/Graficos/Peru/2012/Mayo/16/RM-0161-2012-AG.pdf>
- González, M. (2006). *Gestión de la producción: Cómo planificar y controlar la producción industrial*. España: Ideaspropias.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. D. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. D. (2010). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN* (Quinta edición ed.). México D.F., México: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria. (24 de Abril de 2014). *Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de Fomento Productivo: <http://www.economiasolidaria.gob.ec/fomento-productivo/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (s/f de s/f de 2010). Resultados del censo de población y vivienda en el Ecuador 2010. *FASCÍCULO PROVINCIAL TUNGURAHUA*. Guayaquil, Quito, Ambato y Cuenca, n/n,

Ecuador: Equipo de Comunicación y Análisis del Censo de Población y Vivienda .

Jiménez, S. (Noviembre de 2011). *Ministerio de Agricultura República Dominicana*. Obtenido de PLAN ESTRATÉGICO SECTORIAL DE DESARROLLO AGROPECUARIO 2010 -2020.

Juárez, V. (s/f de Mayo de 2011). *AGRICULTURA FAMILIAR AGROECOLÓGICA CAMPESINA EN LA COMUNIDAD ANDINA*. Recuperado el 23 de Mayo de 2014, de AGRICULTURA FAMILIAR AGROECOLÓGICA CAMPESINA EN LA COMUNIDAD ANDINA: http://www.comunidadandina.org/Upload/2011610181827revista_agroecologia.pdf

Juran, J., & Gryna, F. (1983). *Manual de control de calidad*. Barcelona: Reverte.

Kriesberg, M. (1974). *Mejoramiento de los Sistemas de Comercialización en los Países en Desarrollo*. San José: IICA.

Lacki, P. (1995). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. Obtenido de DESARROLLO AGROPECUARIO: De la dependencia al protagonismo del agricultor: <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/010/aI006s/aI006s00.pdf>

Landeau, R. (2007). *Elaboración de Trabajo de Investigación*. Caracas: Editorial Alfa.

Lerma, H. (2004). *Metodología de la investigación Segunda Edición*. Bogotá: Eco Ediciones.

Massad, C. (2007). *Economía para todos*. Santiago: Maval Ltda.

Mendoza, G. (1980). *Compendio de mercadeo de productos agrícolas*. San José: Editorial IICA- Centro Interamericano de Documentación e Información Agrícola. Obtenido de Compendio de mercadeo de productos agrícolas.

Mochón, F., & Beker, V. (2008). *Economía: Principios y Aplicaciones*. Argentina: McGraw-Hill.

Molina, N., & Ivaldi, J. (Noviembre de 2007). *ESTACIÓN EXPERIMENTAL AGROPECUARIA BELLA VISTA (INTA)*. Obtenido de Economía del sector cítrico, Costos de Empaque en Tucumán, Campaña 2006 - 2007: <http://inta.gob.ar/documentos/economia-del-sector-citricola.-costos-de->

empaquete-en-tucuman.-campana-2006-
2007/at_multi_download/file/INTA%20-
%20Econom%C3%ADa%20del%20sector%20citr%C3%ADcola%20-
%20costos%20de%20empaquete.pdf

Molina, N., Acuña, L., & Marmelicz, L. (2014). *Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA)*. Obtenido de Costos de Producción y Rentabilidad del Mamón en la Provincia de Misiones: <http://inta.gob.ar/documentos/costo-de-produccion-y-rentabilidad-del-mamon-en-la-provincia-de-misiones>

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2007). *El Estado Mundial de la Agricultura y la Alimentación*. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.

Ospina, P., Alvarado, M., Brborich, W., Camacho, G., Carrión, D., Chiriboga, M., . . . Torres, A. L. (s/f de s/f de 2010). *Tungurahua rural: el territorio de senderos que se bifurcan*. Obtenido de Universidad Andina Simón Bolívar – Corporación Editora Nacional: http://www.rimisp.org/wp-content/files_mf/1366306801N702011OspinaAlvaradoHollensteinetalTungurahuaterritoriosenderosbifurcan.pdf

Parra, E., & Madero, M. (2005). *Estrategias de ventas y negociación*. D.F. México: Panorama.

Pereira, C., & Gómez, I. (2007). *Del Conocimiento de la Microeconomía a las Decisiones*. Bogotá: Universidad de la Sabana.

Pereira, C., & Gómez, I. (Enero de 2007). *Del Conocimiento de la Microeconomía a las Decisiones*. Bogotá: Universidad de la Sabana.

Pereira, C., & Gómez, I. (2007). *Del Conocimiento de la Microeconomía a las Decisiones*. Bogotá: Universidad de la Sabana.

Pérez, L., Figueroa, B., Díaz, J., & Almeyara, S. (2011). INFLUENCIA DE ORGANIZACIONES EN EL DESARROLLO RURAL: CASO DE SALINAS, SAN LUIS POTOSÍ. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 515-527.

Posso Yepez, M. A. (2005).

- Rionda, J. (Enero de 2006). *Microeconomía*. Juan Carlos Martínez Coll. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=qxQ95tyI9loC&printsec=frontcover&dq=microeconomia&hl=es&sa=X&ei=pQ6sVlioHsupNvKdgtAF&ved=0CFYQ6AEwCQ#v=onepage&q=microeconomia&f=false>
- Rionda, J. (Enero de 2006). *Microeconomía*. Juan Carlos Martínez Coll. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=qxQ95tyI9loC&printsec=frontcover&dq=microeconomia&hl=es&sa=X&ei=pQ6sVlioHsupNvKdgtAF&ved=0CFYQ6AEwCQ#v=onepage&q=microeconomia&f=false>
- Robles, G., & Alcérreca, C. (2000). *Administración: un enfoque interdisciplinario*. México: Perason.
- Rodríguez, E. (14 de Mayo de 2007). *UNA APROXIMACIÓN A LOS CONCEPTOS: PARADIGMA, MODERNIDAD Y POSTMODERNIDAD*. Obtenido de <http://dspace.universia.net/bitstream/2024/1310/1/MODERY+POST..PARADIGMA.UPEL..12-02-13.pdf>
- Rojas, R. (Septiembre de 2007). *Sistemas de Costos Un Proceso para su Implementación*. Colombia: Centro de Publicaciones Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales. Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/6824/5/97895882800907.pdf>
- Rojas, R. (2007). *SISTEMAS DE COSTOS: Un proceso para su implementacion*. Manizales: Universidad Nacional de Colombia - Sede Manizales.
- Ruben, H. (2003). *I INFORME SOBRE RECURSOS ZOOGENETICOS*. Quito – Ecuador: MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA .
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2002). *Economía*. Mc Graw Hill.
- Sánchez, M. (2011). *Marketing su esencia y su real significado*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Sanfuentes, A. (Febrero de 1997). *Manual de Economía*. Santiago de Chile: Andrés Bello. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=uzD8KBcq0UkC&pg=PA97&dq=costos+medios&hl=es&sa=X&ei=b1isVPDdGYqqNrHOgoAC&ved=0CD>

oQ6AEwBQ#v=onepage&q=costos%20medios&f=false

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (s/f de 2013-2017). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/>

Stern, L., Ansary, A., Coughlan, A., & Cruz, I. (1999). *Canales de comercialización*. Prentice Hall.

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (27 de Febrero de 2012). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de http://www.seps.gob.ec/c/document_library/get_file?uuid=dda0d545-4998-4b61-9bd9-7185090766ef

Tevni, G. (27 de Marzo de 2000). *TIPOS DE INVESTIGACION*. Obtenido de www.tgrajales.net

Torello, M., Triunfo, P., Della, H., Tansini, R., Fachola, G., & Gonzalez, M. (s/f de 2003). *Universidad de la República- Facultad de Ciencias Sociales*. Obtenido de Economía para no economistas: <http://decon.edu.uy/publica/noec/Cap01.pdf>

Víctor, J. (Mayo de 2011). *AGRICULTURA FAMILIAR AGROECOLÓGICA CAMPESINA EN LA COMUNIDAD ANDINA*. Recuperado el Mayo de 2014, de AGRICULTURA FAMILIAR AGROECOLÓGICA CAMPESINA EN LA COMUNIDAD ANDINA: http://www.comunidadandina.org/Upload/2011610181827revista_agroecologia.pdf

Zugarramurdi, A., Parín, M., & Lupin, H. (1998). *Organización de la Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. Obtenido de Ingeniería Económica Aplicada a la Industria Pesquera: <http://www.fao.org/docrep/003/v8490s/v8490s00.htm#Contents>

ANEXOS

Anexo A- 1. Modelo de Encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA
CARRERA DE ECONOMÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS AGRICULTORES DEL CANTON BAÑOS DE
AGUA SANTA

Objetivo: Obtener información sobre los costos de producción y la comercialización de productos agrícolas.

Instrucciones: Lea detenidamente las preguntas y marque con una X en una sola opción según corresponda.

INFORMACION GENERAL:

Género:	Masculino		Femenino	
----------------	-----------	--	----------	--

Edad:	Entre 18 y 35 años		Entre 36 y 50 años		Mayor a 50 años	
--------------	-----------------------	--	-----------------------	--	--------------------	--

Instrucción:	Ocupación Principal:	
Primaria Incompleta	Agricultor	
Primaria Completa	Ganadero	
Secundaria Incompleta	Comerciante	
Secundaria Completa	Peón Agrícola	
Superior y/o Universitaria	Actividades Turísticas	
Sin Instrucción	Otras	

Responda las siguientes preguntas:

1. ¿El ingreso obtenido por la actividad agrícola es?

Bajo (\$1 a \$ 100)		Regular (\$201 a \$300)		Satisfactorio (mayor \$301)	
---------------------	--	-------------------------	--	-----------------------------	--

2. ¿Qué producto usted cultiva y/o cosecha con mayor frecuencia?

Tomate riñón		Mora		Frejol	
Tomate de árbol		Babaco		Mandarina	
Col		Maíz		Naranja	
Granadilla		Zanahoria Blanca		Otros (especifique):	

3. ¿Qué cantidad de productos usted cosecha?

Entre 1 a 5 quintales o cajas		Entre 6 a 10 quintales o cajas		Entre 11 a 15 quintales o cajas	
Entre 16 a 20 quintales o cajas		Entre 21 a 25 quintales o cajas		Más de 26 quintales o cajas	

4. ¿Lleva anotaciones o registro de los costos que incurre durante los procesos de cultivo y comercialización?

Si		No	
----	--	----	--

5. ¿Analiza los costos y la ganancia que desea obtener, antes de decidir cultivar un producto?

Si		No	
----	--	----	--

6. ¿Considera usted que los costos en los que incurre para la producción agrícola son elevados?

Si		No	
----	--	----	--

7. ¿Seleccione una categoría de acuerdo al precio de comercialización que usted ofrece sus productos en comparación de quienes son solo comerciantes?

Bajo		Similar		Alto	
------	--	---------	--	------	--

8. ¿Los costos que usted tiene durante el cultivo de un producto agrícola en relación a la ganancia son?

Altos		Medios		Bajos	
-------	--	--------	--	-------	--

9. ¿Qué producto que usted cultiva y/o cosecha, o conoce genera menores costos y mayores ganancias en menor tiempo?

Tomate riñón	Mora	Frejol
Tomate de árbol	Babaco	Mandarina
Col	Maíz	Arveja
Granadilla	Zanahoria Blanca	Otros (especifique):

10. ¿Con mayor frecuencia en qué tipo de mercado comercializa sus productos?

Mercado Mayorista	Mercado Minorista	En un espacio, vereda o calle
-------------------	-------------------	-------------------------------

11. ¿Cada cuánto usted acude a vender sus productos?

Semanalmente	Mensualmente	Otros (especifique):
--------------	--------------	----------------------

12. ¿Con una X califique del 1 al 3 el factor que considere que influye negativamente en la comercialización de los productos agrícolas? (1= Poco importante, 2 = Importante, 3 Muy Importante)

Elevados costos de producción	1	2	3
Volumen de producción	1	2	3
Falta de consumidores	1	2	3
Competencia	1	2	3
Precios de venta	1	2	3

13. ¿Considera usted que una asociación ayudaría a producir y a comercializar los productos agrícolas?

Si	No
----	----

Anexo A- 2. Acta de Constitución de la Asociación

ACTA CONSTITUTIVA

ASOCIACIÓN Haga clic aquí para escribir texto.

A los Elija un elemento. días del mes de Elija un elemento. del año Elija un elemento., en la Parroquia Haga clic aquí para escribir texto., del Cantón, de la Provincia, de la República del Ecuador, nos reunimos un grupo de personas que voluntariamente deseamos constituir y administrar el funcionamiento de la Asociación denominada , cuyo domicilio será el cantón, ubicado en la provincia de, la misma que tendrá una duración .

El objeto social principal de la asociación es:

Una vez que se han establecido la estructura y fines de la asociación, lo constituimos con un Capital Social Inicial total de USD dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

Con el objetivo de gestionar la aprobación del estatuto social y la obtención de personalidad jurídica para nuestra asociación en formación, ante la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, se eligió un directorio provisional el cual queda integrado por las siguientes personas:

PRESIDENTE PROVISIONAL:

SECRETARIO PROVISIONAL:

TESORERO PROVISIONAL:

Con las condiciones y responsabilidades definidas que aceptamos al integrarnos a esta organización, procedemos a firmar la presente Acta de Constitución de la Asociación.

Para constancia y aceptación del Acta, firmamos a los Elija un elemento. días del

mes de Elija un elemento. del año Elija un elemento..

CONSTITUYENTES:

Nombres y apellidos completos	Nacionalidad	Número de Cédula	Firma
.....			_____
.....			_____
.....			_____
.....			_____
.....			_____
.....			_____
.....			_____
.....			_____
.....			_____
.....			_____
.....			_____
.....			_____
.....			_____
.....			_____
.....			_____
.....			_____
.....			_____
.....			_____

.....

PRESIDENTE

.....

SECRETARIA/O

Anexo A- 3. Modelo de Estatuto

CONSTITUCIÓN ESTATUTO DE LA ASOCIACIÓN

TÍTULO PRIMERO GENERALIDADES Y PRINCIPIOS

Artículo 1.- CONSTITUCIÓN: Se constituye la Asociación , que se regirá por la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, su Reglamento General, las Resoluciones de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria y del ente regulador, el presente Estatuto, los Reglamentos Internos y las normas jurídicas que le fueren aplicables, en razón de su actividad.

Artículo 2.- DOMICILIO, RESPONSABILIDAD Y DURACIÓN: El domicilio principal de la Asociación será el Cantón Provincia; pudiendo ejercer su actividad en cualquier parte del territorio nacional, previa autorización de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

La Asociación será de duración indefinida, y responsabilidad limitada a su capital social, por tanto, la responsabilidad de sus asociados estará limitada al capital que aporten a la entidad.

Artículo 3.- OBJETO SOCIAL: La Asociación tendrá como objeto principal

Para su cumplimiento podrá efectuar especialmente las siguientes actividades:

1. Adquirir, arrendar, enajenar, administrar, preñar o hipotecar bienes inmuebles;
2. Importar maquinaria, vehículos, equipos, materia prima, insumos y similares, destinados al cumplimiento de su objeto social;
3. Exportar la producción de sus asociados preservando la soberanía alimentaria;
4. Propender al mejoramiento social de sus miembros, mediante la comercialización de los productos o servicios desarrollados por ellos;

5. Propender a la eficiencia de las actividades económicas de sus asociados, fomentando el uso de técnicas y tecnologías innovadoras y amigables con el medio ambiente;
6. Suscribir convenios de cooperación técnica y capacitación con organismos gubernamentales y no gubernamentales, nacionales y/o extranjeros, para el fortalecimiento de las capacidades de sus asociados; y,
7. Promover la integración con organizaciones afines o complementarias, procurando el beneficio colectivo.

TITULO SEGUNDO
TÍTULO SEGUNDO
DE LOS ASOCIADOS

Artículo 4.- ASOCIADOS: Son miembros de la Asociación, las personas naturales legalmente capaces, con actividades relacionadas con el objeto social establecido en el artículo 3 del presente Estatuto, aceptadas por la Junta Directiva, previo el cumplimiento de los requisitos y procedimientos específicos que constarán en el Reglamento Interno.

Artículo 5.- OBLIGACIONES Y DERECHOS DE LOS ASOCIADOS: Son obligaciones y derechos de los asociados, además de los establecidos en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario y su Reglamento General, los siguientes:

1. Intervenir en las Juntas Generales con voz y voto, pudiendo elegir y ser elegidos para los cargos directivos, previo el cumplimiento de los requisitos previstos en el presente estatuto y en su Reglamento Interno;
2. Ser beneficiarios de los programas de capacitación, asistencia técnica y de los servicios que ofrezca la Asociación;
3. Utilizar responsablemente los bienes y servicios comunes;
4. Cumplir las disposiciones legales, reglamentarias, los estatutos sociales y la normativa interna que rigen a la Asociación;

5. Cancelar los aportes de capital no reembolsable y las cuotas ordinarias y extraordinarias que sean fijadas por la Junta General o la Junta Directiva;
6. Desempeñar las obligaciones inherentes al cargo para el que hayan sido designados;
7. Contribuir con su comportamiento al buen nombre y prestigio de la Asociación;
8. No incurrir en competencia desleal en los términos dispuestos en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario y su Reglamento General;
9. No utilizar a la organización para evadir o eludir obligaciones tributarias propias o de terceros, o para realizar actividades ilícitas;
10. Los demás que consten en el Reglamento Interno.

Artículo 6.- PÉRDIDA DE LA CALIDAD DE ASOCIADO: La calidad de asociado se pierde por retiro voluntario, exclusión o fallecimiento.

Artículo 7.- RETIRO VOLUNTARIO: El asociado podrá solicitar a la Junta Directiva, en cualquier tiempo, su retiro voluntario. En caso de falta de pronunciamiento por parte de la Junta Directiva, la solicitud de retiro voluntario surtirá efecto transcurridos 30 días desde su presentación.

Artículo 8.- EXCLUSIÓN: La exclusión del asociado será resuelta por la Junta Directiva de conformidad con las causas y el procedimiento establecido en el Reglamento Interno. La exclusión será susceptible de apelación ante la Junta General en última y definitiva instancia.

TÍTULO TERCERO

ORGANIZACIÓN Y GOBIERNO

Artículo 9.- ESTRUCTURA INTERNA: El gobierno, dirección, administración y control interno de la Asociación, se ejercerá por medio de los siguientes organismos:

1. Junta General;

2. Junta Directiva;
3. Junta de Vigilancia; y,
4. Administrador.

DE LA JUNTA GENERAL

Artículo 10.- La Junta General es la máxima autoridad de la Asociación, estará integrada por todos los asociados, quienes tendrán derecho a un solo voto. Sus decisiones serán obligatorias para los órganos internos y sus asociados, siempre que estas decisiones no sean contrarias a la ley, al reglamento o su estatuto social.

Artículo 11.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL:

1. Aprobar y reformar el Estatuto Social y el Reglamento Interno;
2. Elegir y remover a los miembros de las Juntas Directiva y de Vigilancia y al Administrador, con el voto secreto de más de la mitad de sus integrantes;
3. Fijar las cuotas de admisión, ordinarias y extraordinarias que tendrán el carácter de no reembolsables;
4. Resolver las apelaciones presentadas por los asociados sancionados por la Junta Directiva;
5. Aprobar los estados financieros y el balance social de la Asociación;
6. Aprobar o rechazar los informes de la Junta Directiva, Junta de Vigilancia y Administrador;
7. Aprobar el plan estratégico y el plan operativo anual, con sus presupuestos, presentados por la Junta Directiva;
8. Resolver la transformación, fusión, disolución y liquidación, de la Asociación en Junta General extraordinaria con el voto de las dos terceras partes de los asociados.

Artículo 12.- CLASES Y PROCEDIMIENTO DE JUNTAS GENERALES:

Las Juntas Generales serán ordinarias y extraordinarias y su convocatoria, quórum y normas de procedimiento parlamentario, constarán en el Reglamento Interno de

la Asociación.

En la convocatoria constará por lo menos: lugar, fecha, hora de la Junta y el orden del día.

DE LA JUNTA DIRECTIVA

Artículo 13.- La Junta Directiva estará integrada por el Presidente, el Secretario y Vocal(es) principal(es), con sus respectivos suplentes, elegidos en votación secreta por la Junta General, previo cumplimiento de los requisitos que constarán en el Reglamento Interno de la Asociación.

Los miembros de la Junta Directiva durarán 2 años en sus funciones y podrán ser reelegidos por una sola vez consecutiva. Cuando concluyan su segundo período inmediato, no podrán ser elegidos para ningún cargo directivo hasta después de 2 años.

Artículo 14.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA DIRECTIVA:

Son atribuciones y deberes de la Junta Directiva:

1. Dictar las normas de funcionamiento y operación de la Asociación;
2. Aceptar o rechazar las solicitudes de ingreso o retiro de asociados;
3. Autorizar la celebración de contratos en los que intervenga la Asociación, hasta por el 30% del presupuesto anual;
4. Sancionar a los asociados de acuerdo con las causas y el procedimiento establecidos en el Reglamento Interno;
5. Aprobar los programas de educación, capacitación y bienestar social de la Asociación, con sus respectivos presupuestos;
6. Presentar, para aprobación de la Junta General, los estados financieros, balance social y su informe de labores;
7. Elaborar el proyecto de reformas al Estatuto y someterlo a consideración y aprobación de la Junta General.

DE LA JUNTA DE VIGILANCIA

Artículo 15.- La Junta de Vigilancia supervisará las actividades económicas y el cumplimiento de las resoluciones de la Junta General y la Junta Directiva. Estará integrada por **Elija un elemento.** vocal(es) principal(es) con sus respectivo(s) suplente(s), elegidos en votación secreta por la Junta General, previo cumplimiento de los requisitos constantes en el Reglamento Interno.

Los miembros de la Junta de Vigilancia durarán 2 años en sus funciones y podrán ser reelegidos por una sola vez consecutiva. Cuando concluyan su segundo período inmediato, no podrán ser elegidos para ningún cargo directivo hasta después de 2 años.

Artículo 16.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA DE VIGILANCIA:

Son atribuciones y deberes de la Junta de Vigilancia:

1. Supervisar los gastos económicos que realice la Asociación;
2. Vigilar que la contabilidad se encuentre al día y debidamente sustentada;
3. Conocer el informe administrativo, los estados financieros y el balance social presentados por el Administrador;
4. Presentar su Informe anual de labores a la Junta General.

DEL PRESIDENTE

Artículo 17.-ATRIBUCIONES: El Presidente de la Junta Directiva presidirá también la Asociación y la Junta General, durará 2 años en sus funciones, pudiendo ser reelegido por una sola vez, mientras mantenga la calidad de vocal de la Junta Directiva; y, además de las atribuciones propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes:

1. Convocar y presidir las Juntas Generales y sesiones de Junta Directiva;

2. Firmar, conjuntamente con el Secretario, la documentación de la Asociación y las actas de las sesiones;
3. Presidir todos los actos oficiales y protocolarios de la Asociación;
4. Cumplir y hacer cumplir el Estatuto, Reglamento Interno y demás disposiciones emitidas por la Junta General y la Junta Directiva.

DEL SECRETARIO

Artículo 18.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES: El Secretario de la Asociación, además de las funciones y responsabilidades propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes:

1. Elaborar las actas de las sesiones de Junta General y Junta Directiva, responsabilizándose por su contenido y conservación;
2. Firmar, conjuntamente con el Presidente, la documentación de la Asociación y las actas de las sesiones;
3. Certificar y dar fe de la veracidad de los actos, resoluciones y de los documentos institucionales, previa autorización del Presidente;
4. Cumplir las obligaciones relacionadas con la recepción, conocimiento y despacho de la correspondencia de la Asociación;
5. Custodiar y conservar ordenadamente el archivo;
6. Entregar a los asociados, previa autorización del Presidente, la información que esté a su cargo y que le sea requerida;
7. Notificar las resoluciones;
8. Llevar el registro actualizado de la nómina de asociados, con sus datos personales.

DEL ADMINISTRADOR

Artículo 19.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES: El Administrador será elegido por la Junta General, por un período de 2 años y además de las atribuciones propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes:

1. Representar legalmente a la Asociación;

2. Cumplir y hacer cumplir a los asociados, las disposiciones emitidas por las Juntas General y Directiva;
3. Administrar la Asociación, ejecutando las políticas, planes, proyectos y presupuestos debidamente aprobados;
4. Presentar el informe administrativo, los estados financieros y el balance social para conocimiento de la Junta de Vigilancia y aprobación de la Junta General;

TÍTULO CUARTO

RÉGIMEN ECONÓMICO

Artículo 20.- CAPITAL SOCIAL: El capital social de la Asociación estará constituido por:

1. Las cuotas de admisión, ordinarias y extraordinarias, que tienen el carácter de no reembolsables;
2. La totalidad de las utilidades y excedentes del ejercicio económico una vez cumplidas las obligaciones legales; y,
3. Las donaciones efectuadas a su favor que, en caso de disolución, no podrán ser objeto de reparto entre los asociados. La Junta General determinará, la organización pública o privada, sin fin de lucro, que será beneficiaria de estos bienes y que tendrá como objeto social una actividad relacionada con el sector de la economía popular y solidaria.

Artículo 21.- CONTABILIDAD Y BALANCES: La Asociación aplicará las normas contables establecidas en el catálogo Único de Cuentas emitido por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Los estados financieros y balance social anuales serán aprobados dentro de los primeros noventa días de cada año por la Junta General.

TÍTULO QUINTO

DE LA TRANSFORMACIÓN, FUSIÓN, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

Artículo 22.- TRANSFORMACIÓN: La Asociación podrá transformarse en cooperativa por decisión de las dos terceras partes de los asociados, tomada en Junta General convocada para ese efecto y con aprobación de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria; o, por disposición de esta Superintendencia, cuando haya superado los niveles de activos, ventas y número de asociados para mantener la condición de Asociación.

Artículo 23.- FUSIÓN: La Asociación podrá fusionarse con otra u otras de actividad similar, por decisión tomada por las dos terceras partes de los asociados en la Junta General convocada especialmente para este efecto y con aprobación de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Artículo 24.- DISOLUCIÓN y LIQUIDACIÓN: La Asociación se disolverá y liquidará por voluntad de sus integrantes, expresada con el voto secreto de las dos terceras partes de los asociados, en Junta General convocada especialmente para el efecto; y, por resolución de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, de acuerdo con las causales establecidas en la Ley y su Reglamento General.

DISPOSICIONES GENERALES

Primera.- Se entienden incorporadas al presente estatuto y formando parte del mismo, las disposiciones de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, su Reglamento General, las dictadas por el ente regulador y la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Segunda.- Los conflictos que surgieren al interior de la Asociación serán resueltos según los mecanismos establecidos en el Reglamento Interno que deberá

incluir como instancia de resolución, la presentación ante un Centro de Mediación debidamente autorizado y calificado por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, antes del ejercicio de las acciones administrativas o judiciales que sean pertinentes.

Tercera.- Los directivos, asociados y administrador de la Asociación, brindarán, obligatoriamente, las facilidades necesarias para la realización de inspecciones, supervisiones, exámenes especiales, auditorías y entregarán la información que fuere requerida por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria; caso contrario, serán de su responsabilidad, las sanciones que pudieran imponerse a la Asociación.

CERTIFICACIÓN DEL SECRETARIO

.....

SECRETARIO

Anexo A- 4. Solicitud Registro de la Patente



Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Baños de Agua Santa
Dirección Financiera

SOLICITUD PARA REGISTRO DE PATENTE MUNICIPAL

Persona Natural	Primera Vez	DÍA	MES	AÑO
Persona Jurídica	Renovación			

DATOS PARA PERSONAS NATURALES

NOMBRES Y APELLIDOS	CEDULA DE CIUDADANÍA / RUC
NUMERO DE TELEFONO CONVENCIONAL O CELULAR	CORREO ELECTRONICO
DIRECCIÓN DOMICILIARIA O DEL ESTABLECIMIENTO (EN CASO DE POSEERLO)	

DATOS PARA PERSONAS JURÍDICAS (SOCIEDADES O COMPAÑÍAS)

RAZON SOCIAL	RUC
DIRECCIÓN PRINCIPAL	
NUMERO DE TELEFONO CONVENCIONAL O CELULAR	CORREO ELECTRONICO
DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL (PERSONAS JURÍDICAS)	
NOMBRES Y APELLIDOS	CEDULA DE CIUDADANÍA / RUC
NUMERO DE TELEFONO CONVENCIONAL O CELULAR	CORREO ELECTRONICO

DATOS DE LA ACTIVIDAD

ESTA OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD	FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD EN EL CANTÓN BAÑOS			TOTAL PATRIMONIO NETO	
SI NO	MES	DÍA	AÑO	US \$	

DATOS DEL CONTADOR (EN CASO DE ESTAR OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD)

NOMBRES Y APELLIDOS			No. DE REGISTRO
TIPO DE ACTIVIDAD QUE EJERCE			PARA EL CASO DE PERSONA EXONERADA
COMERCIAL	INDUSTRIAL	INMOBILIARIA	No. DE LA RESOLUCIÓN DE EXONERACIÓN
FINANCIERA	ARTESANAL	PROFESIONAL	FECHA DE EMISIÓN DE LA RESOLUCIÓN
OTROS	ESPECIFICAR ACTIVIDAD		No. DE RECALIFICACIÓN ARTESANAL

DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO, QUE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA SE SUJETA EstrictAMENTE A LA VERDAD, DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS ESTABLECIDAS EN LA LEY, PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSEDADES.		
CONTRIBUYENTE / REPRESENTANTE LEGAL	CONTADOR (EN CASO DE ESTAR OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD)	NO USAR (USO EXCLUSIVO DE LA INSTITUCIÓN) REVISADO POR:

OBSERVACIONES IMPORTANTES QUE DEBE TENER EN CUENTA:

- 1.- EN CASO DE DETECTARSE INCONSISTENCIAS EN LA INFORMACIÓN DETALLADA EN ESTE FORMULARIO, Y QUE GENERE UN VALOR A FAVOR DE ESTA MUNICIPALIDAD, EL MISMO SERÁ CARGADO COMO DEUDA QUE SE COBRARÁ AL MOMENTO DE RENOVAR LA PATENTE ANUAL.
- 2.- LA PATENTE MUNICIPAL NO AUTORIZA EL FUNCIONAMIENTO DE LOCAL ALGUNO, POR LO TANTO DEBE OBTENER LA TASA DE HABILITACIÓN Y CONTROL DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN ESTABLECIMIENTOS.

Anexo A- 5. Formulario 01A

 REPÚBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS FORMULARIO RUC 01-A	INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN GENERAL DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES - RUC SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO	ORIGINAL: SRI www.sri.gob.ec																																				
A.- IDENTIFICACIÓN																																						
01 RUC 02 RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL 03 NOMBRE DE FANTASÍA O COMERCIAL Estimado Contribuyente, seleccione el trámite que va a realizar: ☐ INSCRIPCIÓN * Si el trámite corresponde a Inscripción deberá marcar con una X y llenar todo el formulario. * No es necesario marcar con una X todas las secciones ☐ ACTUALIZACIÓN * Si el trámite corresponde a Actualización, deberá marcar con una X adicionalmente en cada sección cuya información requiera actualizar y llenar todos los campos de dicha sección.																																						
B.- RAZÓN SOCIAL - NOMBRE DE FANTASÍA O COMERCIAL (De conformidad a lo señalado en la sección A.- IDENTIFICACIÓN) Sólo marcar en caso de ACTUALIZACIÓN																																						
C.- DATOS DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD																																						
04 FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES día mes año 05 FUSIÓN 06 ESCISIÓN																																						
D.- ORIGEN DE LA SOCIEDAD (distinto a Constitución, cuando corresponda)																																						
07 RUC CONTADOR 08 NOMBRE DEL CONTADOR																																						
F.- IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL DOMICILIO DEL REPRESENTANTE LEGAL																																						
09 APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL 10 NACIONALIDAD 13 PROVINCIA 15 PARROQUIA 17 NÚMERO 19 REFERENCIA 20 TELÉFONO (CELULAR O CONVENCIONAL) 11 C.I., RUC O PASAPORTE 14 CANTÓN 16 CALLE 18 INTERSECCIÓN 21 CORREO ELECTRÓNICO 12 TIPO DE VISA (EXTRANJERO)																																						
G.- UBICACIÓN DE LA SOCIEDAD (MATRIZ)																																						
22 PROVINCIA 25 CIUDADELA 29 INTERSECCIÓN 33 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL 37 CAMINO 23 CANTÓN 26 BARRIO 30 MANZANA 34 No. DE ORCINA 38 CARRETERO 24 PARROQUIA 27 CALLE 31 CONJUNTO 35 No. PISO 39 REFERENCIA UBICACIÓN 28 NÚMERO 32 BLOQUE 36 KM																																						
H.- MEDIOS DE CONTACTO DE LA SOCIEDAD (MATRIZ)																																						
40 TELÉFONO 1 44 CELULAR 41 TELÉFONO 2 45 APARTADO POSTAL 42 TELÉFONO 3 46 CORREO ELECTRÓNICO 43 FAX 47 SITIO WEB																																						
I.- ACCIONISTAS, SOCIOS, PARTICIPES O BENEFICIARIOS																																						
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">CÉDULA / RUC / PASAPORTE</th> <th style="width: 10%;">TIPO DE VISA</th> <th style="width: 30%;">Apellidos y Nombres / Razón o Denominación Social</th> <th style="width: 10%;">NACIONALIDAD</th> <th style="width: 20%;">DOMICILIO TRIBUTARIO (PAÍS O CIUDAD)</th> <th style="width: 15%;">% PARTICIPACIÓN</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>48</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>49</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>50</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>51</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>52</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>			CÉDULA / RUC / PASAPORTE	TIPO DE VISA	Apellidos y Nombres / Razón o Denominación Social	NACIONALIDAD	DOMICILIO TRIBUTARIO (PAÍS O CIUDAD)	% PARTICIPACIÓN	48						49						50						51						52					
CÉDULA / RUC / PASAPORTE	TIPO DE VISA	Apellidos y Nombres / Razón o Denominación Social	NACIONALIDAD	DOMICILIO TRIBUTARIO (PAÍS O CIUDAD)	% PARTICIPACIÓN																																	
48																																						
49																																						
50																																						
51																																						
52																																						
J.- ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)																																						
K.- ACTIVIDADES ECONÓMICAS ADICIONALES (MATRIZ) (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)																																						
El presente documento no puede ser presentado con tachones o enmendaduras, caso contrario debe ser reemplazado por un formulario nuevo																																						
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD																																						
Nota: Declaro que los datos contenidos en este formulario son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).		AUTORIZACIÓN: Autorizo al señor/a con cédula de identidad o ciudadanía, o pasaporte No. _____, para que realice la inscripción o actualización del RUC registrado en este formulario.																																				
		FIRMA REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO																																				

Anexo A- 6. Formulario 01B

 REPÚBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS FORMULARIO RUC 01-B		INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE LAS SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO		ORIGINAL: SRI www.sri.gob.ec	
A.- IDENTIFICACIÓN					
01 RUC					
02 RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL					
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO					ESTABLECIMIENTO No.
☐ APERTURA Deberá llenar todos los campos - * No es necesario marcar con una X todas las secciones ☐ ACTUALIZACIÓN Deberá marcar con una X la sección a actualizar y llenar la información ☐ CIERRE Deberá llenar sólo la fecha de cese de actividades económicas (Campo 32)					
☐ NOMBRE COMERCIAL					
04 NOMBRE COMERCIAL					
☐ DATOS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO					
05 PROVINCIA		06 CANTÓN		07 PARROQUIA	
08 CIUDADELA		09 BARRIO		10 CALLE	
12 INTERSECCIÓN		13 MANZANA		14 CONJUNTO	
15 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL		17 No. DE OFICINA		18 No. DE PISO	
21 CAMINO		22 REFERENCIA		20 CARRETERO	
23 TELÉFONO 1		24 TELÉFONO 2		25 TELÉFONO 3	
27 CELULAR		28 APARTADO POSTAL		29 CORREO ELECTRÓNICO	
30 SITIO WEB		31 FAX			
FECHA DE INICIO / CESE / REINICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS					
31 día mes año		32 día mes año		33 día mes año	
ACTIVIDADES ECONÓMICAS (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)					
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO					ESTABLECIMIENTO No.
☐ APERTURA Deberá llenar todos los campos - * No es necesario marcar con una X todas las secciones ☐ ACTUALIZACIÓN Deberá marcar con una X la sección a actualizar y llenar la información ☐ CIERRE Deberá llenar sólo la fecha de cese de actividades económicas (Campo X)					
☐ NOMBRE COMERCIAL					
04 NOMBRE COMERCIAL					
☐ DATOS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO					
05 PROVINCIA		06 CANTÓN		07 PARROQUIA	
08 CIUDADELA		09 BARRIO		10 CALLE	
12 INTERSECCIÓN		13 MANZANA		14 CONJUNTO	
15 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL		17 No. DE OFICINA		18 No. DE PISO	
21 CAMINO		22 REFERENCIA		20 CARRETERO	
23 TELÉFONO 1		24 TELÉFONO 2		25 TELÉFONO 3	
27 CELULAR		28 APARTADO POSTAL		29 CORREO ELECTRÓNICO	
30 SITIO WEB		31 FAX			
FECHA DE INICIO / CESE / REINICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS					
31 día mes año		32 día mes año		33 día mes año	
ACTIVIDADES ECONÓMICAS (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)					
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO					ESTABLECIMIENTO No.
☐ APERTURA Deberá llenar todos los campos - * No es necesario marcar con una X todas las secciones ☐ ACTUALIZACIÓN Deberá marcar con una X la sección a actualizar y llenar la información ☐ CIERRE Deberá llenar sólo la fecha de cese de actividades económicas (Campo X)					
☐ NOMBRE COMERCIAL					
04 NOMBRE COMERCIAL					
☐ DATOS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO					
05 PROVINCIA		06 CANTÓN		07 PARROQUIA	
08 CIUDADELA		09 BARRIO		10 CALLE	
12 INTERSECCIÓN		13 MANZANA		14 CONJUNTO	
15 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL		17 No. DE OFICINA		18 No. DE PISO	
21 CAMINO		22 REFERENCIA		20 CARRETERO	
23 TELÉFONO 1		24 TELÉFONO 2		25 TELÉFONO 3	
27 CELULAR		28 APARTADO POSTAL		29 CORREO ELECTRÓNICO	
30 SITIO WEB		31 FAX			
FECHA DE INICIO / CESE / REINICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS					
31 día mes año		32 día mes año		33 día mes año	
ACTIVIDADES ECONÓMICAS (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)					
El presente documento no puede ser presentado con tachones o enmendaduras, caso contrario debe ser reemplazado por un formulario nuevo.					FIRMAS DE RESPONSABILIDAD
Nota: Declaro que los datos contenidos en este formulario son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).					FIRMA REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO
AUTORIZACIÓN: Autorizo al señor/a _____ con cédula de identidad o ciudadanía, o pasaporte No. _____, para que realice la inscripción o actualización del RUC registrado en este formulario.					

Anexo A- 7. Carta de Autorización Simple

Carta de Autorización Simple

Fecha:.....

Señores
Servicio de Rentas Internas
Ciudad:

De mi consideración:

Yo,.....con No. de cédula/ pasaporte/
RUC.....representante legal o liquidador de la sociedad
.....con número de RUC

..... autorizo a
con cédula/ pasaporte/ RUCpara que realice el trámite de:

- ☐ Inscripción de Ruc
- ☐ Actualización de Ruc
- ☐ Obtención de clave (sociedades)
- ☐ Obtención de Certificado de Deudas Firmes
- ☐ Información del Ruc y /o Declaraciones
- ☐ Otros:.....

Atentamente,

.....
Firma

Nombres y Apellidos.....

C.I./Pasaporte/RUC N*.....

Adjuntar:

- Copia a color o blanco y negro de la cédula de identidad del contribuyente.
- Original de la cédula de identidad del autorizado.
- El certificado de votación del contribuyente y autorizado se verificarán en los medios que el SRI disponga. Si no es posible verificar se solicitará la presentación del documento de justificación (pasaporte, certificado de exención o el pago de la multa) del último proceso electoral.

Anexo A- 8. Ficha Técnica

Características del archivo enviado por medio magnético

- Tipo de grabación: Archivo Excel u Open Office Calc
- Nombre del archivo: Número de RUC de la sociedad (ejm: 0490008578001)

Detalle de la ficha

Descripción del campo	Formato de celda	Tamaño máximo	Referencia	Campo
RUC de la Sociedad	Caracter o texto	13		Obligatorio
Tipo de Identificación	Caracter o texto	1	Mayúscula	Obligatorio
Cédula de Identidad, RUC o pasaporte del accionista	Caracter o texto	15		Obligatorio
Tipo de Visa	Caracter o texto	10	Tabla 2	Obligatorio
Apellidos y Nombres o Denominación	Caracter o texto	80	Mayúscula	Obligatorio
Nacionalidad	Numérico	3	Tabla 1	Obligatorio
Domicilio Tributario (País)	Numérico	3	Tabla 1	Obligatorio
Ciudad	Caracter o texto	5	Tabla 1	Obligatorio
Porcentaje de Participación	Numérico	10,6	NN.NNNNNN	Obligatorio

En la Descripción de campos no debe contener celdas con títulos, bordes, sombreados o ningún otro formato.

El RUC no debe incluir espacios ni guiones. Ejemplo: 1794823943001.

En la identificación se pone solo la letra inicial. A continuación la descripción: C: cédula; R: RUC y P: pasaporte.

En la parte donde consta Cédula de identidad, RUC o pasaporte del accionista, se registra el número de cédula de identidad, RUC o pasaporte del accionista según corresponda, y no se debe poner espacio o guion.

El rango Tipo de visa solo aplica para personas extranjeras.

Donde se encuentra Apellidos y Nombres o Denominación: va los apellidos y nombres o denominación del socio/accionista de la sociedad, los cuales van en

mayúsculas. Ejemplo: GARCES AVELLAN JUAN CARLOS

Donde señala la nacionalidad se pone un código de acuerdo al país que pertenecen, para ello se toma en cuenta la tabla de referencia emitida por el SRI.

Domicilio Tributario (País) corresponde igual a un Código del país en donde el accionista ejerce su actividad económica, para ello nos guiamos en la misma tabla de referencia del SRI.

Donde consta Cantón, se pone el Código de la ciudad en donde el accionista tiene su domicilio tributario, para lo cual se basa en una tabla de referencia emitida por el SRI.

Por ultimo tenemos al categoría Porcentaje de Participación, en el cual se señala el porcentaje de participación del accionista, el cual puede tener hasta 6 decimales, separándolos con un punto (.), además este campo no puede ser negativo y la sumatoria de los porcentajes de participación de todos los accionistas NO debe ser diferente de 100.

Anexo A- 9. Solicitud certificación de existencia legal

MODELO DE SOLICITUD DE CERTIFICACIÓN DE EXISTENCIA LEGAL

Ciudad y Fecha:.....

Ingeniero
Hugo Jácome Estrella
SUPERINTENDENTE DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA
Presente.-

De mi consideración:

Yo, (NOMBRE DEL SOLICITANTE)....., portador de la cédula de ciudadanía No., en mi calidad de asociado, por medio de la presente solicito comedidamente a Usted se me extienda un **CERTIFICADO DE EXISTENCIA LEGAL DE LA ASOCIACIÓN** (Nombre de la organización)....., con RUC No., cuyo domicilio principal es (Ciudad y Dirección).....

El referido certificado es un **REQUISITO EXIGIDO POR**, para realizar el trámite

Por la atención que brinde a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

Nombre:
No. Cédula Ciudadanía: Teléfono:
Dirección:
.....
Correo electrónico:

Adjuntos: Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación del peticionario.

[illegible]

Anexo A- 11. Solicitud de información al MAGAP

Baños, 06 de febrero de 2015

Ingeniero
Fabián Valencia
DIRECTOR PROVINCIAL MAGAP
Presente.

De mi consideración:

Yo, **Carla Fernanda Chauca Mejía** con cédula de identidad **1805035969** estudiante del Decimo Semestre, de la carrera de Economía, me dirijo a usted, para solicitarle de la manera más comedida que se me proporcione información sobre la Actividad Agrícola en el Cantón Baños de Agua Santa y datos sobre cuantos agricultores existen en este cantón, debido a que me encuentro realizando el Trabajo de Investigación relacionado con esta actividad, previo a la obtención del Título de Tercer Nivel en la Universidad Técnica de Ambato.

Por la favorable atención que se sirva dar a la presente, anticipo mi debido agradecimiento.

Atentamente,


.....
CARLA FERNANDA CHAUCA MEJÍA

06- FEB- 2015


Anexo A- 12. Oficio de contestación MAGAP

  No. 12 de Noviembre y Mariscal Sucre 122-Antes 7-807
Cajamarca 78073
Tel. +593-5 2404811 / 432244
Fax +593-5 2404811
www.agricultura.gob.ec
Ambato - Ecuador

Oficio Nro. MAGAP-DPATUNGURAHUA-2015-0112-OF

Ambato, 04 de marzo de 2015

Asunto: INFORMACIÓN AGRÍCOLA DEL CANTÓN BAÑOS

Señorita
Carla Fernanda Chauca Mejía
En su Despacho

De mi consideración:

En atención a su solicitud, adjunto me permito enviar la información solicitada, relacionada a la actividad agrícola en el cantón Baños de Agua Santa; facilitado por el Ing. Henry Sánchez-Técnico de la Dirección Provincial Agropecuaria de Tungurahua.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

Ing. Agr. José Fabián Valencia Tenorio
DIRECTOR PROVINCIAL AGROPECUARIO DE TUNGURAHUA

Referencias:
- MAGAP-DPATUNGURAHUA-2015-1664-M

Anexos:
- Información Agropecuaria cantón Baños

md

* Documento generado por Quipux

1/1