



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PLÁNTULAS DE CEBOLLA PAITEÑA, EN LA PARROQUIA LA PAZ, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI.”**

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

**AUTORA:**

**CECÍLIA ANAVELA CHANDI VALLEJOS**

**DIRECTOR:**

**ING. MARCELO VALLEJOS**

**Ibarra, julio, 2014**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo ha sido investigado para determinar la factibilidad de crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de plántulas de cebolla paiteña en la parroquia La Paz, cantón Montúfar, Provincia del Carchi, se determina que el proyecto tiene aceptación, entre los puntos relevantes se citan los siguientes: del diagnóstico situacional se determinó que en la zona existen factores favorables como son: los aliados y las oportunidades, pero también desfavorables los riesgos y los oponentes, siendo estos los que nos servirán para afianzar nuestro proyecto y crecer sirviéndonos de ellos. Con el estudio de mercado se identificó una demanda potencial a satisfacer significativa, siendo esta una oportunidad de negocio. Con el estudio técnico se determinó la localización óptima del proyecto, siendo la parroquia La Paz, un lugar estratégico para que la empresa inicie sus actividades operativas que ayudan a los agricultores proporcionándoles almácigos listos para su trasplante, determinando los presupuestos de ingresos, costos y gastos, estructurando los estados financieros, que sirven para realizar el análisis financiero, con la aplicación de los indicadores financieros, se determinó que el proyecto es factible, en los escenarios analizados. La estructura estratégica y orgánica del proyecto se ha definido según las nuevas estrategias administrativas, donde se considera al talento humano uno de los aspectos fundamentales para la ejecución de las actividades empresariales. La evaluación de impactos presenta resultados positivos lo que demuestra que la implementación del proyecto es favorable y la empresa no genera daños a las personas ni al entorno.

## **EXECUTIVE SUMMARY**

This work had been investigated to determine the feasibility to create a management for production and commercialization of new plants of onion in La Paz parish, Montúfar canton, Carchi Province, determining that this project has approval, between the most important points there are the following: the situational diagnostic determined in the zone there are favorable factors those are: the allies and the opportunities, but the unfavorable risks and the opponents too, these will be used to steady our project and to grow serving of them. The market studies were possible to identify a significant potential demand to satisfy; therefore it will be an opportunity of business. The technical studies determined the best location of the project, La Paz parish is a strategic place that the management starts its activities of action that help the farmers giving ready seedbeds by its new plantation, determining the budget of profits, costs and expenses, structuring financial states, they are used to realize the financial analysis, with the application of the financial indicators, it determined that the project is feasible, in the analyzed stages. The strategic and organic structure of the project had been defined according the new administrative strategies, where consider to the human talent one of the fundamental aspects to carry out the managerial activities. The evaluation of repercussion presents positive results it shows that the project is favorable and the management does not produce people or environment damages.

## AUTORIA

Yo, Cecilia Anavela Chandi Vallejos, portador de la cédula de identidad Nro. 0401038302, que el trabajo aquí descrito es de mi exclusiva responsabilidad por ser de mi autoría **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PLÁNTULAS DE CEBOLLA PAITEÑA, EN LA PARROQUIA LA PAZ, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI.”** que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional: y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Srta. Cecilia Anavela Chandi Vallejos

C.C. 0401038302

## CERTIFICACIÓN DEL AUTOR

En mi calidad de Director de trabajo de grado presentado por el egresado Cecilia Anavela Chandi Vallejos para optar por el Título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA CPA**, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PLÁNTULAS DE CEBOLLA PAITEÑA, EN LA PARROQUIA LA PAZ, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”**, Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la Ciudad de Ibarra a los 13 días del mes de mayo del 2014.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Marcelo Vallejos', is written over a horizontal dotted line.

Ing. Marcelo Vallejos

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Cecilia Anavela Chandi Vallejos, portador de la cédula de identidad Nro. 0401038302, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador en los artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PLÁNTULAS DE CEBOLLA PAITEÑA, EN LA PARROQUIA LA PAZ, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA CPA**, quedando facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos de mi parte como autora me reservo los derechos morales de la obra.

En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte

(Firma) .....



Autora Cecilia Anavela Chandi Vallejos

C.I.: 0401038302

Ibarra, a 13 días del mes de mayo del 2014.



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

#### IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS PERSONALES				
Cédula de identidad		0401038302		
Apellidos y nombres		Chandi Vallejos Cecilia Anavela		
Dirección		Claudio Manet y Virginia Pérez		
Email		<a href="mailto:cachv1972@hotmail.com">cachv1972@hotmail.com</a>		
Nro. Teléfonos	Fijo	2631002	Móvil	0991661647

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO	"Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de plántulas de cebolla paiteña, en la parroquia La Paz, cantón Montúfar, provincia del Carchi"
AUTORA	Cecilia Chandi Vallejos Cecilia
FECHA: AAMMDD	
PROGRAMA	PREGRADO POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA	Ingeniera en Contabilidad Superior y Auditoria.
ASESOR/DIRECTOR	Ing. Marcelo Vallejos

## AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Cecilia Anavela Chandi Vallejos, con cédula de identidad número 0401038302, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra de trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo en la biblioteca con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la ley de Educación Superior en sus artículos correspondientes.

## CONSTANCIAS

Como autora manifiesto que la obra objeto de la presentación es original y se la desarrolló sin violar derechos de autor de otros, siendo la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asumo la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra a los 13 días del mes de mayo del 2014

LA AUTORA :

ACEPTACIÓN:

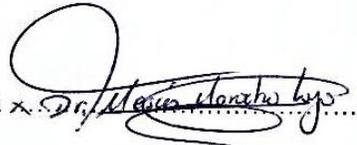
Firma .....



Nombre Cecilia Chandi Vallejos

0401038302

Firma x.....



Nombre: Bethy Chávez

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de grado dedico con mucho cariño a mi padre Emilio Chandi que aunque físicamente ya no este conmigo sus enseñanzas prevalecerán por siempre y a mi madre María Vallejos, quienes han inculcado en mi valores, que me ayudan a salir y ser perseverante a pesar de las dificultades.

**Dios les bendiga siempre.**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Universidad Técnica del Norte, quien me acogió con mis sueños y anhelos de cambiar mi vida en lo profesión, par a poder ayudar a mi familia y país en el desarrollo.

A mis queridos maestros quienes me guiaron de forma científica y técnica toda la trayectoria estudiantil universitaria, mi perenne gratitud por brindarme la oportunidad de superar las dificultades y llegar a ser mejor persona con sentido ético y moral, capaz de demostrar las capacidades y destrezas.

A mi asesor el Ing. Marcelo Vallejos, quien con bondadosa paciencia, comprensión y confianza me ha orientado con sus observaciones y sugerencias para la elaboración del presente trabajo de grado.

A todas aquellas personas quienes brindaron un aporte valioso en el desarrollo de este trabajo y fomentaron la ejecución de mi tarea.

Mi eterna gratitud a todos

Cecilia Chandi.

# PRESENTACIÓN

## TEMA

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PLÁNTULAS DE CEBOLLA PAITEÑA, EN LA PARROQUIA LA PAZ, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”**,

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de grado se determina la factibilidad de la nueva unidad productiva encargada de la producción y comercialización de plántulas de cebolla paiteña, el cual está estructurado mediante capítulos que proveen de información y resultados para la adecuada elaboración describiendo a continuación.

**Capítulo I Diagnóstico Situacional.**- Se especifica los antecedentes, objetivos generales y específicos, las variables del diagnóstico, sus indicadores, identificando aliados, oponentes, riesgos y oportunidades, reconociendo la importancia de la ejecución del presente proyecto, empleando las técnicas de encuesta y entrevistas para obtener información veraz.

**Capítulo II Marco Teórico:** La fundamentación teórica se realizó a través de la investigación bibliográfica y linconográfica, la cual sirvió para realizar el análisis de la información, así como también en la elaboración de la propuesta.

**Capítulo III Estudio de Mercado:** Mediante la aplicación de encuestas se determinó la incidencia que tiene la oferta y la demanda, estableciendo cuál es

el área insatisfecha para poder abastecerle con la aplicación del presente proyecto.

**Capítulo IV Estudio de Técnico:** En el estudio técnico se detalla la macro y micro localización de la empresa, así como también los aspectos legales de la empresa, el área, los materiales y talento humano necesarios para la ejecución del proyecto.

**Capítulo V Estudio Financiero:** Para determinar la rentabilidad del proyecto se estableció la inversión, ingreso, gastos que sirven para realizar: los indicadores de evaluación, el punto de equilibrio, el valor actual neto y tasa interna de recuperación.

**Capítulo VI. Estructura Organizacional:** se detalla a qué tipo de organización pertenece, la filosofía institucional que la regirá y guiará, la clase de organización que utilizará, el perfil y funciones de los empleados

**Capítulo VII Impactos:** Se analiza desde los puntos de vista: económico, social, ambiental, cultural, y educativo, que producen o afectan al proyecto.

Luego de desarrollar cada una de las fases o capítulos se determina las conclusiones y recomendaciones basadas en la investigación, para la creación de una empresa de producción y comercialización de plántulas de cebolla paiteña.

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
EXECUTIVE SUMMARY .....	iii
AUTORIA .....	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DEL AUTOR .....	¡Error! Marcador no definido.
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	¡Error! Marcador no definido.
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	¡Error! Marcador no definido.
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA .....	¡Error! Marcador no definido.
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	¡Error! Marcador no definido.
<b>definido.</b>	
CONSTANCIAS .....	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA .....	ix
AGRADECIMIENTO .....	x
PRESENTACIÓN .....	xi
TEMA .....	xi
INTRODUCCIÓN .....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xxiii
JUSTIFICACIÓN .....	xxv
OBJETIVOS DEL PROYECTO .....	xxvi
Objetivo General .....	xxvi
Objetivos Específicos .....	xxvi
CAPÍTULO I .....	28

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	28
1. ANTECEDENTES DEL DIAGNÓSTICO .....	28
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	28
1.1.1. Objetivo General.....	28
1.1.2. Objetivos Específicos.....	29
1.2. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	30
1.3. MECÁNICA OPERATIVA .....	31
1.3.1. Organización metodológica .....	31
1.4. ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICA .....	33
1.5. TABULACIÓN Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN .....	48
1.6. DETERMINACIÓN MATRIZ AOOD .....	57
ALIADOS.....	57
OPONENTES.....	57
OPORTUNIDADES .....	58
RIESGOS .....	58
1.7. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN .....	59
2. MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL.....	60
2.1. LA CEBOLLA EN ECUADOR .....	60
2.1.1. El mercado interno.....	62
2.2. PRODUCCIÓN .....	63
2.2.1. Proceso productivo .....	65
2.3. COMERCIALIZACIÓN AGRARIA.....	66
2.3.1. Distribución de productos agrícolas.....	67
2.3.2. Servicios de comercialización.....	68
2.4. LA EMPRESA.....	69

2.4.2. Clasificación de la empresa en Ecuador.....	72
2.4.3. Concepto de pequeña y mediana empresa .....	72
2.5. CONTROLES CONTABLES FINANCIEROS EN LA EMPRESA.....	77
2.5.1. Estados financieros .....	79
2.5.2. Consideraciones para la presentación de los estados financieros .....	80
ESTUDIO DE MERCADO .....	82
3.1. INTRODUCCIÓN .....	82
3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	83
3.2.1. Objetivo general.....	83
3.2.2. Objetivos específicos .....	83
3.2.3. Matriz de relación estudio de mercado .....	84
3.3.1. Población.....	85
3.3.2. Muestra.....	85
3.4. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....	99
3.5. MERCADO .....	99
3.5.1. Mercado potencial .....	99
3.5.2. Mercado meta .....	100
3.5.3. Segmentación del mercado.....	100
3.6. ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	100
3.6.1. Proyección de la demanda .....	101
3.7. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	103
3.8. DEMANDA INSATISFECHA.....	105
3.9. ANÁLISIS DE PRECIOS.....	107
3.10. MIX DE COMERCIALIZACIÓN.....	108
3.10.1. Estrategias de plaza.....	108

3.10.2. Estrategias de producto .....	109
3.10.3. Estrategia de precio .....	110
3.10.4. Estrategias de publicidad y promoción.....	110
3.11. CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO .....	111
ESTUDIO TÉCNICO .....	114
4.1.1. Macro localización .....	114
4.1.2. Micro localización .....	115
4.1.3. Factores determinantes de la micro localización .....	116
4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO .....	119
4.2.1. Factores determinantes del tamaño. ....	119
4.2.2. El mercado.....	119
4.2.3. Disponibilidad de recursos financieros.....	120
4.2.4. Disponibilidad de mano de obra .....	120
4.2.5. Disponibilidad de materiales directos .....	120
4.2.6. Definición de las capacidades de producción .....	121
4.2.7. Infraestructura.....	121
4.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	122
4.4. NECESIDADES DE TALENTO HUMANO.....	125
4.5. REQUERIMIENTOS DE MATERIAL DIRECTO Y GASTO GENERALES	126
4.6. INVERSIONES .....	128
4.5.1. Capital de trabajo .....	129
CAPÍTULO V .....	130
ESTUDIO FINANCIERO .....	130
5.1. DETALLE DE INGRESOS .....	130
5.1.1. Costos directos de producción.....	130

5.1.2. Mano de obra directa .....	131
5.1.3. Costos indirectos de producción .....	132
5.1.4. Total costos .....	133
5.1.6. Gastos por ventas.....	134
5.1.7. Depreciación.....	135
5.1.8. Amortización .....	136
5.2. PRESUPUESTO DE INGRESOS .....	136
5.3. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO.....	138
5.4. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	139
5.4.1. Balance inicial.....	139
5.4.2. Estado de resultado.....	140
5.4.3. Flujo de fondos .....	141
5.5. CRITERIOS DE EVALUACIÓN .....	141
5.5.1. Valor actual neto.....	141
5.5.2. Tasa interna de retorno.....	142
5.5.3. Período de recuperación del capital y relación beneficio costo .....	142
5.5.4. Punto de equilibrio .....	143
6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	146
6.1. BASE LEGAL.....	146
6.1.1. Denominación.....	146
6.1.2. Importancia .....	146
6.1.3. Beneficiarios .....	146
6.1.4. Sector económico .....	146
6.1.6. Misión .....	150
6.1.7. Visión.....	150

6.1.8. Objetivos, principios, políticas, valores .....	150
6.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	153
6.2.1. Organigrama orgánico funcional.....	153
6.2.2. Niveles administrativos .....	154
6.2.3. Atribuciones y perfiles.....	154
6.3. ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN.....	157
6.3.1. Requisitos para sacar el RUC.....	157
6.3.2. Requisitos para sacar la patente municipal .....	159
CAPÍTULO VII .....	161
ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	161
7.1. IMPACTO ECONÓMICO .....	161
7.3. IMPACTO AMBIENTAL .....	163
7.4. IMPACTO GENERAL .....	164
CONCLUSIONES.....	166
RECOMENDACIONES .....	168
BIBLIOGRAFÍA .....	170
Lincografía.....	172
Proforma de publicidad cadena radial América .....	180

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de relación diagnóstica .....	30
Tabla 2: Población de las parroquias del cantón Montúfar.....	36
Tabla 3: Población por grupos de edad en la parroquia La Paz.....	36
Tabla 4: PEA parroquia La Paz.....	37
Tabla 5: Promedio horas trabajadas en la parroquia La Paz.....	37
Tabla 6: Categoría ocupacional de la parroquia La Paz.....	37
Tabla 7: Ramas de las actividades de la PEA.....	38
Tabla 8: Nivel de instrucción de los habitantes de la parroquia la paz .....	39
Tabla 9: Índice de analfabetismo en el Cantón Montúfar .....	39
Tabla 10: Título de ciclo pos bachillerato, superior o postgrado de la Parroquia La Paz .....	40
Tabla 11: Usos de suelo de la parroquia la paz. ....	45
Tabla 12: Los principales productos de ciclo corto, producción carchense con respecto a la nacional: .....	46
Tabla 13: Productos de la zona de montúfar.....	47
Tabla 14: Clases de productos que se cultiva .....	48
Tabla 15: Causa para el no cultivo de cebolla paiteña .....	49
Tabla 16: Forma de siembra de la cebolla paiteña.....	50
Tabla 17: Épocas de siembra.....	51
Tabla 18: Capacitación.....	52
Tabla 19: Disponibilidad de capital.....	53
Tabla 20: Matriz AOR .....	57
Tabla 21: Crédito original concedido al sector agropecuario y pesca por Banco Nacional de Fomento, detalle por producto a nivel provincial, comparación Acumulada Enero - Diciembre de cada año .....	62
Tabla 22: Variación de precios de la cebolla durante el 2013.....	63
Tabla 23: Tamaño de la empresa en relación al factor talento humano.....	74
Tabla 24: Delimitación micro y pequeña empresa.....	74

Tabla 25: Matriz de relación estudio de mercado.....	84
Tabla 26: Procedencia de la plántula .....	86
Tabla 27: Producción para la venta.....	87
Tabla 28: Meses de demanda de plántulas.....	88
Tabla 29: Número de siembras al año .....	89
Tabla 30: Superficie disponible para el cultivo .....	90
Tabla 31: Variedad preferida .....	91
Tabla 32: Demanda potencial.....	92
Tabla 33: Medios de información .....	93
Tabla 34: Precio pagado .....	94
Tabla 35: Lugar de entrega .....	95
Tabla 36: Realización de ferias exposición .....	96
Tabla 37: Consideraciones para la adquisición .....	97
Tabla 38: Qué garantiza la calidad de la producción.....	98
Tabla 39: Incremento de la superficie cultivada periodo 2009-2013 .....	101
Tabla 40: Proyección superficie cultivada .....	101
Tabla 41: Proyección de demanda de almácigo.....	102
Tabla 42: Cálculo del número de plantas por hectárea .....	102
Tabla 43: Demanda proyectada de plántulas total. ....	103
Tabla 44: Proyección de oferta.....	104
Tabla 45: Proyección de oferta de plántulas .....	104
Tabla 46: Demanda insatisfecha en superficie.....	105
Tabla 47: Demanda insatisfecha de plántulas de cebolla .....	106
Tabla 48: Promedio inflación últimos cinco años.....	107
Tabla 49: Proyección de precios por hectárea .....	108
Tabla 49: Proyección de precios por plántulas.....	108
Tabla 51: Matriz de Microlocalización .....	117
Tabla 52: Determinación del mercado real y potencial.....	119
Tabla 53: Necesidades de talento humano .....	125
Tabla 54: Resumen de gastos en sueldos .....	125
Tabla 55: Sueldo administrador.....	125

Tabla 56: Honorario contador.....	126
Tabla 57: Salario operarios .....	126
Tabla 58: Insumos de producción .....	126
Tabla 59: Insumos de producción .....	127
Tabla 57: Detalle gastos generales .....	127
Tabla 61: Detalle de inversiones .....	128
Tabla 62: Activos de administración.....	128
Tabla 63: Activos de operación .....	129
Tabla 64: Capital de trabajo requerido .....	129
Tabla 65: Detalle de costos directos .....	130
Tabla 66: Insumos de producción .....	131
Tabla 67: Salario operarios .....	131
Tabla 68: Variación salario básico.....	132
Tabla 69: Costos indirectos de fabricación.....	132
Tabla 70: Variación inflación .....	133
Tabla 71: Resumen costo unitario total .....	133
Tabla 72: Rol de pagos administrador.....	134
Tabla 73: Honorarios contador .....	134
Tabla 74: Proyección gastos por ventas .....	134
Tabla 75: Depreciación activos de administración .....	135
Tabla 76: Detalle activos de operación .....	135
Tabla 77: Depreciación activos administración .....	135
Tabla 78: Depreciación equipos operación .....	136
Tabla 79: Tabla de amortización .....	136
Tabla 80: Resumen de ingresos.....	137
Tabla 81: Promedio inflación .....	137
Tabla 82: Estructura de financiamiento .....	138
Tabla 83: Tasa de Rendimiento Medio.....	138
Tabla 74: Balance inicial .....	139
Tabla 84: Estado de resultado proyectado .....	140
Tabla 85: Flujo de caja proyectado .....	141

Tabla 87: Cálculo del VAN .....	141
Tabla 88: Periodo recuperación del capital .....	143
Tabla 89: Funciones Gerente propietario .....	155
Tabla 90: Funciones del Contador .....	156
Tabla 91: Funciones Obreros – Jornaleros .....	157
Tabla 92: Impuesto al Valor Agregado .....	159
Tabla 93: Declaración y pago del impuesto a la Renta .....	160
Tabla 94: Retención impuesto del IVA .....	160
Tabla 95: Retención impuesto a la Renta .....	160
Tabla 84: descripción valoración de impactos.....	161
Tabla 97: Impacto económico .....	161
Tabla 86: Impacto social .....	162
Tabla 87: impacto ambiental. ....	163
Tabla 88: impacto general.....	164

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: División por parroquias del Cantón Montúfar .....	35
Gráfico 2: Virgen de la Gruta de La Paz.....	41
Gráfico 3: Semana santa.....	41
Gráfico 4: Petroglifo paralelepípedo .....	43
Gráfico 5: Gruta de la paz .....	44
Gráfico 6: Mapa de uso actual del suelo de la parroquia la paz.....	45
Gráfico 7: Productos mas cultivados .....	48
Gráfico 8: Causa para el no cultivo de cebolla paiteña .....	49
Gráfico 9: Forma de siembra de la cebolla paiteña .....	50
Gráfico 10: épocas de siembra.....	51
Gráfico 11: Capacitación .....	52
Gráfico 12: Financiamiento.....	53
Gráfico 13: Procedencia de la plántula.....	86
Gráfico 14: producción para la venta.....	87
Gráfico 15: meses de demanda de plántulas .....	88
Gráfico 16: número de siembras al año .....	89
Gráfico 17: superficie disponible para el cultivo .....	90
Gráfico 18: Variedad preferida .....	91
Gráfico 19: demanda potencial.....	92
Gráfico 20: medios de información.....	93
Gráfico 21: precio pagado .....	94
Gráfico 22: lugar de entrega.....	95
Gráfico 23: realización de ferias exposición .....	96
Gráfico 24: consideraciones para la adquisición .....	97
Gráfico 25: qué garantiza la calidad de la producción.....	98
Gráfico 26: Demanda insatisfecha en superficie.....	105
Gráfico 27: Demanda insatisfecha de plántulas de cebolla.....	106
Gráfico 28: Imagen institucional .....	111
Gráfico 29: Macro localización .....	114

Gráfico 30: Micro localización.....	115
Gráfico 31: Factores determinante de la micro localización .....	116
Gráfico 32: Factores determinante de la micro localización .....	122
Gráfico 32: Proceso de producción .....	123
Gráfico 34: Proceso de comercialización .....	124
Gráfico 35: Organigrama Orgánico Funcional.....	154

## **ANTECEDENTES**

La cebolla paiteña está entre las hortalizas de mayor cultivo en el mundo, según información del Ministerio de agricultura, en el Ecuador están destinadas 1231.675 hectáreas a cultivos transitorios, en la región interandina se siembra anualmente 4.000 h de cebolla paiteña.

La parroquia La Paz se encuentra ubicada en la sierra norte del Ecuador, Provincia del Carchi, Al sur de la ciudad de San Gabriel cabecera cantonal de Montúfar, colindando con el cantón Bolívar y las parroquias de Monte Olivo y García Moreno, población ascendida a la categoría de parroquia Civil el 3 de octubre de 1892 mediante Decreto Ejecutivo emitido por el entonces Presidente del Ecuador, Dr. Luis Cordero Montúfar.

Por la variedad geográfica, La mayoría de la población de la parroquia se dedica a labores agrícolas, con una producción diversa entre los de mayor cultivo: el maíz, papa, cebolla paiteña, arveja entre otras

Existen algunos estudios sobre el cultivo de la cebolla paiteña, más no sobre la producción y comercialización de plántulas que garanticen una alta productividad, por lo que el proyecto de Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa dedicada a esta actividad, constituye una alternativa para atender las necesidades del sector y generar fuentes de empleo.

## **JUSTIFICACIÓN**

La creación de una empresa de producción de plántulas de cebolla paiteña, incentiva los emprendimientos productivos de los habitantes de la zona agropecuaria de la Parroquia La Paz, de ahí su importancia

La mayor parte de la producción de cebolla paiteña proviene de Estados Unidos, por lo que se requiere optimizar las ventajas competitivas de los cultivadores

locales a fin de mejorar el posicionamiento en el mercado local e internacional, con la creación de la empresa productora de plántulas se fortalecerá la producción y productividad. Por lo que el estudio es de actualidad.

No existen estudios sobre la producción de plántulas de cebolla paiteña para ofertar a los cultivadores de esta hortaliza en el Ecuador, por lo que este trabajo es original.

Los beneficiarios directos son aproximadamente 500 familias dedicados al cultivo de cebolla paiteña; los indirectos los trabajadores y consumidores aproximadamente 2000.

Con la colaboración de los técnicos de MAG, de las empresas comercializadoras de semillas, docentes de la UTN y la formación y recursos de la investigadora, se ha realizado la investigación para determinar la factibilidad de la creación de una empresa de producción de plántulas de cebolla paiteña en la parroquia de La Paz permite ofertar germoplasmas de calidad, de alto rendimiento, precocidad y resistencia a plagas y enfermedades para atender las necesidades de los agricultores cultivadores de esta hortaliza.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de plántulas de cebolla paiteña, en la parroquia La Paz, cantón Montúfar, provincia del Carchi.

### **Objetivos Específicos**

- Realizar el diagnóstico situacional en la parroquia La Paz, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi, a fin de determinar la oportunidad de inversión para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de plántulas de cebolla paiteña, mediante el análisis de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

- Establecer la información teórica y científica de los aspectos relevantes que fundamenten y oriente la propuesta del proyecto
- Efectuar un estudio de mercado para identificar la oferta y la demanda de las plántulas de cebolla paiteña estableciendo el mercado potencial a satisfacer, lo que permitirá definir estrategias para una adecuada comercialización.
- Elaborar la propuesta del proyecto en base a un estudio técnico y la ingeniería del proyecto definiendo la macro, micro localización y recursos con los que debe contar la empresa.
- Elaborar el estudio económico - financiero, utilizando diferentes procesos y herramientas financieras para medir la rentabilidad y factibilidad del proyecto
- Determinar la estructura orgánica - operativa para la creación de una empresa de producción y comercialización de plántulas de cebolla paiteña.
- Establecer los posibles impactos que provengan de la implementación del proyecto en los ámbitos: económico, social, ambiental, cultural, y educativo.

## **CAPÍTULO I**

### **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1. ANTECEDENTES DEL DIAGNÓSTICO**

En el diagnóstico situacional se enfoca en características de interés del área donde se implantará el proyecto, resaltando algunos aspectos como son: históricos, geográficos, socio – demográficos, actividades económicas especialmente la agrícola en la parroquia, lo que permitirán determinar la oportunidad de inversión de la propuesta, así como también establecer los factores que permitan identificar las potencialidades de promoción y difusión de este producto en la zona.

La cebolla paiteña está entre las hortalizas de mayor cultivo en el mundo, según información del Ministerio de agricultura, en el Ecuador están destinadas 1231.675 hectáreas a cultivos transitorios, en la región interandina se siembre anual mente 4.000 h de cebolla paiteña.

#### **1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO**

##### **1.1.1. Objetivo General**

Realizar el diagnóstico situacional en la Parroquia La Paz, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi, a fin de determinar la oportunidad de inversión para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de plántulas de cebolla paiteña, mediante el análisis de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

### **1.1.2. Objetivos Específicos**

1. Conocer el contexto socioeconómico y cultural de la parroquia La Paz.
2. Identificar los factores biofísicos (Suelo, agua, clima) que inciden en la producción agrícola
3. Determinar los cultivos más comunes de la zona.
4. Identificar las fuentes de financiamiento que tienen los agricultores de la parroquia La Paz

## 1.2. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Tabla 1: Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE	INFORMANTES
Conocer el contexto socioeconómico y cultural de la parroquia La Paz.	Contexto socioeconómico y cultural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Datos históricos</li> <li>• Información demográfica</li> <li>• Datos poblacionales</li> <li>• Actividades económicas</li> <li>• Niveles de instrucción</li> <li>• Tradiciones y Costumbres</li> <li>• Turismo</li> </ul>	Investigación documental	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secundaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informativos de la Junta Parroquial.</li> <li>• INEC</li> </ul>
Identificar y analizar los factores biofísicos (Suelo, agua, clima) que inciden en la producción agrícola.	Factores Biofísicos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clima</li> <li>• Suelo</li> <li>• Agua</li> </ul>	Investigación documental Entrevista	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secundaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informativos de la Junta Parroquial.</li> <li>• Expertos en el tema</li> </ul>
Determinar los cultivos más comunes de la zona.	Cultivos más comunes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de cultivo</li> <li>• Técnicas que emplea</li> <li>• Épocas de siembra</li> <li>• Capacitación</li> </ul>	Investigación documental Encuesta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secundaria</li> <li>• Primaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informativos de la Junta Parroquial.</li> <li>• Agricultores</li> </ul>
Identificar las fuentes de financiamiento que tienen los agricultores de la parroquia La Paz	Fuentes de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilidad de capital de trabajo</li> <li>• Tipo de financiamiento.</li> </ul>	Encuesta Investigación documental	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primaria</li> <li>• Secundaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agricultores</li> <li>• Instituciones financieras.</li> </ul>

Elaborado por: La autora  
Año de investigación: 2013

### **1.3. MECÁNICA OPERATIVA**

#### **1.3.1. Organización metodológica**

El presente diagnóstico situacional se lo ha realizado en base a las diferentes técnicas de investigación bibliográfica, de campo, donde se ha utilizado las siguientes:

#### **1.3.2. Técnicas de investigación**

- 1. Encuesta.** Caracterizada por que los agricultores de la Parroquia La Paz llenan el cuestionario sin la intervención del investigador. Las modalidades son el censo o encuesta general y el muestreo. El desarrollo de la investigación se emplea preguntas cerradas y de selección, así como también escalas conductuales. Diseñadas de acuerdo a las variables y los indicadores determinados para la investigación.
- 2. Entrevista.** Definida como una conversación o diálogo con técnicos de cultivos de empresas distribuidoras de fertilizantes e insumos agrícolas y propietarios de negocios encargados con la producción y distribución de plántulas de cebolla paiteña, se plantean interrogantes en base a un listado de los tópicos que se desea averiguar. Existen tres elementos el entrevistador, el entrevistado y la relación. Para la ejecución de la investigación se utiliza la entrevista estructurada y se aplica a expertos en el tema y a líderes comunitarios.

#### **1.3.3. Instrumentos**

Son medios que han servido para recoger información necesaria para probar las variables.

- 1. Para la encuesta** se emplea el cuestionario como instrumento que permite obtener información de las actividades y conductas que

demuestran los agricultores de la zona en base a los indicadores de cada variable.

2. **Sobre la entrevista** se aplica como instrumento un cuestionario estructurado, una libreta de notas y cámaras de audio y video, lo que ayuda a registrar y conservar datos importantes necesarios y contrastados con las teorías pertinentes.

#### 1.3.4. Población y muestra

La población bajo intervención corresponde a los 263 agricultores de la parroquia La Paz.

**Muestra.** Se determinó luego de haber Identificado la población que son los agricultores parroquia, empleando la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

Z= Coeficiente de confianza: 1.96 (para un nivel de confianza de 95%)

N= Población

p= proporción que “sí”: 50%

q= proporción que “no”: 50%

e= error máximo permitido: 5%

Para la organización y el análisis de datos, se empleó el programa Excel con tablas estadísticas, en base a los porcentajes más altos, permitiendo realizar la interpretación.

## **Cálculo de la muestra**

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 263}{0.05^2 (263 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.25 * 263}{0.0025(262) + 3.8416 * 0.25} = \frac{252.59}{0.66 + 0.9604} = \frac{252.59}{1.62} = 155.92$$

$n = 156$

## **1.4. ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICA**

### **Contexto socioeconómico y cultural de la parroquia La Paz.**

#### **Reseña histórica**

“La Paz, en su nacimiento, apareció con el nombre de Pialarquer, que según Carlos Emilio Grijalva, Pial significa maíz y Arquer, significa tierra; “TIERRA DEL MAIZ”. Según otros, Pial significa Piedra y Arquer, arco; “ARCO DE PIEDRA”.

Sus habitantes fueron descendientes de HUACAS Y TUSAS, que llegaron hasta aquí, atraídos por la fecundidad de su suelo y la benignidad de su clima.

En octubre de 1819, Fray Agustín Valdospinos religioso Mercedario de Tusa, solicitó al Presidente de la Real Audiencia de Quito, Don Melchor Aymerich, que este sea elevado a Viceparroquia de Tusa. Después de insistentes gestiones en concedida esta justa petición el 28 de Octubre de 1819, cuyo decreto lo copiamos textualmente.

“Por mandato de su Señoría Esteban Hidalgo y Paredes, Escribano Público, Teniente Gobernador de Campo, Gobierno y Guerra. Licencia conferida al Reverendo Padre Fray Agustín Valdospinos de la capilla

construida en el sitio denominado Pialarquer, puede servir de ayuda de parroquia al pueblo de Tusa, jurisdicción de la Villa de Ibarra”.

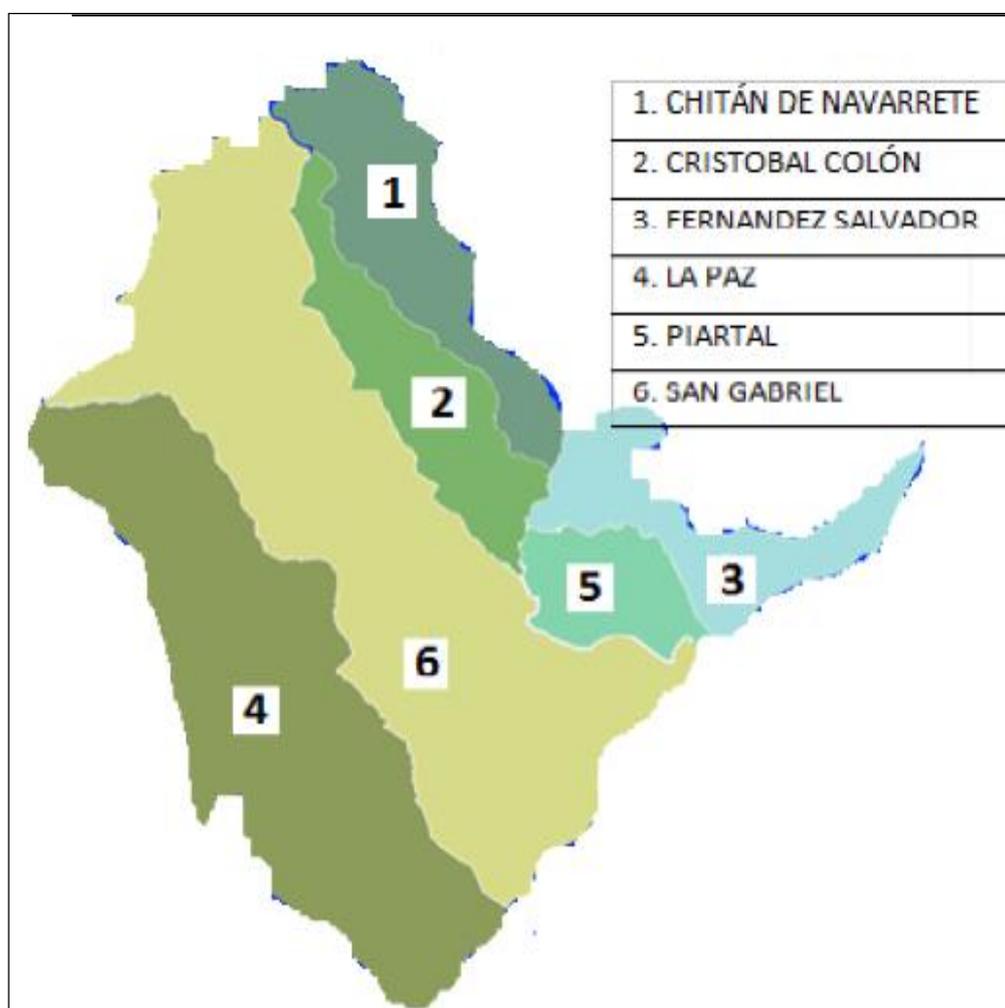
A medida que avanzaban los tiempos, el pueblo progresa gracias al esfuerzo tesonero y relevante de sus hijos. Antonino Narváez, Juan Agustín Merino y otros, gestionaron intensamente para que se haga parroquia civil. Conseguido esto, vino el señor Facundo Acosta, Jefe Civil y Militar, en compañía de varios ediles del ilustre Concejo Municipal de Tulcán, a trazar el plano del pueblo con las calles respectivas; a la vez, nombraron la autoridad que desempeñaba los cargos de: Teniente Político y de Juez. Así permaneció hasta el año 1884, cuando comenzó la magistratura suprema del Dr. Placido Caamaño, que la suprimió el 23 de Julio de 1982.

Estando de presidente el Dr. Luis Cordero y por empeño de los Concejales: señores Zoilo Oña y Emeterio Burbano, se consigue la creación de la parroquia civil con el nombre de La Paz el 28 de Octubre de 1892, con los siguientes límites: al norte, el Rio Capulí y el camino que conduce al Pucará; al sur, las montañas de Alor y Chimarras; al oriente, con Pizán y Yail; al occidente, con la quebrada de Cuesaca. Los caseríos que pertenecen a esta Parroquia son: San Francisco de el Colorado, Cucher, Rumichaca, Pizán, Yail, Tuquer, Tesalia, Huaquer y la Gruta de La Paz” [www.gplapaz.gob.ec](http://www.gplapaz.gob.ec)

### **Situación geográfica**

La parroquia "La Paz" se encuentra ubicada al Sur del Cantón Montúfar entre las Cordilleras Oriental y occidental.

Gráfico 1: División por parroquias del Cantón Montúfar



**Fuente:** GAD Carchi  
**Elaborado por:** La autora  
**Año de investigación:** 2013

**Límites:** Al norte, el Río Capulí y el camino que conduce al Pucará; al sur, las montañas de Alor y Chimarras; al oriente, con Pizán y Yail; al occidente, con la quebrada de Cuesaca.

**BARRIOS:** Barrios Cuesaquita, Norte, Central, Sur, Santa Clara, Gruta de La Paz

**COMUNIDADES:** Tuquer, Pizán, Colorado, Huaquer, Cucher, Rumichaca, Yail, Tesalia.

## Datos poblacionales

Tabla 2: Población de las parroquias del cantón Montúfar

PARROQUIAS	POBLACIÓN		TOTAL	%
	URBANO	RURAL		
CHITÁN DE NAVARRETE	-	618	618	2%
CRISTÓBAL COLÓN	-	2.943	2.943	10%
FERNÁNDEZ SALVADOR	-	1.282	1.282	4%
LA PAZ	-	3.432	3.432	11%
PIARTAL	-	1.140	1.140	4%
SAN GABRIEL	14.487	6.609	21.096	69%
<b>TOTAL</b>	<b>14.487</b>	<b>16.024</b>	<b>30.511</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEC. Censo de Población y vivienda CPV 2010

Elaborado por: La autora

Año de investigación: 2013

Tabla 3: Población por grupos de edad en la parroquia La Paz.

Grupos de Edad	Población	%
De 0 a 5 Años	404	12%
De 6 a 12 Años	524	15%
De 13 a 18 Años	406	12%
De 19 a 32 Años	722	21%
De 33 a 45 Años	503	15%
De 46 a 64 Años	464	14%
De 65 y Mas	409	12%
<b>Total</b>	<b>3.432</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEC. Censo de Población y vivienda CPV 2010

Elaborado por: La autora

Año de investigación: 2013

## Población económicamente activa e inactiva por sexo de la parroquia La Paz.

Tabla 4: PEA parroquia La Paz.

Sexo	Activa	Inactiva	Población total	%
Hombres	859	806	1665	49%
Mujeres	430	1337	1767	51%
<b>Total</b>	<b>1.289</b>	<b>2.143</b>	<b>3.432</b>	<b>100%</b>
	<b>3.432</b>			

Fuente: INEC. Censo de Población y vivienda CPV 2010

Elaborado por: La autora

Año de investigación: 2013

Tabla 5: Promedio horas trabajadas en la parroquia La Paz

PROMEDIO HORAS TRABAJADAS	CASOS	PROMEDIO
Total y Promedio	1,217	33.13

Fuente: INEC. Censo de Población y vivienda CPV 2010

Elaborado por: La autora

Año de investigación: 2013

## Actividades económicas

Tabla 6: Categoría ocupacional de la parroquia La Paz

Categoría	Casos	%
Jornalero/a o peón	544	42,20
Cuenta propia	331	25,68
Empleado/a u obrero/a privado	211	16,37
Empleados/aspúblicos	75	5,82
No declarado	43	3,34
Socio/a	21	1,63
Empleado/a doméstico/a	21	1,63
Trabajador nuevo	19	1,47
Trabajador/a no remunerado	13	1,01
Patrono/a	11	0,85
Total	1289	100,00

Fuente: Plan de Desarrollo Territorial 2013 Junta Parroquial

Elaborado por: La autora

Año de investigación: 2013

Tabla 7: Ramas de las actividades de la PEA

RAMAS	PERSONAS	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	807	62,61
No declarado	109	8,46
Comercio al por mayor y menor	69	5,35
Industrias manufactureras	63	4,89
Transporte y almacenamiento	49	3,80
Construcción	45	3,49
Enseñanza	32	2,48
administración pública y defensa	20	1,55
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	19	1,47
Trabajador nuevo	19	1,47
Actividades de los hogares como empleadores	15	1,16
Actividades de la atención de la salud humana	10	0,78
Artes, entretenimiento y recreación	7	0,54
Actividades profesionales, científicas y técnicas	6	0,47
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	6	0,47
Información y comunicación - Otras actividades de servicios	7	0,54
Explotación de minas y canteras	2	0,16
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	2	0,16
Actividades financieras y de seguros	2	0,16
Total	1289	100%

**Fuente:** Plan de Desarrollo Territorial 2013 Junta Parroquial

**Elaborado por:** La autora

**Año de investigación:** 2013

De la población económicamente activa 807 que representa el 62,61%, se dedican a la agricultura de los cuales 544 son peones u jornaleros siendo el 67,41%

## Niveles de instrucción

Tabla 8: Nivel de instrucción de los habitantes de la parroquia la paz

Nivel de instrucción	Casos	%
Ninguno	122	4,28
Alfabetización	15	0,53
Primario	1.688	59,27
Secundario	357	12,54
Educación Básica	394	13,83
Educación Media	40	1,4
Ciclo Post Bachillerato	19	0,67
Superior	69	2,42
Postgrado	1	0,04
Ignora	143	5,02
<b>Total</b>	<b>2.848</b>	<b>100</b>

**Fuente:** INEC. Censo de Población y vivienda CPV 2010

**Elaborado por:** La autora

**Año de investigación:** 2013

Tabla 9: Índice de analfabetismo en el Cantón Montúfar

Parroquias	Índice de analfabetismo
SAN GABRIEL	5,44
CRISTÓBAL COLÓN	7,44
CHITÁN DE NAVARRETE	8,01
FERNÁNDEZ SALVADOR	4,71
LA PAZ	5,83
PIARTAL	8,2

**Fuente:** INEC. Censo de Población y vivienda CPV 2010

**Elaborado por:** La autora

**Año de investigación:** 2013

Tabla 10: Título de ciclo pos bachillerato, superior o postgrado de la Parroquia La Paz

<b>Título de ciclo pos bachillerato, superior o postgrado</b>	<b>Casos</b>	<b>%</b>
Meteorólogos	5	7,94
Ingenieros No Clasificados Bajo Otros Epígrafes	1	1,59
Técnicos y Tecnólogos Electricistas	1	1,59
Ingenieros Electrónicos	3	4,76
Profesionales de Enfermería	1	1,59
Licenciados en Ciencias de la Educación (Ciencias Sociales)	5	7,94
Licenciados en Ciencias de la Educación (C.C N.N. y Exactas)	1	1,59
Licenciados en Ciencias de la Educación (Contables, Banca y Finanzas)	1	1,59
Maestros de Enseñanza Primaria	5	7,94
Licenciados en Ciencias de la Educación (Administración Educativa)	1	1,59
Analistas de Sistemas	1	1,59
Técnicos y Tecnólogos en Informática y Computación	1	1,59
Abogados	1	1,59
Secretarios Administrativos y Ejecutivos	1	1,59
Se ignora	35	55,56
Total	63	100

**Fuente:** INEC. Censo de Población y vivienda CPV 2010

**Elaborado por:** La autora

**Año de investigación:** 2013

## **Tradiciones y costumbres**

### **Celebraciones por la fundación**

Celebración Civil de la Junta Parroquial el 28 de octubre las actividades principales que se realizan son, Pregón de Fiestas, Elección y Coronación de la Reina, Desfile Cívico y Sesión Solemne.

### **Celebraciones religiosas**

**La Virgen de la Paz.** Se celebra la primera semana del mes de julio, las principales actividades que se realizan son pregón de fiestas, visita de la virgen a todas las comunidades, barrios, caminata desde la Ciudad de

San Gabriel al Santuario de la Gruta, quema de juegos pirotécnicos y misa de fiesta.

Gráfico 2: Virgen de la Gruta de La Paz



**Fuente:** Propia de la autora  
**Elaborado por:** La autora  
**Año de investigación:** 2013

**Fiestas de: San Pedro.** Se celebra la última semana de junio quema de juegos pirotécnicos y chamiza y fiesta de misa.

**Fiesta Virgen de Mercedes.** Se celebra la tercera semana de septiembre, quemando juegos pirotécnicos, chamiza y fiesta de misa.

**Viacrucis " Semana Santa".** Es el camino de la cruz y se refiere a las diferentes etapas o momentos vividos por Jesús, desde el momento en que fue aprendido hasta la crucifixión.

Gráfico 3: Semana santa



**Fuente:** <http://infocentros.gob.ec/lapaz/galeria.php>  
**Elaborado por:** La autora  
**Año de investigación:** 2013

**Fiesta del Divino Niño.** Se celebra la última tercera semana de julio quema de juegos pirotécnicos y misa de fiesta

**Fiesta de la Virgen del Carmen.** Se celebra la segunda semana de julio quema de juegos pirotécnicos y misa de fiesta.

### **Otras Festividades**

Fiestas Cívicas de la Escuela Fiscal Mixta Mercedes G. de Moscoso y de la unidad Educativa La Paz, de Parroquialización.

### **Eventos Tradicionales**

Baile de Sanjuanes, Baile de Inocentes.

### **Gastronomía**

**Papas con cuero.** Papas con cuero delicioso plato preparado con cuero de chanco, papas enteras y condimentado con salsa de maní.

**Cuy asado.** Tradicional cuy criollo asado a la brasa de carbón, acompañado de papas enteras, canguil, lechuga, tomate riñón, y de las vísceras del cuy en una exquisita salsa

**Fanesca.** Es también una tradición de comer la rica fanesca, que no es más que preparar alimentos en un solo plato, como frejol, lenteja, calabazo, melloco, plátano frito, bolitas de frituras, en fin es un plato muy sabroso.

**Alimentos a base del maíz:** El Champuz, Los Vicundos, Tortillas de Tiesto, mote.

**Dulce de calabazo.** Elaborado con calabaza madura en una paila de bronce y panela.

## Turismo

### a) El Pilar de Athal

Gráfico 4: Petroglifo paralelepípedo



**Fuente:** <http://infocentros.gob.ec/lapaz/galeria.php>

**Elaborado por:** La autora

**Año de investigación:** 2013

Es un petroglifo paralelepípedo rectangular que tiene 3m de alto y cuatro lados de 2.60 a 2.80m ubicada a 16 km. De San Gabriel y situada en medio de peñas con esta piedra ha sido objeto de estudios por parte del arqueólogo alemán. Max Hule quién sostiene que los signos realizados en la piedra se refieren al culto del sol por parte de tribus antiguas, muestras que Peñaherrera y Costales creen que son más bien cultos al agua y a la fertilidad.

### b) La Gruta de la Paz - Gruta de Rumichaca

Sin ninguna duda este maravilloso lugar, es uno de los sitios más representativos religiosos del Cantón Montúfar. La Gruta de la Paz es única, ubicada a 18 Km de San Gabriel, en la Parroquia La Paz, se ha convertido en el sitio más visitado por turistas nacionales y extranjeros. Se denomina así por la gruta donde está asentada Nuestra Señora de la Paz, ha sido formado por el caer de las aguas del río Apaquí, una cueva que

tiene 150 metros de profundidad formada de estalactitas y estalagmitas de diferentes colores. Lugar de extrema belleza natural y refugio para los creyentes.

Gráfico 5: Gruta de la paz



Fuente: <http://infocentros.gob.ec/lapaz/galeria.php>

Elaborado por: La autora

Año de investigación: 2013

## Factores biofísicos

### Clima

La provincia del Carchi posee varios pisos climáticos, puesto que su territorio se encuentra desde los 1.000 msnm, con temperaturas de hasta 27° C en el subtrópico fronterizo con la provincia de Esmeraldas, hasta las nieves perpetuas de la cima del volcán Chiles a una altura de 4.723 msnm y con temperaturas inferiores a los 0° C.

## Suelo

Tabla 11: Usos de suelo de la parroquia la paz.

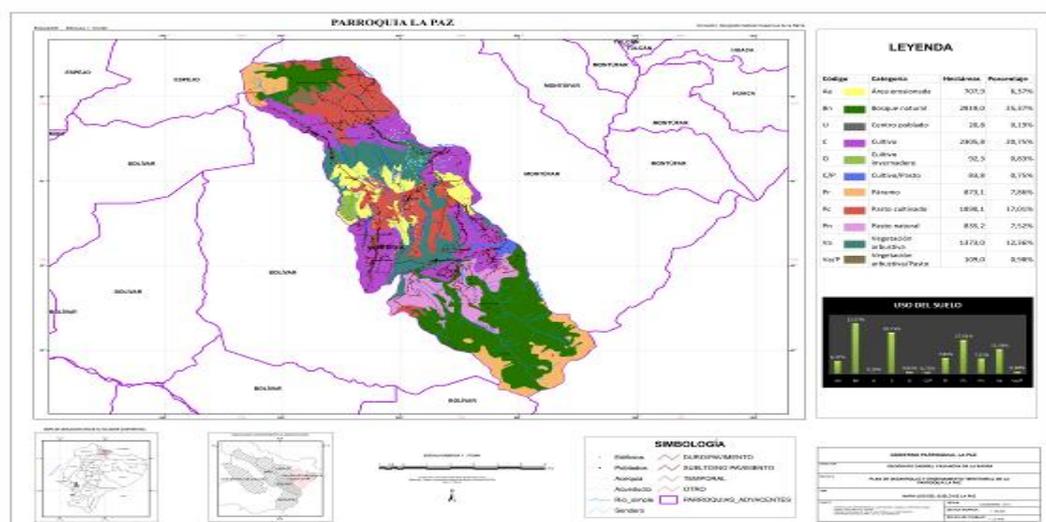
Código	Categoría	Hectáreas	Porcentaje
Bn	Bosque natural	2819,0	25,37%
C	Cultivo	2305,8	20,75%
Pc	Pasto cultivado	1890,1	17,01%
Va	Vegetación arbustiva	1373,0	12,36%
Pr	Páramo	873,1	7,86%
Pn	Pasto natural	835,2	7,52%
Ae	Área erosionada	707,9	6,37%
Va/P	Vegetación arbustiva/Pasto	109,0	0,98%
Ci	Cultivo invernadero	92,3	0,83%
C/P	Cultivo/Pasto	83,8	0,75%
U	Centro poblado	20,8	0,19%

Fuente: Propuesta plan de Desarrollo Territorial 2012

Elaborado por: La autora

Año de investigación: 2013

Gráfico 6: Mapa de uso actual del suelo de la parroquia la paz.



Fuente: Propuesta plan de Desarrollo Territorial 2012

Elaborado por: La autora

Año de investigación: 2013

Los bosques y páramo se encuentran al noroeste y sur de la parroquia a una altura que va desde los 3000 m.s.n.m. hasta los 3700 m.s.n.m., y en pendientes que van desde el 25 % hasta mayor al 70 %.

## Agua

La parroquia La Paz es verde por excelencia, campesina, ganadera, agrícola, rica en fuentes de agua, páramos y diversidad ambiental, respetando el buen vivir, cuidándola mediante el trabajo comunitario en mingas permite una buena conservación del medioambiente. Es por eso que como gobiernos Provinciales, Cantonales y Parroquial se han tomado medidas de protección de las fuentes de agua, uso y formas de riego

La realidad se ve contrastada con el mal uso del suelo que amenaza a las reservas ecológicas, los parques, las reservas naturales y las fuentes de agua. La necesidad de trabajar en el eje medioambiental, a través de la conservación y el alivio de la pobreza, es clave para el desarrollo económico, social y educacional de la provincia.

## Tipo de cultivo

Tabla 12: Los principales productos de ciclo corto, producción carchense con respecto a la nacional:

Productos de ciclo corto	Producción carchense respecto a la nacional
papa	28,71%;
Fréjol	17,24%
maíz suave choclo	6,95%
arveja tierna	47,46%
cebolla de bulbo,	3,22%
cebada	5,34%

**Fuente:** Propuesta plan de Desarrollo Territorial 2012

**Elaborado por:** La autora

**Año de investigación:** 2013

Tabla 13: Productos de la zona de montúfar

<b>Cultivo</b>	<b>No. UPAS</b>	<b>Superficie (ha)</b>
<b>PERMANENTES</b>	<b>157,02</b>	<b>74,91</b>
Claudia	20,87	5,59
Manzana	26,23	6,26
Pera	13,82	4,98
Tomate de árbol	79,29	54,98
<b>TRANSITORIOS</b>	<b>3705,33</b>	<b>5178,61</b>
Ajo	22,73	17,16
Arveja seca	23,69	24,26
Arveja tierna	405,38	665,83
Cebada	235,54	558,55
Cebolla colorada	26,21	100,01
Col	27,11	4,53
Fréjol seco	225,93	326,29
Fréjol tierno	24,84	20,35
Haba tierna	145,22	99,01
Maíz suave choclo	212,67	147,77
Maíz suave seco	665,89	708,76
Mellico	33,75	10,08
Oca	27,45	2,42
Papa	1379,38	2031,43
Tomate riñón	32,80	2,66
Trigo	161,33	270,74
Zanahoria amarilla	31,87	30,43

**Fuente:** Propuesta plan de Desarrollo Territorial 2012 Junta Parroquial

**Elaborado por:** La autora

**Año de investigación:** 2013

## 1.5. TABULACIÓN Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Encuesta realizada a agricultores de la zona

### 1. De los productos presentados ¿cuál es el que más cultiva?

Tabla 14: Clases de productos que se cultiva

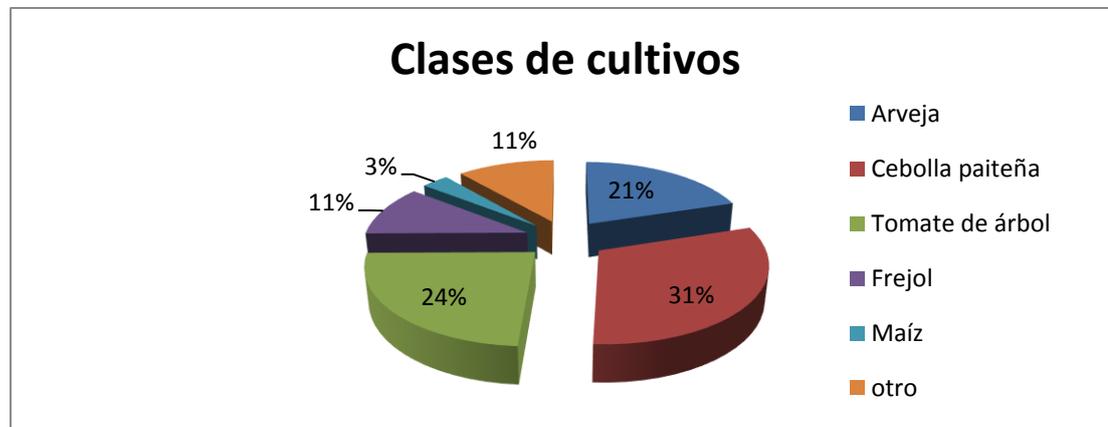
Producto	Selección	%
Arveja	32	20%
Cebolla paiteña	48	31%
Tomate de árbol	37	24%
Frejol	17	11%
Maíz	5	3%
Otro	17	11%
Total	156	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

Gráfico 7: Productos mas cultivados



Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

**INTERPRETACIÓN:** En la Parroquia a Paz, el producto más cultivado es la cebolla paiteña, existe también otros cultivos como el tomate de árbol y la arveja, por tener la diversidad de suelo es factible la diversidad de producción.

## 2. ¿Por qué el cultivo de cebolla paiteña no es el que más realiza?

Seleccione una causa.

Tabla 15: Causa para el no cultivo de cebolla paiteña

Variable	frecuencia	%
Terrenos con clima no apto para el cultivo	43	39%
Terrenos poco productivos	22	21%
Dificultad en el cultivo	28	26%
Poca Rentabilidad en el cultivo	12	11%
Deficiente recurso económico	3	4%
Total	108	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

Gráfico 8: Causa para el no cultivo de cebolla paiteña



Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

**INTERPRETACIÓN:** La mayoría de las personas que no cultivan el producto, no lo hacen por las características propias de sus terrenos no se lo permiten, es decir, son terrenos muy altos, con exceso de agua, son tierras arcillosas que no permiten una evaluación apropiada del aguas que provoca la pudrición del producto.

### 3. ¿Qué forma utiliza para la siembra?:

Tabla 16: Forma de siembra de la cebolla paiteña

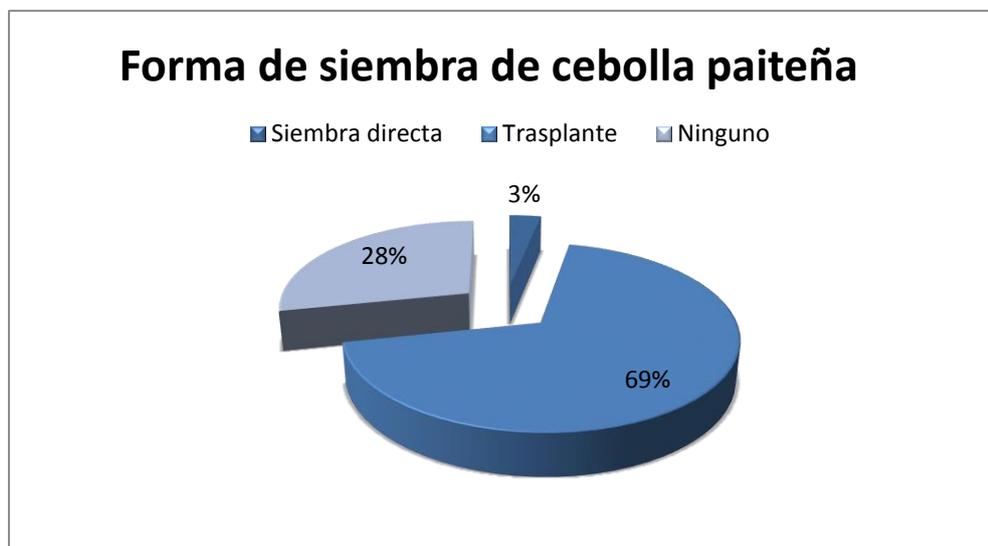
Alternativa	frecuencia	%
Siembra directa	3	2%
Trasplante	111	71%
Ninguno	42	27%
Total	156	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

Gráfico 9: Forma de siembra de la cebolla paiteña



Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

**INTERPRETACIÓN:** De las personas que cultivan la cebolla paiteña la mayoría hace mediante el trasplante, utilizan almácigos que es tema de este proyecto, un pequeño porcentaje realiza siembra directa en el terreno, sin ningún proceso previo por último un porcentaje relativamente alto no realiza ningún de estos tipos, como lo indica las causas en la pregunta anterior..

#### 4. ¿En qué mes requiere comprar plántulas de cebolla paiteña?

Tabla 17: Épocas de siembra

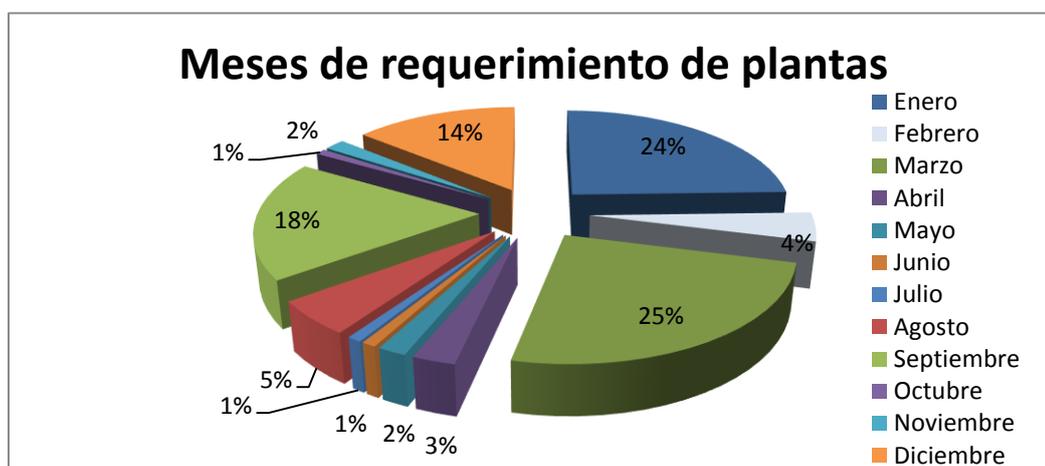
Meses	Frecuencia	Selección
Enero	12	25%
Febrero	2	4%
Marzo	12	25%
Abril	1	3%
Mayo	1	2%
Junio	0	1%
Julio	0	1%
Agosto	2	5%
Septiembre	9	18%
Octubre	0	1%
Noviembre	1	2%
Diciembre	7	14%
Total	48	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

Gráfico 10: épocas de siembra



Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

**INTERPRETACIÓN:** Las épocas donde se requiere mayor producción de plántulas son marzo Enero, septiembre y diciembre, aunque en los otros mese existe menos demanda del producto, pero por los cambios climáticos se puede requerir también en otra fechas.

## 5. ¿Ha recibido capacitación sobre manejo de cultivos y control fitosanitario?

Tabla 18: Capacitación

Variable	frecuencia	%
Siempre	25	16%
A veces	121	78%
Nunca	10	6%
Total	156	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por la autora

Año de investigación: 2013

Gráfico 11: Capacitación



Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

**INTERPRETACIÓN:** La mayoría de la muestra investigada expresa que la capacitación que reciben a veces, mientras que una minoría expone que nunca han recibido ninguna explicación sobre manejo de este tipo de cultivo, mientras que un porcentaje aceptable reciben de formas frecuentes por pertenecer a una asociación de agricultores.

## 6. ¿Cómo financia sus siembras?

Tabla 19: Disponibilidad de capital

Alternativa	frecuencia	%
Capital propio	51	33%
Capital Ajeno	105	67%
Total	156	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

Gráfico 12: Financiamiento



Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

**INTERPRETACIÓN:** La mayoría de los agricultores, realiza la actividad agrícola, con capital ajeno, lo que quiere decir que no existe suficiente capital propio y se recurre a diversas fuentes de financiamiento obteniéndolo préstamos en diferentes.

## **ENTREVISTA REALIZADA A UN TÉCNICO EN CULTIVO DE CEBOLLA**

**NOMBRE:** Ing. Flavio Ricaurte

**FECHA:** 15-09-2013

**OBJETIVO:** Identificar potencialidades y riesgos del cultivo de cebolla paiteña.

### **CUESTIONARIO:**

#### **1. ¿Qué Riesgos tiene la producción de plántulas de cebolla paiteña en la Parroquia La Paz?**

Existen 2 riesgos prominentes, el tiempo y el mercado, el primero es muy complicado controlarlo pero existen algunos productos que ayudan a dar fortaleza en la planta y genere resistencia, mientras que el mercado depende también de los productores ya que ellos equivocadamente generan mayor demanda en tiempos de precios altos, sin pensar que este exceso de cultivo genera baja en el precio., es necesario capacitar para que realicen el cultivo de forma eficiente y ordenada.

#### **2. ¿Qué se debe considerar para realizar un cultivo de plántulas de cebolla paiteña?**

- La adecuada preparación del suelo.
- La densidad de la siembra de la semilla en cuanto a los espacios y la cantidad.
- El riego,
- El control fitosanitario ( de hongos y plagas)
- La fertilización.
- La protección de las plántulas al sacar del semillero y la espera del trasplante.

**3. ¿Qué enfermedades afectan con mayor frecuencia a las plántulas de cebolla paitaña?**

Las enfermedades oídium (ceniza) y la pudrición rosada de raíz, se puede controlar mediante una rotación de cultivo, materia orgánica de calidad, utilización de fertilización de arranque y utilizando alguno productos como: terraclor o propamocar.

**4. ¿Cuál es el proceso de desinfección del suelo?**

- Picar el suelo
- Incorporar materia orgánica (organilait)
- Regar
- Fumigación propamocar en una proporción de 50 cm por 20 litros de agua.
- Tapar con plástico negro de 3 a 4 días ayuda al control de larvas e insectos.
- Realiza un remoción de suelo

**5. ¿Qué tiempo demora en salir las plantas desde la siembra de semillas?**

60 días

**6. ¿Qué características deben tener las plántulas para considerarlas buenas para su trasplante?**

Por lo menos debe tener tres hojas, de tallo grueso, planta que no tiene esa características se elimina, por eso es mejor no sembrar demasiadas plantas y mejor ralearlas.

**7. ¿Qué se debe considerar antes de trasplantar las plántulas de cebolla paiteña?**

Es necesaria una desinfección de las plántulas en una lavacara con una solución de 50cm de carbendacin en 20 litros de agua. Sirve para desinfectar unos 3 tarros, Agregamos 50cm de citoruthbioestimulante radicular para que la raíz se adhiera rápidamente al suelo.

**ENTREVISTA DIRIGIDA A CULTIVADOR DE PLÁNTULAS DE CEBOLLA PAITEÑA**

**NOMBRE:** Ing. Luis Quelal

**FECHA:** 25-09-2013

**CARGO:** Propietario.

**OBJETIVO:** Identificar las operaciones que realiza la competencia

**CUESTIONARIO:**

**1. ¿Cuánto tiempo lleva produciendo plántulas de cebolla paiteña?**

Alrededor de 10 años

**2. ¿Qué variedades de cebolla paiteña es la que más se comercializa?**

Las variedades más demandadas son la cebolla paiteña roja cebolla blanca y en menor grado, cebolla amarilla.

**3. ¿Cuántos metros<sup>2</sup> en promedio por año produce para la venta?**

Considerando que cada hectárea de almacigo alcanza para unas 20 hectáreas de siembra, normalmente hacemos unas 2 hectáreas.

**4. ¿Cuáles son los mayores riegos en el cultivo de plántulas de cebolla paiteña?**

Principalmente, la falta de agua en momentos críticos de su desarrollo, también algunas plagas pero estas son fácilmente erradicadas aplicando insecticidas y fungicidas.

**5. ¿Podría indicar el promedio de precio de venta en los 5 últimos años?**

El precio varía de entre \$1 y \$2 el Mt<sup>2</sup>. Pero esto depende del precio del año anterior que tuvo la cebolla y las condiciones climatológicas que se den durante el año.

**6. ¿En qué temporada existe mayor venta?**

Los principales meses para la siembra de la cebolla en la zona son Enero, Marzo, Septiembre, Diciembre, sin embargo, existen agricultores que se atrasan o adelantan dependiendo de lo que les tome la preparación del suelo: arado, rastreado y riego.

**1.6. DETERMINACIÓN MATRIZ AOR**

Tabla 20: Matriz AOR

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Instituciones públicas como GAD de la Provincia del Carchi, Ministerio de Agricultura, que brindan apoyo a los agricultores.</li><li>• La Parroquia La Paz es un sector eminentemente agropecuario y turístico.</li><li>• Existe la condición agroeconómica de los suelos para la producción de plántulas de cebolla paiteña.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Débil posicionamiento inicial por ser una empresa nueva con este producto.</li><li>• Ausencia de asistencia técnica para los agricultores de parte de técnicos de cultivo.</li><li>• Inestabilidad de los precios de los productos agrícolas</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los agricultores de la zona tienen experiencia en el cultivo de cebolla paiteña.</li> <li>• Conciencia ambiental con el cumplimiento de normas de protección del suelo y ambiente.</li> <li>• Junta de Sistemas de riego seguro y redistribución de las concesiones de agua, facilita la agricultura en la parroquia.</li> <li>• Instituciones del Sistema financiero con facilidades de otorgamiento de crédito.</li> <li>• Existencia de asociación de agricultores La Paz, fortalece y apoya la actividad agrícola.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los agricultores no planifican adecuadamente la producción agrícola.</li> <li>• Falta de recursos económicos para aumentar la producción</li> <li>• Escasos procesos técnicos previstos para el cultivo de cebolla paiteña.</li> <li>• Los procesos de marketing no están acorde a las expectativas de los clientes.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar la agricultura con la finalidad de mejorar la calidad de vida y de los productos.</li> <li>• Generación de fuentes de trabajo para los pobladores de la Parroquia La Paz, fomentando su desarrollo.</li> <li>• Fundar una empresa rentable con óptimos índices de eficiencia.</li> <li>• Adaptar nuevas técnicas agrícolas para aumentar la productividad.</li> <li>• Convenios con entidades públicas y privadas para capacitación sobre la agricultura.</li> <li>• Proyectos de mejoramiento de la actividad agrícola en la provincia por parte de instituciones públicas y privadas.</li> <li>• Generar una empresa sustentable y sostenible en términos de rentabilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La inestabilidad de precios de venta genera desmotivación de la actividad agrícola por falta de rentabilidad.</li> <li>• Aparecimiento de nuevas plagas y hongos en los cultivos de cebolla paiteña.</li> <li>• Factores climáticos variables ocasiona pérdidas en el cultivo.</li> <li>• Deficiente capacitación de los agricultores en el control fitosanitario.</li> <li>• Baja satisfacción de sus clientes.</li> <li>• Desconocimiento de propiedades del suelo, para un adecuado cultivo.</li> <li>• Falta de políticas agrícolas que</li> </ul>

<p>económica y financiera.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Existencias de nuevas variedades de cebolla paiteña para el cultivo.</li> <li>• Alcanzar posicionamiento en el mercado.</li> <li>• Incrementar el capital, con créditos otorgados por las instituciones del sistema financiero público o privado</li> </ul>	<p>generen programas de mayor impacto.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Canales de distribución poco adecuados.</li> </ul>
---	--

### **1.7. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN**

En base al análisis AOOR obtenido de la información se establece que el principal problema es que no existe una empresa productora y comercializadora de plántulas de cebolla paiteña, se puede mencionar que al ser la parroquia eminentemente agrícola, con suelos y clima aptos para este tipo de cultivo.

Si consideramos que existe el apoyo de instituciones públicas y privadas, con capacitación, asesoramiento, prestación de créditos a diferentes plazos y con algunos seguros que pueden mejorar la inversión

Este proyecto favorecerá a algunas familias, debido a que la mayor actividad es la agricultura, ya sea por cuenta propia o como jornalero, siendo este el principal ingreso, se fortalecerá si se mejoran los procesos productivos.

Se puede concluir diciendo que con la aplicación del proyecto genera una oportunidad favorable, para la parroquia la Paz, como mercado local, permitiéndose ampliar en forma provincial y regional, con la producción de plántulas de calidad, buscando mejorar la calidad de vida, generando rentabilidad.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL**

#### **2.1. LA CEBOLLA EN ECUADOR**

De acuerdo al Instituto de Promoción de Exportación e Inversión (2013), “la cebolla, de acuerdo al volumen producido, ocupa el segundo lugar entre las hortalizas a nivel mundial. La producción de América Latina representa el 9% de la producción total, y dentro de ella los países productores más importantes son México, Brasil, Argentina, Perú, Colombia y Chile”

En nuestro país y al igual que en toda sud América, la cebolla ha sido tradicionalmente uno de los cultivos hortícolas más importantes.

La cebolla es una hortaliza que es necesaria en los hogares para la preparación de comidas, así, la cebolla perla que no obtiene los requerimientos pedidos por el mercado externo es vendida en nuestro mercado local.

Instituto de Promoción de Exportación e Inversión (2013) “La producción de cebolla con valor agregado es muy limitada, como es en el caso de Chile que además debido a su amplia distribución geográfica, superficie plantada y consumo per cápita, tiene producto para consumo fresco, congelado, deshidratado y pre picado. En Ecuador, se estima que su producción fluctúa en montos que oscilan entre 30,000 y 50,000 toneladas anuales”

(Proecuador sitio web, 2013), “El mercado interno de la cebolla tiene un comportamiento cíclico, ya que los agricultores reaccionan con optimismo frente a un año de precios altos, aumentando la superficie del cultivo, lo que genera una temporada con una oferta abundante y bajos precios, que repercute en la temporada siguiente. Las exportaciones también afectan al mercado interno, haciendo variar la oferta interna y los precios”

La cebolla ecuatoriana luego de un largo proceso recibió en el mes de agosto 2013 la aprobación de Brasil para poder ser importada, y entrar por cualquier puerto o vía terrestre, sin aranceles ya que está dentro del ACE 59.

(Proecuador sitio web, 2013), “Brasil es el mayor productor y consumidor de cebolla, pero importa principalmente de Argentina, especialmente de marzo a julio. La producción de cebolla se da en el Sudeste, Centro-Oeste y Nordeste de Brasil y se extiende de junio a noviembre. Como es un producto altamente perecedero, el precio pagado al productor varía mucho dependiendo de la disponibilidad en el mercado durante todo el año. En la temporada baja, el precio es alto, pero en el momento de los principales cultivos, el precio es muy bajo y los productores no cosechan, ya que la paga es muy baja. Los estados de Sao Paulo, Santa Catarina, Bahía, Rio Grande do Sul y Pernambuco son los mayores productores brasileños. El promedio de producción es de alrededor de 12,7 toneladas por hectárea”

La ventaja que tiene la cebolla perla es que tiene larga vida post cosecha. Si el curado es realizado correctamente quedando el bulbo completamente, la cebolla perla puede durar de 3 a 6 meses.

(Proecuador sitio web, 2013), “Las características físicas ambientales del suelo en la zona de las provincias de la costa Península de Santa Elena y Manabí reúnen todas las condiciones para que sean productivos los cultivos ya específicamente la cebolla que requiere de suelos francos arenosos”. Como se puede apreciar en la tabla de crédito concedido por el Banco Nacional de Fomento (BNF), los agricultores de Tungurahua y Chimborazo son quienes reciben apoyo financiero para la producción de esta hortaliza.

Tabla 21: Crédito original concedido al sector agropecuario y pesca por Banco Nacional de Fomento, detalle por producto a nivel provincial, comparación Acumulada Enero - Diciembre de cada año

		AÑOS					
		2012	2011	2010	2009	2008	2007
		(Cifras en Dólares)					
<b>CEBOLLA</b>	<b>Total producto</b>	<b>685.791</b>	<b>794.665</b>	<b>1.165.604</b>	<b>857.443</b>	<b>1.996.846</b>	<b>501.001</b>
	Tungurahua	254.798	71.002	174.205	124.993	169.560	33.041
	Chimborazo	170.867	277.574	352.124	331.977	1.301.082	111.939
	Pichincha	65.652	21.711	48.810	69.280	23.048	12.636
	Manabi	50.228	136.733	54.056	38.030	30.800	74.735
	Cotopaxi	48.960	152.988	103.097		50.100	19.899
	Loja	42.448	91.183	247.039	146.479	332.696	173.820
	Guayas	17.600			793		
	Azuay	17.186	798	23.345	29.290	16.048	39.303
	Imbabura	15.260	5.166	4.472	3.197	12.800	340
	Santo Domingo de los Tsáchilas	798	399	4.793	4.000		
	Carchi	798	22.173	43.413	74.257	9.038	13.268
	Los Ríos	399		793	793		340
	Bolívar	399		30.927		810	340
	Cañar	399	13.741	3.172	2.325		1.340
	Esmeraldas			793			
	Sucumbios			793			
	Pastaza			48.772	10.532	16.140	
	Napo				11.298	680	
	Zamora Chinchipe				5.820		
	El Oro		1.197			340	
	Santa Elena			25.000		26.000	20.000
	Morona Santiago				4.379	340	

**Fuente:** Ministerio de agricultura, ganadería, acuicultura y pesca, 2013

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2013

### 2.1.1. El mercado interno

De acuerdo al Instituto de Promoción de Exportación e Inversión (2013), “los precios de la cebolla en el mercado interno durante el 2013 han sido menores que en otros años, pero están lejos de ser bajos. Según la tabla siguiente, los precios medios de venta por unidades en los mercados mayoristas de Guayaquil y Cuenca se encuentran alrededor de US\$ 0,44 por kilo, mientras en Quito y resto de sierra norte se mantiene en promedio de US\$ 0,35 por kilo”

Esta situación de precios más altos en la costa responde, por una parte, a la temporada de bajos precios del año anterior, que llevó a una reducción de las hectáreas plantadas, el rendimiento, además, cayó. La sierra está más abastecida, por este motivo en los mercados de la costa se encuentra mucha cebolla procedente del Perú, por su cercanía.

Tabla 22: Variación de precios de la cebolla durante el 2013

Mercado	Fecha ( + )	Precio \$/kg	Localidad	2013-6	2013-7	2013-8	2013-9	2013-10	2013-11
Cuenca - EL ARENAL	09/11/2013	0.44	Ambato EP-EMA	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Guayaquil - TTV	09/11/2013	0.37	Bolivar	0.19	0.30	0.22	0.23	0.20	0.22
Quito MMQ-EP	09/11/2013	0.29	Cuenca - EL ARENAL	0.45	0.51	0.47	0.45	0.40	0.40
Santo Domingo de los Tsachilas	09/11/2013	0.29	Guayaquil - TTV	0.46	0.57	0.55	0.50	0.41	0.38
Ibarra - COMERCIBARRA	07/11/2013	0.25	Ibarra - COMERCIBARRA	0.23	0.41	0.28	0.28	0.26	0.25
Bolivar	07/11/2013	0.23	Quito MMQ-EP	0.25	0.33	0.34	0.31	0.29	0.29
Ambato EP-EMA			Santo Domingo de los Tsachilas	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

\* Indica la fecha de la última toma registrada en el sistema, recordándole que cada mercado tiene su propia frecuencia de recolección de precios

**Fuente:** MAGAP

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2013

En Ecuador no existe demanda por parte del consumidor de cebolla importada, esta se vende debido a su oferta por parte del vendedor.

De acuerdo al Instituto de Promoción de Exportación e Inversión (2013), “Según estudios locales de Perú y Chile, el mercado interno de la cebolla presenta complejidades, igual al nuestro, siendo la principal, la fuerte oscilación de precios de una temporada a otra. Normalmente, después de un año de precios bajos los productores suelen disminuir la superficie cultivada, lo que hace disminuir la oferta interna y con ello los precios suben, como ya se está viendo en esta temporada”

## 2.2. PRODUCCIÓN

De acuerdo a (MANNARELLI, 2011), “Una unidad técnica de producción es el conjunto de factores con los que se realiza el proceso productivo en su totalidad. En el caso de la producción agrícola una unidad técnica de producción puede ser una finca trabajada por sus dueños o una hacienda donde trabajen miles de operarios. En el caso de una

industria la unidad técnica de producción puede ser la planta física o fábrica donde se obtiene el producto final. El tamaño de la unidad técnica de producción puede variar de acuerdo a lo que considere el observador o el investigador. Lo importante es que de esta unidad técnica se obtenga un determinado producto y en ella se apliquen los factores diversos de producción para la obtención de un producto deseado” Pág. 30

El objeto de la producción de la mercancía es el consumo por parte de la población general, por lo tanto, el proceso producto no habrá terminado hasta que el producto no vaya a manos del último consumidor. De esta forma se puede considerar como un factor de producción el transporte de los productos de un lugar a otro. También se puede considerar como factor el almacenamiento de este producto por un período determinado; el tiempo transcurrido entre la producción de una mercancía en el predio y la venta al último consumidor; si es de un mes o un año; luego ese mes, ese año son también factores de producción.

Para (MANNARELLI, 2011), “Se llama función de producción a la relación que existe entre el producto final obtenido y la cantidad o nivel de recursos o factores empleados en dicha producción. Si en un proceso productivo aumentamos, o mejor dicho, se hace variar el nivel de aplicación de un determinado factor o recurso manteniendo los otros factores al mismo nivel se observará que la producción final puede variar tanto en calidad como en cantidad, por lo tanto la relación que existe entre la variación de este factor y la producción es una función de producción” pág. 42

Si en esta forma se quisiera variar los otros factores se vería que la producción total cambia en cantidad y en calidad de acuerdo a dicha variación.

Por lo tanto la combinación de los factores productivos determina el producto final obtenido.

(MANNARELLI, 2011), “El propósito de la economía de producción es obtener la mejor combinación de los factores de producción para alcanzar el fin deseado, generalmente el fin deseado es la obtención de las máximas ganancias” Pág. 43

Un agricultor que trabaja su predio, busca casi siempre este objetivo. El caso varía si en vez de considerar solamente un predio particular se consideran los intereses de todo un pueblo, de una comunidad, de un país, pues en estos casos, no solamente se tiene en mente la obtención de las máximas ganancias sino también la mejor distribución de estas ganancias entre la gente.

### **2.2.1. Proceso productivo**

De acuerdo a (MANNARELLI, 2011), “Para poder hacer una decisión económica se debe valer de los indicadores de selección que son instrumentos usados por el economista para la obtención de los fines que persigue en una determinada producción.

En el problema de la distribución de recursos los indicadores de selección usados son, ya sea el precio de los recursos o el precio de los productos obtenidos.

En la distribución de ingresos los indicadores de selección pueden ser las ganancias que tienen los individuos de un determinado país o los salarios obtenidos por los empleados de una determinada fábrica.

Se llaman indicadores de selección porque valiéndose de ellos se puede seleccionar una determinada alternativa ya sea en la producción o el consumo”. Pág. 54

En un proceso productivo hay ciertos principios que siguen una lógica determinada. Para poder determinar cuál será la producción a obtenerse dadas ciertas combinaciones de factores productivos.

Para (PEREZ, 2009), “El entendimiento de estos principios proveerá de ciertas ventajas como son las siguientes: al funcionario de banco le enseñará cuales son los requisitos de capital de un determinado agricultor para que pueda maximizar las ganancias en su predio; también le dará las pautas para distribuir el capital de que dispone el banco para préstamos agrícolas en una forma equitativa entre los agricultores, de tal forma que, se obtengan las mayores ventajas para la región donde el banco funciona y la obtención de la mayor producción para esa determinada región debido al mejor uso de los recursos de que dispone el banco el capital que va a prestar a los usuarios” Pág. 65

La selección que hay que hacer en los métodos de trabajo y las decisiones que se toman en el proceso productivo son muy complejas en la realidad.

Para (PEREZ, 2009), “La complejidad se origina porque el tiempo que toma en producir los productos varía mucho de acuerdo a la clase de producción, a los métodos que se siguen y a las variedades de los diversos productos que se emplean. Otra de las causas de complejidad es la falta de conocimiento preciso del precio de los productos y del precio de los factores que se van a emplear en el proceso productivo” Pág. 66

### **2.3. COMERCIALIZACIÓN AGRARIA**

De acuerdo a (CALDENTEY, 2010), “Por comercialización agraria o comercialización de productos agrarios entendemos el proceso que lleva a los productos desde la explotación agraria hasta el consumidor. Este concepto coincide con lo que en los países anglosajones se conoce con el nombre de agricultura] marketing y se centra fundamentalmente en el

análisis de las funciones y de las instituciones que actúan en el indicado proceso, así como en la intervención del gobierno en el mismo” Pág. 45

También, la(ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACIÓN Y AGRICULTURA, 2008), FAO, "La comercialización comprende todas las operaciones que lleva consigo el movimiento de los productos alimenticios y de las materias primas desde la granja hasta el consumidor final".

Estas definiciones coinciden en que la comercialización de productos agrarios viene a continuación de la producción, es decir, que empieza cuando ya está terminado el producto.

La comercialización y la producción están muy relacionadas y el estudio de cada una de las disciplinas debe tener en cuenta a la otra.

### **2.3.1. Distribución de productos agrícolas**

Al final de la comercialización se encuentran los consumidores, cuyo número es todavía más elevado que el de los agricultores. Así como la unidad de producción era la explotación agraria, como unidad de consumo típica puede considerarse a la familia, aunque también existen otras unidades colectivas de consumo como son hoteles, restaurantes, asilos, comedores colectivos, ejército, colegios, entre otros. Salvo algunas de estas unidades que pueden adquirir productos alimenticios en grandes cantidades, la mayor parte de las unidades de consumo, es decir las familias y algunas de las instituciones, adquieren pequeños lotes.

Para (CALDENTEY, 2010), “Así pues, las grandes partidas deben ser divididas en lotes pequeños para atender a la demanda de las unidades familiares. Esta es la función conocida por el nombre de distribución” Pág. 54

### **2.3.2. Servicios de comercialización**

A lo largo del proceso de comercialización le son añadidas a los productos agrarios unas utilidades que los adaptan a las necesidades o a los gustos de los consumidores. El proceso total se puede considerar como un conjunto de procesos elementales, cada uno de los cuales añade una determinada utilidad.

Para (CALDENTEY, 2010), “Estos procesos suelen recibir el nombre de servicios de comercialización, aunque algunas veces se les llama también funciones secundarias” Pág. 43

#### **Transporte**

Es uno de los servicios más importantes de la comercialización. Consiste en aproximar los productos hacia el lugar en donde reside el consumidor. Por tanto, es un servicio que añade al producto utilidades de espacio.

De acuerdo a (CALDENTEY, 2010), “El transporte adquiere, a medida que un país se desarrolla, una importancia cada vez mayor como consecuencia del trasvase de población desde la agricultura a la industria o a los servicios, lo que equivale en una gran parte a un traslado desde zonas rurales hacia zonas urbanas. La población está, por tanto, cada vez más alejada de las zonas de producción y muchos productos que antes apenas necesitaban ser movidos en el espacio ahora tienen que ser transportados a grandes distancias”. Pág. 54

Además, el consumo de productos agrícolas aumenta a medida que va aumentando el nivel de vida de los consumidores, lo que quiere decir que es mayor el volumen de producto a transportar.

La exigencia a su vez, por parte del consumidor, de una mayor calidad en los productos alimenticios puede exigir en algunos casos unos medios de transporte especiales.

## **Almacenamiento**

Se trata de un servicio consistente en retener los productos agrarios para ser distribuidos al consumidor en un momento posterior al de la producción. El almacenamiento añade, al producto, utilidades de tiempo.

De acuerdo a (CALDENTEY, 2010), “La necesidad del almacenamiento deriva de que la producción tiene lugar en un corto periodo de tiempo, mientras que el consumo tiende a realizarse durante todo el año; esto sucede principalmente en los productos vegetales.

En los productos animales la producción tiene lugar a lo largo del año, pero el almacenamiento también es necesario para compensar los excedentes de unos períodos con los déficits de otros”. Pág. 58

## **2.4. LA EMPRESA**

### **2.4.1. Concepto**

Hoy en día, todos vivimos rodeados de empresas, que son de interés por razones diferentes, ya sean de tipo productivo, por su interés financiero, relaciones contractuales, entre otros, todas estas razones son las que consideran a la empresa como una realidad socio-económica a estudiar.

De acuerdo a (GIL, 2010), para estudiar el fenómeno empresarial debemos delimitar el concepto de empresa. No deben confundirse términos como explotación o sociedad mercantil con el concepto empresa, que representa una realidad mucho más amplia. Pág. 76

De acuerdo a (PAREJA, 2009), Según las diferentes consideraciones que se dan dentro de la literatura económica, se llega a definir la empresa desde varios puntos de vista:

a) Como institución de empresario: esta definición está ligada al concepto más antiguo de una unidad económica dirigida por un empresario donde no hay ningún tipo de diferencia entre el propietario de la empresa y el que la dirige.

b) Como unidad de beneficio: este concepto es una variación del concepto anterior, donde el único sentido de la empresa es la obtención de un excedente económico. En este sentido sólo se consideran como empresas aquellas unidades económicas que dan un superávit a los empresarios privados, quedando excluidos las empresas públicas, cooperativas, entre otras.

c) Como explotación de producción independiente: este concepto supone uno de los conceptos más amplios que se le da al término empresa en este caso, la empresa se caracteriza por:

- El objetivo de cubrir la necesidad de terceros,
- La independencia económica,
- La necesidad de tomar decisiones empresariales.

Esto implica la aceptación por parte de la empresa de un riesgo empresarial, por lo que quedarían excluidas como empresa las economías domésticas o los servicios públicos.

d) Como unidad jurídica y financiera, que considera únicamente aspectos parciales de la empresa como su forma jurídica o su vertiente financiera.

e) Como objeto de conocimiento formal de la economía de la empresa, caracterizada por el criterio de beneficio y riesgo.

f) Como concepto diferenciado del de explotación: la explotación presenta unas características independientes del orden económico en que se sitúe:

- unidad que combina factores de producción,
- un principio de economicidad: la máxima satisfacción con el mínimo coste, y
- un principio de equilibrio financiero que busca un equilibrio entre las inversiones que se llevan a cabo y la forma en que éstas están financiadas.

Si además de estos componentes se dan aquellos que vienen determinados por el orden económico, aparece el concepto de empresa capitalista.

Estos componentes son:

- El principio de obtención del beneficio,
- El principio de autonomía, y
- El principio de autodeterminación o autodecisión.

g) Como combinación de factores: toda la actuación de la empresa lleva a la realización de una actividad de producción o de prestación de servicios. Para ello debe realizarse una combinación de los diferentes factores de producción;

- factores elementales, como son el trabajo, los equipos y las materias primas y auxiliares,
- factores dispositivos, entre los que se distinguen:
  - ✓ El factor originario, la dirección, que decide la combinación de los factores que deben darse, cuándo y en qué condiciones, y
  - ✓ Tres factores instrumentales que son la planificación, la organización y el control. En cuanto a la planificación hay que diferenciar entre la planificación técnica-económica o cercana al proceso productivo y la planificación empresarial del conjunto de la empresa, que da lugar a un proceso de ordenación de objetivos a medio y largo plazo. Por su parte, la organización supone el establecimiento de unas estructuras humanas y técnicas que permitan la realización de aquello que se ha planificado. Y por último, el control consiste en guiar los hechos para que lo realizado coincida con lo previsto o lo supere.

#### **2.4.2. Clasificación de la empresa en Ecuador**

La (Codificación Ley de Compañías, 2010), en su Art. 1 define Contrato de compañías y régimen legal como aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

De acuerdo a (Codificación Ley de Compañías, 2010), en la sección 1<sup>era</sup>, artículo 2<sup>do</sup>. hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones
- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima; y.
- La compañía de economía mixta.
- Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.
- La ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación

#### **2.4.3. Concepto de pequeña y mediana empresa**

Es indudable que las empresas efectúan una serie de actividades que varía según el tipo de negocio que desarrollan y el volumen de operaciones.

Para (RODRIGUEZ J. , 2010), las pequeñas y medianas empresas son aquellas en las cuales la propiedad del capital se identifica con la

dirección efectiva y responde a unos criterios dimensionales ligados a unas características de conducta y poder económico.

Tres rasgos merecen tomarse en cuenta a este respecto:

- Un capital social repartido entre unos cuantos socios
- Una autonomía real de financiamiento y gestión
- Un nivel de desarrollo dimensional

Por su parte, la Asociación Estadounidense de Empresas Pequeñas (SHA, por sus siglas en inglés) define a la empresa pequeña como:

Aquella que posee el propietario en plena libertad, manejada de forma autónoma y que no es dominante en la rama en que opera.

En esta diversidad conviene considerar el criterio adoptado por la Subsecretaría de Ingresos:

Empresas cuyos ingresos acumulables en el ejercicio inmediato anterior no sean superiores a 20 millones de dólares, pero tampoco inferiores a millón y medio de pesos.

Cualquiera de los criterios anteriores puede ser válidos para una clasificación de empresas por tamaño. Que se utilice uno en particular o la combinación de varios depende del objetivo que se persiga al hacer esta clasificación. En la práctica no existe un criterio aceptado a nivel mundial.

Son las condiciones económicas y sociales de cada país las que determinan el(los) criterio(s) que deban manejarse para configurar a las empresas medianas y pequeñas.

Organismos internacionales y no pocos países del mundo desarrollado toman como base el factor de recursos humanos para determinar el tamaño de las empresas:

Tabla 23: Tamaño de la empresa en relación al factor talento humano

<b>Instituto Nacional de Estudios Económicos (INSEE) Francia</b>			
Artesanal	De	1 a 10	Empleados
Muy pequeña	Entre	10 a 50	Empleados
Pequeña	De	50 a 250	Empleados
Mediana	De	250 a 1000	Empleados
Grande	De	1000 a 5000	Empleados
Muy grande	Más de	5000	Empleados
<b>La Small Business Administration (EEUU)</b>			
Pequeña	Hasta	250	Empleados
Mediana	de	250 a 500	Empleados
Grande	Más de	250	Empleados
<b>La comisión Económica para América Latina</b>			
Pequeña	Entre	5 a 49	Empleados
Mediana	de	50 a 250	Empleados
Grande	Más de	250	Empleados
<b>Ejecutivos de Finanzas (México)</b>			
Pequeña	Menos de	25	Empleados
Mediana	Entre	50 a 250	Empleados
Grande	Más de	250	Empleados

Fuente: (RODRIGUEZ J. , 2010)

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2014

Tabla 24: Delimitación micro y pequeña empresa

<b>CRITERIO CUANTITATIVO</b>		
<b>Criterio</b>	<b>Nivel de empresa</b>	
	<b>Micro</b>	<b>Pequeña</b>
Volumen	110 veces salario mínimo regional	1115 veces salario mínimo regional
Por el número de personas	De 10 hasta 50	De 51 a 100 personas
<b>CRITERIO CUANTITATIVO</b>		
<b>Criterio</b>	<b>Nivel de empresa</b>	
	<b>Micro</b>	<b>Pequeña</b>
Tecnológico	Manual	Semiautomatizada
Tipo de producción	Uso de herramientas	Uso de máquina
Capacidad administrativa	Fabricación miniserie individual o series	Pequeñas series o fabricación individual con mayor valor agregado
Educación	Primaria o secundaria	Media o superior
Jerarquía	Propietario (ningún otro)	Jerarquía inmediata (supervisión)
Estructura	Muy rudimentario	División del trabajo con funciones específicas
Utilización de ganancia	Consumo personal Capital de trabajo	Acumulación del capital de trabajo Capital de trabajo fijo.

Fuente: (RODRIGUEZ J. , 2010)

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2014

## **2.4.4. La empresa agrícola**

### **2.4.4.1. Tipo de empresa agrícola**

De acuerdo a (GUERRA, 2008), "Existen varias formas para clasificar los tipos de empresas agropecuarias y están estrechamente ligadas a la estructura agraria que predomina en cada uno de los países" Pág. 65

(GUERRA, 2008), clasifica las empresas agrícolas de la siguiente manera:

#### **1. Empresas privadas de carácter individual o sociedad anónima**

##### **a. Latifundio**

(GUERRA, 2008), "El latifundio constituye un sistema multiforme de dominación social, cuya base se encuentra en el monopolio de la tierra. Históricamente, lo característico del cuadro social de América Latina es la pluralidad de los tipos de estructura latifundista y la pluralidad de las formas integradas u originales en su constelación social" Pág. 66

##### **b. Minifundio**

Estrechamente ligado al latifundio se encuentra el minifundio el cual es por definición, (GUERRA, 2008), "Aquel tipo de unidad de producción en el que la disponibilidad de tierra es absolutamente insuficiente para el logro de estos tres objetivos esenciales: el empleo productivo del potencial familiar de trabajo, el suministro de una cantidad de recursos capaz de fundamentar un nivel de vida y la posibilidad de que funcione un verdadero sistema de empresa agrícola". Pág. 67

##### **c. Empresas agrícolas familiares**

Tradicionalmente la empresa agrícola familiar se considera como una superficie de tierra que proporciona trabajo al agricultor, a su familia y ocasionalmente a algún trabajador temporal. Se supone un cierto nivel de tecnología que proporciona al agricultor un ingreso que le permite

mantener a su familia, cubrir sus gastos de operación y acumular cierto margen de ahorro.

## **2. Empresas asociativas**

De acuerdo a (UNTERRICHTER, 2009), "Existen otros tipos de empresas que son de reciente creación. Estas han surgido como parte de los esfuerzos gubernamentales para reorganizar totalmente la estructura de la sociedad rural y terminar con el complejo de problemas de dominación social, económica y política" Pág. 43

### **a. Empresas comunitarias**

(UNTERRICHTER, 2009), "Es la forma asociativa de producción por la cual campesinos de escasos recursos estipulan aportar su trabajo, industria, servicios y otros bienes en común con la finalidad primordial de explotar uno o más predios rústicos, industrializar y comercializar sus productos, o bien cumplir una de estas dos finalidades a más de la primera enumerada, para repartirse entre sí ganancias o pérdidas que resultaren, en forma proporcional a sus aportes" Pág. 65

En las empresas comunitarias se entiende que el trabajo de explotación agropecuaria será ejecutado por sus socios.

### **b) Sociedades agrícolas de interés social**

De acuerdo a (RIVEROS, 2008), "Son personas jurídicas de derecho privado y de responsabilidad limitada, integradas por beneficiarios de la ley de reforma agraria, se rigen por los principios básicos de las sociedades de personas y del sistema cooperativo" Pág. 45

En lo referente al uso de tierras y de recursos humanos, tienen dos funciones importantes en relación con las cooperativas que la forman: a) comercializar y abastecer a las cooperativas agrarias de servicios y propiciar entre los socios una política de integración parcelaria; b) los

socios de la cooperativa de servicios, que no sean poseedores individuales de parcelas, son los que de preferencia deben trabajar en el área de explotación directa.

### **c) Cooperativas**

Según(RIVEROS, 2008), “De acuerdo a la teoría del cooperativismo, las cooperativas de producción son sociedades constituidas de acuerdo con los fundamentos básicos y principios cooperativistas en las cuales los socios son los productores” Pág. 76

De acuerdo a lo anterior, se desprenden las siguientes conclusiones:

Los socios trabajan directamente y en común en la producción de un producto determinado con la finalidad de venderlo posteriormente.

Los socios son empresarios de otras explotaciones y llevan sus productos para ser transformados en común.

Las empresas cooperativas reúnen algunos requisitos que les permiten catalogarse como empresa comunitaria en el sentido explicado anteriormente. No obstante, no todas las cooperativas son empresas comunitarias.

## **2.5. CONTROLES CONTABLES FINANCIEROS EN LA EMPRESA**

Para (ORIOL, 2012), “La auditoría, en general es un examen sistemático de los estados financieros, registros y operaciones con la finalidad de determinar si están de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados, con las políticas establecidas por la dirección y con cualquier otro tipo de exigencias legales o voluntariamente aceptadas” Pág. 65

La auditoría tiene como objeto averiguar la exactitud, integridad y autenticidad de los estados financieros, expedientes y demás documentos administrativo-contables presentados por la dirección, así como sugerir las mejoras administrativo-contables que procedan.

Para (ORIOLO, 2012), la función de la auditoría de la empresa es: “El auditor en definitiva es un analista que investiga el control de todas las operaciones expuestas en su detalle y en su raíz; sus análisis y sus recomendaciones deben de ser una ayuda tanto para los subordinados como para la dirección en su propósito de alcanzar un control más eficaz, mejorar la operatividad del negocio y, en definitiva, aumentar sus beneficios” Pág.76

De acuerdo a (ORIOLO, 2012), se pueden dar varias definiciones de lo que es el control de empresas:

- Es la verificación de si todo ocurre en una empresa conforme al programa adoptado, a las órdenes dadas y a los principios admitidos.
- Es el análisis permanente de las desviaciones entre objetivos y realizaciones y la adopción de las medidas correctoras que permitan el cumplimiento de los objetivos o bien su adaptación necesaria.
- Auditoría externa: Es el examen de los estados financieros realizado de acuerdo con ciertas normas por un profesional cualificado e independiente con el fin de expresar su opinión sobre ellos.
- Auditoría interna: Es el examen de las actividades contables financieras y de otro tipo, echo de la organización de la empresa, para ayudar a la dirección general. Pág. 98

### 2.5.1. Estados financieros

Para (ESTUPIÑAN, 2012), “Los estados financieros constituyen una representación financiera estructurada de la situación financiera y de las transacciones llevadas a cabo por la empresa. El objetivo de los estados financieros con propósito de información general, es suministrar información acerca de la situación y desempeño financiero, así como de los flujos de efectivo, que sea útil a un amplio campo de usuarios al tomar decisiones económicas, así como la de mostrar los resultados de la gestión que los administradores han hecho de los recursos que se les ha confiado. (NIC 1.9).

Los estados financieros deben presentar fielmente la situación y el desempeño financiero de la empresa, así como sus flujos de efectivo, con aplicación correcta de las NIIF o sus normas nacionales, acompañada de informaciones adicionales, cuando sea preciso, y así proporcionar una presentación razonable de ellos. (NIC 1.15), Pág. 35

De acuerdo al mismo autor, (ESTUPIÑAN, 2012), El conjunto completo de estados financieros debe incluir los siguientes componentes:

- Estado de situación financiera.
- Estado de resultados integral.
- Estado de cambios en el patrimonio, mostrando:
  - ✓ Todos los cambios en el patrimonio.
  - ✓ Los cambios en el patrimonio diferentes a los derivados de las transacciones con los propietarios.
- Estado de flujos de efectivo.
- Notas, incluyendo las políticas contables y las demás notas explicativas. Información comparativa (NIC 1.10), Pág. 36

## **2.5.2. Consideraciones para la presentación de los estados financieros**

De acuerdo a (ESTUPIÑAN, 2012), para la presentación de los estados financieros se deben tener en cuenta los siguientes aspectos en la preparación de los estados financieros:

- **Presentación razonable:** los estados financieros deberán presentar en forma razonable la posición financiera, el desempeño financiero y los flujos de efectivo de una empresa. La aplicación apropiada de las NHF, con revelación adicional cuando sea necesario, da como resultado en virtualmente todas las circunstancias, estados financieros que logran una presentación razonable.
- **Negocio en marcha:** la gerencia deberá hacer una evaluación de la capacidad de la empresa para continuar como negocio en marcha. Los estados financieros deberán ser preparados sobre una base de negocio en marcha a menos que la gerencia tenga la intención ya sea de liquidar la empresa o de dejar de hacer negocios, o no tenga ninguna alternativa realista excepto esa.
- **Base de acumulación:** una entidad elaborará sus estados financieros, excepto en lo relacionado con la información sobre flujos de efectivo, utilizando la base contable de acumulación (o devengo).
- **Importancia relativa:** el reconocimiento y presentación de los hechos económicos debe hacerse de acuerdo con su importancia relativa. Un hecho económico es material cuando, debido a su naturaleza o cuantía, su conocimiento o desconocimiento, teniendo en cuenta las circunstancias que lo rodean, puede alterar significativamente las decisiones económicas de los usuarios de la información.
- **Compensación:** la compensación es una de las pocas políticas contables, que se refieren exclusivamente a la preparación de

información financiera. Y básicamente nos hace reflexionar sobre el uso de la información desde la perspectiva del usuario.

- Información comparativa: a menos que una NIIF permita o requiera otra cosa, la información comparativa deberá revelarse respecto del ejercicio anterior para toda la información numérica de los estados financieros. La información comparativa deberá incluirse en la información narrativa y descriptiva cuando sea relevante para una comprensión de los estados financieros.
- Uniformidad: este principio contable establece la obligatoriedad de mantener la aplicación de los mismos principios y reglas específicas de valoración de los activos y pasivos poseídos por la empresa para lograr que se puedan comparar informaciones contables. Pág. 38

## **CAPITULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. INTRODUCCIÓN**

La empresa de producción y comercialización de plántulas de Cebolla paiteña en la parroquia La Paz del Cantón Montufar, provincia del Carchi requiere determinar la oferta-demanda a través de la fijación de precios y costos, los que son difíciles de identificar en forma exacta por parte de los agricultores.

El presente estudio pretende determinar en forma analítica la demanda y la oferta en sus diversas variables, en la cual se establece comparaciones entre la información real obtenida y la histórica.

Los datos obtenidos ayudaran a realizar las proyecciones de las variables para determinar la factibilidad del proyecto, En la parroquia la Paz, el 68% de la población se dedican a la agricultura, aunque de estos solo el 38.24% realiza el trabajo por cuenta propia y el 61.76 trabajan como jornaleros o con siembras al partir.

El cultivo de cebolla paiteña en la parroquia se ha venido realizando hace unos 10 a 12 años, y cada vez ha ido incrementando su superficie, tomándole espacio al maíz, el cual es el principal cultivo de la zona.

El presente estudio de mercado tuvo como finalidad analizar las siguientes variables: demanda y oferta, proyectarlas y de esa forma conocer la demanda insatisfecha, segmentar el mercado, conocer la competencia, los precios para finalmente una mescla de mercado que facilite el aspecto comercial del proyecto.

## **3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

### **3.2.1. Objetivo general**

Efectuar un estudio de mercado para identificar la oferta y la demanda de las plántulas de cebolla paiteña estableciendo el mercado potencial a satisfacer, lo que permitirá definir estrategias para una adecuada comercialización.

### **3.2.2. Objetivos específicos**

- Analizar el perfil, comportamiento, hábitos y preferencias de los consumidores actuales y potenciales del producto.
- Conocer la demanda histórica y actual, con la finalidad de realizar la proyección
- Conocer la oferta histórica y actual
- Determinar el mix comercial más apropiado para realizar los esfuerzos comerciales.

### 3.2.3. Matriz de relación estudio de mercado

Tabla 25: Matriz de relación estudio de mercado

Objetivos	Variable	Indicador	Fuente	Técnica	Informante
Analizar el perfil, comportamiento, hábitos y preferencias de los consumidores actuales y potenciales del producto.	Perfil del consumidor	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comportamientos</li> <li>• Hábitos</li> <li>• Preferencias</li> <li>• Frecuencia</li> </ul>	Primaria Primaria Primaria Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Consumidores del producto
Conocer la demanda histórica y actual	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tasa de consumo de</li> <li>• Tipo de presentación</li> <li>• Características buscadas</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Consumidores del producto
Conocer la oferta histórica y actual	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cantidad ofertada</li> <li>• Presentación</li> <li>• Calidad</li> <li>• Principales oferentes</li> </ul>	Primaria Primaria Primaria Primaria	Encuesta	Productores y comercializados del producto
Determinar el mix comercial más apropiado para realizar los esfuerzos comerciales.	Mix comercial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plaza</li> <li>• Precio</li> <li>• Producto</li> <li>• Promoción</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Consumidores del producto

**Elaborado por:** la autora  
**Año de investigación:** 2013

### 3.3. MECÁNICA OPERATIVA

#### 3.3.1. Población

Como población se utilizó el segmento de mercado de población económicamente activa dedicada a la agricultura de lo que se deduce los jornaleros o peones y se determina que para la investigación son 263 agricultores.

#### 3.3.2. Muestra

Se aplicó una encuesta a los agricultores de la Parroquia La Paz, empleando la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

Z= Coeficiente de confianza: 1.96 (para un nivel de confianza de 95%)

N= Población

p= proporción que “sí”: 50%

q= proporción que “no”: 50%

e= error máximo permitido: 5%

#### 3.3.3. Cálculo de la muestra

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 263}{0.05^2(263 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.25 * 263}{0.0025(262) + 3.8416 * 0.25} = \frac{252.59}{0.66 + 0.9604} = \frac{252.59}{1.62} = 155.92$$

$$n = 156$$

### 3.3.4. Análisis y evaluación de la información

Encuesta dirigida a agricultores, adquirentes de las plántulas de cebolla paiteña

#### 1. ¿Si utiliza el trasplante como forma de siembra las plántulas se provee mediante?:

Tabla 26: Procedencia de la plántula

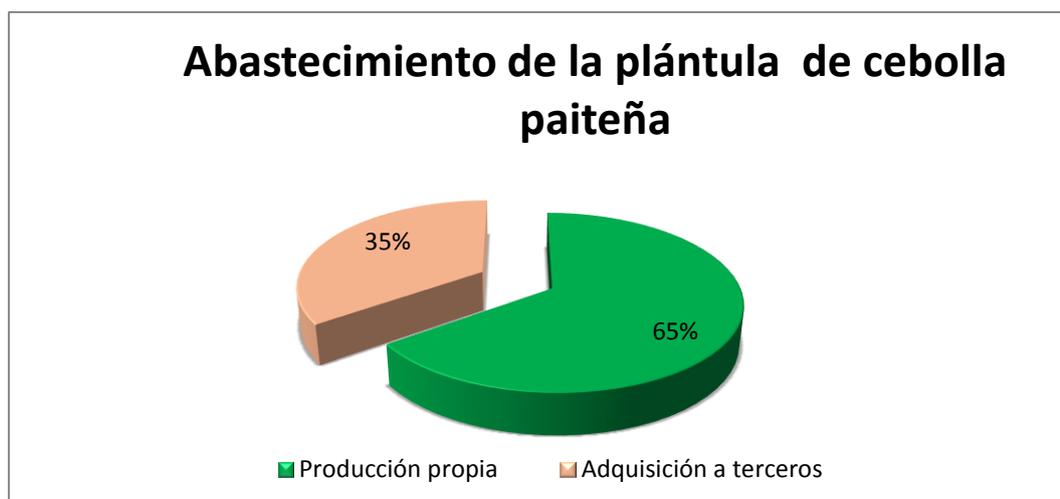
Alternativa	Frecuencia	%
Producción propia	71	65%
Adquisición a terceros	38	35%
Total	109	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

Gráfico 13: Procedencia de la plántula



Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

**INTERPRETACIÓN:** La provisión de plántulas implica el trasplante y el origen de ellas; la investigación revela que la mayoría de agricultores producen ellos mismos sus almácigos; mientras la minoría adquiere a productores particulares en conclusión la mayoría se autoabastece de plántulas.

## 2. ¿Usted produce para vender plántulas de cebolla paiteña?

Tabla 27: Producción para la venta

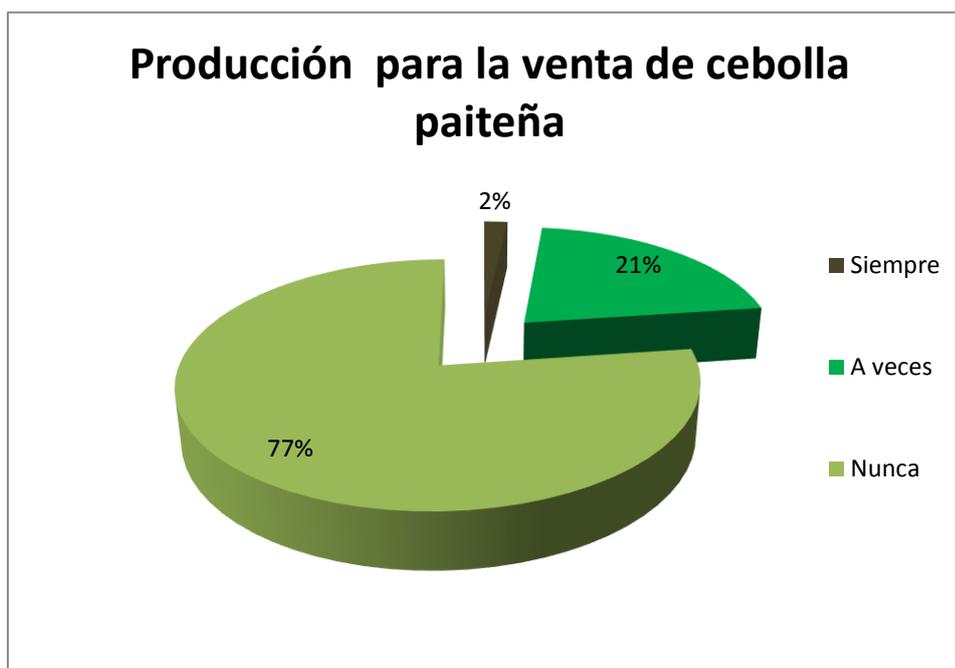
Alternativa	Frecuencia	%
Siempre	2	2%
A veces	24	21%
Nunca	88	77%
Total	114	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

Gráfico 14: Producción para la venta



Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

**INTERPRETACIÓN:** La producción de plántulas para el mercado implica la construcción de almácigos. En el estudio, la mayoría nunca hacen sus propios almácigos para la venta. Mientras la minoría expresa que siempre. Se concluye que la oferta de plántula de cebolla paiteña es baja.

3. ¿En qué mes usted requiere comprar plántulas de cebolla paiteña?

Tabla 28: Meses de demanda de plántulas

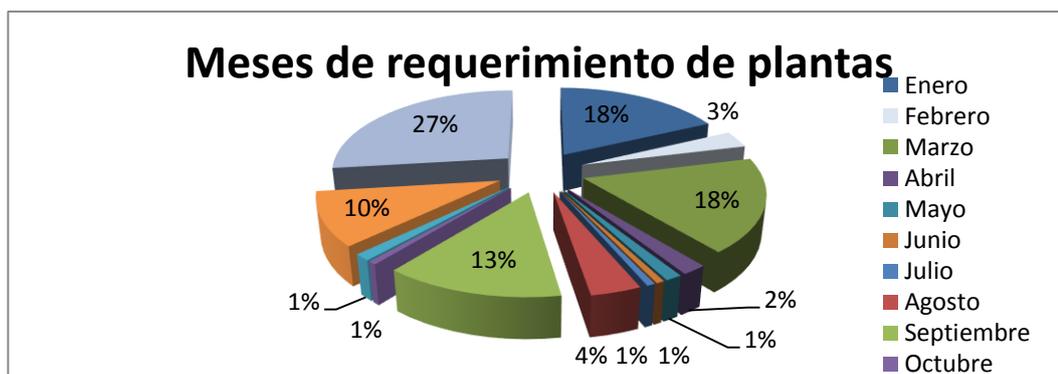
Meses	Frecuencia	%
Enero	28	18%
Febrero	5	3%
Marzo	28	18%
Abril	3	2%
Mayo	2	1%
Junio	1	1%
Julio	1	1%
Agosto	6	4%
Septiembre	21	13%
Octubre	1	1%
Noviembre	2	1%
Diciembre	16	10%
Ningún mes	42	27%
Total	156	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

Gráfico 15: Meses de demanda de plántulas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

**INTERPRETACIÓN:** El mes con mayor demanda de plántulas de cebolla paiteña es marzo y enero seguido por el mes, septiembre y diciembre lo que ayuda a entender en que épocas se debe incrementar la producción.

#### 4. ¿Número de siembras que usted realiza al año?

Tabla 29: Número de siembras al año

Variable	Frecuencia	%
Una	65	42%
Dos	43	28%
Tres	6	4%
Cuatro	0	0%
Ninguna	42	27%
Total	156	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

Gráfico 16: Número de siembras al año



Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

**INTERPRETACION:** La variedad es el conjunto de características particulares que tiene una planta y les diferencia de otras de la misma especie. Las variedades de cebolla paiteña más cultivadas en la actualidad, es la burguesa; a continuación la roja Híbrida y la minoría la duquesa. Se concluye que las variedades, de cebolla paiteña, más cultivadas son la burguesa y roja híbrida.

## 5. ¿Superficie que usted dispone para el cultivo de cebolla paiteña?

Tabla 30: Superficie disponible para el cultivo

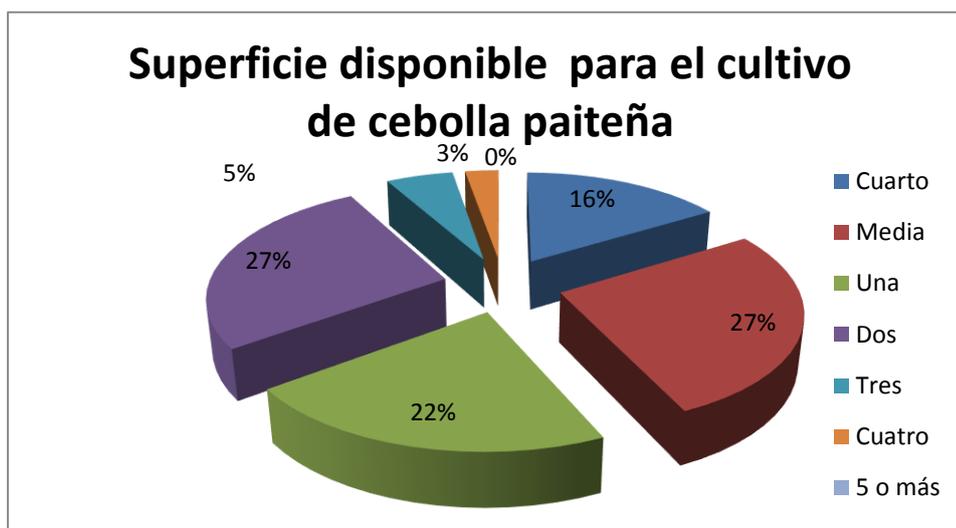
Hectáreas	Frecuencia	Variable
Cuarto	6	16%
Media	10	27%
Una	8	22%
Dos	10	27%
Tres	2	5%
Cuatro	1	3%
5 o más	0	0%
Total	37	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

Gráfico 17: Superficie disponible para el cultivo



Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

**INTERPRETACION:** La superficie es la extensión de terreno disponible para la siembra, el estudio demuestra que la superficies cultivadas por los agricultores de la zona en intervención son muy pequeñas, ningún agricultor lo hace en superficies mayores a 4 hectáreas, lo que implica que el cultivo es atractivo para pequeños agricultores los cuales hacen de este producto su principal fuente de ingresos

6. ¿Cuál es la variedad de cebolla paiteña que usted ha cultivado?

Tabla 31: Variedad preferida

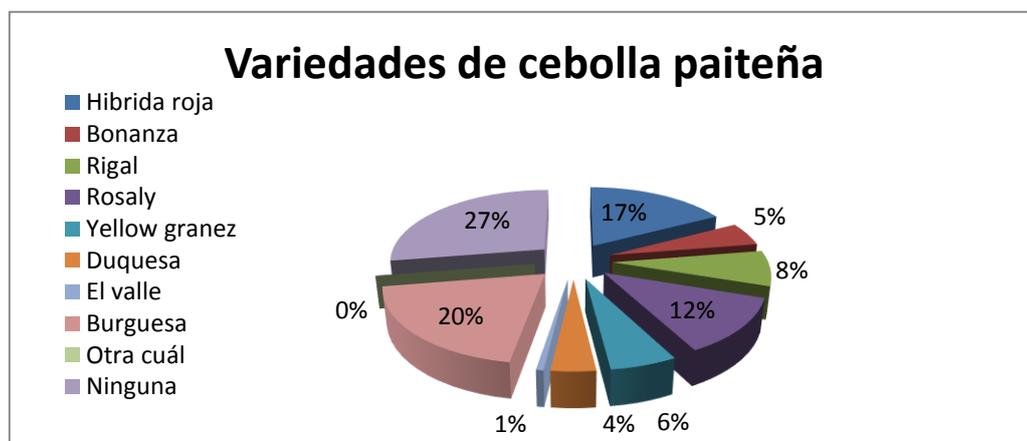
Variedades de cebolla	Frecuencia	%
Hibrida roja	27	17%
Bonanza	8	5%
Rigal	12	8%
Rosaly	19	12%
Yellowgranez	9	6%
Duquesa	6	4%
El valle	1	1%
Burguesa	31	20%
Otra cuál	0	0%
Ninguna	43	28%
Total	156	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

Gráfico 18: Variedad preferida



Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

**INTERPRETACION:** La variedad es el conjunto de características particulares que tiene una planta y les diferencia de otras de la misma especie. Las variedades de cebolla paiteña más cultivadas en la actualidad, es la burguesa; a continuación la roja Hibrida y la minoría la duquesa. Se concluye que las variedades, de cebolla paiteña, más cultivadas son la burguesa y roja hibrida.

7. ¿Si existe la posibilidad de obtener plántulas de cebolla paiteña de calidad, la adquiriría?

Tabla 32: Demanda potencial

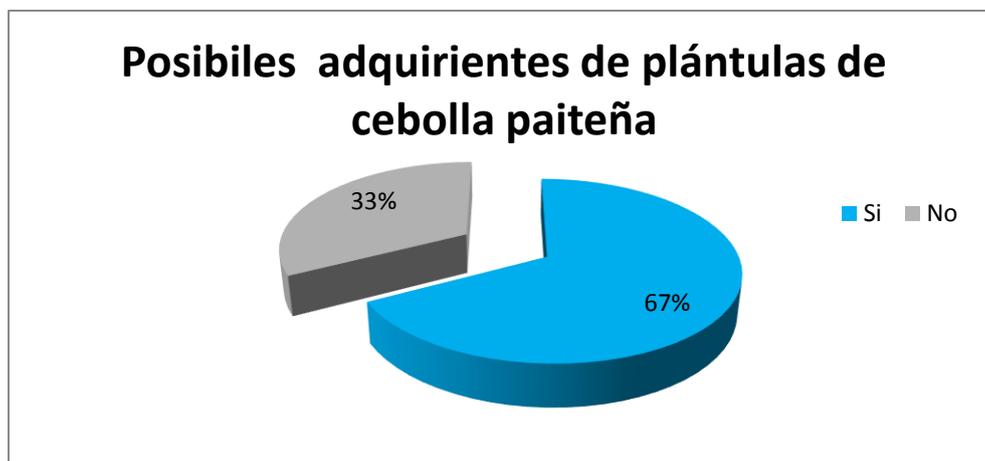
Alternativa	Frecuencia	%
Si	105	67%
No	51	33%
Total	156	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

Gráfico 19: Demanda potencial



Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

**INTERPRETACION:** Mayoritariamente, los agricultores están dispuestos a adquirir almácigos listos para su trasplante, el motivo es el ahorro en tiempo, dinero y terreno que esto implica, un porcentaje bajo hace personalmente su almácigo.

8. ¿Cómo hace conocer o conoce sobre la disponibilidad o necesidad de plántulas de Cebolla paiteña?

Tabla 33: Medios de información

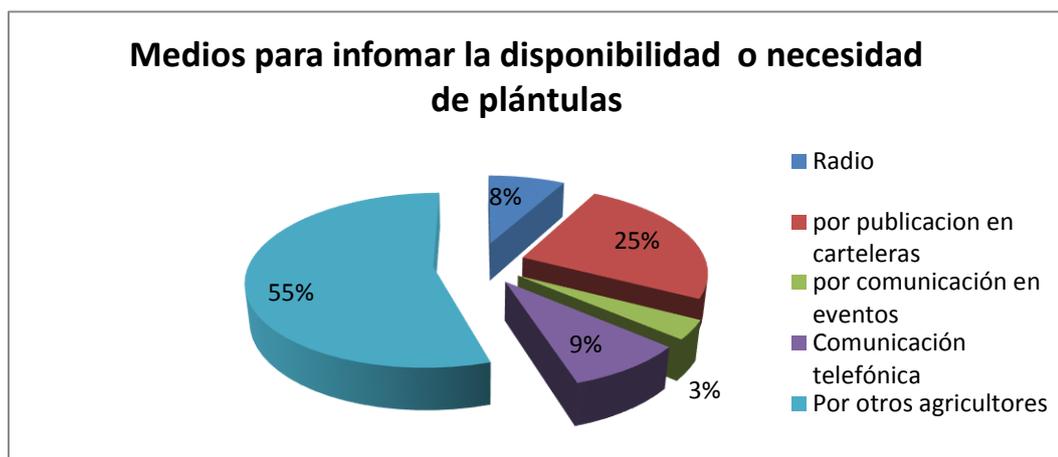
Alternativa	frecuencia	%
Radio	9	8%
Por publicación en carteleras	28	25%
por comunicación en eventos	4	4%
Comunicación telefónica	10	9%
Por otros agricultores	62	55%
Total	113	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

Gráfico 20: Medios de información



Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

**INTERPRETACION:** El medio más frecuente para conocer los lugares donde se puede adquirir almácigos del producto es vía boca a boca, es decir, no se utilizan mayormente medios de comunicación masiva, el medio de comunicación masiva más utilizado es la radio, pero se utiliza poco, las carteleras, es decir, avisos escritos ubicados en lugares de afluencia masiva es un medio también utilizado, pero tampoco de gran impacto.

9. ¿Cuál es el precio que actualmente se paga por cada lote (tarro) de plántulas cebolla paiteña?

Tabla 34: Precio pagado

Alternativa	Frecuencia	%
Menos de 100	2	1%
De 101a 120	13	8%
De 121 a 150	12	8%
De 151 a 175	47	30%
De 176 a 200	18	12%
Más de 201	12	8%
No la compra	9	6%
No siembra	43	28%
Total	156	100%

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: La investigadora  
 Año de investigación: 2013

Gráfico 21: Precio pagado



Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: la autora  
 Año de investigación: 2013

**INTERPRETACION:** El lote de plántulas de un tarro de semilla cubre aproximadamente 1/3 de hectárea de cultivo; la investigación determinó que el precio de las plántulas de un tarro oscila en su mayoría de 151 a 175 dólares; seguido de existen lugares más caros donde se cobra entre de \$176 a \$200; Se concluye que la mayoría paga más de 150 dólares por las plántulas de un tarro de semilla.

## 10. ¿Dónde le gustaría que se le entregue las plántulas de cebolla?

Tabla 35: Lugar de entrega

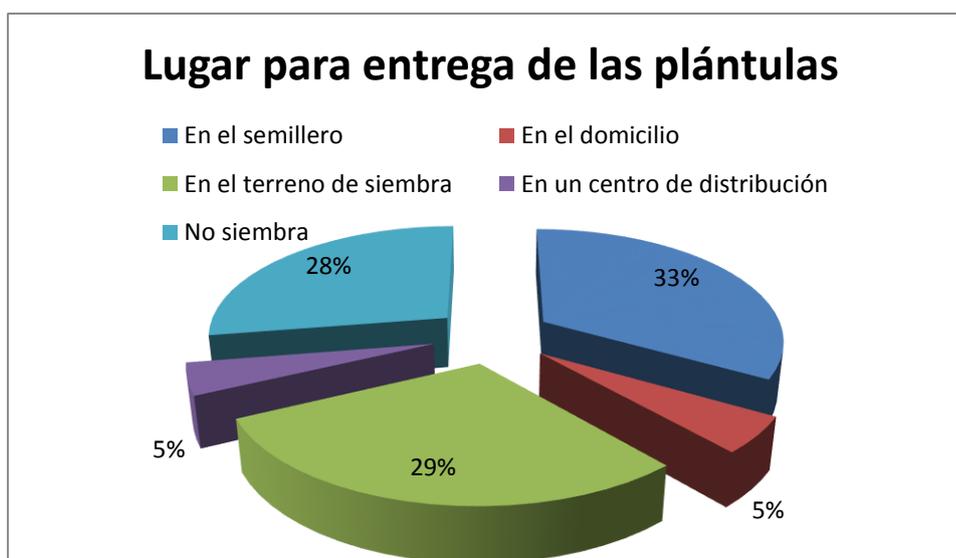
Alternativa	Frecuencia	%
En el semillero	52	33%
En el domicilio	8	5%
En el terreno de siembra	46	29%
En un centro de distribución	7	4%
No siembra	43	28%
Total	156	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

Gráfico 22: Lugar de entrega



Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

**INTERPRETACION:** El lugar de entrega de plántulas se refiere al lugar donde debe ser entregado el producto (estrategia de distribución) para el trasplante; la encuesta revela que la mayoría de informantes dice que requiere en el semillero (espacio utilizado antes del trasplante), la segunda opción elegida es en el terreno, la minoría prefiere que se le despache el producto a su hogar o buscarlo directamente al lugar de distribución.

**11. ¿Se ha realizado ferias exposición sobre la producción de plántulas y cebolla paiteña, para promocionar el producto?**

Tabla 36: Realización de ferias exposición

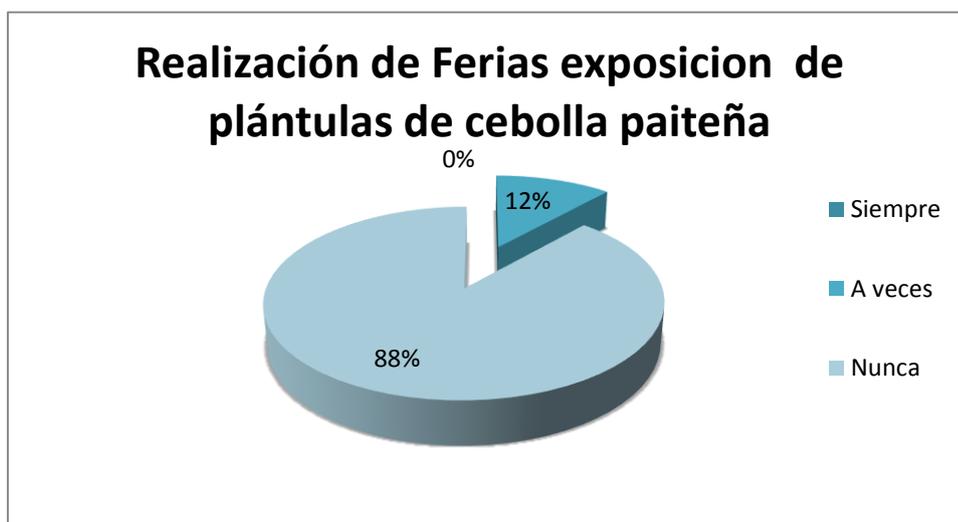
Alternativa	Frecuencia	%
Siempre	0	0%
A veces	18	12%
Nunca	138	88%
Total	156	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

Gráfico 23: Realización de ferias exposición



Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

**INTERPRETACION:** Según la información dada por los encuestados en la Parroquia La Paz, la mayoría indica que no han realizado eventos de promoción del producto como son ferias exposición, mientras que la minoría indica que sí que en la provincia más no a nivel local, se puede concluir que se podría incentivar la producción de plántulas de calidad utilizando algunos medios de promoción para que el producto y sus bondades sean conocidos.

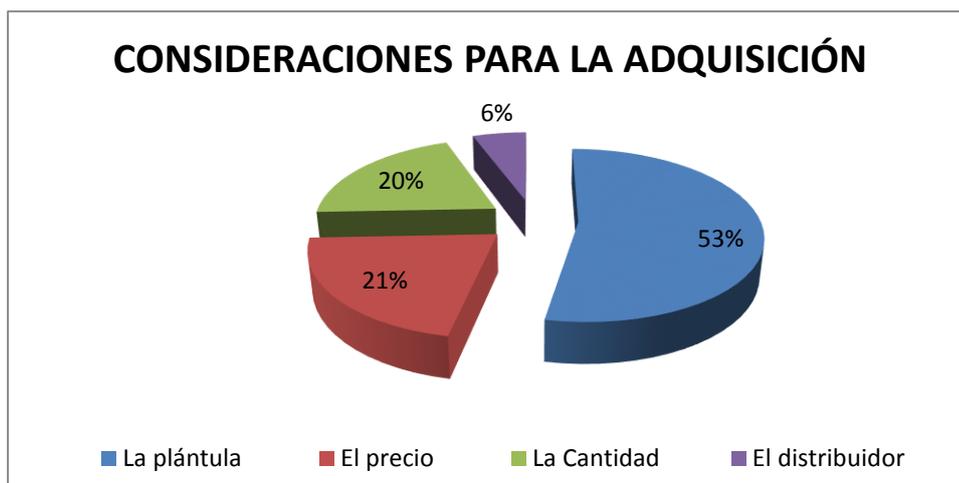
## 12. ¿Qué consideraría al monte de adquirir las plántulas de cebolla paitaña?

Tabla 37: Consideraciones para la adquisición

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
La plántula	85	53%
El precio	34	21%
La Cantidad	32	20%
El distribuidor	9	6%
<b>TOTAL</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: la autora  
 Año de investigación: 2013

Gráfico 24: Consideraciones para la adquisición



Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: la autora  
 Año de investigación: 2013

**INTERPRETACION:** Según los datos obtenidos en la encuesta, la mayoría de los encuestados considera que la calidad de la plántula (certificación) es lo que más se considera al momento de adquirirla, el precio obtiene la segunda preferencia, esta variable está en directa relación con la cantidad de almacigo por lo que los porcentajes obtenidos son muy similares, el distribuidor no es considerado muy importante.

13. ¿Qué es lo más importante para garantiza la calidad de producción de las plántulas de cebolla paiteña?

Tabla 38: Qué garantiza la calidad de la producción

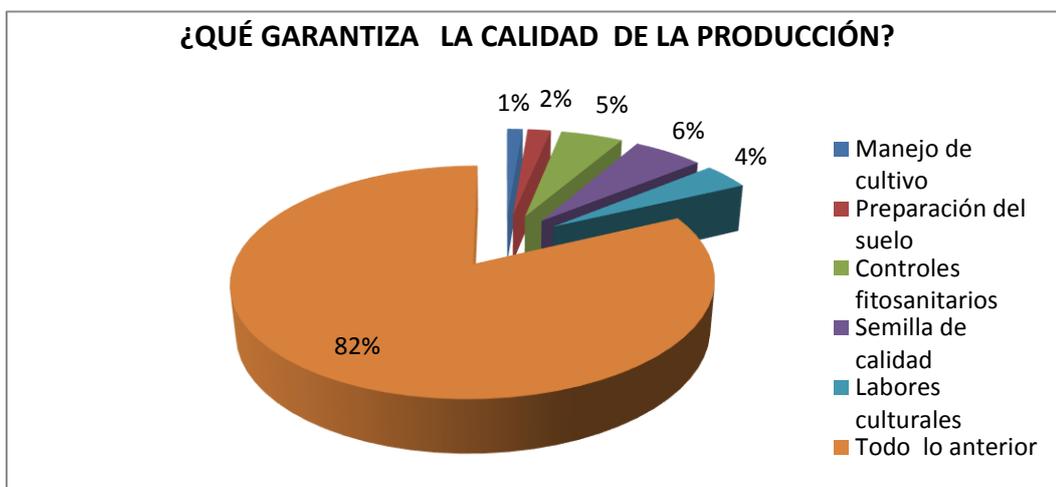
Alternativa	frecuencia	%
Manejo de cultivo	2	1%
Preparación del suelo	3	2%
Controles fitosanitarios	8	5%
Semilla de calidad	9	6%
Labores culturales	6	4%
Todo lo anterior	128	82%
Total	156	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

Gráfico 25: Qué garantiza la calidad de la producción



Fuente: Encuesta

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

**INTERPRETACION:** Se puede determinar en la encuesta que la mayoría considera que para garantizar la calidad de la planta es necesario tomar en cuenta todo y no cada parte como forma aislada, mientras que la minoría dice que lo más importante son las labores de cultivo.

### **3.4. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO**

El producto a ofertar son plántulas de cebolla paiteña listas para trasplante a su ubicación final, la ventaja que esto ofrece es que ahorra tiempo y sobre todo dinero al agricultor, esto ahorros se explican de la siguiente forma.

Tiempo: puesto que el periodo de formación desde el estado de semilla hasta que esta esté en condiciones de trasplante final es de aproximadamente dos meses (dependiendo del clima), esto implica que durante ese periodo, el terreno puede ser utilizado en otros cultivos (habas por ejemplo, cuyo cultivo dura tres meses y tiene la ventaja de soltar la tierra y agregarle hierro).

Dinero: El almacigo de cebolla (y de cualquier producto) implica un importante gasto en trabajos de limpieza los que deben realizarse cada quince días para asegurar la fortaleza de la planta, estos trabajos deben realizarse con mucho cuidado para no destruir las raíces de la planta, desde que se siembra la semilla hasta que se trasplanta a su ubicación final se deben incurrir en una serie de gastos los que el agricultor puede evitar si compra la plántula lista para su trasplante final.

### **3.5. MERCADO**

#### **3.5.1. Mercado potencial**

El mercado potencial del producto se refiere inicialmente a todos los agricultores que cultivan el producto en la parroquia La Paz del cantón Montúfar, que en total cubren una superficie de 63 hectáreas.

### **3.5.2. Mercado meta**

Está conformado por aquellos agricultores que adquieren la plántula de cebolla lista para ser ubicada en su ubicación definitiva.

### **3.5.3. Segmentación del mercado**

Variables:

- Geográfica: Parroquia La Paz
- Demográfica: Cultivadores del producto en terrenos propios o ajenos.
- Psicográficas: Agricultores que optimizan la superficie de su predio, perdiendo la menor cantidad de tiempo entre la rotación de cultivos.
- Conductual: Agricultores que quieren obtener la mejor calidad posible de sus productos para enfrentar mercados de otras provincias y en lo posible exportar aprovechando tratados con países vecinos (principalmente Brasil, dados los convenios firmados el año 2013)

## **3.6. ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

De acuerdo a la investigación de campo, los siguientes son los agricultores que adquieren plántulas lista para su trasplante (los 23 mayores) de acuerdo al anexo 4, si bien existen otros agricultores que también compran la plántula, la superficie que ellos cultivan es muy pequeña para ser considerada en el proyecto:

Según el anexo 4 se aprecia un constante aumento de la superficie cultivada a través del periodo evaluado, lo anterior se puede apreciar claramente en la siguiente tabla:

Tabla 39: Incremento de la superficie cultivada periodo 2009-2013

Periodos / Años	Superficie cultivada	Incremento
2009	25	
2010	26,5	6,00%
2011	26,75	0,94%
2012	29	8,41%
2013	35	20,69%
Promedio	28,45	9,01%

Fuente: Anexo 4

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

### 3.6.1. Proyección de la demanda

Para proyectar la demanda se utilizó la siguiente fórmula:

$$Df = Da * (1 + i)^n$$

Dónde:

Df= Demanda futura

Da= Demanda actual

I= Tasa de incremento

N= Periodo evaluado

Se utilizó como tasa de crecimiento, el promedio de los últimos cuatro años de acuerdo a la tabla 39; 9,01%.

Tabla 40: Proyección superficie cultivada

Periodos / Años	Superficie cultivada	Incremento
2013	28,45	9,01%
2014	31,01	9,01%
2015	33,81	9,01%
2016	36,85	9,01%
2017	40,18	9,01%
2018	43,80	9,01%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

Para proyectar la demanda, se debe considerar que cada hectárea de almácigo cubre 10 hectáreas del cultivo, por lo tanto, la demanda proyectada de almácigo de cebolla es la siguiente:

Tabla 41: Proyección de demanda de almácigo

Periodos / Años	Superficie cultivada	Superficie almácigo
2014	31,01	3,10
2015	33,81	3,38
2016	36,85	3,69
2017	40,18	4,02
2018	43,80	4,38

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2013

Para el cálculo de número de plántulas por hectáreas, es necesario conocer la distancia que se debe tener entre ellas, esta variable es importante pues permite asegurar un espacio suficiente que permita un crecimiento normal, espacio suficiente para dar la posibilidad de limpiar al trabajador sin romper el almácigo y espacio para que el agua pueda correr sin dañar el cultivo (erosión).

La distancia utilizada actualmente en este tipo de cultivos es de 15 centímetros sobre hilera y 40 centímetros entre hileras, por lo tanto y considerando que una hectárea tiene 10.000 Mts<sup>2</sup>(100 \* 100) se llega al siguiente resultado:

Tabla 42: Cálculo del número de plantas por hectárea

Concepto	Cantidad	Fórmula de cálculo
Largo de hileras	100 Mts.	
Número de hileras	250	100 Mts. /0,4 Mts.
Plantas por hilera	666	100 Mts. /0,15 Mts.
Plantas por hectárea	166.500	666 plantas * 250 hileras

**Fuente:** Información Técnica Ingeniero Flavio Ricaurte

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2013

De acuerdo a lo anterior, el número de plantas demandadas se muestra a continuación:

Tabla 43: Demanda proyectada de plántulas total.

Periodos / Años	Superficie cultivada	Superficie almácigo	Numero de plántulas
2014	31,01	3,10	516.377
2015	33,81	3,38	562.908
2016	36,85	3,69	613.632
2017	40,18	4,02	668.927
2018	43,80	4,38	729.205

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2013

### 3.7. ANÁLISIS DE LA OFERTA

De acuerdo a la investigación de campo, solo el 2% de los agricultores producen almácigos para venderlo (pregunta 2, investigación de campo), esto es, 5 agricultores; la producción total acumulada es de 12.500 mt<sup>2</sup> de almácigo, es decir, 1 hectárea y 2500 Mts.<sup>2</sup> (1/4 de hectárea cada agricultor).

La proyección de la oferta se efectuó utilizando la misma fórmula que la utilizada para proyectar la demanda:

$$Of = Oa * (1 + i)^n$$

Dónde:

Of= Oferta futura

Oa= Oferta actual

I= Tasa de proyección

N= Periodo buscado

La tasa de proyección fue la misma que la utilizada para el cálculo de la proyección de la demanda, 9,01%

De esta forma, la oferta proyectada será:

Tabla 44: Proyección de oferta

Periodos / Años	Superficie cultivada	Incremento
2013	1,25	9,01%
2014	1,36	9,01%
2015	1,49	9,01%
2016	1,62	9,01%
2017	1,77	9,01%
2018	1,92	9,01%

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2013

En relación a la oferta el número de plántulas ofertadas en la siguiente tabla se muestra dicha información:

Tabla 45: Proyección de oferta de plántulas

Periodos / Años	Superficie cultivada	Incremento	Número de plántulas
2013	1,25	9,01%	208.125
2014	1,36	9,01%	226.440
2015	1,49	9,01%	248.085
2016	1,62	9,01%	269.730
2017	1,77	9,01%	294.705
2018	1,92	9,01%	319.680

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2013

### 3.8. DEMANDA INSATISFECHA

Definiendo la demanda insatisfecha como la diferencia entre demanda y oferta se obtiene que:

Tabla 46: Demanda insatisfecha en superficie

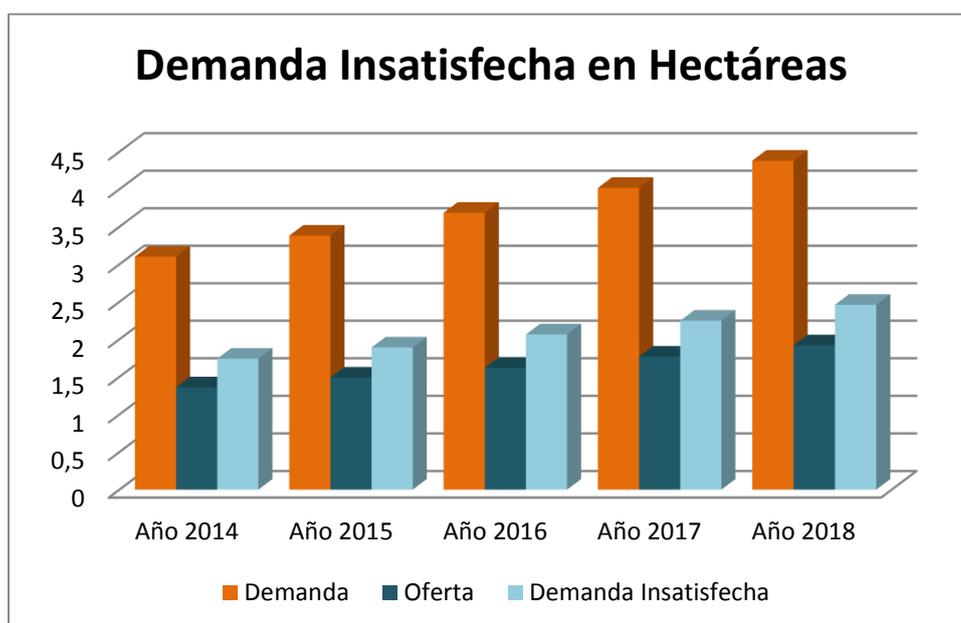
Periodos / Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2014	3,10	1,36	1,74
2015	3,38	1,49	1,89
2016	3,69	1,62	2,07
2017	4,02	1,77	2,25
2018	4,38	1,92	2,46

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

Gráfico 26: Demanda insatisfecha en superficie.



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

La demanda insatisfecha expresada en número de plántulas es la siguiente:

Tabla 47: Demanda insatisfecha de plántulas de cebolla

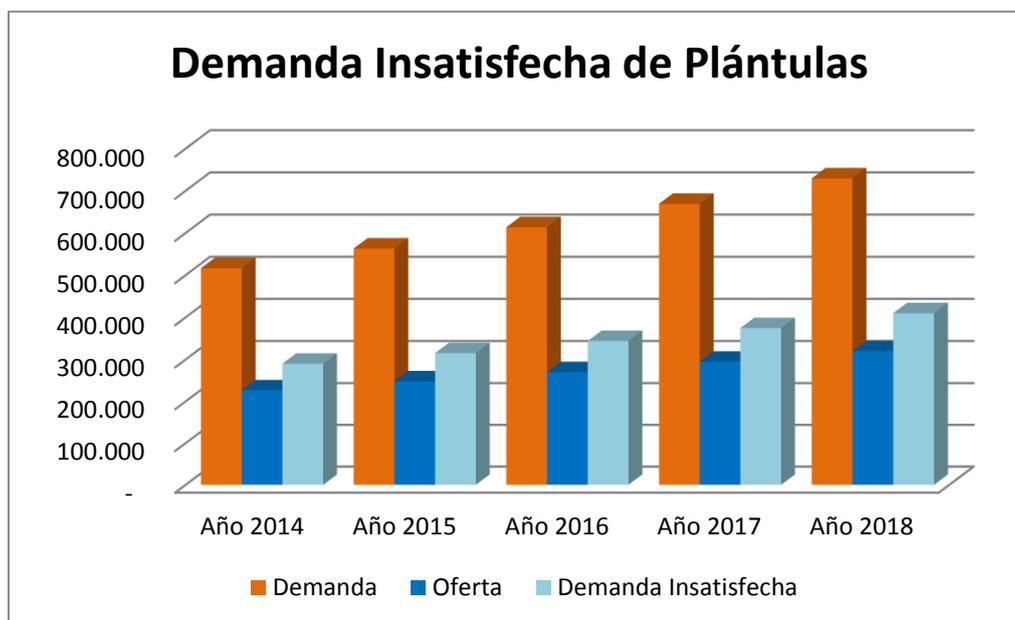
Periodos / Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2014	516.377	226.440	289.937
2015	562.908	248.085	314.823
2016	613.632	269.730	343.902
2017	668.927	294.705	374.222
2018	729.205	319.680	409.525

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2013

Gráfico 27: Demanda insatisfecha de plántulas de cebolla



**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2013

Se aprecia una constante alza en la demanda insatisfecha, por lo que se asegura la permanencia del proyecto en el tiempo.

### 3.9. ANÁLISIS DE PRECIOS

De la investigación de campo efectuada se pudo detectar el precio más frecuente que paga el agricultor por cada tarro de semillas certificadas de cebolla es de entre \$150 y \$170 (pregunta 9, investigación de campo); este tarro o lote, rinde unos 3000 Mts<sup>2</sup>, es decir, que al comprar la semilla, el agricultor debe pagar entre \$500 y \$560 por hectárea (solo en semilla), este, es el precio de referencia que debe usarse para evaluar el proyecto; la proyección de precios se calculó usando como tasa de proyección el promedio de inflación del país de los últimos 5 años de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 48: Promedio inflación últimos cinco años

Año	Inflación
2009	4,31%
2010	3,33%
2011	5,41%
2012	4,16%
2013	2,70%
Suma	19,91%
Promedio	3,98%

**Fuente:** Banco Central

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2014

Basados en la información de los 5 últimos años se obtiene un promedio de la inflación para realizar la proyección de precios para la el presente trabajo lo que se detalla a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 49: Proyección de precios por hectárea

Periodos / Años	Demanda
2013	530,00
2014	551,09
2015	573,03
2016	595,83
2017	619,55
2018	644,21

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2013

A continuación se presenta el precio por cada de cebolla paiteña.

Tabla 50: Proyección de precios por plántulas

Periodos / Años	Demanda	Precio Unitario
2013	530,00	0,0032
2014	551,09	0,0033
2015	573,03	0,0034
2016	595,83	0,0036
2017	619,55	0,0037
2018	644,21	0,0039

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2013

### 3.10. MIX DE COMERCIALIZACIÓN

#### 3.10.1. Estrategias de plaza

La infraestructura de la empresa se ubicará en el ingresos norte de la parroquia La Paz, entre la panamericana norte y la calle Pastora Alomía, siendo fácil la identificación y ubicación por parte del potencial

consumidor, la estrategia para la variable plaza será de distribución directa, siendo el producto vendido directamente del productor a agricultor, en otras palabras, se utilizará una estrategia de distribución exclusiva la que supone reservar toda la zona de la parroquia para un punto de venta.

### **3.10.2. Estrategias de producto**

Como se explicó anteriormente, el producto a ofertar es la plántula de cebolla de unos dos meses listas para trasplante a su ubicación final, la ventaja que esto ofrece es que ahorra tiempo y sobre todo dinero al agricultor; existen una serie de variedades de cebolla dentro de las que se consideran principalmente:

- Híbrida roja
- Bonanza
- Rigal
- Rosaly
- Yellowgranez
- Duquesa
- El valle
- Burguesa
- Otras no muy cultivadas en la zona

La estrategia de producto pretende ofertar para el mercado local las variedades de alta demanda nacional, (principalmente paiteña roja y perla), buscando garantizar el producto ofrecido para que exista un producto final que sea requerido a nivel nacional e internacional, también brindando asesoramiento técnico a los agricultores para mejorar la producción.

### **3.10.3. Estrategia de precio**

La estrategia de precio se basa en ofertar al agricultor un producto que le permita hacer más eficiente el uso de la superficie de su terreno, como se explicó anteriormente, si se siembra la semilla, se debe incurrir en gastos de limpieza, fertilizantes, insecticidas, entre otros, posteriormente, una vez que la semilla se convierte en plántula, esta debe ser trasplantada a su ubicación final, el precio del almacigo por lo tanto deberá ser menor en un 10 a 15% al costo que tendría el agricultor si decidiera hacer el mismo su propio almacigo, el costo promedio de hacer el almacigo es de unos \$12.000 por hectárea (que le alcanza para 10 hectáreas de cultivo) luego como estrategia se implementará:

- Lanzar al mercado nuestro producto con un precio bajo, para que, de ese modo, se pueda lograr una rápida penetración y una buena acogida.

### **3.10.4. Estrategias de publicidad y promoción**

Esta estrategia permite dar a conocer el producto a los agricultores, con la finalidad que se incremente las ventas de las plántulas de cebolla paiteña, sirviéndose de los medios de comunicación y de técnicas de propaganda.

Si bien la rentabilidad del proyecto es buena (aproximadamente 13% por hectárea), la utilidad nominal neta no es muy alta lo que impide gastar mucho en la variable de publicidad, sin embargo se estimó mantener una presencia publicitaria anual en la Cadena Radial América 2 veces al año por espacios de quince días durante los meses de Enero y Septiembre, periodos en los que según la investigación de campo se realizan la mayor cantidad de plantaciones de cebolla en la zona, la proforma de este gasto se muestra en el anexo 5

La imagen institucional del proyecto, será la siguiente:

Gráfico 28: Imagen institucional



**Fuente:** estudio de mercado

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2013

### 3.11. CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO

- Solo un 2% de agricultores que cultivan cebolla para su comercialización hacen almácigos para venderlos, el resto lo hace para su propio consumo.
- Los meses en que se siembra el producto en la zona en intervención son principalmente Enero, Marzo, Septiembre y Diciembre, en este periodo se siembra el 86% del producto; el resto del año también se planta, pero en cantidades muy bajas.
- Más de la mitad de los agricultores que cultivan el producto lo hacen 2 o más veces al año, eso implica que esos terrenos sufren un desgaste innecesario y atraen plagas que se fortalecen año a año, haciendo más difícil su control.

- Las superficies cultivadas por los agricultores de la zona son pequeñas, implica que sus ingresos son bajos y les conviene disminuir lo más posible sus costos y gastos.
- En concordancia con la conclusión anterior, los agricultores están dispuestos a adquirir almácigos listos para su trasplante, esto producto del ahorro que implica en tiempo, dinero y terreno.
- El principal medio para conocer la existencia de oferta de almácigo en la zona en intervención es por medio del contacto personal.



## CAPÍTULO IV

### ESTUDIO TÉCNICO

En este capítulo se analizan los diferentes parámetros técnicos que deberá cumplir la empresa para su correcto funcionamiento, así como determinar los requerimientos materiales, tecnológicos, humanos y de infraestructura, con la finalidad de diseñar y brindar un producto de calidad para agricultores de la zona.

#### 4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

##### 4.1.1. Macro localización

El proyecto se ubicará en la región Sierra Norte, provincia del Carchi, cantón Montufar, parroquia La Paz

Gráfico 29: Macro localización



Fuente: <https://maps.google.com.ec/>

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

#### 4.1.2. Micro localización

El proyecto estará localizado en la parroquia La Paz perteneciente al cantón Montufar su ubicación es en el ingreso norte en la intersección de la panamericana norte y la calle Pastor Alomía, entre las propiedades de la señora Rosa Escobar, y el señor Luis Flor, por lo que se presenta la información de acuerdo al siguiente plano:

Gráfico 30: Micro localización

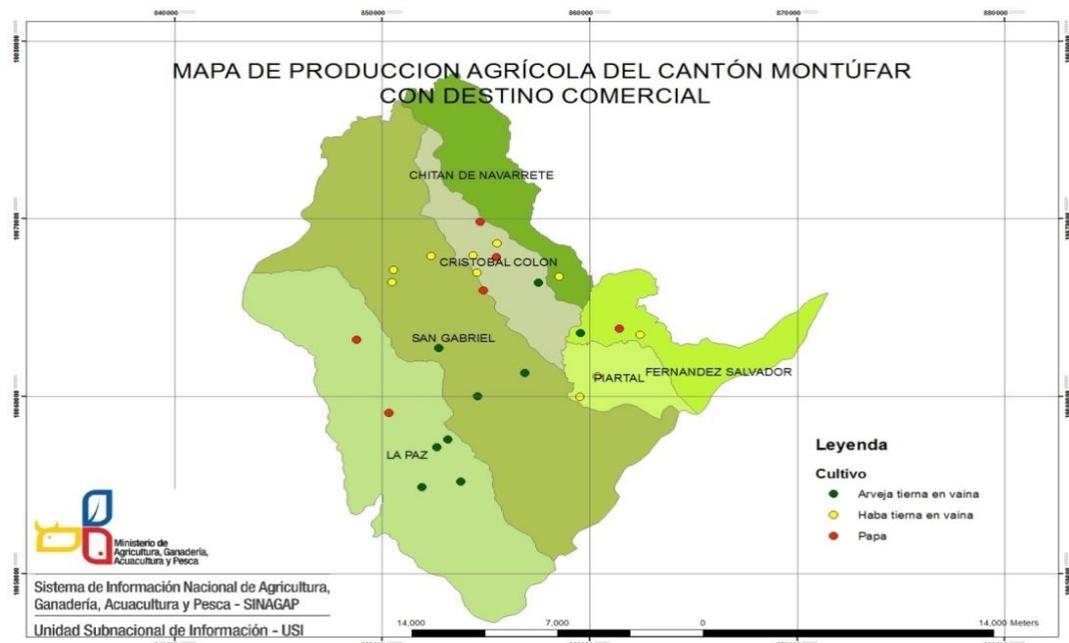


**Fuente:** Croquis de la Junta parroquial  
**Elaborado por:** la autora  
**Año de investigación:** 2013

#### 4.1.3. Factores determinantes de la micro localización

La siguiente ilustración representa el mapa de producción agrícola del cantón Montufar con destino comercial, esto por si solo justifica la micro localización del proyecto ya que se encuentra ubicado en el centro de la actividad agrícola de la zona:

Gráfico 31: Factores determinante de la micro localización



**Fuente:** UZI's-Carchi SINAGAP-DPAC (Diagnóstico Agro productivo Provincial 2011)

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2013

Para evaluar la microlocalización se determina un peso de afectación

Dónde:

1: Malo

2: Regular

3: Bueno

4: Muy bueno

5: Excelente.

La influencia existente en la micro localización se presenta en la matriz a continuación:

Tabla 51: Matriz de Microlocalización

Factor	Peso	Cantón							
		Montufar		Tulcán		Bolívar		Mira	
		Valor	Pond.	Valor	Pond.	Valor	Pond.	Valor	Pond.
Acceso y comunicaciones	0,2	4	0,8	5	1	4	0,8	3	0,6
Cercanía al mercado	0,3	5	1,5	3	0,9	4	1,2	4	1,2
Vías de acceso	0,3	5	1,5	5	1,5	5	1,5	4	1,2
Acceso a proveedores	0,2	5	1	5	1	5	1	4	0,8
Totales	1		4,8		4,4		4,5		3,8

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2013

### **Acceso y comunicaciones.**

La facilidad de acceso al local comercial del proyecto es uno de los criterios más importantes, pues este factor incidirá en la decisión del agricultor de visitar las instalaciones. La ubicación de la microempresa se encuentra en el centro de la actividad agrícola de la zona por lo que el acceso es fácil y permitirá optimizar las estrategias de publicidad para dar a conocer a la empresa.

### **Cercanía al mercado**

Como se mencionó anteriormente, la cercanía del proyecto al mercado objetivo está asegurado, el lugar es ampliamente conocido por los agricultores de la zona por lo que es factible crear almácigos de cebollas adecuadas a cada cliente en particular, es decir, dar una atención personalizada, esto considerando que la cercanía de los predios agrícolas

a las instalaciones permite mantener una permanente comunicación con el agricultor

### **Vías de acceso, transporte, servicios básicos**

El lugar dispone de carreteras de segundo orden propias de zonas agrícolas permanentemente explotadas, estas aseguran una eficiente salida de la producción hacia los predios, en relación al transporte, la parroquia es muy bien conectada por transporte público que circula en horarios regulares, de la misma forma, en relación a la existencia de servicios básicos, estos son plenamente satisfechos por empresas públicas y privadas, la zona cuenta con total cobertura de agua potable, servicio eléctrico y comunicaciones.

### **Acceso a proveedores:**

La zona cuenta con varias empresas proveedoras de insumos agrícolas indispensables para obtener un almacigo fuerte, las principales organizaciones de la zona son:

- Casa de los abonos
- Agrofertil
- Sevagrononor
- Agripak
- Ordeñosagrotemakor
- La Hacienda
- La Granja
- Fertisa
- Agrofuturo

Todas ubicadas en el cantón Montufar y por lo tanto accesibles al proyecto por su cercanía al proyecto.

## 4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto se emplea para medir la capacidad productiva del proyecto en un tiempo considerado como normal y tomando en cuenta las características de la empresa.

### 4.2.1. Factores determinantes del tamaño.

Los factores que condicionan y determinan el tamaño de la micro empresa son los siguientes:

### 4.2.2. El mercado

El mercado tiene gran influencia en la definición del tamaño del proyecto. Para aportar a la determinación del tamaño se define la función demanda con sus proyecciones futuras, la finalidad es que el tamaño del proyecto responda al dinamismo que presenta la demanda.

La información del estudio de mercado en el presente caso, permitió establecer una demanda considerable para cada año de análisis, lo que asegura la aceptabilidad del producto que brindará la micro empresa, y por ende influirá en la determinación del tamaño de la empresa.

Tabla 52: Determinación del mercado real y potencial

Periodos / Años	En superficie o hectáreas			en Cantidad de plántulas		
	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2014	3,10	1,36	1,74	516.377	226.440	289.937
2015	3,38	1,49	1,89	562.908	248.085	314.823
2016	3,69	1,62	2,07	613.632	269.730	343.902
2017	4,02	1,77	2,25	668.927	294.705	374.222
2018	4,38	1,92	2,46	729.205	319.680	409.525

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2013

Se debe recordar, que cada hectárea de almacigo puede cubrir 10 hectáreas de cultivo, cada hectárea de almácigo contiene 166.500 plántulas, luego la demanda insatisfecha para el año 2014 será de 289.937 plántulas o 2 hectáreas de almácigo

#### **4.2.3. Disponibilidad de recursos financieros**

Respecto del financiamiento, el proyecto contará con un aporte equivalente al 80% (\$30.022,95) otorgado por los socios y de un 20% (\$8.255.74) vía crédito bancario del banco Nacional de Fomento siendo la tasa estimada es de un 11.20% de acuerdo a la tabla emitida por el Banco central en lo referido a este tipo de proyectos (Enero 2013)

#### **4.2.4. Disponibilidad de mano de obra**

El cantón de Montufar, en la provincia del Carchi, es una zona eminentemente agrícola, con una tasa de empleo informal equivalente al promedio nacional (aproximadamente un 44% según el INEC, diciembre 2012), por lo tanto no se considera un problema el acceso a mano de obra.

#### **4.2.5. Disponibilidad de materiales directos**

Como se mencionó anteriormente, en la zona existen empresas especializadas en el rubro, las principales son:

- Casa de los abonos
- Agrofertil
- Sevagrononor
- Agripak
- Oreñosagrotemakor
- La Hacienda

- La Granja
- Fertiza
- Agrofuturo

#### **4.2.6. Definición de las capacidades de producción**

La capacidad de producción se define como el volumen de producción de bienes y/o servicios que le son posibles generar a una unidad productiva de acuerdo con la infraestructura que cuenta.

La capacidad de un proceso puede ser definida de las siguientes maneras:

1. Capacidad instalada o de diseño: es la tasa máxima de producción posible para un proceso, considerando el 100 % de eficiencia de la fuerza laboral, instalaciones y equipos.
2. Capacidad efectiva: es la capacidad instalada considerando los tiempos improductivos derivadas por las condiciones de operación de los procesos.

La capacidad instalada de la micro empresa está definida por la cantidad de almacigo que está en condiciones de producir, considerando los porcentajes de crecimiento determinados mediante la información del estudio de mercado. Para el primer año se determinó que la capacidad instalada sea 1,85 Hectáreas de almacigo, suficientes para cubrir 18,5 hectáreas de cultivo de cebolla, tomando un crecimiento del 9% para el resto del periodo evaluado, esta cifra se obtuvo considerando la tasa de crecimiento del cultivo de cebolla en la zona.

#### **4.2.7. Infraestructura**

La infraestructura adecuada para la producción de almacigo de cebolla solo considera una extensión de 2 hectáreas inicialmente, sin embargo en el proyecto se considera una inversión inicial de 3 hectáreas para afrontar

el crecimiento proyectado, dentro de los cuales se instalará una construcción de 50 Mts<sup>2</sup>a 100 dólares el metro de construcción, suficientes para la actividad administrativa.

Gráfico 32: Factores determinante de la micro localización



Fuente: Maestro en Construcciones Sr Gonzalo Rueda (Experiencia 18 años)  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2014

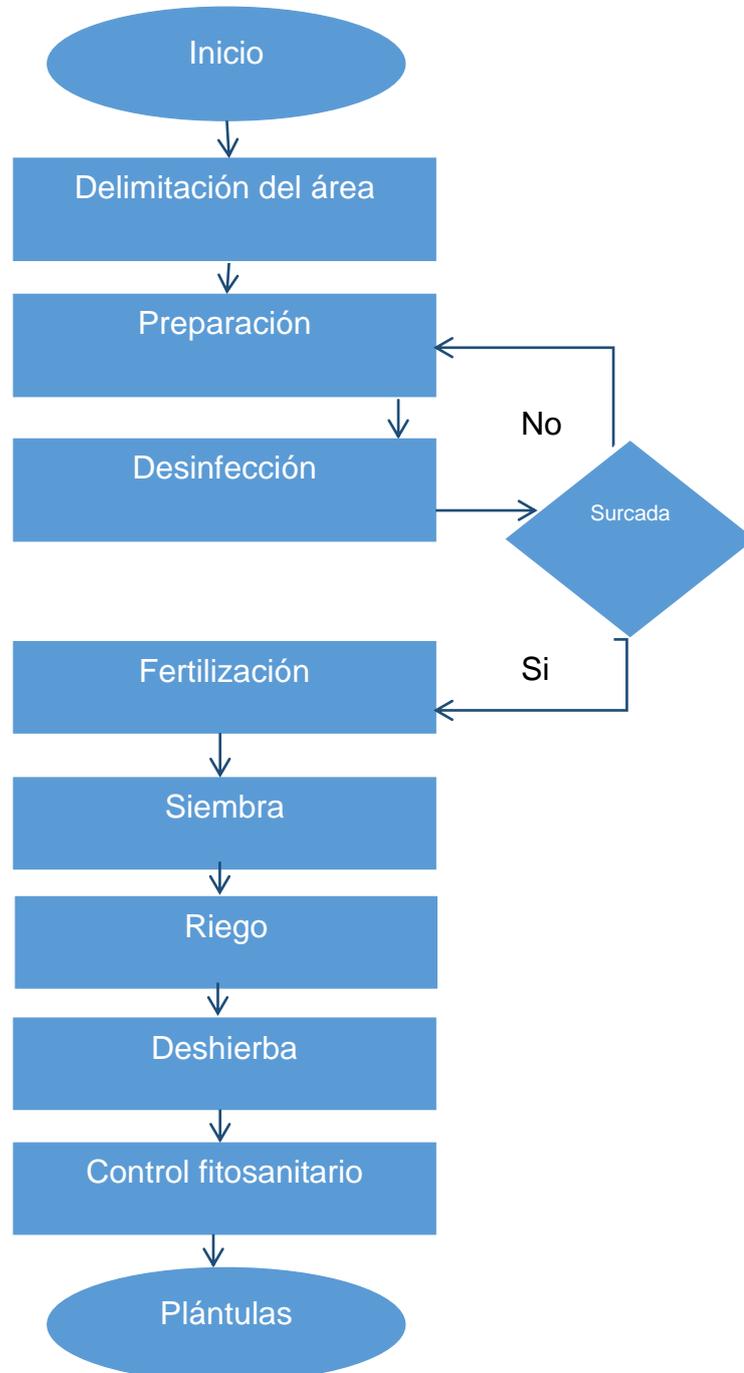
### 4.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto permite definir la forma en que se desarrollarán los procesos de producción y ventas de la micro empresa, y la manera de llevar a cabo las actividades de administración, para ofertar un producto con la calidad propuesta por la empresa. La ingeniería del proyecto permite definir los espacios necesarios, así como el material directo y la mano de obra que se necesitará para llevar a cabo los procesos.

### 4.3.1. Diagrama de flujos

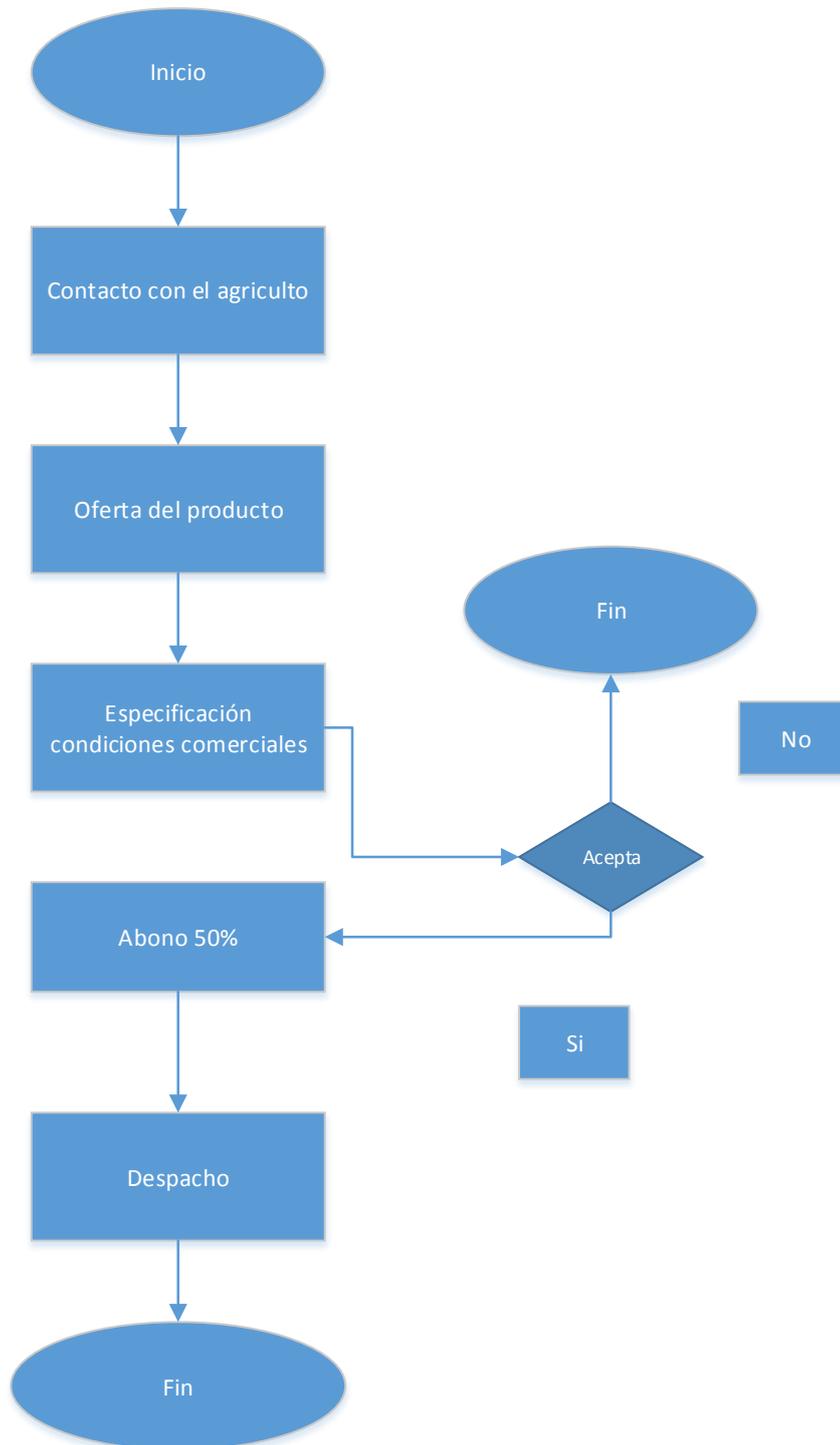
Proceso de producción:

Gráfico 33: Proceso de producción



**Fuente:** Estudio técnico  
**Elaborado por:** la autora  
**Año de investigación:** 2013

Gráfico 34: Proceso de comercialización



**Fuente:** Estudio técnico  
**Elaborado por:** la autora  
**Año de investigación:** 2013

#### 4.4. NECESIDADES DE TALENTO HUMANO

La micro empresa, productora y comercializadora de plántulas de cebolla necesitará de la siguiente cantidad de talento humano para su operación:

Tabla 53: Necesidades de talento humano

Personal	Cantidad
Administrador	1
Operarios	2
Contador	1

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2014

El siguiente es el resumen de los sueldos, salarios y jornales proyectados:

Tabla 54: Resumen de gastos en sueldos

Resumen	AÑO 1
Sueldos administración	7206,10
Sueldos operación	10511,44
Total sueldos	17717,54

**Fuente:** Estudio técnico

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2013

En forma detallada se consideran los siguientes roles de pago:

Tabla 55: Sueldo administrador

Gerente	Sueldo base \$ 450,00
Concepto	AÑO 1
Salario Básico Unificado	5.400,00
Aporte Patronal	656,10
Fondos de Reserva	
Décimo Tercero	450,00
Décimo Cuarto	340,00
Total	6.846,10

**Fuente:** Estudio técnico

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2013

Tabla 56:Honorario contador

Concepto	AÑO 1
Total	360

**Fuente:** Estudio técnico

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2014

Tabla 57:Salario operarios

Operarios (2)	Sueldo base \$340,00
Concepto	AÑO 1
Salario Básico Unificado	8.160,00
Aporte Patronal	991,44
Fondos de Reserva	
Décimo Tercero	680,00
Décimo Cuarto	680,00
Total	10.511,44

**Fuente:** Estudio técnico

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2014

## 4.5. REQUERIMIENTOS DE MATERIAL DIRECTO Y GASTO GENERALES

### 4.5.1. Material directo

El material directo necesario para la operación anual del proyecto se descompone de la siguiente manera:

Tabla 58: Insumos de producción

Periodo	2014
Semilla (Red Nice)	660
Fungicida	44
Fertilizante	88
Insecticida	35
Tratamiento de suelo	93,3
Total	920,3
Total plántulas x Hectárea	166.500
Costo unitario	0,0055

**Fuente:** información directa almacén Agrofuturo.

**Elaborado por:** la autora

Se consideró un porcentaje de pérdida (no germinación) de un 1%, por lo tanto, a las 166.500 plántulas por hectárea, se le deben sumar 1665 plántulas para cubrir esa pérdida.

El siguiente es el desglose de necesidades de insumos para la siembra (por Hectárea), es decir, 168165 plántulas:

Tabla 59: Insumos de producción

DESINFECCION DEL SUELO	Unidad	cantidad	Precio	Total
Propamocarb	saco x 50Kg	1	22	22
DAP Abono. 18-46-00	saco x50 Kg	10	0,98	9,8
organicLife	saco x30 kg	5	7	35
Terraclor	funda x 500G	1	9	9
DURANTE EL CULTIVO				
Clorpirifos 48	frasco x250 cc	1	3,5	3,5
Phytoroot	frasco x250 cc	1	8	8
Humidolar 25	1 litro	1	6	6
Total				93,3
Costo unitario				0,00055

**Fuente:** Información directa Almacén Agrofuturo

**Elaborado por:** La investigadora

**Año de investigación:** 2014

#### 4.5.2. Gastos generales

El gasto anual en servicios básicos es el siguiente:

Tabla 60: Detalle gastos generales

Periodo	2014
Agua	60
Energía	120
Comunicaciones	480
Total	660

**Fuente:** Información empresas administradoras del servicio

**Elaborado por:** La investigadora

**Año de investigación:** 2014

#### 4.6. INVERSIONES

El siguiente es el detalle de las inversiones necesarias para poner en operación el proyecto:

Tabla 61: Detalle de inversiones

Activo no corriente	Cantidad	Precio	Total
Terreno	3	10000	30.000,00
Infraestructura	100	50	5.000,00
Equipos de operación			180,00
Equipos oficina			780,00
Muebles y útiles			250,00
Total activo no corriente			36.210,00
<b>Capital de trabajo</b>			
Costos directos de producción			506,80
Mano de obra directa			2.627,86
Costos indirectos de producción			45,00
Gastos administración			1.801,53
Gastos por ventas			87,50
Total capital trabajo			5.068,69
Total inversiones			41.278,69

**Fuente:** Información empresas administradoras del servicio

**Elaborado por:** La investigadora

**Año de investigación:** 2014

El siguiente es el detalle de inversiones:

Tabla 62: Activos de administración

ACTIVO	VALOR
Escritorio ejecutivo	150,00
Sillas	100,00
Computador	700,00
Impresora	80,00
Total	1.030,00

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La investigadora

**Año de investigación:** 2014

Tabla 63: Activos de operación

ACTIVO	VALOR
Terreno	30.000,00
Infraestructura	5.000,00
Palas	60,00
Rastrillos	40,00
Fumigadora	80,00
Total	35.180,00

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La investigadora

**Año de investigación:** 2014

#### 4.5.1. Capital de trabajo

Corresponde a aquella inversión destinada al pago de las obligaciones de corto plazo, en este caso se ha considerado un monto necesario para financiar tres meses de operación de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 64: Capital de trabajo requerido

Capital de trabajo	Monto
Costos directos de producción	230,08
Mano de obra directa	2.627,86
Costos indirectos de producción	45,00
Gastos administración	1.801,53
Gastos por ventas	87,50
Total capital trabajo	4.791,96

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La investigadora

**Año de investigación:** 2014

## CAPÍTULO V

### ESTUDIO FINANCIERO

La factibilidad financiera de ejecución del proyecto de creación de una pequeña empresa de producción y comercialización de plántulas de cebolla en la parroquia de la Paz, cantón Montufar se demuestra a continuación, se desglosaron detalladamente las fuentes y usos de recursos para al final del apartado dar a conocer los criterios de evaluación adoptados.

#### 5.1. DETALLE DE INGRESOS

##### 5.1.1. Costos directos de producción

El siguiente es el detalle de los costos directos de producción:

Tabla 65: Detalle de costos directos

Periodo	Años				
	2014	2015	2016	2017	2018
Semilla (Red Nice)	660,00	686,27	713,58	741,98	771,51
Fungicida	44,00	45,75	47,57	49,47	51,43
Fertilizante	88,00	91,50	95,14	98,93	102,87
Insecticida	35,00	36,39	37,84	39,35	40,91
Tratamiento de suelo	373,20	388,05	403,50	419,56	436,26
Total	1.200,20	1.247,97	1.297,63	1.349,29	1.402,98
Total plántulas	289.937	314.823	343.902	374.222	409.525
Costo unitario	0,004	0,004	0,004	0,004	0,004

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La investigadora

**Año de investigación:** 2014

Los precios se reajustaron en base al promedio de la inflación en el país de los 5 últimos años.

Detalle de químicos para tratamiento de suelo:

Tabla 66: Insumos de producción

DESINFECCION DEL SUELO	Unidad	cantidad	Precio	Total
Propamocarb	saco x 50Kg	1	22	22
DAP Abono. 18-46-00	saco x50 Kg	10	0,98	9,8
organicLife	saco x30 kg	5	7	35
Terraclor	funda x 500G	1	9	9
<b>DURANTE EL CULTIVO</b>				
Clorpirifos 48	frasco x250 cc	1	3,5	3,5
Phytoroot	frasco x250 cc	1	8	8
Humidolar 25	1 litro	1	6	6
Total				93,3
Costo unitario				0,00055

**Fuente:** Información directa Almacén Agrofuturo

**Elaborado por:** La investigadora

**Año de investigación:** 2014

### 5.1.2. Mano de obra directa

Corresponde al salario de los operarios, la proyección se efectuó utilizando la variación del salario básico de los últimos

Tabla 67: Salario operarios

<b>Año de investigación:</b> 2014 Operarios (2)	Sueldo base	340,00			
Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificad.	8.160,00	8.909,90	9.728,72	10.622,79	11.599,03
Aporte Patronal	991,44	1.082,55	1.182,04	1.290,67	1.409,28
Fondos de Reserva		743,98	812,35	887,00	968,52
Décimo Tercero	680,00	743,58	813,10	889,13	972,26
Décimo Cuarto	680,00	743,58	813,10	889,13	972,26
Total	10.511,44	12.239,33	12.938,56	13.679,99	14.466,34
Total plántulas	289.937,00	314.823,00	343.902,00	374.222,00	409.525,00
Costo unitario	0,036	0,039	0,038	0,037	0,035

**Fuente:** Estudio técnico

**Elaborado por:** La investigadora

**Año de investigación:** 2014

Tabla 68: Variación salario básico

<b>TASA DE CRECIMIENTO DEL SUELDO BASICO</b>		
<b>AÑO</b>	<b>SUELDO BASICO</b>	<b>TASA</b>
2009	\$218.00	0.00
2010	\$240.00	0.1009174
2011	\$264.00	0.1000000
2012	\$ 292,00	0.1060606
2013	\$ 318,00	0.08904011
2014	\$ 340,00	0,0647
Total		45,97
Promedio de crecimiento		<b>9,19%</b>

**Fuente:** Banco Central

**Elaborado por:** La investigadora

**Año de investigación:** 2014

### 5.1.3. Costos indirectos de producción

Corresponde al consumo de agua y energía:

Tabla 69: Costos indirectos de fabricación

Periodo	Años				
	2014	2015	2016	2017	2018
Agua	60,00	62,39	64,87	67,45	70,14
Energía	120,00	124,78	129,74	134,91	140,28
Comunicaciones	480,00	499,10	518,97	539,62	561,10
Total	660,00	686,27	713,58	741,98	771,51
Total plántulas	289.937	314.823	343.902	374.222	409.525
Costo unitario	0,002	0,002	0,002	0,002	0,002

**Fuente:** Estudio financiero

**Elaborado por:** La investigadora

**Año de investigación:** 2014

La proyección se realizó usando el promedio de inflación del país de los últimos 5 años de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 70: Variación inflación

Año	Inflación
2009	4,31%
2010	3,33%
2011	5,41%
2012	4,16%
2013	2,70%
Suma	19,91%
Promedio	3,98%

**Fuente:** Banco Central

**Elaborado por:** La investigadora

**Año de investigación:** 2014

#### 5.1.4. Total costos

Tabla 71: Resumen costo unitario total

Periodo	2014	2015	2016	2017	2018
Material directo	0.004	0.004	0.004	0.004	0.003
Mano de obra directa	0.036	0.039	0.038	0.037	0.035
Costos indirectos	0.002	0.002	0.002	0.002	0.002
Total costos unitario	0.043	0.043	0.043	0.043	0.043

**Fuente:** estudio Técnico

**Elaborado por:** La investigadora

**Año de investigación:** 2014

#### 5.1.5. Gastos de administración

Corresponde a los sueldos del administrador y honorarios del contador proyectados a los cinco años de propuesta del proyecto.

Tabla 72: Rol de pagos administrador

Administrador	Sueldo base		\$ 450,00		
Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unifica.	5,400.00	5896,3	6438,1	7029,8	7675,8
Aporte Patronal	656,1	716,40	782,23	854,12	932,61
Fondos de Reserva		492,34	537,58	586,99	640,93
Décimo Tercero	450.00	492,08	538,08	588,39	643,41
Décimo Cuarto	340.00	371,79	391,16	411,54	432,98
Total	6846,10	7968,86	8687,18	9470,83	10325,76

Fuente: estudio Técnico

Elaborado por: La investigadora

Año de investigación: 2014

Tabla 73: Honorarios contador

Contador	Honorarios	360			
Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total	360	374,33	389,23	404,72	420,83

Fuente: estudio Técnico

Elaborado por: La investigadora

Año de investigación: 2014

El sueldo del administrador se reajustó en base al promedio de crecimiento del salario mínimo de los últimos 5 años, los honorarios del contador, en base al promedio de inflación de los últimos 5 años.

### 5.1.6. Gastos por ventas

Corresponde al gasto en publicidad durante los tres primeros meses de operación:

Tabla 74: Proyección gastos por ventas

	2014	2015	2016	2017	2018
Publicidad	350	363,93	378,41	393,48	409,14

Fuente: estudio Técnico

Elaborado por: La investigadora

Año de investigación: 2014

### 5.1.7. Depreciación

El detalle de las depreciaciones es el siguiente:

Tabla 75: Depreciación activos de administración

ACTIVO	VALOR	VALOR RESIDUAL	% DEPREC.	MONTO DEP.
Escritorio ejecutivo	150,00	15,00	20%	27,00
Sillas	100,00	10,00	20%	18,00
Computador	700,00	70,00	33%	210,00
Impresora	80,00	8,00	33%	24,00
Total	1.030,00	103,00		279,00

**Fuente:** estudio Técnico

**Elaborado por:** La investigadora

**Año de investigación:** 2014

Tabla 76: Detalle activos de operación

ACTIVO	VALOR	VALOR RESIDUAL	% DEPREC.	MONTO DEP.
Infraestructura	5.000,00	1.000,00	10%	500,00
Palas	60,00	6,00	20%	10,80
Rastrillos	40,00	4,00	20%	7,20
Fumigadora	80,00	8,00	20%	24,00
Total	5180	1.018,00		542,00

**Fuente:** estudio Técnico

**Elaborado por:** La investigadora

**Año de investigación:** 2014

Detalle depreciación equipos operación

Tabla 77: Depreciación activos administración

Periodo	2014	2015	2016	2017	2018
Saldo inicial	35.180,00	34.638,00	34.096,00	33.554,00	33.012,00
Depreciación	542,00	542,00	542,00	542,00	542,00
Saldo final	34.638,00	34.096,00	33.554,00	33.012,00	32470,00

**Fuente:** estudio Técnico

**Elaborado por:** La investigadora

**Año de investigación:** 2014

Saldo activos

Tabla 78: Depreciación equipos operación

Periodo	2014	2015	2016	2017	2018
Saldo inicial	1,030.00	751.00	472.00	193.00	148.00
Depreciación	279.00	279.00	279.00	45.00	45.00
Saldo final	751.00	472.00	193.00	148.00	103.00

**Fuente:** estudio Técnico

**Elaborado por:** La investigadora

**Año de investigación:** 2014

### 5.1.8. Amortización

Se consideró tomar un crédito de \$8.255,74 a un plazo de 5 años y una tasa del 11.20% de acuerdo a la información del Banco Central de Ecuador para Marzo 2014

Tabla 79: Tabla de amortización

Periodo	Capital	Interés	Cuota	Saldo insoluto
0				8255,74
1	1651,15	924,64	2575,79	6604,59
2	1651,15	739,71	2390,86	4953,44
3	1651,15	554,79	2205,93	3302,29
4	1651,15	369,86	2021,00	1651,15
5	1651,15	184,93	1836,08	0,00
Total	8255,74	2773,93	11029,66	
Alícuota	1651,15	554,79		

**Fuente:** estudio Técnico

**Elaborado por:** La investigadora

**Año de investigación:** 2014

## 5.2. PRESUPUESTO DE INGRESOS

Se refiere a una estimación de los ingresos que tendrá el proyecto:

Este presupuesto detalla la cantidad y precio de los eventos querepresentarán los ingresos del proyecto, en el periodo de evaluación.

El precio se estimó considerando el total de costos más un 100% de margen, de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 80: Resumen de ingresos

	2014	2015	2016	2017	2018
Número de plántulas	308,025.00	336,330.00	366,300.00	399,600.00	434,565.00
Precio	0,0876	0,0982	0,1052	0,1128	0,1212
Total	26.968,63	33.039,02	38.517,12	45.060,04	52.664,02

**Fuente:** estudio Técnico

**Elaborado por:** La investigadora

**Año de investigación:** 2014

El número de plántulas a comercializar está en relación a la demanda insatisfecha detectada en la investigación de campo, el precio de venta se proyecta en base al promedio de inflación de los últimos 5 años en el país:

Tabla 81: Promedio inflación

Año	Inflación
2009	4,31%
2010	3,33%
2011	5,41%
2012	4,16%
2013	2,70%
Suma	19,91%
Promedio	3,98%

**Fuente:** Banco Central

**Elaborado por:** La investigadora

**Año de investigación:** 2014

### 5.3. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

Corresponde a la forma de financiamiento del proyecto, con esa estructura de financiamiento es posible calcular el costo de capital al cual se actualizarán los flujos para la determinación de la evaluación financiera.

Tabla 82: Estructura de financiamiento

Detalle	Monto	Porcentaje	Costo	Costo capital
Capital propio	33.022,95	80%	6%	4,80%
Deuda	8.255,74	20%	11%	2,24%
Tasa por riesgo				3,98%
Total	41.278,69			11,02%

**Fuente:** estudio Técnico

**Elaborado por:** La investigadora

**Año de investigación:** 2014

#### 5.3.1. Determinación de la tasa de rendimiento medio

**Inflación = 3,98%**

**Costo de Capital = 11,02%**

Tabla 83: Tasa de Rendimiento Medio

Para determinar la tasa de rendimiento medio se aplicó la siguiente fórmula

<b>TRM=(1+CK) (1+INF)-1</b>		
TRM=(1+0,1102)(1+0,0398)-1	<b>0,1543</b>	ES LA RENTABILIDAD MÍNIMA DEL PROYECTO EN CONDICIONES REALES

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La investigadora

**Año de investigación:** 2014

## 5.4. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

### 5.4.1. Balance inicial

Tabla 84: Balance inicial

Activos corrientes		Pasivo corriente	
<b>Activos corrientes</b>		<b>Pasivo largo plazo</b>	
Caja/Banco	5.068,69	Deuda ins. Financie.	8.255,74
Total activos corrientes	5.068,69	<b>Total pasivo L.P.</b>	8.255,74
<b>Activos no corrientes</b>			
Terreno	30.000,00	<b>Patrimonio</b>	
Infraestructura	5.000,00	Capital	32.022,95
Equipos de operación	180,00	/	
Equipos oficina	780,00		
Muebles y útiles	250,00		
Total activos no corrientes	36.210,00		
<b>Total activos</b>	<b>41.278,69</b>	<b>Total pasivos + Patrimonio</b>	<b>41.278,69</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2014

## 5.4.2. Estado de resultado

El siguiente es el estado de resultado proyectado del proyecto a cinco años:

Tabla 85: Estado de resultado proyectado

Periodo	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas	26.968,63	33.039,02	38.517,12	45.060,04	52.664,02
Costos					
Sueldos operación	10.511,44	12.223,59	13.349,31	14.578,73	15.921,35
Semilla (Red Nice)	1,320.00	1.372,54	1.427,16	1.483,96	1.543,02
Fungicida	88.00	91,5	95,14	98,94	102,86
Fertilizante	176.00	183.00	190,28	197,86	205,74
Insecticida	70.00	72,78	75,68	78,7	81,82
Tratamiento de suelo	373,2	388,05	403,50	419,56	436,26
Dep. equipos operación	542.00	542.00	542.00	542.00	542.00
Total costos	13.080,64	14.873,47	16.083,07	17.399,74	18.833,05
Margen operación	13.887,99	18.165,56	22.434,04	27.660,30	33.830,98
Gastos					
Sueldo administración	7.206,10	8.343,19	9.076,41	9.875,54	10.746,59
Servicios básicos	660.00	686,27	713,58	741,98	771,51
Publicidad	350.00	363,93	378,41	393,48	409,14
Depreciación	279.00	279.00	279.00	45.00	45.00
Gastos financieros	554,79	554,79	554,79	554,79	554,79
Total gastos	9.049,89	10.227,18	11.002,18	11.610,79	12.527,02
Utilidad Bruta	4.838,11	7.938,38	11.431,86	16.049,51	21.303,95
15% Participación Trab	725,72	1.190,76	1.714,78	2.407,43	3.195,59
BAT	4.112,39	6.747,62	9.717,08	13.642,08	18.108,36
22% Impto. Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Resultado ejercicio	4.112,39	6.747,62	9.717,08	13.642,08	18.108,36

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2014

### 5.4.3. Flujo de fondos

Tabla 86: Flujo de caja proyectado

	Periodo 0	2014	2015	2016	2017	2018
Inversión inicial						
Utilidad bruta	-41.278,69	4.838,11	7938,38	11431,86	16049,51	21303,95
Depreciación		821	821	821	587	587
15% part. Trabajadores		-725,72	-1190,76	-1714,78	-2407,43	-3195,59
22% Impto. Renta		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pago cuota capital deuda banco		-1.651,15	-1651,15	-1651,15	-1651,15	-1651,15
Venta activos						32573
Recuperación capital de trabajo						5068,69
Total	-41.278,69	3.282,24	5.917,47	8.886,93	12.577,93	54.685,90

**Fuente:** Estudio financiero

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2014

## 5.5. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### 5.5.1. Valor actual neto

El VAN calculado a la tasa de costo de capital estimada en el punto 5.3 de este capítulo (11,02%) arroja un resultado positivo de \$13.667,03 lo que avala la ejecución del proyecto:

Tabla 87: Cálculo del VAN

	Periodo 0	2014	2015	2016	2017	2018
Flujo neto		3.282,24	5.917,47	8.886,93	12.577,93	54.685,90
Tasa actualización		1,1102	1,2325	1,3684	1,5192	1,6866
Flujo actualizado	-41278,69	2.956,44	4.801,02	6.494,54	8.279,51	32.424,20
VAN (11,02%)	13.677,03					

**Fuente:** Estudio financiero

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2014

### 5.5.2. Tasa interna de retorno

Para el cálculo de este indicador se utilizó la siguiente fórmula:

$$TI + (Ts - Ti) \times \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}}$$

De esta forma, los datos para el cálculo son los siguientes:

Van Ti	13677,03
Van Ts	828,28
Ti	1,1102
Ts	1,1850

Dónde:

VAN Ti= Van calculado a la tasa inferior

VAN Ts= VAN calculado a la tasa superior

Ti= Tasa inferior

Ts= Tasa superior

Reemplazando en la fórmula se obtiene que la TIR es de un 18,00%, valor que avala la ejecución del proyecto.

### 5.5.3. Período de recuperación del capital y relación beneficio costo

Para el cálculo de estos indicadores se utilizará la siguiente tabla:

Tabla 88: Periodo recuperación del capital

INVERSION	INGRESOS	COSTOS y GASTOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS	Saldo	Recuperación capital
Inversión inicial			11,02%	11,02%		-41.278,69
1	26.969	22.131	24.252	19.902	4.351	-36.928
2	33.039	25.101	26.719	20.299	6.420	-30.508
3	38.517	27.085	28.012	19.698	8.314	-22.194
4	45.060	29.011	29.469	18.973	10.496	-11.698
5	52.664	31.360	30.973	18.444	12.530	832
Suma			135.632	90.245		

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2014

### 5.5.3.1. Periodo de recuperación del capital

De acuerdo a la tabla 88, el capital se recupera en el cuarto año y 340 días

### 5.5.3.2. Relación beneficio costo

La fórmula usada para calcular este indicador es la siguiente:

$$\text{Relación } \frac{B}{C} = \frac{(\text{suma ingresos actualizados})}{(\text{suma egresos actualizados})}$$

$$\text{Relación } \frac{B}{C} = 135.632/90.245$$

De lo anterior se concluye que la relación B/C es 1.50 esto implica que por cada dólar invertido se ganan \$1.50

### 5.5.4. Punto de equilibrio

Considerando un gasto fijo de \$13.080,64; un gasto variable de \$9.049,89; ventas totales de \$26.689,63; se obtiene el siguiente resultado:

$$Pto. equilibrio ventas = \frac{Costo fijo}{1 - \frac{Costo variable}{Ventas}}$$

$$Pto. equilibrio ventas = \frac{13.080,64}{1 - \frac{9.049,89}{26.689,63}}$$

$$Pto. equilibrio ventas = 19.791,52$$

Lo anterior implica que se deben facturar \$19.791,52 para alcanzar el punto de ventas donde se cubren los egresos del proyecto.



## **CAPÍTULO VI**

### **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

#### **6.1. BASE LEGAL**

##### **6.1.1. Denominación**

La nueva empresa se denominará “ALMACIGOSS LTDA.”

##### **6.1.2. Importancia**

La importancia del proyecto tiene relación con el impacto básicamente agrícola que tendrá en la comunidad de la parroquia La Paz pese a existir otros efectos, se considera este impacto como el que más contribuye al sano desarrollo de la parroquia.

##### **6.1.3. Beneficiarios**

De acuerdo a lo anterior, los beneficiarios serán toda la sociedad agrícola de la parroquia y en general de la provincia del Carchi, ya que dará la oportunidad a sus agricultores de aprovechar eficiente sus tierras.

##### **6.1.4. Sector económico**

De acuerdo a la clasificación nacional de actividades económicas (CIIU Revisión 4.0), el proyecto se clasifica en el rubro A012 “CULTIVO DE PLANTAS PERENNES”

##### **6.1.5. Tipo de empresa**

Se decidió constituir la empresa bajo la modalidad de Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, dadas las condiciones legales existentes.

## CONCEPTO

La Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada permite que una sola persona natural constituya una empresa con la figura de compañía de responsabilidad limitada, pero no con las características particulares de las compañías de responsabilidad limitada ordinarias contempladas en la Ley de Compañías.

## CARACTERÍSTICAS BÁSICAS

Este tipo de compañía, por su naturaleza, tiene diferencias notorias con otras especies societarias comprendidas en la Ley de Compañías

Se conforma esta empresa con la figura de Compañía de Responsabilidad Limitada, pero no con las características particulares de las Compañías de Responsabilidad Limitada ordinarias contempladas en la Ley de Compañías, ya que la empresa unipersonal inicia sus actividades hasta la finalización de su plazo legal con una sola persona, única y exclusivamente.

Se puede conformar esta compañía por una persona que tenga la capacidad legal para realizar actos de comercio, esto es lo contemplado en el artículo 6 del Código de Comercio y artículo 1461 del Código Civil.

## RESPONSABILIDAD

Se dispone que tanto el gerente-propietario como la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, por consiguiente sus patrimonios sean separados. De lo anterior, la ley dispone que el gerente-propietario no sea responsable de las obligaciones de la empresa, ni viceversa, salvo casos que la misma Ley enumera, como la quiebra fraudulenta

## OBJETO

En lo referente al objeto de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, se establece que solo puede haber un objeto y debe estar definido de forma clara y precisa.

El objeto de esta compañía es la actividad económica organizada a la que se va a dedicar, y dicho objeto comprenderá solo una actividad empresarial.

#### ACTIVIDADES PROHIBIDAS

Se prohíbe que las empresas unipersonales de responsabilidad limitada pertenecientes a un mismo gerente-propietario, no podrán contratar ni negociar entre sí, ni con personas en donde guarde el parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad o el segundo grado de afinidad de conformidad con la ley. Se prohíbe a este tipo de compañías realizar las actividades contempladas en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, Ley de Mercado de Valores y Ley General de Seguros, además de otras actividades por las cuáles se necesita de otra especie societaria.

#### PLAZO

Si en cualquier momento de existencia de la compañía unipersonal de responsabilidad limitada, el capital fuera inferior al mínimo establecido, en función de la remuneración básica mínima unificada que entonces se hallare vigente, el gerente propietario deberá aumentar el capital dentro del plazo de seis meses y deberá registrarse en el Registro Mercantil dicho aumento.

El tiempo en que prescribe la responsabilidad del gerente-propietario o sus sucesores por la disolución de la empresa es de tres años, salvo el caso en que haya habido la disolución de la empresa por quiebra.

#### CAPITAL

El capital inicial de esta empresa, de acuerdo a la Ley es el monto total de dinero que el gerente-propietario hubiere destinado a la actividad misma, sin embargo este capital no podrá ser inferior al producto de la multiplicación de la remuneración básica mínima unificada del trabajador en general por diez.

Se dispone que, si en cualquier momento de existencia de la compañía unipersonal de responsabilidad limitada, el capital fuera inferior al mínimo establecido, en función de la remuneración básica mínima unificada que entonces se hallare vigente, el gerente propietario deberá aumentar el capital y deberá registrarse en el Registro Mercantil dicho aumento.

#### ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN LEGAL

Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello.

La EURL (Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada) es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenece, por ende, los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios separados. La persona natural a quien pertenece una EURL se llama “gerente-propietario”.

Se establece que una misma persona natural puede constituir varias empresas unipersonales de responsabilidad limitada, siempre que el objeto empresarial de cada una de ellas fuere distinto y que sus denominaciones no provoquen confusiones entre sí.

#### CONTABILIDAD Y RESULTADOS

La contabilidad de la empresa estará sometida a la Ley de Compañías y reglamentos expedidos por la Superintendencia de Compañías en lo que fueren aplicables. La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, en los noventa días posteriores al término del ejercicio económico deberá prepara su balance. El gerente – propietario luego de ver los resultados económicos tomará las resoluciones al respecto que deberán constar en un acta firmada por él y el contador de la empresa para protocolizarla,

ante notario, conjuntamente con el balance general y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias. La empresa unipersonal está exenta de impuestos en el proceso de constitución o transformación, y solamente sus utilidades y valores que retiren de ella el gerente-propietario está sujeta al tratamiento tributario que tienen las compañías anónimas.

El gerente-propietario deberá asignar para la formación o incremento del fondo de reserva legal de la empresa, por lo menos un diez por ciento de las utilidades, hasta que dicho fondo alcance por lo menos el cincuenta por ciento del capital empresarial.

#### **6.1.6. Misión**

“ALMACIGOSS Proveerá almácigos listos para su trasplante a los agricultores de la parroquia La Paz, investigando constantemente las innovaciones en las técnicas agrícolas, con especial énfasis en el aspecto ecológico y de protección al medio ambiente”

#### **6.1.7. Visión**

“ALMACIGOSS será la empresa líder en la producción de almácigos de la provincia de Carchi en el año 2019, conjugando calidad, precio, variedad, la organización mantendrá el liderazgo en materia de actualización de técnicas de producción de almácigos para traspasar esos conocimientos al sector”

#### **6.1.8. Objetivos, principios, políticas, valores**

##### **6.1.8.1. Objetivos estratégicos**

Entre los objetivos estratégicos de ALMACIGOSS Se han considerado:

- a) Ingresar al mercado como una alternativa innovadora de apoyo agrícola para los agricultores de país.

- b) Posicionar el nombre y marca de ALMACIGOS Como la mejor alternativa de apoyo a la agricultura del país.
- c) Ofertar un producto de calidad a costos accesibles.
- d) Brindar un servicio efectivo e innovador en la forma de apoyar al agricultor.
- e) Constante actualización sobre técnicas de reproducción vegetal

### **6.1.8.2. Principios**

#### 1. Resultados económicos

Buscamos permanentemente la creación de valor sostenible.

#### 2. Conducta empresarial

Mantenemos un compromiso empresarial ético y transparente con niveles elevados de gobernabilidad.

#### 3. Conducta individual

Exigimos una conducta personal honesta, íntegra y transparente.

#### 4. Relaciones con nuestros clientes

Promovemos relaciones de confianza en el largo plazo con nuestros clientes, ofreciendo productos y servicios de calidad e innovadores

#### 5. Relaciones con nuestros colaboradores

Desarrollamos equipos de alto desempeño, en un ambiente laboral sano, seguro y basado en el respeto de los Derecho Humanos.

#### 6. Relaciones con nuestras comunidades, proveedores, sociedad y medio ambiente

Nos comprometemos a interactuar con nuestros vecinos, comunidades, proveedores, sociedad y medio ambiente, fundamentados en el respeto mutuo y la cooperación.

#### **6.1.8.3. Políticas**

1. El cliente siempre tiene la razón
2. Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, para lo cual deberán conocer los procedimientos a fin de orientarlos. Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
3. Los puestos de trabajo en la empresa son de carácter polifuncional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.
4. Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el servicio a la comunidad.
5. La calidad de nuestro trabajo debe ser nuestro punto más importante y está enfocada en la satisfacción del cliente.
6. Reconocimiento al personal por ideas de mejora y/o ahorro de la empresa.
7. Impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad del talento humanos mediante acciones sistemáticas de formación.

#### **6.1.8.4. Valores**

- Respeto

Es la esencia de las relaciones humanas por lo que debemos valorar a los demás, acatar su autoridad y considerar su dignidad.

- Responsabilidad

Cumplir con los compromisos y obligaciones adquiridas con la empresa, los niños y la sociedad, brindando calidad y servicios.

- Integridad

Nuestro compromiso es el actuar éticamente, esto es, dar todo el esfuerzo en cada una de nuestras actividades, alcanzado este objetivo, podremos considerarnos una empresa íntegra.

- Honestidad

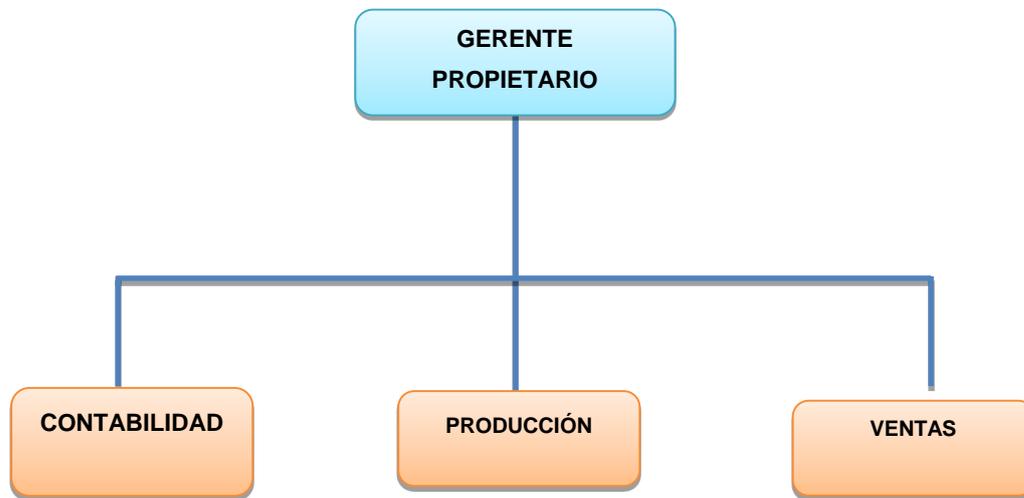
Asumir la verdad y sembrar confianza en uno mismo y en aquellos que están en contacto con la persona honesta

## **6.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

### **6.2.1. Organigrama orgánico funcional**

La estructura orgánica funcional es la siguiente:

Gráfico 35: Organigrama Orgánico Funcional



**Fuente:** Estudio Organizacional

**Elaborado por:** la autora

**Año de investigación:** 2014

### 6.2.2. Niveles administrativos

Como se aprecia del organigrama, existen 2 niveles administrativos y uno de apoyo, el primer nivel, directivo es conformado por el gerente propietario, luego viene el nivel operativo.

### 6.2.3. Atribuciones y perfiles

“La descripción de puestos de trabajo “es un proceso que consiste en determinar mediante un riguroso estudio los elementos o características inherentes a cada puesto”. (Harper y Lynch, 2007). Autores como Chiavenato (2008), opinan que la descripción de puestos es el punto de partida para el análisis de los mismos y la determinación de las especificaciones de los puestos.

La descripción de funciones se refiere a las tareas, deberes y responsabilidades que encierra cada cargo.

### 6.3. MANUAL DE FUNCIONES

Tabla 89: Funciones Gerente propietario

<b>EMPRESA “ALMÁCIGOSS” LTDA. GERENTE PROPIETARIO</b>	
<b>UNIDAD ADMINISTRATIVA:</b>	Gerencia
<b>CARGO:</b>	Gerente
<b>NIVEL JERÁRQUICO</b>	Directivo ejecutivo
<b>Naturaleza del puesto:</b> Es el dueño de la empresa, está encargado de dirigir todo los factores endógenos del centro, es decir todo lo referente al personal, producción y ventas.	
<b>Perfil</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinación general.</li> <li>• Rapidez de decisión.</li> <li>• Iniciativa.</li> <li>• Experiencia en cargos similares mínimo dos años</li> <li>• Disciplina laboral</li> </ul>	
<b>Competencia – Habilidades</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomar decisiones</li> <li>• Comunicativo</li> <li>• Organizado</li> <li>• Liderazgo</li> </ul>	
<b>Funciones del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representación legal y comercial.</li> <li>• Gestión e inversión en la adquisición de activos.</li> <li>• Establecer relaciones comerciales y operativas.</li> <li>• Contratación y cese de personal.</li> <li>• Manejo de cuentas bancarias.</li> <li>• Planificación Estratégica.</li> <li>• Contratación de servicios.</li> <li>• Administración del personal.</li> <li>• Administración de los activos.</li> <li>• Supervisión de las relaciones comerciales y operativas.</li> </ul>	

**Fuente:** Estructura organizacional

**Elaborado por:** La autora

**Año de investigación:** 2014

Tabla 90: Funciones del Contador

<b>EMPRESA “ALMÁCI GOSS” LTDA. CONTADOR</b>	
<b>UNIDAD ADMINISTRATIVA:</b>	Departamento financiero
<b>CARGO:</b>	Contador
<b>NIVEL JERÁRQUICO</b>	Administrativo
<b>Naturaleza del puesto:</b> Planificar, ejecutar y controlar las transacciones contables y emitir los informes correspondientes de acuerdo a principios contables y al Servicio de Rentas Internas.	
<b>Perfil</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amplios conocimientos contables, financieros, tributarios y laborales.</li> <li>• Manejo de paquetes informáticos</li> <li>• Mantener un espíritu dinámico y positivo</li> <li>• Actitud de trabajo en equipo</li> <li>• Integridad moral y ética</li> </ul>	
<b>Competencia – Habilidades</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomar decisiones</li> <li>• Comunicativo</li> <li>• Organizado</li> <li>• Liderazgo</li> </ul>	
<b>Funciones del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar, controlar y ejecutar las actividades de su área y presupuesto de la pequeña empresa.</li> <li>• Realizar diariamente los registros contables y reportar informes con información oportuna y confiable.</li> <li>• Responsabilizarse conjuntamente con el Gerente en mantener buenas relaciones</li> <li>• Cumplir con procedimientos de control interno en el área administrativa.</li> <li>• Mantener la documentación de respaldo contable en archivos adecuados para este fin.</li> <li>• Realizar respaldo en medio magnético de toda la información contable de la pequeña empresa.</li> <li>• Elaborar cheques, actualización de pólizas, facturas, recibos de pago, entre otros y entregar o tramitar éstos ante las personas o instituciones correspondientes.</li> <li>• Lleva el control de los gastos menores (“caja chica”).</li> <li>• Realizar y mantener al día los inventarios.</li> <li>• Control de la prestación de los servicios.</li> </ul>	

**Fuente:** Estructura organizacional

**Elaborado por:** La autora

**Año de investigación:** 2014

Tabla 91: Funciones Obreros – Jornaleros

<b>EMPRESA “ALMÁCIGOSS” LTDA. OBREROS - JORNALEROS</b>	
<b>UNIDAD ADMINISTRATIVA:</b>	De apoyo
<b>CARGO:</b>	Obreros – Jornaleros
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente
<b>Naturaleza del puesto:</b>	
<b>Perfil</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener un espíritu dinámico y positivo</li> <li>• Actitud de trabajo en equipo</li> </ul>	
<b>Requisitos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación secundaria completa (no indispensable)</li> <li>• Experiencia mínima de 5 años en actividades agrícolas</li> </ul>	
<b>Funciones del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlar el correcto proceso de producción, de rendimiento y la calidad de producto.</li> <li>• Sembrar los almácigos</li> <li>• Regar</li> <li>• Abonar</li> <li>• Desinfectar</li> <li>• Trasplantar cuando así se requiera</li> <li>• Cumplir con el proceso productivo</li> <li>• Informar novedades del proceso productivo.</li> </ul>	

**Fuente:** Estructura organizacional

**Elaborado por:** La autora

**Año de investigación:** 2014

### **6.3. ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN**

#### **6.3.1. Requisitos para sacar el RUC**

Los trámites que debe realizar la micro empresa para legalizar su constitución y desarrollo de actividades se detallan a continuación:

CONSTITUCIÓN, APROBACIÓN, INSCRIPCIÓN

La constitución de estas compañías se la hace por medio de escritura pública y una vez que sea otorgada la misma, el gerente-propietario se dirigirá ante uno de los jueces de lo civil y pedirá su aprobación e inscripción en el Registro Mercantil, pudiendo a la vez afiliarla al gremio o cámara que le correspondería conforme a la actividad u objeto al que se dedique la empresa.

De ninguna forma se puede constituir este tipo de compañía con una persona jurídica ni con personas naturales que no puedan ejercer el comercio según la Ley, esto es el artículo 7 del Código de Comercio.

La escritura pública de constitución se expresará lo siguiente:

1. Los nombres, apellidos y estado civil del propietario
2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía.
3. El objetivo social, debidamente concretado.
4. La duración de la compañía
5. El domicilio de la compañía.
6. El importe del capital social.
7. La forma en que se organizará la administración.

Los requisitos para obtener el RUC son los siguientes:

- Copia y original de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.
- Nombramiento del representante legal.
- Copia de un documento que certifique la dirección del establecimiento donde se desarrollará la actividad comercial.
- Copia del estatuto con la certificación correspondiente.

### 6.3.2. Requisitos para sacar la patente municipal

Para la consecución de la patente municipal se necesita:

- Original y copia de la escritura de constitución de la compañía.
- Original y copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copias de la cédula de ciudadanía del representante legal.

### 6.4. DECLARACIÓN Y PAGO DE IMPUESTOS

Para la declaración y pago se considera el noveno Dígito del Registro único de Contribuyentes, como la actividad de la empresa tiene tarifa 0% del IVA la obligación de pago es semestral.

Tabla 92: Impuesto al Valor Agregado

Dígito de RUC	PRIMER SEMESTRE		SEGUNDO SEMESTRE	
		Fecha de declaración		Fecha de declaración
1	10	del mes de julio	10	del mes de enero
2	12	del mes de julio	12	del mes de enero
3	14	del mes de julio	14	del mes de enero
4	16	del mes de julio	16	del mes de enero
5	18	del mes de julio	18	del mes de enero
6	20	del mes de julio	20	del mes de enero
7	22	del mes de julio	22	del mes de enero
8	24	del mes de julio	24	del mes de enero
9	26	del mes de julio	26	del mes de enero
0	28	del mes de julio	28	del mes de enero

Fuente: <http://www.sri.gob.ec>

Elaborado: La autora

Año de investigación: 2014

Tabla 93: Declaración y pago del impuesto a la Renta

Anticipo				PAGO			
Personas naturales		Personas jurídicas		Personas naturales		Personas jurídicas	
Dígito de RUC	Fecha de vencimiento	Dígito de RUC	Fecha de vencimiento	Dígito de RUC	Fecha de vencimiento	Dígito de RUC	Fecha de declaración
1	10 Julio	1	10 Septiembre	1	10 de marzo	1	10 abril
2	12 Julio	2	12 Septiembre	2	12 de marzo	2	12 abril
3	14 Julio	3	14 Septiembre	3	14 de marzo	3	14 abril
4	16 Julio	4	16 Septiembre	4	16 de marzo	4	16 abril
5	18 Julio	5	18 Septiembre	5	18 de marzo	5	18 abril
6	20 Julio	6	20 Septiembre	6	20 de marzo	6	20 abril
7	22 Julio	7	22 Septiembre	7	22 de marzo	7	22 abril
8	24 Julio	8	24 Septiembre	8	24 de marzo	8	24 abril
9	26 Julio	9	26 Septiembre	9	26 de marzo	9	26 abril
0	28 Julio	0	28 Septiembre	0	28 de marzo	0	28 abril

Fuente: <http://www.sri.gob.ec>

Elaborado: La autora

Año de investigación: 2014

Tabla 94: Retención impuesto del IVA

BIENES Y SERVICIOS IVA 12%	% DE RETENCIÓN
Bienes	30%
Servicios	70%
Arriendo	100%
Servicios profesionales	100%

Fuente: <http://www.sri.gob.ec>

Elaborado: La autora

Año de investigación: 2014

Tabla 95: Retención impuesto a la Renta

BIENES Y SERVICIOS	% DE RETENCIÓN
Bienes	1%
Arriendo	8%
Honorarios profesionales	10%
Servicios que predominan la mano de obra	2%
Servicios que predominan el Intelecto	8%
Servicios de publicidad	1%
Servicio de transporte de carga y pasajeros	1%
Servicios entre sociedades	2%

Fuente: <http://www.sri.gob.ec>

Elaborado: La autora

Año de investigación: 2014

## CAPÍTULO VII

### ANÁLISIS DE IMPACTOS

Para la ejecución de este trabajo se debe tomar en cuenta los impactos más relevantes los mismos que se realizan a través de la matriz de Impactos de entrada simple, la finalidad es que sea realizable y claro, para el análisis se utilizará la siguiente escala de valores.

Tabla 96: descripción valoración de impactos

ESCALA	INDICADORES
3	Impacto alto positivo
2	Impacto medio positivo
1	Impacto bajo positivo
0	No hay impacto
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo

**Fuente** Estudio de Impactos

**Elaboración:** La Autora

**Año de Investigación:** 2014

Haciendo un análisis de cada impacto, se procede a sumar los niveles, los cuales se dividen para el número total de indicadores obteniendo el nivel de impacto analizado. A continuación se presenta cada uno de los impactos con su respectivo análisis.

#### 7.1. IMPACTO ECONÓMICO

Tabla 97: Impacto económico

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	Total
Creación de empresa		X						2
Aumento de la competencia en el mercado		X						2
Actualización de los procesos de cultivos agrícolas		X						2
<b>Total</b>								6

**Fuente** Estudio de Impactos

**Elaboración:** La Autora

**Año de Investigación:** 2014

$$\text{Impactoeconómico} = \frac{\sum \text{impactos}}{\text{N}^\circ \text{ de impactos}}$$

$$\text{Impacto económico} = 6/3 = 2,00$$

- Creación de empresa:

La creación de una empresa siempre influye en determinados mercados, en este caso en el sector agrícola.

- Aumento de la competencia en el mercado:

La creación de la microempresa productora y comercializadora de plántulas de cebolla implica que el agricultor que trabaja con este producto podrá hacer uso más eficiente del recurso tierra aumentando la cantidad de cultivos que realiza anualmente

- Actualización de los procesos agrícolas

Este impacto se relaciona con la exigencia que se auto imponen los agricultores al poder rotar más rápidamente sus cultivos obligándolos a capacitarse en otros cultivos

## 7.2. IMPACTO SOCIAL

Tabla 98: Impacto social

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Generación de nuevos empleos		X						2
Estabilidad laboral		x						2
Superación personal del agricultor		X						2
<b>Total</b>								6

**Fuente** Estudio de Impactos

**Elaboración:** La Autora

**Año de Investigación:** 2014

$$\text{Impacto social} = \frac{\sum \text{impactos}}{\text{N}^\circ \text{ de impactos}}$$

$$\text{Impacto social} = 6/3 = 2,00$$

- Generación de nuevos empleos

El impacto social derivado de la puesta en práctica del proyecto obviamente implica la creación de nuevos empleos los que percibirán todos los beneficios de ley.

- Estabilidad laboral

La estabilidad laboral producto de una buena gestión administrativa, comercial y productiva implica un aumento del ingreso disponible para las familias involucradas y colaboradores con la empresa.

- Superación personal del agricultor

Puesto que la posibilidad de acceder a un proceso más técnico de cultivo más personalizado, le dará la posibilidad de desarrollar todo su potencial empresarial.

### 7.3. IMPACTO AMBIENTAL

Tabla 99: impacto ambiental.

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Menor uso de productos químicos		X						2
Mejor utilización del factor agua	X							3
Siembras si protección de plásticos	x							3
<b>Total</b>								8

Fuente Estudio de Impactos

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2014

$$Impacto\ ambiental = \frac{\sum impactos}{N^{\circ} de\ impactos}$$

$$Impacto\ ambiental = 8/3 = 2,67$$

- Menor uso de productos químicos

Al ser la superficie en intervención de carácter mono cultivo, da la posibilidad de ejercer un control mucho mayor sobre cada plántula, la

limpieza del terreno a mano permite disminuir considerablemente el uso de químicos.

- Uso eficiente del factor agua

Puesto que el proyecto se basa en la creación de almácigos, esto obliga a realizar un riego cuidadoso con especial atención a la velocidad de esta y el anegamiento lo que podría provocar pudrición de la planta.

- Siembras sin protección de plásticos

Este tipo de cultivos no necesita de plásticos para proporcionar calor o cubrir de heladas, ya que la zona en intervención posee un clima óptimo para este tipo de actividades

#### 7.4. IMPACTO GENERAL

Tabla 100: impacto general

INDICADORES	TOTAL
Impacto Económico	2.00
Impacto Social	2,00
Impacto Ambiental	2,67
<b>Total</b>	<b>6,67</b>

Fuente Estudio de Impactos

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2014

$$Impactogeneral = \frac{\sum impactos}{N^{\circ} de impactos}$$

$$Impactogeneral = 6,67/3 = 2,22$$

En promedio los principales impactos generados por la puesta en práctica del proyecto tienen una clasificación de alto positivo, la iniciativa aparte de generar empleos estables y remunerados de acuerdo a las condiciones de mercado, impacta positivamente en la sociedad al mejorar tratar amigablemente el medio ambiente.



## CONCLUSIONES

1. En el diagnóstico situacional se determinó que el cultivo de la cebolla ha ido ganando terreno y este se lo ha quitado al maíz, por lo tanto, los productores de este bulbo necesitan apoyo en lo referido a almácigos listos para su trasplante, además, se detectó que durante el año 2013, Brasil abrió sus fronteras para la cebolla proveniente del país lo que genera interesantes alternativas comerciales para el agro nacional.
2. Existe demanda insatisfecha suficientemente amplia como para justificar una inversión financiera del proyecto, el agricultor es un consumidor informado puesto que la elección influirá fuertemente en su futuro laboral, en relación a la oferta, solo existen limitadas opciones y su producción es limitada, por último se concluyó que la estructura de costos es similar para todas las organizaciones que interactúan en el mercado.
3. El estudio técnico diseñado, se concluyó que lo más importante de esta actividad es el uso eficiente del factor tierra, para ello es necesario rotar los cultivos lo más rápido posible, desde ese punto de vista, el almácigo listo para su trasplante es una gran ayuda al agricultor.
4. El estudio financiero se elaboran indicadores financieros principalmente el valor actual neto, la tasa interna de retorno, la relación beneficio costo y el periodo de recuperación del capital, todos estos indicadores avalaron la ejecución del proyecto principalmente la TIR que superó largamente el promedio para iniciativas agrícolas donde la principal inversión es la tierra.
5. La estructura administrativa y funcional de la micro empresa es simple y flexible, sólo tiene 2 niveles administrativos y uno apoyo, la principal contribución fue la característica poli funcional de las funciones del

personal, lo que permite mejorar la rentabilidad y ampliar las posibilidades de crecimiento del proyecto.

## RECOMENDACIONES

1. Se recomienda al administrador, evaluar permanentemente los aliados, oportunidades, amenazas y riesgos del proyecto, en el afán de transformar los riesgos en aliados y las amenazas en oportunidades, se considera muy importante considerar permanentemente los cambios y gustos en las preferencias de los agricultores en relación a la variedad de cebolla y gustos del mercado, de forma tal de adaptarse a estos a tiempo, una forma puede ser, aplicar las nuevas tecnologías de cultivos y llevarlas al plano práctico, además, es importante estar informado de los nuevos tratados y convenios comerciales que firma el país para investigar sobre las preferencias de estos nuevos mercados.
2. Como se analizó en el capítulo de estudio de mercado, no existe una competencia muy grande en la zona elegida para la ejecución del proyecto sin embargo la administración no debe dormirse pensando en que el mercado en el cual está inserto en la empresa tiene pocas barreras de entrada y por lo tanto es de vital importancia conseguir un posicionamiento rápido en el, se recomienda mantener permanentes esfuerzos en la variable publicidad de la mezcla de marketing, y de esta forma recordar al consumidor la existencia de la empresa.
3. De la conclusión extraída del estudio técnico quedó claro la importancia de hacer uso eficiente del factor tierra, recomienda entonces perfeccionar constantemente los procesos y técnicas de cultivo para asegurar el cumplimiento de los objetivos tanto de los organizacionales, para lo anterior, se recomienda adoptar políticas de mejoramiento continuo .
4. Se recomienda mantener un nivel de endeudamiento bajo y utilizar principalmente el crédito del proveedor que es normalmente es cero o

muy bajo, inferior a la tasa promedio activa bancaria, de esta forma se consigue disminuir las tasas de costo capital y por lo tanto incrementar la diferencia entre la tasa interna de retorno, la tasa de rendimiento medio, el efecto de eso será en sentido aún más al socio a mantener su inversión en el negocio abriéndole la posibilidad de crear nuevas estrategias de plaza, es decir abrir nuevas sucursales multiplicando los impactos ya descritos.

5. Se recomienda evaluar constantemente el desempeño del personal, ya que de ello depende el rendimiento de la empresa, con esto se quiere decir que debe capacitarse permanentemente para mantener y en lo posible mejorar su productividad.

## BIBLIOGRAFÍA

- AMAT, O. (2009). *Análisis de estados financieros*. España: Gestión 2000.
- AMAYA, J. (2010). *Sistemas de información gerenciales*. Bogota: Ecoe.
- ANDREU, E. (2011). *Como gestionar una PYME mediante el cuadro de mando*. España: ESIC.
- ARANGUREN, B. (2008). *Las NIC y su influencia en la reforma contable*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.
- ARAYA, J. (2008). *Técnicas de organización y métodos*. España: ESIC.
- ARLANDIS, P. (2011). *Tratamiento de la documentación contable*. España: Paraninfo.
- BATEMAN, T. (2009). *Administración de Empresas*. Mexico: Mc Graw Hill.
- BEGOÑA, S. (2008). *Gestión comercial y marketing*. Madrid: Centro de publicaciones, Secretaría general técnica.
- BRISEÑO, H. (2008). *Indicadores financieros*. Mexico: UMBRAL.
- CALDENTEY, P. (2010). *Comercialización de productos agrarios*. España: Editorial agrícola.
- CASTRO, F. (2009). *El estudio económico financiero y la evaluación en proyectos*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Codificación Código Tributario*. (2010).
- Codificación del Régimen Tributario Interno*. (2012).
- Codificación Ley de Compañías*. (2010).
- Código del Trabajo. (2013).
- COULTER, R. (2010). *Administración de empresas*. Mexico: Printice Hall.
- CUBILLO, J. (2010). *Marketing sectorial*. Madrid: Esic.
- CHAIN, R. S. (2008). *Anàlisis financiero*. Mexico: Mc Graw Hill.

- DA SILVA, R. (2008). *Teorías de la administración*. Brasil: Universidad de Porto Alegre.
- DEL RIO, G. (2009). *El presupuesto*. Mexico: Cengage Learning.
- ESTUPIÑAN, R. (2012). *Estados financieros básicos bajo NIIF*. Bogota: ECOE.
- GARCIA, L. (2011). *+ Ventas*. Madrid: Esic.
- Garcia, S. (2008). *Teoría Económica de la Empresa*. Madrid: Diaz de Santos.
- GIL, M. (2010). *Como crear y hacer funcionar una empresa*. Madrid: ESIC.
- GIL, M. (2010). *Como crear y hacer funcionar una empresa*. Madrid: ESIC.
- Gobierno autónomo descentralizado el Carchi. (2011). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2011-2013*. Tulcán.
- Ley de compañías*. (2010).
- MANNARELLI, V. (2011). *Economía agrícola*. Costa Rica: FAO.
- MARTINEZ, O. (2008). *Gestión por procesos*. Madrid: Esic.
- Ministerio de Relaciones Laborales. (2010).
- OFICINA INTERNACIONAL DEL TRABAJO (OIT). (2008). *La promoción de la empresa sostenible*. Ginebra: OIT.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACIÓN Y AGRICULTURA. (2008). *Situación de la agricultura en América Latina*. FAO.
- ORIO, A. (2012). *Contabilidad, control de gestión y finanzas*. Barcelona: Profit.
- PAREJA, M. (2009). *todo de empresa*. Madrid: Edinumen.
- PEREZ, R. (2009). *experiencias en la implementación de proyectos de producción*. Bolivia: plural.

RODRIGUEZ, J. (2010). *Administración de pequeñas y medianas empresa*. Mexico: Cengage learning.

### **Lincografía**

<http://www.proecuador.gob.ec/>

[www.gplapaz.gob.ec](http://www.gplapaz.gob.ec)

<https://maps.google.com.ec/>

<http://www.sri.gob.ec>

# ANEXOS

## ANEXO 1: Encuesta

### Universidad Técnica del Norte

La presente encuesta nos permitirá obtener información sobre la producción y comercialización de la cebolla paiteña, le solicitamos marque con una x la respuesta por usted seleccionada

#### BLOQUE TEMÁTICO

1. De los productos presentados ¿cuál es el que más cultiva?

Producto	Selección
Arveja	
Cebolla paiteña	
Tomate de árbol	
Frejol	
Maíz	
Otro	

2. ¿Por qué no cultiva la cebolla paiteña? Seleccione una causa.

Variable	Selección
Terrenos con clima no apto para el cultivo	
Terrenos poco productivos	
Dificultad en el cultivo	
Poca Rentabilidad en el cultivo	
Deficiente recurso económico	

3. Cuando cultiva cebolla paiteña ¿qué forma utiliza para la siembra?:

Alternativa	Selección
Siembra directa	
Trasplante	
Ninguno	

4. ¿Si utiliza el trasplante como forma de siembra las plántulas se provee mediante?:

Alternativa	Selección
Producción propia	
Adquisición a terceros	

5. ¿En qué mes requiere comprar plántulas de cebolla paiteña?

Meses	Selección	Meses	Selección
Enero		Julio	
Febrero		Agosto	
Marzo		Septiembre	
Abril		Octubre	
Mayo		Noviembre	
Junio		Diciembre	

6. ¿Cuál es la variedad de cebolla paiteña que usted ha cultivado?

Variedades de cebolla	Selección	Variedades de cebolla	Selección
Hibrida roja		Duquesa	
Bonanza		El valle	
Rigal		Burguesa	
Rosaly		Otra cuál	
Yellowgranez		Ninguna	

7. ¿Ha recibido capacitación sobre manejo de cultivos y control fitosanitario?

Variable	Selección
Siempre	
A veces	
Nunca	

8. ¿Cómo financia sus siembras?

Alternativa	Selección
Capital propio	
Capital Ajeno	

9. ¿Usted produce para vender plántulas de cebolla paiteña?

Alternativa	Selección
Siempre	2
A veces	24
Nunca	88

10. ¿Número de siembras que usted realiza al año?

Variable	Frecuencia	%
Una	65	42%
Dos	43	28%
Tres	6	4%
Cuatro	0	0%
Ninguna	42	27%

11. ¿Superficie que usted dispone para el cultivo de cebolla paitaña?

Hectáreas	Alternativa
Cuarto	
Media	
Una	
Dos	
Tres	
Cuatro	
5 o más	

12. ¿Si existe la posibilidad de obtener plántulas de cebolla paitaña de calidad, la adquiriría?

Alternativa	Selección
Si	
No	

13. ¿Cómo hace conocer o conoce sobre la disponibilidad o necesidad de plántulas de Cebolla paitaña?

Alternativa	Selección
Radio	
Por publicación en carteleras	
por comunicación en eventos	
Comunicación telefónica	
Por otros agricultores	

14. ¿Cuál es el precio que actualmente se paga por cada lote (tarro) de plántulas cebolla paitaña?

Alternativa	Selección
Menos de 100	
De 101a 120	
De 121 a 150	
De 151 a 175	
De 176 a 200	
Más de 201	
No la compra	
No siembra	

**GRACIAS POR LA INFORMACIÓN**

## ANEXO 2

### ENTREVISTA REALIZADA A TÉCNICO EN CULTIVO DE CEBOLLA

**NOMBRE:**

**FECHA:**

**OBJETIVO:** Identificar potencialidades y riesgos del cultivo de cebolla paiteña.

#### CUESTIONARIO:

1. ¿Qué Riesgos tiene la producción de plántulas de cebolla paiteña en la Parroquia La Paz?
2. ¿Qué se debe considerar para realizar un cultivo de plántulas de cebolla paiteña?
3. ¿Qué enfermedades afectan con mayor frecuencia a las plántulas de cebolla paiteña?
4. ¿Cuál es el proceso de desinfección del suelo?
5. ¿Qué tiempo demora en salir las plantas desde la siembra de semillas?
6. ¿Qué características deben tener las plántulas para considerarlas buenas para su trasplante?
7. ¿Qué se debe considerar antes de trasplantar las plántulas de cebolla paiteña?

**ANEXO 3**  
**ENTREVISTA DIRIGIDA A CULTIVADOR DE PLÁNTULAS DE**  
**CEBOLLA PAITEÑA**

**NOMBRE:**

**FECHA:**

**CARGO:**

**OBJETIVO:** Identificar las operaciones que realiza la competencia

**CUESTIONARIO:**

1. ¿Cuánto tiempo lleva produciendo plántulas de cebolla paiteña?
2. ¿Qué variedades de cebolla paiteña es la que más se comercializa?
3. ¿Cuántos metros<sup>2</sup> en promedio por año produce para la venta?
4. ¿Cuáles son los mayores riegos en el cultivo de plántulas de cebolla paiteña?
5. ¿Podría indicar el promedio de precio de venta en los 5 últimos años?
6. ¿En qué temporada existe mayor venta?

## ANEXO 4

### 1: Agricultores que adquieren plántulas listas para su trasplante en la zona:

Nº	Agricultores	Año 2013				2012				Año 2011				Año 2010				Año 2009			
		Hect.	Semilla	C.P.	C.A	Hect.	Semilla	C.P.	C.A	Hect.	Semilla	C.P.	C.A	Hect.	Semilla	C.P.	C.A	Hect.	Semilla	C.P.	C.A
1	Polivio Lomas	1,5	3	70		1	2	65		2	4	42		1	2	65		1	2	60	
2	Marco Gonzáles	2	4		180	2,5	3	65		1	2	62		2,5	3	65		2,5	1	60	
3	Pablo Muñoz	2	4		200	1	2		170	1,5	3		150	1	2		150	1	2		150
4	Jorge Bastidas	1	2		160	1,5	3	43		2	4	42		1,5	3	43		1,5	2	43	
5	Edwin Pudemag	1,5	3		150	0,5	1		150	1	2		130	0,5	1		130	0,5	1		150
6	Luis Guillermo Ibujés	1	2	70		0,5	1	40		0,5	1		140	0,5	1		40	0,5	1	40	
7	Wiliambujés	0,5	1	50		1	1	60		1,5	3		180	1	1		60	1	1	60	
8	Klever Ayala	2	4		200	1,5	3		170	1	2		120	1,5	3		145	1,5	1		100
9	Mesías Imbaquingo	0,5	1	50		-	0			0,5	1	45		-	0			-	0		
10	Wladimir Ayala	1	2	70		1	2		180	1,5	3		150	1	2		160	1	1	56	
11	Jairo Hernández	1	1	45		1,5	3		190	0,5	1		150	1,5	3		120	0,5	1		150
12	Darwin Ayala	1,5	3		180	1	2	60		1	2	58		1	2	60		1	2	60	
13	Carlos Hernández	2	2		140	2	4		120	2,5	5	65		1	2		110	0,5	1		120
14	Eduardo Cuasquer	0,5	1	70		-	0			0,5	1	65		-	0			-	0		
15	Patricio Molina	3	6		170	2,5	5		180	0,25	1	140		2	4		120	2	4		140
16	Manuel Hernández	2	4		180	2	4		180	1,5	3		130	2	4		140	2	4	50	
17	Nelson Mafla	1,5	3		200	1	1		150	2	4		170	1	1	60		1	1		160
18	Germánico Pozo	2	2		160	1,5	3		160	1	2	115		1,5	3		130	1,5	3		130
19	Fernando Córdova	2	2		160	3	6	60		2	4		180	2	4	60		2	4	60	
20	Jacinto Cisneros	0,5	1	46		1	2	65		1,5	3	140		1	2	65		1	2	58	
21	Enrique Morocho	0,5	1	65		-	0			1	2	110		-	0			-	0		
22	Miltón Quiñonez	3	6		180	2	4		180	1,5	3		150	2	4		130	2	4		140
23	Arturo Sánchez	4	8		180	2	4	62		1	2		140	2	4	62		2	4	62	
	Total	35	63	49	180	29	56		180	26,75	54	86,92	145	26,5	49		130	25	40		140

Fuente: Archivo Asociación de agricultores

Elaborado por: la autora

Año de investigación: 2013

## ANEXO 5

### Proforma de publicidad cadena radial América

Ibarra, Abril del 2013

Señora

Cecilia Chandi Vallejos

Ciudad.- Ibarra

La Gran Cadena Radial AMÉRICA está compuesta por 6 estaciones radiales: América 104.5 FM Estéreo en Quito; América 89.1 FM Estéreo en Ibarra; América 89.7 FM Estéreo en Tulcán y América 93.3 FM Estéreo en Guayaquil, las seis estaciones con programación tropicalísima y bordeando siempre los primeros lugares así como también con una programación informativa de 06hoo a 09hoo de lunes a viernes y un micro informativo a la hora en punto, con las seis estaciones cubrimos el centro norte del Ecuador, la costa ecuatoriana y el sur de Colombia. Además contamos con programación tropical y locución las veinticuatro horas del día en las seis estaciones, de igual manera nuestra cadena de radios se escucha en todo el mundo a través de nuestra página Web: [www.americaestereo.com](http://www.americaestereo.com) y las publicidades de nuestros clientes llegan a los continentes.

Nuestro target esta entre los 12 a 50 años con cobertura masiva.

### PROPUESTA PUBLICITARIA

La cadena radial América con su estación matriz en IBARRA, AMÉRICA 89.1 FM Estéreo presenta la siguiente propuesta publicitaria:

Propuesta 1	Propuesta 2
DERECHOS: 5 cuñas diaria de 30 segundos DIAS: L-V PERIODO: UN MES O MAS VALOR TOTAL: 350 dólares + IVA	DERECHOS: 10 cuñas diaria de 30 segundos DIAS: L-V PERIODO: UN MES O MAS VALOR TOTAL: 450 dólares + IVA

**La gerencia**