



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y

AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

**TEMA:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PAPA, EN LA CIUDAD DE HUACA, CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA, PROVINCIA DEL CARCHI”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA.

**AUTORA:** TULCÁN SALAZAR KARINA LIZBETH

**DIRECTOR:** Ing. Marcelo Vallejos Msc.

Ibarra, Septiembre 2016

## RESUMEN EJECUTIVO

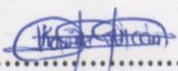
La agricultura es un proceso arduo que implica esfuerzo físico que muchas veces no es bien remunerado. El presente estudio tiene por objetivo determinar la factibilidad de crear una microempresa dedicada al acopio y comercialización de la papa en el Cantón San Pedro de Huaca, Provincia del Carchi, con la finalidad de congregar a los agricultores de papa a formar parte de este proyecto para que de esta manera comercialicen adecuadamente el tubérculo sin necesidad de intermediarios, recibiendo el precio justo por su producto. El lugar se determinó por los menores costos y gastos a incurrirse; el cantón es quien proveerá el producto cumpliendo además con un enfoque social, porque ayudará al progreso y crecimiento económico del sector en la generación de empleo. En el análisis de mercado se puede determinar la aceptación del tubérculo por empresas de snacks de papas fritas, lo que favorece la venta del producto; además se determinó el precio de venta y la forma de distribución. El producto será vendido directamente a las empresas sin la intervención de intermediarios como se lo realiza actualmente. Del estudio técnico se estableció que el barrio Las Palmas es el mejor lugar para emprender este proyecto debido a que reúne todos los requisitos para la recolección y comercialización del producto. Este barrio cuenta con todos los servicios básicos necesarios para su implementación; de igual forma este centro de almacenamiento contará con recursos económicos, materiales y talento humano capacitado. Luego de haber realizado la evaluación y análisis financiero respectivo, se determinó que los resultados de los evaluadores financieros fueron positivos; el proyecto es viable para su aplicación siempre y cuando los escenarios no tengan cambios significativos. Posteriormente se detalla la estructura organizacional, estableciendo jerarquías y funciones. Así se logrará llevar un proceso ordenado para evitar duplicidad de funciones y pérdidas en la microempresa. Este proyecto ayudará a reactivar el sector económico-comercial en el cantón.

## ABSTRACT

Agriculture is an arduous process that involves physical effort that is often not well-paid. This study aims to determine the feasibility of creating a small business dedicated to the collection and marketing of potatoes in San Pedro de Huaca - a small town in the Province of Carchi, northern Ecuador - in order to encourage the potato farmers to be part of this project so that properly the tuber may be marketed without intermediaries, receiving a fair price for their product. The place was determined by lower costs and expenses incurred; the people of this area will provide the product, making of this management a social one that will help the progress and economic growth of the sector in generating employment. In the market analysis the tuber acceptance can be determined by companies of chips, which favors the sale of the product and the selling price and form of distribution to be determined. The product will be sold directly to companies without the intervention of intermediaries as it is done currently. The technical study established that the neighborhood Las Palmas is the best place to undertake this project because it meets all the requirements for storage and marketing. This neighborhood has all the basic services necessary for their implementation; likewise, this storage facility will have financial, material and trained human talent. After completing the evaluation and financial analysis, it was determined that the results of the financial evaluators were positive; the project is viable for application provided that the scenarios do not have significant changes. Subsequently, organizational structure is shown in detail, establishing hierarchies and functions. Thus, It will be achieved and lead an orderly process to avoid duplication of functions and losses on microenterprise. This project will help revive economic-trade in this sector.

## AUTORÍA

Yo **Karina Lizbeth Tulcán Salazar**, portadora de la cédula N° 040173286-2, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PAPA, EN LA CIUDAD DE HUACA, CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA, PROVINCIA DEL CARCHI”**, es de mi autoría, las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de su autora, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.



.....

Karina Lizbeth Tulcán Salazar

0401732862

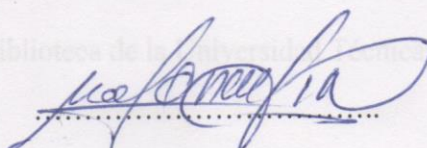


Ing. Marcelo Vallejos

## INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada Karina Lizbeth Tulcán Salazar, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A, cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PAPA, EN LA CIUDAD DE HUACA, CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA, 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...29...días del mes de Julio del 2015.



Ing. Marcelo Vallejos

C.I. 1001813821



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

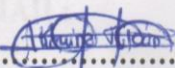
Yo, **Karina Lizbeth Tulcán Salazar**, portadora de la cedula de ciudadanía N° 040173286-2, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PAPA, EN LA CIUDAD DE HUACA, CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA, PROVINCIA DEL CARCHI", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A, en la Universidad técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

APELLIDOS Y NOMBRES: Tulcán Salazar Karina Lizbeth

DIRECCIÓN: Huaca - Barrio Centro

EMAIL: tulcanki@gmail.com

  
.....

**Karina Lizbeth Tulcán Salazar**

**040173286-2**

TELÉFONO  
MÓVIL: 0989247440

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**  
**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**  
**TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

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

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

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	040173286-2		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Tulcán Salazar Karina Lizbeth		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Huaca – Barrio Centro		
<b>EMAIL:</b>	tulcank@gmail.com		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2973-153	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0989247440

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PAPA, EN LA CIUDAD DE HUACA, CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA, PROVINCIA DEL CARCHI”
<b>AUTORA:</b>	Tulcán Salazar Karina Lizbeth
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	14/09/2016
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Ing. Com. Marcelo Vallejos

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

Yo, **Karina Lizbeth Tulcán Salazar**, portadora de la cédula de ciudadanía N° 040173286-2, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

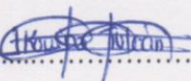


### 3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 14 días del mes de septiembre del 2016

**LA AUTORA:**

  
.....

Karina Lizbeth Tulcán Salazar

040173286-2

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

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado con mucho cariño y amor a mi tía Blanca Sierra ya que ella ha sido un apoyo incondicional en mi vida estudiantil; a mi hijo David por ser mi fuerza y fortaleza para sobrellevar las dificultades, superarme cada día de mi vida y alcanzar mis objetivos, y gracias también a toda mi familia, ya que sin ellos no hubiese alcanzado esta meta.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por ser quien ilumina mi existencia y conducirme por el camino de la sabiduría en mi etapa estudiantil.

A mi tía Blanca Sierra que con su gran ayuda y cariño me supo apoyar en los momentos más difíciles de mi vida, siendo un pilar fundamental en la culminación de mi carrera.

A toda mi familia y de manera especial a mis padres quienes me apoyaron moralmente y me dieron una palabra de aliento cuando las situaciones se volvían complicadas.

A la Universidad Técnica del Norte por abrirme las puertas del saber y la enseñanza y por todo el aporte académico y ético de los docentes.

Al ingeniero Marcelo Vallejos, Asesor de tesis, quien con su experiencia y paciencia me guio en el desarrollo del proyecto.

## **PRESENTACIÓN**

El presente proyecto consiste en un “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de acopio y comercialización de la papa en el cantón San Pedro de Huaca” cuya finalidad principal es congrega a los pequeños agricultores a formar parte de esta microempresa para comercializar el producto de una manera directa, sin la necesidad de que sus productos pasen por las manos de intermediarios, obteniendo de esta forma el precio justo. Se formará una asociación de agricultores de papa del Cantón para que ellos sean los responsables de entregar el producto a la microempresa.

En primer lugar se desarrolló el diagnóstico situacional del proyecto, el cual permitió determinar la realidad existente con respecto a la producción y comercialización de la papa en la ciudad de Huaca, así como los aspectos geográficos, demográficos y socioeconómicos que presentará el proyecto, esto se realizó mediante una investigación secundaria, utilizando técnicas bibliográficas y linkográficas.

El segundo capítulo que es el marco teórico consta del soporte escrito de los conceptos fundamentales e importantes a ser aplicados en los siguientes capítulos del proyecto, se describe aspectos legales, administrativos, contables, evaluadores financieros y todo lo referente al producto que será comercializado. La información recolectada para sustentar la realización del proyecto se realizó a través de información secundaria como libros, revistas, internet, reportajes, entre otros.

Se realizó un estudio de mercado en donde se determinó la muestra poblacional para realizar una investigación de campo, de esta manera se analizó a los principales agricultores de la papa en este sector, así como el análisis de la competencia, el precio y variedad del producto, y los diferentes canales de distribución para este tubérculo, entre otras variables.

El cuarto capítulo se refiere al estudio técnico, describe en forma detallada la micro y macro localización de la microempresa, su tamaño e instalaciones, así como la organización requerida para realizar los procesos de acopio y comercialización de la papa; además se determina la función óptima de utilización de todos los recursos que se va a necesitar en este proyecto como equipos, capital humano, materia prima entre otros.

En la evaluación financiera se determinó el monto total de todos los recursos que se invertirán en la ejecución del proyecto, además se estructuraron estados financieros, presupuestos de ingresos y egresos para realizar el análisis financiero a través de evaluadores que determinaron la factibilidad del proyecto.

En el sexto capítulo se detalla la estructura organizacional, misión, visión, objetivos, valores y políticas con las que contará la microempresa para estar más organizados.

En el último capítulo se da a conocer los impactos que generará el proyecto en relación con los resultados que se pretende alcanzar en el ámbito social, económico-comercial, ambiental y productivo.

Una vez que se finalizó con todos los capítulos mencionados, se estableció las conclusiones y recomendaciones que surgieron luego de realizar la investigación.

## ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
ABSTRACT.....	iii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vii
DEDICATORIA .....	x
AGRADECIMIENTO .....	xi
PRESENTACIÓN.....	xii
ÍNDICE.....	xiv
ÍNDICE DE TABLAS .....	xxi
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xxiii
JUSTIFICACIÓN .....	xxiv
METODOLOGÍA UTILIZADA .....	xxvi
OBJETIVOS DEL PROYECTO .....	xxvii
CAPÍTULO I .....	28
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	28
Antecedentes .....	28
Objetivos Diagnósticos .....	29
Objetivo General.....	29
Objetivos Específicos.....	29
Variables .....	30
Indicadores.....	30
Matriz de relación diagnóstica .....	31
Mecánica Operativa .....	32
Identificación de la población.....	32
Censo a los agricultores .....	32
Técnicas e instrumentos .....	33
Información primaria .....	33
Información secundaria.....	33

Tabulación y análisis de la información .....	34
Encuesta dirigida a los agricultores de papa del cantón San Pedro de Huaca .....	34
Análisis de variables diagnósticas .....	40
Aspectos geográficos .....	40
Aspectos demográficos .....	43
Aspectos socio-económicos .....	44
Matriz AOOR (Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos) .....	47
Matriz de cruces estratégicos .....	48
Identificación de la Oportunidad de la Inversión.....	48
CAPÍTULO II.....	50
MARCO TEÓRICO.....	50
La papa.....	50
Origen .....	50
Valor Nutritivo de la papa.....	51
Propiedades de la papa.....	53
Almacenaje .....	54
Requisitos para hacer un buen almacenaje .....	55
Asociación.....	55
Asociación de agricultores .....	56
Beneficios de una asociación de agricultores .....	56
La microempresa.....	57
Características .....	57
Ventajas.....	57
Desventajas .....	58
Marco Legal .....	58
Persona Natural.....	58
Registro Único de contribuyentes .....	59
Estudio de mercado.....	59
Segmentación del mercado .....	59
Demanda .....	60
Oferta .....	60
Factores determinantes de la oferta.....	60
Producto .....	61
Precio .....	61



Factores determinantes para el precio .....	61
La Distribución .....	62
Canales de distribución .....	62
Ingeniería del proyecto .....	62
Localización del proyecto .....	63
Macro localización.....	63
Micro localización .....	64
Determinación del tamaño óptimo.....	64
Organización .....	64
Estructura Administrativa .....	65
Organigrama .....	65
Requisitos de un organigrama.....	65
Evaluación Financiera.....	66
Estado de Situación Financiera.....	66
Inversiones del proyecto .....	66
Inversión fija.....	66
Inversión diferida .....	67
Depreciación y Amortización .....	67
Capital de trabajo inicial .....	67
Valor actual neto .....	68
Tasa interna de retorno.....	68
Punto de equilibrio.....	68
Relación costo-beneficio.....	68
Periodo de recuperación de la Inversión.....	69
Impactos.....	69
Impacto económico.....	69
Impacto Social .....	70
Impacto Ambiental.....	70
CAPÍTULO III.....	71
ESTUDIO DE MERCADO .....	71
Presentación .....	71
Identificación del producto .....	71
La papa.....	71
Su presentación .....	72

Productos sustitutos .....	73
Mercado meta.....	74
Objetivos del estudio de mercado .....	74
Objetivo General.....	74
Objetivos Específicos.....	74
Variables e indicadores .....	75
Variables .....	75
Indicadores.....	75
Matriz de variables de mercado .....	76
Mecánica Operativa .....	77
Identificación de la población.....	77
Censo a los agricultores .....	78
Información Primaria .....	79
Información Secundaria.....	79
Tabulación y Análisis de la información .....	80
Encuesta dirigida a los agricultores de papa del cantón San Pedro de Huaca .....	80
Resultados de la observación directa .....	85
Entrevista .....	87
Resultados de la Entrevista.....	90
Análisis de la oferta .....	91
Oferta Actual.....	91
Proyección de la oferta.....	92
Análisis de la Demanda .....	92
Demanda actual.....	93
Demanda proyectada.....	94
Análisis de precio.....	94
Proyección de precios .....	95
Balance oferta – demanda.....	95
Estrategias de marketing .....	96
Producto .....	96
Precio .....	97
Plaza .....	97
Publicidad .....	97
Canales de distribución.....	97

Marca .....	97
Conclusiones del Estudio de mercado .....	98
CAPÍTULO IV.....	99
ESTUDIO TÉCNICO .....	99
Tamaño del proyecto.....	99
Localización del proyecto .....	99
Macro localización.....	99
Micro localización .....	101
Distribución de la planta .....	101
Ingeniería del proyecto .....	103
Proceso de acopio y comercialización .....	103
Presupuesto técnico.....	105
Inversiones .....	105
Capital de trabajo .....	107
Total del proyecto .....	108
Financiamiento.....	109
Talento humano .....	109
Operación del proyecto .....	110
Flujograma .....	110
Proceso de acopio y comercialización .....	111
CAPÍTULO V .....	113
EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO .....	113
Estado de situación inicial proforma.....	113
Determinación de capital de trabajo .....	113
Determinación de ingresos proyectados .....	114
Determinación de egresos proyectados.....	114
Gastos de operación .....	114
Gastos administrativos .....	116
Gastos de ventas.....	117
Tabla de amortización.....	117
Tablas de depreciación.....	120
Estado de Resultados proyectado.....	121
Flujo de caja proyectado .....	122
Evaluación financiera.....	122

Costo de oportunidad .....	122
Cálculo del Valor actual neto VAN .....	123
Cálculo de la TIR .....	123
Tiempo de recuperación del dinero.....	124
Índice de rentabilidad.....	124
Punto de equilibrio.....	125
Conclusiones del estudio financiero .....	125
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>127</b>
<b>ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO.....</b>	<b>127</b>
Misión .....	127
Visión.....	127
Objetivos estratégicos .....	127
Principios y valores.....	128
Principios .....	128
Valores .....	128
Políticas.....	128
Estructura orgánica .....	129
Niveles administrativos.....	130
Perfiles y competencias.....	131
Puestos .....	131
Matriz de competencias .....	132
Análisis legal.....	136
Nombre o Razón social.....	136
Figura jurídica.....	136
Permisos de funcionamiento .....	136
Obtención de patente municipal.....	136
Requisitos para obtener permiso del cuerpo de bomberos.....	137
Requisitos para obtener el permiso del ministerio de salud pública.....	137
Registro único de contribuyentes.....	137
Obtención del permiso ambiental .....	138
<b>CAPÍTULO VII .....</b>	<b>139</b>
<b>IMPACTOS .....</b>	<b>139</b>
Principales impactos .....	139
Impacto social .....	140

Impacto económico comercial .....	141
Impacto ambiental.....	142
Impacto productivo .....	143
Resumen general de impactos.....	144
CONCLUSIONES .....	145
RECOMENDACIONES.....	146
BIBLIOGRAFÍA .....	147
LINKOGRAFÍA .....	148

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de relación diagnóstica .....	31
Tabla 2 Actividades económicas.....	34
Tabla 3 Variedades de papa .....	35
Tabla 4 Forma de venta.....	36
Tabla 5 Comercialización .....	37
Tabla 6 Precio .....	38
Tabla 7 Calidad del producto .....	39
Tabla 8 Matriz AOOR.....	47
Tabla 9 Matriz de cruces estratégicos .....	48
Tabla 10 Valor nutricional de la papa .....	52
Tabla 11 Hectarías destinadas al cultivo de papa.....	76
Tabla 12 Producción de qq. por hectárea .....	80
Tabla 13 Período de cosecha.....	81
Tabla 14 Frecuencia de cosecha.....	82
Tabla 15 Creación de microempresa.....	83
Tabla 16 Ficha de observación.....	84
Tabla 17 Oferta actual.....	85
Tabla 18 Oferta proyectada .....	91
Tabla 19 Demanda actual.....	92
Tabla 20 Proyección de la demanda.....	93
Tabla 21 Proyección de precios .....	94
Tabla 22 Balance oferta - demanda.....	95
Tabla 23 Lista de proveedores .....	96
Tabla 24 Equipo de cómputo .....	103
Tabla 25 Equipo de oficina .....	105
Tabla 26 Muebles y enseres .....	106
Tabla 27 Maquinaria y equipo .....	106
Tabla 28 Herramientas .....	106
Tabla 29 Insumos .....	106
Tabla 30 Materia prima indirecta.....	107
Tabla 31 Mano de obra directa.....	107
Tabla 32 Gastos de operación .....	107

Tabla 33 Gastos administrativos .....	107
Tabla 34 Gastos de ventas.....	108
Tabla 35 Inversión total del proyecto.....	108
Tabla 36 Financiamiento.....	108
Tabla 37 Capital de trabajo .....	101
Tabla 39 Materia prima directa .....	104
Tabla 40 Mano de obra directa.....	105
Tabla 41 Materia prima indirecta.....	115
Tabla 42 Suministro de oficina .....	115
Tabla 43 Remuneración .....	116
Tabla 44 Suministro de oficina .....	116
Tabla 45 Gastos de venta .....	117
Tabla 46 Tabla de amortización.....	117
Tabla 47 Gastos financieros .....	118
Tabla 48 Gastos depreciación .....	120
Tabla 49 Estado de resultados proyectado .....	120
Tabla 50 Flujo de caja proyectado .....	121
Tabla 51 Costo de oportunidad .....	122
Tabla 52 Periodo de recuperación.....	122
Tabla 53 Índice de rentabilidad.....	124
Tabla 54 Punto de equilibrio .....	125
Tabla 55 Matriz de competencias .....	132
Tabla 56 Ponderación de impactos .....	139
Tabla 57 Impacto social .....	140
Tabla 58 Impacto económico-comercial.....	141
Tabla 59 Impacto ambiental.....	142
Tabla 60 Impacto productivo .....	143
Tabla 61 Resumen de impactos.....	144



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Actividades agrícolas.....	34
Gráfico N° 2 Variedades de papa.....	35
Gráfico N° 3 Forma de venta .....	36
Gráfico N° 4 Comercialización.....	37
Gráfico N° 5 Precio .....	38
Gráfico N° 6 Calidad del producto.....	39
Gráfico N° 7 Ubicación San Pedro de Huaca .....	41
Gráfico N° 8 Actividad económica .....	44
Gráfico N° 9 Hectáreas destinadas al cultivo de papa .....	73
Gráfico N° 10 Producción de qq. de papa por hectárea .....	80
Gráfico N° 11 Periodo de cosecha .....	81
Gráfico N° 12 Frecuencia de cosecha .....	82
Gráfico N° 13 Creación de microempresa .....	83
Gráfico N° 14 Mapa del Carchi .....	84
Gráfico N° 15 Mapa Cantón San Pedro de Huaca .....	100
Gráfico N° 16 Microlocalización .....	101
Gráfico N° 17 Proyecto arquitectónico .....	102

## JUSTIFICACIÓN

El presente tema de investigación es importante debido a que en el Cantón San Pedro de Huaca existe gran cantidad de agricultores dedicados al cultivo de papa que no diversifican su producción y no planifican su siembra, es por esto que al momento de comercializar el producto hay gran volatilidad de precios, perjudicando de esta sus intereses económicos. Este proyecto permitirá unir a los agricultores mediante la creación de una asociación, con esto se logrará ayuda por parte de las autoridades como entrega de semillas certificadas, recursos y capacitación profesional en la siembra y cosecha de papas, mejorando de esta forma la productividad del cultivo, además el producto será comercializado asociativamente a un mejor precio sin pasar por manos de los comerciantes y sin retrasos, para que de esta manera los campesinos puedan obtener mayor utilidad en la venta de cada quintal de papa. Se conseguirá una mayor actividad comercial y desarrollo en la zona, cumpliendo con uno de los principales objetivos del plan nacional del buen vivir que es mejorar la calidad de vida de la población.

Este proyecto es de fundamental interés nacional, regional y local ya que la creación de toda microempresa genera un potencial desarrollo económico en el país, garantizando el trabajo digno en todas sus formas. Tiene a la vez un gran interés local porque va a estar ubicado en la ciudad de Huaca en donde va a fortalecer la capacidad productiva de los pequeños y medianos agricultores para convertirse en promotores de su propio desarrollo, generando fuentes de empleo y mayor actividad comercial en la zona, mejorando de esta forma los ingresos económicos de las personas y su calidad de vida.

Este proyecto tiene como beneficiarios directos a todos los agricultores del sector dedicados a la siembra y cultivo de la papa, siendo ellos los principales actores para la creación de la microempresa dedicada al acopio y comercialización de la papa, el producto que se brindará en este centro será de excelente calidad y a un precio cómodo sin perjudicar a los

agricultores ni a las personas que adquieren este producto. Además, los agricultores pueden convertir el cultivo de la papa en un negocio rentable porque ya no van a necesitar de los intermediarios que les pagan precios muy bajos por el producto.

Es importante señalar que no solo los agricultores de la zona serán beneficiarios de este proyecto sino también de forma indirecta sus familias que con los ingresos obtenidos podrán vivir de una mejor manera, otro elemento importante serán los clientes ya que podrán conseguir la papa a un precio cómodo sin exageraciones porque el producto ya no pasará por intermediarios. Los habitantes y autoridades del sector también obtendrán beneficios, porque al convertirse este en un proyecto rentable obtendrán mayores recursos que pueden ser utilizados en el desarrollo de toda la provincia, beneficiando a una gran cantidad de personas.

Este proyecto es factible en el ámbito social porque ayuda a cumplir objetivos del plan nacional del buen vivir como mejorar la calidad de la vida de la población, fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía, así como garantizar el trabajo digno en todas sus formas. En lo legal es factible porque la constitución de nuestro país en su artículo 281 establece que se debe impulsar la producción de las pequeñas y medianas unidades de producción comunitarias y de la economía social y solidaria, también dice generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos e impedir prácticas monopólicas y cualquier todo tipo de especulación con productos alimenticios. En lo económico, comercial y productivo es factible porque de esta manera se reactivará el sector agrícola y comercial generando rentabilidad a los agricultores.

## **METODOLOGÍA UTILIZADA**

### **Método Inductivo**

Este método permitió experimentar y comparar los hechos con los conocimientos adquiridos en el plano académico, además se lo utilizó en la observación de la realidad estableciendo semejanzas y diferencias para formular las conclusiones y recomendaciones correspondientes. Se utilizó la técnica de la encuesta aplicada a los agricultores de papa del cantón San Pedro de Huaca y una entrevista a las empresas de snacks de papas fritas que serán nuestros clientes.

### **Método deductivo**

Este método fue muy beneficioso en el análisis de fuentes de información secundaria como libros, tesis, entre otros, con el fin de sustentar teóricamente la investigación. Además ayudó a justificar los diferentes capítulos del proyecto, facilitando la interpretación de los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas.

### **Método Analítico**

El método analítico fue utilizado para desarrollar el marco teórico, ya que permitió descomponer el tema de estudio en diferentes partes para estudiar toda la información adquirida en libros, tesis, entre otros de forma individual, para de esta manera sustentar el proyecto.

### **Método Sintético**

Este método fue utilizado en la presente investigación en lo relativo a formulación, identificación y análisis del problema objeto de estudio, con la información que se obtuvo de tesis, libros, revistas, diarios, entre otros, con la finalidad de sustentar el presente tema de investigación.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada al acopio y comercialización de la papa en la Ciudad de Huaca, Cantón San Pedro de Huaca, Provincia del Carchi.

### **Objetivos Específicos**

1. Realizar el diagnóstico situacional del cantón San Pedro de Huaca para determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto, mediante el uso de técnicas de investigación.
2. Investigar bases teóricas que sirvan como conocimientos previos para que sustente la realización del proyecto, mediante una investigación documental.
3. Realizar el análisis de mercado para establecer el precio, plaza, canales de distribución, volumen de oferta y demanda del producto, a través del uso de técnicas de investigación.
4. Realizar un estudio técnico que permita determinar el proceso de comercialización, el tamaño, la localización y la infraestructura física requerida del proyecto, mediante el estudio de variables.
5. Realizar un estudio financiero para determinar la factibilidad y rentabilidad económica del proyecto, mediante el uso de indicadores financieros.
6. Diseñar la estructura organizativa de la microempresa para definir las funciones de cada persona, mediante una matriz de competencias.
7. Analizar los principales impactos del proyecto, para determinar los efectos a mediano y largo plazo, mediante el uso de indicadores.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1 Antecedentes**

La Provincia del Carchi se encuentra localizada al Norte del Ecuador en la frontera con Colombia. Forma parte de la Zona 1 y está subdividida en 6 cantones: Bolívar, Espejo, Mira, Montufar, San Pedro de Huaca y Tulcán. Posee grandes montañas y su clima es frío-templado, ya que se encuentra desde los 1200 m.s.n.m, en la zona del Valle, hasta los 4768 m.s.n.m en la cima del Volcán Chiles. Carchi tiene una extensión de 3604,33 Km<sup>2</sup> y su población alcanza un total de 164.524 habitantes.

La provincia del Carchi es un sector en donde la gran mayoría de sus habitantes se dedica a actividades de agricultura, por esta razón es considerada como la principal región productora de papa constituyéndose de esta manera en una de las zonas más óptimas para el cultivo de este alimento, todos los días son aptos para sembrar y cosechar este producto debido a que su clima es frío.

Al decir que la Provincia del Carchi es una zona papera no podía quedarse excluido el Cantón San Pedro de Huaca, en donde un gran número de sus habitantes se dedican a actividades de agricultura, dentro de ellas el cultivo de papa. Este cantón posee una extensión de 76,32 Km<sup>2</sup> y una temperatura promedio de 12° por lo que todos los días son aptos para la siembra y cosecha de este tubérculo. La mayoría de los agricultores comercializan este tubérculo a través de intermediarios, quienes imponen los precios del tubérculo en los mercados de Quito y Guayaquil. Los pequeños agricultores no pueden ir a vender su producto a las grandes ciudades debido al gasto que esto implica, en algunas ocasiones lo más conveniente es

vender los quintales de papa al precio que los intermediarios crean conveniente para no perder el producto y recuperar la totalidad de los costos o algo de ellos.

Los agricultores de la zona por el momento se encuentran en crisis por los altos costos de producción y bajos precios de comercialización del producto, esto se debe a que no existe una buena organización por parte de los agricultores. A pesar de que el cantón es gran productor de papa no cuenta con ninguna asociación de papi cultores y el precio del producto se establece de manera empírica perjudicando de esta manera todos los esfuerzos de los campesinos.

Fundamentalmente la propuesta se basa en la creación de una asociación de papi cultores y una microempresa de acopio, para que los agricultores puedan comercializar la producción de papa a un precio justo y alcanzar beneficios a los cuales no tienen acceso de forma individual. La idea del proyecto es innovadora ya que en esta zona la existencia de centros de acopio de este tubérculo es casi nula y con la implantación de este proyecto se beneficiara a muchas personas.

## **1.2. Objetivos Diagnósticos**

### **1.2.1. Objetivo General**

Realizar un diagnóstico situacional del cantón San Pedro de Huaca para determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto, mediante el uso de técnicas de investigación.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

- ✓ Establecer los aspectos geográficos del cantón en estudio, para conocer la situación actual del mismo, mediante información secundaria.
- ✓ Conocer los aspectos demográficos de San Pedro de Huaca para establecer características de la población, mediante el uso de información secundaria.



- ✓ Determinar el aspecto socio-económico de los agricultores para definir cuáles son sus principales problemas, por medio del uso de técnicas de investigación.

### **1.2.3 Variables**

- Aspecto geográfico
- Aspecto demográfico
- Aspecto socio económico

### **1.2.4 Indicadores**

- Historia
- Ubicación
- Extensión territorial
- Clima
- Población
- Crecimiento poblacional
- Densidad poblacional
- Educación
- Actividades económicas
- Pobreza
- Comercio fronterizo
- Forma de distribución
- Precio
- Variedad de papa

### 1.3. Matriz de relación diagnóstica

**Tabla 1**  
*Matriz de relación diagnóstica*

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>FUENTE</b>	<b>PÚBLICO META</b>
Establecer los aspectos geográficos del cantón San Pedro de Huaca.	Aspectos geográficos	• Historia	Bibliográfica	Secundaria	GAD San Pedro de Huaca
		• Ubicación	Bibliográfica	Secundaria	GAD San Pedro de Huaca
		• Extensión Territorial	Bibliográfica	Secundaria	GAD San Pedro de Huaca
		• Clima	Linkográfica	Secundaria	INAMHI
		• Variedad de papa			
Establecer los aspectos demográficos de San Pedro de Huaca.	Aspectos demográficos	• Población	Linkográfica	Secundaria	INEC
		• Crecimiento poblacional	Linkográfica	Secundaria	INEC
		• Densidad poblacional	Bibliográfica	Secundaria	GAD San Pedro de Huaca
		• Educación	Linkográfica	Secundaria	INEC
			Bibliográfica	Secundaria	GAD San Pedro de Huaca
Determinar el aspecto socio-económico de los agricultores de papa en el cantón San Pedro de Huaca.	Aspectos socio-económicos	• Actividades económicas	Linkográfica	Secundaria	INEC – MAGAP
		• Actividades agrícolas	Encuesta	Primaria	Agricultores
		• Pobreza	Encuesta	Primaria	Agricultores
		• Comercio Fronterizo	Documental	Secundaria	GAD San Pedro de Huaca
		• Comercialización	Bibliográfica	Secundaria	GAD San Pedro de Huaca
		• Fijación de precio	Documental	Secundaria	GAD Provincia del Carchi
	Encuesta	Primaria	Agricultores		
	Encuesta	Primaria	Agricultores		

Elaborado por: La autora  
Año: 2015

## 1.4. Mecánica Operativa

### 1.4.1 Identificación de la población

Según el censo realizado por el INEC 2010, el cantón San Pedro de Huaca cuenta con un total de 7624 habitantes, de los cuales el 62,5% se dedica a actividades de agricultura y ganadería. Pero según datos proporcionados por el GAD San Pedro de Huaca en la actualidad solo el 2,10% de la población se dedica constantemente al cultivo exclusivo de la papa. Para el cálculo de la población al año 2016 se ha tomado en cuenta el crecimiento poblacional del cantón que según el INEC es 1,23%.

#### **Crecimiento poblacional**

$$N_t = N_o (1+t)^f$$

Donde:

$N_t$  = Población final

$N_o$  = Población inicial

r = tiempo en años

t = tasa de crecimiento observada en el período

#### **Población San Pedro de Huaca 2016**

$$N_t = 7624 (1+0,0123)^6 = 8204 \text{ población actual}$$

#### **Agricultores y ganaderos del cantón San Pedro de Huaca**

$$8204 * 62,5\% = 5128 \text{ agricultores y ganaderos}$$

$$5128 * 2,10\% = 109 \text{ agricultores de papa}$$

### 1.4.2 Censo a los agricultores

Se realizó una encuesta dirigida a los productores de papa del cantón San Pedro de Huaca. No se procedió al cálculo de la muestra para obtener información mucho más relevante.

Para las 109 encuestas se ha seguido un registro de agricultores que existe en el GADPC San Pedro de Huaca, con la siguiente técnica de investigación se quiere determinar si los agricultores que se encuentran en dicho registro aún se dedican al cultivo de papa.

#### **1.4.3 Técnicas e instrumentos**

La técnica que se utilizó para el desarrollo de la presente investigación fue la entrevista, esta fue realizada a los agricultores de papa del cantón San Pedro de Huaca.

Los instrumentos utilizados para la recolección de información fueron los cuestionarios.

#### **1.4.4 Información primaria**

Para la presente investigación se realizó una encuesta dirigida a los agricultores del cantón, para conocer su situación actual.

#### **1.4.5 Información secundaria**

La información secundaria corresponde a la investigación bibliográfica obtenida de documentos del departamento de planificación estratégica del Gobierno Autónomo Descentralizado San Pedro de Huaca, así como de una búsqueda linkográfica hecha a las páginas oficiales del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia del Carchi y el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

## 1.5 Tabulación y análisis de la información

### 1.5.1 Encuesta dirigida a los agricultores de papa del cantón San Pedro de Huaca

#### 1. ¿Cuál es la actividad a la que usted se dedica?

**Indicador:** Actividades agrícolas

**Tabla 2**

*Actividades agrícolas*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Cultivo de papa	109	100%
Cultivo de arveja	0	0%
Otros cultivos	0	0%
<b>TOTAL</b>	109	100%

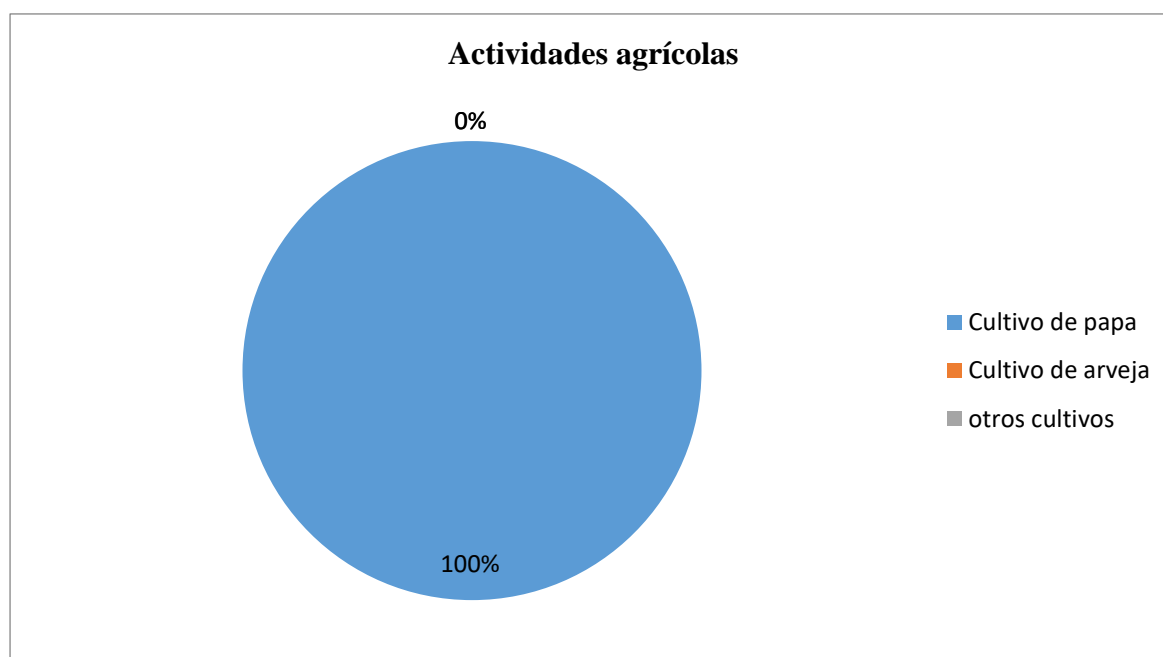
**Fuente:** Agricultores Huaca

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

**Gráfico N° 1**

*Actividades agrícolas*



**Fuente:** Agricultores Huaca

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

**Análisis:** Del total de los agricultores encuestados el 100% manifestó que se dedica al cultivo de la papa, también se dedican al cultivo de arveja pero solo para consumo de sus hogares.

## 2. ¿Cuáles son las variedades que más se cultivan?

**Indicador:** Variedades de papa

**Tabla 3**  
**Variedades de papa**

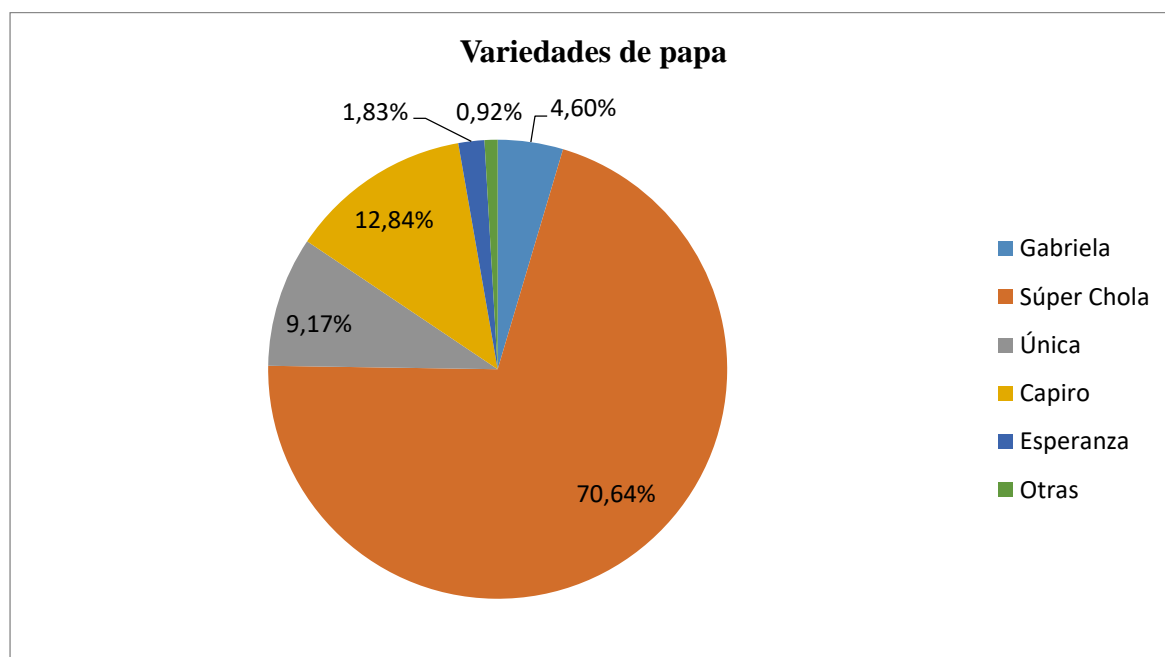
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Gabriela	5	4,60%
Súper Chola	77	70,64%
Única	10	9,17%
Capiro	14	12,84%
Esperanza	2	1,83%
Otras	1	0,92%
<b>TOTAL</b>	<b>109</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Agricultores Huaca

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

**Gráfico N° 2**  
**Variedades de papa**



**Fuente:** Agricultores Huaca

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

**Análisis:** Las variedades de papa que más prefieren cultivar los agricultores en un 70,64% súper chola, seguida de la capiro con 12,84%, la única 9,17% y la menos cultivada es la esperanza con un 0,92%

### 3. ¿La producción de papa usted la vende de forma?

**Indicador:** Forma de venta

**Tabla 4**  
*Forma de venta*

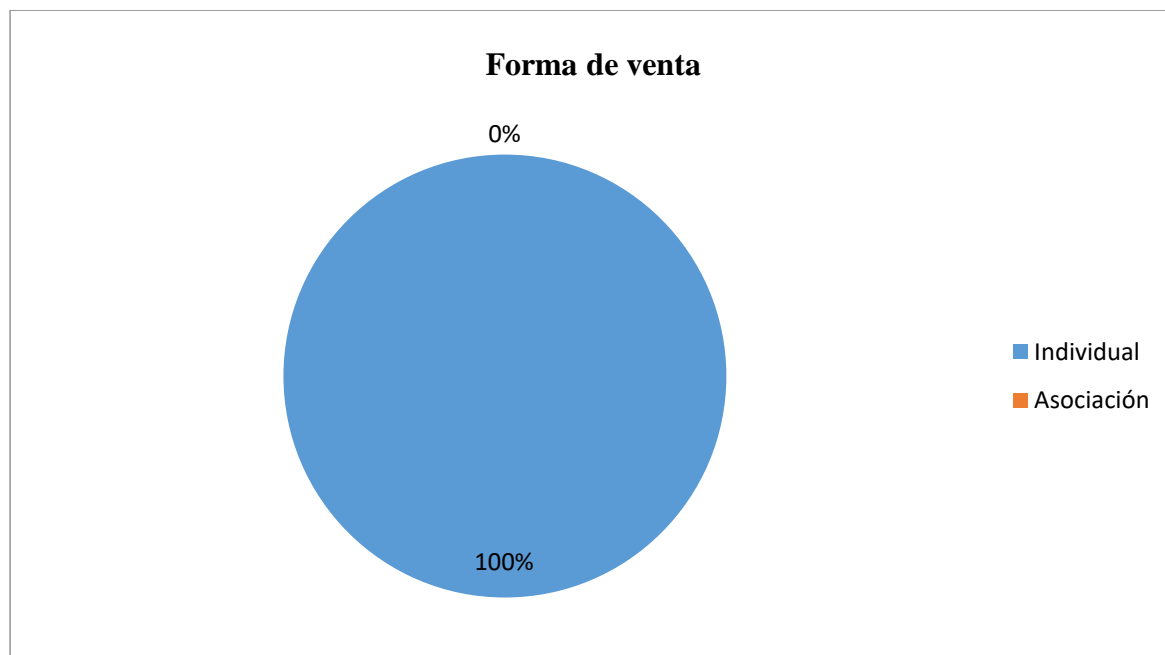
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Individual	109	100%
Asociación	0	0%
<b>TOTAL</b>	109	100%

**Fuente:** Agricultores Huaca

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

**Gráfico N° 3**  
*Forma de venta*



**Fuente:** Agricultores Huaca

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

**Análisis:** De la encuesta realizada, el 100% de los agricultores encuestados manifestó que la producción de papa que tiene cada uno de ellos la venden de forma individual, su venta no la realizan mediante ninguna asociación.



#### 4. ¿A quién vende usted el producto?

**Indicador:** Comercialización

**Tabla 5**  
*Comercialización*

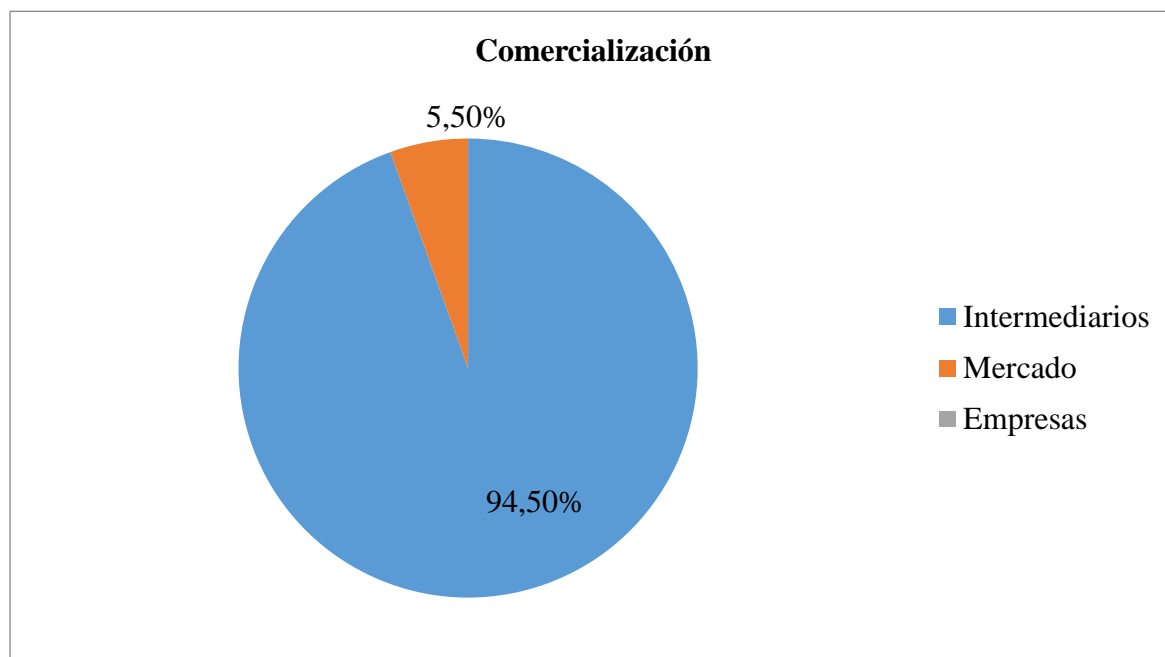
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Intermediarios	103	94,50%
Mercado	6	5,50%
Empresas	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>109</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Agricultores Huaca

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

**Gráfico N° 4**  
*Comercialización*



**Fuente:** Agricultores Huaca

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

**Análisis:** Del total de los agricultores encuestados el 94,50% manifestó que el producto lo vende a intermediarios y el 5,50% restante lo lleva directamente a los mercados mayoristas.

#### 4. ¿El precio de venta del producto por quién es fijado?

**Indicador:** Fijación de precio

**Tabla 6**  
*Fijación de precio*

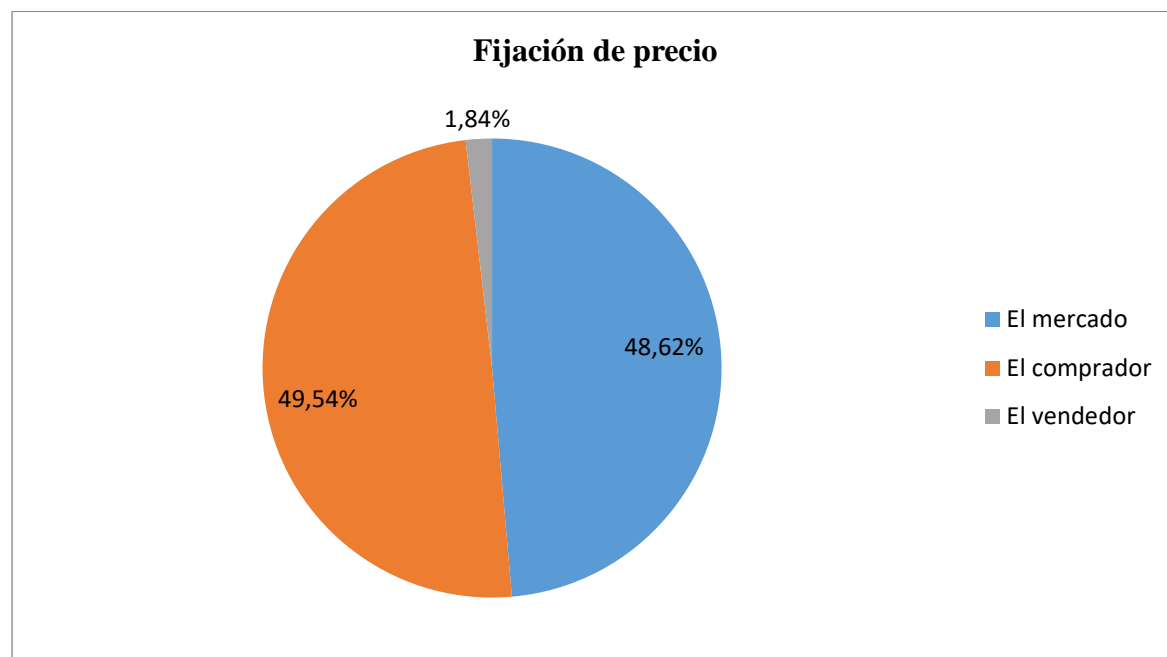
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
El mercado	53	48,62%
El comprador	54	49,54%
El vendedor	2	1,84%
<b>TOTAL</b>	109	100%

**Fuente:** Agricultores Huaca

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

**Gráfico N° 5**  
*Fijación de Precio*



**Fuente:** Agricultores Huaca

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

**Análisis:** Del total de los agricultores encuestados el 49,54% manifestó que el precio está determinado por el comprador, el 48,62% que el precio final lo establece el mercado y solo el 1,84% establece el precio el mismo agricultor.

## 5. ¿Cómo calificaría usted los productos agrícolas que usted ofrece?

**Indicador:** Calidad del producto

**Tabla 7**  
*Calidad del producto*

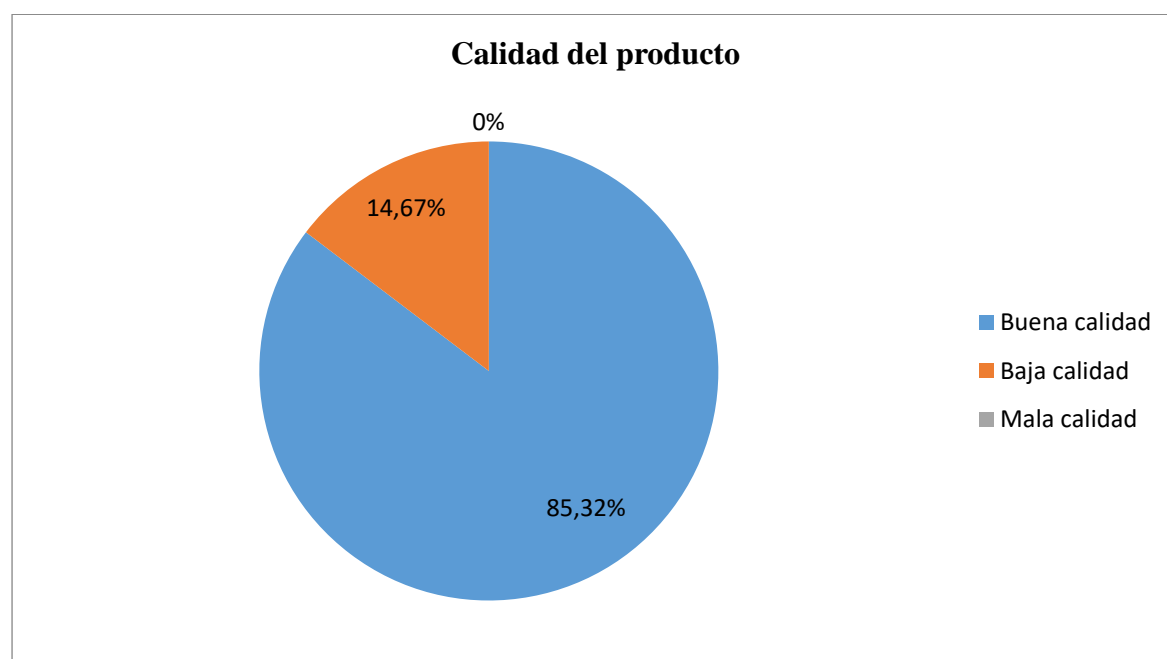
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Buena calidad	86	86%
Baja calidad	14	14%
Mala calidad	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Agricultores Huaca

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

**Gráfico N° 6**  
*Calidad del producto*



**Fuente:** Agricultores Huaca

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

**Análisis:** Un porcentaje considerable de los productores de papa manifestó que los productos que ellos brindan son de alta calidad y un menor número de agricultores respondió que sus productos son de calidad media.

## **1.5. Análisis de variables diagnósticas**

### **1.5.1. Aspectos geográficos**

#### **Antecedentes históricos de San Pedro de Huaca**

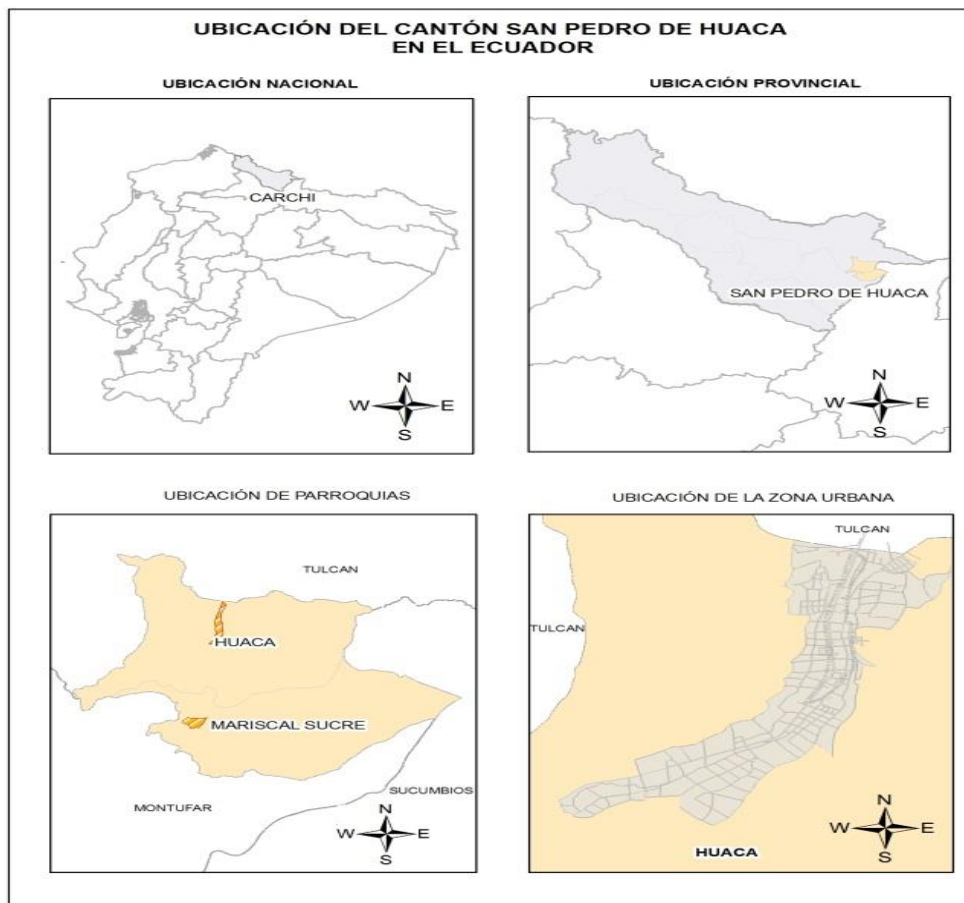
Huaca existe desde mucho antes de la conquista española realizada en 1492, en 1870 Huaca junto con las poblaciones de San Gabriel, Bolívar, El Ángel y Mira fueron parroquias que pertenecieron al cantón Tulcán y éste a la provincia de Imbabura, estuvo habitada por culturas pertenecientes a los períodos de desarrollo regional e integración (700/1534 d.C.), se ha confirmado que en este territorio existieron las llamadas fases Capulí, Piartal y Cuasmal y según la etimología el nombre de la región no es Huaca sino “Guacán”, que en lengua Pasto es Madre o Pueblo muy antiguo.

El Cantón San Pedro de Huaca es uno de los más jóvenes de la provincia del Carchi, fue creado el 8 de Diciembre de 1995 cuando Fabián Alarcón Rivera era presidente del Congreso Nacional Sixto Durán Ballén presidente constitucional de la República del Ecuador, solo en ese año se expidió el decreto de cantonización de la parroquia de Huaca, publicado en el registro oficial 838 que señala la creación cantón San Pedro de Huaca, cuya cabecera cantonal es Huaca y la Parroquia Mariscal Sucre. Decreto que luego del ejecútese correspondiente es publicado en el Registro Oficial del 8 de Diciembre de 1995.

## Ubicación Geográfica

### Gráfico N° 7

#### *Ubicación del Cantón San Pedro de Huaca*



Fuente: SENPLADES 2011

Año: 2015

- **Extensión:** 76,32 Km<sup>2</sup>
- **Ubicación:** Se encuentra localizada en la zona norte del país, en la provincia del Carchi, en la Hoya del río Chota, en las estribaciones de la cordillera oriental.
- **Coordenadas:** 00 38' 29" de Latitud Norte y 77 43' 35 de Latitud Oeste.
- **Densidad:** 109,61 hab/km<sup>2</sup>
- **Límites:**

Norte: Cantón Tulcán

Sur: Cantón Montufar

Este: Cantón Sucumbíos

Oeste: Cantón Tulcán

- **Clima:** La temperatura promedio es de 12°
- **Idioma Oficial:** Castellano
- **Parroquias:**

Urbana: San Pedro de Huaca

Rural: Mariscal Sucre

### **Extensión Territorial**

San Pedro de Huaca constituye uno de los seis cantones de la provincia del Carchi, pero es el más pequeño, está conformado por dos parroquias, una rural que es Mariscal Sucre y la parroquia urbana de Huaca, tiene una extensión de 76,32 Km<sup>2</sup>. Del total de 6952,22 (HA) que tiene el cantón 3431,48 (HA) corresponden a zonas preferenciales para desarrollo agrícola y ganadero, que representa el 49,3% del total de la superficie.

### **Clima**

Este cantón posee un clima frío con una temperatura promedio de 12,5°C, una mínima de 11,5°C y una máxima de 13,2°C por lo que se vuelve un territorio apto para la siembra y cultivo de la papa, en los meses de enero y febrero hay precipitaciones que superan los 60mm y agosto, septiembre y octubre son considerados los meses ecológicamente secos según el INAMHI.

### **Variedad de papa**

En el cantón San Pedro de Huaca debido al clima y la tierra fértil se puede cultivar un sinnúmero de variedades de este tubérculo, pero la variedad más cosechada es la súper chola debido a que resiste el almacenamiento por mucho tiempo y en cuestiones económicas es más costosa, en épocas de sobreproducción no baja el precio como la mayoría. La capiro es otra

alternativa y esta es al igual que la superchola se la utiliza para la industrialización, pero no se arriesgan a sembrar esta variedad porque no la consumen en el mercado en gran cantidad. La única también es otra opción debido a su alto rendimiento, pero más se la utilizo para el consumo familiar.

## **1.5.2. Aspectos demográficos**

### **Población**

La provincia del Carchi cuenta con un total de 164.524 habitantes y San Pedro de Huaca con 7624 habitantes que representa solo el 4% de la población total de la provincia. La mayoría de habitantes se encuentran concentrados en la cabecera cantonal con un total de 3.859 habitantes que representa un 50,62% en la parroquia Mariscal existe hay 1.357 habitantes que es el 17,8% y en la zona rural hay 2.408 personas que constituyen el 31,58% de la población total.

### **Crecimiento Poblacional**

San Pedro de Huaca ha tenido un crecimiento considerable de su población desde el año 2001 hasta el 2010 que es de 11,1%, según el INEC constituyéndose así como el segundo cantón con una alta tasa de crecimiento de la provincia después de Tulcán, tiene un crecimiento anual de 1,2% se encuentra sólo 0,7% debajo del promedio nacional que es de 1,9% demostrando que a pesar de ser pequeño brinda grandes oportunidades para la población.

### **Densidad Poblacional**

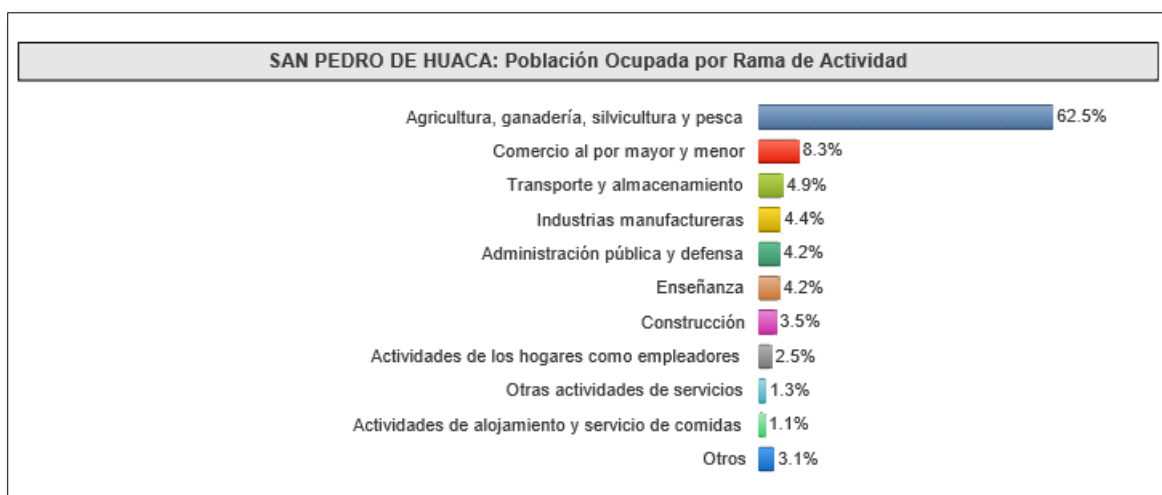
San Pedro de Huaca es el cantón más pequeño de la provincia del Carchi cuenta con un total de 7624 habitantes que representa solo el 4% de la población total de la provincia, se encuentran distribuidos en un área de 69,55km<sup>2</sup>, en donde la densidad poblacional es de 109,61 hab/km<sup>2</sup>, siendo esta 2,5 veces mayor la promedio de la provincia que es de 43,5hab/km<sup>2</sup>, esto indica que en este cantón siendo tan pequeño se concentra mucha población.

## Educación

En el ámbito educativo el 6,9% de la población mayor a 24 años no tiene instrucción formal, el 17,8% tiene instrucción secundaria, el 8% tiene educación superior y la mayor parte que es el 66,9% tiene instrucción primaria, por lo que el analfabetismo en el año 2010 en este cantón fue de 5,7%, cabe recalcar que la mayoría de analfabetos de este cantón son mujeres. En la actualidad la mayoría de la población tiene accesos por lo menos a los niveles medios de educación debido a programas que tiene el gobierno para disminuir en analfabetismo.

### 1.5.2 Aspectos socio-económicos

#### Gráfico N° 8 Actividades Económicas



**Fuente:** Agricultores Huaca  
**Año:** 2015

De esta manera el sector que representa mayor participación en la economía es el sector primario, la principal actividad económica del cantón es la agricultura y ganadería; siendo muchos productos importantes para la economía de los campesinos, así es el caso de la papa, haba, maíz, cebolla blanca, arveja.



## **Actividades agrícolas**

La papa es un cultivo de gran importancia económica en el cantón y en la provincia, por su contribución en la alimentación humana y por su creciente demanda para la elaboración de alimentos de consumo. Todos los encuestados manifestaron que la actividad agrícola que más realizan es el cultivo de papa, porque este grupo de encuestados consta en un registro en el GAD San Pedro de Huaca.

Según el GAD San Pedro de Huaca en la actualidad solo el 2,10% de la población se dedica al cultivo de papa, ya que a pesar de que la gente posee terrenos para realizar actividades agrícolas prefiere arrendar sus terrenos para ganadería, ya que los ingresos que perciben por sus cultivos en algunas temporadas no cubren el pago de insumos del cultivo de productos agrícolas, esto se debe a que los productores de papa por lo general no se encuentran organizados o asociados y venden sus productos a los intermediarios que pagan los precios que a ellos más les conviene, porque ellos tienen que cubrir costes de transporte para que el producto llegue a los mercados mayoristas.

## **Pobreza**

Del total de los habitantes del cantón San Pedro de Huaca el 81,86% residen en la cabecera cantonal, de los cuales 1287 viven en condición de pobreza extrema por necesidades básicas insatisfechas (NBI) Y 2523 personas en pobreza no extrema por NBI, lo mismo pasa con su parroquia rural Mariscal Sucre en donde hay 1383 habitantes en donde el 28,92% se encuentra en pobreza extrema por NBI Y el 46,93% se encuentra en pobreza no extrema por NBI.

Para satisfacer las necesidades básicas algunas personas reciben el bono de desarrollo humano, suman alrededor de 1247 beneficiarios de los cuales 723 son madres solteras, 457 adultos mayores, 48 personas con discapacidad y 19 menores de edad con discapacidades. Esta

ayuda se convierte en una dependencia para estas personas que representan el 16,34% de la población total del cantón.

### **Comercio Fronterizo**

El comercio del Carchi se sustenta principalmente en el comercio fronterizo con el departamento de Nariño de Colombia. En la actualidad existe contrabando de productos, a pesar de existir los respectivos controles por parte de las autoridades existe mucho comercio ilegal sobre todo de productos como la papa, granadilla, naranja, cebolla, entre otros.

### **Forma de comercialización**

Los agricultores del cantón venden su producto de manera individual a intermediarios, ellos son los que se encargan de llevar el producto a los mercados mayoristas, viéndose afectados de esta manera los agricultores que reciben por el tubérculo el precio que los intermediarios decidan. Los agricultores no pueden ir a vender su producto directamente a los mercados por el costo de transporte y comida.

### **Precio y calidad**

La producción es constante a lo largo del año, la calidad de la papa de la mayoría de los agricultores es de alta calidad, es gruesa y sin ninguna enfermedad, los agricultores que cultivan para consumo familiar cultivan papa delgada por eso manifestaron que la papa es de baja calidad. A pesar de que el producto es de buena calidad los precios son impuestos por los vendedores que en este caso son los intermediarios. Cuando hay sobreproducción el precio lo pone el mercado, los intermediarios pagan un precio relacionado al precio que impone el mercado y muy pocos agricultores son los que establecen el precio justo en relación a los costos invertidos para su producción, en algunas ocasiones los agricultores no pueden cubrir ni los costos de producción y pierden mucho dinero.

## 1.6 Matriz AOOR (Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos)

**Tabla 8**  
**Matriz AOOR**

<b>Aliados</b>	<b>Oponentes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Suelos aptos para el cultivo agrícola debido a la humedad que presentan y el clima es frío a lo largo del año.</li> <li>- Ubicación geográfica estratégica de la microempresa, corresponden a zonas preferenciales para desarrollo agrícola.</li> <li>- Agricultores capacitados en conocimientos referentes al cultivo de papa, y su experiencia.</li> <li>- La microempresa asegurará la compra del producto.</li> <li>- Alta productividad del suelo, debido al clima frío y lluvioso.</li> <li>- Vías de comunicación en estado adecuado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existen muchos intermediarios como competencia que se dedican a comercializar este producto.</li> <li>- Escasos procesos técnicos previos al cultivo de la papa, debido a que no existe la ayuda por parte de las autoridades.</li> <li>- Fluctuación del precio de la papa en el mercado debido a la sobreproducción.</li> <li>- Ingreso de papa de vecino país de Colombia a un precio más bajo.</li> <li>- Falta de experiencia para administrar este tipo de actividad.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Riesgos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aceptabilidad de la microempresa en el mercado porque en la provincia no existen microempresas de este tipo que acopien el producto.</li> <li>- Disponibilidad de mano de obra para laborar en la microempresa porque no existe estabilidad laboral.</li> <li>- Financiamiento total o parcial que otorga el estado por parte de instituciones financieras a pequeñas y medianas empresas como parte del programa Progresar.</li> <li>- Existencia de industrias dedicadas a la elaboración de snacks a base de papa.</li> <li>- Exoneración del pago del 100% de impuesto a la Renta por ser declarada como zona deprimida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Enfermedades y plagas que se presentan en el cultivo a lo largo del año.</li> <li>- Factores climáticos variables, en enero y febrero hay precipitaciones y agosto, septiembre y octubre meses secos.</li> <li>- Variación de los precios del producto en el mercado ya que no existe un control por parte de las autoridades.</li> <li>- Las industrias no comprenden el producto, existe poca demanda debido a la sobreproducción del producto.</li> <li>- Incremento en los precios de los insumos para el cultivo de papa.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

## 1.7 Matriz de cruces estratégicos

**Tabla 9**

***Matriz de cruces estratégicos***

<b>Aliados vs Oportunidades</b>	<b>Oponentes vs Oportunidades</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La experiencia y el clima favorecen al cultivo de la papa</li> <li>2. Financiamiento y la exoneración de impuestos permitirán crecer a la empresa.</li> <li>3. Dar mantenimiento a las vías tanto internas como externas para mantener su estado buen estado.</li> <li>4. La existencia de industrias de snacks garantizará la compra del producto.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reclutar agricultores con capacidades específicas que aporten al crecimiento de la microempresa.</li> <li>2. Capacitar a los agricultores para tener un proceso tecnificado, mejorar sus conocimientos.</li> <li>3. Buscar ayuda de las autoridades para que no ingrese papa del vecino país de Colombia.</li> </ol>
<b>Oponentes vs Riesgos</b>	<b>Aliados vs Riesgos</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar publicidad para impulsar el producto y dar a conocer sus beneficios.</li> <li>2. Los procesos no son tecnificados, por lo que se debe realizar capacitaciones para mejorar el cultivo y mejorar las condiciones de vida de los trabajadores.</li> <li>3. Capacitar a los agricultores para que usen insumos correctos en el cultivo y no tengan ninguna enfermedad las papas.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Incorporar a las personas con experiencia en el cultivo para que sean parte de la microempresa.</li> <li>2. Incentivar a las personas que se dediquen a la agricultura de otros productos a formar parte de la microempresa</li> <li>3. Contratar personal brindando los beneficios de ley para mejorar su economía.</li> </ol>

**Fuente:** Diagnóstico situacional

**Elaborado por:** La autora

## 1.8 Identificación de la Oportunidad de la Inversión

En base a la información recopilada en el diagnóstico situacional se puede destacar que el Cantón San Pedro de Huaca es un sector eminentemente agrícola, sus habitantes se dedican al cultivo de papa y viven de esta actividad.

El principal problema radica en que ellos no tienen a donde vender su producto porque no tienen los medios para dirigirse a los mercados mayoristas a ofrecer su producto y lo comercializan a través de los intermediarios quienes pagan precios que les conviene a ellos

para obtener gran utilidad, en algunos casos los pequeños agricultores ni siquiera recuperan los costos en que incurrieron para el cultivo de dicho tubérculo.

El proyecto es factible para ser implantado debido a que existe gran cantidad de proveedores de papa y empresas dedicadas a la elaboración de snacks de papas fritas que adquirirán el producto. Además el proyecto favorecerá a varias familias del sector, puesto que el cultivo de papa es en algunos hogares su fuente principal de ingresos.

Con este proyecto también se busca reactivar el sector comercial del cantón que en los últimos años ha disminuido, de igual manera es una alternativa que promueve el fomento productivo y desarrollo agrícola ya que no existe ninguna empresa en toda la provincia que se dedique a esta actividad a pesar de ser una provincia eminentemente agrícola y papera.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1 La papa

(Lujan, 2008) manifiesta:

La papa o patata (*Solanum tuberosum*) es una planta perteneciente a la familia de las solanáceas originaria de Sudamérica y cultivada por todo el mundo por sus tubérculos comestibles. Fue domesticada en el altiplano andino por sus habitantes hace unos 7000 años, y más tarde fue llevada a Europa por los conquistadores españoles como una curiosidad botánica más que como una planta alimenticia. Su consumo fue creciendo y su cultivo se expandió a todo el mundo hasta convertirse hoy día en uno de los principales alimentos para el ser humano.

En la actualidad el consumo de la papa se ha extendido por todo el mundo, en nuestro país la papa es un producto que se consume a diario sobre todo en la región Sierra, es utilizado en los diferentes platos de comida debido a que el sabor de este tubérculo es único e incomparable.

##### 2.1.1 Origen

(Alonso Arce, 2010) menciona:

Se acepta en la actualidad que las primeras variedades silvestres de papa crecieron en la costa chilena, hace cerca de 13.000 años, mucho antes del desarrollo de la agricultura. La abundancia de especies nativas en los Andes sugiere que esta planta “viaja” a estas tierras en forma muy rápida. De todas maneras, se considera todo un record que hace 8.000 años ya pobladores andinos hubieran domesticado la papa. Según estudios lo más probables que donde primero se cultivó la patata fue en la región del lago Titicaca, al

norte de Bolivia y en las altas mesetas de la cordillera de los Andes. Según los documentos arqueológicos y etnológicos disponibles, las poblaciones andinas al Sur de Perú y al norte de Bolivia empezaron a comer patatas silvestres de 3.000 a 4.000 años antes de nuestra era. La papa no dejó de ser considerada como una curiosidad botánica para pasar a ser un cultivo normal hasta mediados del siglo XVIII a pesar que en Sudamérica era una planta cultivada normalmente.

La papa es un producto de la agricultura que se originó hace miles de años atrás, en la actualidad este tubérculo ya no es considerado una curiosidad botánica, es cultivado en algunos países de Sudamérica para el consumo humano, en Ecuador su cultivo se lo realiza en la región Sierra debido a que el clima es apto para realizar estas actividades de agricultura.

### **2.1.2 Valor Nutritivo de la papa**

(Alonso Arce, 2010) dice:

La patata es un tubérculo cuyo valor nutritivo ha sido subestimado. La gente la considera como un alimento nutritivamente pobre. La patata aporta más nutrientes que energía al organismo, la papa es:

- Una fuente de vitaminas, proveyendo cerca del 40% de la dosis recomendada para la vitamina C.
- También contiene vitaminas del complejo B.
- Rica en algunos minerales, como el potasio, además de contener pequeñas cantidades de magnesio y hierro.
- Una fuente de fenoles, compuestos que pueden tener un papel importante en la salud.
- Virtualmente libre de grasa.
- Casi libre de azúcares solubles.

- De baja densidad energética; la planta llena con muy pocas calorías. Una toma diaria de 150-300 gr de papa proporciona solo el 4% y el 8% de las calorías requeridas por un adulto.
- Rápidamente digerible por contener una fuente de fibra.
- Una fuente de proteína de alta calidad, aunque sea deficiente en metionina, aminoácido esencial. (p.32)

**Tabla 10**  
**Valor nutricional de la papa**

Papa	
Valor nutricional por cada 100 g % CDR diaria para adultos.	
<b>Agua</b>	77,4 gr.
<b>Calorías Kcal</b>	86 Kcal
<b>Grasas</b>	0,10
<b>Hidratos de carbono</b>	20 gr.
<b>Fibra</b>	2 gr.
<b>Potasio</b>	328 mg
<b>Fósforo</b>	40 mg
<b>Magnesio</b>	20 mg
<b>Calcio</b>	8 mg
<b>Vitamina C</b>	7,4 mg
<b>Vitamina A</b>	0,15 mg
<b>Vitamina B6</b>	0.26 mg
<b>Niacina</b>	1,3 mg
<b>Ácido Fólico</b>	9 mg

Fuente: [www.agroecuador.com](http://www.agroecuador.com)  
Elaborado por: **La Autora**  
Año: **2015**

Los componentes nutricionales que tiene la papa son muy importantes en la presente investigación porque con ellos se puede respaldar el acopio y comercialización de este tubérculo ya que representa un alimento para nuestro cuerpo, para la comercialización se debe destacar los beneficios del cuadro anterior.



### **2.1.3 Propiedades de la papa**

(Alonso Arce, 2010) menciona:

“Los fenoles presentes en la patata tienen los siguientes efectos sobre la salud”

#### **Actividad antioxidante**

“Los compuestos fenólicos de la patata muestran una fuerte actividad antioxidante, especialmente los que están presentes en su piel.”

#### **Propiedades anticancerígenas**

“El ácido clorogénico es un compuesto encontrado en la patata. Su ausencia ha sido considerada como que influye en algunos procesos envueltos en la iniciación del cáncer.”

#### **Propiedades reductoras de glucosa**

“Los fenoles de la patata, legumbres y cereales, se ha demostrado que reducen los niveles de glucosa presentes en la sangre, según estudios realizados sobre alimentos diabéticos y no diabéticos.”

#### **Propiedades diuréticas**

“Se puede utilizar para problemas de litiasis renal, cistitis e inflamación de próstata.”

#### **Efectos sobre el colesterol**

Pruebas de laboratorio han dado como resultado que el ácido clorogénico otros fenoles tienen una fuerte actividad antioxidante sobre lipoproteínas que se relacionan directamente con enfermedades cardíacas. Otros estudios realizados con ratas muertas muestran como el consumo de piel de patata redujo los niveles de colesterol en la sangre.

Estas son las propiedades que brinda el consumo de papa para la salud de las personas, esto no es muy bien conocido por las personas que consumen en sus platos diarios este

tubérculo, pero como podemos observar se han realizado estudios científicos para demostrar estas propiedades.

#### **2.1.4 Almacenaje**

(Alonso Arce, 2010) menciona:

Un tubérculo de papa es una parte viva del talo que contiene gran cantidad de agua. Como todo ser vivo tiene unas necesidades ambientales para mantener los procesos vitales; el tubérculo respira es decir consume el oxígeno necesario en las reacciones químicas que se producen en su interior. A temperaturas entre 3° C y 5° C la respiración del tubérculo es muy débil y además a estas temperaturas tanto el desarrollo de hongos como el de bacterias suele ser mínimo por lo que la patata se conserva bien durante mucho tiempo a estas temperaturas.

Está demostrado que en las patatas almacenadas a las temperaturas citadas de 3°C y 5° C aumenta el contenido de azúcares reductores se debe principalmente el color oscuro de las papas fritas tanto prefritas congeladas o french fries como fritas en hojuelas o chips, por lo que las patatas que se van a destinar a la preparación de estos productos deben ser conservadas a una temperatura más alta entre 7° C y 10 °C.

Ningún almacenaje puede mejorar la calidad del producto que se recolecta en el campo, pero se pueden hacer muchas cosas para mantener el producto en las mejores condiciones, para el acopio de la papa es muy importante conocer el ° C a los que se va almacenar este producto ya que como se ve, la temperatura de conservación tiene que adaptarse por completo al destino del producto.

### 2.1.5 Requisitos para hacer un buen almacenaje

(Alonso Arce, 2010) señala que:

Para almacenar patata correctamente, además de hacer todas las labores y tratamientos necesarios durante el cultivo, se deben seguir los siguientes consejos:

- Efectuar la recolección con tierra húmeda.
- No arrancar, cargar ni almacenar patatas con lluvia.
- Procurar no arrancar con temperaturas altas ni a menos de 8°C.
- Arrancar cuando los tubérculos estén maduros.
- Cuando carguemos remolques o camiones, utilizar una rampa de goma u otros materiales amortiguadores.
- No dejar las patatas expuestas al sol.
- Evitar caídas bruscas de los tubérculos de más de 30 cm. de altura.
- Almacenar papa seca, sin tierra, sana y completamente curada.
- Evitar la iluminación en el almacén para que no se produzca verdeo en los tubérculos.
- No apilar a más de 3,5 metros de altura.

Hay que seguir todas estas recomendaciones para almacenar el tubérculo de una manera adecuada, ya que el producto debe estar en las mejores condiciones para su comercialización y este requisito es mucho más importante en la papa destinada a ser procesada industrialmente.

## 2.2 Asociación

(Chicharro & Mar, 2010) indica que: *“Las asociaciones son la respuesta formal al deseo de un grupo de individuos de articular sus intereses comunes” (p.17)*

Las asociaciones son de agrupación voluntaria de personas que persiguen un mismo fin, estas en la actualidad son una tendencia económica del siglo XXI, es mejor asociarse para comercializar los productos a un precio justo y de esta manera evitar pérdidas.

### **2.2.1 Asociación de agricultores**

(Agroecuador, 2014) establece en su sitio web que: *“La Asociación de agricultores se encarga de agrupar personas que están dedicadas al cultivo de productos agrícolas con el fin de reactivar el sector agrícola, tiene como pilar fundamental la protección de los intereses de los cultivadores y el fomento de la cooperación y la asistencia mutua entre ellos.”*

La asociación de agricultores es muy importante ya que de esta manera se comercializan los productos a un precio que pueda cubrir los costos de producción, sin la necesidad de tantos intermediarios para llegar al consumidor final, en el caso de agricultores de papa la asociación es más importante porque al momento de vender en los mercados mayoristas existe una gran volatilidad de precios.

### **2.2.2 Beneficios de una asociación de agricultores**

(Agrícolas, 2011) Según su sitio web menciona que: Los principales beneficios son:

- Asistencia técnica por parte de las autoridades
- Creación de plazas de trabajo
- Mayor posibilidad de ingresos
- Comercio Justo
- Reducir migración interna
- Buen vivir

En la actualidad las asociaciones son creadas con la finalidad de ayudar a mejorar la producción y el producto, su principal objetivo es mejorar el precio del producto a través de

la comercialización colectiva, como podemos observar la asociación brinda algunos beneficios entre los más importantes el comercio justo.

## **2.3 La microempresa**

(Aguirre, 2008) menciona que: *“se entiende por micro empresa a la unidad económica operada por personas naturales, jurídicas o de hecho, formales o informales.”* (p. 18)

Las microempresas son un mercado de trabajo que generan empleo y ayudan al desarrollo del país, no importa si son conformadas por una sola persona o más, por lo general son generadas por personas emprendedoras que brindan un producto o servicio.

### **2.3.1 Características**

(Aguirre, 2008) manifiesta que la microempresa tiene las siguientes características:

- “Actividades de producción, comercio o servicios, en los subsectores de alimentos, cerámico, confecciones, entre otros.
- Actividades de autoempleo que tengan hasta 10 colaboradores.
- Actividades con un capital de trabajo de hasta veinte mil dólares, que no incluyan inmuebles y vehículos que sean herramientas de trabajo.” (p. 18)

### **2.3.2 Ventajas**

(Carrilo, 2011) en su sitio web menciona las siguientes ventajas

- “Generación de empleos
  - Fomento de la innovación
  - Satisfacción de las necesidades de las grandes compañías
  - Ofrecimiento de bienes y servicios especializados
  - Posee una gran capacidad de transformación ya que su estructura no es rígida.”
- (p.122)

### **2.3.3 Desventajas**

(Carrilo, 2011) en su sitio web indica las desventajas de una microempresa:

- “Las posibilidades de financiamiento no son tan accesibles como las de las grandes empresas.
- La tecnología utilizada no es la más actualizada.
- En ocasiones sus integrantes carecen de conocimiento y técnicas para una productividad más eficiente.
- La producción por lo general se dirige sólo al mercado interno.” (p.123)

## **2.4 Marco Legal**

### **2.4.1 Persona Natural**

(S.R.I, 2015) en su sitio web establece que:

Son todas las personas nacionales o extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: tener ingresos menores a \$100000 o iniciar con un capital de trabajo menor a los \$60000 o sus costos o gastos hayan sido mayores a \$80000 si es el caso de sobrepasar los montos tendrán la obligación de llevar contabilidad. Debe declarar el IVA y el IR formulario 102A si sobrepasa la base imponible establecida para cada año, la declaración se la realiza de manera semestral formulario 104A porque el producto se lo comercializa en estado natural y tiene 0% de IVA.

Cualquier persona puede realizar actividades económicas pero tiene que tener capacidad legal para ejercer el comercio y sobre todo cumplir con todos los requisitos, en este caso el SRI, mientras no supere los montos establecidos puede ser considerada persona natural no obligada a llevar contabilidad.

## **2.4.2 Registro Único de contribuyentes**

(S.R.I, 2015) menciona en su sitio web que:

El Registro Único de Contribuyentes conocido por sus siglas como RUC corresponde al número de cédula más 001 al final. Este número identifica a las personas naturales que realizan una actividad económica de manera legal y se lo puede obtener en cualquier oficina del SRI adjuntando los requisitos establecidos. Para el caso de personas extranjeras que no tienen cédula, se les entregará un número de RUC autogenerado. El RUC contiene una estructura que es validada por los sistemas del SRI y de otras entidades que utilizan este número para diferentes procesos.

El RUC es un documento indispensable que se obtiene en el SRI para poder dar inicio a cualquier actividad económica, este es muy importante ya que de esta manera se puede rendir cuentas al Estado a través del pago de tributos.

## **2.5 Estudio de mercado**

(Baca Urbina G. , 2010) menciona: *“Con el nombre de estudio de mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”*. (p.7)

El estudio de mercado ayuda a obtener información precisa y relevante de proveedores, clientes potenciales, precio, entre otros aspectos, estos datos van a proporcionar un buen o mal resultado del proyecto que se lleva a cabo.

### **2.5.1 Segmentación del mercado**

(Martínez Sánchez & Jiménez, 2010) manifiesta que: *“La segmentación de mercado se basa en el principio de que el mercado está compuesto por segmentos de población que, por diversas circunstancias, participan de necesidades y deseos comunes. La técnica de*

*segmentación consiste en aislar estos segmentos o colectivos en función de una o varias necesidades, con el fin de convertirlos en el blanco de una acción comercial, lo que garantiza la eficacia de las ventas.” (p.192)*

Las segmentaciones se realizan en razón de diversas variables como edad, sexo, estado civil, número de hijos, ingresos, profesión, nivel cultural, clase social, entre otras para luego proceder a elaborar una encuesta para conocer sus necesidades y satisfacerlas.

### **2.5.2 Demanda**

(Baca Urbina G. , 2010) afirma: *“se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (p.17)*

Es la compra de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a diferentes precios en el mercado para satisfacer sus necesidades.

### **2.5.3 Oferta**

(Baca Urbina G. , 2010) *“oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes, está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (p. 47)*

En relación a lo mencionado anteriormente la oferta es el número de unidades de un producto o un servicio que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio y tiempo determinado.

### **2.5.4 Factores determinantes de la oferta**

(Fernandez & Quintero, 2010) nos indican que “algunos de los factores determinantes de la oferta son:

- ✓ Número de empresas del sector industrial.
- ✓ Capacidad productiva de las empresas existentes.



- ✓ Costo de los factores de producción.” (p. 47)

Para que un productor lance al mercado un nuevo producto o servicio tiene que tomar en cuenta como principal factor la competencia porque puede ser que esta abarque todo el mercado al que se quiere entrar, de igual manera hay que tomar en cuenta los costos de todos los factores que intervienen en la producción de un bien

### **2.5.5 Producto**

(Martínez Sánchez & Jiménez, 2010) afirma: “Puede definirse el producto como cualquier bien que proporciona una satisfacción deseable por los consumidores” (p.41).

El producto no es cualquier cosa que se fabrique, debe ser útil y deseado por un segmento de mercado que tenga dinero para comprarlo.

### **2.5.6 Precio**

(Baca Urbina G. , 2010) “el precio es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio cuando la oferta y la demanda está en equilibrio” (p. 48)

El precio es un aspecto determinante al momento de adquirir un bien o servicio, en algunos casos la cantidad monetaria es establecida por el productor, el mercado, el gobierno, la competencia, entre otros

### **2.5.7 Factores determinantes para el precio**

Según (Córdoba, 2011) el precio de venta depende de:

- ✓ Elasticidad- precio de la demanda
- ✓ Concepto de la mercadotecnia de la empresa.
- ✓ Estructura del mercado en cuanto a oferta y número de consumidores.
- ✓ Fijación de precios oficiales.
- ✓ Tipo y naturaleza del mercado y sistema de distribución.

- ✓ Estructura de los costos de operación.
- ✓ Margen de rentabilidad esperada. (p. 77)

### **2.5.8 La Distribución**

(Córdoba, 2011) afirma “La distribución es la transferencia de un bien o servicio del productor al consumidor o usuario industrial. Las decisiones sobre el canal de distribución o comercialización se encuentran entre las más importantes que debe tomar la administración, pues afectan de manera directa todas las demás decisiones de mercadotecnia.” (p.78)

La distribución de bienes o servicios juega un papel muy importante dentro de las empresas ya que mediante esto la empresa llega con su producto hasta el cliente o en algunos casos al consumidor final.

### **2.5.9 Canales de distribución**

(Puentes, 2011) describe que: “Los canales de distribución son todos los medios de los cuales se vale la mercadotecnia para hacer llegar los productos hasta el consumidor en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos. Son las distintas rutas o vías que la propiedad de los productos toma para acercarse cada vez más hacia el consumidor o usuario final de dichos productos.” (p.79)

Los canales de distribución son un camino que siguen los productos o servicios para llegar hasta el consumidor final en las cantidades solicitadas y al precio más conveniente para ambas partes.

## **2.6 Ingeniería del proyecto**

(Orozco & Jesús, 2013) afirma que: “En el estudio técnico se determina si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido; para ello es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos, recursos humano, entre otros” (p.23)

El estudio técnico es también conocido como ingeniería del proyecto, aquí es necesario identificar todos los factores que se van a utilizar para la elaboración del producto o prestación de servicios, desde la materia prima hasta la tecnología.

### **2.6.1 Localización del proyecto**

(Orozco & Jesús, 2013) manifiesta que: “La localización del proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Lo ideal es que a la hora de tomar la decisión de seleccionar el sitio en donde se debe construir la obra civil de la futura empresa, éste no esté condicionado, es decir que se puedan tomar en consideración elementos como vías de comunicación, servicios de transporte, servicios públicos, mercado de materias primas.” (p.23)

La localización del proyecto es muy importante porque hay que tomar en cuenta de que lugar son los proveedores, vías de comunicación para que se pueda realizar de manera correcta la compra de materia prima y venta del producto, además antes de construir la obra se debe tomar en cuenta si el sitio cuenta con todos los servicios básicos.

### **2.6.2 Macro localización**

(Orozco & Jesús, 2013) dice que: “La macro localización tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales, basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, y debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto.” (p.24)

La macro localización se refiere al lugar en donde va a estar la microempresa pero en términos generales como país, en este caso Ecuador y la región Sierra, aquí no se determina las direcciones exactas del lugar de la creación de la obra.

### **2.6.3 Micro localización**

(Orozco & Jesús, 2013) afirma que: “La micro localización abarca la investigación y comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad, considerando algunas variables, en un mayor detalle (costos de terreno, facilidades de acceso a servicios públicos, facilidades administrativas o legales, etc.). Cuando se hace el estudio a nivel de perfil, basta con identificar la zona para efectos de localización. (p.25)

Aquí se establece la dirección exacta de la microempresa, la ciudad, sus calles, además se debe considerar variables como por ejemplo si el sitio consta con todos los servicios básicos, los costos del terreno, entre otros aspectos que serán identificados con el desarrollo del presente proyecto.

### **2.6.4 Determinación del tamaño óptimo**

(Orozco & Jesús, 2013) “hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimo. La definición del tamaño debe adecuarse a la naturaleza de cada proyecto.” (p.25)

## **2.7 Organización**

(Córdoba, 2011) dice que: “La organización es la institución en la que las personas se unen en sus esfuerzos, realizando tareas complejas, para lograr objetivos comunes (individuales y colectivos). Tiene que ver con el ambiente donde se desarrollará el proyecto, la autoridad, los mecanismo de coordinación y los principios con los que se debe regir:” (p.158)

La organización ayuda a facilitar el uso de todos los recursos, tanto individual como colectivamente, pero siempre siguiendo metas y objetivos organizacionales.

### **2.7.1 Estructura Administrativa**

(Córdoba, 2011) establece que: “En toda actividad organizada se plantea una división del trabajo y una coordinación de esas tareas para llegar al trabajo final. Todo esto nos lleva a distribuí, asignar y coordinar las tareas dentro de la organización.” (P.168)

La estructura administrativa establece un sistema de papeles que deben desarrollar todos los miembros o integrantes de una entidad para trabajar juntos de forma óptima y se alcancen las metas establecidas por la empresa.

### **2.7.2 Organigrama**

(Córdoba, 2011) afirma: “Un organigrama es el diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del organismo. Representa una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para conocer su estructura general.” (p.169)

El organigrama es una herramienta muy importante en la estructura organizacional porque permite observar cómo se encuentra distribuida la empresa, que departamentos tiene y las líneas de poder para que exista un adecuado trabajo sin duplicidad de funciones.

### **2.7.3 Requisitos de un organigrama**

(Córdoba, 2011) Entre éstos se encuentran

- ✓ Los organigramas deben ser, ante todo, muy claros, se recomienda que no contengan un número excesivo de cuadros y de puestos.
- ✓ No deben comprender ordinariamente a los trabajadores o empleados.
- ✓ Deben contener nombres de funciones y no de personas.
- ✓ Pueden presentar un número muy grande de elementos de organización.

## **2.8 Evaluación Financiera**

(Córdoba, 2011) menciona “El estudio de evaluación económica financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable”. (p.231)

### **2.8.1 Estado de Situación Financiera**

“Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un tiempo dado”. (Zapata, 2011, pág. 63)

Es el estado financiero de donde parte toda organización, específica que es o que tiene la empresa, cuáles son las deudas con terceros y el patrimonio con el que cuenta la empresa en un periodo determinado que por lo general es un año.

### **2.8.2 Inversiones del proyecto**

(Córdoba, 2011) manifiesta que: “Las inversiones del proyecto comprenden inversión inicial constituida por todos los activos fijo tangibles e intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo”. (p.19)

Para dar inicio a un proyecto siempre hay que tener terrenos, edificaciones, maquinaria, gastos de estudio, permisos municipales, entre otras cosas y de igual forma lo que no puede faltar es el capital de trabajo que servirá para cualquier imprevisto que se suscite dentro de la organización.

### **2.8.3 Inversión fija**

(Córdoba, 2011) afirma que: “Los activos tangibles están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc.” (p. 191)

#### **2.8.4 Inversión diferida**

(Córdoba, 2011) establece que: “Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, puesta en marcha estructura organizativa, etc.” (p.192)

#### **2.8.5 Depreciación y Amortización**

(Baca Urbina, 2010) menciona que: “El término depreciación tiene exactamente la misma connotación que amortización, pero el primero sólo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos; es decir, se deprecian; en cambio, la amortización sólo se aplica a los activos diferidos o intangibles, ya que, por ejemplo, si se ha comprado una marca comercial, ésta, con el uso del tiempo, no baja de precio o se deprecia, por lo que el término amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión.” (pág. 144)

No hay que confundir estos dos términos porque cada término es aplicable a diferentes tipos de activos, jamás se debe calcular una amortización para activos diferidos o viceversa, esto es algo que ya establecido y los profesionales que se encarguen de la contabilidad dentro de las empresas debe conocer este tema.

#### **2.8.6 Capital de trabajo inicial**

(Córdoba, 2011) afirma:

El capital de trabajo, que contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para que funcione una empresa, es decir, los medios financieros para la primera producción mientras se perciben ingresos: materias prima, sueldos y salarios, cuentas por cobrar, almacén de productos terminados y un efectivo mínimo necesario para sufragar los gastos diarios de la empresa. Su estimación se realiza basándose en la política de ventas

de la empresa, condiciones de pago a proveedores, nivel de inventario de materias primas, etc.” (p. 192)

### **2.8.7 Valor actual neto**

(Puentes, 2011) dice: “Es el valor monetario que resulta de la diferencia entre el valor actual de todos los ingresos y el valor actual de todos los egresos, calculados en el flujo financiero neto, teniendo en cuenta la tasa de interés de oportunidad.” (p. 134)

El VAN es el valor del dinero en el tiempo, calcula el valor de un proyecto de inversión en valores actuales, restándole la inversión inicial, si el valor del VAN es positivo se acepta la ejecución del proyecto.

### **2.8.8 Tasa interna de retorno**

(Puentes, 2011) manifiesta: “La TIR del proyecto es considerada como otra alternativa de evaluación, está muestra a qué porcentaje se necesita que rente el capital para que el proyecto de punto de equilibrio o un VAN igual a cero.” (p. 136)

La tasa interna de retorno es también conocida como tasa de rentabilidad, mide la rentabilidad como un porcentaje y es la que permite que el VAN se haga 0 para saber qué porcentaje se debe rentar el capital, permitirá tomar decisiones acertadas dentro de la ejecución del presente proyecto.

### **2.8.9 Punto de equilibrio**

(Baca Urbina, 2010) establece que: “Es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.” (p. 179)

### **2.8.10 Relación costo-beneficio**

(Córdoba, 2011) manifiesta: “La razón beneficio costo, también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa



como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad. Si la razón beneficio costo es mayor que 1, entonces se acepta el proyecto” (p.240)

La relación costo beneficio establece cuando se debe obtener de ganancia por cada dólar invertido en el proyecto de inversión.

### **2.8.11 Periodo de recuperación de la Inversión**

(Córdoba, 2011) afirma: “Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. El proceso es muy sencillo se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo total de tiempo que se requiere para recuperar el monto original invertido, incluyendo la fracción de un año en caso que sea apropiada, es igual al periodo de recuperación.” (p.234)

Este indicador mide la rentabilidad en términos de tiempo, es decir el tiempo necesario para que el proyecto recupere el capital invertido. Los proyectos más rentables son los que permiten recuperar la inversión en menor tiempo.

## **2.9 Impactos**

### **2.9.1 Impacto económico**

(Córdoba, 2011) afirma “ Es la evaluación económica del proyecto sobre los recursos reales que proveen utilidad, o bienestar económico.” (p.267)

Los impactos no deben ser analizados antes de la realización del proyecto, además se deben identificar impactos negativos y positivos que el proyecto genera sobre el bienestar de la colectividad nacional.

### **2.9.2 Impacto Social**

Según (Córdoba, 2011) “Constituye la verdadera manera de rendir la rentabilidad para la sociedad de la realización de un proyecto. En este análisis se incluyen todos aquellos aspectos que no tienen valoración clara en el mercado o que simplemente no pueden ser apropiados por el proyecto. Estudia y mide el aporte neto de éste el bienestar social” (p.271)

Los beneficios sociales son intangibles y no se pueden cuantificar monetariamente, pero deben ser considerados cualitativamente, en especial los cambios en el bienestar que se produce en la comunidad. Hay que establecer con claridad los resultados que persigue el proyecto en la relación con aspectos sociales.

### **2.9.3 Impacto Ambiental**

(Córdoba, 2011) afirma: “El impacto ambiental constituye una alteración significativa de las acciones humanas; su transcendencia deriva de la vulnerabilidad territorial. Una alteración ambiental, correspondiente a cualquiera de estas facetas de la vulnerabilidad o fragilidad del territorio, puede ser individualizada por una serie de características.” (p.281)

El impacto ambiental permite identificar y valorar los efectos negativos y positivos de un proyecto dentro del entorno es que se va a desarrollar, los impactos positivos significan beneficios ambientales, como por ejemplo el reciclaje. Los impactos negativos causan daño o deterioro de componentes del ambiente global, como la contaminación ambiental por el uso de pesticidas.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 Presentación**

La presente investigación se orienta hacia la creación de una microempresa de acopio y comercialización de papa, cuya finalidad es ayudar a mejorar el aspecto socioeconómico de los pequeños y medianos productores de papa, mediante la compra del tubérculo. Este luego será distribuido a algunas empresas de snacks, quienes pagaran un precio razonable por dicho producto, esto se realizará a través de un contrato. El precio que recibirán será mayor al que reciben actualmente porque ya no habrá intermediarios, así podrán cubrir los costos de producción, ya que en la actualidad se encuentran en problemas debido a la volatilidad de los precios, y no tienen más opción que vender su cosecha a los intermediarios, quienes sacan provecho de la situación.

Por medio del estudio de mercado se determina las exigencias de los clientes, sus gustos y preferencias para prestar un servicio que cubra las necesidades insatisfechas, así como la demanda y oferta a través de mecanismos que permita obtener información real.

Para definir las características de producto, identificar el mercado, analizar el comportamiento de la oferta y demanda se realizaron encuestas a los agricultores del cantón San Pedro de Huaca y entrevistas a algunas empresas de producción de snacks de papas fritas.

#### **3.2 Identificación del producto**

##### **3.2.1 La papa**

La papa es uno de los alimentos más consumidos en la mayoría de los hogares ecuatorianos de la región Sierra, posee muchos beneficios nutricionales además aporta energía al cuerpo y tiene un alto contenido en fibra, es conocida también como patata se cultiva en la

región Sierra de nuestro país, posee un alto valor nutricional y actualmente forma parte de la alimentación diaria de los humanos, siempre está presente en los platos típicos de la Sierra Ecuatoriana.

Su principal componente es el agua, seguida por hidratos de carbono, proteínas fibra, además en su composición presenta algunos minerales como fósforo, magnesio y potasio en mayor cantidad. Cabe mencionar que además de esto posee vitaminas del complejo B y vitamina C.

La papa es un producto que se utiliza en la industria alimenticia para producir repostería, alcohol y snacks de papas fritas, entre un sinnúmero de preparados alimenticios, en nuestro país existen algunas variedades de papa, de igual forma las formas de consumo son muy diversas, para el sector industrial la papa que más se utiliza es la súper chola ya que se adapta a procesos de industrialización y es muy resistente, el producto será vendido por quintales a las diferentes empresas de snacks de papas fritas.

### **3.2.2 Su presentación**

El producto se vende en estado natural sin procesamiento de ningún tipo y se lo expende en sacos de acuerdo a su peso preciso que es un quintal, el producto debe ser de calidad, es decir, que se encuentre en estado fresco, sin ninguna enfermedad, con color característico y tamaño correcto para que tenga un mejor sabor, la entrega se la realiza en sacos ralos para que el comprador pueda ver a simple vista la calidad del producto.

**Gráfico N° 8**  
*Presentación de la papa*



**Fuente:** La autora  
**Año:** 2015

### **3.2.2 Productos sustitutos**

La yuca es un alimento parecido a la papa, sobre todo desde el punto de vista nutricional e industrial, ya que también se adapta a procesos de industrialización y en la actualidad también se elaboran productos a base de este tubérculo, sobre todo snacks. El valor nutricional de este tubérculo es mucho mayor al de la papa, se vende por unidades pero gbbes muy perecible.

El plátano verde también es industrializa por empresas dedicadas a la elaboración de snacks, este producto se puede conservar por mucho tiempo a temperatura ambiente, es muy

perecible. Además este producto se lo puede exportar a diferentes países del mundo por su calidad.

### **3.3 Mercado meta**

Al momento de identificar el mercado meta se determinó que existe un gran número de empresas que se dedican a elaborar snacks de papas fritas. Además existen pequeños comerciantes artesanales de papas fritas que realizan esto sin ningún control sanitario, pero comercializan su producto en todo el país y tienen aceptación debido a su precio y calidad.

El mercado meta está constituido por las empresas dedicadas a la elaboración de snacks de papas fritas en las que tuvimos una muy buena acogida facilitándonos información para continuar con el tema de investigación. Nutripapa, que se dedica a la exportación de papa prefrita congelada, ubicada en la ciudad de San Gabriel. Papas fritas don Salomón que se dedica a la comercialización de snacks elaborados a base de papa, ubicado en la ciudad de Ibarra y Corporación Favorita S.A que se dedica a la venta de alimentos perecibles como la papa, en algunos supermercados del Ecuador, esta está ubicada en la ciudad de Quito.

### **3.4 Objetivos del estudio de mercado**

#### **3.4.1 Objetivo General**

Realizar el análisis de mercado para establecer precio, plaza, canales de distribución, volumen de oferta y demanda del producto, mediante el uso de técnicas de investigación.

#### **3.4.2 Objetivos Específicos**

- Determinar la cantidad de agricultores que existen para identificar la oferta actual de papa en el cantón San Pedro de Huaca mediante encuestas.
- Identificar nuestros posibles clientes para establecer la demanda potencial del proyecto mediante entrevistas.
- Analizar los precios de comercialización de la papa para asignar el precio adecuado a nuestro producto, mediante investigación secundaria y entrevistas.

- Identificar la comercialización actual de la papa para establecer los diferentes canales de distribución futuros, a través de la elaboración de fichas de observación y encuestas.

### **3.5 Variables e indicadores**

#### **3.5.1 Variables**

- Oferta
- Demanda
- Precio
- Comercialización

#### **3.5.2 Indicadores**

- Producción
- Frecuencia de cosecha
- Calidad del producto
- Lugar de compra
- Volumen de compra
- Variedad de papa
- Precio de compra
- Precio de venta
- Canales de distribución

### 3.6 Matriz de variables de mercado

**Tabla 9**  
*Matriz de variables de mercado*

Objetivos	Variables	Indicadores	Fuente	Técnicas	Fuente de información
<ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar la oferta actual de papa en el cantón San Pedro de Huaca.</li> </ul>	Oferta	Hectáreas cosechadas	Primaria	Encuesta	Agricultores
		Frecuencia de cosecha	Primaria	Encuesta	Agricultores
		Calidad del producto	Primaria	Encuesta	Agricultores
		Periodo de cosecha	Primaria	Encuesta	Agricultores
		Variedad de papa	Primaria	Ficha de observación	de Mercado de papa – Julio Andrade
<ul style="list-style-type: none"> <li>Establecer la demanda posible que pueda tener el proyecto.</li> </ul>	Demanda	Lugar de compra	Primaria	Entrevista	Empresas de snacks
		Volumen de compra	Primaria	Entrevista	Empresas de snacks
		Variedad de papa	Primaria	Entrevista	Empresas de snacks
<ul style="list-style-type: none"> <li>Analizar los precios de acopio y comercialización de la papa.</li> </ul>	Precio	Precio de compra	Primaria	Entrevista	Empresas de snacks MAGAP-INEC
		Precio de venta	Secundaria Primaria	Linkográfica Ficha de observación	de Mercado de papa- Julio Andrade
<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar la forma de distribución y comercialización de papa.</li> </ul>	Comercialización	Canales de distribución	Primaria	Ficha de observación	de Mercado de papa- Julio Andrade
		Tipo de mercado	Primaria	Ficha de observación	de Mercado de papa- Julio Andrade

**Fuente:** La autora  
**Año:** 2015



### **3.7 Mecánica Operativa**

#### **3.7.1 Identificación de la población**

Para el presente proyecto se ha tomado como unidad de análisis al Cantón San Pedro de Huaca de la provincia del Carchi en donde el principal objeto de estudio son los agricultores de papa de este cantón. Además en nuestro tema de investigación pasan a formar parte de la población las empresas de snacks de papas fritas.

Don Salomón es una empresa dedicada a la elaboración de snacks a base de papa, se encuentra ubicada en la ciudad de Ibarra, calle Antonio Ante 1-86 Sector Azaya, su propietario el Sr. Salomón Ortega.

Nutripapa es una empresa dedicada a la producción de papa prefrita congelada y papa lista en malla, se encuentra ubicada en la ciudad de San Gabriel, Panamericana Norte km 4 ½, frente a la empresa láctea Alpina, sector El Sandíal.

Corporación Favorita C.A. es una empresa ecuatoriana de servicios y comercio con sede en la ciudad de Quito, Ecuador. Se encuentra entre las tres empresas más grandes del país. A los gerentes de estas empresas se les ha realizado una entrevista ya que al momento de ejecutarse el proyecto ellos serán nuestros clientes.

Según el censo realizado por el INEC 2010, el cantón San Pedro de Huaca cuenta con un total de 7624 habitantes, de los cuales el 62,5% se dedica a actividades de agricultura y ganadería y según el GAD San Pedro de Huaca de este total en la actualidad solo el 2,10% de la población se dedica al cultivo de papas.

Para realizar el cálculo de la población actual, se toma en cuenta la población del año 2010 y se procede a calcular mediante fórmula de crecimiento exponencial. Para este cálculo se ha utilizado la tasa de crecimiento poblacional que según el INEC es del 1,23%.

Luego se procede a calcular el total de agricultores de papa que existe en el cantón tomando en cuenta la población actual por el porcentaje de la actividad agrícola y ganadera y el resultado por el porcentaje de la población que se dedica exclusivamente al cultivo de papa.

### **Crecimiento poblacional**

$$N_t = N_o (1+t)^f$$

Donde:

$N_t$  = Población final

$N_o$  = Población inicial

r = tiempo en años

t = tasa de crecimiento observada en el período

### **Población San Pedro de Huaca 2016**

$$N_t = 7624 (1+0,0123)^6 = 8204 \text{ Población 2016}$$

### **Agricultores de papa del cantón San Pedro de Huaca**

$$8204 * 62,5\% = 5128 \text{ Agricultores y ganaderos}$$

$$5128 * 2,10\% = 109 \text{ Agricultores de papa}$$

### **3.7.2 Censo a los agricultores**

Se realizó una encuesta dirigida a los productores de papa del cantón San Pedro de Huaca. No se procedió al cálculo de la muestra para obtener información mucho más relevante, ya que el número de agricultores es solo 109 y se puede hacer un censo a toda esta población.

Para el desarrollo de las 109 encuestas se ha seguido un registro de agricultores que existe en el GADPC San Pedro de Huaca, con la siguiente técnica de investigación se quiere determinar si los agricultores que se encuentran en dicho registro aún se dedican al cultivo de papa o han cambiado de actividades.

### **3.7.3 Técnicas e Instrumentos**

Las técnicas que se utilizaron para el desarrollo de la presente investigación fueron:

- Encuestas
- Observación directa
- Entrevistas

Los instrumentos utilizados en la investigación para recolectar información fueron:

- Cuestionarios
- Ficha de Observación
- Formularios de entrevistas

### **3.7.4 Información Primaria**

Para la presente investigación se realizó una encuesta, un formulario de entrevista y una ficha de observación.

- Encuesta dirigida a los agricultores de papa del cantón San Pedro de Huaca.
- Ficha de observación se realizó en el mercado de papas de Julio Andrade que se lleva a cabo los días para conocer aspectos importantes como el precio, forma de comercialización y los tipos de papa que se producen en nuestro sector.
- Entrevista dirigida al Sr. Jorge Hernández-Gerente General de Perecibles de Corporación Favorita S.A; Sr. John Fierro-Gerente de la empresa Nutripapa y al Sr. Salomón Ortega-Propietario de papas fritas Don Salomón.

### **3.7.5 Información Secundaria**

Para la realización de esta investigación se ha tomado datos del instituto nacional de estadísticas y censos 2010, datos proporcionados por el Ministerio de agricultura, ganadería, acuicultura y pesca.

### 3.8 Tabulación y Análisis de la información

#### 3.8.1 Encuesta dirigida a los agricultores de papa del cantón San Pedro de Huaca

##### 1. ¿Cuántas hectáreas posee usted para el cultivo de papa?

**Indicador:** Hectáreas destinadas al cultivo

**Tabla 11**  
*Hectáreas destinadas al cultivo de papa*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1 hectárea	90	82,56%
2 hectáreas	16	14,67%
3 hectáreas	3	2,75%
4 hectáreas	0	0%
Más de 4 hectáreas	0	1%
TOTAL	100	100%

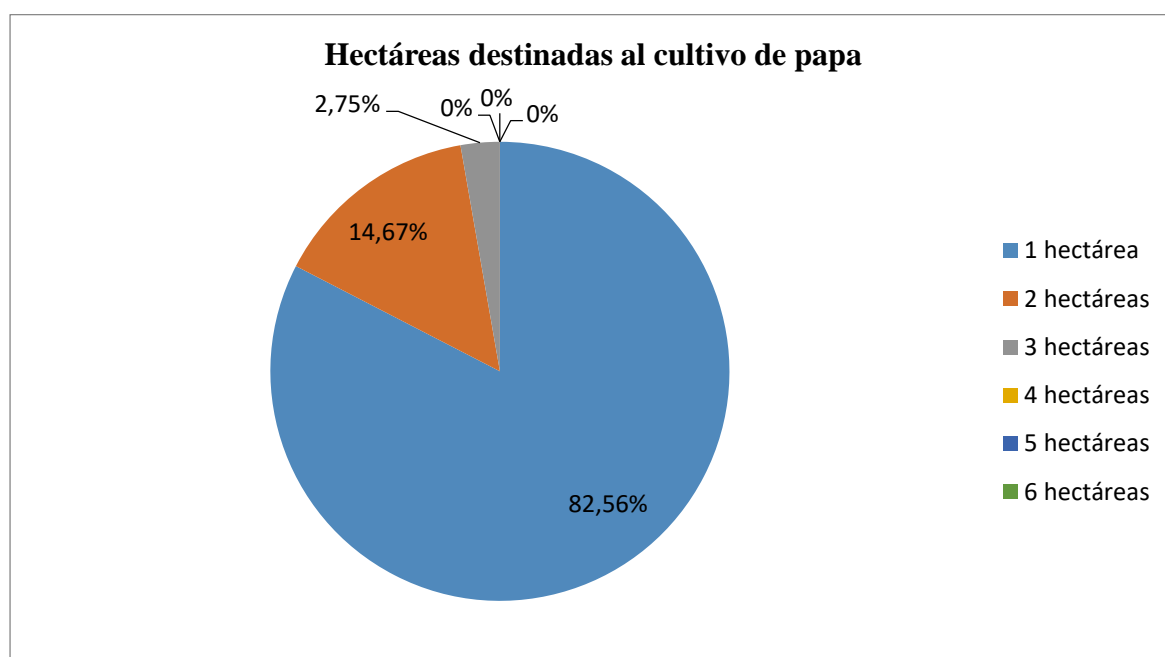
**Fuente:** Agricultores Huaca

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

#### Gráfico N° 9

*Hectáreas destinadas al cultivo de papa*



**Fuente:** Agricultores Huaca

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

**Análisis:** Se ha determinado según las encuestas que la mayoría de agricultores destinan entre 1, 2 y 3 hectáreas al cultivo de la papa.

## 2. ¿Cuántos quintales de papa produce usted por cada hectárea de siembra?

**Indicador:** Producción de papa por ha.

**Tabla 12**  
*Producción de qq. de papa por hectárea*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
100 qq.	1	0,91%
De 101 a 200 qq.	17	15,59%
De 201 a 300 qq.	91	83,48%
Más de 300 qq.	0	0%
<b>TOTAL</b>	100	100%

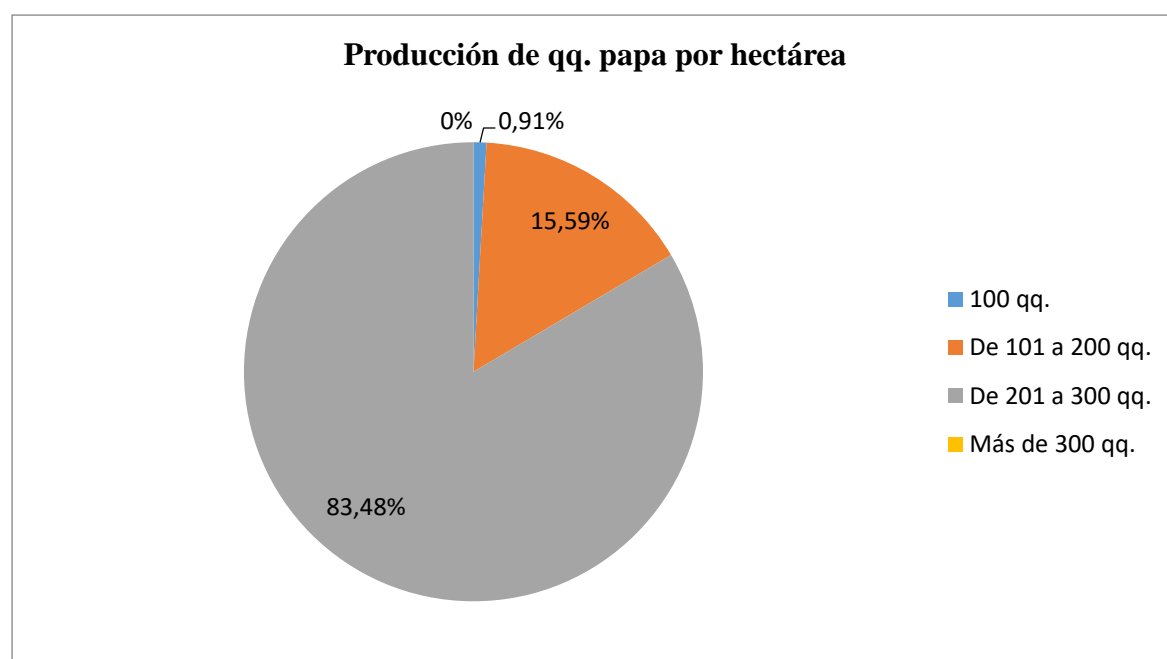
**Fuente:** Agricultores Huaca

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2015

### Gráfico N° 10

*Producción de qq. de papa por hectárea*



**Fuente:** Agricultores Huaca

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2015

**Análisis:** De los datos obtenidos de la encuesta se determinó que el 83,48% de los agricultores produce entre 201 a 300 qq. por hectárea y el 15,59% de agricultores produce entre 101 a 200 qq.

### 3. ¿Cada qué periodo se cultiva la papa?

**Indicador:** Frecuencia de cosecha

**Tabla 13**  
*Periodo de cosecha*

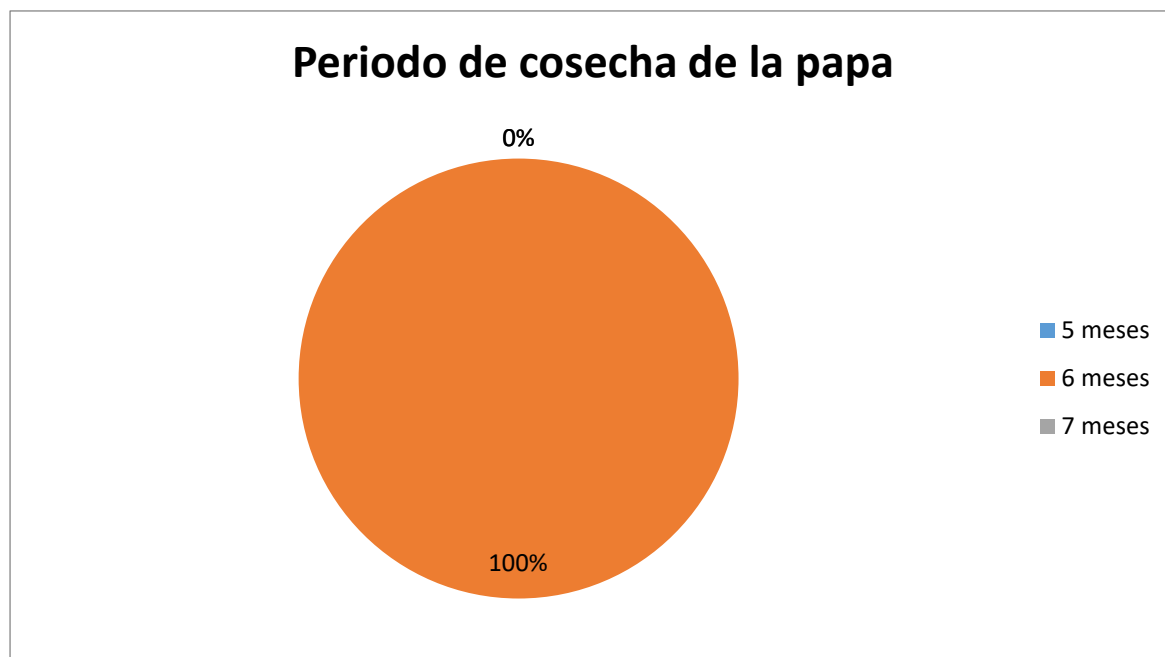
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
5 meses	0	0%
6 meses	109	100%
7 meses	0	0%
<b>TOTAL</b>	109	100%

**Fuente:** Agricultores Huaca

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

**Gráfico N° 11**  
*Periodo de cosecha*



**Fuente:** Encuesta a productores

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2015

**Análisis:** De los datos obtenidos de la encuesta se determinó que el 100% de los agricultores de papa cultivan este producto cada seis meses.

#### 4. ¿Cuántas veces realiza la cosecha al año?

**Indicador:** Frecuencia de cosecha

**Tabla 14**  
*Frecuencia de cosecha*

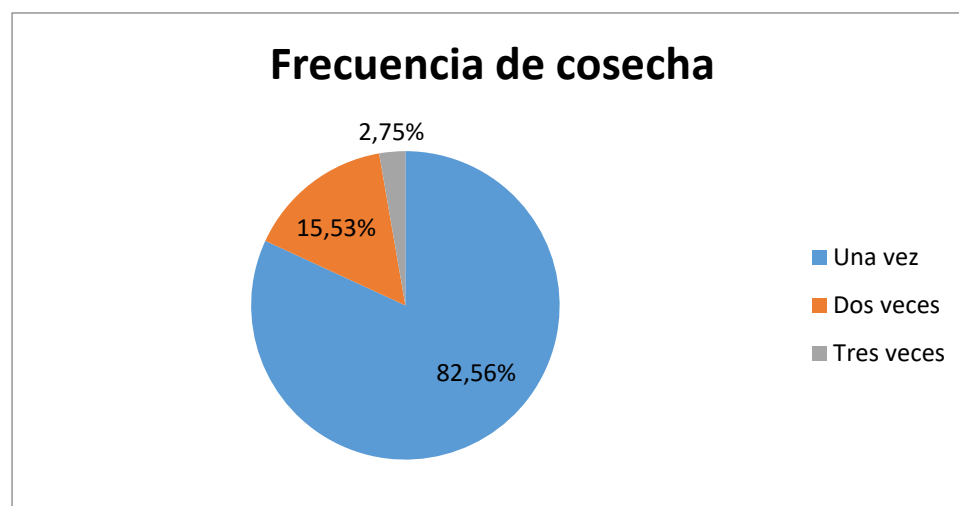
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Una vez	90	82,56%
Dos veces	16	15,53%
Tres veces	3	2,75%
<b>TOTAL</b>	109	100%

**Fuente:** Encuesta a productores

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2015

**Gráfico N° 12**  
*Frecuencia de cosecha*



**Fuente:** Encuesta a productores

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2015

**Análisis:** Del cuadro anterior se desprende que el 82,56% de los agricultores cultivan este producto una vez al año, el 15,53% dos veces al año y solo el 2,75% cultiva este tubérculo una vez al año.

**5. ¿Usted estaría dispuesto a entregar su producto a una microempresa de acopio y comercialización de papa en el cantón Huaca?**

**Indicador:** Creación de microempresa

**Tabla 15**  
*Creación de microempresa*

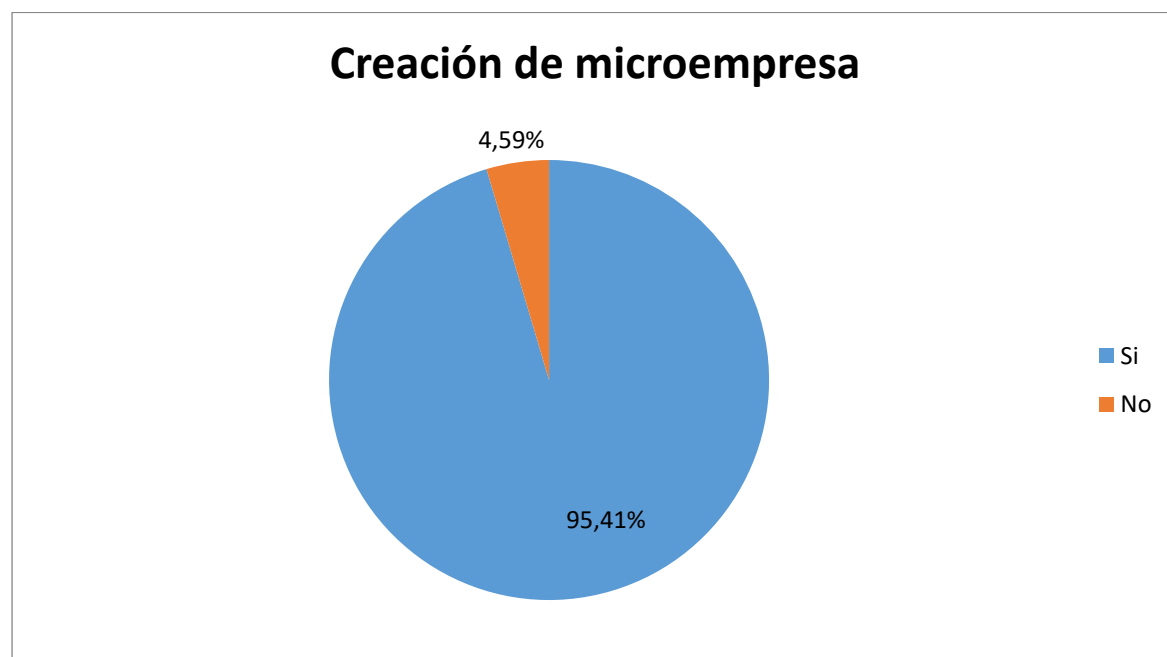
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	104	95,41%
No	5	4,59%
<b>TOTAL</b>	109	100%

**Fuente:** Encuesta a productores

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2015

**Gráfico N° 13**  
*Frecuencia de cosecha*



**Fuente:** Encuesta a productores

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2015

**Análisis:** La mayoría de agricultores del cantón que corresponde al 95,41% manifestaron que si están dispuestos a entregar el producto a la microempresa y el 4,59% que equivale a 5 agricultores respondieron que no.



### 3.8.2 Resultados de la observación directa

El mercado de papa de Julio Andrade se realiza todos los días sábado en la parroquia de su mismo nombre y es un referente en la comercialización de este producto, la gran mayoría de agricultores de la provincia lleva a vender su producto a las instalaciones de este mercado.

**Tabla 16**  
**Ficha de observación**

<b>Ficha de observación</b>
<p><b>Lugar de visita:</b> Mercado de papa – Julio Andrade  <b>Días de observación:</b> Sábado 6 y 13 de junio  <b>Hora:</b> 6:00 – 7:00 a.m</p>
<p><b>Aspectos importantes que se observó:</b></p> <p>Competencia  Comercialización  Variedades de papa  Precio del mercado  Concurrencia de clientes</p>
<p><b>Resultados</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Este mercado sería una competencia para la microempresa ya que muchos productores de papa acuden a este lugar para vender la papa, su producto es entregado a intermediarios quienes se encargan de revenden este tubérculo a los mercados de Quito, Guayaquil, Latacunga, Ibarra</li> <li>• . Las ventas son transportadas en diferentes tipos de camiones pero los más utilizados son camiones tipo GH, que cargan entre 250 y 300 qq, en cada viaje.</li> <li>• La mayoría de vendedores son directamente productores, cultivan las papas y se acercan a este lugar a ofrecer su producto, como el mercado es en la misma provincia el traslado del tubérculo resulta más barato que irse a vender a otros lugares.</li> </ul>

- 
- El tubérculo también es adquirido por familias que llevan el producto para consumo en sus hogares, y restaurants de los el consumidor final, las familias que llevan la papa para el consumo en sus hogares.
  - En este mercado se comercializa todo tipo de papa como súper chola, gabriela, capiro, única, esperanza, entre otras, el precio de cada una de ellas varía en relación al tamaño del producto, la variedad de la papa y de acuerdo a como se encuentre el precio en el mercado mayorista de Quito y Guayaquil.
  - Dicho anteriormente los precios de la papa varían de acuerdo a la variedad, es así como la súper chola que es el tubérculo que más se produce se vende en un precio de \$17 y \$22, seguida de la capiro que oscila entre \$15 y \$17. Las demás papas se venden en menor proporción para consumo de los hogares.
  - Existe gran cantidad de producto, ya que los agricultores que acuden a este mercado son de toda la provincia, a las ocho de la mañana se cierra el mercado y algunos agricultores tienen que regresarse con los quintales de papa que no pudieron vender, en algunos casos los campesinos vendieron el producto a un precio muy bajo para que la papa sea utilizada para el consumo animal o para semilla.
  - El producto se vende en quintales.
  - El producto que sale del mercado se lo traslada a mercados mayoristas y luego de aquí se lo distribuye para el consumo en los hogares ecuatorianos, sigue muchos pasos para llegar al consumidor final: agricultor, mercado, intermediarios, mercado mayorista y familias, en otros casos, productor, mercado, intermediarios, mercado mayorista, empresas de snacks, consumidor final.
-

### **3.8.3 Entrevista**

#### **Entrevista dirigida al Sr. Jorge Hernández–Gerente general de perecibles de Corporación Favorita S.A**

**1. ¿Qué cantidad de papa compra usted a la semana?**

Nosotros recibimos alrededor de 3000 qq. por semana, ya que Corporación Favorita cuenta con algunas tiendas en donde se comercializa este producto.

**2. ¿Qué variedad de papa utiliza para la producción de sus productos?**

Comercializamos la papa súper chola en un 98% porque nuestros clientes prefieren esto.

**3. ¿El producto que usted compra viene lavado y clasificado?**

Pues clasificado claro que viene, porque el producto tiene que cumplir con ciertas normas, porque nosotros compramos papa gruesa y delgada. Lavado no, de eso nos encargamos nosotros como empresa, pero nos gustaría mucho que el producto nos entregara ya lavado, para mejorar la presentación en nuestras tiendas.

**4. ¿Dónde adquiere el producto?**

Se compra a productores y a intermediarios que traen la papa de las zonas de Latacunga, Carchi y Machachi.

**5. ¿A qué precio obtiene el producto?**

El precio fluctúa entre 15 y 35 dólares el quintal, de acuerdo la calidad y tamaño de la papa, esto es lo más común que se maneja, el precio lo maneja la oferta y la demanda. Para su estudio pienso que en el Ministerio de Agricultura le pueden ayudar con un historial de precios.

**6. ¿En qué tiempo pagan a los proveedores?**

Las compras son de lunes a sábado se pagan el martes no de la siguiente semana sino una semana después.

**7. ¿Estaría dispuesto a adquirir papa a una microempresa de acopio y comercialización ubicada en Huaca en la provincia del Carchi?**

Si claro, si podemos recibir papa de una microempresa del Carchi, pero solo hasta \$50000 al año y de esa manera cumplir con el reglamento de poder de control de mercado. El producto se recibe de acuerdo a la norma que le envió.

**8. ¿Cuántos quintales de papa semanales estaría dispuesto a adquirir a nuestra microempresa?**

Si la microempresa se pone en marcha nosotros compraríamos alrededor de 500 qq. de papa, porque podemos firmar un contrato y garantizar que el producto llegue cada semana, aun cuando exista o no exista sobreproducción.

**Entrevista dirigida al Sr. John Fierro—Gerente general de la empresa nutripapa.**

**1. ¿Qué cantidad de papa compra usted a la semana?**

Nosotros recibimos alrededor de 3500 qq. por semana, debido a que el producto es procesado para convertirlo en paap pre-frita congelada destinada al consumo nacional y exportación.

**2. ¿Qué variedad de papa utiliza para la producción de sus productos?**

La papa que se utiliza es totalmente súper chola.

**3. ¿El producto que usted compra viene lavado y clasificado?**

Al momento de comprar los quintales de papa ya vienen clasificados en gruesa y delgada y lavada no ningún proveedor nos ofrece, pero nosotros tenemos una planta en donde lavamos el producto para su siguiente paso que es la preparación.

**4. ¿Dónde adquiere el producto?**

El producto se adquiere a productores de la provincia, sobre todo del cantón Montufar.

**5. ¿A qué precio obtiene el producto?**

El precio está entre 18 y 30 dólares el quintal, esto varía de acuerdo al mercado, y la calidad y tamaño de la papa.

**6. ¿En qué tiempo pagan a los proveedores?**

Los pagos se realizan luego de un mes de la entrega del producto, por lo general los días viernes.

**7. ¿Estaría dispuesto a adquirir papa a una microempresa de acopio y comercialización ubicada en Huaca en la provincia del Carchi?**

Sí, claro porque de esta manera puedo garantizar la materia prima de mi empresa.

**8. ¿Cuántos quintales de papa semanales estaría dispuesto a adquirir a nuestra microempresa?**

Pues semanal unos 500 qq. porque también hay que adquirir la producción de algunos agricultores de aquí del cantón Montufar.

**Entrevista dirigida al Sr. Salomón Ortega-propietario de papas fritas don Salom**

**1. ¿Qué cantidad de papa compra usted a la semana?**

Yo compro 100 qq. de papas, a veces 150 qq. todo esto depende de las ventas que se realiza.

**2. ¿Qué variedad de papa utiliza para la producción de sus productos?**

Yo utilizó súper chola y capiro, según la que pueda comprar en el mercado mayorista de Ibarra.

**3. ¿El producto que usted compra viene lavado y clasificado?**

Me venden en quintales la papa, compro gruesa y delgada y cuando llego a mi negocio en algunas ocasiones está revuelta, no está correctamente clasificada y no tengo a quien reclamar, porque para comprobar el estado, debería abrir todos los quintales de papa en el

mercado y no puedo hacer eso, Lavada no eso nunca he comprado porque no hay donde yo compro.

**4. ¿Dónde adquiere el producto?**

Yo compro la papa en el mercado mayorista de Ibarra.

**5. ¿A qué precio obtiene el producto?**

Algunas veces compro el producto en \$10 cuando hay mucha papa en el mercado, cuando hay escasez compro a \$20, o \$25, hoy en día se encuentra a ese precio, y yo no puedo alzar el precio a mis productos cuando la papa está cara.

**6. ¿En qué tiempo pagan a los proveedores?**

Yo pago al momento en el que compro, porque en el mercado mayorista no me fían, porque no siempre compro en el mismo lugar.

**7. ¿Estaría dispuesto a adquirir papa a una microempresa de acopio y comercialización ubicada en Huaca en la provincia del Carchi?**

Sí, siempre y cuando me garantice que todas las semanas va a abastecer mi negocio de materia prima y que el producto llegue clasificado, porque si no es así, por lo menos tengo a quien reclamar, también sería bueno que el precio se mantenga casi estable, no tan alto.

**8. ¿Cuántos quintales de papa semanales estaría dispuesto a adquirir a nuestra microempresa?**

Semanal le compraría los 100 qq, porque el negocio está creciendo.

**3.8.4 Resultados de la Entrevista**

Corporación favorita está dispuesta a adquirir 500 qq. semanales de papa súper chola y el tubérculo debe ser entregado en Quito los días lunes a sábado, su precio está entre \$15 y \$35.

Nutripapa está dispuesta a comprarnos 500 qq. a la semana, la variedad es súper chola, el precio está entre \$18 y \$30, la entrega es en la ciudad de San Gabriel de lunes a viernes.

Papas fritas don Salomón está dispuesto a adquirir 100 qq. semanales de papa súper chola, por un precio de \$20, la entrega es en la ciudad de Ibarra.

### 3.9 Análisis de la oferta

La oferta constituye el número de unidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio.

La oferta actual no es muy extensa ya que existen en total 109 agricultores que se dedican exclusivamente al cultivo de la papa, por esta razón nace la oportunidad de establecer una microempresa dedicada al acopio y comercialización de este producto.

Del total de agricultores encuestados, 104 están dispuestos a entregar el producto. Pero para los cálculos del proyecto se tomará en cuenta solo el 80% que son 83 agricultores, sería un riesgo creer que todos nos van a proveer del producto, es por eso que se estima este porcentaje para poder iniciar las actividades, la cual ira aumentando según el crecimiento de las industrias.

#### 3.9.1 Oferta Actual

Para determinar la oferta actual se estima que solo 83 agricultores entregarán el producto a la microempresa.

El cálculo de la oferta se lo realizó de la siguiente forma:

Oferta Anual = N° de agricultores \* Promedio de qq. por hectárea \* Frecuencia de cosecha al año

**Tabla 17**  
**Oferta actual**

N° agricultores	Promedio de qq. por hectárea	Frecuencia de cosecha	Oferta anual
75	250	1	18750
7	150	2	2100
1	100	3	300
<b>Total</b>			<b>21150</b>

Fuente: Agricultores Huaca

Elaborado por: La autora

### 3.9.2 Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se utilizó el nivel promedio de crecimiento del sector agrícola que es de 3,73%, tomando como referencia el año 2014 y 2015, datos obtenidos del Banco Central con reajustes por la economía del Ecuador. No se pudo obtener información del crecimiento de la papa en el cantón, porque no existe información histórica.

El cálculo de la oferta proyectada se obtuvo mediante la siguiente fórmula:

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

Donde:

**O<sub>n</sub>**= Oferta Futura

**O<sub>o</sub>**= Oferta determinada en la investigación

**i**= Tasa de Crecimiento

**n**= Año Proyectado

$$O_n = 21150 (1+0,0373)^1$$

$$O_n = 21939$$

**Tabla 1**  
**Oferta proyectada**

Años	Oferta total en quintales proyectado
2015	21.150
2016	21.939
2017	22.757
2018	23.605
2019	24.485
2020	25.398

**Fuente:** Agricultores Huaca

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

### 3.10 Análisis de la Demanda

El análisis de la demanda es muy importante ya que se define como la cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos por los diferentes consumidores a los diferentes



precios del mercado. Los factores que afectan a la demanda son los ingresos, productos sustitutos, cantidad de población, precio del bien o servicio y gustos de los clientes.

Para determinar la demanda de la papa se ha realizado una entrevista a algunas empresas que se dedican a comercializar este producto, otras utilizan el producto para elaborar nuevos productos. Las principales empresas que demandaran nuestro producto son Corporación Favorita, Nutripapa y papas fritas Don Salomón.

Corporación Favorita demanda 500 quintales de papa por semana, Nutripapa compra 500 quintales de papa y Don Salomón demanda 100 quintales de este tubérculo.

### 3.10.1 Demanda actual

La demanda del producto está encaminada hacia las industrias que elaboran sus productos a base de papa. Las empresas ya antes mencionadas demandan un total de 1100 quintales de papa semanales.

Se realizó el siguiente cálculo para la determinación de esta demanda:

Demanda anual = Promedio de demanda semanal \* 52 semanas del año

Demanda anual = 1.100 \* 52

Demanda anual = 57.200 quintales de papa

**Tabla 17**  
***Demanda actual***

<b>Empresa</b>	<b>Demanda</b>	<b>Demanda Anual</b>
Corporación Favorita	500	26.000
Nutripapa	500	26.000
Don Salomón	100	5.200
<b>Total demanda en quintales</b>		<b>57.200</b>

**Fuente:** Agricultores Huaca

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

### 3.10.2 Demanda proyectada

La demanda se determina al momento de realizar la entrevista a las diferentes empresas, en lo que se refiere al total de quintales de papa se multiplicó el total de demanda semanal que tienen las tres empresas por 52 semanas del año. Para la proyección se ha tomado como variable el promedio de la tasa de crecimiento del producto interno bruto por industria de los cinco años anteriores, en este caso se obtuvo de la manufactura que es del 4,66% según el Banco Central del Ecuador y se aplicó la misma operación explicada en la oferta.

$$D_{pb} = D_o (1+i)^n$$

Donde:

**D<sub>pb</sub>** = Demanda proyectada

**D<sub>o</sub>** = Demanda Inicial

**i** = Índice de crecimiento de las industrias (promedio)

**n** = número de períodos

**Tabla 20**  
*Demanda proyectada*

Años	Oferta total en quintales proyectado
2015	57.200
2016	59.865
2017	62.655
2018	65.574
2019	68.630
2020	71.829

**Fuente:** Encuesta empresas

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

### 3.11 Análisis de precio

En cuanto al precio de la papa en el mercado local, se observa una fluctuación muy grande que produce incertidumbre en los productores a la hora de ponerse a sembrar, esto se

debe a la existencia de intermediarios que pagan precios de acuerdo a su conveniencia, además el precio lo establece la oferta y demanda del producto en el mercado.

El precio que se tomará como referencia es el de la papa súper chola ya que las tres empresas entrevistadas prefieren esta variedad de tubérculo.

Para el precio se tomará en cuenta el costo que implique transportar la papa a las diferentes ciudades donde se encuentren las empresas, la calidad del producto y el precio que se encuentre en el mercado, es decir de la competencia o intermediarios.

### 3.11.1 Proyección de precios

El precio de la papa súper chola que es la que se va a comercializar oscila entre \$21,33 y \$26,67 por quintal, según datos del SINAGAP. Para el precio actual se saca un precio promedio entre el precio mínimo y el precio máximo, para la proyección se utilizó el porcentaje de la inflación que es de 4,55%, dato obtenido del BCE.

**Tabla 21**  
*Proyección de precios*

<b>Producto</b>	<b>Precio Actual</b>	<b>Precio 2016</b>	<b>Precio 2017</b>	<b>Precio 2018</b>	<b>Precio 2019</b>	<b>Precio 2020</b>
Quintal de papa Súper chola	24	25,09	26,23	27,42	28,66	29,96

**Fuente:** SINAGAP, BCE  
**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2015

### ;; 3.12 Balance oferta – demanda

El cálculo de la oferta y la demanda permiten conocer la demanda por cubrir, la demanda por cubrir son la cantidad de quintales de papa que es probable que el mercado consuma en los años futuros.

Se parte de datos reales de la producción en quintales de papa anualmente con su respectiva proyección, versus datos supuestos obtenidos a través de la entrevista a las empresas, la diferencia da una cantidad de clientes potenciales a satisfacer.

**Tabla 22**  
***Balance oferta-demanda***

<b>Años</b>	<b>Oferta total en quintales anual</b>	<b>Demanda total en quintales anual</b>	<b>Demanda potencial a satisfacer anual</b>
2016	21.939	59.865	37.926
2017	22.757	62.655	39.898
2018	23.605	65.574	41.969
2019	24.485	68.630	44.145
2020	25.398	71.829	46.431

**Fuente:** Investigación de mercado

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

Como se puede observar la demanda por cubrir es alta por lo que la creación de esta microempresa de acopio y comercialización de la papa en el cantón San Pedro de Huaca es bastante alentador porque la producción de los pequeños agricultores de este tubérculo no abastece la demanda de las grandes industrias. Del total de la demanda insatisfecha se ha decidido cubrir un 9,5% de acuerdo a la producción y al número de agricultores que existen en el cantón San Pedro de Huaca y al tamaño de la microempresa.

### **3.14 Estrategias de marketing**

Las principales estrategias que se van aplicar para la comercialización de la papa son las siguientes:

#### **3.14.1 Producto**

Como estrategia de marketing la empresa implementará lo siguiente:

- Entregar un producto y servicio de calidad, con peso justo en un ambiente acogedor.
- El producto será debidamente clasificado y lavado para su respectiva comercialización.

- Enfatizar la calidad del producto para crear una imagen que lo haga diferente de los demás.
- Generar confianza en nuestros clientes y fidelizarlos a través de la entrega de un producto con garantía y a tiempo.
- La presentación del producto será en sacos ralos, para que se pueda observar el tamaño y calidad de la papa.

#### **3.14.2 Precio**

- Se analizará los precios de la competencia para así poder establecer un buen precio sin alejarse de lo normal.

#### **3.14.3 Plaza**

La plaza es el lugar geográfico y estratégico donde se entregará el producto, el centro de acopio estará ubicado en el barrio las Palmas del cantón San Pedro de Huaca de aquí se realizará la distribución de la papa en respectivos camiones hacia las diferentes ciudades donde se encuentran las industrias como son San Gabriel, Ibarra y Quito.

#### **3.14.4 Publicidad**

Para dar a conocer la microempresa de acopio y comercialización de la papa se utilizará publicidad a través de la radio, cuñas radiales, en las cuales se dará a conocer todos los servicios que se ofrecerá.

#### **3.14.5 Canales de distribución**

La venta se realizará de manera directa, el producto será entregado a las respectivas bodegas de cada empresa, con información previa se detallará la cantidad, el precio y todo lo relacionado con el producto.

#### **3.14.6 Marca**

El nombre de la marca será “ PAPA HUAQUEÑITA”

### 3.15 Conclusiones del Estudio de mercado

- El estudio de mercado realizado permitió establecer que la creación de una microempresa de acopio y comercialización de papa en Huaca es factible ya que no existe ningún tipo de negocio como este en toda la provincia.
- Los agricultores están de acuerdo en que se cree esta microempresa porque la comercialización de la papa la realizan por medio de intermediarios, ellos no pagan un precio considerable por el producto. La venta se realizará de manera directa a las empresas citadas.
- Con la implementación de esta microempresa se podrá ayudar a mejorar los precios del producto y así mejorar los ingresos familiares y por ende la calidad de vida de las personas que es uno de los principales objetivos del plan del buen vivir.
- La papa más cultivada es la súper chola ya que cuando existe sobreproducción el precio no baja tan exageradamente en comparación con otras variedades, también es cultivada la única debido a su alto rendimiento en producción.
- La mayoría de los agricultores cultiva entre 200 a 300 qq. por hectárea, debido al cuidado que se le brinda al tubérculo en la cosecha. Otro número pequeño produce entre 100 y 200 qq. porque al momento de la cosecha sale picada o cortada, lo que hace disminuir la producción porque esta papa no puede ser comercializada.
- La demanda por cubrir es significativa por lo que es importante incentivar a los agricultores a brindar un producto de calidad y así cubrir este mercado y por la calidad que se brinde con el tiempo cubrir otros mercados.
- El mercado se asegurará mediante contratos con las empresas a las cuales se va a vender el producto, así como a los agricultores para de esta manera asegurar el producto.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1 Tamaño del proyecto**

El tamaño del proyecto depende de la demanda potencial a satisfacer y de la capacidad de inversión que se va a realizar, toma como referencia la demanda existente, proceso de producción, recurso humano, equipos de producción entre otros elementos necesarios para el desarrollo del proyecto, que más adelante serán analizados.

En base a la información obtenida del estudio de mercado se ha determinado iniciar con una cobertura del 9,5% del total de la demanda existente por motivos de capacidad instalada y agricultores, esto deberá ir aumentando de acuerdo a la demanda durante los próximos años.

#### **4.2 Localización del proyecto**

La localización está dada de manera general y de manera específica, a continuación se muestra mediante gráficos la ubicación del proyecto que se ha determinado después de analizar diferentes aspectos favorables para la microempresa y el desarrollo eficiente de la misma.

##### **4.2.1 Macro localización**

El presente proyecto estará localizado en la Sierra Norte del país, Provincia del Carchi, Cantón San Pedro de Huaca,

En el Cantón San Pedro de Huaca existe un gran número de agricultores que se dedican al cultivo de productos agrícolas como la papa debido a que sus suelos y el clima son adecuados para este tipo de cultivo, por esta razón se ha determinado la papa como producto para la realización de este proyecto.

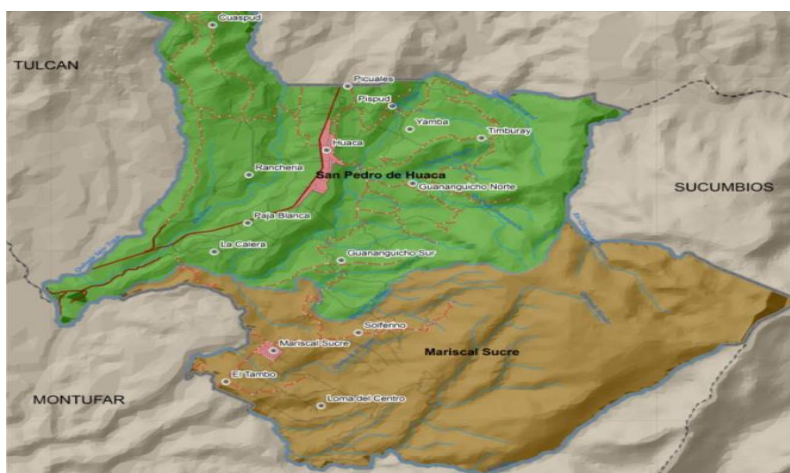
**Gráfico 14**  
**Mapa de Carchi**



**Fuente:** GAD Provincia del Carchi  
**Año:** 2015

El mapa cantonal en donde se divide los distintos cantones de la provincia y en especial Huaca que es el cantón en estudio.

**Tabla 15**  
**Mapa Cantón San Pedro de Huaca**



**Fuente:** San Pedro de Huaca  
**Año:** 2015

El cantón San Pedro de Huaca al igual que la provincia del Carchi es una zona eminentemente agrícola y su producto más cultivado es la papa, se escogió el lugar por sus características climáticas, ya que este tubérculo crece y se desarrolla en lugares con altitud mínima de 2700 a 3400 m.s.n.m.

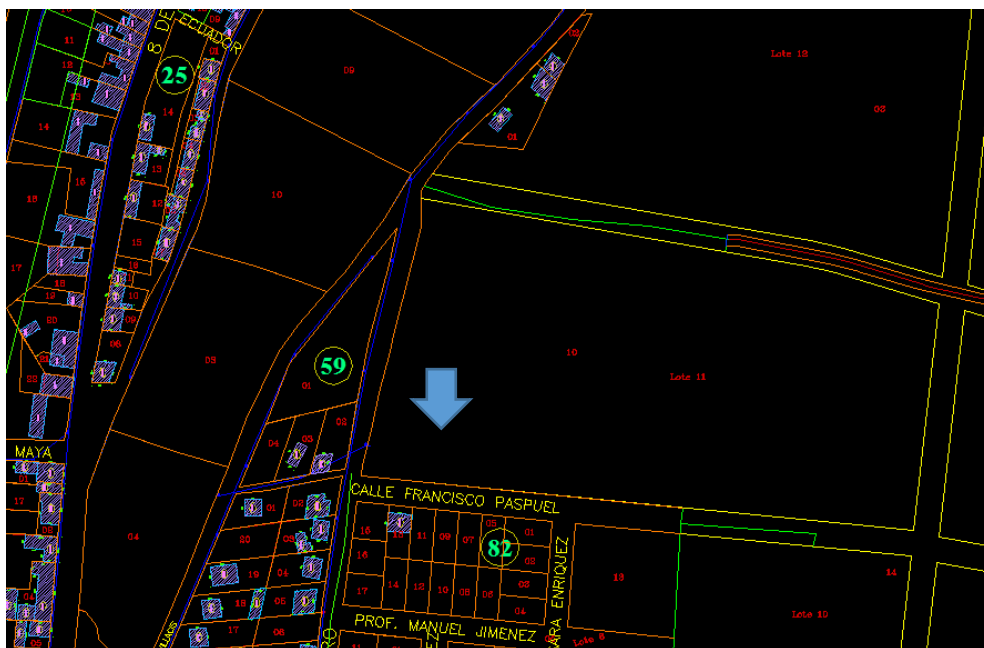


#### 4.2.2 Micro localización

Tomando en cuenta la ubicación geográfica, el clima, los servicios básicos, la mano de obra, la facilidad de transporte y las vías de acceso se ha definido que la ubicación de la microempresa sea en la ciudad de Huaca, barrio Las Palmas en la calle Francisco Paspuel y Eloy Alfaro. Las carreteras se encuentran en muy buen estado, además la cabecera cantonal se encuentra ubicada la mayor cantidad de personas.

Se detalla en el siguiente croquis la ubicación exacta en donde se arrendará el inmueble para poder realizar las actividades diarias:

**Gráfico 16**  
*Micro localización*



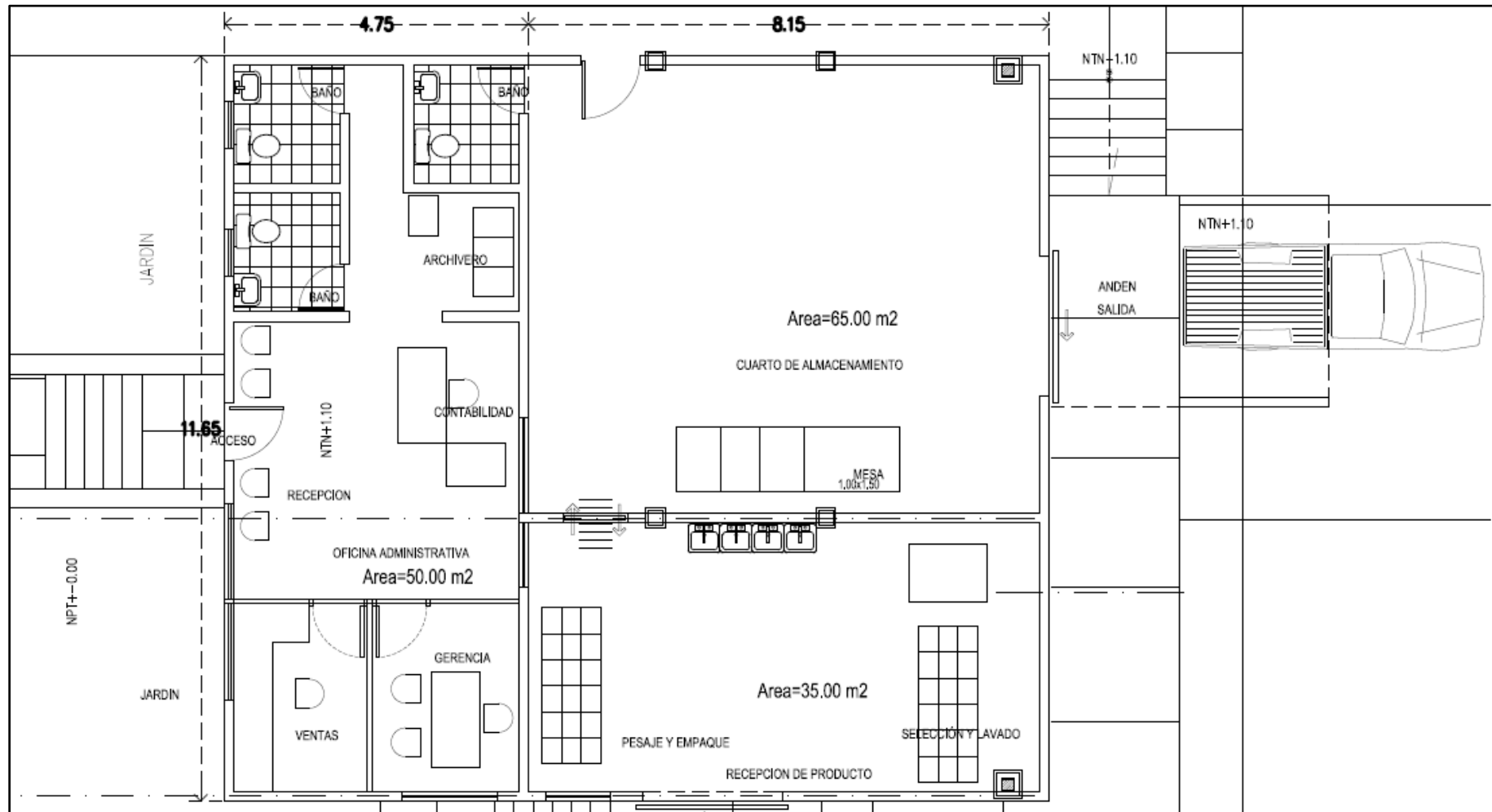
Fuente: GAD San Pedro de Huaca  
Año: 2015

Como se observa en este sector existe suficiente espacio para construir la microempresa y con el tiempo la posibilidad de extenderse.

#### 4.3 Distribución de la planta

El local donde se va a funcionar la microempresa está distribuido de la siguiente manera 50 m<sup>2</sup> para el área administrativa, 65 m<sup>2</sup> para el cuarto de almacenamiento y 35 m<sup>2</sup> para el proceso de acopio y comercialización de la papa y 10 m<sup>2</sup> para áreas verdes.

**Gráfico N° 17**  
**Proyecto arquitectónico**



**Fuente:** Arq Miguel Vizcaino  
**Año:** 2015

## 4.4 Ingeniería del proyecto

### 4.4.1 Proceso de acopio y comercialización

Para el funcionamiento de esta microempresa se cuenta con 83 agricultores, quienes serán los encargados de abastecer al centro de acopio con 800 quintales de papa mensuales. Se realizará un contrato por un año, para garantizar que el producto llegue a nuestra microempresa, el contrato se renovará cada año.

Los datos de los agricultores se han obtenido del GAD San Pedro de Huaca en el departamento de planificación estratégica.

A continuación se presenta la lista de los proveedores de papa del cantón.

**Tabla 23**  
*Lista de proveedores*

<b>Nombre y Apellido</b>
Melvin Salazar
Francisco Salazar
Juan Salazar
José Salazar
Ricardo Tulcán
Gilberto Tulcán
Miguel Tulcán
Aníbal Ayala
Patricio Aguilar
Juan Villota
José Villota
Omar Pozo
Bolívar Paspuel
Claudio Paspuel
Silvio Hernández
Edmundo Quiroz
Edmundo Cuasquer
Manuel Pérez
Luis Aguilar
Omar Gualmatan
Wilson Guerrón
Nilo Reascos
Vicente Trejo
Edwin Tulcán
Daniel Chacón
Marlon Tulcán



Remigio López
Aulo López
Santiago Lopéz
Raumir Cuasapaz
Roberto Campaña
Luis Montenegro
Belisario Sánchez
Ramiro Guerron
José Rodríguez

**Fuente:** GAD San Pedro de Huaca

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

#### 4.5 Presupuesto técnico

El presupuesto técnico muestra todos los rubros incurridos en el proyecto, fijos así como variables, también el financiamiento.

##### 4.5.1 Inversiones

###### **Inversión fija**

Un terreno que tiene un área total de 160 m<sup>2</sup> metros, de propiedad de la señora Piedad Osejo, el precio avaluó catastral es de \$ 5.500. La compra del terreno se realizará mediante contrato de compra-venta.

La construcción de la microempresa es de \$48.000,00 ya que el m<sup>2</sup> de obra terminada es de \$300, la planta en total con espacios verdes tiene 160 m<sup>2</sup>.

Los cuadros que se presentan a continuación detallan la cantidad de artículos que se va a necesitar en la ejecución del proyecto con su respectivo precio unitario y el valor total. La maquinaria y equipos, equipo tecnológico, muebles y enseres con un total de \$2.667,50

**Tabla 24**  
*Equipo de cómputo*

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadora	2	\$650	\$1.300
<b>Total</b>			<b>\$1.300</b>

**Fuente:** Almacenes la ganga

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

**Tabla 25**  
*Equipo de oficina*

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Impresora multifunción	1	\$320	\$320
Teléfono	1	\$50	\$50
<b>Total</b>			<b>\$370</b>

Fuente: Almacenes la ganga

Elaborado por: La autora

Año: 2015

**Tabla 2**  
*Muebles y enseres*

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorios	3	\$ 165,00	\$ 495,00
Sillas giratorias	3	\$ 75,00	\$ 225,00
Archivadores verticales de madera 3 gavetas	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Sillas visita	4	\$ 12,00	\$ 48,00
<b>Total</b>			<b>\$888,00</b>

Fuente: Amoblar

Elaborado por: La autora

Año: 2015

**Tabla 3**  
*Maquinaria y equipo*

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Báscula	1	\$ 80,00	\$ 80,00
<b>Total</b>			<b>\$ 80,00</b>

Fuente: Ferretería Quelal

Elaborado por: La autora

Año: 2015

**Tabla 4**  
*Herramientas*

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Cuchillos tramontina	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Guantes	4	\$ 3,00	\$ 15,00
Manguera 10 metros	1	\$ 4,50	\$ 4,50
Agujas	3	\$ 2,00	\$ 6,00
<b>Total</b>			<b>\$ 29,50</b>

Fuente: Ferretería Quelal

Elaborado por: La autora

#### 4.5.2 Capital de trabajo

El capital de trabajo es la disponibilidad de recursos financieros para operar el primer mes, como los agricultores están cosechando todos los meses no hay necesidad de esperar 6 meses para su primer cultivo, más bien hay que adquirir el producto y seguir vendiendo. El capital de trabajo que vamos a necesitar tiene que ser para un mes porque las empresas que van a adquirir nuestro producto se demoran un quince días o un mes en cancelar el valor de dicho tubérculo.

**Tabla N° 29**  
**Materia prima**

Mes	qq. de papa	Precio	Total
1	800	8,50	\$6.800,00
<b>Total</b>			<b>\$6.800,00</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2015

**Tabla 30**  
**Materia prima indirecta**

Rubro	Consumo	Precio	Total
Sacos malos	800	\$ 0,12	\$96,00
Conos de nylon	3	\$ 5,00	\$ 15
<b>Total</b>			<b>\$112,00</b>

Fuente: Almacén talegas

Elaborado por: La autora

Año: 2015

**Tabla 31**  
**Mano de obra directa**

Mes	Valor	N° trabajadores	Total
1	459,64	2	\$ 919,28
<b>Total</b>			<b>\$ 919,28</b>

Fuente: Ley de justicia laboral

Elaborado por: La autora

Año: 2015

**Tabla 32**  
**Gastos de operación**

Rubro	Valor	Total
Energía eléctrica	\$12	\$ 12,00
Agua potable	\$10	\$ 10,00
<b>Total</b>		<b>\$ 22,00</b>

Fuente: CNT, GAD Huaca

Elaborado por: La autor

**Tabla 33**  
*Gastos administrativos*

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>Total</b>
Gerente	\$ 865,88	\$ 865,88
Secretaria	\$746,40	\$ 746,40
Suministros de oficina	\$10	\$10
<b>Total</b>		<b>\$ 1.622,28</b>

**Fuente:** Ley de justicia laboral, papelería Central

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

**Tabla 34**  
*Gastos de venta*

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>Total</b>
Vendedor	\$ 603,02	\$ 603,02
Publicidad	\$20	\$ 20
<b>Total</b>		<b>\$ 623,02</b>

**Fuente:** Ley de justicia laboral, Radio la voladora

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

También se establece un total de \$50 para imprevistos.

### **Total capital de trabajo**

Un resumen de todos los rubros mencionados anteriormente con su respectiva suma y el total del capital de trabajo es de \$ 10.148,58; valor que incluye MPD, MOD, insumos, gastos de operación, administrativos, financieros, y de ventas.

### **4.5.3 Total del proyecto**

La inversión total del proyecto asciende a \$ 66.263,08 como se detalla a continuación:

**Tabla 35**  
*Inversión total del proyecto*

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Inversión fija</b>	\$ 56.167,50	84,70%
<b>Inversión variable</b>	\$ 10.148,58	15,30%
<b>Total</b>	<b>\$ 66.316,08</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Tabla 29,30,31,32,33,34,35

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015



#### 4.5.4 Financiamiento

El financiamiento será realizado por parte de la Corporación Financiera Nacional, la autora del proyecto deberá aportar con el 30%. El crédito se utilizará en la inversión fija más no en el capital de trabajo porque ahí el plazo sería de 3 años. Las condiciones son las siguientes

**Monto:** hasta 70% para proyectos nuevos.

**Plazo:** activo fijo hasta 10 años.

**Período de gracia:** Se fijará de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja proyectado.

**Tasa de interés:** Activos Fijos: 10,5% hasta 5 años y 11% hasta 10 años.

**Garantía:** En caso de ser garantías reales no podrán ser inferiores al 125% de la obligación garantizada.

**Tabla 36**  
**Financiamiento**

Descripción	Valor	Porcentaje
<b>Propio</b>	\$ 19.894,82	30%
<b>Crédito</b>	\$ 46.421,26	70%
<b>Total</b>	<b>\$ 66.316,08</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Corporación Financiera Nacional

**Elaborado por:** La Autora

**Año:** 2015

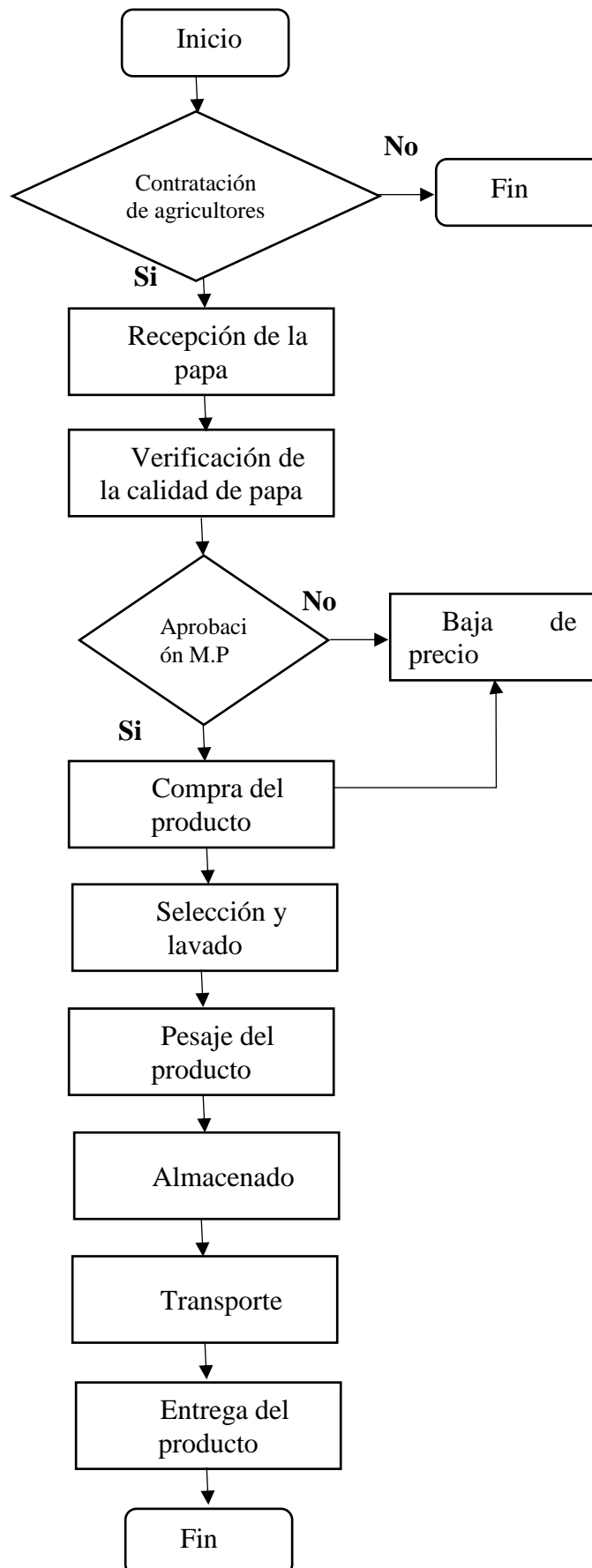
#### 4.5.6 Talento humano

Todos los trabajadores según el ministerio de trabajo tienen los siguientes beneficios:

- Afiliación a la seguridad social.
- Pago por horas extras y suplementarias.
- Pago del décimo tercero y décimo cuarto sueldo.
- Pago de fondos de reserva a partir del segundo año y pago de vacaciones.
- Pago de jubilación patronal.
- Licencia por paternidad y maternidad y pago del subsidio por maternidad.
- Pago de utilidades

## 4.6 Operación del proyecto

### 4.6.1 Flujograma



## **4.6.2 Proceso de acopio y comercialización**

### **Contratación de agricultores**

Para garantizar que el producto llegue a la microempresa se realizará un contrato entre proveedores que en este caso son los agricultores y la empresa beneficiaria, de esta manera se garantizará la entrega del producto en el plazo establecido y con las características solicitadas. El contrato se renovará cada año.

### **Recepción de materia prima**

Los agricultores entregarán los quintales de papa en el centro de acopio, el producto será revisado globalmente mediante la observación, el producto será descargado en la bodega de la microempresa para seguir con los siguientes pasos.

### **Selección**

Se procede a verificar minuciosamente el estado del producto como la calidad y tamaño. Se verifica las características exigidas para su correcta clasificación. La papa debe estar fresca y recién cosechada para no alterar su calidad, no debe tener cortes, ni gusanos y si las papas presentan estas alteraciones se procede a recibir el producto pero a un precio más bajo para venderlo en el centro de acopio para consumo animal.

### **Empacado**

Luego de verificar la calidad del producto, determinar que cumple con todas las características, se procede a empacar el tubérculo en sacos ralos nuevos, no en las talegas en que nos entregan el producto los agricultores. De esta manera la microempresa a simple vista calificara el producto.

### **Pesaje**

Luego de haber empacado el producto se procede a pesar, este es el último paso para determinar que la papa es óptima para la venta a las empresas ya que cumple con las exigencias requeridas y estas estén acorde al precio que van a pagar. El peso debe ser exacto.

**Almacenado**

Los quintales de papa serán almacenados en filas, sin colocar uno encima de otro para de esta manera evitar el maltrato del producto hasta que se realice su entrega.

**Transporte**

Los quintales de papa serán transportados en camiones tipo GH, los vehículos se contratarán a empresas de transporte pesado como Trans Runort ubicada en la parroquia de Julio Andrade cerca al cantón y a la compañía Cerro Negro que de igual forma cuenta con vehículos en dicha parroquia. El pago de fletes se realizará luego de que el producto haya llegado al destino final, empresas mencionadas anteriormente.

**Entrega de productos**

Finalmente el producto será entregado a las empresas de Nutripapa en San Gabriel, luego a papas fritas don Salomón en la ciudad de Ibarra y a Corporación Favorita en la ciudad de Quito, este será el recorrido que prestaran los vehículos para la distribución del producto. Con esto se termina todo el proceso de acopio y comercialización de la papa.

## CAPÍTULO V

### 5. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

#### 5.1 Estado de situación inicial proforma

El estado de situación financiera inicial se elabora al inicio de las actividades de una microempresa u compañía, se presentan las cuentas y los valores con que la microempresa dispone para dar inicio a su apertura. Los datos del estudio de mercado y estudio técnico han permitido definir esto.

#### Estado de situación inicial proforma

<b>Activos</b>		<b>Pasivos</b>	
<b>Activos corrientes</b>		<b>Pasivos no corrientes</b>	
Efectivo	\$ 10.148,58	Deuda a largo plazo	\$ 46.421,26
<b>Total activos corrientes</b>	<b>\$ 10.148,58</b>		
<b>Activos no corrientes</b>		<b>Total pasivos no corrientes</b>	<b>\$ 46.421,26</b>
Terreno	\$ 5.500,00		
Edificio	\$ 48.000,00		
Maquinaria y equipo	\$ 109,50		
Muebles y enseres	\$ 888,00	<b>Patrimonio</b>	
Equipo tecnológico	\$ 1.670,00	Aporte propio	\$ 19.894,82
<b>Total activos no corrientes</b>	<b>\$ 56.167,50</b>	<b>Total Patrimonio</b>	<b>\$ 19.894,82</b>
<b>Total activos</b>	<b>\$ 66.316,08</b>	<b>Total pasivo + patrimonio</b>	<b>\$ 66.316,08</b>

#### 5.2 Determinación de capital de trabajo

La microempresa es propiedad de una persona natural quien debe asumir el capital de trabajo de \$10.148,58 y una totalidad del proyecto de \$ 66.316,08. El capital de trabajo está

compuesto por los MPD, MPI, MOD, gastos de operación, gastos administrativos y gastos de venta.

**Tabla 37**  
**Capital de trabajo**

<b>RUBRO</b>	<b>VALOR</b>
MPD	\$ 6.800,00
MPI	\$ 112,00
MOD	\$ 919,28
Gastos de operación	\$ 22,00
Gastos administrativos	\$ 1.622,28
Gasto de ventas	\$ 623,02
<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$10.148,58</b>

Fuente: Tabla 29,30,31,32,33,34

Elaborado por: La autora

Año: 2015

### 5.3 Determinación de ingresos proyectados

Para poder proyectar los ingresos se tomó en cuenta la demanda potencial a satisfacer y los precios proyectados en el estudio de mercado, así como el tamaño del proyecto del estudio técnico. Para el cálculo se ha establecido un porcentaje de 9,75% para poder iniciar las actividades.

**Tabla 38**  
**Ingresos proyectados**

<b>Períodos</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>	<b>Año 2018</b>	<b>Año 2019</b>	<b>Año 2020</b>
Cantidad (qq. papa)	3602	3790	3987	4193	4411
Precio	\$ 25,09	\$ 26,23	\$ 27,42	\$ 28,66	\$ 29,96
<b>Ingreso proyectado</b>	<b>\$ 90.374,18</b>	<b>\$ 99.411,7</b>	<b>\$ 109.323,54</b>	<b>\$ 120.171,38</b>	<b>\$ 132.153,56</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2015

### 5.4 Determinación de egresos proyectados

#### 5.4.1 Gastos de operación

Los gastos de operación son todos aquellos egresos que intervienen en el proceso de acopio y comercialización del producto.

La proyección del precio para el cálculo de la compra de materia se lo realizó mediante la inflación que es del 4,55% según el BCE.

**Tabla 39**  
*Materia prima directa*

<b>Materia prima directa</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>	<b>Año 2018</b>	<b>Año 2019</b>	<b>Año 2020</b>
Quintales de papa	3602	3790	3987	4193	4411
Precio de compra	\$8,50	\$8,89	\$9,29	\$9,71	\$10,16
<b>Total</b>	<b>\$ 43.224</b>	<b>\$47.526,66</b>	<b>\$52.269,57</b>	<b>\$57.444,10</b>	<b>\$63.165,52</b>

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

**Tabla 40**  
*Mano de obra*

<b>Detalle</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>	<b>Año 2018</b>	<b>Año 2019</b>	<b>Año 2020</b>
Sueldo	\$ 8.496	\$9.175,68	\$9.909,73	\$10.702,51	11558,71
Décimo tercer sueldo	708,00	764,64	825,81	891,88	963,23
Décimo Cuarto Sueldo	708,00	764,64	825,81	891,88	963,23
Aporte patronal IESS	947,30	1023,09	1104,94	1193,33	1288,80
Fondos de reserva		764,33	825,48	891,52	962,84
<b>Total Sueldos</b>	<b>10859,30</b>	<b>12492,38</b>	<b>13491,77</b>	<b>14571,11</b>	<b>15736,80</b>

**Fuente:** Ministerio de trabajo

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

En este cuadro se especifican los sueldos básicos proyectados de dos operadores del centro de acopio, incluido los beneficios de ley. Para la proyección se utilizó la tasa promedio de sueldos y salarios de los últimos cinco años que es del 8%, información tomada del Ministerio de trabajo.

**Tabla 41**  
*Materia prima indirecta*

<b>Detalle</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>	<b>Año 2018</b>	<b>Año 2019</b>	<b>Año 2020</b>
Talegas	\$ 960	\$ 1.003,68	\$1.049,35	\$ 1.097,09	\$ 1.147,01
Conos de nylon	\$ 108	\$ 112,91	\$ 118,05	\$ 123,42	\$ 129,04
Agujas	\$ 18	\$ 18,82	\$19,68	\$ 20,57	\$ 21,51
Energía Eléctrica	\$ 144	\$ 150,55	\$ 157,40	\$ 164,56	\$ 172,05
Agua	\$ 72	\$ 75,28	\$ 78,70	\$ 82,28	\$ 86,03
<b>Materia prima indirecta</b>	<b>\$ 1302</b>	<b>\$ 1.361,24</b>	<b>\$ 1.423,18</b>	<b>\$ 1.487,93</b>	<b>\$ 1.555,63</b>

**Fuente:** Ferretería Quelal

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

**Tabla 42**  
**Resumen gastos de operación**

Detalle	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Materia prima directa	\$31.450,00	\$33.787,42	\$37.201,55	\$40.856,42	\$44.766,86
Mano de obra directa	10859,30	12492,38	13491,77	14571,11	15736,80
Gastos generales de fabricación	1302	1361,241	1423,177	1487,932	1555,633
<b>Total</b>	<b>\$43.611,30</b>	<b>\$47.641,05</b>	<b>\$52.116,50</b>	<b>\$56.915,47</b>	<b>\$62.059,30</b>

Fuente: Tabla 38,39,40

Elaborado por: La autora

Año: 2015

## 5.4.2 Gastos administrativos

### Gasto personal administrativo

Para el desarrollo de las actividades administrativas se contará con un gerente y un contador, la remuneración se proyectará de acuerdo a la tasa promedio de sueldos y salarios del 8%, información tomada del Ministerio de trabajo.

Para el primer año no se calcula los fondos de reserva, porque estos se pagan a partir del primer año de trabajo.

**Tabla 43**  
**Remuneración personal administrativo**

Detalle	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Sueldo Gerente	\$ 7.200	\$ 7.776	\$ 8.398,08	\$ 9.069,93	\$ 9.795,52
Décimo tercer sueldo	\$ 600	\$ 648	\$ 699,84	\$ 755,83	\$ 816,29
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 354	\$ 382,32	\$ 412,91	\$ 445,94	\$ 481,61
Aporte patronal IESS	\$ 802,8	\$ 867,02	\$ 936,39	\$ 1.011,30	\$ 1.092,20
Fondos de reserva		\$ 647,74	\$ 699,56	\$ 755,52	\$ 815,97
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 8.956,8</b>	<b>\$10.321,085</b>	<b>\$11.146,772</b>	<b>\$12.038,513</b>	<b>\$13.001,594</b>
Sueldo contador	6000	6480	6998,4	7558,27	8162,93
Décimo tercer sueldo	500	540,00	583,20	629,86	680,24
Décimo Cuarto Sueldo	354	382,32	412,91	445,94	481,61
Aporte patronal IESS	669,00	722,52	780,32	842,75	910,17
Fondos de reserva	499,80	539,78	582,97	629,60	679,97
<b>Subtotal</b>	<b>8022,8</b>	<b>8664,624</b>	<b>9357,79</b>	<b>10106,41</b>	<b>10914,93</b>
<b>Total</b>	<b>16979,6</b>	<b>18985,709</b>	<b>20504,56</b>	<b>22144,93</b>	<b>23916,52</b>

Fuente: Ministerio de trabajo

Elaborado por: La autora



### Gasto suministro de oficina

La microempresa contará con algunos suministros que se detallan en el siguiente cuadro, estos materiales ayudaran a que las actividades administrativas se desarrollen de buena manera, y de acuerdo a las necesidades de la empresa se ira adquiriendo.

**Tabla 44**  
*Suministro de oficina*

Detalle	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Resma de papel	3,5	3,66	3,83	4,00	4,18
Grapadora	2	2,09	2,19	2,29	2,39
Perforadora	2	2,09	2,19	2,29	2,39
Carpetas	1,5	1,57	1,64	1,71	1,79
Esferográficos	1	1,05	1,09	1,14	1,19
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>10,46</b>	<b>10,93</b>	<b>11,43</b>	<b>11,95</b>

Fuente: Papelería central

Elaborado por: La autora

Año: 2015

### 5.4.3 Gastos de ventas

Los gastos de ventas se detallan a continuación, proyectados a cinco años de acuerdo a la inflación que es 4,55% y los sueldos están proyectados en función de la tasa promedio del salario básico de años anteriores que es 8%.

**Tabla 45**  
*Gastos de venta*

Detalle	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Vendedor	\$ 603,02	\$ 630,45	\$ 659,13	\$ 689,12	\$ 720,47
Publicidad	\$ 5	\$ 5,23	\$ 5,47	\$ 5,71	\$ 5,97
Flete	\$ 430	\$ 449,57	\$ 470,02	\$ 491,41	\$ 513,77
<b>Total</b>	<b>\$1.038,02</b>	<b>\$1.085,25</b>	<b>\$1.134,62</b>	<b>\$1.186,24</b>	<b>\$1.240,21</b>

Fuente: Ministerio de trabajo, Radio.

Elaborado por: La autora

Año: 2015

### 5.5 Tabla de amortización

Para el financiamiento de la creación de la microempresa, la Corporación Financiera Nacional tiene las siguientes condiciones:

**Monto:** hasta 70% para proyectos nuevos.

**Plazo:** activo fijo hasta 10 años.

**Período de gracia:** Se fijará de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja proyectado.

**Tasa de interés:** Activos Fijos: 10,5% hasta 5 años y 11% hasta 10 años.

**Garantía:** En caso de ser garantías reales no podrán ser inferiores al 125% de la obligación garantizada.

**Tabla 46**  
*Tabla de amortización*

Periodo	Capital	Interés	Interés + Capital	Saldo
			CUOTA	
<b>0</b>				\$ 46.421,26
<b>1</b>	773,69	406,19	1.179,87	45.647,57
<b>2</b>	773,69	399,42	1.173,10	44.873,88
<b>3</b>	773,69	392,65	1.166,33	44.100,20
<b>4</b>	773,69	385,88	1.159,56	43.326,51
<b>5</b>	773,69	379,11	1.152,79	42.552,82
<b>6</b>	773,69	372,34	1.146,02	41.779,13
<b>7</b>	773,69	365,57	1.139,26	41.005,45
<b>8</b>	773,69	358,80	1.132,49	40.231,76
<b>9</b>	773,69	352,03	1.125,72	39.458,07
<b>10</b>	773,69	345,26	1.118,95	38.684,38
<b>11</b>	773,69	338,49	1.112,18	37.910,70
<b>12</b>	773,69	331,72	1.105,41	37.137,01
<b>13</b>	773,69	324,95	1.098,64	36.363,32
<b>14</b>	773,69	318,18	1.091,87	35.589,63
<b>15</b>	773,69	311,41	1.085,10	34.815,95
<b>16</b>	773,69	304,64	1.078,33	34.042,26
<b>17</b>	773,69	297,87	1.071,56	33.268,57
<b>18</b>	773,69	291,10	1.064,79	32.494,88
<b>19</b>	773,69	284,33	1.058,02	31.721,19

<b>20</b>	773,69	277,56	1.051,25	30.947,51
<b>21</b>	773,69	270,79	1.044,48	30.173,82
<b>22</b>	773,69	264,02	1.037,71	29.400,13
<b>23</b>	773,69	257,25	1.030,94	28.626,44
<b>24</b>	773,69	250,48	1.024,17	27.852,76
<b>25</b>	773,69	243,71	1.017,40	27.079,07
<b>26</b>	773,69	236,94	1.010,63	26.305,38
<b>27</b>	773,69	230,17	1.003,86	25.531,69
<b>28</b>	773,69	223,40	997,09	24.758,01
<b>29</b>	773,69	216,63	990,32	23.984,32
<b>30</b>	773,69	209,86	983,55	23.210,63
<b>31</b>	773,69	203,09	976,78	22.436,94
<b>32</b>	773,69	196,32	970,01	21.663,25
<b>33</b>	773,69	189,55	963,24	20.889,57
<b>34</b>	773,69	182,78	956,47	20.115,88
<b>35</b>	773,69	176,01	949,70	19.342,19
<b>36</b>	773,69	169,24	942,93	18.568,50
<b>37</b>	773,69	162,47	936,16	17.794,82
<b>38</b>	773,69	155,70	929,39	17.021,13
<b>39</b>	773,69	148,93	922,62	16.247,44
<b>40</b>	773,69	142,17	915,85	15.473,75
<b>41</b>	773,69	135,40	909,08	14.700,07
<b>42</b>	773,69	128,63	902,31	13.926,38
<b>43</b>	773,69	121,86	895,54	13.152,69
<b>44</b>	773,69	115,09	888,77	12.379,00
<b>45</b>	773,69	108,32	882,00	11.605,32
<b>46</b>	773,69	101,55	875,23	10.831,63
<b>47</b>	773,69	94,78	868,46	10.057,94
<b>48</b>	773,69	88,01	861,69	9.284,25
<b>49</b>	773,69	81,24	854,92	8.510,56
<b>50</b>	773,69	74,47	848,16	7.736,88
<b>51</b>	773,69	67,70	841,39	6.963,19
<b>52</b>	773,69	60,93	834,62	6.189,50
<b>53</b>	773,69	54,16	827,85	5.415,81
<b>54</b>	773,69	47,39	821,08	4.642,13
<b>55</b>	773,69	40,62	814,31	3.868,44
<b>56</b>	773,69	33,85	807,54	3.094,75
<b>57</b>	773,69	27,08	800,77	2.321,06
<b>58</b>	773,69	20,31	794,00	1.547,38
<b>59</b>	773,69	13,54	787,23	773,69



Equipo de computación	3	33	\$ 433,33	\$ 433,33	\$ 433,33	-	-	-
Equipo de oficina	10	10	\$ 37,00	\$ 37,00	\$ 37,00	\$ 37,00	\$ 37,00	\$ 185,00
<b>Total</b>			<b>\$3.056,42</b>	<b>\$3.056,42</b>	<b>\$3.056,42</b>	<b>\$2.499,75</b>	<b>\$2.499,75</b>	<b>\$36.498,7</b>

Fuente: Reforma al régimen tributario

Elaborado por: La autora

Año: 2015

## 5.7 Estado de Resultados proyectado

El estado de resultados sirve para identificar si existirán pérdidas o ganancias en la proyección de los cinco años.

**Tabla 49**  
*Estado de resultados proyectado*

INGRESOS	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
<b>Ventas</b>	\$90.374,18	\$99.411,70	\$109.323,54	\$120.171,38	\$132.153,56
<b>Total ingresos proyectados</b>	<b>\$90.374,18</b>	<b>\$99.411,70</b>	<b>\$109.323,54</b>	<b>\$120.171,38</b>	<b>\$132.153,56</b>
<b>- Costos de operación</b>					
Materia prima directa	\$31.450,00	\$33.787,42	\$37.201,55	\$40.856,42	\$44.766,86
Mano de obra directa	\$10.859,30	\$12.492,38	\$13.491,77	\$14.571,11	\$15.736,80
Costos indirectos de fabricación	\$1.302,00	\$1.361,24	\$1.423,18	\$1.487,93	\$1.555,63
<b>Total costos de operación</b>	<b>\$43.611,30</b>	<b>\$47.641,04</b>	<b>\$52.116,50</b>	<b>\$56.915,47</b>	<b>\$62.059,30</b>
<b>Utilidad bruta proyectada</b>	<b>\$46.762,88</b>	<b>\$51.770,66</b>	<b>\$57.207,04</b>	<b>\$63.255,91</b>	<b>\$70.094,26</b>
<b>Egresos operacionales</b>					
Gastos administrativos	\$16.979,60	\$18.985,70	\$20.515,50	\$22.156,36	\$23.928,47
Gastos de venta	\$1.038,02	\$1.085,25	\$1.134,62	\$1.186,24	\$1.240,25
Depreciación	\$3.056,42	\$3.056,42	\$3.056,42	\$2.499,75	\$2.499,75
<b>Utilidad operativa proyectada</b>	<b>\$25.688,84</b>	<b>\$28.643,29</b>	<b>\$32.500,50</b>	<b>\$37.413,56</b>	<b>\$42.425,79</b>
Gastos financieros	\$4.578,00	\$3.570,00	\$2.562,00	\$1.554,00	\$546,00
<b>Utilidad antes de obligaciones</b>	<b>\$21.110,84</b>	<b>\$25.073,29</b>	<b>\$29.938,50</b>	<b>\$35.859,56</b>	<b>\$41.879,79</b>
15% Participación trabajadores	\$3.166,63	\$3.760,99	\$4.490,78	\$5.378,93	\$6.281,97
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$17.944,21</b>	<b>\$21.312,29</b>	<b>\$25.447,73</b>	<b>\$30.480,63</b>	<b>\$35.597,82</b>
Impuesto a la renta					
<b>Utilidad neta proyectada</b>	<b>\$17.944,21</b>	<b>\$21.312,29</b>	<b>\$25.447,73</b>	<b>\$30.480,63</b>	<b>\$35.597,82</b>

Elaborado por: La autora

Año: 2015

## 5.8 Flujo de caja proyectado

El siguiente cuadro identifica los ingresos y egresos en efectivo que se proyectaron para los cinco años, lo que permite observar si es necesario de un financiamiento y además va a contar con los recursos necesarios para pagar las obligaciones que se mantiene.

**Tabla 50**  
*Flujo de caja proyectado*

Detalle	Año 0	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Inversión Inicial	\$66.316,08					
Utilidad neta del ejercicio		\$17.944,21	\$21.312,29	\$25.447,73	\$30.480,63	\$35.597,82
(+) Depreciaciones		\$3.056,42	\$3.056,42	\$3.056,42	\$2.499,75	\$2.499,75
(-) Pago de capital		\$ 9.600	\$ 9.600	\$ 9.600	\$ 9.600	\$ 9.600
(+) Valor de salvamento						\$36.498,7
<b>Flujo Neto</b>	<b>\$66.316,08</b>	<b>\$11.400,63</b>	<b>\$14.768,71</b>	<b>\$18.904,15</b>	<b>\$23.380,38</b>	<b>\$64.996,27</b>

Fuente: Tabla 36, 46, 48,

Elaborado por: La autora

Año: 2015

## 5.9 Evaluación financiera

### 5.9.1 Costo de oportunidad

El proyecto tiene una inversión total de \$66.316,08, el 30% que es \$19.894,82 tendrá aporte personal y el 70% restante de \$46.421,26 será financiado por la CFN. Para el cálculo del costo de oportunidad, en el capital propio se utilizó la tasa pasiva referencial del 5,54% información tomada del Banco Central del Ecuador y para capital financiado se utilizó una tasa activa del 10,5% de la Corporación Financiera Nacional.

**Tabla 51**  
*Costo de oportunidad*

Descripción	Monto	Porcentaje	Tasa de ponderación	Valor ponderado
Inversión propia	\$19.894,82	0,3	0,0554	1,65%
Inversión financiada	\$46.421,26	0,7	0,105	7,35%
				<b>9%</b>

Fuente: BCE, CFN

Elaborado por: La autora

Año: 2015

El costo de oportunidad del proyecto es del 9%, considerando que las condiciones económicas sean estables.

Para el cálculo de la tasa de rendimiento medio (TRM) se utilizó la tasa de inflación de 4,55% hasta el mes de mayo del 2015, información tomada del Banco Central del Ecuador.

$$(TRM) = (1+ck) * (1+inf) -1$$

$$(TRM) = (1+0,09) * (1+0,0455) -1$$

$$TRM = 13,95\%$$

El rendimiento del proyecto es de 13,95% lo que representa la tasa mínima de rentabilidad del proyecto.

### 5.9.2 Cálculo del Valor actual neto VAN

El valor actual es la suma actual de los flujos de caja que espera generar el proyecto a lo largo de su vida y se calculó tomando en cuenta el costo de oportunidad que es del 13,95%.

La fórmula es la siguiente.

$$VAN = \sum \frac{\text{Flujo de Caja Neto}}{(1 + TRM)^n} \pm \text{Inversion Inicial}$$

$$VAN = \sum \frac{11.400,63}{(1 + 13,95)^1} + \frac{14.768,71}{(1 + 13,95)^2} + \frac{18.904,15}{(1 + 13,95)^3} + \frac{23.380,38}{(1 + 13,95)^4} + \frac{64.996,27}{(1 + 13,95)^5} \pm 66.316,08$$

$$VAN= 15.537,97$$

El VAN es positivo y mayor a 0 por lo que se puede determinar que la creación de la microempresa es aceptable o el proyecto es factible de realizarlo.

### 5.9.3 Cálculo de la TIR

Para calcular la TIR utilizamos la misma fórmula del VAN, pero en este caso buscamos la tasa del proyecto.

$$TIR= 21\%$$

De acuerdo a lo resuelto la tasa interna de retorno es del 21%, esta es superior a la tasa de rendimiento medio que es del 13,85%. Lo que determina que el proyecto es viable o factible, siempre que las condiciones del proyecto no cambien hasta el quinto año.

#### 5.9.4 Tiempo de recuperación del dinero

Permite identificar en que tiempo se recuperará la inversión del proyecto, para lo cual se realiza la suma de los flujos para poder establecer el tiempo en años.

**Tabla 52**  
*Periodo de recuperación*

Flujos	Inversión	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
	\$66.316,08	\$11.400,63	\$14.768,71	\$18.904,15	\$23.380,38	\$64.996,27

Fuente: Tabla 50

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Inversión = \$66.316,08

Sumatoria de los flujos = \$45.073,49

Diferencia = \$21.242,59

Años = 3

Luego se realiza una regla de tres con la información del cuarto flujo, para encontrar el tiempo en meses.

\$23.380,38            12

\$21.242,59            X

X= 10,9

El indicador de evaluación financiera determina que el tiempo de recuperación de la inversión del proyecto será en 3 años 10 meses, por ende el proyecto se considera viable-

#### 5.9.5 Índice de rentabilidad

El índice de rentabilidad determina lo que se espera de una inversión para obtener un rendimiento aceptable. Su fórmula es la siguiente:



Índice de rentabilidad =  $\sum$  Flujos de caja / Inversión inicial

**Tabla 53**  
**Índice de rentabilidad**

Años	Flujos de caja
1	\$11.400,63
2	\$14768,71
3	\$18.904,15
4	\$23.380,30
5	\$64.996,27
Total	\$133.450,06

Fuente: Tabla 50

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Índice de rentabilidad = \$133.547,41 / \$83.109,96

Índice de rentabilidad = 1,60

El índice de oportunidad es mayor que 1 por lo que se determina que el proyecto es aceptable.

### 5.9.6 Punto de equilibrio

Su fórmula es:

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - (\text{Costo variable/venta})}$$

$$PE = \frac{32426,90}{1 - (45564,02/90374,18)}$$

$$PE = \$ 65.339,36$$

### 5.10 Conclusiones del estudio financiero

- ✓ La utilidad neta del ejercicio no es cuantiosa pero permite con esta subsistir en el mercado y poder seguir funcionando y aumentando las ventas a medida que transcurra el tiempo.

- ✓ El VAN y la TIR no son exageradas en sus valores, por lo que permite apreciar que el proyecto ha tenido una correcta investigación y cuenta con datos cercanos a lo real y que no excede las expectativas de una microempresa en inicios.
- ✓ El tiempo de recuperación de la inversión en 3 años 10 meses, es razonable, puesto que la empresa es pequeña y no tiene utilidades demasiado altas y es una inversión que se espera resultados a largo plazo.
- ✓ Después de haber realizado el análisis correspondiente se determina que el proyecto es viable para su aplicación.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO**

#### **6.1 Misión**

“Somos una empresa de acopio y comercialización de papa en el norte del país, encaminada a ofrecer un producto de excelente calidad y valor nutricional que responde a las necesidades de los grandes consumidores. Construye vínculos de largo plazo con los agricultores y clientes.”

#### **6.2 Visión**

“En los próximos cinco años aspiramos ser una microempresa líder en el acopio y comercialización de la papa en la zona, ofreciendo un producto de excelente calidad, a través de la innovación y el mejoramiento continuo de sus procesos, para de esta manera mejorar a economía del sector.”

#### **6.3 Objetivos estratégicos**

- a) El objetivo principal de la microempresa es ayudar a los pequeños agricultores del cantón San Pedro de Huaca a comercializar su producto y mejorar su calidad de vida.
- b) Proveer productos de excelente calidad para las principales cadenas alimenticias del país.
- c) Entregar el producto en tiempo y cantidades requeridas.
- d) Garantizar un proceso amigable con el medio ambiente.
- e) Mejorar la calidad de vida de los trabajadores de la empresa y brindar un buen trato para lograr eficiencia y crecimiento organizacional.
- f) Comercializar papa de excelente calidad para ser reconocidos y conseguir prestigio.

## 6.4 Principios y valores

### 6.4.1 Principios

- a) **Competitividad.-** Ser líder en el mercado en lo referente a calidad y precio del producto.
- b) **Calidad.-** Brindar un producto de excelente calidad que satisfaga las necesidades de nuestros clientes.
- c) **Atención al cliente.-** Tener una buena relación con los clientes, atender sus quejas y reclamos siempre que lo pidan.
- d) **Trabajo en equipo.-** Todos los integrantes de la organización deben estar enfocados en hacer las cosas bien, trabajando juntos en todas las actividades y siempre buscar el crecimiento organizacional.

### 6.4.2 Valores

- a) **Responsabilidad.-** Los miembros de la organización deben cumplir con todos los deberes empresariales y con la comunidad.
- b) **Respeto.-** Fomentar el respeto entre los colaboradores de la empresa, clientes, proveedores y como no con la naturaleza.
- c) **Puntualidad.-** Respeto al tiempo y compromisos de los demás, en especial con nuestros clientes.
- d) **Lealtad.-** Cumplir con las normas y leyes que se establece en la organización, ser fieles.
- e) **Confianza.-** Sólo con confianza entre las partes se logra relaciones de negocios efectivas.

### 6.4.3 Políticas

- a) Capacitación permanente del personal que laborara en la microempresa para una buena marcha de la misma.

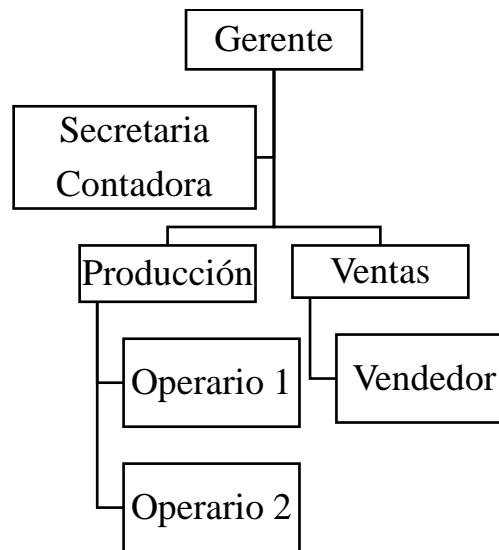
- b) Entregar el producto en el tiempo acordado y cumpliendo con todos los requisitos que exigen los clientes.
- c) Velar por el crecimiento y competitividad de la empresa.
- d) Utilizar los recursos de una manera óptima para lograr rentabilidad en la empresa.
- e) Incentivar la cultura y prácticas ecológicas
- f) Buscar establecer los precios más competitivos en el mercado.
- g) Mejorar constantemente todos los procesos de la empresa.
- h) Agregar valor a los clientes para generar una relación rentable de largo plazo.
- i) Capacitar a los productores de acuerdo a las necesidades que ellos tengan para mejorar la productividad.

## **6.5 Estructura orgánica**

La estructura organizacional que pretende realizar la empresa, se basará a un organigrama vertical, para poder identificar de mejor manera la delegación de autoridad. De acuerdo como la microempresa vaya progresando se irá extendiendo la estructura organizativa, tomando en cuenta las necesidades de la misma.

Es importante dimensionar las actividades y responsabilidades que ejercerá cada integrante de la organización, para lo cual se ha diseñado una asignación de responsabilidades generales que se detalla en el siguiente cuadro.

**Gráfico 18**  
**Organigrama**



**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2015

## 6.6 Niveles administrativos

Los niveles administrativos de la empresa son:

- a) **Nivel ejecutivo.-** Este nivel está integrado por el dueño de la microempresa, el mismo que realizará las funciones de gerencia, quien es el responsable de dirigir, orientar, conducir y supervisar las políticas y actividades de la empresa encomendadas a sus subordinados.
- b) **Nivel auxiliar.-** Este nivel está integrado por contabilidad y secretaria, que realizará las funciones de apoyo necesarias para el progreso de la empresa.
- c) **Nivel operativo.-** Este nivel lo integran ventas y los trabajadores u operarios, ellos deberán estar comprometidos en ejecutar todas las actividades que la organización les asigne para cumplir con los objetivos y metas trazados por la microempresa.

## **6.7 Perfiles y competencias**

### **6.7.1 Puestos**

Se requiere de un gerente que en este caso será el dueño de la microempresa, un (a) secretario (a) – contador (a), vendedor (a) y 2 operarios.

## 6.7.2 Matriz de competencias

**Tabla 55**  
*Matriz de competencias*

Puesto	Competencias	Perfil	Funciones	Requisitos
Gerente	<p><b>Estructurales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pensamiento crítico</li> <li>• Ética profesional</li> <li>• Honestidad</li> <li>• Responsabilidad</li> </ul> <p><b>Laborales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> <li>• Habilidades para negociar</li> <li>• Capacidad para tomar decisiones</li> <li>• Trabajar en equipo</li> <li>• Poseer conocimientos en el área contable.</li> <li>• Monitoreo y control</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> <li>• Trabajo a presión</li> <li>• Buen manejo de relaciones humanas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar legal y judicialmente a la microempresa.</li> <li>• Implementar políticas para la microempresa.</li> <li>• Supervisar el cumplimiento de las actividades de sus subordinados.</li> <li>• Cumplir y hacer cumplir las políticas de la organización.</li> <li>• Convocar a los trabajadores a reuniones.</li> <li>• Contratar y facultad para despedir al personal.</li> <li>• Revisar los estados financieros</li> </ul>	<p><b>Instrucción formal</b></p> <p>Estudios superiores en administración, economía o contabilidad.</p> <p>Capacitación en gestión del talento humano</p> <p><b>Edad</b></p> <p>25 – 40 años</p> <p><b>Experiencia</b></p> <p>2 años en cargos similares.</p>

Elaborado por: La autora  
Año: 2015



Puesto	Competencias	Perfil	Funciones	Requisitos
Secretaria / Contadora	<p><b>Estructurales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización</li> <li>• Ética profesional</li> <li>• Confidencialidad</li> </ul> <p><b>Laborales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Monitoreo y control</li> <li>• Destreza matemática</li> <li>• Comprensión escrita y oral</li> <li>• Manejo de recursos financieros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de contabilidad.</li> <li>• Conocimiento de leyes tributarias y laborales.</li> <li>• Buenas relaciones humanas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar la agenda del gerente.</li> <li>• Atender a los clientes.</li> <li>• Llevar la contabilidad de la microempresa.</li> <li>• Preparar y presentar informes financieros al gerente.</li> <li>• Preparar y presentar declaraciones tributarias.</li> <li>• Coordinar los pagos a proveedores.</li> <li>• Responsable de la planificación, organización y coordinación.</li> <li>• Elaborar roles de pago.</li> <li>• Llevar el control de las cuentas de la microempresa.</li> </ul>	<p><b>Instrucción formal</b></p> <p>Estudios superiores en contabilidad.</p> <p>Conocimiento en tributación.</p> <p>Conocimiento de NIIFS</p> <p><b>Edad</b></p> <p>25 – 40 años</p> <p><b>Experiencia</b></p> <p>2 años en cargos similares.</p>

Puesto	Competencias	Perfil	Funciones	Requisitos
Vendedor	<p><b>Estructurales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesionalismo</li> <li>• Ética profesional</li> <li>• Compromiso</li> </ul> <p><b>Laborales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad para negociar.</li> <li>• Excelentes relaciones humanas.</li> <li>• Analíticos</li> <li>• Pensamiento crítico</li> <li>• Destreza matemática</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estabilidad emocional.</li> <li>• Trabajo bajo presión.</li> <li>• Buen manejo de relaciones laborales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar las ventas y cobranzas.</li> <li>• Manejar un control de cartera de clientes.</li> <li>• Revisar que el producto se encuentre en buenas condiciones para la venta.</li> <li>• Revisar y verificar que los pedidos concuerden con las facturas.</li> <li>• Establecer conjuntamente con el gerente las políticas de venta.</li> <li>• Elaborar y presentar un plan de ventas al gerente.</li> </ul>	<p><b>Instrucción formal</b></p> <p>Estudios superiores en marketing o bachiller.</p> <p>Disponibilidad para viajar.</p> <p>Disponibilidad de tiempo parcial.</p> <p><b>Edad</b></p> <p>25 – 35 años</p> <p><b>Experiencia</b></p> <p>1 años en cargos similares.</p>

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

Puesto	Competencias	Perfil	Funciones	Requisitos
Operario	<p><b>Estructurales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Honestidad</li> </ul> <p><b>Laborales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Excelentes relaciones humanas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excelentes relaciones humanas.</li> <li>• Habilidad en el manejo de las papas.</li> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar que el producto este en perfectas condiciones.</li> <li>• Verificar la calidad del producto.</li> <li>• Verificar el producto antes de venderlo.</li> <li>• Informar al gerente sobre cualquier novedad acerca del producto.</li> <li>• Realizar la clasificación del producto.</li> <li>• Realizar el pesaje del producto.</li> <li>• Almacenar el producto, de acuerdo a las normas establecidas.</li> </ul>	<p><b>Instrucción formal</b> Bachiller en agricultura.</p> <p><b>Edad</b> 25 – 40 años</p> <p><b>Experiencia</b> Con o sin experiencia.</p>

Elaborado por: La autora

Año: 2015

## **6.8 Análisis legal**

### **6.8.1 Nombre o Razón social**

La empresa tendrá como razón social Karina Lizbeth Tulcán Salazar ya que de una persona natural.

### **6.8.2 Figura jurídica**

#### **Domicilio**

República del Ecuador, provincia del Carchi, cantón San Pedro de Huaca, Ciudad de Huaca, barrio Las Palmas.

#### **Objeto**

La principal actividad de la microempresa es acopiar y comercializar la papa en el cantón San Pedro de Huaca.

#### **Representante legal**

Karina Lizbeth Tulcán Salazar

#### **Apertura de cuenta**

Se necesitó una cuenta en el banco de Pichincha a nombre de la persona interesada en crear la microempresa.

## **6.9 Permisos de funcionamiento**

De las investigaciones realizadas, se pudo establecer que no existe ningún impedimento en esta zona para implementar la microempresa, los requisitos y documentos son los siguientes:

### **6.9.1 Obtención de patente municipal**

- a) Documentos personales del representante legal.
- b) Copia del R.U.C
- c) Permiso del cuerpo de bomberos de la ciudad.
- d) Formulario de solicitud y declaración de patente.

- e) Declaración juramentada de inicio de la actividad económica comercial.
- f) Escritura del terreno.
- g) Recibo del último pago del impuesto predial e inscripción.

#### **6.9.2 Requisitos para obtener permiso del cuerpo de bomberos**

- a) Solicitud de inspección.
- b) Inspección aprobada por el cuerpo de bomberos de Huaca.
- c) Copia del R.U.C
- d) Copia de cedula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.
- e) Pago de la especie correspondiente al permiso de funcionamiento solicitado.

#### **6.9.3 Requisitos para obtener el permiso del ministerio de salud pública**

- a) Ficha de inspección.
- b) Copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal.
- c) Permiso del cuerpo de bomberos.
- d) Copia del R.U.C.
- e) Copia de certificados de salud conferidos por centros de salud del MSP.
- f) Pago de tasa.

#### **6.9.4 Registro único de contribuyentes**

Personas naturales:

- a) Original y copia de la cédula de ciudadanía.
- b) Presentación del certificado de votación del último proceso electoral. Original y copia.
- c) Original o copia de cualquier planilla de los servicios básicos de los tres últimos meses anteriores a la fecha de realización del trámite.
- d) Comprobante del pago del impuesto predial del año actual o del año inmediatamente anterior.

### **6.9.10 Obtención del permiso ambiental**

- a) Carta de cesión gratuita del uso del bien inmueble, adjuntando copia de la cédula del cedente y el documento que certifique la ubicación Razón Social del proponente.
- b) Nombre del proyecto.
- c) Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección.
- d) Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, de las tasas correspondientes a la emisión de la Licencia Ambiental y Seguimiento y Monitoreo.
- e) Garantía de Fiel Cumplimiento del Plan Anual de Manejo Ambiental, equivalente al 100% del Cronograma Anual Valorado, a nombre del Ministerio del Ambiente.
- f) Póliza de Seguros por daños ambientales o daños a terceros a nombre del Ministerio del ambiente.

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS

#### 7.1 Principales impactos

Es muy importante analizar el potencial que tiene el proyecto para lograr cambiar la realidad social, económico-comercial, ambiental y productivo con relación a una empresa de acopio y comercialización de la papa, para esto se utiliza un sistema de calificación que mide los impactos del entorno, sean estos directos e indirectos.

**Tabla 56**

#### *Ponderación de impactos*

<b>Nivel de impacto</b>	<b>Calificación</b>
Alto positivo	+3
Medio positivo	+2
Bajo positivo	+1
No existe impacto	0
Alto negativo	-1
Medio negativo	-2
Bajo negativo	-3

<b>Escala</b>	<b>Condición</b>
Favorable	1 a 3
No favorable	-1 a -3
Indiferente	0

**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2015

Para el análisis de cada uno de los impactos se realiza en base a la tabla, de modo que se asigna a cada uno de ellos las calificaciones correspondientes. Siguiendo el procedimiento se realizará una sumatoria de los valores de cada uno de los impactos para obtener una valoración general de presente estudio.

### 7.1.1 Impacto social

- Unión de agricultores
- Generación de fuentes de empleo
- Mejoramiento de la calidad de vida de las personas
- Productos de calidad

**Tabla 57**  
**Impacto social**

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Unión de agricultores							X	3
Generación de fuentes de empleo						X		2
Mejoramiento de la calidad de vida						X		2
Productos de calidad						X		2
<b>Total</b>						<b>6</b>	<b>3</b>	<b>9</b>

Elaborado por: La autora  
Año: 2015

$$\text{Nivel de impacto social} = \text{Sumatoria} / \text{N}^\circ \text{ indicadores} = 8/4 = 2,25$$

### Análisis

Según el resultado obtenido se puede concluir que el proyecto tendrá un impacto social positivo ya que socialmente este proyecto va a fortalecer la unión de los agricultores del sector mediante la asociación y la producción de la papa será comercializada en conjunto mediante a un precio real, más no empírico sin la intervención de intermediarios, obteniendo de esta forma rentabilidad para ellos y su familia, además con esta nueva alternativa los campesinos estarán más motivados a realizar el trabajo de campo y ofrecer productos de calidad. La realización de este proyecto también va a generar diversas fuentes de empleo con una retribución justa por el



trabajo que realicen mejorando de esta manera la calidad de vida de muchas personas que habitan en la ciudad.

### 7.1.2 Impacto económico comercial

- Incremento de ingresos económicos
- Reactivación del sector comercial
- Mejoramiento de la comercialización de la papa
- Rentabilidad
- Precio justo

**Tabla 58**

*Impacto económico comercial*

<b>Indicadores</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>Total</b>
Incremento de ingresos económicos						X		2
Reactivación del sector comercial						X		2
Mejoramiento de la comercialización de la papa							X	3
Rentabilidad						X		2
Precio justo						X		2
<b>Total</b>						<b>8</b>	<b>3</b>	<b>11</b>

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

**Nivel de impacto social** = Sumatoria/ N° indicadores = 11/5 = 2,

### **Análisis**

Se puede concluir que el impacto producido es positivo ya que a través de la ejecución de este proyecto se generará nuevas fuentes de trabajo y por ende el incremento de ingresos económicos para el personal que trabaje en la microempresa, así como para los agricultores, además se logrará beneficiar a un gran número de familias de la ciudad en donde será ubicada la microempresa, reactivando el sector comercial dinamizando la economía en la zona. El objetivo del proyecto es ayudar a la correcta comercialización de la papa garantizando al

agricultor la venta del producto a un precio adecuado que le permita recuperar los costos invertidos en la producción del producto y de esta manera evitar pérdidas. Al comercializar alimentos de calidad se logrará atraer más clientes generando así rentabilidad para la microempresa.

### 7.1.3 Impacto ambiental

- Manejo de desechos orgánicos
- Uso adecuado de insumos agrícolas
- Reciclaje
- Escasa contaminación del agua

**Tabla 59**  
**Impacto Ambiental**

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Manejo de desechos orgánicos			X					-1
Uso adecuado de insumos agrícolas						X		2
Reciclaje		X						-2
Escasa contaminación del agua			X					-1
<b>Total</b>		<b>-2</b>	<b>-2</b>			<b>2</b>		<b>-2</b>

Elaborado por: La autora  
Año: 2015

**Nivel de impacto social** = Sumatoria/ N° indicadores =  $-2/4 = -0,5$

### Análisis

En este ámbito el proyecto generará un impacto bajo negativo ya que no se pretende contribuir a la contaminación ambiental, el objetivo principal de este proyecto es buscar métodos innovadores como el reciclaje para que se reduzcan los impactos ambientales y de esta manera proteger el medio ambiente en el que vivimos. Además en lo que concierne al

proyecto se concientizará a los agricultores del uso adecuado de insumos agrícolas, así como el manejo apropiado de los desechos orgánicos para no perjudicar a la naturaleza.

#### 7.1.4 Impacto productivo

- Mejoramiento de la producción agrícola
- Competitividad
- Reactivación del sector agrícola.

**Tabla 60**  
**Impacto productivo**

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Mejoramiento de la producción agrícola							X	3
Competitividad					X			1
Reactivación del sector agrícola						X		2
<b>Total</b>					<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>6</b>

**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2015

$$\text{Nivel de impacto social} = \text{Sumatoria} / \text{N}^\circ \text{ indicadores} = 6/3 = 2$$

#### Análisis

Según el resultado obtenido se puede concluir que el proyecto tendrá un impacto productivo positivo, ya que con la creación de este proyecto se pretende mejorar la producción agrícola de los de los campesinos dedicados a la producción de la papa que podrán vender cada quintal de papa a precios justos, con esto se logrará mejorar la calidad de vida de las personas dedicadas a esta actividad agrícola. Además la microempresa será muy competitiva porque ofrecerá eficiencia en la entrega de productos así como calidad. La creación de la asociación permitirá la reactivación del sector agrícola en el cantón.

## 7.2 Resumen general de impactos

**Tabla 61**  
*Resumen de impactos*

<b>Nombre del Indicador</b>	<b>Valor</b>
Social	2,25
Económico -Comercial	2,2
Ambiental	-0,5
Productivo	2
<b>Total</b>	<b>5,95</b>

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

$$\text{Nivel de impactos} = \text{Sumatoria} / \text{N}^{\circ} \text{ de indicadores} = 5,95/4 = 1,5 = \mathbf{2}$$

De manera general se puede decir que el proyecto generará un nivel medio positivo, por lo que es favorable la creación de la microempresa de acopio y comercialización de la papa ya que es una alternativa para que se reactive este sector económico en el cantón.

Este proyecto promueve nuevas fuentes de empleo, ayuda a mejorar la economía de todos los agricultores de la zona y ellos de esta manera pueden mejorar la calidad de vida de sus familias. Es de gran importancia poner en marcha esta idea de negocio.

## CONCLUSIONES

- 1) El cantón San Pedro de Huaca es potencialmente productor de papa por lo que se concluye que existe oportunidad de crear una empresa de acopio y comercialización de papa, por sus características geográficas y demográficas, los agricultores de la localidad tienen gran interés en la puesta de marcha de la microempresa porque mejora la economía de los habitantes del sector.
- 2) Según los resultados del estudio de mercado se pudo determinar que existe una gran oferta de materia prima, ya que el sector es eminentemente agrícola, existe una demanda insatisfecha por algunas empresas que elaboran snacks a base de papa.
- 3) En base al estudio técnico se concluye la ubicación exacta de la microempresa por el clima, ubicación geográfica y vías de acceso, lo que permiten la llegada y salida del producto, para la determinación del tamaño de la planta se consideró la demanda potencial a satisfacer, además no se requiere de mucha tecnología, ni mano de obra calificada, por lo que la zona se beneficiará con nuevas fuentes de trabajo.
- 4) La evaluación financiera del proyecto muestra resultados favorables lo que indica que el proyecto es factible según los resultados obtenidos de los respectivos indicadores financieros, por lo tanto la inversión realizada va a ser recuperada.
- 5) Los impactos que generará la microempresa el momento de su aplicación determinan un nivel medio positivo, por lo que la ejecución del proyecto es favorable para quienes conforman dicha microempresa, los agricultores, por ende la sociedad y el medioambiente.
- 6) A través del estudio de factibilidad se puede determinar que esta microempresa es viable, debido a que en toda la provincia no existe una organización de tal tipo, además existe gran oferta de materia prima para cubrir la demanda insatisfecha de algunas empresas.

## RECOMENDACIONES

- 1) Con los resultados obtenidos se recomienda ejecutar el proyecto para aprovechar al máximo las oportunidades presentes en el cantón San Pedro de Huaca, además los agricultores de la zona cobrarán un precio favorable por su producto para mejorar su calidad de vida.
- 2) Es importante aprovechar los recursos naturales del cantón, al igual que los conocimientos y experiencia en agricultura que tienen los campesinos, para que de esta manera los productos cultivados sean de calidad.
- 3) Aprovechar la capacidad instalada de la planta mediante un minucioso control, además optimizar todos los recursos para cumplir con los objetivos planteados y generar mayor rentabilidad.
- 4) Se debe capacitar al personal de talento humano en todas las áreas del proyecto con el objetivo de explotar todas sus capacidades y habilidades logrando de esta manera que el proyecto sea más efectivo, eficaz y sobre todo que genere rentabilidad.
- 5) Para los niveles de impactos se requiere la ayuda y colaboración de todos los integrantes de la organización, se debe crear estrategias para mantener y mejorar el mismo impacto positivo ya que esto beneficia a muchos sectores y personas.

**BIBLIOGRAFÍA**

- Agroecuador. (2014). *Cámara de Agricultura Zona I*. Obtenido de <http://agroecuador.com>
- Aguirre, E. (2008). *Diseño y Gestión de Microempresas*. CODU.
- Alonso Arce, F. (2010). *El cultivo de la patata*. España: Mundi-Prensa.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw Hill Interamericana.
- Chicharro, M., & Mar, M. d. (2010). *Sobre jóvenes y sus asociaciones. Utilidad y significados de las asociaciones juveniles para sus socios: un estudio de casos*. España: Universidad Complutense de Madrid.
- Córdoba, M. (2011). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Fernandez, G., & Quintero, V. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. México : Instituto Politécnico Nacional.
- Fernandez, G., & Quintero, V. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. México: Instituto Politécnico Nacional.
- Herrera A, J. (2013). *Administración de la Empresa Constructora* . U.S.A: Lulu.com Editorial.
- Martínez Sánchez, J., & Jiménez, E. (2010). *Marketing*. U.S.A: Firms Press.
- Orozco, M., & Jesús, J. d. (2013). *Evaluación financiera de proyectos (SIL) (3a. ed.)*. Colombia: Ecoe ediciones.
- Puentes, G. A. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos agropecuarios*. Colombia: Ecoe ediciones.
- Sagap, N. (2011). *Proyectos de inversión formulación y evaluación (Segunda ed.)*. (I.F Maluf; Ed.). Chile: Pearson Educacion.
- Zapata, P. (2011). *Contabilidad General*. Bogotá: McGraw Hill Interamericana Editores S.A.

**LINKOGRAFÍA**

- Agrícolas, A. d. (2011). *El semillero*. Obtenido de <http://www.elsemillero.org/ecuador/secciones/3482/asociacin-de-trabajadores-agrcolas-autonomo-/catalogo>
- Carrilo, C. (2011). *La Microempresa en Chimborazo*. Obtenido de <http://microempresachimborazo.blogspot.com/p/ventajas-y-desventajas-de-la.html>
- Lujan, L. (2008). *Wikipedia la enciclopedia libre*. Obtenido de [http://es.wikipedia.org/wiki/Solanum\\_tuberosum](http://es.wikipedia.org/wiki/Solanum_tuberosum)
- S.R.I. (08 de 05 de 2015). *S.R.I*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/de/31>
- Valores, S. d. (10 de 05 de 2015). *Superintendencia de Compañías y Valores*. Obtenido de [http://appscvs.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/cons\\_elec/MANUAL\\_USUARIO\\_CONSTITUCION\\_ELECTRONICA\\_USUARIO.pdf](http://appscvs.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/cons_elec/MANUAL_USUARIO_CONSTITUCION_ELECTRONICA_USUARIO.pdf)



# ANEXOS

**ANEXO N° 1**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**ENTRESTA DIRIGIDA AL SR. JORGE HERNANDEZ GERENTE COMERCIAL  
DE PERECIBLES DE CORPORACIÓN FAVORITA**

1. ¿QUE CANTIDAD DE PAPA COMPRA A LA SEMANA?
  
2. ¿QUE VARIEDAD DE PAPA UTILIZA PARA LA PRODUCCIÓN DE SU PRODUCTO?
  
3. ¿LA PAPA QUE COMPRA ES GRUESA, PAREJA O DELGADA?
  
4. ¿DONDE ADQUIERE EL PRODUCTO?
  
5. ¿A QUE PRECIO OBTIENE EL PRODUCTO?
  
6. ¿EN QUÉ TIEMPO PAGAN A LOS PROVEEDORES?
  
9. ¿ESTARÍA DISPUESTO A ADQUIRIR PAPA A UNA MICROEMPRESA DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN UBICADA EN LA CIUDAD DE HUACA?

**Nota:** La entrevista realizada es confidencial, y su uso es para un estudio de factibilidad de la creación de una microempresa de acopio y comercialización de papa en el Cantón San Pedro de Huaca, para poder obtener mi título profesional

**ANEXO N° 2**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS AGRICULTORES DE PAPA DEL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA**

**OBJETIVO:** Recopilar información para conocer la situación actual de los agricultores de papa en el Cantón San Pedro de Huaca.

**INSTRUCCIONES:** Por favor lea detenidamente y conteste las preguntas con precisión ya que su información será muy importante. Marque con una X la alternativa que crea conveniente.

**1) ¿La producción de papa usted la vende de forma?**

Individual ( )

Asociación ( )

**2) ¿Cuáles son las variedades que usted cultiva?**

Gabriela ( )

Súper Chola ( )

Única ( )

Capiro ( )

Esperanza ( )

Otras ( )

**3) ¿Cuántas hectáreas posee usted para el cultivo de papa?**

Menos de 2 ha ( )

De 3 a 4 ha ( )

De 5 a 6 ha ( )

De 7 a 8 ha ( )

Más de 9 ha ( )

**4) ¿Cuántos quintales de papa produce usted por cada hectárea de siembra?**

Menos de 100 qq. ( )

De 101 a 200 qq. ( )

De 201 a 300 qq. ( )

Más de 300 qq. ( )

**5) ¿Con que frecuencia se realiza la cosecha de papa?**

Trimestralmente ( )

Semestralmente ( )

Anualmente ( )

**6) ¿Cómo calificaría usted los productos agrícolas que usted ofrece?**

Buena calidad ( )

Baja calidad ( )

Mala calidad ( )

**7) ¿Los canales de distribución que usted utiliza en la zona para la comercialización de la papa son?**

Directo ( )

Intermediarios ( )

Ninguno ( )

**8) ¿El precio de venta del producto es fijado por?**

El mercado ( )

El comprador ( )

El vendedor ( )

**9) ¿Usted estaría interesado en formar parte de una microempresa de acopio y comercialización de la papa en el Cantón San Pedro de Huaca?**

Muy interesado ( )

Poco interesado ( )

No interesado ( )

## ANEXO N° 3

<b>NORMA DE CALIDAD SUPERMAXI</b>		
<b>NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO: PAPA GRUESA</b>		
<b>VARIEDAD: Superchola, gabriela, catalina, fripapa, capiro.</b>		
<b>CARACTERÍSTICAS MÍNIMAS DE CALIDAD</b>	<b>TOLERANCIAS</b>	
<b>APARIENCIA GENERAL</b>		
Cáscara lisa.	Rugosidades.	3 %
Síntomas de deshidratación.	Deshidratación.	1 %
Humedad externa anormal o excesiva.		1 %
<b>FORMA</b>		
Característica de la variedad sin deformaciones.	Deformaciones leves.	1 %
<b>DAÑOS MECÁNICOS</b>		
Enteras.	partidas	0,5 %
Rajaduras, tajados.		0,5 %
<b>CARACTERÍSTICAS FITOSANITARIAS</b>		
Pudrición.		0,5 %
Papas huecas en el centro (jucas).	Huecas.	0,2 %
Presencia de insectos.	Insectos por saco.	1.
Daño por insectos.		1 %
Daño por roedores.		0 %
<b>TEXTURA</b>		
Firme al tacto.	Blandas.	0,5 %
<b>LIMPIEZA</b>		
Suciedad de diversos orígenes (excepto tierra).		0 %
Presencia de agroquímicos.		0 %
Olor extraño.		0 %
<b>SUMA TOTAL DE DEFECTOS ACEPTADOS</b>		<b>3 %</b>
<b>TAMAÑO</b>		
Peso mínimo 120 gr.	100 a 119 gr.	10 %
Peso máximo 280 gr.	281 a 300 gr.	10 %
<b>COLOR Y GRADO DE MADUREZ</b>		
Típico de la variedad tanto en su epidermis como en su parte interna.	Color atípico.	1 %
Manchas de color verde o morado por sol exposición al sol.	Manchadas.	1 %
La epidermis de los tubérculos no debe desprenderse con facilidad.	Pelona.	1 %
<b>EMPAQUE Y EMBALAJE</b>		
Unidad de manejo en costales de aproximadamente 45 Kg.		
Los costales no pueden ser agroquímicos ni otras sustancias tóxicas.		0 %
Costales limpios y enteros.		1 %
El producto que está a la vista debe ser igual al que no está a la vista.		0 %
<b>TEMPERATURA</b>		
Temperatura del producto al momento de la recepción máximo 15° C.		
Los productos serán muestreados según normas internas para el efecto.		

## ANEXO N° 4

<b>NORMA DE CALIDAD SUPERMAXI</b>		
<b>NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO: PAPA CUCHI.</b>		
<b>VARIEDAD: Superchola, Gabriela, catalina, fripapa, capiro.</b>		
<b>CARACTERÍSTICAS MÍNIMAS DE CALIDAD</b>		<b>TOLERANCIAS</b>
<b>APARIENCIA GENERAL</b>		
Cáscara lisa.	Rugosidades.	3 %
Síntomas de deshidratación.	Deshidratación.	1 %
Humedad externa anormal o excesiva.		1 %
<b>FORMA</b>		
Característica de la variedad sin deformaciones.	Deformaciones leves.	1 %
<b>DAÑOS MECÁNICOS</b>		
Enteras.		0,5 %
Rajaduras, tajados.		0,5 %
<b>CARACTERÍSTICAS FITOSANITARIAS</b>		
Pudrición.		0,5 %
Papas huecas en el centro (jucas).	Huecas.	0,2 %
Presencia de insectos.	Insectos por saco.	1.
Daño por insectos.		1 %
Daño por roedores.		0 %
<b>TEXTURA</b>		
Firme al tacto.	Blandas.	0,5 %
<b>LIMPIEZA</b>		
Suciedad de diversos orígenes (excepto tierra).		0 %
Presencia de agroquímicos.		0 %
Olor extraño.		0 %
<b>SUMA TOTAL DE DEFECTOS ACEPTADOS</b>		<b>3 %</b>
<b>TAMAÑO</b>		
Peso mínimo 20 gr.	15 a 19 gr.	10 %
Peso máximo 30 gr.	31 a 34 gr.	10 %
<b>COLOR Y GRADO DE MADUREZ</b>		
Típico de la variedad tanto en su epidermis como en su parte interna.	Color atípico.	1 %
Manchas de color verde o morado por sol exposición al sol.	Manchadas.	1 %
La epidermis de los tubérculos no debe desprenderse con facilidad.	Pelona.	1 %
<b>EMPAQUE Y EMBALAJE</b>		
Unidad de manejo en costales de aproximadamente 45 Kg.		
Los costales no pueden ser agroquímicos ni otras sustancias tóxicas.		0 %
Costales limpios y enteros.		1 %
El producto que está a la vista debe ser igual al que no está a la vista.		0 %
<b>TEMPERATURA</b>		
Temperatura del producto al momento de la recepción máximo 15° C.		
Los productos serán muestreados según normas internas para el efecto.		

## ANEXO N° 5

<b>NORMA DE CALIDAD SUPERMAXI</b>		
<b>NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO: PAPA FINA.</b>		
<b>VARIEDAD: Superchola, Gabriela, catalina, fripapa, capiro.</b>		
<b>CARACTERÍSTICAS MÍNIMAS DE CALIDAD</b>		<b>TOLERANCIAS</b>
<b>APARIENCIA GENERAL</b>		
Cáscara lisa.	Rugosidades.	3 %
Síntomas de deshidratación.	Deshidratación.	1 %
Humedad externa anormal o excesiva.		1 %
<b>FORMA</b>		
Característica de la variedad sin deformaciones.	Deformaciones leves.	1 %
<b>DAÑOS MECÁNICOS</b>		
Enteras.		0,5 %
Rajaduras, tajados.		0,5 %
<b>CARACTERÍSTICAS FITOSANITARIAS</b>		
Pudrición.		0,5 %
Papas huecas en el centro (jucas).	Huecas.	0,2 %
Presencia de insectos.	Insectos por saco.	1.
Daño por insectos.		1 %
Daño por roedores.		0 %
<b>TEXTURA</b>		
Firme al tacto.	Blandas.	0,5 %
<b>LIMPIEZA</b>		
Suciedad de diversos orígenes (excepto tierra).		0 %
Presencia de agroquímicos.		0 %
Olor extraño.		0 %
<b>SUMA TOTAL DE DEFECTOS ACEPTADOS</b>		<b>3 %</b>
<b>TAMAÑO</b>		
Peso mínimo 50 gr.	35 a 49 gr.	10 %
Peso máximo 80 gr.	81 a 99 gr.	10 %
<b>COLOR Y GRADO DE MADUREZ</b>		
Típico de la variedad tanto en su epidermis como en su parte interna.	Color atípico.	1 %
Manchas de color verde o morado por sol exposición al sol.	Manchadas.	1 %
La epidermis de los tubérculos no debe desprenderse con facilidad.	Pelona.	1 %
<b>EMPAQUE Y EMBALAJE</b>		
Unidad de manejo en costales de aproximadamente 45 Kg.		
Los costales no pueden ser agroquímicos ni otras sustancias tóxicas.		0 %
Costales limpios y enteros.		1 %
El producto que está a la vista debe ser igual al que no está a la vista.		0 %
<b>TEMPERATURA</b>		
Temperatura del producto al momento de la recepción máximo 15° C.		
Los productos serán muestreados según normas internas para el efecto.		

## ANEXO N° 6



## ANEXO N° 7

## MERCADO DE PAPA DE JULIO ANDRADE





## ANEXO N° 8

**COTIZACION**

Fecha: ..... Teléfono: .....

Nombre: ..... Cédula: .....

**PRECIOS INCLUYEN IVA**

Código	Descripción	P.V.P.
	Impresora multifunción Canon 3510, W.I. Duplex	\$ 320
	Telefono Daewoo DTD5500 Combo, manos libres, regio. ca.	50.
	1 TOTAL	\$ 370

Observaciones: ..... Crédito Directo  Tarjeta de Crédito Vendedor: CRISTIAN ESPINOZA Celular: .....

NOTA: PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS SIN PREVIO AVISO

2 \$	Cuota Inicial
3 \$	Saldo a financiar (1+2)
4 \$	___ % Interés
___ Cuotas Semanales \$ c/u	___ Cuotas Mensuales \$ c/u
	\$ Total a pagar (2+3+4)

ANEXO N° 9



# COTIZACION

Fecha: 25/08/2015 Teléfono: 0989207440

Nombre: Karina Tolcaá Cédula: 0407732862

**PRECIOS INCLUYEN IVA**

Código	Descripción	P.V.P.
<u>2</u>	<u>1 LAPTOP HP Pavilion 15-intel core i5.4200 Turbo</u>	<u>\$ 1.300</u>
	<u>2.7GHZ/6GB ram /750GB disco/LCD 15.6 pulg 1366x768 px/</u>	
	<u>Teclado Numérico/HDMI/7 USB 2.0/ DVD+ RW / WEBCAM/</u>	
	<u>Windows 8.1 x64bits -&gt; ESPAÑOL+ RECOVERY 100% Nueva</u>	
	<u>ReFurbished HP/1 año garantía</u>	
	<b>1 TOTAL</b>	<b>\$ 1.300</b>

Observaciones: ..... Crédito Directo  Tarjeta de Crédito

Vendedor: CRISTIAN ESPINOZA Celular: 040192546-8

NOTA: PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS SIN PREVIO AVISO

2 \$	Cuota Inicial
3 \$	Saldo a financiar (1+2)
4 \$	% Interés
_____ Cuotas Semanales \$ c/u	_____ Cuotas Mensuales \$ c/u
	Total a pagar (2+3+4)