



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

TESIS DE GRADO

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO CONTADOR PUBLICA AUTORIZADA
C.P.A.**

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRICOLAS”**

AUTOR:

SAGÑAY MORA LUZ MARIA

TUTOR:

C.P.A. VICTOR GABRIEL ROMERO VEGA, MCA

GUAYAQUIL, 2020



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia,
Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS"		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Sagñay Mora Luz María		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	C.P.A. Víctor Gabriel Romero Vega, MCA		
INSTITUCIÓN:	Universidad De Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Ciencias Administrativas		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Contaduría Pública Autorizada		
GRADO OBTENIDO:			
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. De Páginas:	
ÁREAS TEMÁTICAS:	Finanzas Contabilidad Economía		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Producción Comercialización Demanda Oferta		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>El propósito de este estudio de factibilidad fue el diseño de un plan de negocios que demuestre la viabilidad económica y financiera de emprender con una empresa que produce y comercializa productos agrícolas además que impulse la competitividad y productividad de la matriz productiva y de las empresas PYMES de Guayaquil. Se aplicaron los métodos de investigación: el descriptivo y de campo, Los instrumentos de recolección de información fue la encuesta que permitió conocer directamente de los interesados su percepción sobre la demanda de los productos lo que prefieren al momento de comprar así también nos permitió conocer las mejoras que se pueden realizar al momento de lanzar nuestro producto al mercado. La población de estudio fue una muestra restaurantes hoteles y empresas de catering asentadas en Guayaquil específicamente en la parroquia Tarqui. Se estructuró el plan de negocios con cada una de sus etapas, se procedió a su evaluación financiera con técnicas financieras Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR) que demostraron que es conveniente la apertura de la empresa acorde con los supuestos que se plantean en el plan de negocios.</p>		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/> X	NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0997356061	E-mail: luzmora92@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Universidad de Guayaquil		
	Teléfono: (04) 2848487 ext. 12		
	E-mail: secretaria-general@ug.edu.ec		



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA



CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado **C.P.A. Víctor Romero Vega MCA**, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **Sagñay Mora Luz María, C.I # 0926482522**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **Contador Público Autorizado**.

Se informa que el trabajo de titulación: **“Estudio De Factibilidad Para La Producción Y Comercialización De Productos Agrícolas”**, ha sido orientada durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio **URKUND**, quedando el **10 %** de coincidencia.

1. CAPITULO I
1. EL PROBLEMA Planteamiento Del Problema
image1.emf
América Latina enfrenta el reto no resuelto hasta el presente, el de transformar su sector agrícola hacia una condición de altos niveles de productividad, basados en la implementación de adelantos científico-técnicos y con unos niveles de asociación entre los productores que permitan la formación de cadenas de valor, donde se logren eliminar los escollos que presentan la gran cantidad de productores individuales y que poseen el 80% de tierras desde el orden familiar (FAO, 2015)
Producto
Precio Publicidad Promoción Personas
Presidente
Encargado de tomar decisiones Gerente General Tiene a su cargo el departamento Ventas, Administración Producción y Sistemas Debe coordinar y analizar las necesidades a cubrir en la empresa Gerente de Ventas Tiene a su cargo Ing. Comercial, Asesor Comercial debe coordinar con ellos todo la parte comercial de los

<https://secure.arkund.com/old/view/62584147-888987-745632#DcYxDsIwDEDRu2T+Qnbs2HGvgjqgCIAHunRE3J2+6X3b52zLXQVV1NGiK71jgil2xTDHbpbYxAoXXPGOG4MRjGRMRhGEEY4cb1IcpBBTrKolXbu72N/7dvj2J5tkZtUhUq6hIVNjfi9AQ==>

C.P.A. VICTOR GABRIEL ROMERO VEGA, MCA

C.I: 0930119631

FECHA: 27/02/2020



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO
COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

FACULTAD: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA: CONTADURIA PUBLICA AUTORIZADA

Yo SAGÑAY MORA LUZ MARIA, con C.I. No. 0926482522, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS” son de mi absoluta propiedad y responsabilidad, en conformidad al Artículo 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo la utilización de una licencia gratuita intransferible, para el uso no comercial de la presente obra a favor de la Universidad de Guayaquil.

LUZ MARIA SAGÑAY MORA
C.I.No.0926482522



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA



CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR

Guayaquil, 27 de febrero del 2020

Ing. Edison Olivero Arias, MAE
Director de la Carrera de Contaduría Pública Autorizada
En su despacho. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación **Estudio de Factibilidad para la producción y comercialización de productos Agrícolas** del estudiante **Sagñay Mora Luz María C.I 0926482522**, indicando que ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- ✓ El trabajo es el resultado de una investigación.
- ✓ El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- ✓ El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- ✓ El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que el estudiante **Sagñay Mora Luz María**, está apta para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

Mg. Víctor Gabriel Romero Vega
TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN
C.I: 0930119631



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA**



RESUMEN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN (ESPAÑOL)

FACULTAD: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA: CONTADURIA PUBLICA AUTORIZADA

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS”

Autor: LUZ MARIA SAGÑAY MORA

Tutor: C.P.A. VICTOR GABRIEL ROMERO VEGA, MCA

Resumen

El presente estudio de factibilidad fue el diseño de un plan de negocios que demuestre la viabilidad económica y financiera de emprender con una empresa que produce y comercializa productos agrícolas además que impulse la competitividad y productividad de la matriz productiva y de las empresas PYMES de Guayaquil. Se aplicaron los métodos de investigación: el descriptivo y de campo, Los instrumentos de recolección de información fue la encuesta que permitió conocer directamente de los interesados su percepción sobre la demanda de los productos agrícolas. La población de estudio fue una muestra restaurantes hoteles y empresas de catering asentadas en Guayaquil específicamente en la parroquia Tarqui. Se estructuró el plan de negocios, se procedió a su evaluación financiera con técnicas financieras Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR) que demostraron que es conveniente la apertura de la empresa acorde con los supuestos que se plantean en el plan de negocios.

Palabras Claves: Producción Agrícola, Comercialización, demanda, oferta, Inversión



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA



RESUMEN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN (INGLÉS)

FACULTAD: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA: CONTADURIA PUBLICA AUTORIZADA

“TITLE OF DEGREE WORK CARRIED OUT”

Author: LUZ MARIA SAGÑAY MORA

Advisor: C.P.A. VICTOR GABRIEL ROMERO VEGA, MCA

Abstract

The present feasibility study was the design of a business plan that demonstrates the economic and financial viability of undertaking with a company that produces and markets agricultural products as well as boosting the competitiveness and productivity of the productive matrix and the SME companies in Guayaquil. The research methods were applied: the descriptive and field, The information collection instruments was the survey that allowed to know directly from the interested parties their perception of the demand for agricultural products. The study population was a sample restaurants hotels and catering companies based in Guayaquil specifically in the parish Tarqui. The business plan was structured, its financial evaluation was carried out with financial techniques Net Present Value (NPV) and Internal Rate of Return (IRR) that demonstrated that it is convenient to open the company in accordance with the assumptions that arise in the plan of business.

Keywords: Agricultural Production Marketing demand offer Investment

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios quien en su infinito amor y misericordia me ha guiado hasta aquí dándome la vida y salud

A mi Familia quienes me impulsaron a prepararme apoyándome moralmente y económicamente en cada etapa de mis estudios hasta el final

A esta prestigiosa Universidad y sus directivos por abrirme las puertas para poder prepararme y ser una gran profesional, A cada uno de los profesores quienes fueron parte de mi preparación académica durante estos años

A mis tutores quienes han sido una guía invaluable para culminar mi trabajo final previo a la obtención de mi título profesional

A todos y cada uno quienes fueron y siguen siendo parte de mi vida gracias por su compañía en este camino lleno de aventuras de la vida donde se aprende día a día.

DEDICATORIA

Dedico el esfuerzo de este trabajo al único que merece gloria y honor a Dios quien es mi origen mi destino mi principio y mi Fin

INDICE GENERAL

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	II
CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD	III
LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS	IV
CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR	V
RESUMEN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN (ESPAÑOL).....	VI
RESUMEN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN (INGLÉS)	VII
AGRADECIMIENTO	VIII
DEDICATORIA	VIII
INDICE GENERAL	IX
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XIII
ÍNDICE DE TABLAS	XIV
INTRODUCCIÓN	1
TEMA	2
CAPITULO I	2
1. EL PROBLEMA.....	2
1.1 Planteamiento Del Problema.....	2
1.1.1 Papa.....	4
1.1.2 DEMANDA	5
1.1.3 OFERTA.....	7
1.1.4 Arveja.....	14
1.1.5 OFERTA.....	18
1.1.6 Haba	21
1.1.7 DEMANDA	22
1.1.8 OFERTA.....	23
1.2 FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
1.2.1 Formulación Del Problema.....	27
1.2.2 Sistematización Del Problema	27
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
1.3.1 General.....	27

1.3.2	Específicos	27
1.4	JUSTIFICACIÓN.....	28
1.4.1	Justificación Teórica	28
1.4.2	Justificación Metodológica	28
1.4.3	Justificación Práctica	28
1.5	DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	29
1.5.1	Delimitación Temática.....	29
1.5.2	Delimitación Temporal	29
1.5.3	Delimitación Espacial	29
1.5.4	Delimitación Social.....	29
1.6	HIPÓTESIS	29
1.7	VARIABLES	29
1.7.1	Variable Independiente	29
1.7.2	Variable Dependiente.....	30
1.7.3	Operacionalización de las Variables.....	30
CAPITULO II.....		32
2	MARCO REFERENCIAL.....	32
2.1	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	32
2.2	MARCO TEORICO.....	34
2.2.1	Proceso Productivo y Costos de producción.....	34
2.2.2	Elementos del costo Gde producción.....	34
2.2.3	Producción Agrícola	35
2.2.4	Tecnología e Insumos agrícolas.....	36
2.2.5	Labores culturales en la Agricultura	37
2.2.6	Clasificación de las pérdidas postcosecha según la FAO	37
2.3	MARCO CONTEXTUAL	38
2.3.1	Lugar.....	38
2.4	MARCO CONCEPTUAL.....	40
	Producción	40
	El productor	40
	Los recursos productivos	41
	Comercialización.	42

Precio.....	42
Producto.....	42
Estudio de mercado:.....	42
Factibilidad:	43
Empresa:	43
Investigación de mercado:	43
Mercadeo:	43
Oferta:	43
Demanda:	43
Proyecto:	44
2.5 MARCO LEGAL	44
CAPITULO III.....	47
3 MARCO METODOLÓGICO.....	47
3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	47
3.1.1 Segmento de Mercado en el Sector Agropecuario.....	47
3.1.2 Segmentación geográfica.....	47
3.1.3 Segmentación demográfica.....	49
3.1.4 Segmentación en función del comportamiento.....	49
3.2 TIPO DE LA INVESTIGACIÓN	50
3.2.1 Estudios descriptivos	50
3.2.2 Estudios explicativos	51
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA	52
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	55
3.5 ANÁLISIS DE RESULTADOS	56
3.5.1 Interpretación de los Resultados	71
4 PROPUESTA.....	73
4.1 OBJETIVOS.....	73
4.2 Descripción del negocio.....	74
4.3 Datos generales de la empresa.	74
4.4 Logotipo de la empresa	74
4.5 Ubicación del negocio.....	74
4.6 Estructura organizativa.....	75

4.7	Organigrama.....	75
4.8	Distribución de funciones y responsabilidades	76
4.9	Plan de marketing.....	77
4.9.1	De producto.....	77
4.9.2	De precio.....	77
4.9.3	De promoción.....	78
4.9.4	De publicidad.....	78
4.9.5	Estrategia de Servicio post-venta.....	78
4.10	Análisis de Mercado y Comercialización.....	80
	Análisis PESTEL: Variables Políticas, Económicas, Sociales, Tecnológicas, Ecológicas y Legales).....	80
4.11	Análisis del Mercado Específico	81
4.11.1	Demanda: Detalle de los principales clientes	82
4.11.2	Línea de productos.....	82
4.11.3	Tipo de mercado	82
4.11.4	Proveedores.....	83
4.12	Análisis Financiero.....	83
4.12.1	Plan de Inversión.....	84
4.12.2	Tabla de amortización Crediticia Activo Fijo – Maquinaria	84
4.13	Programa de Producción y Ventas.....	85
4.14	Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado	90
4.15	Estado de Flujo de Efectivo Proyectado Anual	91
4.16	Evaluación Financiera	92
	CONCLUSIONES	94
	RECOMENDACIONES.....	95
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	96
	ANEXOS	99
	Anexo A Preguntas de la Encuesta.....	99
	Anexo B. Requisitos para el Crédito Ban Ecuador.....	102
	Anexo C Tasa de Interés 2020.....	104

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	5
Figura 2	6
Figura 3	7
Figura 4	8
Figura 5	9
Figura 6	10
Figura 7	13
Figura 8	15
Figura 9	16
Figura 10	17
Figura 11	22
Figura 12	24
Figura 13	26
Figura 14	39
Figura 15	56
Figura 16	57
Figura 17	58
Figura 18	59
Figura 19	60
Figura 20	61
Figura 21	62
Figura 22	63
Figura 23	64
Figura 24	65
Figura 25	66
Figura 26	67
Figura 27	68
Figura 28	69
Figura 29	70
Figura 30	74
Figura 31	75
Figura 32	77
Figura 33	77
Figura 34	81
Figura 35	82
Figura 36	84
Figura 37	88
Figura 38	88
Figura 39	89
Figura 40	90
Figura 41	91

Figura 42	92
Figura 43	104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	11
Tabla 2	12
Tabla 3	31
Tabla 4	56
Tabla 5	59
Tabla 6	60
Tabla 7	61
Tabla 8	62
Tabla 9	63
Tabla 10	64
Tabla 11	65
Tabla 12	66
Tabla 13	67
Tabla 14	68
Tabla 15	69
Tabla 16	70
Tabla 17	82
Tabla 18	82
Tabla 19	83
Tabla 20	85
Tabla 21	85
Tabla 22	86
Tabla 23	86
Tabla 24	93

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa que produce y comercializa productos agrícolas. con el fin de fortalecer la matriz productiva y mejorar la competitividad al momento de comercializar los productos agrícolas, debido a que en los últimos años la agricultura no ha sido muy valorada las utilidades no son muy representativas esto se debe a muchos factores, pero el principal es la falta de apoyo al momento de comercializar de manera directa.

Se realizó un estudio de la capacidad de producción de productos específicos como producto principal la papa y productos complementarios haba y alverja por lo cual se ha determinado la necesidad incrementar los niveles de productividad contando con información oportuna que es clave en la toma de decisiones. Asi también un previo estudio de los costos de producción y el tiempo de producción de cada producto.

Nuestro mercado principal para comercializar los productos agrícolas es el mercado guayaquileño específicamente la parroquia Tarqui dirigido especialmente a los restaurantes, hoteles, empresas de catering. previamente se espera realizar convenios de compra con el fin de abastecer el stock necesario de cada cliente debido a que los productos agrícolas tienen su tiempo de producción establecido.

Al finalizar el estudio y según las evaluaciones financieras se puede determinar que la puesta en marcha de este negocio es factible y se espera llevar a cabo en el menor tiempo posible.

TEMA

Estudio de Factibilidad para la Producción y Comercialización de Productos Agrícola

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento Del Problema

América Latina enfrenta un desafío no resuelto hasta el presente, el de transformar su sector agrícola hacia una condición de altos niveles de productividad.

Basados en la implementación de adelantos científico-técnicos y con unos niveles de asociación entre los productores que permitan la formación de cadenas de valor, donde se logren eliminar los escollos que presentan la gran cantidad de productores individuales y que poseen el 80% de tierras desde el orden familiar. (FAO, 2015)

El desarrollo agrícola constituye uno de los medios más importantes para poner fin a la pobreza extrema, impulsar la prosperidad compartida y alimentar a una población que se espera llegue a 9700 millones de habitantes en 2050. El crecimiento de la agricultura puede resultar hasta cuatro veces más eficaz que el de otros sectores para elevar los ingresos de los más pobres. Según análisis realizados en 2016, el 65 % de los adultos pobres que trabajan vive de las actividades agrícolas.

Existen múltiples acciones e iniciativas encaminadas a ayudar a resolver esta situación, que van desde las cumbres de los mandatarios de la región, los órganos como la FAO, la ONUDI, el PNUD y ONG de todo el mundo y, de otra parte, las acciones de los gobiernos, traducidas en planes estratégicos y políticas públicas, los cuales son coherentes y reflejan el deseo de cambiar, tal es el Plan Nacional del Buen Vivir en Ecuador.

Aunque Ecuador ha sido considerado un país petrolero, se puede evidenciar que la extracción de petróleo, gas natural y actividades de servicio relacionadas, tiene una participación solamente del 4,40% del PIB. y esto se debe a la falta de apoyo económico para comercializar los productos sin intermediarios

Los medios productivos esperan la implementación de un sistema de comercialización para que se respeten los precios fijados por el Gobierno. La entrega de insumos tecnológicos, capacitaciones, pólizas de seguro, absorción de granos en temporada de bajos precios y apoyo crediticio, entre otros, son algunas de las ayudas otorgadas por el Gobierno, a través del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (GAD, 2015)

Ello permitió una mejora considerable en la producción del sector agropecuario del país en la última década. Sin embargo, el sector pasa por diversos problemas de los cuales espera soluciones inmediatas, entre ellos, la comercialización de los productos. Los campesinos demandan un eficiente control de las plagas y enfermedades, así como más vigilancia en la venta de insumos. (Mancero, 2015)

No obstante, todos esos esfuerzos, aún no tienen el efecto esperado, en todos los lugares. El trabajo que se presenta tiene como propósito analizar por las propias cifras oficiales de Ecuador, la evolución del sector agropecuario en la provincia de Chimborazo, en donde se pone de manifiesto las mismas barreras identificadas para América Latina, en el sentido de poder saltar a un sector desarrollado, que garantice la soberanía alimentaria con productos sanos, con mayor presencia en el PIB, con alto valor agregado, que posibilite también mayor presencia en las exportaciones.

Por otra parte, se puede observar la composición de los productos del sector agropecuario, donde se tiene que el cultivo del banano, café y cacao participan con el 2,37%, superado por el 2,63% de otros productos – productos no tradicionales, donde se encuentran incluidos diversidad de productos que se los cultiva en todo Chimborazo.

Aporta el 0,81%, cuando este es un producto tradicionalmente de alta composición en el PIB y es mucho menor la participación del 0,09% de la elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería, productos que el gobierno los ha marcado como productos insignia para su potenciación y apoyo económico. (Cevallos, 2017)

Dentro de los diversos productos que se cultiva en todo Chimborazo se considerará 3 productos principales que son de mayor demanda en la ciudad de Guayaquil, además de fácil producción ya sea por el tiempo de cosecha o los procesos de producción estos productos son la papa, alverja, y el haba.

1.1.1 Papa

En el año 2017, la producción mundial de papa incrementó en 0.004% respecto al año 2015, alcanzando la segunda cifra más alta del periodo analizado 2007—2017, lo que se reflejó en el aumento de las exportaciones mundiales en 5 %. El crecimiento de la oferta incidió en la reducción de los precios mundiales (-3 %) con relación al año anterior. Contrario al comportamiento internacional, la producción ecuatoriana de papa en el año 2017 disminuyó respecto al año 2016 en 11 %, hecho atribuido principalmente a un menor rendimiento con 10 % al alcanzar las 12.77 t/ha y también por la reducción de 0.4 % en la superficie cosechada. Las exportaciones nacionales crecieron en 20 % a consecuencia de la subida en 9 % de los precios a nivel de mayorista. (MAG, 2018c)

1.1.2 DEMANDA

Precios a nivel internacional

El precio internacional de la papa en el año 2017 para el mercado terminal de Los Ángeles en Estados Unidos en cartones de 50 lb fue de USD 26.54, lo que representó una disminución de 3 % respecto al año 2016. El comportamiento de los precios en el periodo de análisis fue variable, el precio más alto que se registró en el año 2016 fue de USD 27.39/50 lb, y el menor fue en el 2012 con USD 21.20/50 lb

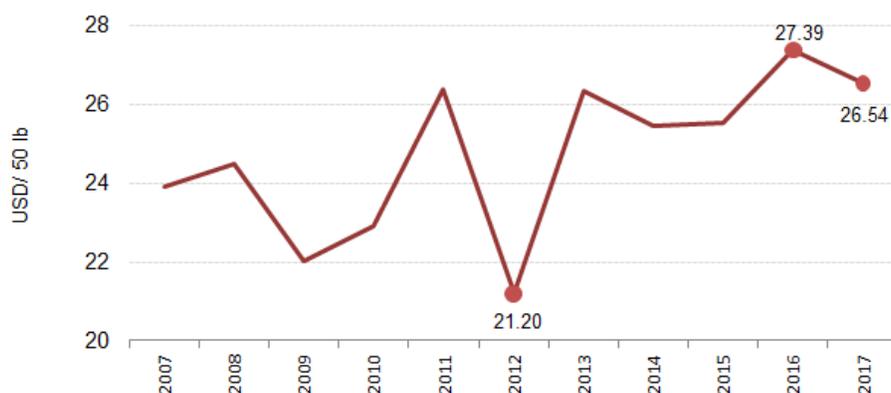


Figura 1

Precios de la papa a nivel Internacional

Nota. Figura #1 Indica los precios de la papa a nivel internacional (MAG, 2018c)

Precios a nivel nacional

Por el grado de importancia a nivel nacional los siguientes datos hacen referencia a la variedad superchola. En el año 2016, los precios a nivel de productor disminuyeron en 10 %; en tanto que los precios a nivel de mayorista subieron 9 %. El precio promedio a nivel

de mayorista fue de USD 20.19/qq, esto en base a los datos recopilados de los mercados de Quito, Guayaquil y Cuenca. Los precios promedio para el productor para el año 2016 fue de USD 16.66/qq, y para el año 2017 fue de USD 15.00/qq. A nivel de mayorista el precio para el año 2016 fue de USD 18.59/qq y para el 2017 fue de USD 20.19/qq.(MAG, 2018c)

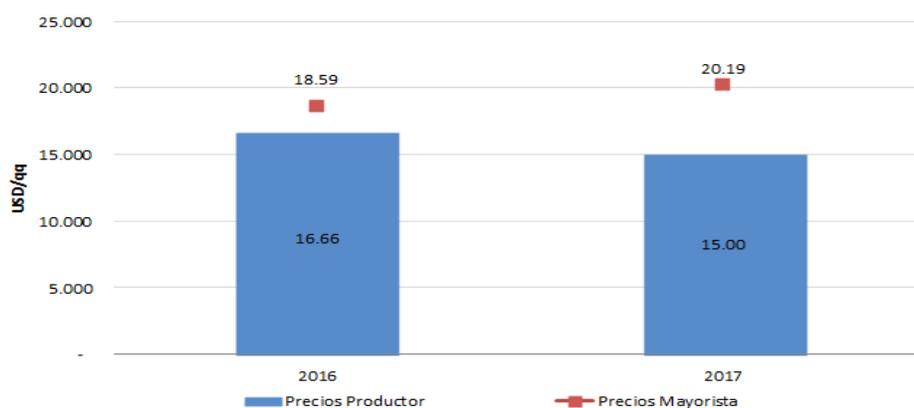


Figura 2

Precios A nivel Nacional de la papa

Nota. Figura #2 Indica los precios de la papa a nivel nacional (MAG, 2018c)

Los precios promedio mensuales más altos de la papa en variedad Superchola se registraron en el mes de noviembre a nivel productor en USD 18.35/qq y mayorista con USD 24.95/qq. Sin embargo, los precios más bajos están en el primer semestre del año, específicamente en junio para precios productor (USD 11.51/qq) y mayoristas (USD 15.31/qq). El pico observado entre octubre y noviembre respondió a una mayor demanda del producto con una baja oferta en el mercado.

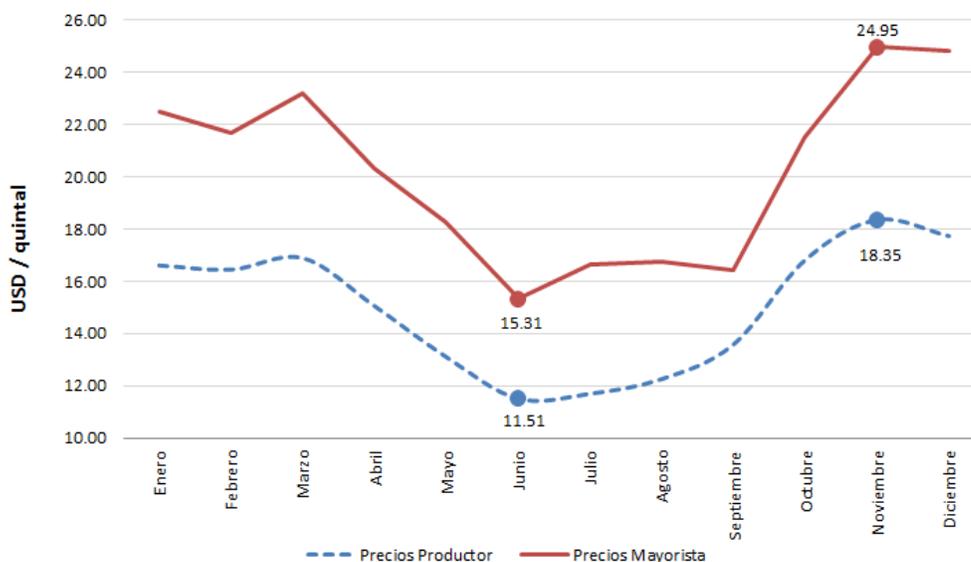


Figura 3
Precios del productor y mayorista

Nota. Figura #3 Indica variación en los precios de la papa de los productores y mayoristas (MAG, 2018c)

1.1.3 OFERTA

Producción a nivel internacional

En el año 2017, la producción mundial de papa aumento en 0.004 % respecto al año 2015. Esta variación fue inferior a la tasa de crecimiento registrada en el periodo 2007—2017, que es del 2 %, donde el mayor volumen de producción se registra en el año 2014, con 380,967,206 toneladas. De los 159 países productores de papa en el año 2017, China representa el 25 % de la producción mundial, seguido de India con 12 %, Rusia 8 %, Ucrania 6 %, Estados Unidos 5 % y Alemania 3 %. (MAG, 2018c)

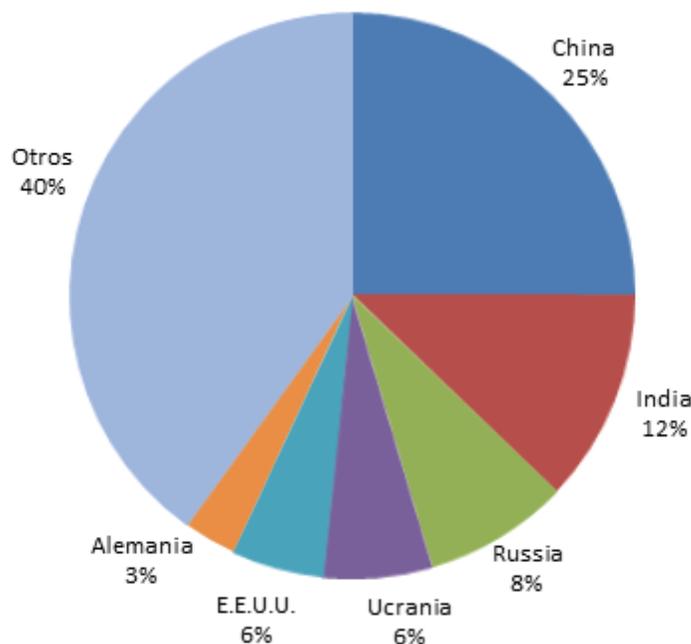


Figura 4

Producción a nivel Internacional

Nota. Figura #4 muestra la producción de papa a nivel internacional (MAG, 2018c)

Producción a nivel nacional

La producción nacional del año 2017 tuvo un comportamiento contrario a la producción internacional, al registrar una contracción del 11 % respecto al año 2016. La tendencia de la producción ha sido variable tal como se visualiza en la Figura 12. El año 2016 alcanzó el nivel más alto de producción con 422,589 toneladas, y el más bajo fue en el 2008 con 266,722 toneladas.(MAG, 2018c)

Características del productor

Según resultados de la ESPAC, para el 2017 se determina que, el 71 % de los productores fueron hombres; mientras que, el 29 % correspondió a mujeres. Asimismo, la edad promedio de los productores alcanza los 55 años. Respecto a la escolaridad, el 58 % declara tener primaria; el 13 % manifiesta tener secundaria y el 5 % tiene educación superior; mientras que, un considerable 24 % manifiesta tener ningún tipo de instrucción formal.(MAG, 2018)

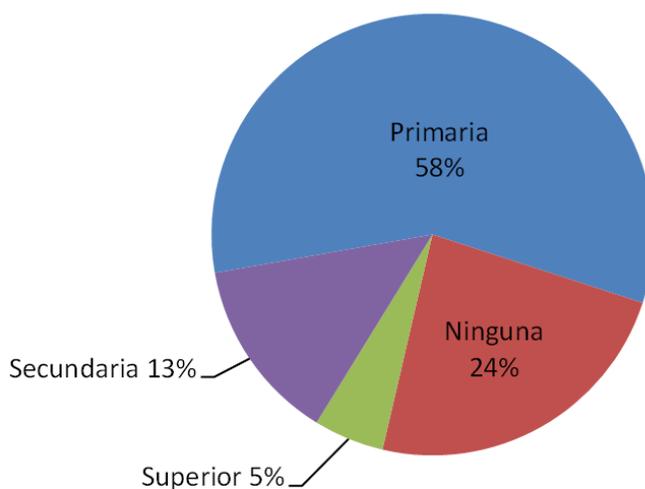


Figura 5

Educación de los Productores

Nota. Figura #5 Muestra el nivel de educación de los productores (MAG, 2018c)

Tenencia de la tierra

En comparación a la propiedad de la tierra, de las 29,269 hectáreas sembradas, el 83 % indicaron ser el dueño, el 7 % son arrendatarios, 5 % siembra al partir o aparcería y otro 5 % siembra bajo la modalidad comunero, según figura # 6.

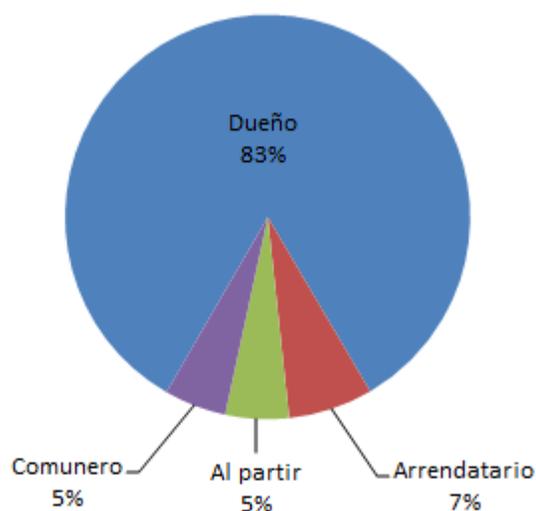


Figura 6

Tenencia de Tierras

Nota. Figura #6 muestra la tenencia de tierras de los productores (MAG, 2018c)

Superficie y rendimiento

Según Tabla # 1 Para el año 2017 la producción a nivel nacional disminuyó en 11 % respecto al año 2016, como resultado de una disminución de 0.35 % en la superficie cosechada. Las principales provincias productoras en el año 2017 fueron: Carchi con 26 % de la producción y con el rendimiento más alto a nivel nacional con 17.26 t/ha, seguida de Chimborazo con el 12 % de la producción y con un rendimiento de 11.04 t/ha.

Tabla 1*Superficie, Producción y rendimiento de papa*

Superficie, Producción y Rendimientos de Papa				
2017				
PROVINCIA	Superficie sembrada	Superficie cosechada	Producción	Rendimiento
	(ha)	(ha)	(t)	(t/ha)
Total Nacional	32,187.95	29,532.27	377,243.36	12.77
CARCHI	5,947.64	5,643.98	97,388.85	17.26
CHIMBORAZO	5,383.03	4,265.55	47,086.70	11.04
PICHINCHA	5,252.05	4,945.77	99,413.37	20.10
COTOPAXI	3,816.85	3,585.01	38,948.67	10.86
Otros	11,788.38	11,091.97	94,405.77	8.51

Nota. Fuente: Ministerio de Agricultura y ganadería (MAG) 2018

Costos de producción

El costo de producción de papa para un productor semitecnificado llega a un aproximado de USD 5,000.00 por hectárea; siendo las actividades que requieren mayor desembolso como la cosecha, fertilización, controles fitosanitarios y siembra. Todas estas actividades son gastos altos, a consecuencia principalmente de la necesidad de contratación de jornales.

Los costos de fertilización y los controles fitosanitarios están sujetos al comportamiento de los precios en el mercado, ninguno de estos puede disminuir, pues pone en riesgo la producción del cultivo, sea por falta de nutrientes para el crecimiento o por pérdidas a causa de focos de plagas no controladas a tiempo de manera eficaz. El restante 24 % de costos corresponden a: preparación del terreno con 7 %, labores culturales con 8 % y arriendo de terreno con 9 % (MAG, 2018)

Tabla 2*Costos de implementación de papa*

COSTOS DE IMPLEMENTACIÓN PAPA	
ACTIVIDAD	PRODUCCIÓN
	%
Preparación del terreno	7%
Siembra	14%
Fertilización	21%
Labores Culturales	8%
Control de Fitosanitario	16%
Cosecha	26%
Arriendo terreno	9%
COSTO TOTAL	100%

Nota. Fuente: Ministerio de Agricultura y ganadería (MAG) 2018

Pérdidas de producción

Para el año de análisis, la producción de papa se vio afectada por distintos factores, entre otros: las sequías y heladas en 55 %, reportado con mayor énfasis en las provincias de Pichincha, Carchi, Chimborazo, Cotopaxi y Tungurahua; plagas y enfermedades con 33 %, donde la provincia de Chimborazo fue la más afectada; inundaciones y exceso de agua con 8 %, registrado particularmente en Carchi y Pichincha; prácticas inadecuadas con el 3 %, verificadas en Tungurahua y Chimborazo; por semilla con el 1 %, en donde Carchi y Tungurahua reportan las mayores pérdidas (MAG, 2018)

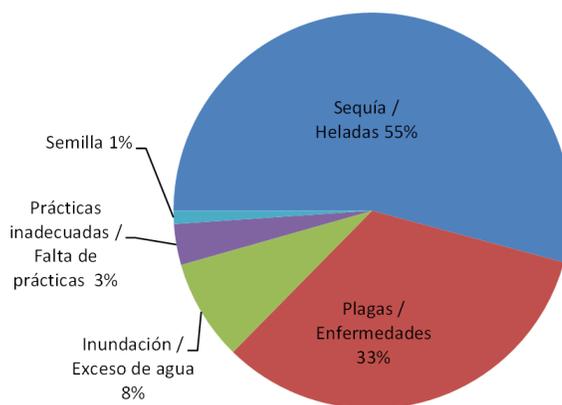


Figura 7
Pérdidas de Producción

Nota. Figura #7 muestra la tenencia de tierras de los productores (MAG, 2018c)

Calendario de siembras y cosechas

El cultivo de papa se encuentra localizado a lo largo del callejón interandino, el 53 % de la superficie se encuentra en las provincias de Carchi, Pichincha y Chimborazo. En Carchi, provincia con mayor superficie sembrada en el 2017, con la llegada de las primeras precipitaciones, la mayor proporción de siembras se dan en el primer semestre del año, cubriendo 76 %. Mientras que, en el segundo semestre se siembra el 24 %. Las cosechas se efectúan el 26 % entre enero a julio y el 74 % entre julio a diciembre.

Pichincha se ubica en segundo lugar, las siembras se distribuyen en los doce meses del año; no obstante, en los meses de mayor precipitación como abril y noviembre se realiza el porcentaje más alto de siembras, con 19 % y 42 %, respectivamente. En cuanto a las cosechas, estas se registran de mayo a junio, representando el 41 %. En tercer lugar, se encuentra Chimborazo, las siembras se efectúan igualmente durante todo el año; sin

embargo, los meses de enero a junio se realiza la mitad de siembras (50 %) y la otra mitad se efectúa en el segundo semestre. Por el lado de las cosechas, estas se registran en mayor cantidad en septiembre, representando el 20 %.(MAG, 2018c)

1.1.4 Arveja

Las exportaciones mundiales de arveja tierna se incrementaron en 93 % con relación al año 2016; de igual manera la arveja seca en el año 2017 ascendió en 9 %, debido a un aumento de las demandas domésticas. El precio internacional de la arveja seca para el año 2017 tuvo una reducción de 7 % debido a un incremento de 19 % de la producción, llegando a un total de 14,363.097 toneladas. Mientras que, el precio internacional de la arveja tierna en el año 2017 también reportó un leve crecimiento de 2 % con una producción mundial de 19,877,343 toneladas.

En el contexto nacional, la producción de arveja tierna en el año 2017 tuvo una reducción de 39 % respecto al año 2016, debido a una disminución de las precipitaciones y de la superficie tanto sembrada como cosechada. Esta reducción en la producción incidió en el precio nacional a nivel productor, con un incremento de 15 % con relación al 2016. Al igual que en años anteriores, la producción de arveja tierna se destinó en su totalidad al mercado doméstico, abasteciendo el 100 % de la demanda interna; de manera que no se registraron exportaciones o importaciones de este producto.

Además, la producción nacional de arveja seca tuvo una reducción de 32 % en relación al año 2016; en tanto que, el precio mayorista de arveja seca disminuyó en 8 % respecto al 2016. El descenso de la producción incidió directamente en las exportaciones, pues solo se reportó la exportación de una tonelada durante este año 2017. Al contrario de las importaciones nacionales de arveja seca, las cuales incrementaron en 20 % respecto al 2016, con un valor de 4,350 toneladas.(MAG, 2018)

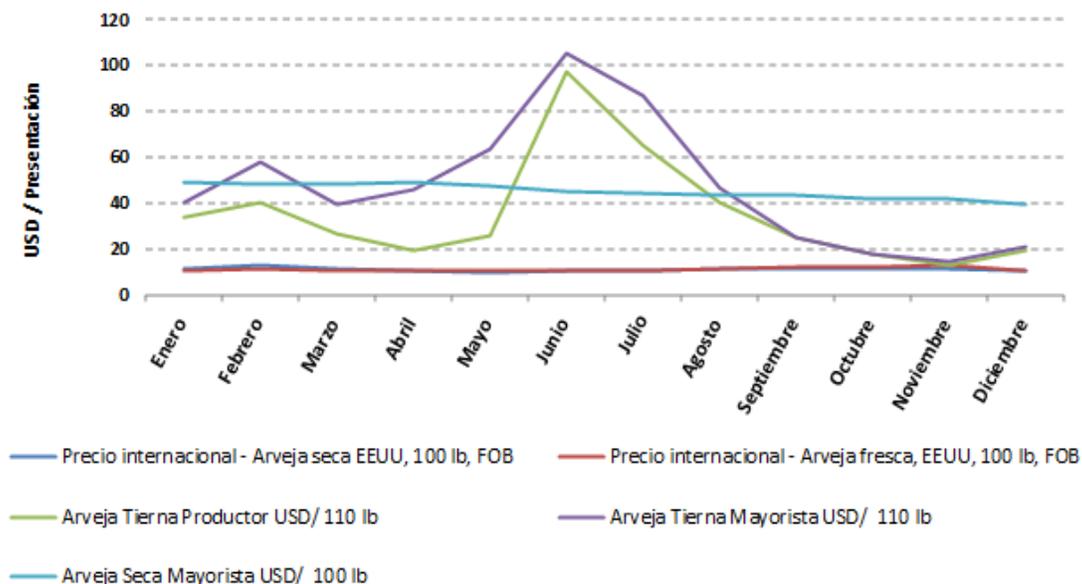


Figura 8

Precios de la Arveja Fresca y Seca

Nota. Figura #8 muestra los precios de arveja fresca y seca (MAG, 2018a)

DEMANDA

Precios a nivel internacional

El precio promedio de la arveja tierna en los mercados de Estados Unidos del año 2017 se ubica en USD 11.12, para el cartón de 100 libras, registrando una variación de 2 % con relación al 2016. En el caso de la arveja seca, el precio promedio en los mercados de Estados Unidos del año 2017 fue de USD 11.08 por cada 100 libras, la variación respecto al año pasado fue de 7 %.

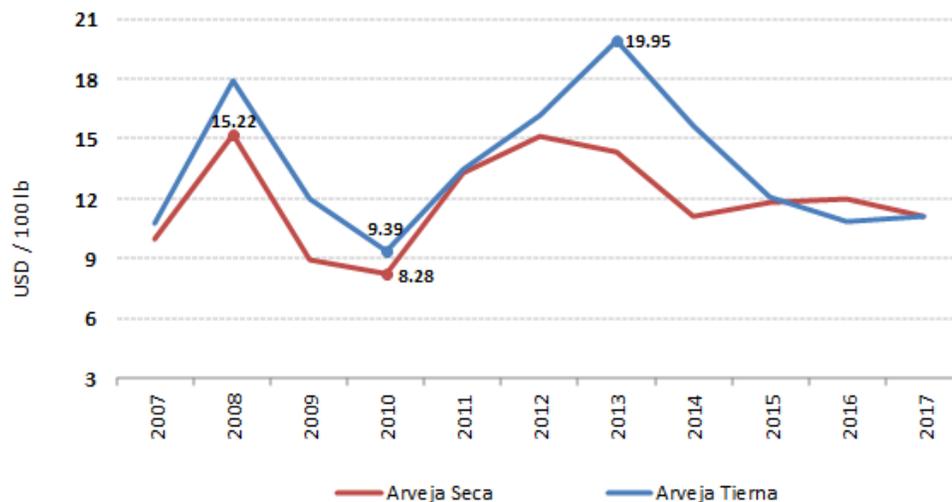


Figura 9

Precios a nivel Internacional

Nota. Figura #9 muestra los precios a nivel internacional de arveja fresca y seca (MAG, 2018a)

El comportamiento al alza del precio de la arveja tierna se debe al crecimiento de la demanda de los principales países compradores durante este período, a diferencia de la arveja seca la cual presenta una leve disminución en su precio como consecuencia de un incremento en la producción. En la figura 2 se observa que, durante los últimos 10 años, el precio de ambos productos tiene una tendencia al alza con cortos períodos de deflación. El precio más alto de la arveja tierna fue registrado en 2013 (USD 19.95/100 lb); mientras que, de la arveja seca se presentó en el año 2008 (USD 15.22/100 lb). Por otro lado, el precio más bajo de la arveja tierna dentro del período analizado (2007 – 2017) fue el del año 2010, con un costo de USD 9.39/100 lb; asimismo, el de la arveja seca también fue el del año 2010, ubicándose en USD 8.28/100 lb. (MAG, 2018)

Precios a nivel nacional

En cuanto a los precios nacionales de arveja tierna en vaina a nivel de productor incrementaron en 15 % a nivel de los mercados de Guayaquil, Quito y Cuenca; el precio promedio mayorista incrementa en 46 % respecto al año 2016. El precio promedio a nivel de productor para el año 2017 fue de USD 35.20 el saco de 110 libras; mientras que, en el 2016 fue de USD 30.55 el saco de 110 libras. A nivel mayorista el precio para el año 2017 fue de USD 49.59 el saco de 110 libras; sin embargo, el año 2016 fue de USD 33.89 el saco de 110 libras.

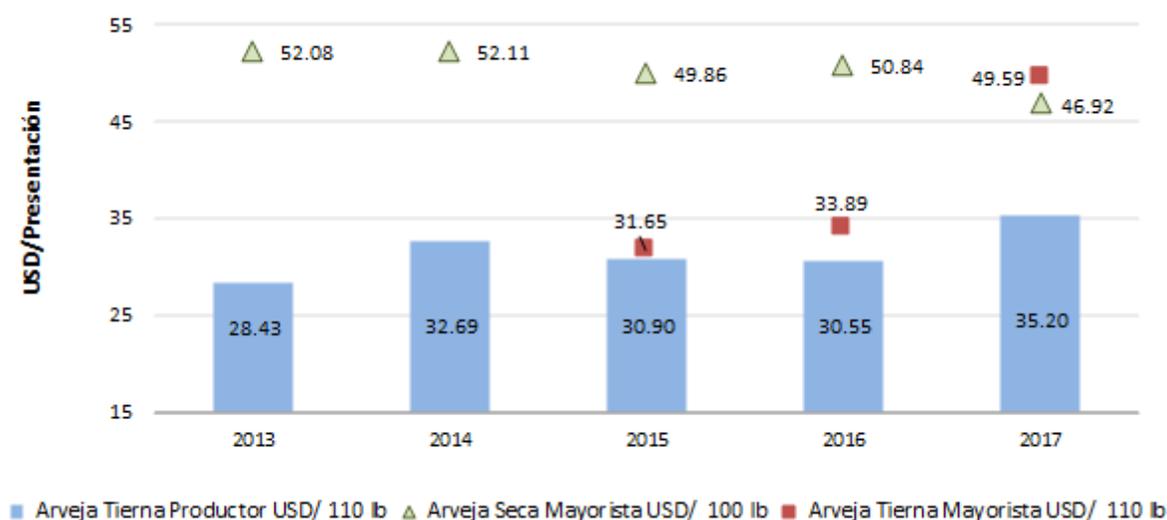


Figura 10

Precios a nivel Nacional Arveja

Nota. Figura #10 muestra los precios a nivel nacional de arveja fresca y seca (MAG, 2018a)

A diferencia del precio de la arveja tierna, el precio mayorista (precios promedio de los mercados de Guayaquil, Quito y Cuenca) de la arveja seca disminuyó en 8 % respecto al año 2016, al pasar de USD 50.84 por 110 libras en el año 2016 a USD 46.92 por 110 lb en el año 2017.

1.1.5 OFERTA

Producción a nivel internacional

El volumen producido a nivel mundial de arveja tierna en 2016 (último dato disponible) fue de 19,877,343 toneladas. Mientras que, el volumen producido de arveja seca fue de 14,363,097 toneladas. Es importante mencionar que el 2016 es el año en el cual se registró la mayor producción de los dos productos a escala internacional de todo el período analizado (2007-2016). se presenta la estructura de producción de arveja tierna y seca a nivel mundial en el año 2016; los principales productores de arveja tierna en ese año fueron: China con el 61 % de la producción mundial, seguido por India con 24 %, Estados Unidos con 2 %, Francia, Egipto y Reino Unido con 1 % cada uno. El 10 % restante de la producción corresponde a 82 países. Los principales productores de arveja seca en el año 2016 fueron: Canadá 32 %, Rusia 15 %, China 8 %, India 7 %, Estados Unidos 6 % y Ucrania 5 %; el 27 % de la producción restante corresponde a 91 países.(MAG, 2018a)

Producción a nivel nacional

La producción nacional de arveja tierna del año 2017 presentó diferente comportamiento a la producción internacional, disminuyendo en 39 % respecto al año 2016. Dicho comportamiento se encuentra sustentado en la reducción simultánea de la superficie y rendimiento del producto, en especial de la arveja tierna.

Los niveles de producción de arveja fresca caen progresivamente desde el año 2008, mismo que corresponde al año de mayor producción de todo el período analizado (11,962 toneladas). En este sentido, en el año 2013 se alcanzó el menor volumen de producción con 3,380 toneladas; sin embargo, se logró una recuperación alcanzando en el año 2014 una producción de 10,945 toneladas.

Del mismo modo, la producción nacional de arveja seca del año 2017 presentó una considerable reducción de 32 % respecto al año 2016; alcanzando las 702 toneladas. Esta disminución va de la mano con la reducción de la superficie cosechada y del rendimiento nacional del promedio del producto. (MAG, 2018)

Características del productor

Según el (INEC, 2017), el 75 % de productores de arveja seca fueron hombres y 25 % mujeres. En cuanto arveja tierna, el 66 % corresponde a hombres y el 34 % a mujeres. De ellos, la edad promedio es 55 años para los productores de arveja seca y arveja tierna. Con referencia al nivel de instrucción, la mayor parte de productores de arveja seca (60 %) y arveja tierna (61 %) han completado solamente el nivel de primaria.

Superficie y rendimiento

La superficie cosechada de arveja tierna a nivel nacional disminuyó durante el año 2017 en 20 %. Las provincias donde más superficie fue sembrada fueron: Carchi, Cañar, Chimborazo e Imbabura. El rendimiento fue de 1.29 toneladas por hectárea, que comparado con 2016 presentó una reducción de 24 %.

La superficie cosechada de la arveja seca a nivel nacional disminuyó en el 2017 (26 %), en relación al 2016. Las provincias que más contribuyeron a la producción de arveja seca fueron: Imbabura, Carchi y Bolívar; similar que, en la arveja tierna, el rendimiento decreció en 8 %, produciendo 0.41 toneladas por hectárea.

El costo de producción de la arveja seca es muy similar a la arveja tierna, diferenciándose primordialmente en un menor costo de cosecha, debido a un menor requerimiento de jornales para realizar dicha labor. En este sentido, el costo total en el año

2017 para producir una hectárea de arveja seca se ubica entre USD 950 y USD 1,400. Tómese en cuenta que en cada una de las categorías mencionadas se ha incluido tanto el costo de los insumos necesarios para dicha labor productiva (semilla, maquinaria, fertilizantes, agroquímicos), como la mano de obra necesaria requerida para su aplicación o realización.(MAG, 2018a)

Calendario de siembras y cosechas

Con relación a las 1,731 hectáreas sembradas de arveja tierna, las provincias de Carchi, Imbabura y Tungurahua representan el 72 % de esa superficie. Los meses con las mayores proporciones de la siembra anual son enero, febrero, marzo y abril; 55 % para Carchi (2,097 ha) y el 74 % para Imbabura (1,481 ha).

Para que el cultivo alcance su madurez fisiológica en estado tierno o fresco, requiere alrededor de cuatro meses; de esta manera, los meses donde se presenta mayor nivel de cultivo son: junio, julio y agosto. Cabe mencionar que, en la provincia de Tungurahua el mayor porcentaje de cultivo de arveja es en el mes de diciembre, con 40 % del total de su superficie sembrada.

Cabe indicar que las condiciones climáticas predominantes en cada zona hacen que los ciclos de cultivo varíen. Además, la arveja forma parte de la rotación que hacen los agricultores, con el fin de romper ciclos de enfermedades y renovar suelos. En cuanto a la producción de arveja seca en el año 2017, el 76 % de la superficie sembrada se encontró concentrada en las provincias de Imbabura, Chimborazo y Bolívar, donde los principales meses de siembra de arveja seca fueron los cinco primeros del año (enero, febrero, marzo, abril y mayo). Para que el cultivo de arveja seca alcance su madurez fisiológica se requieren

alrededor de cinco meses; de esta manera, los principales meses de cosecha presentados en el año 2017 fueron los pertenecientes al segundo semestre del año (julio, agosto, septiembre, octubre, noviembre y diciembre). (MAG, 2018a)

Pérdidas de producción

De acuerdo a los resultados de la ESPAC del 2017, las principales razones por las que se perdió la producción de arveja tierna en la provincia de Carchi fueron: plagas o enfermedades, con el 33 %; seguido de sequías o heladas con el 25 %; por inundaciones o exceso de agua y por la semilla, 21 % cada una.

Las principales razones por las que se perdió la producción de arveja seca (grano seco) en la provincia de Imbabura fueron: inundaciones o exceso de agua con el 55 %; seguido de prácticas inadecuadas o falta de prácticas con el 26 %; sequias o heladas con 13 % y plagas o enfermedades con el 6 %. (MAG, 2018)

1.1.6 Haba

En el mercado internacional, el mayor volumen de comercialización de haba se lo realiza en su estado seco, así las importaciones mundiales registradas durante el 2017 presentaron un incremento en 30 % y de igual forma sus exportaciones se incrementaron en 16 % respecto al 2016. El precio en uno de los mercados internacionales referentes fue de aproximadamente USD 0.34 por kilogramo, para el año 2017. La producción mundial de haba seca en el año 2017 fue de 4,459,658 toneladas.

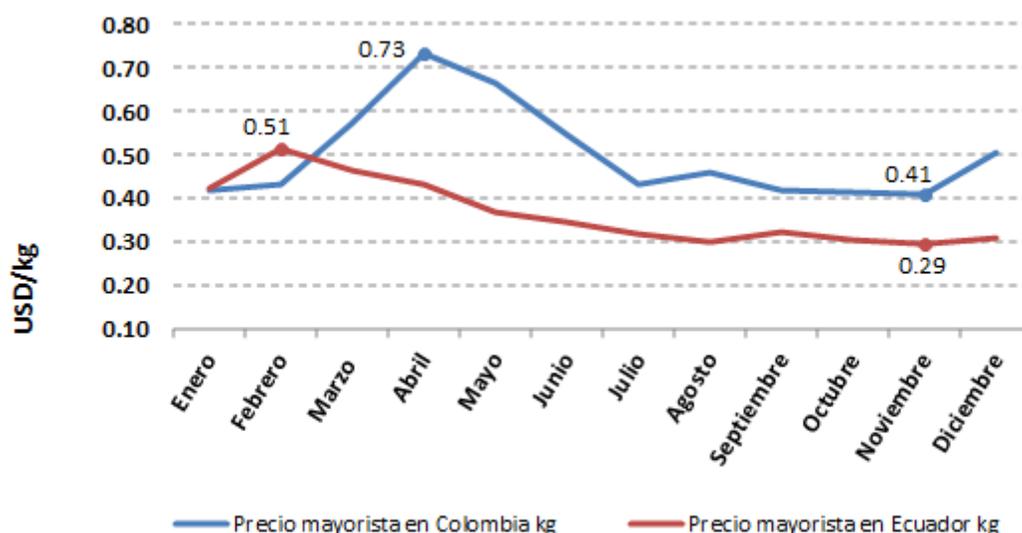


Figura 11

Precios Nacional e Internacional Haba

Nota. Figura #11 precios a nivel nacional e internacional de haba fresca y seca (MAG, 2018b)

En el contexto nacional, la producción de haba tierna disminuyó notablemente en el 2017, con el 56 % respecto al año 2016, debido principalmente a la reducción de la superficie cosechada (15 %) y el rendimiento 48 %. En cuanto a la producción de haba seca, al contrario del haba tierna, incrementó en 168 % debido a la variación positiva de la superficie cosechada. (MAG, 2018)

1.1.7 DEMANDA

Precios a nivel internacional

El precio internacional del haba fresca (variedad verde serrana), en el año 2017 (precio promedio por kilogramo en los mercados de Lima Metropolitana, Perú, transformado a dólares) disminuyó en 19 % respecto al 2016 (USD 0.43). Esta disminución fue la mayor variación (negativa) registrada durante el período de análisis; la tendencia de los precios

del haba en el mercado internacional durante el período 2007-2017 se ha presentado ligeramente al alza (Figura 2). El precio mínimo del período se observa en el año 2007, con un precio de USD 0.23. En el caso del haba seca no se registran datos.(MAG, 2018b)

Precios a nivel nacional

En cuanto a los precios nacionales de haba tierna en vaina a nivel mayorista disminuyó en 19 % respecto al año 2016. A nivel mayorista el precio para el año 2017 fue de USD 16.77 el saco de 100 libras; mientras que, en el año 2016 fue de USD 20.64 el saco de 100 libras.

1.1.8 OFERTA

Producción a nivel internacional

El volumen producido a nivel mundial de haba (haba común y haba caballar seca) en 2016 (último dato disponible) fue de 4,459,658 toneladas. En el año 2016 el haba seca presentó un incremento del 4 % respecto al año 2015 y la tendencia general de la producción sigue un comportamiento variable con tasas de crecimiento negativas y positivas durante todo el período de análisis. El punto más relevante se muestra en el año 2011 con 4,564,194 toneladas.

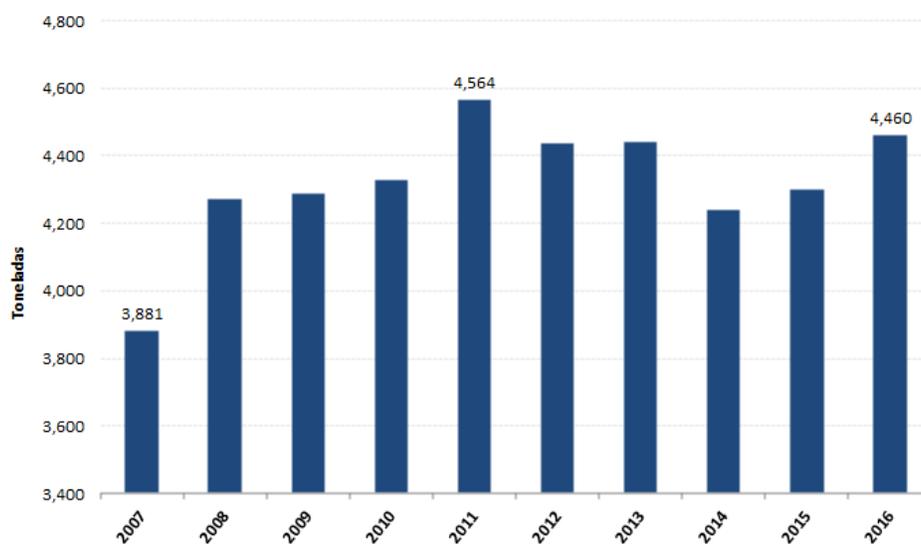


Figura 12

Producción Internacional Haba

Nota. Figura #12 precios a nivel internacional de haba (MAG, 2018b)

1.1.8.1 Producción a nivel nacional

La producción nacional de haba tierna del año 2017 presentó diferente comportamiento a la producción internacional, disminuyendo en 56 % respecto al año 2016. Dicho comportamiento se encuentra sustentado en la reducción simultánea de la superficie y rendimiento del producto. Los niveles de producción de haba tierna son muy variables desde el año 2007, el año 2014 corresponde al año de mayor producción de todo el período analizado (26,297 toneladas), y el año 2017 alcanzó el menor volumen de producción con 8,689 toneladas. La producción nacional de haba seca del año 2017 presentó un considerable incremento de 168 % con relación al año 2016, alcanzando las 3,448 toneladas.(MAG, 2018b)

Características del productor

Según el (INEC, 2017), el 50 % de productores de haba seca fueron hombres y 50 % restante mujeres. En cuanto al haba tierna, el 70 % corresponde a hombres y el 30 % a mujeres. De ellos, la edad promedio es 60 años para los productores de haba seca y 57 para haba tierna. Con referencia al nivel de instrucción, la mayor parte de productores de haba seca (57 %) y haba tierna (60 %) han completado solamente el nivel de primaria.

Superficie y rendimiento

La superficie cosechada de haba tierna a nivel nacional disminuyó durante el año 2017 en 15 %. El rendimiento fue de 1.55 toneladas por hectárea, que comparado con 2016 presentó una disminución de 48 %. La superficie cosechada de haba seca a nivel nacional se incrementó en el 2017 en 158 % en relación al 2016. El rendimiento creció en 4 % produciendo 0.62 toneladas por hectárea.

La superficie cosechada tanto de haba tierna como seca tiene una tendencia a la baja desde el año 2011 al 2016. El 2011 es el año con la mayor superficie cosechada de haba seca (16,175 hectáreas) y haba tierna con (20,417 toneladas); mientras que, el 2016 es el año con menor superficie cosechada (2,150 toneladas) de haba seca, y para para el haba tierna el 2017 con (5,604 toneladas) es el año con menor superficie cosechada.(MAG, 2018b)

Costos de producción

El costo total en el año 2017 para producir una hectárea de haba tierna y seca fluctúa entre aproximadamente USD 2,000 y USD 2,300. De la estructura de costos reportada para este cultivo, las actividades que requieren de un mayor financiamiento son: la siembra y la cosecha, mismos que representan el 34 % y 24 % de los costos, respectivamente. Los valores aproximados de mano de obra van desde USD 600 hasta USD 700. Los costos aproximados de los insumos van desde USD 350 y USD 500. El 8 % adicional de los costos es destinado para la preparación del suelo.(MAG, 2018b)

Calendario de siembras y cosechas

En cuanto a las 5,550 hectáreas sembradas de haba tierna, las provincias de Chimborazo, Carchi y Pichincha representan el 52 % de esa superficie. Los meses con las mayores proporciones para la provincia de Chimborazo fueron enero, abril, mayo, y noviembre con un 67 % del total de la superficie sembrada; mientras que, en la provincia de Carchi fueron los meses de febrero, mayo, julio y agosto con un 58 % del total de la superficie sembrada y en la provincia de Pichincha los meses con mayor superficie sembrada fueron enero, febrero y noviembre con 80 % del total de la superficie.(MAG, 2018b)

Pérdidas de producción

De acuerdo a los resultados de la ESPAC del 2017, las principales razones por las que se perdió la producción de haba tierna en la provincia de Carchi son por plagas o enfermedades con el 41 %, seguido de las inundaciones o exceso de agua con 36 %, las malas prácticas 19 % y las sequías o heladas con el 4 %.



Figura 13

Principales razones de pérdida en producción de Haba

Nota. Figura #13 indican las principales razones de la pérdida en la producción de haba (MAG, 2018b)

1.2 FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 Formulación Del Problema

¿Es factible la producción y comercialización de productos agrícolas en la Provincia de Chimborazo Cantón Pallatanga dirigido a los consumidores finales en la ciudad de Guayaquil?

1.2.2 Sistematización Del Problema

Del anterior problema central que sustenta esta investigación aplicada, se puede deducir la siguiente sistematización:

¿Cuáles son los productos agrícolas de mayor demanda en la ciudad de Guayaquil?

¿Cuáles son los posibles clientes en la ciudad de Guayaquil?

¿Existe una evaluación de proyecto donde se pueda Estimar el monto total de inversión para el funcionamiento de la entidad productora y comercializadora de productos agrícola?

¿Existe un estudio de mercados que brinde información sobre los posibles consumidores, oportunidades y problemas en Guayaquil y donde se pueda garantizar la sostenibilidad del proyecto de producción y comercialización de productos agrícola?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 General

- Analizar la Factibilidad para la producción y comercialización de productos Agrícolas

1.3.2 Específicos

- Analizar la demanda de los productos agrícolas de mayor salida
- Gestionar lazos comerciales con el consumidor final de los productos agrícolas
- Determinar el índice de rentabilidad y el precio exacto y competitivo, para la venta

- Realizar un estudio de mercado para obtener información de los consumidores

1.4 JUSTIFICACIÓN

1.4.1 Justificación Teórica

En los últimos años el desarrollo agrícola compone uno de los medios más importantes para poner fin a la pobreza extrema, impulsar la prosperidad compartida y alimentar a una población, por tal motivo los centros de producción y comercialización Agrícolas se ven en la obligación de planear nuevas estrategias que capturen las necesidades del cliente, las cuales se justifican mediante encuestas realizadas a los involucrados

1.4.2 Justificación Metodológica

El modelo que se pretende diseñar aspira a ser una base para modelos futuros, de manera que este se pueda extrapolar a distintos parámetros para distintos objetivos de producción, para la elaboración del plan y posteriormente la tesis se realizara un exhaustivo trabajo de recolección de datos e información para luego poderlos procesar, analizar y ver la factibilidad de la producción y comercialización de los productos agrícolas.

1.4.3 Justificación Práctica

Este trabajo de investigación tiene como fin demostrar que los productos agrícolas son productos lo suficientemente competitivo para incursionar en el mercado nacional e internacional. Este trabajo proporcionará las herramientas necesarias a los emprendedores o inversionistas para tomar decisiones sobre incursionar en este mercado.

Para esto se tendrá que realizar un estudio de mercado, usar herramientas de ingeniería, marketing; para poder ver el posicionamiento del producto, además se tendrá que usar herramientas logísticas que nos permitirán usar las mejores técnicas para el flujo del producto.

1.5 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 Delimitación Temática

El producto que se derive de esta investigación pertenece al sector agrícola para el consumo humano, este trabajo de investigación comprende: la investigación del mercado, la ingeniería del producto, estudio técnico, etc.

1.5.2 Delimitación Temporal

Se estima que el desarrollo de este proyecto tenga un desarrollo total de todas las actividades de 2 a 3 meses.

1.5.3 Delimitación Espacial

El proyecto se realizará en la región norte del país y especialmente en la ciudad de Guayaquil, con expansión en el mercado nacional.

1.5.4 Delimitación Social

Corresponde a los consumidores o usuarios finales del producto final de este estudio, así como restaurantes, hoteles y empresas de catering los cuales serán encuestados acerca de la satisfacción del producto final.

1.6 HIPÓTESIS

Es factible la producción y comercialización de productos agrícolas en la ciudad de Guayaquil.

1.7 VARIABLES

1.7.1 Variable Independiente

Son las variables llamadas causales o cualitativas, que se refieren a la cualidad, calidad

y clase. Dependen directamente del proyecto de investigación y aparecen en el planteamiento del problema. En este proyecto, la variable independiente sería el estudio de Factibilidad

1.7.2 Variable Dependiente

Llamadas cuantitativas o de efecto, son las que se pueden cuantificar, medir o numerar. Son el efecto complementario de las variables independientes. En este proyecto las variables dependientes son: la producción de productos agrícolas, la comercialización de productos agrícolas

1.7.3 Operacionalización de las Variables

Tabla 3
Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERATIVA	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS O PREGUNTAS	INSTRUMENTOS	TÉCNICA	
INDEPENDIENTE	(MURILLO MARIA, 2015)El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso. (VARELA, 2010, pág.	Analiza que realiza la empresa	VAN TIR	Pruebas de Acidez	¿Que Realiza?	Bibliografía		
		Determina si el negocio es bueno o no		Ratios	¿Que Determina?	Entrevistas	Cuestionario	
DEPENDIENTE	(DIAS MARTHA, 2018)La producción es una actividad realizada bajo el control y la responsabilidad de una unidad institucional que utiliza mano de obra, capital y bienes y servicios, para producir otros bienes y servicios. (VIGNATTI Magdalena: WEB, 2007 (DIAS MARTHA, 2018)Se denomina comercialización a la planificación y control de los bienes y servicios para favorecer el desarrollo adecuado del producto y asegurar que el producto solicitado se encuentre en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requeridos, garantizando así unas ventas rentables (MANKIW Gregory, 2008, p. 260).	Actividad que realiza una institución	Procesos de producción		¿Quién realiza la actividad?	Bibliografía	Cuestionario	
		Utiliza mano de obra		Análisis de Procesos	¿Que utiliza?			
		Planifica y controla bienes y Servicios		Indice de retabilidad		¿Que planifica y controla?	Encuestas	Cuestionario
		Determina precio y cantidad	Reporte de ventas		Analisis de reportes	¿Que Favorece?		
		Garantiza las ventas			¿Que determina?			

Nota. operacionalización de las variables tabla #3

CAPITULO II

2 MARCO REFERENCIAL

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

(N. Rosero, 2014), en su trabajo de investigación titulado “Estudio de Factibilidad para la Producción y Comercialización de la Harina de Camote para el Mercado Español” planteo como objetivo General: Evaluar la factibilidad económica y financiera de la producción y exportación de la harina de camote al mercado español. Llegando a la siguiente conclusión que es factible su realización. y se relaciona ya que este tipo de estudio nos permite conocer factibilidad de nuevos proyectos.

(Garcia & Galindo, 2014) en su trabajo de investigación titulado “Propuesta de Mejoramiento e Integración de la Cadena de Comercialización de Papa Nativa en el Mercado de Quito, Para Pequeños Productores Del Cantón Saquisilí, Provincia De Cotopaxi, A Través Del Modelo Asociativo” planteo como objetivo General: Desarrollar una propuesta de mejoramiento e integración de la cadena de comercialización de papa nativa hacia un mercado de Quito, para pequeños productores del cantón Saquisilí, provincia de Cotopaxi, a través del modelo asociativo, llegando a la siguiente conclusión El modelo asociativo se presenta como solución práctica e integradora de la cadena de la papa nativa. La propuesta de creación de un centro de gestión de comercialización asociativa, como componente operativo una vez constituida la asociación de pequeños productores de papa nativa del cantón Saquisilí, como parte primordial de la ejecución de la propuesta, es el componente clave para integrar de manera ordenada, eficiente y eficaz la demanda y la oferta y para promover el acceso a las oportunidades de mercado que, por la actual forma de operar desarticulada y enfocada desde la oferta, no han sido

aprovechadas. y se relaciona con la comercialización de la papa sus debilidades y su oportunidad de mejora.

(Ninahualpa, 2015) en su trabajo de investigación titulado “Proyecto de Factibilidad para la Exportación del Haba Seca Desde Chimborazo - Ecuador a Génova – Italia.” planteo como objetivo general: Determinar la factibilidad de exportación de las habas secas en el periodo entre 2010 - 2020, procurando obtener aceptables niveles de rentabilidad y así determinar la viabilidad de dar a conocer un producto de excelente calidad desde Provincia de Chimborazo - Ecuador y darlo a conocer al mercado de Italia, cuya finalidad es comercializar para satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros compradores, llegando a la conclusión que el proyecto de Habas Secas hacia Italia, es completamente factible, ya que no posee graves complicaciones para dudar de la viabilidad del mismo, a su vez brindara una buena ganancia para los inversionistas, y se relaciona con la presente investigación, por tanto se toma como antecedente para el estudio de factibilidad a realizarse.

(Tirira, 2018) en su trabajo de investigación titulado “Estudio de Factibilidad de un Centro de Acopio para la Comercialización de Arveja Tierna (*Pisumsativum*) en la Provincia del Carchi”, planteo como objetivo general: Desarrollar el estudio de factibilidad de la creación de un centro de acopio para la comercialización de arveja tierna (*Pisum sativum*) en la provincia del Carchi llegando a la conclusión de que la construcción de esta infraestructura para la recolección de arveja en estado tierno en la provincia del Carchi generará impactos positivos como: la creación de fuentes de trabajo, dinamización de la producción, capacitación, recuperación de la cultura agrícola, beneficiando así de manera directa a los agricultores y de manera indirecta a las personas que trabajan en diferentes

actividades agrícolas de transporte y mercantiles, lo que contribuye a mejorar consecuentemente la estabilidad en el precio de comercialización de la arveja.

y se relaciona con la presente investigación, por tanto, se tomará en cuenta para el desarrollo del presente estudio de factibilidad de producción y comercialización de productos agrícolas.

2.2 MARCO TEORICO

2.2.1 Proceso Productivo y Costos de producción

Todo proceso productivo demanda la transformación de Inputs en Outputs; es decir, el uso de insumos necesarios para producir cierto número de productos, esta relación es más conocida en la teoría económica como la función de producción. Dentro del proceso productivo se emplea ciertos inputs que pueden ser fijos y variables. Es importante mencionar que en el largo plazo todos los inputs se consideran variables y al corto plazo al menos un input se considera fijo; es decir, no cambia dentro de un período de tiempo. De acuerdo con Lupin, Parín y Zugarramurdi (1998), los costos de producción son gastos necesarios para hacer operativo un tema productivo; ya sea de línea de procesamiento o de funcionamiento de equipos. El costo de producción es una medida del beneficio bruto que recibe el productor. Los costos de producción varían de acuerdo al nivel tecnológico utilizada en la producción; es decir los costos de producción es el valor de lo inputs. (Dias, 2018)

2.2.2 Elementos del costo Gde producción

El costo de producción de modo general está formado por tres elementos, que son:

Materia prima: Se define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e

incorpora en un producto final. Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final.

Mano de obra: En el ámbito de la contabilidad empresarial, se entiende por mano de obra al coste absoluto vinculado a los trabajadores. En este sentido, la mano de obra incluye los salarios, las cargas sociales y los impuestos, puede clasificarse en mano de obra directa e indirecta. La mano de obra es un elemento muy importante, por lo tanto, su correcta administración y control determinará de forma significativa el costo final del producto o servicio.

Costos indirectos (CIF): Los costos indirectos son todos aquellos que no están clasificados como mano de obra directa ni como materiales directos. Aunque los gastos de venta, generales y de administración también se consideran frecuentemente como costos indirectos, no forman parte de los costos indirectos de fabricación, ni son costos del producto. (Buenaño, 2017)

2.2.3 Producción Agrícola

De acuerdo al INEC (2016) el uso de suelo en el Ecuador se refiere a la categoría de utilización de tierras del sector rural, en los que se desarrollan cultivos permanentes; transitorios; pastos cultivados y sin cultivar; montes, bosques, paramos; entre otros. Los cultivos transitorios se caracterizan por ser de ciclo vegetativo corto dentro del periodo crecimiento de un año, la mayoría de este tipo de cultivos son destinados principalmente para el consumo humano y para engorde de animales de granja; dentro de los principales cultivos transitorios se encuentra el cultivo de papa. El análisis de superficie cultivada corresponde al número de hectáreas que ocupa un productivo cultivado. El INEC establece la superficie plantada y la superficie cosechada en términos de

hectáreas y la producción del cultivo en términos de toneladas por hectárea; el rendimiento se ve determinado por la relación de la producción respecto la superficie plantada. (Mejia, 2017) “El cantón Alausí tiene el 20,79% de la superficie de cultivos de Chimborazo, seguido de Pallatanga con 17,53%, Riobamba con 12,577%, Colta 11,36% y los otros cantones tienen menor al 10 %.”

De igual manera el cantón Alausí después de la producción de pastos, es el mayor productor de cebada de la provincia, con 4.547,95 Has; Riobamba con hortalizas con el 1.038,75 Has; Colta, Guamote, Alausi, Riobamba y Guano, son los mayores productores de papa con 10.776,18; Alausí en trigo con 1631,74 Has; Colta y Guamote producen la mayor superficie de quinua con 4784,77. (GAD, 2015)

2.2.4 Tecnología e Insumos agrícolas

De acuerdo a la (FAO, 2015), la tecnología tiene un impacto global significativo para el desarrollo productivo y económico, frente a la creciente demanda de alimentos y materias primas. La tecnología requiere la capacidad de garantizar características alimentarias como: la inocuidad, calidad, valor nutricional; entre otras. Las tecnologías de procesamiento y prácticas de producción para cultivos agrícolas convencionales no han progresado debido a la reducida capacidad de innovación de los agricultores; así también su capacidad de prevenir y compensar los efectos ambientales perjudiciales.

La tecnología dinamiza el proceso de producción en cuanto equipamiento e insumos; como por ejemplo la dotación de semillas, fertilizantes, maquinaria, instalaciones y elementos de procesamiento, la tecnología tiene un efecto en la productividad, oportunidades de comercialización, acumulación de capital, y en la adición de valor. No obstante, la tecnología va mucho más allá; como por ejemplo mejoras tecnológicas en el procesamiento y envasado específico; y tecnologías en el genéricas como la biotecnología. De manera que la tecnología

contribuye a mantener una oferta alimentaria sostenible en un mercado global competitivo (Mejia, 2017)

2.2.5 Labores culturales en la Agricultura

Las labores culturales corresponden a las actividades de mantenimiento y cuidado del cultivo durante la fase de producción con la finalidad de brindar las condiciones y requerimientos necesarios para el crecimiento y desarrollo de las plantas. Las labores culturales esta usualmente relacionadas a mejorar la regulación y aplicación de nutrientes mediante el uso de recursos como el agua y fertilizantes. Las labores culturales varían dependiendo te tipo de cultivo, su tecnología, la ubicación geográfica y los hábitos de carácter endógeno de las comunidades (Basantes, 2015) De acuerdo a (Ureña, 2009), dentro de las principales labores culturales, se encuentra el riego como una de las actividades esenciales para el crecimiento de la planta. La aplicabilidad del riego tiene diversas modalidades, entre las más destacadas se encuentra: el riego por goteo, riego por aspersión y riego por nebulización. Por otro lado, las labores culturales de nutrición están orientadas al mejoramiento del rendimiento de las plantas y al mantenimiento una producción constante. La labor de nutrición considera las diferentes condiciones en cuanto: a variedad de cultivo, la zona, el tipo de clima y los recursos.

(Mejia, 2017)

2.2.6 Clasificación de las pérdidas postcosecha según la FAO

- Pérdidas directas: Afectación de la calidad del producto ocasionado por insectos, plagas y enfermedades.
- Pérdidas Indirectas: Deterioro de la calidad del producto debido a variaciones de temperatura, empaque, transporte, estiba, desestiba, y condiciones de manejo en campo.
- Pérdidas económicas: Variaciones de los precios en el mercado entre oferta y demanda.

- Pérdidas de origen tecnológico: Aplicaciones inadecuadas de la tecnología como la periodicidad en la aplicación de insumos agrícolas.
- Pérdidas Fisiológicas: Deterioro en el peso del producto, envejecimiento natural especialmente en condiciones de almacenamiento. (FAO, 2015)

2.3 MARCO CONTEXTUAL

2.3.1 Lugar

Cantón Pallatanga

Descripción

Pallatanga un rincón escondido de Ecuador, un lugar turístico. Por su ubicación geográfica tiene un clima agradable con una temperatura promedio de 20° C, que la ha convertido en un punto de atracción turística, donde existen fincas vacacionales que permiten disfrutar de la belleza de sus paisajes, así como también se constituye en uno los principales productores agrícolas de la provincia. Sus principales productos son papas, habas, fréjol, tomate, maíz y frutas menores como frutilla.

Historia

El proceso de Cantonización de Pallatanga, se inició el 19 de mayo de 1985 con la constitución del Comité Pro -Cantonización, presidido por Luís Cadena y muy bien secundado por Norman Tufiño, Pancho Romero, Januario Muñoz, Franklin Muñoz, Luís Granizo Merino y Rafael Romero E. que se convirtieron en los baluartes de este proceso. El Cantón Pallatanga se catonizó el 13 de mayo de 1986.

Ubicación

El cantón Pallatanga se encuentra ubicado al suroeste de la Provincia de Chimborazo a 75 Km. de distancia y hora y media desde Riobamba, entre las coordenadas: 01° 59' 46" S y 078°57' 52" W.

Mapa del Cantón Pallatanga

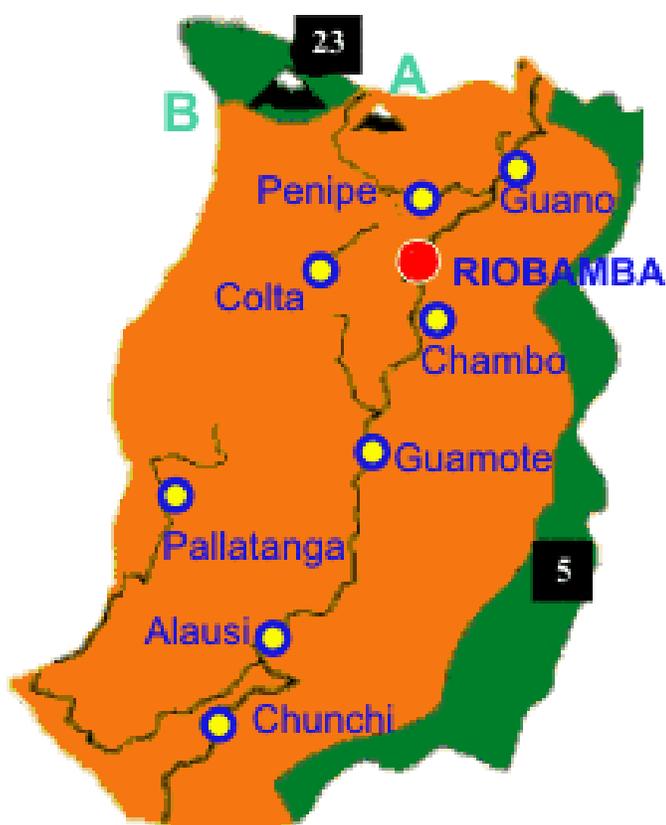


Figura 14

Mapa de Cantón Pallatanga

Nota. Tomado de (ECURED, 2015)

Desarrollo económico

Sus principales productos son papas, habas, fréjol, tomate, maíz y frutas menores como frutilla.

Clima

Por su ubicación geográfica tiene un clima agradable con una temperatura promedio de 20° C. (ECURED, 2015)

2.4 MARCO CONCEPTUAL

A continuación, se desarrollan las teorías sobre las cuales se sustenta el presente trabajo de investigación.

Producción

El tipo de producción se puede clasificar desde varios puntos de vista: Destinación de la propia actividad agropecuaria: para la alimentación directa o para insumos industriales, que a su vez pueden destinarse a la alimentación (caña de azúcar) o a materias primas para uso industrial (algodón); Tipo de cultivo: perennes (árboles frutales) o cíclicos (maíz); La cría de animales: consumo alimenticio humano o aprovechamiento de sus productos derivados etc. (FAO, 2015)

El productor

El documento número 5 de la (FAO, 2015), citado anteriormente, define: "El productor es una persona civil o jurídica que adopta las principales decisiones acerca de la utilización de los recursos disponibles y ejerce el control administrativo sobre las operaciones de la explotación agropecuaria. El productor tiene la responsabilidad técnica y económica de la explotación, y puede ejercer todas las funciones directamente o bien delegar las relativas a la gestión cotidiana a un gerente contratado" (p.33)

Los recursos productivos

Los recursos productivos más importantes son: tierra, agua, tecnología, maquinaria, instalaciones y equipo, medios financieros, capacitación y participación en las organizaciones agropecuaria (Buenaño, 2017)

Tierra

La tierra es uno de los factores de producción más importantes. Una visión precisa y completa de cómo mujeres y hombres comparten este recurso es decisiva para la formulación de políticas apropiadas. (Tirira, 2018)

Agua, Riego Y Drenaje

Los servicios de agua, riego y drenaje son esenciales en la agricultura. Visto que mujeres y hombres no tienen un acceso paritario a estos servicios, resulta importante identificar y tomar acto de las diferencias existentes (Buenaño, 2017)

Maquinaria, Equipo, Instalaciones Y Transporte

Es preciso captar información sobre la energía utilizada en la explotación: electricidad, motor con gasolina, tracción animal y eventualmente fuentes alternativas de energía, como la solar. Ejemplos de maquinaria: tractor, trilladora, cosechadora, sembradora, desgranadora, secadora, deshidratadora, seleccionadora, empacadora, beneficiadora de café, arroz o cacao, desfibradora, maquina fumigadora, molino (para maíz, yuca, coco), motosierra, motogrúa, sierra cinta, tractor y yunta. (Basantes, 2015)

Recursos Financieros

La dificultad de obtener crédito limita el uso de insumos, lo que condiciona a su vez la productividad. En el caso de los créditos hay que considerar los siguientes aspectos:

- a. Condiciones del crédito: requisitos exigidos (respaldo de propiedad); garantías (seguros contra riesgos de pérdida de cosechas, compra adelantada de cosecha) y plazos de pago.
- b. Fuentes del crédito: bancos comerciales, bancos agrarios o de fomento, instituciones de préstamo a los pobres (especializados en mujeres con bajos ingresos), prestamistas, cooperativas, organizaciones no gubernamentales, compañías de seguros y fuentes informales como parientes o amigos (FAO, 2015)

Comercialización.

Proceso cuyo objetivo es hacer llegar los bienes desde el productor al consumidor. Involucra actividades como compraventas al por mayor y al por menor, publicidad, pruebas de ventas, información de mercado, transporte, almacenaje y financiamiento (PG, 2015).

Precio.

Cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio; la suma de valores que el consumidor intercambia por usar o tener un producto o servicio. (PG, 2015)

Producto.

Cualquier elemento tangible o intangible que puede ofrecerse a un mercado para su atención, adquisición uso o consumo (PG, 2015)

Estudio de mercado:

Es la herramienta para recopilar información sumamente valiosa que te permite decidir en qué vas a invertir dinero, tiempo, y esfuerzo.(PG, 2015)

Factibilidad:

Término usado para reflejar la conveniencia o no de llevar a cabo un proyecto. (PG, 2015)

Empresa:

Organización de recursos humanos, materiales y financieros que ofrecen productos y servicios. (PG, 2015)

Investigación de mercado:

Es la actividad de investigar las características de los artículos que desean los clientes tales como precio, calidad y cantidad (Tirira, 2018)

Mercadeo:

El Análisis de un Mercado y sus necesidades, la determinación del Producto adecuado, sus Características y Precio, la Selección de un Segmento dentro del mismo, y como comunicar nuestro Mensaje y la logística de la Distribución del producto, son parte del arte conocido como Comercialización, Mercadeo o Marketing. (PG, 2015)

Oferta:

Ofrecimiento de un bien o un servicio que puede ser vendido a un precio determinado. (PG, 2015)

Demanda:

Es la cantidad de productos que sabemos que los consumidores, sean individuos, instituciones o empresas, necesiten (PG, 2015)

Proyecto:

Es un plan de acciones que determina los pasos necesarios para prever las ventajas y desventajas de invertir en un determinado negocio; por ende, supone la relación de los estudios de mercado y técnico que proveen la información necesaria para poder hacer dicha previsión. (PG, 2015)

2.5 MARCO LEGAL

El presente trabajo de investigación toma en cuenta como fundamento legal, la Constitución de la República del Ecuador. Así mismo, el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, el cual rige las actividades productivas en todo el territorio nacional; la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, que tiene como objetivo fomentar el comercio justo evitando prácticas desleales en el mercado; y la Ley Orgánica de Agrobiodiversidad, Semillas y Fomento de la Agricultura Sustentable, la cual fomenta la agricultura sustentable.

En la Constitución de la República de Ecuador (Art.335, 2008) determina que:

El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos. El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal (p.157).

Además, en el Art. 336 de la Constitución de la República de Ecuador (2008) hace referencia que el Estado como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, impulsará y velará por el

comercio justo, disminuyendo las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. También “asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades”. (p.157).

También en el Art. 304, de la Constitución de la República de Ecuador (2008) menciona los objetivos de la política comercial: “1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo (..), 3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales (..) “(p.146).

En el Art. 1.- Ámbito, del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones menciona que se rigen por esta normativa todas las personas naturales y jurídicas y otras formas de asociación que se dediquen al desarrollo de una actividad productiva, en el territorio nacional. Además, ésta abarca en su conjunto todo el proceso productivo que va desde el aprovechamiento de los factores de producción, transformación, distribución y el intercambio comercial. De tal manera que permita impulsar a nivel nacional toda actividad productiva, en todos sus niveles y a los actores de la economía popular y solidaria, así también como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República.

En la (LORCPM), en la Sección 3, Art. 11 menciona las prohibiciones y sanciones a los actos o conductas realizadas por dos o más operadores económicos, relacionados con la producción e intercambio de bienes y servicios que pueda perjudicar negativamente la eficiencia económica y el bienestar general. Hace referencia también a las siguientes prácticas prohibidas:

“1. Fijar de manera concertada o manipular precios, tasas de interés, tarifas, descuentos, u otras condiciones comerciales o de transacción, o intercambiar información con el mismo objeto o efecto”. (p. 6).

“2. Repartir, restringir, limitar, paralizar, establecer obligaciones o controlar concertadamente la producción, distribución o comercialización de bienes o servicios” (p6).

De acuerdo con la Ley Orgánica De Regulación Y Control Del Poder De Mercado (LORCPM, 2011) en el Art. 9 menciona las garantías que se le reconocen al agricultor

“a) Participar de manera justa y equitativa en la distribución de los beneficios que se deriven de la utilización de la agro biodiversidad;

b) Conservar en su predio, utilizar, intercambiar y comercializar su material de siembra o propagación; (...)”. (p.5).

El estudio, al indagar sobre los mecanismos de la fijación de precios y de distribución de los medios de pago asociados a la producción, también se enmarca en algunas normas consideradas en el Código Orgánico Monetario Financiero (COMF, 2014) porque ahí se regulan los sistemas monetario y financiero, los regímenes de valores y seguros; establece el marco de políticas, reglas, supervisión, control y rendición de cuentas de los entes de control.

CAPITULO III

3 MARCO METODOLÓGICO

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1 Segmento de Mercado en el Sector Agropecuario

Es el conjunto de clientes agropecuarios que comparten características comunes como son: las geográficas, demográficas, de comportamiento, etc. Hace referencia a un grupo homogéneo y significativo de compradores / consumidores que comparten necesidades comunes, dentro de un mercado que los hace diferentes. Que tienen deseos, hábitos de compra parecidos, y que responden del mismo modo o similar a las acciones de marketing que emprendes. es el conjunto de clientes agropecuarios que comparten características comunes como son: las geográficas, demográficas, de comportamiento. (Larrazabal, 2015)

3.1.2 Segmentación geográfica

Básicamente, la segmentación geográfica se trata de, dividir el mercado en base a diferentes dimensiones geográficas. Algunos ejemplos de segmentación geográfica:

Conteniente

América del Sur

Países

Ecuador

Regiones o zonas

Sierra y Costa

Comunidades Autónomas o provincias

Producción de productos Agrícolas en la provincia de Chimborazo Cantón Pallatanga
Comunidad Panza Redonda

Comercialización de Productos Agrícolas en la Provincia del Guayas Ciudad Guayaquil

Tamaño de ciudades

Sus límites son al norte: Cantón Colta; Sur: Cantón Alausí; Este: Cantón Guamote; Oeste: Cantón Chillanes de la provincia de Bolívar. La superficie de Pallatanga tiene un área de 377 Km² y representa el 5.96% del área total de la Provincia de Chimborazo.

La ciudad de Guayaquil está compuesta de 347 km² de superficie, de los cuales 316 km², equivalentes al 91,9 % del total, pertenecen a la tierra firme (suelo); mientras que los restantes 29 km², equivalentes al 8,1 %, pertenecen a los cuerpos de agua que comprenden ríos y esteros.

Número de habitantes

12.000 habitantes Cantón Pallatanga

2'671.801 habitantes en la ciudad de Guayaquil

Densidad

En el Cantón Pallatanga la densidad poblacional es de 44,44 habitantes por km².

En la ciudad de Guayaquil la densidad es de 7345,7 hab/km²

Clima

En Guayaquil, la temporada de lluvia es muy caliente, opresiva y nublada y la temporada seca es caliente, bochornosa y parcialmente nublada. Durante el transcurso del año, la temperatura generalmente varía de 21 °C a 31 °C y rara vez baja a menos de 19 °C o sube a más de 33 °C.

El cantón Pallatanga tiene un clima agradable con una temperatura promedio de 20° C,

3.1.3 Segmentación demográfica

La aplicación de este criterio implica la división del mercado en grupos pequeños, definidos por diferentes rasgos. Algunos ejemplos de segmentación demográfica

Edad

15 hasta 60 años

Sexo

Femenino y Masculino

Educación

Primaria, Secundaria, Tercer Nivel

Nacionalidad

Nacional e Internacional

3.1.4 Segmentación en función del comportamiento

Con la segmentación en función del comportamiento, se dividirá a los consumidores o clientes en función de determinados inputs:

Su sensibilidad al precio

Depende de la oferta y la demanda de los productos Agrícolas a producirse y comercializar

Según los beneficios que espera obtener con la compra

calidad en los productos, servicio adicional de entrega a domicilio que ahorra tiempo y dinero

Su capacidad de lealtad y actitud hacia la marca o producto

Mediante acuerdo de compras anual

Cómo y cuándo usa el producto

Al ser productos alimenticios son de consumo diario

3.2 TIPO DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1 Estudios descriptivos

Sirven para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. Permiten detallar el fenómeno estudiado básicamente a través de la medición de uno o más de sus atributos. Por ejemplo, la investigación en Ciencias Sociales se ocupa de la descripción de las características que identifican los diferentes elementos y componentes, y su interrelación.

El conocimiento será de mayor profundidad que el exploratorio, el propósito de este es la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación, como:

- Establecer las características demográficas de las unidades investigadas (número de población, distribución por edades, nivel de educación, etc.).
- Identificar formas de conducta, actitudes de las personas que se encuentran en el universo de investigación (comportamientos sociales, preferencias, etc.)
- Establecer comportamientos concretos.
- Descubrir y comprobar la posible asociación de las variables de investigación.

Identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación. De acuerdo con los objetivos planteados, el investigador señala el tipo de descripción que se propone realizar. Acude a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación, las entrevistas y los cuestionarios. La mayoría de las veces se utiliza el muestreo para la recolección de información, la cual es sometida a un

proceso de codificación, tabulación y análisis estadístico. Puede concluir con hipótesis de tercer grado formuladas a partir de las conclusiones a que pueda llegarse por la información obtenida.

“Estos estudios describen la frecuencia y las características más importantes de un problema. Para hacer estudios descriptivos hay que tener en cuenta dos elementos fundamentales: Muestra, e Instrumento”(Murillo, 2015)

Debe responder algunas interrogantes:

- ¿Se propone identificar elementos y características del problema de investigación?
- ¿Busca hacer una caracterización de hechos o situaciones por los cuales se identifica su problema de investigación?
- ¿El problema que Ud. plantea y los hechos que comprende abarcan formas comportamientos sociales, actitudes, creencias, formas de pensar y actuar de un grupo?
- ¿Espera que los resultados de su investigación sean base para la formulación de nuevas hipótesis a partir de las cuales se inicia un conocimiento explicativo? (Vasquez, 2017)

3.2.2 Estudios explicativos

Buscan encontrar las razones o causas que ocasionan ciertos fenómenos. Su objetivo último es explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste.

“Están orientados a la comprobación de hipótesis causales de tercer grado; esto es, identificación y análisis de las causales (variables independientes) y sus resultados, los que se expresan en hechos verificables (variables dependientes).

Los estudios de este tipo implican esfuerzos del investigador y una gran capacidad de análisis, síntesis e interpretación. Asimismo, debe señalar las razones por las cuales el estudio puede considerarse explicativo. Su realización supone el ánimo de contribuir al desarrollo del

conocimiento científico”. Para definir este tipo de estudio, tenga en cuenta las siguientes interrogantes:

- ¿Los resultados de su investigación se orientan a la comprobación de hipótesis de tercer grado?
- ¿Las hipótesis que ha planteado están construidas con variables que a su vez contienen otras variables?
- ¿Las hipótesis que ha planteado establecen la manera como una determinada característica u ocurrencia es determinada por otra?
- ¿Los resultados de su trabajo pueden constituirse en un aporte al modelo teórico de la explicación de hechos y fenómenos que puedan generalizarse a partir de su problema de investigación? (Vasquez, 2017)

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población, o en términos más precisos población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio. Población finita: agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran. Además, existe un registro documental de dichas unidades

Al 2017 “Guayaquil tiene 2`644.891 habitantes, lo que le convierte en el cantón más poblado del país, seguido de Quito, cantón que ocupa el segundo lugar con 746 habitantes menos, según proyecciones poblacionales” (INEC, 2017).

Parroquia Tarqui. En esta parroquia se destacan los monumentos a Eloy Alfaro y el de Guayas y Quil, el Teatro Centro de Arte, los Estadios Isidro Romero Carbo y Modelo

Alberto Spencer, el coliseo cubierto Voltaire Paladines Polo, el nuevo Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo y la Terminal Terrestre Jaime Roldós Aguilera, la Universidad de Guayaquil, los centros financieros y comerciales de Kennedy Norte (Av. Francisco de Orellana) y Urdesa. Barrios residenciales como Urdesa, Miraflores, La Alborada, Kennedy y Los Ceibos pertenecen a esta parroquia.(GAD, 2019)

La población a quien va dirigido el producto es a la ciudad de Guayaquil parroquia Tarqui donde se encuentran los centros financieros y comerciales de Kennedy Norte (Av. Francisco de Orellana) y Barrios residenciales como Urdesa, Miraflores, La Alborada, Kennedy y Los Ceibos de los cuales se toma solo 10 restaurantes dedicados a comercializar almuerzos y cenas de cada sector por cuanto es un producto que va ser consumido exclusivamente por los restaurantes de este sector.

En el año 2014, fueron investigadas a nivel nacional 1.099 empresas. Del total de empresas, el 32% se dedicaron a la actividad de Hoteles y Restaurantes y el 68% a la de Servicios. En cuanto a Hoteles y Restaurantes 205 (59%) empresas son de la Sierra y 116 (33%) pertenecen a la Costa y 26 (8%) entre las Regiones Amazónica e Insular. Las empresas ubicadas en las provincias de Pichincha y Guayas, son las que engloban al mayor número al interior de sus regiones, con el 78% y 79% respectivamente. (J. Rosero & INEC, 2014)

La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible
Muestreo Probabilístico o Aleatorio: es un proceso en el que se conoce la probabilidad que tiene cada elemento de integrar la muestra.

El Tipo de muestra a utilizarse es un muestreo probabilístico porque los datos obtenidos de la investigación, todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. Dicha

probabilidad, conocida previamente, es distinta de cero 0) y de uno (1). al momento de aplicar los instrumentos de recolección de datos. Se va a aplicar un tamaño de la muestra de población dirigido al segmento de restaurantes de la parroquia Tarqui del cantón Guayaquil.

Para establecer la muestra de este proyecto se tomará como universo hipotético a 116 Restaurantes, con un nivel de confianza (Z) de 95% y un 5% de margen de error (e). y se procede a aplicar la Ecuación

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra.

- N= Total de elementos que integran la población. 116
- Z_c =Zeta crítico: valor determinado por el nivel de confianza adoptado, elevado al cuadrado. Para un grado de confianza de 95% el coeficiente es igual a 2, entonces el valor de zeta crítico es igual a $2^2= 4$.
- e= Error muestral: falla que se produce al extraer la muestra de la población. = 5%.
- p= Proporción de elementos que presentan una determinada característica a ser investigada. Una proporción es la relación de una cantidad con respecto a otra mayor. Por ejemplo, en un grupo de 116 restaurantes hay 90 Almuerzos y 26 cenas. La fórmula es $p = A/N$. Entonces la proporción de almuerzos es $90/116 = 0,78$ y la proporción de cenas es $26/116 = 0,22$.

- q = Proporción de elementos que no presentan la característica que se investiga. Se aplica la fórmula anterior $q=A/N$, y $p+q=1$.

$$n = \frac{116 \cdot 4 \cdot 78 \cdot 22}{115 \cdot 25 + 4 \cdot 78 \cdot 22}$$

$$n = \frac{796224}{2875 + 6864}$$

$$n = \frac{796224}{9739}$$

N=81 Restaurantes De La Parroquia Tarqui

Se multiplicó el tamaño de la muestra (N) por el porcentaje obtenido en los datos del INEC Para el proyecto serán interrogados mediante encuestas 81 Restaurantes de la muestra.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

En el proyecto se utilizará la técnica de la encuesta en los restaurantes de la Parroquia Tarqui. El cuestionario diseñado para este estudio abarco diferentes preguntas que permitieron realizar un mejor estudio de la oferta y demanda de los productos agrícolas.

La encuesta por muestreo o simplemente encuesta es una estrategia (oral o escrita) cuyo propósito es obtener información: a) Acerca de un grupo o muestra de individuos. b) En relación con la opinión de éstos sobre un tema específico. Se denomina encuesta al conjunto de preguntas especialmente diseñadas y pensadas para ser dirigidas a una muestra de población, que se considera por determinadas circunstancias funcionales al trabajo, representativa de esa población, con el objetivo de conocer la opinión de la gente sobre determinadas cuestiones (UCHA, 2016)

3.5 ANÁLISIS DE RESULTADOS

1. ¿En qué proporción consideras necesario en la preparación de sus alimentos la papa el haba y la alverja?

Tabla 4

Respuesta a la pregunta #1

Opciones de Respuesta	Alto	Medio	Bajo	Total, Respuestas
Papa	65	11	5	81
Haba	68	9	4	81
Alverja	70	10	1	81

Nota. Resultado de la encuesta pregunta #1

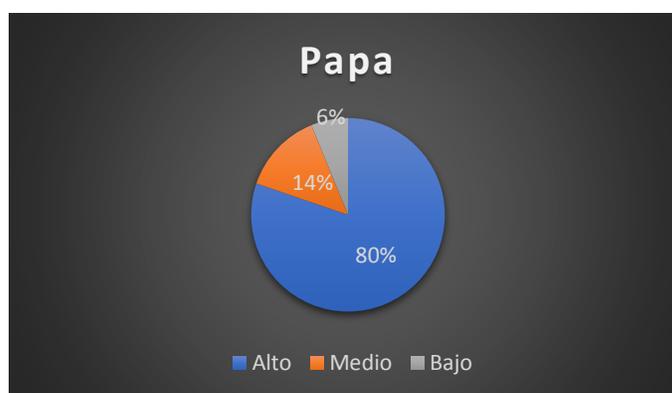


Figura 15

Proporción de papa, pregunta 1

Nota. Figura #15 indican en que proporción considera necesario la papa en la preparación de los alimentos.

En base a la Figura N°15, el 80 % manifestó que la papa tiene una proporción alta para la preparación de sus alimentos mientras que el 14% manifestó que la papa tiene una proporción Media y el 6%. considero que la papa tiene una proporción baja para la preparación de sus alimentos De esta forma se pudo determinar, qué es lo que piensan los consumidores en relación la proporción de la papa.

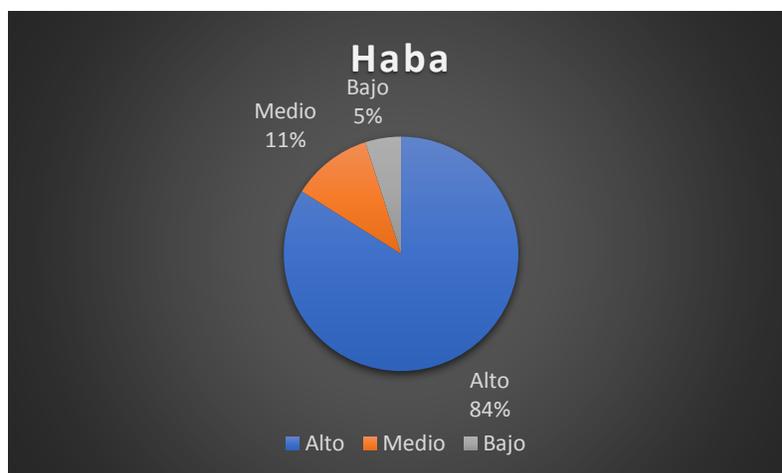


Figura 16

Proporción de Haba- Pregunta 1

Nota. Figura #16 indican en que proporción considera necesario el haba en la preparación de los alimentos.

En base a la Figura N°16, el 84 % manifestó que la Haba tiene una proporción alta para la preparación de sus alimentos mientras que el 11% manifestó que la Haba tiene una proporción Media y el 5%. considero que el haba tiene una proporción baja para la preparación de sus alimentos De esta forma se pudo determinar, qué es lo que piensan los consumidores en relación la proporción del haba.



Figura 17**Proporción de Alverja- Pregunta 1**

Nota. Figura #17 indican en que proporción considera necesario la alverja en la preparación de los alimentos.

En base a la Figura N°17, el 87 % manifestó que la Alverja tiene una proporción alta para la preparación de sus alimentos mientras que el 12% manifestó que la Alverja tiene una proporción Media y el 1%. considero que el Alverja tiene una proporción baja para la preparación de sus alimentos De esta forma se pudo determinar, qué es lo que piensan los consumidores en relación la proporción de la alverja.

2. Con que frecuencia realiza las compras de productos agrícolas papa, haba y alverja

Tabla 5

Respuesta a la pregunta # 2

Opciones de Respuesta	# De Respuestas	%
<i>Diario</i>	16	20%
<i>3 veces por semana</i>	30	37%
<i>2 veces por semana</i>	20	25%
<i>1 veces por semana</i>	15	19%
Total	81	100%

Nota. Resultado de la encuesta pregunta #2

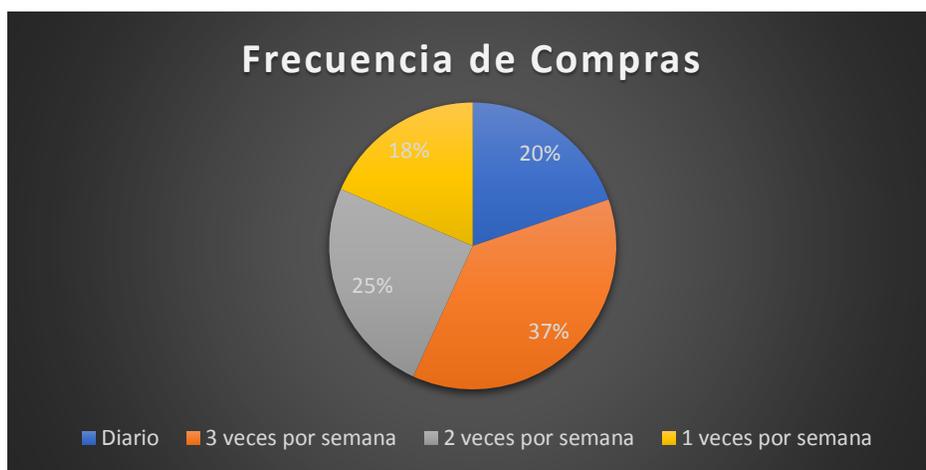


Figura 18

Frecuencia de Compras Pregunta # 2

Nota. Figura #18 indican la frecuencia de compra de la papa, alverja y haba

En base a la Figura N°18, el 37 % manifestó que la frecuencia con el que realiza compras de los productos agrícolas es 3 veces por semana y de forma diaria el 20%. Pero el 25% manifestó que realiza sus compras 2 veces por semana y el 18% comentó que sus compras lo realiza 1 vez por semana. De esta se puede determinar que la frecuencia de compras en su gran mayoría lo realiza una vez por semana.

3. ¿En qué cantidad consume semanalmente la papa para la elaboración de sus productos alimenticios?

Tabla 6

Respuesta a la pregunta #3

Opciones de Respuesta	# De Respuestas	%
Menos de 25lb	0	0%
25 – 50 Libras	23	28%
50-100 libras	30	37%
100-500 libras	16	20%
500 libras en adelante	12	15%
Total	81	100%

Nota. Resultado de la encuesta pregunta #3

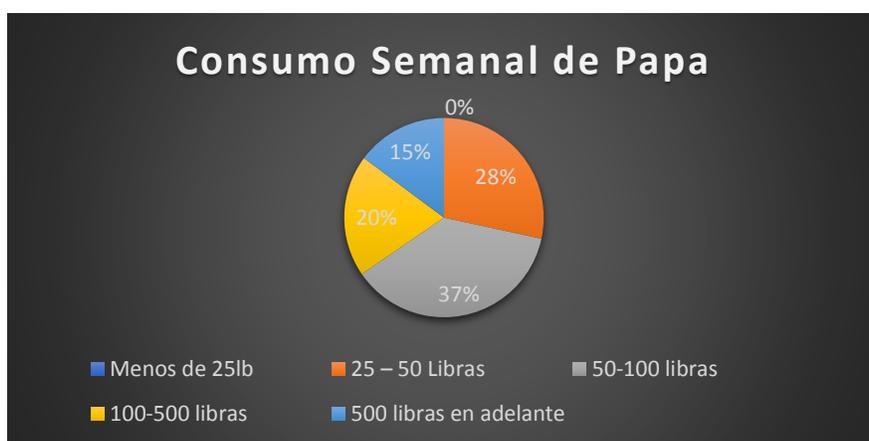


Figura 19

Consumo Semanal de papa -Pregunta #3

Nota. Figura #19 Muestra la cantidad que consume semanalmente la papa

En base a la Figura N°19, el 37 % manifestó que la cantidad que consume semanalmente es de 50 a 100 libras mientras que el 28% indico que la cantidad semanal que consume es de 25 a 50 lb y el 20% consume de 100 a 500 lb semanalmente Además el 15% menciono que consume más de 500 lb semanalmente de esta se puedo determinar que el consumo semanal de la papa es alta.

4. ¿En qué cantidad consume semanalmente el haba para la elaboración de sus productos alimenticios?

Tabla 7

Respuesta a la pregunta #4

Opciones de Respuesta	# De Respuestas	%
Menos de 25lb	75	93%
25 – 50 Libra	6	7%
50-100 libras	0	0%
100-500 libras	0	0%
500 libras en adelante	0	0%
Total	81	100%

Nota. Resultado de la encuesta pregunta #4

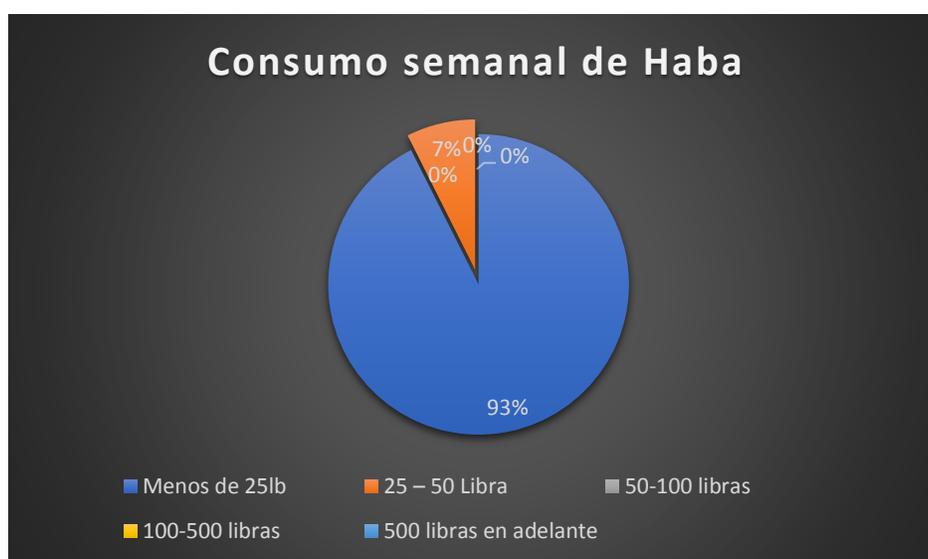


Figura 20

Consumo Semanal de Haba – pregunta #4

Nota. Figura #20 Muestra la cantidad que consume semanalmente el haba

En base a la Figura N°20, el 93 % manifestó que la cantidad que consume semanalmente de haba es menos de 25 libras mientras que el 7 % indicó que la cantidad semanal que consume es de 25 a 50 lb de esta se puede determinar que el consumo semanal del haba es Baja.

5. ¿En qué cantidad consume semanalmente la Alverja para la elaboración de sus productos alimenticios?

Tabla 8

Respuesta a la pregunta #5

Opciones de Respuesta	# de Respuestas	De	%
Menos de 25LB	73		90%
25 – 50 Libras	8		10%
50-100 libras	0		0%
100-500 libras	0		0%
500 libras en adelante	0		0%
Total	81		100%

Nota. Resultado de la encuesta pregunta #5



Figura 21

Consumo Semanal de Alverja -Pregunta #5

Nota. Figura #21 Muestra la cantidad que consume semanalmente la alverja

En base a la Figura N°21, el 90 % manifestó que la cantidad que consume semanalmente de Alverja es menos de 25 libras mientras que el 10% indico que la cantidad semanal que consume es de 25 a 50 lb de esta forma se puedo determinar que el consumo semanal del Alverja baja, pero con proyección de crecimiento en su consumo según comentarios de ciertos propietarios de restaurantes

6. ¿Dónde realiza las compras de productos Agrícolas para su negocio?

Tabla 9

Respuesta a la pregunta # 6

Opciones Respuesta	de	# Respuestas	De	%
Mercados		62		77%
Supermercados		7		9%
Feria Libre		10		12%
Tiendas		2		2%
Total		81		100%

Nota. Resultado de la encuesta pregunta #6

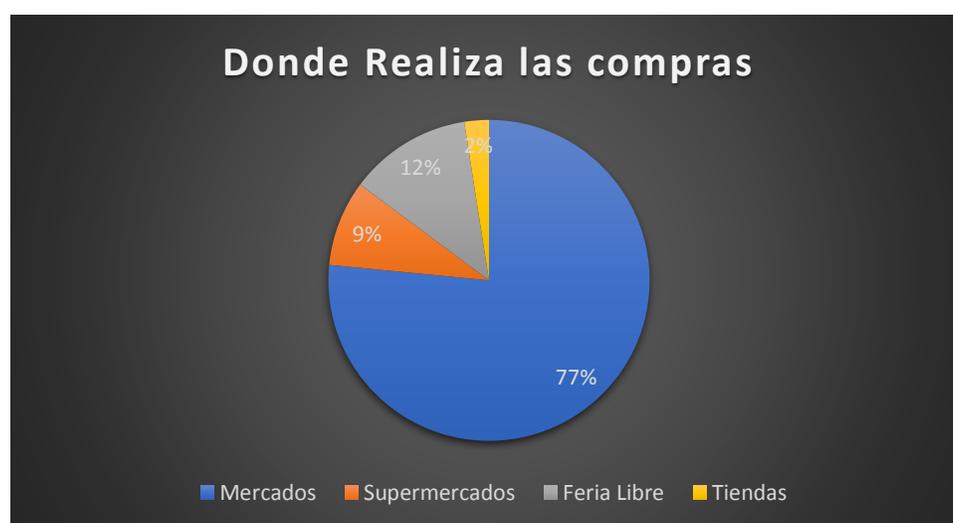


Figura 22

Lugar de compras -Pregunta #6

Nota. Figura #22 Muestra lugar de compras de los productos agrícolas

En base a la Figura N°22, el 77 % manifestó que el lugar donde realizan sus compras es en Mercados municipales mientras que el 9 % prefieren realizar sus compras en supermercados el 12% de los restaurantes encuestados manifiestan realizar sus compras en ferias libres y por último el 2% indica que realiza sus compras en tiendas de esta forma se puede determinar que la mayoría de los propietarios prefieren realizar sus compras en los mercados.

7. ¿Qué prefiere al momento de realizar sus compras?

Tabla 10

Respuesta a la pregunta #7

Opciones de Respuesta	#	De	%
Calidad	44		54%
Cantidad	11		14%
Precio	26		32%
Total	81		100%

Nota. Resultado de la encuesta pregunta #7

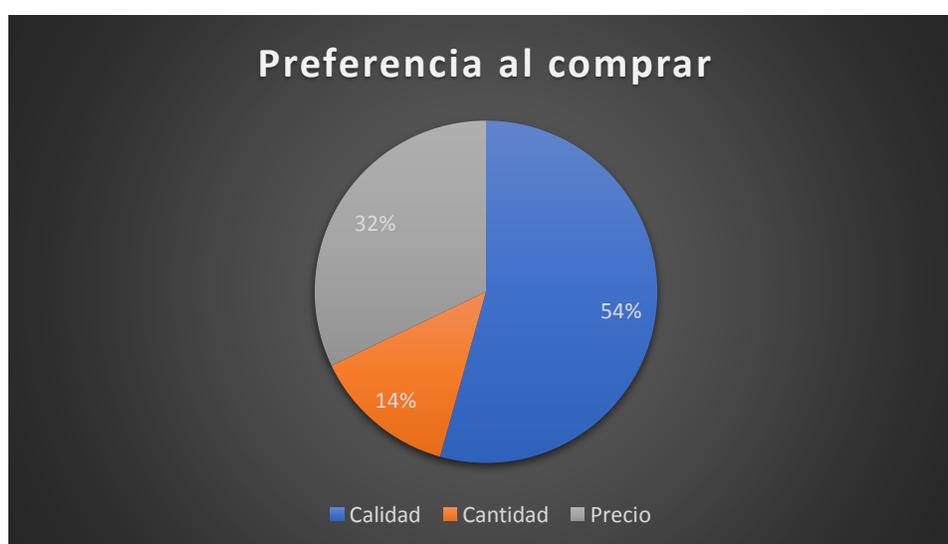


Figura 23

Preferencia al comprar -Respuesta #7

Nota. Figura #23 Muestra preferencias al momento de realizar las compras de los productos agrícolas

En base a la Figura N°,23 el 54 % manifestó que al momento de comprar prefieren la calidad antes que el precio y la cantidad sin embargo el 32% de los encuestados manifestaron que prefieren el precio antes que la calidad y la cantidad por último el 14% indicaron su preferencia por la cantidad antes que la calidad y el precio de esta forma se puede determinar que la mayoría de los propietarios prefieren el precio y la calidad en los productos al momento de realizar sus compras.

8.- ¿Al momento de adquirir el producto, ¿Quién decide la compra?

Tabla 11

Respuesta a pregunta #8

Opciones de Respuesta	#	De	%
a) El Chef	50		62%
b) Gerente	15		19%
c) Depto. de Compras/Encargado de almacén	16		20%
Total	81		100%

Nota. Resultado de la encuesta pregunta #8

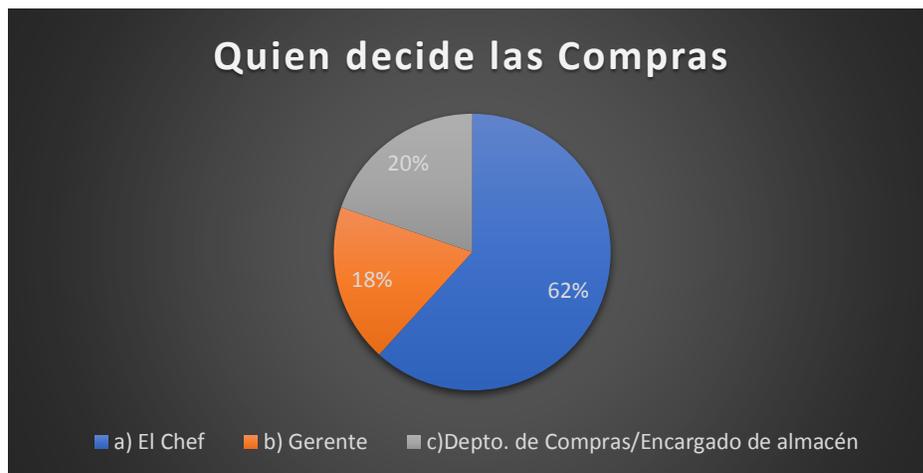


Figura 24

Quien Realiza las compras

Nota. Figura #24 Muestra quien realiza las compras de los productos agrícolas

En base a la Figura N°,24 el 62 % de los encuestados indicaron que quien decide la compra es el chef del restaurante mientras que el 18% manifestaron que el gerente es el que autoriza las compras y por último el 20% quien decide la compra es el encargado del almacén o departamento de esta forma se puede determinar que en la mayoría de los casos quien decide la compra es el chef.

9. ¿Qué beneficios adicionales le ofrecen actualmente sus proveedores?

Tabla 12

Respuesta a la pregunta # 9

Opciones de Respuesta	#	De Respuestas	%
a) Tiempo de entrega.	24		30%
b) El costo.	43		53%
c) Escases del producto.	14		17%
Total	81		100%

Nota. Resultado de la encuesta pregunta #9

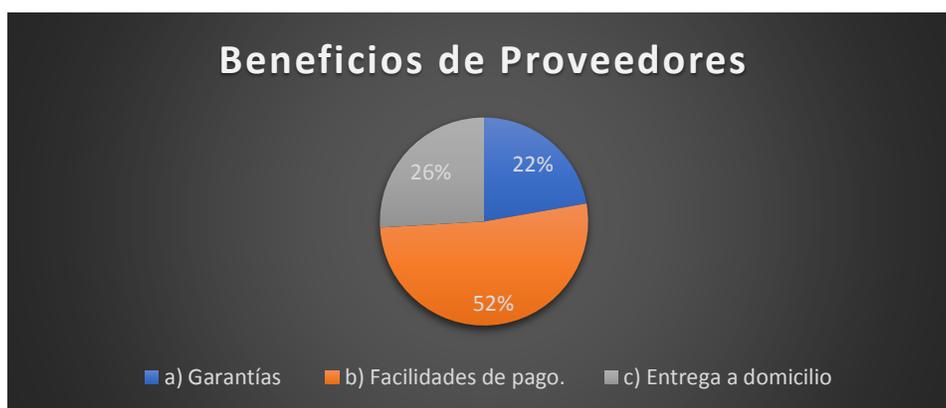


Figura 25

Beneficios que ofrecen proveedores actuales – Respuesta # 9

Nota. Figura #25 Muestra los beneficios adicionales que ofrece los proveedores actuales

En base a la Figura N°25, el 52 % de los encuestados indicaron que los beneficios adicionales que les ofrece es las facilidades de pago mientras que el 26% indicaron que el beneficio adicional que reciben es la entrega a domicilio por último un 22% manifestaron que el beneficio adicional en sus compras es la garantía que reciben de los productos de esta forma se puede determinar que en la mayoría de los casos el beneficio de mayor demanda es las facilidades de pago.

10. - ¿Qué problemas ha enfrentado al adquirir los productos agrícolas?

Tabla 13

Respuesta a la Pregunta # 10

Opciones de Respuesta	#	De	%
a) Garantías	18		22%
b) Facilidades de pago.	42		52%
c) Entrega a domicilio	21		26%
Total	81		100%

Nota. Resultado de la encuesta pregunta #10

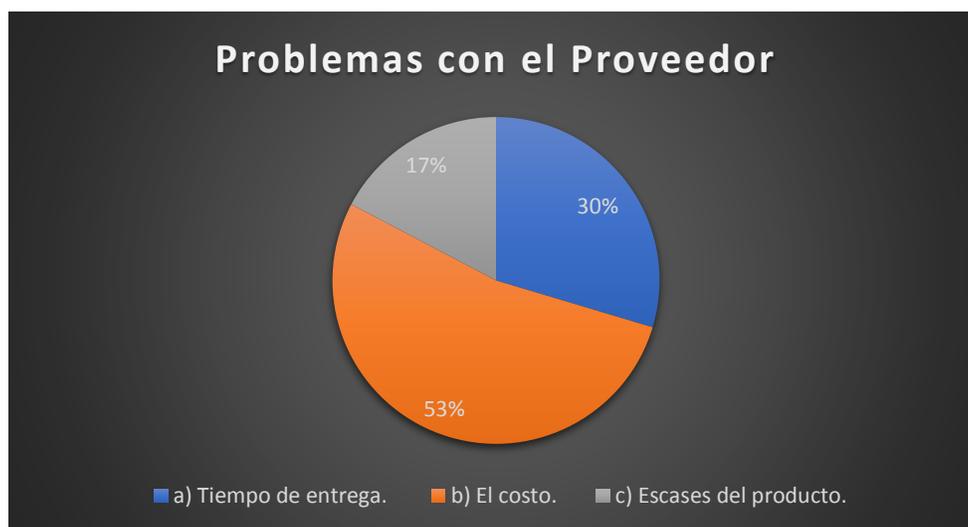


Figura 26

Problemas que tiene con el proveedor

Nota. Figura #26 Muestra los problemas que enfrenta al momento de realizar sus compras

En base a la Figura N°26, el 53 % de los encuestados indicaron que el problema que enfrentan con los proveedores es por el costo que es variante y el 30% de los encuestados manifestaron que otro de los problemas que enfrentan es el tiempo de entrega no es según el acuerdo por último el 17% indicaron que el problema con los proveedores es los escases del producto de esta forma se puedo determinar el mayor problema a enfrentar seria como mantener los precios.

11. ¿Cómo visualiza el consumo de la papa dentro de 5 años en la región?

Tabla 14

Respuesta a la pregunta #11

Opciones Respuesta	de	# Respuestas	De	%
Mayor consumo		61		75%
Consumo Regular		13		16%
Bajo Consumo		7		9%
Total		81		100%

Nota. Resultado de la encuesta pregunta #11

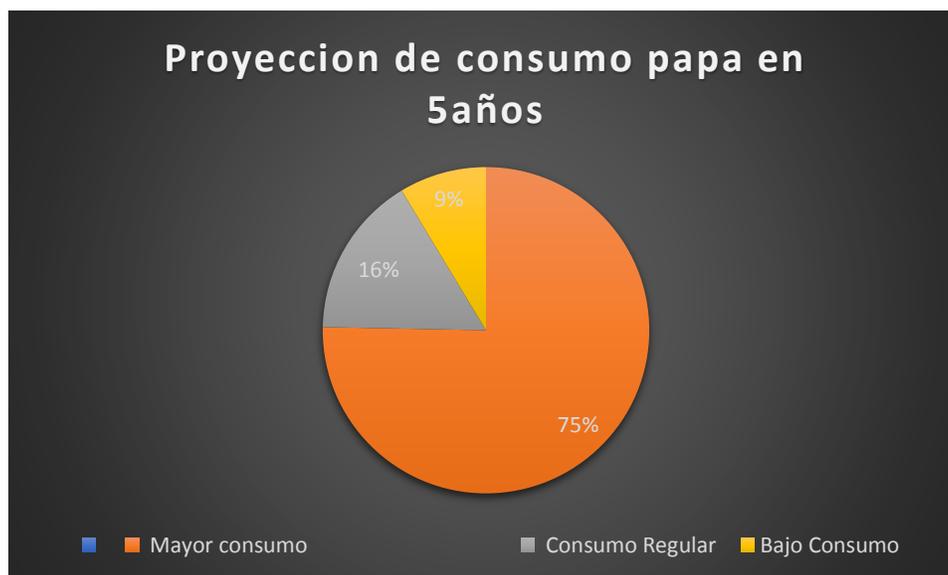


Figura 27

Proyección de consumo de papa en 5 años

Nota. Figura #27 Muestra la proyección del consumo de papa dentro de 5 años

En base a la Figura N°27, el 75 % de los encuestados indicaron que el consumo de papa dentro de 5 años será mayor mientras el 16% cree que el consumo de papa dentro de 5 años será regular por último un 9% indicaron que el consumo de la papa en 5 años sería bajo de esta forma se puede determinar que la papa será un producto de mayor demanda dentro de 5 años.

12. ¿Cómo visualiza el consumo del haba dentro de 5 años en la región?

Tabla 15

Respuesta a la pregunta # 12

Opciones de Respuesta	# de Respuestas	De	%
Mayor consumo	54		67%
Consumo Regular	14		17%
Bajo Consumo	13		16%
	81		100%

Nota. Resultado de la encuesta pregunta #12



Figura 28

Proyección de consumo del Haba -Pregunta #12

Nota. Figura #28 Muestra la proyección del consumo de haba dentro de 5 años

En base a la Figura N°28, el 67 % de los encuestados indicaron que el consumo de haba dentro de 5 años será mayor mientras el 17% cree que el consumo de haba dentro de 5 años será regular por último un 16% indicaron que el consumo del haba en 5 años sería bajo de esta forma se puede determinar que el haba será un producto de mayor demanda dentro de 5 años

13. . - ¿Cómo visualiza el consumo de la alverja dentro de 5 años en la región?

Tabla 16

Respuesta a la pregunta # 13

Opciones de Respuesta	#	De	%
Mayor consumo	60		74%
Consumo Regular	14		17%
Bajo Consumo	7		9%
TOTAL	81		100%

Nota. Resultado de la encuesta pregunta #13



Figura 29

Proyección de consumo de la alverja en 5 años – pregunta #13

Nota. Figura #29 Muestra la proyección del consumo de alverja dentro de 5 años

En base a la Figura N°29, el 74 % de los encuestados indicaron que el consumo de Alverja dentro de 5 años será mayor mientras el 17 % cree que el consumo de haba dentro de 5 años será regular por último un 9 % indicaron que el consumo del Alverja en 5 años sería bajo de esta forma se puede determinar que la alverja a será un producto de mayor demanda dentro de 5 años.

3.5.1 *Interpretación de los Resultados*

Una vez realizada la presente investigación se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

- Según la investigación realizada mediante encuesta el uso de la papa es alta en los restaurantes y además se puede complementar con otros productos como el haba y la alverja que también tienen demanda en este tipo de negocio, aunque en proporciones más bajas.
- También se pudo determinar que la frecuencia de compras es habitual ya que el 37% de encuestados dijo realizar sus compras 3 veces por semana seguido por un 20% que manifestaron realizar sus compras a diario, esto nos indica que la producción de papa debe duplicarse para cumplir tal demanda.
- La cantidad de la papa que se usa semanalmente en un promedio de 100 lb en un %37 pero también hay un 20% que indico utilizar más de 100 libras semanales y aun un 15% de los restaurantes indicaron utilizar más de 500 lb semanales lo que nos lleva a concluir que la papa es un producto principal en la preparación de sus alimentos sin dejar a un lado el haba y la alverja que son productos complementarios y por ende se utiliza en menor cantidad, pero con la misma Frecuencia.
- Actualmente el 70% manifestó realizar sus compras en los diferentes mercados de la ciudad también se llegó a la conclusión que al momento de comprar ellos prefieren precio y calidad, esto nos permite concluir que si se ofrece un precio menor o igual al de los mercados y los productos frescos ellos no tendrían necesidad de ir a los mercados
- Por último, la pregunta que se realizó nos ayudó a concluir como sería nuestra producción dentro de 5 años y según los resultados nos indican que el consumo de la papa ira en auge

de la misma forma el haba y la alverja claro no en la misma cantidad, pero si es importante tomar en cuenta que a medida que pase el tiempo se debe aumentar la producción.

4 PROPUESTA

Realizar un estudio de factibilidad para la producción y comercialización de productos agrícolas como papa, haba, y alverja.

4.1 OBJETIVOS

General

- Diseñar un plan de negocio que muestren la viabilidad económica y financiera de emprender con una empresa de producción y comercialización de productos agrícolas

Específicos

- Establecer la Identidad Corporativa de la empresa para el posicionamiento en el mercado.
- Elaborar Plan de Marketing para la comercialización de los productos.
- Elaborar Análisis Financiero para determinar la viabilidad del negocio.

Se utilizaron los métodos de investigación: el descriptivo y de campo, con un enfoque al consumidor final. Para la obtener la información se utilizó la encuesta ver anexo A como instrumento de recolección de información lo que permitió conocer directamente de los propietarios de restaurantes su percepción sobre el uso de los productos agrícolas, así como la proporción de consumo. La población de estudio fue una muestra de Restaurantes asentadas en Guayaquil parroquia Tarqui. Se estructuró el plan de negocios con cada una de sus etapas, se procedió a su evaluación financiera bajo los escenarios normal y optimista con técnicas financieras Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR) que permitirán conocer si es factible o no la apertura de la empresa.

4.2 Descripción del negocio

Chakra Mikuy se propone como una empresa productora y comercializadora de productos agrícolas la papa como producto principal mientras que el haba y la alverja como productos complementarios con la finalidad de brindar precios competitivos al comercializar de manera directa al consumidor final (los restaurantes) además trabajar día a día en la calidad de los productos y la excelencia del servicio.

4.3 Datos generales de la empresa.

Razón social: Chakra Mikuy

Nombre comercial: CM & Asociados

Misión: Somos una empresa dedicada a impulsar la producción agrícola utilizando la tecnología para reducir costos de producción y aumentar la rentabilidad.

Visión: Ser una empresa productora y comercializadora que sea reconocida a nivel nacional por innovar y trabajar de la mano con la tecnología en el sector agrícola.

4.4 Logotipo de la empresa



Figura 30

Logotipo de la empresa

Nota. Figura# 30 muestra el logotipo a usarse para la empresa chakra mikuy

4.5 Ubicación del negocio

Dirección: Mapasingue Este Av. las aguas calle 4ta

4.6 Estructura organizativa

CHACKRA MIKUY es una empresa dedicada a la producción de productos agrícolas como papa, brócoli, coliflor, haba, alverja, entre otros.

Además, comercializar una variedad de productos alimenticios de primera necesidad dirigidos a los restaurantes, empresas de catering hospitales, hoteles Etc. Sera una empresa sociedad anónima donde el capital estará dividido en acciones negociables, compuesto por la aportación de los accionistas.

4.7 Organigrama

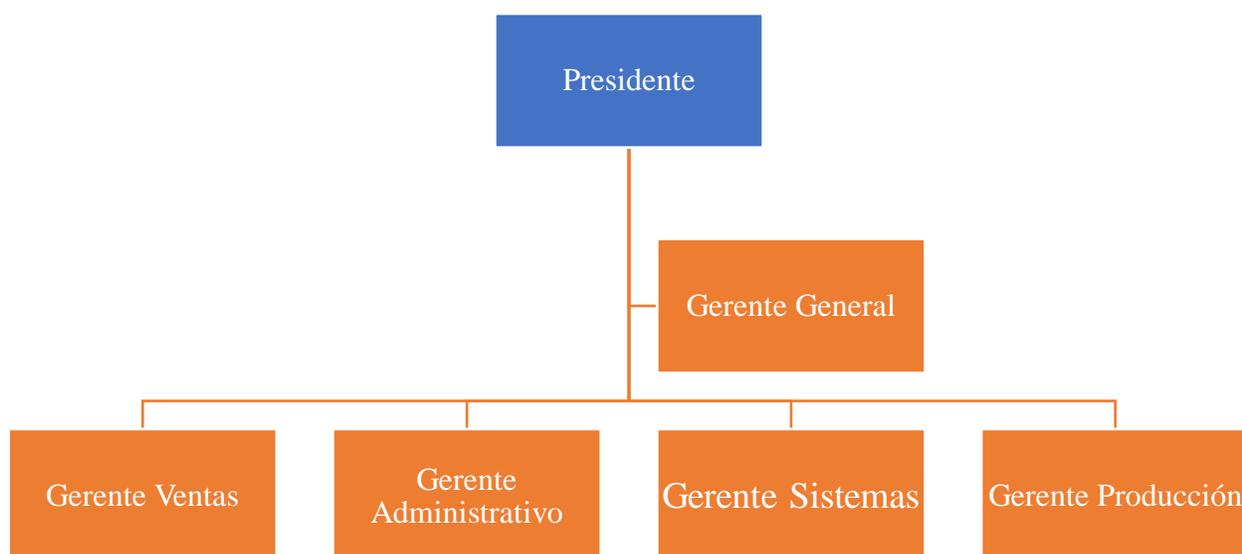


Figura 31

Organigrama

Nota. Figura #31 Indica el organigrama de chakra mikuy

4.8 Distribución de funciones y responsabilidades

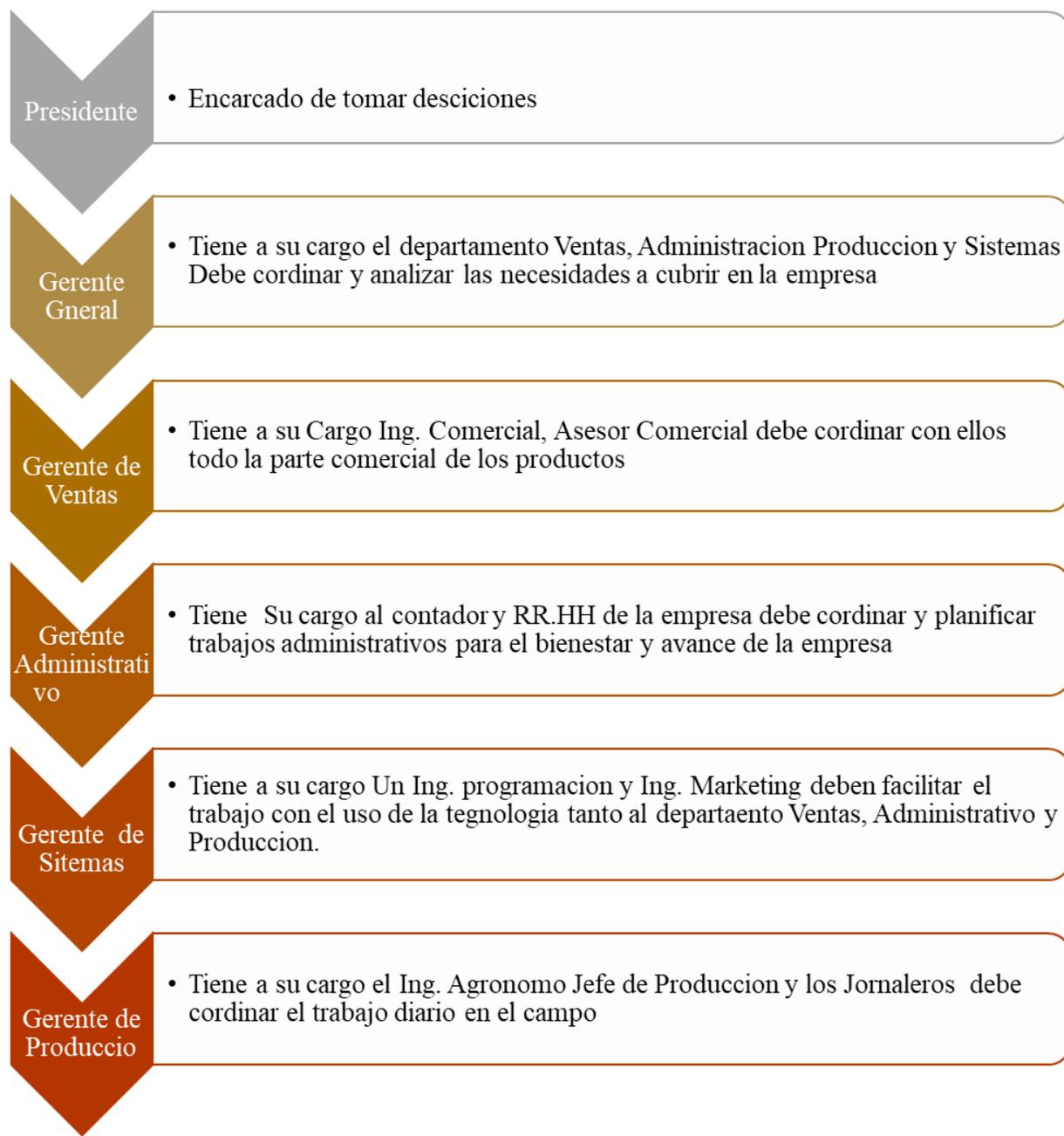


Figura 32

Funciones y Responsabilidades

Nota. Figura #32 Indica las funciones y responsabilidades que serán distribuidas en la empresa chakra mikuy

4.9 Plan de marketing

Se aplica un plan de marketing mix con las siguientes estrategias de marketing:



Figura 33

Plan de marketing

Nota. Figura #33 muestra el plan de marketing de chakra mikuy

4.9.1 De producto

- Diseñar paquetes de productos de acuerdo a las necesidades y exigencias del cliente.
- Desarrollar el branding de la empresa para potenciar la marca del negocio.
- Resaltar la calidad, experiencia y profesionalismo del personal que conforma la empresa.

4.9.2 De precio

- Brindar precios competitivos en el mercado.
- Monitorear los precios de las empresas que representan competencia.

4.9.3 De promoción

- Ofrecer descuentos por montos de compra mensuales a clientes que mantengan una relación comercial con la empresa.
- Realizar eventos donde se interactúe con los clientes y prospectos para promocionar nuestras marcas
- Brindar facilidades de pago por montos de compras.

4.9.4 De publicidad

Realizar un plan de publicidad digital que comprenda campañas publicitarias en Facebook Ads e Instagram Ads. Crear el website de la empresa.

4.9.5 Estrategia de Servicio post-venta.

Desarrollar las siguientes estrategias de servicio post venta en el negocio:

- Colaborar de manera activa con el cliente

Estar siempre dispuesto a satisfacer las necesidades, inquietudes, dudas, etc. que el cliente pueda tener sobre los productos agrícolas que comercializa. Deberá ser primordial para la empresa canalizar todas las inquietudes con el área más indicado, que explique de forma clara los beneficios de los productos agrícolas y el servicio de entrega a domicilio, Dar prioridad al momento de responder las consultas y considerar las sugerencias.

- Responder con rapidez a las inquietudes del cliente

Una de las problemáticas que se encontró fue el tiempo de entrega por lo cual es necesario actuar con mucha agilidad al momento de realizar las entregas además de resolver a las inquietudes, dudas y quejas del cliente.

- Comunicarnos en el idioma del cliente

Comúnmente los clientes manejan un lenguaje sencillo por esta razón es necesario al momento de cerrar un acuerdo o responder consultas acerca de los productos utilizar un lenguaje sin tecnicismo y así lograr que el cliente pueda tener la confianza al momento de realizar cualquier consulta.

- Usar un lenguaje positivo

Una de las actitudes del vendedor es siempre ser positivo pues esto le trasmite seguridad al cliente e por ellos que se debe dar soluciones inmediatas frente a situaciones negativas no solo con palabras o promesas sino con acciones prontas que dé solución a cada situación

- Personalizar el trato al cliente

Este punto es muy importante pues es una de las formas de crear lazos de confianza por esto una de los objetivos es crear lazos comerciales por cual se trabajará mucho en la atención al cliente realizando visitas enviando emails personalizados y llamadas eventuales para conocer como van con productos agrícolas.

4.10 Análisis de Mercado y Comercialización

Análisis PESTEL: Variables Políticas, Económicas, Sociales, Tecnológicas, Ecológicas y Legales)

FACTOR	DETALLE	PLAZO			IMPACTO
		CORTO (1-12 MESES)	MEDIANO (1-3 AÑOS)	L/P MAS DE 3 AÑOS	
POLÍTICO	Los incentivos y subsidios económicos para plaguicidas y fertilizantes	x			POSITIVO
	las políticas de crédito que afectan el acceso real al recurso capital y el costo de el mismo intervención política provoca muchas veces inflación y escasez de los productos que son objeto de medidas políticas	x			NEGATIVO
ECONÓMICO	Tasas de interés bajas para capitalización	x			POSITIVO
	Condiciones del mercado financiero, como los precios de los activos.			x	NEGATIVO
	Disponibilidad del mercado de inversión y factores de producción.	x			POSITIVO
	Fase del ciclo económico en recuperación.		x		POSITIVO
SOCIAL	las influencias culturales tendencias a nivel de consumo	x			POSITIVO
	a disponibilidad de mano de obra de la región durante el transcurso del año	x			POSITIVO
	Ausencia de una política educativa destinada a formar individuos con conocimientos técnico, científicos y disciplina de trabajo.		x		NEGATIVO
TECNOLÓGICO	la esfera de las ciencias y tecnologías agrícolas han aumentado con rapidez		x		POSITIVO
	Las tecnologías digitales en la agricultura acortan los tiempos y el proceso del producción de nuevos productos			x	POSITIVO
	La digitalización en la agroalimentación profundiza en el desafío de acercarse al cliente		x		POSITIVO
	Degradación del suelo La formación de un par de centímetros en la capa superficial del suelo puede tardar más de 1000 años.			x	NEGATIVO
ECOLÓGICAS	Cambios climáticos Están ocurriendo alteraciones en los procesos de la atmósfera que determinan el clima	x			MUY NEGATIVO
	Contaminación ambiental Existen muchos contaminantes provenientes de la contaminación originada por la actividad industrial, agrícola, la responsable de la mayoría de los problemas de la degradación ambiental.	x			MUY NEGATIVO
	Instituciones jurídicas que no protegen convenientemente los derechos de propiedad, y en especial los de propiedad intelectual.	x			NEGATIVO
LEGAL	La legislación de contratos nacional y el derecho agrario.		x		POSITIVO
	orientar a los agricultores y a los compradores sobre cómo redactar contratos justos y completos.		x		POSITIVO

Figura 34

Análisis Pestel

Nota. Figura # 34 muestra el análisis pestel para chakra mikuy

4.11 Análisis del Mercado Específico

La producción agropecuaria, que representa el 8% (PIB) de la economía del país, sin contar con que sirven también como materias primas de la industria. El 65% de los alimentos vienen de la producción agrícola. (BCE, 2018)

En el cantón Riobamba la superficie sembrada y cosechada de papa se ha reducido substancialmente, ya que en algunos sectores se menciona que habría caído hasta en un 40%, por consiguiente, las expectativas tampoco son halagadoras, toda vez que en el ciclo agrícola de este año 2018 volvería a caer la superficie sembrada, y consecuentemente, el volumen de producción. Hasta ahora, es el cantón Chambo el que sigue produciendo la papa “superchola”, ya que todavía no ha sido afectado por la plaga y más bien han logrado vender el tubérculo en un precio promedio de USD 17 por quintal. El precio más frecuente pagado por el quintal de papa en esta provincia se ubicó en USD 16, lo que sería un incentivo para mantener los niveles de siembra y producción del tubérculo, aún a riesgo de que la plaga vuelva afectar a este cultivo.(BCE, 2018)

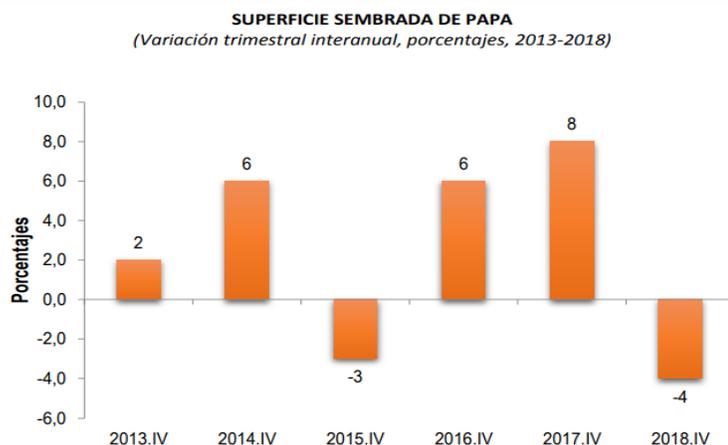


Figura 35**Superficie de papa sembrada**

Nota. Figura #32 la superficie sembrada de la papa (MAG, 2018c)

4.11.1 Demanda: Detalle de los principales clientes**Tabla 17***Principales clientes*

<i>Clientes</i>	<i>Detalle</i>
<i>Restaurantes</i>	Locales de comida
<i>Empresas de Catering</i>	Mediante acuerdos
<i>Hoteles</i>	Mediante acuerdos

Nota. Tabla #17 muestra los principales clientes para chakra mikuy

4.11.2 Línea de productos**Tabla 18***Línea de Productos*

<i>Productos</i>	<i>línea</i>
<i>Papa</i>	Legumbres
<i>Haba</i>	Legumbres
<i>Alverja</i>	Legumbres

Nota. Tabla #18 muestra la línea de productos a producir y comercializar por chakra mikuy

4.11.3 Tipo de mercado

La venta de nuestros productos se realizará en el mercado nacional sin negar la posibilidad de exportar en un futuro.

4.11.4 Proveedores

Tabla 19

Proveedores

<i>Proveedores</i>	<i>Línea de producto</i>
<i>Agripac</i>	Semillas
<i>Ecuaquimica</i>	Abono
<i>Ecuaquimica</i>	Fungicida -Fertilizante
<i>Watanabe</i>	Maquinarias

Nota. Tabla# 19 indica los proveedores con chakra mikuy

La compra de materia prima y productos para la producción de la empresa se realizará en un mercado nacional empresas reconocidas como Ecuaquimica, Agripac y otros

Cuanto la maquinaria se espera realizar la compra en el exterior un proveedor brasileño

4.12 Análisis Financiero

Para llevar a cabo este proyecto los socios realizaran un aporte del 40% de capital y la diferencia se financiará mediante crédito Bancario a continuación se detalla el tipo de inversión a realizarse.

TIPO DE INVERSIÓN			
CRÉDITO DIRECTO - CAPITAL DE TRABAJO	TOTAL DE INVERSIÓN	APORTE CFN	APORTE CLIENTE
Capital de Trabajo Operativo	\$ 5.000,00	\$ -	\$ 5.000,00
Capital de Trabajo Administración y Ventas	\$ 5.000,00	\$ -	\$ 5.000,00
Reembolso de Capital de Trabajo		\$ -	
Capital de Trabajo-Crédito Revolvente		\$ -	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 10.000,00	\$ -	\$ 10.000,00
CRÉDITO DIRECTO - ACTIVO FIJO	TOTAL DE INVERSIÓN	APORTE CFN	APORTE CLIENTE
OBRA	\$ -	\$ -	\$ -
TERRENO	\$ -	\$ -	\$ -
REEMBOLSO ACTIVO FIJO		\$ -	
TERRENO	\$ 20.000,00	\$ -	\$ 20.000,00
MAQUINARIA	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	
TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO (ACTIVOS FIJOS)	\$ 70.000,00	\$ 50.000,00	\$ 20.000,00
TOTAL (USD\$) PRO YECTO	\$ 80.000,00	\$ 50.000,00	\$ 30.000,00
TOTAL (%)	\$ 1,60	\$ 1,00	\$ 0,60

Figura 36

4.12.1 Plan de Inversión

Nota. Figura #36 muestra el plan de inversión para chakra mikuy

Según la figura #35 establece que el monto de inversión total será de \$80.000 que será financiado en un 40% (\$30.000,00) por los accionistas de la empresa y el 60% (\$ 50.000,00) restante por un crédito bancario. En el anexo B se presenta los requisitos para acceder a un crédito para producción Agrícola en Ban Ecuador. Además, las tasas de interés actualizados ver Anexo C.

4.12.2 Tabla de amortización Crediticia Activo Fijo – Maquinaria

Tabla 20*Datos Amortización Activo fijo*

MONTO	
	\$50.000,00
TASA DE INTERES	8,21%
PLAZO	5 año(s)
AMORTIZACIÓN K	Anual
AMORTIZACIÓN I	Anual
TIPO DE GRACIA	Parcial
TIPO DE TABLA	Alemana
NO. DE PAGOS	5

Nota. Tabla#20 indica los datos para la amortización del crédito por activo fijo

Tabla 21*Amortización de Crédito Activo Fijo*

TOTAL		\$ 50.000,00	\$ 12.315,00	\$ 62.315,00
PERIODO	SALDO	CAPITAL	INTERES	CUOTA
0	\$ 50.000,00			
1	\$ 40.000,00	\$ 10.000,00	\$ 4.105,00	\$ 14.105,00
2	\$ 30.000,00	\$ 10.000,00	\$ 3.284,00	\$ 13.284,00
3	\$ 20.000,00	\$ 10.000,00	\$ 2.463,00	\$ 12.463,00
4	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 1.642,00	\$ 11.642,00
5	\$ -	\$ 10.000,00	\$ 821,00	\$ 10.821,00

Nota. Tabla #21 muestra la amortización del crédito por activo fijo

4.13 Programa de Producción y Ventas

Según estudio realizado se pronostica un incremento a partir del 2do año en la producción y comercialización de los productos agrícolas, La mejor forma de ir creciendo y ganando mercado es brindando un servicio excelente y productos de calidad.

Los productos a producir y comercializar son los siguientes:

Tabla 22*Ítem de productos a producir y comercializar*

ITEM/PRODUCTO/ A LA VENTA	
NOMBRE	UNIDAD
PAPA	100
ALVERJA	110
HABA	100

Nota. Tabla #22 indica los ítems de productos a producir y comercializar por chakra mikuy

Para realizar el siguiente cuadro de proyecciones se consideró la capacidad de producción por provincia y la demanda en los últimos años

Tabla 23*Producción de papa por tonelada en diferentes provincias*

PRODUCCIÓN DE PAPA		
PROVINCIA	Producción/Tonelada	%
CARCHI	97388,85	26%
CHIMBORAZO	47086,7	12%
PICHINCHA	99413,37	26%
COTOPAXI	38948,67	10%
OTROS	94405,77	25%
TOTAL	377243,36	100%

Nota. Tabla #23 producción de papa por tonelada en diferentes provincias del ecuador. (MAG, 2018c)

La producción nacional del año 2017, tuvo un comportamiento contrario a la producción internacional, al registrar una contracción del 11 % respecto al año 2016. La tendencia de la producción ha sido variable. El año 2016 alcanzó el nivel más alto de producción con 422,589

toneladas, y el más bajo fue en el 2008 con 266,722 toneladas (MAG, 2018c) En Base a estos datos se proyecta un 10% del total de toneladas a producidos en el año 2017

La proyección se realizó de manera semestral considerando el tiempo de producción del producto principal que es el papa mismo que tiene un tiempo de producción hasta su cosecha un aproximado de 6 meses de la misma forma con la alverja y la haba a pesar que el tiempo de producción y cosecha es menor los sembríos se realizaran 2 veces por año como productos complementarios.

Proyección de Precios por unidad										
	2021	2021	2022	2022	2023	2023	2024	2024	2025	2025
ITEM/PRODUCTOS/SERVICIOS	TRIMESTRE II	TRIMESTRE IV								
PAPA	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 17,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 16,00	\$ 18,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 18,00
ALVERJA	\$ 30,00	\$ 32,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 33,00	\$ 33,00	\$ 35,00
HABA	\$ 21,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 23,00	\$ 23,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 22,00

Figura 37

Proyección de precios por Unidad

Nota. Figura #37 muestra los precios por unidad de los productos a producir y comercializar por chakra mikuy

Proyección de Cantidades Vendidas										
	2021	2021	2022	2022	2023	2023	2024	2024	2025	2025
ITEM/PRODUCTOS/SERVICIOS	TRIMESTRE II	TRIMESTRE IV								
PAPA	440	440	440	660	660	660	660	880	880	880
ALVERJA	50	60	50	50	70	50	70	50	50	60
HABA	50	70	60	60	50	50	60	70	50	70

Figura 38

Proyección de cantidades

Nota. Figura #38 muestra proyección de cantidades por vender de la empresa chakra mikuy

Proyección de Ingresos por Ventas										
	2021	2021	2022	2022	2023	2023	2024	2024	2025	2025
ITEM/PRODUCTOS/SERVICIOS	TRIMESTRE II	TRIMESTRE IV	TRIMESTRE II	TRIMESTRE IV	TRIMESTRE II	TRIMESTRE IV	TRIMESTRE II	TRIMESTRE IV	TRIMESTRE II	TRIMESTRE IV
PAPA	\$ 6.600,00	\$ 6.600,00	\$ 7.480,00	\$ 9.900,00	\$ 9.900,00	\$ 10.560,00	\$ 11.880,00	\$ 14.960,00	\$ 14.960,00	\$ 15.840,00
ALVERJA	\$ 1.500,00	\$ 1.920,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 2.100,00	\$ 1.750,00	\$ 2.450,00	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 2.100,00
HABA	\$ 1.050,00	\$ 1.400,00	\$ 1.200,00	\$ 1.500,00	\$ 1.250,00	\$ 1.150,00	\$ 1.380,00	\$ 1.400,00	\$ 1.000,00	\$ 1.540,00
Total de Ventas	\$ 9.150,00	\$ 9.920,00	\$ 10.180,00	\$ 12.900,00	\$ 13.250,00	\$ 13.460,00	\$ 15.710,00	\$ 18.010,00	\$ 17.610,00	\$ 19.480,00

Figura 39

Proyección de ingresos por ventas

Nota. Figura #39 muestra la proyección de ingresos por ventas de chakra mikuy

4.14 Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado

	TRIMESTRE II-2021	TRIMESTRE IV-2021	TRIMESTRE II-2022	TRIMESTRE IV-2022	TRIMESTRE II-2023	TRIMESTRE IV-2023	TRIMESTRE II-2024	TRIMESTRE IV-2024	TRIMESTRE II-2025	TRIMESTRE IV-2025
Ventas netas	9.150,00	9.920,00	10.180,00	12.900,00	13.250,00	13.460,00	15.710,00	18.010,00	17.610,00	19.480,00
(-) Costo de ventas	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
UTILIDAD (PERDIDA) BRUTA	4.150,00	4.920,00	5.180,00	7.900,00	8.250,00	8.460,00	10.710,00	13.010,00	12.610,00	14.480,00
(-) Gastos de Sueldos y Beneficios Sociales	1.670,10	2.170,10	2.198,45	2.698,45	2.736,25	2.736,25	3.264,60	3.264,60	3.283,50	3.283,50
(-) Otros Gastos Administrativos	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00
(-) Gastos de ventas	670,00	670,00	670,00	670,00	670,00	670,00	670,00	670,00	670,00	670,00
(-) Depreciación	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
(-) Amortización de intangibles										
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	1.029,90	1.299,90	1.531,55	3.751,55	4.063,75	4.273,75	5.995,40	8.295,40	7.876,50	9.746,50
(-) Gastos financieros (CT)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(-) Gastos financieros (AF)	-	4.105,00	-	3.284,00	-	2.463,00	-	1.642,00	-	821,00
(-) Otros egresos		100,00		100,00		100,00		50,00		200,00
(+) Ingresos financieros										
(+) Otros ingresos		1.000,00		1.000,00		1.000,00		1.000,00		1.000,00
UTILIDAD (PERDIDA) ANTES DE PARTICIPACIÓN 15%	1.029,90	1.905,10	1.531,55	1.367,55	4.063,75	2.710,75	5.995,40	7.453,40	7.726,50	9.545,50
Participación utilidades	154,49	285,77	229,73	205,13	609,56	406,61	899,31	1.118,01	1.158,98	1.431,83
UTILIDAD (PERDIDA) ANTES DE IMPUESTO	875,42	1.619,34	1.301,82	1.162,42	3.454,19	2.304,14	5.096,09	6.335,39	6.567,53	8.113,68
Impuesto a la renta										
UTILIDAD (PERDIDA) NETA	875,42	1.619,34	1.301,82	1.162,42	3.454,19	2.304,14	5.096,09	6.335,39	6.567,53	8.113,68

Figura 40

Estado de Pérdidas y Ganancias

Nota. Figura #40 indica el estado de perdidas y ganancias de chakra mikuy

4.15 Estado de Flujo de Efectivo Proyectado Anual

A) INGRESOS OPERACIONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Ventas al contado	19.070,00	23.080,00	26.710,00	33.720,00	37.090,00	139.670,00
Cobros por ventas a crédito	-	-	-	-	-	-
Otros ingresos operacionales	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	25.000,00
TOTAL DE INGRESOS OPERACIONALES	24.070,00	28.080,00	31.710,00	38.720,00	42.090,00	164.670,00
B) EGRESOS OPERACIONALES						
Pago proveedores contado	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	500,00
Pago proveedores a crédito	-	-	-	-	-	-
Pago de nómina	3.500,00	4.500,00	5.000,00	6.000,00	6.000,00	25.000,00
Pago de beneficio sociales	340,20	396,90	472,50	529,20	567,00	2.305,80
Pagos de gastos de administrativos	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	2.800,00
Pagos de gastos de ventas	1.340,00	1.340,00	1.340,00	1.340,00	1.340,00	6.700,00
TOTAL DE EGRESOS OPERACIONALES	5.840,20	6.896,90	7.472,50	8.529,20	8.567,00	37.305,80
C) FLUJO OPERACIONAL	18.229,80	21.183,10	24.237,50	30.190,80	33.523,00	127.364,20
D) FLUJO DE INVERSIÓN						
(+) Aporte del Cliente	30.000,00	-	-	-	-	30.000,00
TOTAL FLUJO DE INVERSIÓN	30.000,00	-	-	-	-	30.000,00
E) FLUJO DE FINANCIAMIENTO						
(+) Ingresos por préstamo en CFN	50.000,00	-	-	-	-	50.000,00
(-) Pago de Préstamo en AF CFN	14.105,00	13.284,00	12.463,00	11.642,00	10.821,00	62.315,00
TOTAL FLUJO DE FINANCIAMIENTO	35.895,00 -	13.284,00 -	12.463,00 -	11.642,00 -	10.821,00	112.315,00
F) FLUJO NETO GENERADO	84.124,80	7.899,10	11.774,50	18.548,80	22.702,00	269.679,20
Saldo inicial de caja	-	84.124,80	92.023,90	103.798,40	122.347,20	
G) SALDO FINAL DE CAJA	84.124,80	92.023,90	103.798,40	122.347,20	145.049,20	

Figura 41

Flujo de caja proyectado

Nota. Figura #41 indica el flujo de efectivo de la empresa chakra mikuy

4.16 Evaluación Financiera

FLUJO DEL INVERSIONISTA

(USD)

A) INGRESOS OPERACIONALES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
UTILIDAD NETA	-	743,92	2.464,24	5.758,33	11.431,48	14.681,20	33.591,32
(+) DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN INTANG		1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	5.000,00
(-) INVERSIÓN	\$ 30.000,00	-	-	-	-	-	-
(+) PRÉSTAMOS		50.000,00					50.000,00
(-) AMORTIZACIÓN CAPITAL		10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	50.000,00
(+) VALOR RESIDUAL (DE DESECHO)							-
FLUJO INVERSIONISTA	- 30.000,00	40.256,08	- 6.535,77	- 3.241,68	2.431,48	5.681,20	38.591,32
TMAR		8,21%					
VAN		\$4.664,31					
TIR		22%					

Figura 42

Evaluación Financiera

Nota. Figura #42 indica la evaluación financiera de la empresa chakra mikuy

En la Imagen 41 se presenta los resultados de la evaluación financiera del proyecto por medio de las técnicas del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR). según estos resultados, se puede concluir que el proyecto es rentable con un TIR del 22% y un VAN de \$4664.31.

Tabla 24

Calculo tiempo de retorno de inversión

TMAR		8.21%
AÑO	FLUJO	
0	-80000	
1	24070	
2	28080	
3	31710	
4	38720	
5	42090	

$$PRI = 2 + \frac{80000 - 52150}{31710}$$

Nota. Tabla #24 muestra el cálculo del tiempo de retorno de inversión

31.710 tiempo de recuperación inversión

PIR= 2 años 10 meses y 16 días sería el tiempo de retorno de la inversión para este proyecto.

CONCLUSIONES

El presente estudio de factibilidad nos muestra la alta demanda que hay en el mercado de los productos agrícolas que se propone producir y comercializar.

Los productos agrícolas que se producirá en el cantón Pallatanga son la papa como producto principal, el haba y alverja como productos complementarios que se comercializara en la ciudad de guayaquil directamente a hoteles restaurantes y empresas de catering mediante acuerdos de compra que se realizara previamente.

Considerando que no es un producto nuevo en el mercado en si más bien una marca nueva se ofrecerán precios competitivos además según las encuestas realizadas tomar en cuenta las problemáticas que tienen con otros proveedores y cuidar la calidad de los productos pues según encuestas realizadas el precio y la calidad de los productos son los que considera al momento de realizar la compra.

Según los resultados de la evaluación financiera por la aplicación de las técnicas de Valor Actual Neto que resultó positiva y la Tasa Interna de Retorno que con un valor de 22% demuestran la posibilidad financiera de la idea de negocio.

Para concluir el estudio d factibilidad realizado nos indica que la idea de la empresa productora y comercializadora de productos agrícolas es viable por lo cual se debe considerar el presente estudio como un documento estratégico y estático sobre las acciones que se seguirán para llevar a cabo el negocio.

RECOMENDACIONES

En la actualidad el sector agrícola está levantando su voz de protesta pidiendo se dé prioridad a este sector que ha estado en el olvido, por lo que se recomienda a unir fuerzas con otros agricultores para mejorar la producción y comercialización de los productos agrícolas. Así obtener una mayor rentabilidad.

Una de las problemáticas que se logró identificar fue que al momento de producir no existe un estudio de mercado de la demanda del producto lo cual impedía tener una certeza de cuanto producto se podía vender o producir.

Con el fin de lograr un posicionamiento en el mercado la mejor alternativa es la que dan los medios digitales, se debe realizar una publicidad que tenga un gran alcance, bajo costo y que se relacione con la comercialización de productos de primera necesidad en este caso la papa como un ingrediente principal en la preparación de sus platos.

La falta de preparación de los agricultores ha sido un obstáculo para la tecnificación, esto ha provocado un mayor costo de producción, se recomienda mantener en constante capacitación en el uso de la tecnología y las nuevas técnicas de producción.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ban Ecuador. (2020). *BanEcuador*. <https://www.banecuador.fin.ec/>
- Basantes, E. (2015). *Manejo de cultivos en el Ecuador* [ESPE].
<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/10163/4/Manejo%20Cultivos%20Ecuador.pdf>
- BCE. (2018). *Reporte de Conyuntura Sector Agropecuario*. febrero 2019.
- Buenaño, I. (2017). *Los Costos De Producción De Los Productos Agrícolas Y Su Incidencia En La Rentabilidad De Los Productores De La Parroquia De Cubijés En El Año 2015*” [UNACH]. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/3732/1/UNACH-EC-FCP-CPA-2017-0010.pdf>
- Cevallos, C. (2017, febrero 2). *Chimborazo: Una Reflexión Sobre Su Sector Agropecuario*. 2017.
<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/chimborazo.html>
- COMF. (2014). *CÓDIGO ORGÁNICO MONETARIO Y FINANCIERO*.
<http://www.pge.gob.ec/documents/Transparencia/antilavado/REGISTROOFICIAL332.pdf>
- CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR, (2008).
- Dias, M. (2018). *Producción, Comercialización Y Rentabilidad De La Naranja (Citrus Aurantium)* [TECNICA DE COTOPAXI].
<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1567/1/T-UTC-2125.pdf>
- ECURED. (2015). *Historia Pallatanga*.
[https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Pallatanga_\(Ecuador\)#Clima](https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Pallatanga_(Ecuador)#Clima)
- FAO. (2015). *FAO*.

- GAD. (2015). *Plan De Desarrollo Y De Ordenamiento Territorial De chimborazo 2015*.
http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0660000280001_Actualizaci%C3%B3n%20del%20Proceso%20del%20PDyOT_14-08-2015_16-43-38.pdf
- GAD, G. (2019). *División-Guayaquil*. <https://guayaquil.gob.ec/#¿NOMBRE?>
- Garcia, N., & Galindo, E. (2014). “*Propuesta De Mejoramiento E Integración De La Cadena De Comercialización De Papa Nativa En El Mercado De Quito, Para Pequeños Productores Del Canton Saquisilí, Provincia De Cotopaxi, A Través Del Modelo Asociativo*” [UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS]. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/3151/1/T-UCE-0005-456.pdf>
- INEC, I. N. de E. y. (2017). *Guayaquil en cifras*. Instituto Nacional de Estadística y Censos.
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/guayaquil-en-cifras/>
- Larrazabal, M. (2015). Segmentación de Mercado en el Sector Agropecuario. *BIOALARBLOG*.
<https://www.bialarblog.com/segmentacion-de-mercado-agro-como-segmentar/>
- LORCPM. (2011). *LEY ORGANICA DE REGULACION Y CONTROL DEL PODER DE MERCADO*. https://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_org7.pdf
- MAG. (2018a). *Boletín Situacional MAG-Arveja*.
- MAG. (2018b, julio 13). *Boletín Situacional MAG-Haba*.
- MAG. (2018c, julio 13). *Boletín Situacional MAG-papa*.
- Mancero, L. (2015). *Estudio de la Cadena de la Papa en Ecuador*. 28.
- Mejía, D. (2017). *Pérdidas poscosecha en la cadena de valor del rubro papa, un estudio de caso en la provincia del Carchi* [PUCE].

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/14224/Tesis%20Pos%20cosecha%20Alejandro%20Mej%C3%ADa%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Murillo, M. (2015). *Estudio de Factibilidad*.

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/4230/1/23T0463%20.pdf>

Ninahualpa, P. (2015). “*Proyecto De Factibilidad Para La Exportación Del Haba Seca Desde Chimborazo—Ecuador A Génova – Italia.*” [UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA

EQUINOCCIAL]. http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8133/1/46246_1.pdf

PG. (2015). *Glosario de Comercialización*.

<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/310/14/PG%20138%20GLOSARIO.pdf>

Rosero, J., & INEC. (2014). *Encuesta de Hoteles, Restaurantes*. 6.

Rosero, N. (2014). “*Estudio De Factibilidad Para La Producción Y Comercialización De La Harina De Camote Para El Mercado Español*”. UCSG.

Tirira, E. (2018). “*Estudio De Factibilidad De Un Centro De Acopio Para La Comercialización De Arveja Tierna (Pisum Sativum) En La Provincia Del Carchi*” [UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE INGENIERÍA EN CIENCIAS AGROPECUARIAS Y AMBIENTALES].

<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/8114/1/03%20AGN%20032%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>

UCHA, F. (2016). *Encuesta*. <https://www.definicionabc.com/comunicacion/encuesta.php>

Vasquez, I. (2017). Tipos de estudio y métodos de investigación. *Tipos de Investigación*.

<https://www.gestiopolis.com/tipos-estudio-metodos-investigacion/>

ANEXOS

Anexo A Preguntas de la Encuesta



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA



Cuestionario para realizar Estudio de Factibilidad para la Producción y Comercialización de Productos Agrícola.

- 1. ¿En qué proporción consideras necesario en su preparación de alimentos la papa el haba y la alverja?**

PRODUCTO	Alto	Bajo	Medio
Papa			
Haba			
Alverja			

- 2. Con que frecuencia realiza las compras de productos agrícolas papa, haba y alverja**

Diario	
1 veces por semana	
2 veces por semana	

3 veces por semana	
--------------------	--

3. ¿En qué cantidad consume semanalmente la papa para la elaboración de sus productos alimenticios?

25 – 50 Libras	
50-100 libras	
100-500 libras	
500 libras en adelante	

4. ¿En qué cantidad consume semanalmente el haba para la elaboración de sus productos alimenticios?

Menos de 25 libras	
25 – 50 Libras	
50-100 libras	
100-500 libras	
500 libras en adelante	

5. ¿En qué cantidad consume semanalmente la Alverja para la elaboración de sus productos alimenticios?

Menos de 25 Libras	
25 – 50 Libras	

50-100 libras	
100-500 libras	
500 libras en adelante	

6. Donde realiza las compras de productos Agrícolas para su negocio

Mercados	
Supermercados	
Feria Libre	
Tiendas	

7. Que prefiere al momento de realizar sus compras

Calidad	
Cantidad	
Precio	

8. ¿Al momento de adquirir el producto, ¿Quién decide la compra?

a) El Chef

b) Gerente

c) Depto. de Compras/Encargado de almacén

9. ¿Qué beneficios adicionales le ofrecen actualmente sus proveedores?

- a) Garantías que se ofrecen.
- b) Facilidades de pago.
- c) Entrega a domicilio

10. ¿Qué problemas ha enfrentado al adquirir los productos agrícolas?

- a) Tiempo de entrega.
- b) El costo.
- c) Escases del producto.

11. ¿Cómo visualiza el consumo de la papa dentro de 5 años en la región?

Mayor consumo Regular Bajo

12. ¿Cómo visualiza el consumo del haba dentro de 5 años en la región?

Mayor consumo Regular Bajo

13. ¿Cómo visualiza el consumo de la alverja dentro de 5 años en la región?

Mayor consumo Regular Bajo

Anexo B. Requisitos para el Crédito Ban Ecuador

Presentación de la cédula de ciudadanía o identidad y del certificado de votación del solicitante, cónyuge o conviviente.

Presentación del RUC o RISE del solicitante.

Copia de la planilla de cualquier servicio básico con una antigüedad no mayor a tres meses de la fecha de presentación de la solicitud de crédito.

Copia de carta de impuesto predial, escritura de inmueble y/o certificado de gravámenes (si aplica).

Copia de matrícula de vehículo (si aplica).

Copia de escrituras, comodato, contrato o certificado de arrendamiento o documentos que justifiquen el uso del lugar de inversión.

Copia del contrato de compromiso de compra-venta del bien a adquirir

Beneficios

- Monto desde USD 5.000 hasta USD 3'000.000
- Tasa reajutable desde 8,21 % hasta 9,76 %
- Forma de pago se ajusta al flujo de caja del proyecto (mensual, bimensual, trimestral, semestral, anual o al vencimiento).

Plazos

- Activo fijo: Hasta 15 años.
- Capital de trabajo: Hasta 3 años.

Garantías

- Con la firma del deudor y su cónyuge, hasta USD 10.000
- Firma personal y solidaria de un garante y su cónyuge, en créditos desde USD 10.001 hasta USD 20.000
- Garantías reales como hipoteca sobre el bien inmueble, prenda o certificado de inversión, para créditos superiores a USD 20.000 (Ban Ecuador, 2020)

Anexo C Tasa de Interés 2020

CIRCULAR DE TASAS DE INTERÉS		GF-002-2020	
Para el período:		FEBRERO 2020	
TASAS ACTIVAS PARA BANEUADOR B.P.		FEBRERO 2020	
TIPO DE CRÉDITO	TASA NOMINAL	TASA EFECTIVA	
	BANEUADOR B.P.		
CRÉDITOS PRODUCTIVOS			
Productivo Empresarial	9.76%	10.21%	
Productivo PYMES	9.76%	10.21%	
Productivo Agrícola Ganadero	8.21%	8.53%	
CRÉDITOS COMERCIALES			
Comercial Prioritario Empresarial	9.76%	10.21%	
Comercial Prioritario PYMES	9.76%	10.21%	
CRÉDITOS DE CONSUMO			
Consumo Ordinario	16.06%	17.30%	
Consumo Prioritario	16.06%	17.30%	
MICROCRÉDITOS			
Microcrédito Agrícola y Ganadero	11.25%	11.85%	
Microcrédito Ganadería Verde	9.76%	10.21%	
Microcrédito Banantaxi vehículos eléctricos	9.80%	10.25%	
Microcrédito Banantaxi vehículos combustible fosil	12.00%	12.68%	
Microcrédito Impulso Turismo	11.25%	11.85%	
Microcrédito Comercio y Servicios - Impulso Cultura	11.25%	11.85%	
Microcrédito Minorista			
Crédito de Desarrollo Humano CDH	5.00%	5.12%	
Microcrédito Comercio y Servicios	15.30%	16.42%	
Microcrédito de Producción	11.25%	11.85%	
Microcrédito de Acumulación Simple			
Microcrédito Comercio y Servicios	15.30%	16.42%	
Microcrédito de Producción	11.25%	11.85%	

Fuente: Gerencia de Colocaciones y Captaciones

TASAS DE INTERES ACTIVAS EFECTIVAS BANCO CENTRAL DEL ECUADOR VIGENTES PARA FEBRERO 2020			
TASAS REFERENCIALES	% ANUAL	TASAS MAXIMAS	% ANUAL
TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL PARA EL SEGMENTO		TASA ACTIVA EFECTIVA MAXIMA PARA EL SEGMENTO	
Productivo Corporativo	9.19	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.97	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.49	Productivo PYMES	11.83
Productivo Agrícola y Ganadero	8.52	Productivo Agrícola y Ganadero	8.53
Comercial Ordinario	8.93	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	8.81	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.83	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	10.96	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.41	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.77	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.48	Educativo	9.50
Educativo Social	6.35	Educativo Social	7.50
Vivienda de Interés Público	4.78	Vivienda de Interés Público	4.99
		Vivienda de Interés Social	4.99
Inmobiliario	10.29	Inmobiliario	11.33
Microcrédito Agrícola y Ganadero	19.46	Microcrédito Agrícola y Ganadero	20.97
Microcrédito Minorista	25.20	Microcrédito Minorista	28.50
Microcrédito de Acumulación Simple	23.33	Microcrédito de Acumulación Simple	25.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	20.29	Microcrédito de Acumulación Ampliada	23.50
Inversión Pública	8.32	Inversión Pública	9.33

OTRAS TASAS REFERENCIALES BANCO CENTRAL DEL ECUADOR	
Tasa Pasiva Referencial	6.25
Tasa Activa Referencial	8.81
Tasa Legal	8.81
Tasa Máxima Convencional	9.33

Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR - Tasas de Interés efectivas 2020

Figura 43

Tasa de interés

Nota. Figura#43 indica las diferentes tasas de interés actualizados (Ban Ecuador, 2020)

