



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

PROYECTO DE FACTIBILIDAD Y GESTIÓN INICIAL DEL CENTRO DE ACOPIO DE PRODUCTOS NATIVOS DE LA CORPORACIÓN DE ORGANIZACIONES INDÍGENAS DE CEBADAS, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

MARÍA JOSÉ VIZUETA ROMERO

**Trabajo de Titulación modalidad Proyectos de Investigación y Desarrollo,
presentado ante el Instituto de Posgrado y Educación Continua de la ESPOCH,
como requisito parcial para la obtención del grado de**

MAGÍSTER EN GESTIÓN DE PROYECTOS DE DESARROLLO.

RIOBAMBA – ECUADOR

JULIO 2019

©2019, María José Vizueta Romero

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el derecho de Autor.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

CERTIFICACIÓN:

EL TRIBUNAL DE TRABAJO DE TITULACIÓN CERTIFICA QUE:

El Trabajo de Titulación modalidad Proyectos de Investigación y Desarrollo, titulado: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD Y GESTIÓN INICIAL DEL CENTRO DE ACOPIO DE LOS PRODUCTOS NATIVOS DE LA CORPORACIÓN DE ORGANIZACIONES INDÍGENAS DE CEBADAS (COICE), PROVINCIA DE CHIMBORAZO”, de responsabilidad de la Ing. María José Vizqueta Romero, ha sido prolijamente revisado por lo que se autoriza su presentación.

Ing. Marlene Barba Ramirez; M.Sc. _____

PRESIDENTE

Arq. Geovanny Paula Aguayo; M.Sc. _____

DIRECTOR

Lic. Víctor Avalos Peñafiel; M.Sc. _____

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Dr. Pedro Boada Cruz; M.Sc. _____

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Riobamba , julio 2019

DERECHOS INTELECTUALES

Yo, María José Vizueta, declaro que el presente Trabajo de Titulación modalidad Proyectos de Investigación y Desarrollo, es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación de Maestría.

MARÍA JOSÉ VIZUETA ROMERO

CI: 060463260-4

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico a mis padres, Fausto Rodrigo Vizuela y Delfa Elizabeth Romero, quienes han estado en todo momento de mi vida apoyándome y guiando mis pasos para poder cumplir cada uno de mis objetivos.

A mis hermanos, familiares y amigos que con su cariño y ánimo han estado motivando día a día la conclusión de este trabajo.

María José Vizuela Romero

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios que con su infinita gracia me permitió concluir esta maestría, porque a pesar de momentos difíciles que tuve que enfrentar por motivos de salud él estuvo presente siempre bendiciéndome, **“NADIE COMO DIOS”**.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, institución semillero de alumnos que desean cumplir sueños.

A la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas “COICE” por permitirme desarrollar esta investigación y de esta manera poder contribuir con un granito de arena para que una vez que se ponga en marcha este proyecto puedan mejorar su calidad de vida los habitantes de la parroquia Cebadas.

A mi Director Arquitecto Geovanny Paula, y tutores de tesis, Doctor Pedro Boada y Gabriel Avalos.

A todas aquellas personas que han contribuido en el desarrollo de esta investigación.

CONTENIDO

	Páginas
RESUMEN	1
SUMMARY	2
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I	5
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
1.2. Formulación del Problema	6
1.3. Justificación de la Investigación	6
2. Objetivos	8
2.1. Objetivo General.....	8
2.2. Objetivos Específicos de la investigación	8
2.3 Hipótesis	9
CAPÍTULO II	10
2. MARCO TEÓRICO	10
2.1. Antecedentes	10
2.2 Bases teóricas.....	12
2.2.1. Concepción de Factibilidad	12
2.2.2. Estudio de Factibilidad	13
2.2.3. Estructura de la Factibilidad	15
2.2.4. Componentes de un estudio de Factibilidad	15
2.2.5. Etapas del Estudio de Factibilidad	21
A. Generalidades de la papa.	27
B. Generalidades del maíz.....	31
C. Generalidades del cultivo de Habas	35

3.	Marco conceptual	39
CAPÍTULO III.....		41
3.	MARCO METODOLÓGICO	41
3.1.	Enfoque de la Investigación	41
3.2.	Alcance de la Investigación.....	41
3.3.	Métodos de Investigación.....	42
3.4.	Población de Estudio	44
3.5.	Unidad de Análisis	44
3.6.	Selección de la Muestra.....	44
3.7.	Tamaño de la Muestra	44
3.7	Técnicas de Recolección de Datos Primarios y Secundarios.....	46
3.8	Instrumentos para procesar datos recopilados	46
CAPÍTULO IV.....		47
4.	RESULTADOS	47
4.1	Resultados y Discusión.....	47
CAPÍTULO V		68
5.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	69
5.1.	Estudio de mercado.	69
5.1.1.	<i>Segmentación del Mercado adquisitivo.....</i>	69
5.1.2.	<i>Objetivos del estudio de mercado.....</i>	69
5.1.3.	<i>Marketing Mix</i>	69
5.1.4.	Precio	73
5.1.5.	Precios de referencia de la papa en el mercado	74
5.1.6.	Plaza	76

5.1.7.	Promoción.....	77
5.1.8.	<i>Estudio de la competencia</i>	79
5.1.9.	<i>Demanda y oferta</i>	80
5.1.10.	<i>Demanda insatisfecha</i>	82
5.2.	Estudio Técnico	82
5.2.1.	<i>Objetivos del Estudio Técnico</i>	82
5.2.2.	<i>Tamaño del proyecto</i>	82
5.2.2.1.	<i>Mercado</i>	83
5.2.2.2.	<i>Disponibilidad de recursos financieros</i>	83
5.2.2.3.	<i>Disponibilidad de mano de obra</i>	84
5.2.2.4.	<i>Disponibilidad de productos</i>	84
5.2.2.5.	<i>Capacidad del proyecto</i>	85
5.2.3.	<i>Localización del proyecto</i>	85
5.2.3.1.	<i>Macro localización</i>	85
5.2.3.2.	<i>Micro localización</i>	86
5.2.3.3.	<i>Medios de Transporte</i>	87
5.2.4.	<i>Ingeniería</i>	87
5.2.4.1.	<i>Descripción del proceso de comercialización de papa, maíz y habas:....</i>	87
5.2.5.	<i>Operaciones</i>	89
5.2.6.	<i>Proceso de abastecimiento de la mercadería</i>	90
5.2.6.1.	<i>Recepción</i>	90
5.2.6.2.	<i>División o selección</i>	90
5.2.6.3.	<i>Lavado o limpieza</i>	90
5.2.6.4.	<i>Pesaje de los productos</i>	90

5.2.6.5.	<i>Empacado</i>	90
5.2.6.6.	<i>Etiquetado</i>	90
5.2.6.7.	<i>Almacenaje final</i>	91
5.2.7.	<i>Recursos Técnicos</i>	91
5.2.8.	<i>Distribución en planta</i>	93
5.2.9.	Gastos Administrativos	94
5.2.9.1.1.	Presupuesto técnico	95
5.2.10.	<i>Estudio Administrativo</i>	97
5.2.10.1.	<i>Estructura Organizacional</i>	97
5.2.10.2.	<i>Modelo de Organización.</i>	98
5.2.10.3.	<i>Objetivo general</i>	98
5.2.10.4.	<i>Fines</i>	98
5.3.	Estudio legal	103
5.4.	Determinación de ingresos proyectados.....	105
5.5.	Mano de Obra	107
5.6.	Punto de equilibrio	108
5.7.	Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).....	111
5.8.	Análisis de sensibilidad	115

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

	Páginas
Tabla 1 Simbología para el Cálculo del Tamaño de la Muestra.....	45
Tabla 2. Distribución según Perfil	47
Tabla 3. Trabajadores del sector agrícola	48
Tabla 4. Cultivo de producto agrícola	49
Tabla 5. Siembra en el año.....	50
Tabla 6. Conocimiento de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas (COICE).....	5
2	
Tabla 7. Creación de un centro de acopio.....	53
Tabla 8. Ventas a través del centro de acopio y el mejoramiento de los ingresos de los productores.....	54
Tabla 9. Inversión en USD para la producción de papa	55
Tabla 10. Inversión en USD para la producción de maíz	56
Tabla 11. Inversión en USD para la producción de habas.....	57
Tabla 12. Producción de papa según variedad.....	58
Tabla 13. Percepción de los habitantes acerca de la Influencia del centro de acopio a la economía de la parroquia Cebadas	59
Tabla 14. Venta de productos según destino	60
Tabla 15. Deseo de comercializar la papa, maíz y habas en las ciudades	61
Tabla 16. Inversión para desarrollar los cultivos de papa, maíz y habas a partir de su comercialización	62
Tabla 17. Inversión para desarrollar los cultivos de papa, maíz y habas a partir de su comercialización	63

Tabla 18. Cantidad de asociado a la COICE	64
Tabla 19. Condiciones para almacenar papa	65
Tabla 20. Comercialización de la papa, maíz y habas según preferencia.....	67
Tabla 21. Papa Súper Chola USD/Saco 100 libras	74
Tabla 22. Papa Chaucha precio USD/Saco 100 libras.....	74
Tabla 23. Papa Gabriela USD/Saco 100 libras	75
Tabla 24. Maíz suave (choclo) presentación saco 70 libras.	75
Tabla 25. Haba fresca presentación saco de 70 libras.	76
Tabla 26. Gastos de Publicidad.....	78
Tabla 27. Estrategias Posventa	79
Tabla 28. Demanda proyectada	81
Tabla 29. Cuantificación de la oferta cuando el centro de acopio estuvo en funcionamiento.	81
Tabla 30. Capital Social – Aporte de los Socios de la COICE.....	83
Tabla 31. Capacidad de acopio o almacenamiento de papa, maíz y habas.....	85
Tabla 32. Equipos para la comercialización de papa, maíz y habas	91
Tabla 33. Insumos y materias primas	92
Tabla 34. Gastos administrativos.....	92
Tabla 35. Gastos Administrativos.....	94
Tabla 36. Plan de Inversión	95
Tabla 37. Descripción del Plan de Inversión	97
Tabla 38. Gerente General	100
Tabla 39. Contador(a) (externo)	101
Tabla 40. Chofer	101
Tabla 41. Despachador	101

Tabla 42 Vendedor.....	102
Tabla 43. Operario	102
Tabla 44. Volúmenes de producción por año, de los principales cultivos de la Parroquia Cebadas, Provincia de Chimborazo y de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Chimborazo. 104	
Tabla 45. Costos de Producción socios productores COICE.....	105
Tabla 46. Precio de venta supermercados productos papa, maíz y haba COICE.	107
Tabla 47. Margen de utilidad por producto papa, maíz y haba COICE.	107
Tabla 48. Sueldos y salarios de ley.	108
Tabla 49. Punto de equilibrio.....	108
Tabla 50. Flujo financiero.....	109
Tabla 51. Calculo TIR y VAN.....	114

ÍNDICE DE GRAFICOS

	Páginas
Gráfico 1. Árbol de problemas	6
Gráfico 2. Árbol de solución.....	8
Gráfico 3. Porcentaje de Trabajadores Agrícolas.	49
Gráfico 4. Porcentaje de cultivos de la papa, maíz y habas.....	50
Gráfico 5. Veces en que se siembra de papa, maíz y habas en un año.	51
Gráfico 6.Porcentaje de conocimiento de la existencia de la COICE.	52
Gráfico 7.Porcentaje de conocimiento de la existencia de la COICE.	53
Gráfico 8.Porcentaje de percepción de la relación entre ventas-ingresos.....	54
Gráfico 9. Inversión en USD para el cultivo de la papa.	55
Gráfico 10.Inversión en USD para el cultivo del maíz.....	57
Gráfico 11. Inversión en USD para el cultivo del maíz.....	58
Gráfico 12.Producción de papa según variedad.....	59
Gráfico 13. Ayuda que ofrece un centro de acopio al mejoramiento de la economía de los habitantes.	60
Gráfico 14.Venta de productos agrícolas a consumidores o intermediarios.....	61
Gráfico 15.Deseo de comercializar papa, maíz y habas en las ciudades.	62
Gráfico 16.Inversión para desarrollar los cultivos de papa, maíz y habas a partir de los ingresos obtenidos por su comercialización.	63
Gráfico 17. Inversión para desarrollar los cultivos de papa, maíz y habas a partir de los ingresos obtenidos por su comercialización.	64
Gráfico 18.Porcentaje de asociados a la COICE.	65
Gráfico 19.Condiciones para almacenar papa a través de la COICE.	66

Gráfico 20.Comercialización de la papa, maíz y habas según preferencia.....	67
Gráfico 21. Punto de equilibrio.....	109
Gráfico 22. Punto de equilibrio Papa.....	107
Gráfico 23. Punto de equilibrio Maíz.....	108
Gráfico 24. Punto de equilibrio Habas.....	108

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

	Páginas
Ilustración 1: Etiqueta.....	70
Ilustración 2: Marca y Logo.....	71
Ilustración 3: Empaque y Etiqueta.....	72
Ilustración 4: Empaque y Etiqueta.....	73
Ilustración 5. Canal de distribución	77
Ilustración 6 Localización.....	86
Ilustración 7 Parroquia Cebadas	87
Ilustración 8 Flujograma de Comercialización de Papa, Maíz y Habas.....	89
Ilustración 9 plano de la instalación y diseño del centro de acopio.....	93
Ilustración 10 Jerarquía de Trabajadores del centro de acopio.....	100

RESUMEN

La presente investigación toma como referencia estudios realizados acerca del proceso de comercialización, destacando la importancia de la creación de los centros de acopio de productos agrícolas, para facilitar y mejorar su distribución, así como la seguridad alimentaria para el bienestar de los habitantes de la parroquia Cebadas. Sobre esta base, se propone una opción dentro del proceso de investigación al aportar resultados satisfactorios en lo económico y social, como resultado del proyecto de factibilidad y gestión inicial del centro de acopio de los productos agrícolas de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas de la Provincia de Chimborazo. Se constató, que desde el año 2018, cuando se creó este tipo de centros de acopio, no hay evidencia de que se haya efectuado un estudio de factibilidad y de su gestión, que contribuya a lograr una comercialización rentable principalmente de los productos papa, maíz y haba los cuales mantienen altos niveles de producción y demanda. Para este propósito se pretende desarrollar una investigación no experimental, longitudinal, desde un enfoque cualitativo-cuantitativo, con un alcance descriptivo, con el empleo de métodos inductivo-deductivo y analítico-sintético. Los datos de fuentes primarias y secundarias; de los habitantes de Cebadas y su percepción acerca de los servicios y gestión del centro de acopio, fueron recolectados a través de una encuesta estructurada, en una escala Likert. Para la guía de observación no participativa, para obtener información sobre el estudio técnico en el procesamiento de los datos, se utilizó el SPSS versión 24. Los resultados determinaron la factibilidad y gestión que garantizará una comercialización rentable. En consecuencia se concluye que es factible la ejecución del proyecto.

Palabras claves: CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS, DESARROLLO ECONÓMICO, ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, FACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, GESTIÓN, COMERCIALIZACIÓN, CENTRO DE ACOPIO, PRODUCTOS AGRÍCOLAS, RENTABILIDAD.

SUMMARY

This investigation takes as a reference studies carried out on the commercialization process, highlighting the importance of creating collection centers for agricultural products in order to facilitate and improve their distribution, as well as improve food security for the well-being of the inhabitants of the Cebadas parisha certain region. On this basis, within the research process an option that would provide satisfactory economic and social results is proposed, as a result of the feasibility project and initial management of the collection center for agricultural products of the Corporation of Barley Producing Indigenous Organizations of the Chimborazo Province. It was verified that, since the year 2018, when this type of collection center was created, there is no evidence that a feasibility and management study had been carried out. The study would contribute to achieving a profitable commercialization of mainly potato, corn and fava bean products that have high levels of production and demand. For this purpose, this work develops a non-experimental, longitudinal research, from a qualitative-quantitative approach, with a descriptive scope, and with the use of inductive-deductive and analytical-synthetic methods. Data from primary and secondary sources, from the inhabitants of Cebadas and their perception of the services and management of the collection center, was collected through a structured survey, at a Likert scale. For the non-participatory observation guide, to obtain information for the technical study, the SPSS version 24 was used to process the data. The results determined the feasibility and management that will ensure a profitable marketing. Consequently, it was concluded that the execution of the project is feasible.

Keywords: ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, ECONOMIC DEVELOPMENT, POPULAR AND SOLIDARITY ECONOMY, ADMINISTRATIVE FEASIBILITY, MANAGEMENT, COMMERCIALIZATION, CENTER OF AGRICULTURE, AGRICULTURAL PRODUCTS, PROFITABILITY.

INTRODUCCIÓN

Desde la existencia de la humanidad las actividades agrícolas han sustentado la alimentación de la población como garantía de supervivencia y convirtiéndose en un pilar fundamental dentro de las actividades productivas. Esta visión general de la agricultura, se refleja en Ecuador por las condiciones geográficas y su riqueza biológica, condiciones favorables para ser considerado como productor por excelencia de productos agrícolas, cuyo valor nutritivo y presencia física ha sido reconocido durante siglos en el mercado nacional e internacional, al poder ser utilizado tanto como insumo para la industria como para el consumo directo a través de diferentes formas culinarias.

La parroquia Cebadas, ubicada dentro del cantón Guamote ubicada en la parte central del callejón interandino, al sur de Quito, abarca un territorio de 570,78 km², de la provincia de Chimborazo. Es un territorio netamente dedicado a la agricultura y según datos del diagnóstico recogido en el informe del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de 2015, la mayor parte del área agrícola se destina a la producción de los cultivos de la papa, maíz y habas. Estos cultivos representan la base fundamental de la alimentación de la población, donde la producción está orientada prioritariamente a garantizar la seguridad alimentaria de las comunidades.

Con la implementación de la Reforma Agraria en 1973 y luego a partir de 1996, con el desarrollo de actividades por parte de la Corporación de organizaciones Indígenas de Cebadas (COICE), determinan una época en que las familias indígenas y campesinas recuperan las tierras, logrando que la economía local de un giro a favor del sector indígena, al empezar a producir y comercializar sus productos en los mercados.

La parroquia de Cebadas, se posiciona como la de mayor extensión de tierras dedicada a la producción de papa (1.000 Hectáreas), con un rendimiento (4,60 qq/ha). En el año 2014, el cultivo de la papa registró unas 49.000 qq/Ha, destinándose el 90% a la comercialización y un 10% al autoconsumo y continuidad del ciclo, lo que reafirma que este cultivo es un excelente producto para la comercialización y desarrollo de actividades económicas de la región.

El maíz es un producto agrícola que se cultiva en varias regiones del Ecuador. La parroquia de Cebabas, es una de estas regiones, que por sus condiciones edafoclimáticas, ocupa una superficie promedio ocupada por este cultivo por familia de 0,36 Ha y la productividad es de 88 qq/ha. Esto hace que la oferta anual de maíz en choclo a nivel de parroquia ascienda a la cantidad de 1. 360,8 TM/año.

En cuanto al cultivo de habas, en la parroquia Cebadas, ocupa una superficie de 388,06 Ha, y un rendimiento promedio de 4,33 toneladas métricas por hectárea con una tendencia ascendente de 1.689,2 TM/año.

Resulta, por tanto, interesante desarrollar este proyecto, en la parroquia Cebadas de la provincia de Chimborazo, por poseer gran extensión de superficie con condiciones adecuadas para la producción de los cultivos de papa, maíz y habas, así como, la tendencia al ascenso de sus niveles productivos reflejados en el rendimiento por hectárea, y el incremento del consumo por los moradores de las diferentes comunidades, lo que favorece a una mejor comercialización y al desarrollo de actividades productivas y de servicios.

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los productos agrícolas constituyen la base fundamental de la alimentación del hombre y su presencia a través del tiempo es un hecho significativo y trascendente. Varios de estos alimentos en la actualidad son apreciados como productos de primera necesidad al formar parte de la cotidianidad de consumo y desarrollo económico productivo de la sociedad.

En la parroquia Cebadas, localidad donde se pretende llevar a cabo el presente proyecto de factibilidad y gestión del centro de acopio de la COICE, es un lugar donde la agricultura constituye un sector que tiene gran significado y trascendencia para el desarrollo económico productivo, al presentar condiciones edafoclimáticas que favorecen el rendimiento de productos nativos tales como la papa, maíz y habas, con presencia en casi la totalidad del año.

La comercialización de estos productos nativos de la parroquia Cebadas, ha sufrido transformaciones con respecto a la oferta de productos directos de la producción, con el surgimiento de un centro de acopio perteneciente a la COICE que dejó de operar desde el año 2005; y es por ello, que los procesos de gestión y comercialización de los mismos aun no logran ser rentables, al no existir correspondencia entre la calidad requerida según la demanda y los precios de venta, lo cual incide de manera desfavorable en la recuperación o compensación de la inversión realizada por parte de los productores agrícolas.

En consecuencia y a modo de una representación simplificada se muestra el gráfico 1.



Gráfico 1. Árbol de problemas

Elaborado por: María José Vizueta Romero

1.2. Formulación del Problema

Evaluar la factibilidad y gestión inicial del centro de acopio de los productos nativos de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas de la Provincia de Chimborazo.

1.3. Justificación de la Investigación

En la actualidad en la provincia de Chimborazo, y en particular en la parroquia Cebadas, se están generando pérdidas económicas y financieras de los productos agrícolas de papa, maíz y habas. Esta realidad es evidente en la oferta de productos, lo que hace que cuando es baja la demanda la producción disminuya y no pueda ser comercializado a un precio que compense la inversión o costo de producción. También es muy notorio que la infraestructura para acopiar estos productos, no permite mantener estándares o indicadores de calidad para el consumo o la industria, lo que ocasiona inconformidad tanto para el productor como para el consumidor.

Muchas de las bodegas construidas por los administradores de los mercados no poseen la capacidad para el almacenamiento, lo que se convierten en ineficaces debido a que no cuentan con un diseño adecuado, así como el mal funcionamiento y mantenimiento. La cantidad de instalaciones mayoristas es insuficiente, lo que provoca grandes pérdidas de alimentos, congestión de tráfico, falta de higiene y seguridad de este tipo de producto que se oferta al consumidor.

También es importante considerar la relación existente entre los actores implicados en las relaciones económicas y la provisión de bienes y servicios desde la producción primaria hasta la llegada al consumidor. Pues esta relación prácticamente presenta deficiencias al no mostrar una adecuada planificación, organización y control de este proceso. La cadena de comercialización de los productos, papa, maíz y habas del cantón Cebadas, presenta deficiencias, según el diagnóstico elaborado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Cebadas en el Informe de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, al declarar como parte de la problemática el componente económico productivo, el bajo nivel de comercialización de productos agrícolas principales como la papa, maíz y habas.

Además, en la parroquia Cebadas, la comercialización agrícola en general, enfrenta una serie de problemas desde el punto de vista estructural, los mismos que distorsionan el adecuado funcionamiento, y que perjudican tanto al productor como al consumidor final, de manera que, para el sector agrícola, pues como se declara en el INFOPLAN (2015) “la actividad más importante y de mayor riesgo es la comercialización ya que de ella depende en su totalidad el hecho de que los productores puedan recuperar su inversión y obtener ganancias para así lograr sustentabilidad y sostenibilidad en su actividad”.

Debido a estas situaciones no adecuadas, los pequeños agricultores tienen que enfrentar la ineficiente integración del centro de acopio de papa, maíz y habas, de manera que promueva mecanismos viables y eficientes que optimicen la comercialización de dichos productos. Además, no se ha desarrollado una investigación para evaluar la posibilidad de desarrollar una propuesta comercial, que contribuya a reconocer mejores precios aplicados a estos productos agrícolas.

En este sentido, a continuación, se presenta de forma simplificada el estado deseado que se espera alcanzar con la presente investigación (gráfico 2).

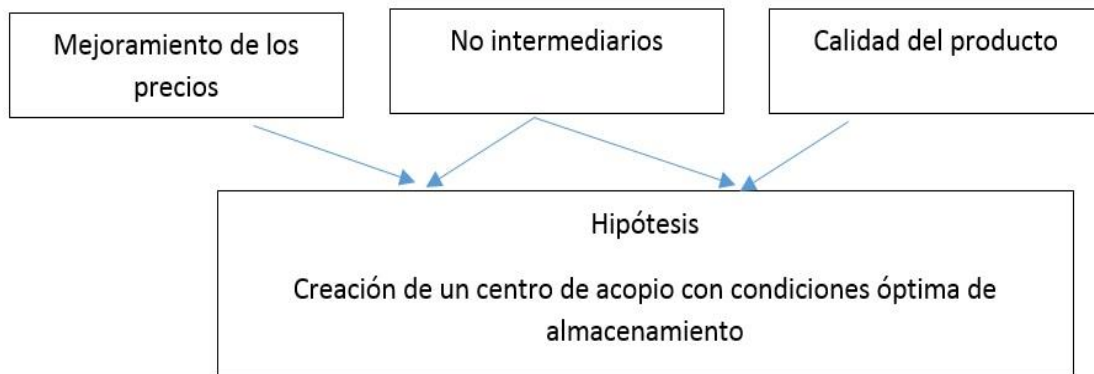


Gráfico 2. Árbol de solución

Elaborado por: María José Vizueta Romero

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de papa, maíz y habas producidos por la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas (COICE) que permita mejorar la rentabilidad de la producción para mejorar los ingresos de los habitantes de la parroquia Cebadas.

2.2. Objetivos Específicos de la investigación

1. Identificar, a través de un diagnóstico, la situación actual del proceso de comercialización de los productos nativos, producidos por los agricultores y comercializados por el centro de acopio de la (COICE), provincia de Chimborazo.
2. Estimar la factibilidad económica, financiera, ambiental, técnica y social del centro de acopio de productos nativos de la (COICE), provincia de Chimborazo.
3. Diseñar un plan de negocios para mejorar la rentabilidad en la comercialización de los productos.
4. Realizar la sensibilización del análisis financiero del centro de acopio.
5. Gestionar la etapa inicial del proyecto.

2.3 Hipótesis

La creación de un centro de acopio para papa, maíz y habas de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas (COICE) de la provincia de Chimborazo, permitirá mejorar los ingresos de los socios de esta organización.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

En el proyecto de grado previo a la obtención del título de economista, titulado “Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio dedicado a la comercialización de productos agrícolas del tipo orgánicos en el Cantón Milagro”, del autor Pilozo, L. E. (2013, p.17) se formula como problema ¿Cómo incide el escaso nivel de comercialización de alimentos de tipo orgánico en la salud y en las actividades socio-económicas de la población milagreña.

El objetivo de la investigación estuvo dirigido a determinar los diferentes factores que inciden directamente en el escaso nivel de comercialización de alimentos agrícolas de tipo orgánico, utilizando técnicas y métodos investigativos de carácter económico, social y ambiental. El empleo de la encuesta permitió recolectar datos, que una vez procesados y realizada su correspondiente interpretación le permitió concluir que: un centro de acopio dedicado a la comercialización de alimentos orgánicos en el Cantón Milagro se manifiesta como una salida a un problema en estudio básicamente la nueva idea de hacer negocios en un mundo que se preocupa por consumir cada día productos de mayor calidad.

Existe falta de conocimiento por parte de los clientes en cuanto a los beneficios de los alimentos orgánicos, por lo cual si se quiere acaparar este mercado hay que trabajar bastante en los canales de información, para de esta forma conocer a la comunidad que existen alimentos que benefician de mejor manera a nuestros organismos. La viabilidad del proyecto, a través del estudio de campo y análisis detallado y definidos de los estados financieros se pueden establecer que esta idea es viable y rentable, y que, al apearse a los parámetros ambientales, a más de mejorar y dinamizar la economía local se adentra al cambio cultural alimenticio de los habitantes del Cantón Milagro.

De manera, que se significa la importancia que tienen los centros de acopio de productos agrícolas, no solo desde el punto de vista del comercio, sino también para la salud humana. Teniendo en cuenta que la no existencia de un centro de acopio en el Recinto Balzalitoto en el Cantón Muisne de la provincia de Esmeraldas, se desarrolló una tesis de grado, por Garrido, P. D. (2015) con el objetivo de realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio, secado y comercialización de cacao fino de aroma cultivado en el Recinto Balzalito del cantón Muísne provincia de Esmeraldas, y así abastecer a los futuros clientes (empresas exportadoras). Como instrumentos se aplicaron la encuesta dirigidas a los productores de las diferentes comunidades que se encuentran en dicho Recinto, entrevista a dirigentes de las asociaciones e intermediarios de la zona. Como conclusiones del estudio realizado se plantea que:

De acuerdo a la evaluación financiera el proyecto es muy viable tanto por los resultados de la TIR, que es del 20,27% al igual que un VAN de 101, 560,94, un PCR de 6,27 y un RCB de 2,52.

El Ecuador es un país que posee ventajas comparativas óptimas debido a que dispone de muchas zonas que cumplen con las condiciones ecológicas y agronómicas para el desarrollo del cacao fino o de aroma. El estudio ha permitido determinar que existe detrás de la producción del cacao un mercado nacional e internacional con mucha demanda, pero baja oferta del producto.

El proyecto de prefactibilidad para la creación de un centro de acopio de zanahoria en municipio de Simijaca, realizado por Avendaño, F. J. (2006), presentado como Tesis de Grado realizada para optar al título de Administrador de Empresas Agropecuarias, en la Universidad de la Salle, Bogotá D. C. identificándose como problema la forma de canalizar la producción y comercialización del mencionado producto agrícola. El objetivo fue elaborar un estudio de prefactibilidad para la creación y puesta en funcionamiento de un centro de acopio de zanahoria en el municipio de Simijaca Cundinamarca. Para la recolección de los datos se aplicó una encuesta.

Como conclusiones se plantea que:

La actual situación que presenta el Municipio referido, se plantea como estrategia de comercialización la creación de un centro de acopio, el cual permitiría a los agricultores mejorar su situación de competencia en el mercado, tanto a través de la creación de canales directos de distribución, como por la introducción de mejores técnicas en el manejo del producto y mediante la canalización de los servicios de apoyo básico para una eficiente comercialización. Además, que el objetivo específico del centro de acopio es el de captar mejores precios para los productores asociados, mediante la organización del proceso de distribución, con esto se busca contribuir al logro de mayores ingresos para el agricultor.

2.2 Bases teóricas

Esta investigación aspira mostrar la factibilidad de la creación y gestión del Centro de Acopio de papa, maíz y habas producidos por la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas (COICE) que permita mejorar la rentabilidad de la producción para mejorar los ingresos de los habitantes de la parroquia Cebadas, para lo cual, como sustento de dicho estudio se analizará cada elemento teórico que conforma el mismo como la concepción de factibilidad; el estudio de factibilidad, sus objetivos, estructura y sus componentes tales como: estudio de mercado, técnico y económico-financiero, así como las etapas por la que transita el estudio de factibilidad y para el caso particular de la investigación un estudio sobre el cultivo de papa, maíz y habas y su comercialización.

2.2.1. Concepción de Factibilidad

La teoría de la factibilidad, desde una visión general, se determina sobre un proyecto, pues comprende todos aquellos asuntos y aspectos básicos para la realización esencial del mismo; al hacer referencia a la disponibilidad de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos. Es decir, que un proyecto que se tenga en mente, pueda llevarse a cabo, conforme a lo previsto, teniendo en cuenta la existencia de tres tipos fundamentales de factibilidad: operativa, técnica y económica. Por tanto, desde esta perspectiva, se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto, el cual es contenido de un conjunto de actividades interrelacionadas y que cuando se concretan en la práctica permite alcanzar los objetivos propuestos, según necesidades existentes en instituciones o un grupo social, en un período determinado.

En tal sentido, Moya (2005) señaló que:

La concepción de factibilidad tiene como fin el diseño de una propuesta de acción dirigida a resolver un problema o necesidad previamente detectada en el medio; el cual llega a ser considerado factible cuando está orientado a resolver un problema planteado o a satisfacer las necesidades en una institución (p. 80).

Dichas consideraciones, denotan elementos esenciales de la concepción de factibilidad, signado por las necesidades o problemas que pueda presentar una institución o grupo social y que para dar solución requiere de una propuesta de actividades o acciones concretas para ser aplicada en la práctica; de esta manera dicha concepción de factibilidad se expresa a través de un estudio de factibilidad.

2.2.2. Estudio de Factibilidad

Según la American Marketing Association, (2007) 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” (p. 19). La estructura y los objetivos que determinan si un proyecto es factible o no, son de suma importancia para la investigación por lo cual a continuación se presenta varios componentes y pautas que se deben tomar en cuenta para realizar un estudio de factibilidad.

En este orden de ideas, Miragem et al. (1985) planteó que el estudio de factibilidad tiene como exigencia, “demostrar que el proyecto en cuestión es técnicamente razonable, posible de ser ejecutado y administrado, financiera y económicamente viable, social y mente aceptable”. (p. 33). En la Wikipedia (2008) se expone que un estudio de factibilidad sirve como antecedente para la realización de estudios técnicos, de ingeniería, financiera y económica para determinar la viabilidad de un negocio. A partir de estas definiciones y consideraciones, el estudio de factibilidad contribuye a disminuir el grado de inseguridad que se da cuando se va a poner en práctica un proyecto; más cuando se trata de un proyecto de comercialización de productos agrícolas dado por la diversidad de factores de riesgos, al estar influenciado por la variabilidad que presentan las condiciones ambientales y aspectos de mercado.

La variabilidad, según Salas (1987) es “cuando existe un alto grado de inseguridad en los negocios de producciones agrícolas; para lograr disminuirlo, requiere de un estudio de factibilidad, con el cual se puede especular y reducir el grado de incertidumbre, antes de iniciar una empresa agrícola (p.46). Es decir, es necesario poseer una adecuada información, instrucción sobre las condiciones de los mercados y la fluctuación de los precios de los productos durante un período determinando, así como, la relación entre costo-beneficios, y así, alcanzar una mejor estabilidad del negocio y por consiguiente la satisfacción de las necesidades de la institución como máxima expresión de alcanzar su finalidad.

En un estudio de factibilidad un elemento fundamental a tener en cuenta son los objetivos, al respecto, Baca (1995) propuso dos de ellos, dirigidos a:

Analizar y presentar todas las variables que condicionan la realización de la futura inversión, identificando las de mayor complejidad y esenciales para el proyecto, así como, demostrar la rentabilidad económica para el capital invertido y para los recursos económicos comprometidos en el proyecto. (p.2)

Para Rodríguez (2010) en un estudio de factibilidad deben plantearse los siguientes objetivos:

1. Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
2. Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de los recursos no necesarios.
3. Integración de todas las áreas y subsistemas
4. Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
5. Hacer un plan de producción y comercialización.
6. Aceleración en la recopilación de los datos.
7. Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de las tareas.
8. Automatización óptima de procedimientos manuales.
9. Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos señalados.
10. Saber si es posible producir con ganancias.
11. Conocer si la gente comprará el producto. (p.31)

En síntesis, el estudio de factibilidad de un proyecto pretende satisfacer, en un sentido general, a tres objetivos fundamentales que dan respuesta a la factibilidad del mercado, la factibilidad técnica y la factibilidad económico-financiera. Esto se explica en la relación directa entre la existencia del mercado para el producto o servicio a ofrecer, la cual se expresa cuando la demanda supera la oferta y en las condiciones actuales no se cubre la totalidad del mismo. De esta manera, se convierte en condición necesaria para demostrar la rentabilidad económica para el capital invertido y para los recursos económicos comprometidos en el proyecto; además, saber si es posible producir con ganancias, pues si existe mercado, se puede proceder a realizar el estudio técnico y comercialización del producto o productos y así evaluar la variabilidad de financiamiento y determinar si es rentable realizar el proyecto a partir de las condiciones que presenta el mercado en estrecha relación con los elementos básicos.

2.2.3. Estructura de la Factibilidad

Un estudio de factibilidad tiene una estructura definida y el orden de los contenidos, según (Coss, 2005), y debe estar orientado a: a) Presentar un resumen de proyecto; b) Elaborar cada parte por separado; c) Fundamentar cada parte en las anteriores; d) Elaborar conclusiones y recomendaciones y e) Es importante que sea resumido, con un lenguaje sencillo y que las partes sean coherentes. Además, un proyecto factible, es el que ha aprobado cuatro evaluaciones básicas: Evaluación Técnica; Evaluación Ambiental; Evaluación Financiera y Evaluación Socio-económica. La aprobación de cada evaluación se le puede llamar viabilidad. Estas viabilidades deben darse al mismo tiempo para alcanzar la factibilidad de un proyecto; por ejemplo, un proyecto puede ser viable técnicamente, pero puede ser no viable financieramente o ambientalmente.

2.2.4. Componentes de un estudio de Factibilidad

Un estudio de factibilidad debe tener los siguientes componentes (Hernández, Villalobos & Suarez, 2005)

Estudio de Mercado: según Samuelson & Nordhaus (1999, p.26) el mercado es “el mecanismo en el que los compradores y los vendedores determinan conjuntamente los precios y las cantidades de mercancías”. Del análisis de esta definición se infiere la conformación del mercado, con énfasis en la relación existente entre las personas u

organizaciones y el intercambio de bienes o servicios para satisfacer sus necesidades, motivaciones y aspiraciones.

El estudio de mercado es un componente esencial y crítico del estudio de factibilidad para un proyecto (Sapag & Sapag, 1995). En este sentido, un estudio de mercado no se limita a determinar la oferta y demanda o los precios de un proyecto, sino que incluye la forma de introducir el producto al mercado, las inversiones para fortalecer su imagen corporativa, con la respectiva táctica publicitaria para alcanzar el posicionamiento en el mercado; en síntesis, resulta esencial tener presente aspectos tales como el consumidor y la demanda del mercado; la competencia y la oferta de mercado; los proveedores, la disponibilidad y precios de insumos, así como, la comercialización del producto y la rentabilidad.

Desde el análisis realizado por Guzmán (2008) acerca del estudio de mercado de un producto o productos, hace énfasis en “la compilación sistemática de los datos históricos y actuales de oferta y demanda del producto que tratase teniendo en cuenta un área determinada, de manera que posibilite estimar el comportamiento futuro de sus elementos básicos” (p. 35). En este orden de ideas, el Instituto de Investigación de Ciencias Agrícolas de Costa Rica, en 1991, citado por Vinueza (2014) considera “necesario en el estudio de mercado incluir un análisis de comercialización de cada producto” (p. 10); al asumir como comercialización el conjunto de actividades relacionadas con la circulación de bienes y servicios que se dan en los productos hasta llegar a sus mercados finales.

Lo señalado anteriormente, hace referencia a que en todo estudio de mercado, como uno de los componentes de factibilidad de un proyecto, su análisis en el orden teórico y práctico requiere de una visión integral con inclusión histórica, social y concreta de las condiciones reales donde se pretende implementar el proyecto, dado por la variabilidad de factores existentes en cada contexto de mercadería de productos agrícolas necesarios para la alimentación del hombre.

Desde una mirada espacial, GESTIOPOLIS (2008) destacó “la importancia de determinar la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en una zona delimitada” (p. 21); además, de identificar las empresas productoras y las condiciones en que se está suministrando el bien y el régimen de formación de

precios y de la forma en que llega el producto de la empresa productora a los consumidores y usuarios. Es decir, en un estudio de mercado, intencionado a evaluar la factibilidad de un proyecto para la creación de un centro de almacenamiento y comercialización de productos agrícolas, constituye una exigencia realizar un proceso de diagnóstico capaz de revelar las posibilidades reales, desde su estado actual, así como de un pronóstico sobre bases objetivas.

Concordante con la idea anterior, Baca (1995) conceptualizó al estudio de mercado como “la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de comercialización” (p. 7). Desde este punto de vista se puede establecer la importancia de estos elementos fundamentales del concepto de estudio de mercado, a tener en cuenta en la factibilidad de un proyecto de creación de nuevas entidades que comercializarán productos agrícolas.

El análisis anterior reafirma que el estudio de mercado tiene como finalidad determinar si existe o no una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios, en un espacio de tiempo. Además, es significativo tener en cuenta en un estudio de mercado el grado de riesgo a que es expuesta la inversión, así como la posibilidad de éxito de cualquier organización; por tanto, tiene como propósito esencial servir de argumento a la toma de decisión.

Como parte del procedimiento a seguir para realizar un estudio de mercado, constituye la definición del producto o servicios, luego la evaluación de la demanda y la oferta con el propósito de identificar el mercado potencial y posteriormente se determina el precio y los canales de comercialización. En este proceder secuencial, el producto es considerado por Reyes (s. f.) como “una expectativa de satisfacción, con un valor aparente en la mente del consumidor que encuentran su vitalización en el momento en que congruen efectivamente con una necesidad real o simbólica” (p. 43). Es decir, el producto adquiere significación cuando ocurre una interacción con el consumidor.

En cuanto a la demanda, como paso del procedimiento antes mencionado, y a criterio de Lamb, Hair & Mc Daniel (1998) la vinculan “a la cantidad de producto que se venderá en un período específico” (p. 579). A partir de aquí, constituye una necesidad el determinar y medir los factores que influyen, ya sea de manera favorable o desfavorable;

los requerimientos del mercado con respecto a los bienes o servicios, además de determinar las posibilidades de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda; es decir, estudia la cantidad de producto que se requiere para ser vendida en el período de existencia del proyecto.

El análisis de la oferta, como parte del mencionado procedimiento, es considerado por Lamb et al. (1998) como “la cantidad de productos que uno o varios proveedores están dispuestos a ofrecer al mercado a diversos precios durante un período específico” (p. 579). Esto implica, que como parte esencial del análisis de la oferta debe alcanzar una alta precisión lo que se pretende medir en cantidad y condiciones que presenta un producto o servicio, y que se puede poner a disposición en el mercado.

Dentro del procedimiento, objeto de estudio, el análisis de precios contribuye para la determinación de los costos, el porcentaje de ganancia a obtener, los precios existentes en el mercado a las regulaciones existentes. En este sentido, Lamb et al. (1998) lo definió como “la cantidad monetaria que se paga en un intercambio para adquirir un bien o servicio” (p. 574) y, por otra parte, con Baca (1995) lo conceptualizó como “la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (p. 41). Es decir, ambos autores refieren a la cantidad de dinero que el comprador tiene que suministrar a cambio del bien o servicio para satisfacer sus necesidades o deseos.

Lo anterior confirma que el cálculo del precio adquiere gran importancia dado que los resultados obtenidos son determinantes del nivel de ingreso del proyecto. Al respecto, y atendiendo a los canales de comercialización Perreault & Mc Carthy (1997) planteó es una “serie de empresas o individuos que participan en el flujo de bienes y servicios del fabricante al usuario o consumidor final” (p. 362). De manera que reconoce la existencia de diferentes modalidades de comercialización, siendo necesario precisar dentro de la cadena de distribución, desde el productor hasta el consumidor. Por tanto, el estudio de mercado debe aportar aquellos elementos positivos y negativos, además las posibilidades de inversión y un pronóstico del mercado potencial, de manera que, el estudio de mercado, sea básico para realizar el estudio técnico, pues ambos deben proporcionar información para el estudio económico-financiero.

Estudio Técnico: al realizar la factibilidad de un proyecto, adquiere gran importancia el estudio técnico, como aspecto secuencial del estudio de mercado. Desde esta mirada, Sapag (1995) planteó que “el estudio técnico tiene por objetivo proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área” (p. 19). De este objetivo, de carácter general, es evidente la derivación de dos objetivos particulares, y que son fundamentales para el estudio técnico, los mismos están orientados: el primero, para verificar la posibilidad técnica de producción del producto y el segundo, orientado a analizar y determinar la localización, el espacio óptimo y la organización que se requiere para llevar a cabo la producción y almacenamiento del producto.

Desde el punto de vista, de procedimientos que articulan aspectos teóricos y prácticos, orientados a dar respuestas al dónde, cuánto, cuándo y con qué crear un centro de acopio para productos agrícolas, adquiere significado a partir de lo expresado por Baca (1995) que el aspecto técnico de un proyecto “comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto” (p. 86). Estos elementos declaran como una necesidad, establecer el marco institucional visto desde la administración y legalización como elementos que la conforman, siendo de gran valor para las organizaciones e instituciones que pretenden vincularse con el proyecto.

Dentro de los elementos del ámbito administrativos deben establecerse el nombre comercial de la organización o centro, empresa, etc., el cuerpo legislativo, el registro mercantil y directivos. Luego debe realizarse el estudio técnico debe continuar un análisis de aspectos tales como: localización del proyecto, estructura e infraestructura, proceso de producción, efluentes y pérdidas del proceso, personal y turno de trabajo, equipo de trabajo, capacidad instalada y utilizada, así como el control a la calidad del proceso.

En cuanto a la determinación de la localización del proyecto, el cual consiste en la ubicación geográfica en detalle de dicho proyecto, es fundamental ofrecer argumentos que justifiquen la zona o área geográfica donde se llevará a efecto dicho proyecto, así como aquellos estudios que aún son necesarios realizar. Posteriormente, debe identificarse la existencia, en dicha zona, de alguna estructura e infraestructura que pueda ser útil para la concreción del mismo. Esto permite adquirir información precisa acerca

del acceso, lo cual repercute en el funcionamiento del centro debiendo particularizar en todos aquellos servicios disponibles como: energía eléctrica, disponibilidad de comunicación telefónica, viales, aguas blancas, entre otros.

Es importante estudiar el proceso de producción agrícola, como parte esencial del estudio técnico del proyecto, al propiciar información que permita determinar tecnología y su capacidad de producción. Al respecto, Baca (1995) entendió al proceso de producción como “el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de estos para convertirlos en productos mediante una determinada función de producción” (p. 93). Si es así, entonces dicho proceso se identifica como la transformación de insumos o suministros, a través de procesos técnicos, en producto final como efecto del estudio de mercado y técnico. Por tanto, el proceso de producción consta a su vez con un procedimiento que en concreto en sí mismo, con el objetivo de alcanzar una mayor comprensión del referido proceso, y que a su vez permita calcular los costos e ingresos que se derivan de él.

La determinación de los efluentes y pérdidas del proceso y los turnos de trabajo, también son aspectos técnicos que dentro del proceso productivo deben ser estudiados, así como, las categorías de empleos, un organigrama esclarecedor de la cadena de mando; la maquinaria, equipos de transporte de productos agrícolas, los beneficios que aportará y sus respectivas ventajas que agrega al proceso y al producto en sí.

Además, la capacidad instalada y utilizada resulta importante, al estar relacionada al proceso de producción agrícola, dado que el centro debe considerar el monto de producción de los agricultores que tienen previsto alcanzar por los diferentes períodos o etapas desde el inicio hasta el final, y en cuanto a la capacidad utilizada, la misma permite conocer la forma de crecimiento de la producción en el tiempo previsto en el proyecto. El tipo de control de calidad, se realizará en dependencia del tipo de producción agrícola y del producto a comercializar, así como, del personal necesario y suficiente declarado en el proyecto. En síntesis, el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de las operaciones relativas en esta área.

Estudio Financiero: posterior al análisis del estudio de mercado y el estudio técnico, y habiendo determinado que los mismos cumplen con los requerimientos y que a su vez evidencian un mercado potencial y la no existencia de obstáculos del punto de vista tecnológico, entonces es necesario realizar un estudio financiero del proyecto que se pretende llevar a la práctica, el cual consiste en designar la cuantía de recursos financieros para llevar a cabo el proyecto. Tiene por objeto ordenar y sistematizar la información de tipo monetario que proporcionaron las etapas anteriores. En este estudio se deben elaborar los cuadros analíticos para la evaluación del proyecto, así como los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad.

2.2.5. Etapas del Estudio de Factibilidad

Desde un enfoque pragmático, el estudio de factibilidad, puede ser considerado como un instrumento viable para la orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto, luego de transitar por las etapas preoperativa o de formulación dentro del ciclo general del proyecto y en particular, atendiendo a las inversiones, como una de las estructuras inherente al estudio de factibilidad, donde se lleva a cabo el proceso de inversión y su respectiva evaluación.

Desde una perspectiva del carácter de sistema de un proyecto, el análisis de factibilidad es parte esencial, para llevar a cabo el proceso de evaluación de inversiones del proyecto en su totalidad. Este proceso de evaluación de inversiones está estrechamente relacionado con el concepto de proyecto de inversión. En este sentido, Hernández et al. (2005) definió a un proyecto de inversión como “un conjunto de acciones que son necesarias para llevar a cabo una inversión, la cual se realiza con un objetivo previamente establecido, limitado por parámetros temporales, tecnológicos, políticos, institucionales, ambientales y económicos”. (p.33)

Es criterio de Ramírez, Vidal & Domínguez (2009) que “un proyecto es factible cuando aprueba los estudios básicos de: estudio de factibilidad de mercado; estudio de factibilidad técnica; estudio de factibilidad medio ambiental y el estudio de factibilidad económica-financiera” (p. 17). Por tanto queda claro la relación existente entre las acciones del proceso evaluación de inversiones y los estudios básicos de factibilidad de

un proyecto, con la aprobación de conjunto de las viabilidades, en particular de cada uno de estos aspectos, permite la toma de decisión de la puesta en práctica del proyecto.

No obstante, una parte fundamental del proceso inversionista, constituyen los estudios de preinversión, que concluyen con la presentación del estudio de factibilidad a las organizaciones correspondiente para su aprobación. Estos estudios, según Ramírez et al. (2009) “comprenden un conjunto de actividades relativas a la confección, evaluación, análisis y aprobación de las inversiones” (p. 3). Por tanto, para la aprobación de un proyecto, es necesario considerar dentro de la estructura general del estudio de factibilidad todos aquellos parámetros e indicadores que de forma directa ofrecen información de su precisión, confiabilidad y proyección económica y financiera, que permiten la toma de decisiones sobre la conveniencia o no de la inversión.

A partir de la relación existente entre los elementos técnicos y económicos Ramírez et al. (2009) propone un modelo para la realización de estudios de factibilidad, con aspectos fundamentales que conforman su estructura, tales como: “la creación de un grupo de expertos para la realización de la tarea; la posibilidad de analizar la inversión, desde el punto de vista de criterios cuantitativos y cualitativos” (p. 4). El referido modelo, de los autores de referencia, hacen alusión en su estructura a elementos tales como:

Información general del proceso inversionista; identificación del mercado potencial y los segmentos que se trabajarán; análisis de las demandas y ofertas que se originan por la inversión; valoración de las competencias existente; especificaciones del proyecto de inversión; elaboración del cronograma de ejecución de la inversión; evaluación económica financiera; criterios cuantitativos; criterios cualitativos; conclusiones de factibilidad económica y análisis de riesgo o de incertidumbre en la evaluación de proyectos. (p. 5)

Estos elementos que conforman al modelo de estudios de factibilidad, están relacionados entre sí, así como con la metodología de marco lógico (Ortegón, Pacheco & Prieto, 2015, p.5). Además, permite obtener un nivel de información integral y precisa de cada estudio de factibilidad de un proyecto de inversión, a su vez puede ser utilizado como una metodología o procedimiento viable dentro de las etapas más generales del

estudio de factibilidad, y de esta manera a la toma de decisión certera con respecto a la aprobación o no del proyecto presentado.

Estudio de Factibilidad de Mercado: desde el punto de vista de la estructura del estudio de factibilidad, un aspecto vital, es el estudio de mercado. Según Cooper y Hiebing (1992), citado por Ramírez et al. (2009), se puede definir al estudio de mercado como:

la función que vincula a los consumidores con el encargado de estudiar el mercado a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir tanto las oportunidades como las amenazas del entorno; para generar y evaluar las medidas de mercadeo, así como para mejorar la comprensión del proceso del mismo. Este, por su carácter preliminar, constituye un sondeo de mercado, antes de incurrir en costos innecesarios. (p.6)

En este sentido, permite comprender que los estudios de mercado permiten disminuir el riesgo que toda decisión lleva consigo, a partir del conocimiento profundo de los antecedentes del problema; dado que el estudio de mercado tiene su origen en un problema del marketing, el cual no es posible de resolver por medio de otro método. Por tanto, llevar a cabo un estudio de éste tipo resulta costoso, muchas veces complejo de realizar y, siempre requiere de disposición, tiempo y dedicación de varias personas.

Desde esta visión, el estudio de mercado es un sostén para los niveles de decisión de una organización siempre teniendo en cuenta que el mismo no garantiza una solución en todos los casos, sino que constituye una guía, como instrumento metodológico, que puede ser utilizada solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios, además de tratar de reducir al mínimo el margen de error posible. Atendiendo a las etapas, los estudios de factibilidad se caracterizan por recopilar información a través de estudios específicos, los cuales permiten profundizar la investigación, basándose en fuentes primarias y secundarias para definir con cierta aproximación las variables principales referidas del mercado, a las alternativas técnicas de producción, a la capacidad financiera de los inversionistas. En el estudio de mercado se realiza: análisis de la demanda; análisis de la oferta; análisis del sistema de información y análisis de los precios.

Por tanto, uno de los factores más críticos en el estudio de factibilidad de un proyecto es la determinación de su mercado, tanto por el hecho de que aquí se define la cuantía de su demanda e ingresos de operación, como los costos de inversión implícitos. Por eso, es importante tener en cuenta en un estudio de mercado algunos puntos clave, como son: el planteamiento del problema a investigar; marco referencial del problema; formulación de hipótesis, diseño de muestra (tipos de consumidores); instrumentos de recolección de datos; análisis de la demanda y de la oferta; descodificación e interpretación de resultados y la presentación de resultados.

Para llevar a cabo un estudio de mercado, puede emplearse la investigación exploratoria y secundaria para buscar indicios acerca de la naturaleza general de un problema, las posibles alternativas de decisión y las variables relevantes que necesitan ser consideradas. La investigación descriptiva permite registrar, analizar e interpretar de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos y la investigación experimental cuando se pretende manipular una variable experimental no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o por qué causa se produce una situación o acontecimiento particular (García, 1998, p.157).

Estudio de Factibilidad Técnica: Para el autor Moreno (2003), el estudio de factibilidad técnica “es la etapa que contiene toda aquella información que permita establecer la infraestructura necesaria para atender su mercado objetivo, así como cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación de la entidad en formación” (p. 17). Lo cual tiene relación con lo expresado por Flores, M. & Rodríguez, D., (2016) que señala “en la actualidad existe una creciente preocupación por los impactos ambientales que puedan generar los diferentes proyectos de desarrollo ejecutados a todos los niveles de la actividad económica de la población” (p. 27). Es decir, las repercusiones ambientales de tales proyectos pueden presentarse tanto en el ámbito nacional como internacional, donde las políticas y/o proyectos, dependiendo del sector en que se ubiquen, pueden generar una gran variedad de impactos ambientales, donde la importancia y la ponderación de tales efectos dependen en gran parte de la dimensión y del grado de irreversibilidad del daño ambiental causado por estos.

Según Carrillo (2015) “la Evaluación del Impacto Ambiental (EIA) es el proceso formal empleado para predecir las consecuencias ambientales de una propuesta o decisión

legislativa, la implantación de políticas y programas o la puesta en marcha de proyectos de desarrollo” (p. 31). de hecho, es tangible con las consideraciones dada por varios autores al referirse que la factibilidad técnica es una evaluación orientada a demostrar que el negocio puede llevarse a cabo y sostenerse, con evidencias que indican una planificación adecuada sobre la base de los problemas que involucra y mantiene su funcionamiento.

Además, el estudio de factibilidad técnica, incluye entre otros elementos, las herramientas, habilidades y conocimientos, que se requieren para desarrollar eficazmente las actividades inherentes al proyecto; fundamentalmente aquellos aspectos tangibles; pues, es necesario considerar si los recursos técnicos actuales son suficientes o deben complementarse (Vargas, 2016, p. 21). En tanto, este tipo de estudio de factibilidad, su determinación está dada por elementos que refieren al tamaño, localización, equipos, instalaciones y organización.

Estudio de Factibilidad Económico Financiero: Según Mokate (2005), “la evaluación económico-financiera de un proyecto permite determinar si conviene realizar un proyecto, o sea si es o no rentable y si siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio” (p.42); además de brindar elementos para decidir el tamaño de planta más adecuado. En presencia de varias alternativas de inversión, la evaluación es un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas, seleccionando los proyectos más rentables y descartando los que no lo sean. Los estudios de mercado, así como los técnicos y los económicos, brindan la información necesaria para estimar los flujos esperados de ingresos y costos que se producirán durante la vida útil de un proyecto en cada una de las alternativas posibles. La comparación de estos flujos de beneficios y costos tiene que ser atribuibles al proyecto. Al decidir sobre la ejecución del mismo no deben tomarse en cuenta los flujos pasados ni las inversiones existentes.

La evaluación económica-financiera es valorar la inversión a partir de criterios cuantitativos y cualitativos de evaluación de proyectos, empleando las pautas más representativas usadas para tomar decisiones de inversión. La evaluación económica financiera constituye el punto culminante del estudio de factibilidad, pues mide en qué magnitud los beneficios que se obtienen con la ejecución del proyecto superan los costos y los gastos para su materialización. El objetivo fundamental de la evaluación económica

financiera es determinar la inversión a partir de criterios cuantitativos y cualitativos de evaluación de proyectos. En el primer criterio mencionado encontraremos los más representativos y usados para tomar decisiones de inversión, es decir nos referimos al Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Período de Recuperación, teniendo en cuenta en este criterio el valor del dinero en el tiempo, por lo que se transforma en el Período de Recuperación Descontado (PRD) y Razón Costo / Beneficio o Índice de Rentabilidad.

Es decir, los recursos económicos-financieros son aquellos que permiten concretar las actividades o procesos u obtener los recursos básicos tales como: costo de tiempo; costo de la realización y costo de adquisición de nuevos recursos. Este tipo de estudio “es el elemento sustancial ya que a través de él se solventan las demás carencias de otros recursos” (Vargas, 2016, p. 13). Además, dicho estudio facilita la toma de decisión, si llevar a cabo el proyecto, si es justificable la inversión, si es rentable o no, en base a un flujo de caja que se concibe a través de la investigación de campo y demanda potencial existente.

Estudio de Factibilidad Legal:El artículo 24 de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2011) establece que las organizaciones económicas del sector asociativo son:

Organizaciones económicas del sector asociativo o simplemente asociaciones, las constituidas, al menos, por cinco personas naturales, productores independientes, de idénticos o complementarios bienes y servicios, establecidas con el objeto de abastecer a sus asociados, de materia prima, insumos, herramientas y equipos; o, comercializar, en forma conjunta, su producción, mejorando su capacidad competitiva e implementando economías de escala, mediante la aplicación de mecanismos de cooperación. (p. 12)

Esta definición, rige para la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas de la Provincia de Chimborazo para el proceso de comercialización de la papa, maíz y habas, teniendo en cuenta requisitos de carácter legal tales como la reserva de denominación, Formulario Único de Constitución de Asociaciones; copia de cédula (legibles) de los directivos elegidos, del representante legal y de la persona autorizada o representante legal (si fuera el caso) encargada de dar continuidad al trámite de

Constitución de la Organización en el Sistema de Economía Popular y Solidaria, además, de cumplir con el certificado de depósito del aporte capital social inicial a nombre de la Corporación, así como el listado de nombres de los asociados en formato digital.

Comercialización: según Rivadeneira (2012) en la comercialización “las acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales” (p. 9). Es decir, es el conjunto de acciones encaminadas a tener una venta efectiva del producto, bien o servicio. Philip Kotler (2001) definió a la comercialización como “conjunto de actividades humanas dirigidas a facilitar y realizar intercambios” (p. 6). Desde este punto de vista, toda acción o actividad orientada a la venta de la papa, maíz y habas forman parte del proceso de comercialización, ya sea a nivel de Macro comercialización y Micro comercialización.

La Macro comercialización es aquella que considera ampliamente todo el sistema de producción y distribución. “Constituye un proceso social al que dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que equipara verdaderamente la oferta y la demanda y logra los objetivos de la sociedad” (Rivadeneira, 2012, p. 10).

La Micro comercialización se refiere a la observación que se realiza a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven. Por tanto, “es la ejecución de actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades” (Rivadeneira, 2012, p. 11).

A. Generalidades de la papa.

La papa es una de las viandas de más demanda en nuestra población y cuyo cultivo se ha incrementado notablemente, pasando de un cultivo local de pequeñas parcelas a un cultivo extensivo. Agrolanzarote (2012) señala a la papa, “un alimento, considerado por todo el mundo, como básico e indispensable, debido a sus excelentes cualidades, su valor organoléptico y de ser empleadas en diversas preparaciones culinarias” (p. 4); que van desde las modestas cocinas familiares (papas arrugadas) hasta las más evolucionadas recetas de famosos chef y la agroindustria como los Suock.

a) Origen

En investigaciones realizadas por Ramírez (1984) y Rodríguez (2010) revelan que con la llegada de los españoles a Suramérica, en el año 1550, encontraron un gran número de variedades de papa cultivables, cuyos tubérculos eran usados por los nativos de la región para su alimentación. Refiere este autor, que Pedro César de León en 1950, encontró, en la Altiplanicie Andina, a los Incas cultivando la papa, sobre este acontecimiento, mandó crónicas al viejo mundo, sin embargo, no se sabe con certeza, cuando fue introducido dicho cultivo en Europa no los medios que se emplearon para que los blancos aprendieran a consumirla, no obstante, se supone que fueron los marinos españoles quienes al regreso de sus viajes llevaron papas y las introdujeron en España.

Estudios realizados por Aragón, Barberi, González & Ramírez (1994) y Agrolanzarote (2012) el origen de la papa lo sitúa en la Cordillera de los Andes en América del Sur, fue introducida en Europa en el siglo XVI pasando posteriormente a Asia y posteriormente en otras islas del Caribe por los españoles lo que permitió que se estableciera en todo el mundo, como un cultivo de gran valor alimentario para el hombre.

b) Clasificación taxonómica

De manera general, la papa se conoce con el nombre científico (*Solanum tuberosum* L.) y pertenece a la familia Solanáceae, Género *Solanum*, Sección *Petota*. Dentro de esta sección, solamente la *Solanum tuberosum* ssp. *Tuberosum* es cultivada en todo el mundo (Agrolanzarote, 2012, p. 5).

c) Características botánicas

Tiene una vida anual y con una altura promedio de 50 a 120 cm. Se reproduce por tubérculos, lo que constituye además la parte comestible para el hombre. Es de ciclo corto, es decir, de 90 a 100 días, de acuerdo con la variedad. Tienen diferentes formas, que van desde redondas hasta ovaladas; con distintas coloraciones de piel (blanca, roja, amarilla), e incluso de su pulpa (blanca, amarilla).

1. Tallo

Todos estos tallos, señala Inostroza et al. (1984) pueden ser “sólidos o parcialmente tubulares debido a la desintegración de las células de la médula” (p. 3); y las yemas que se forman en el tallo a la altura de las axilas de las hojas pueden desarrollarse para llegar a formar tallos laterales, estolones e inflorescencias.

2. Hojas

Aragón et al. (1994), caracterizan a las hojas como compuestas. Es decir, tienen un raquis central y varios folíolos, vellosas, pecioladas e imparipinnadas, están formadas por folíolos grandes, intermedios y pequeños.

3. Flor e inflorescencia

Con respecto a esta parte, las flores son bisexuales (hermafrodita), y poseen las cuatro partes esenciales de una flor: cáliz, corola, estambres y pistilo, que según la variedad puede presentar color blanco, rosado o violáceo.

4. Fruto

En cuanto al fruto agrícola que recibe el nombre de tubérculo tiene su origen en el acortamiento y engrosamiento del tallo subterráneo.

5. Piel o corteza

La piel o corteza de los tubérculos en cuanto a color o rugosidad varía según la variedad. rosada, roja o beige, y tiene estolones cortos (Román & Hurtado, 2002).

6. Propagación o plantación

Se realiza por medio del tubérculo, ya sea entero o un trozo de éste.

7. Hábitat

La mayoría de las variedades comerciales que se cultiva en la actualidad se adaptan mejor a las condiciones de climas templados, debido al largo proceso de mejora genética que ha sufrido en los principales países productores, donde se llevan a cabo trabajos de mejora, mediante cruzamientos que han arrojado resultados positivos.

8. Variedades de papa que van a la comercialización

Entre las variedades comerciales idóneas tanto para consumo de la población como para la industria son Friepapa, Chaucha y Superchola; y una variedad nativa como es la Chola de la cual existe una demanda muy elevada en los diversos mercados de todo el país, pero, el precio de las mismas varía constantemente, dependiendo del ciclo de cultivo, la época del año en que se coseche y el lugar donde se va a comercializar, también ocurre con las variedades mejoradas están: Santa Catalina, Gabriela, Friepapa, Margarita, Rosita (Andrade, et al. 1998).

9. Tratamiento postcosecha

Para el almacenamiento el producto debe mantener las mismas condiciones que tenía al momento del arranque, es decir, sin marchitez, sin plagas y enfermedades. Se almacena solo papa sana, limpia, usando cajas de madera con capacidad de 45,45 kg o sacos de henequén o fibra sintética, en estibas bajas; no se deben lavar ni permitir que se con agua lluvia, colocarlas en lugares secos y frescos, lo más ventilable posible, que penetre poca luz y revisar todas las semanas para eliminar tubérculos arruinados.

Crisci (1992) plantea que “existen dos tipos de almacenamiento: almacenamiento de papa-semilla y almacenamiento de papa-consumo” (p. 12-13). Se almacene a granel, utilizando camada de paja, y en bolsas. “Los almacenes especiales, su construcción responde a obtener el máximo de ventilación natural y el mínimo de irradiación de calor hacia el interior”(Colombo, 1983, p.13). También se utilizan antigerminadores y cámaras frigoríficas fundamentalmente para la papa-semilla.

10. Comercialización

La comercialización inicia cuando el mayorista compra la papa al comerciante transportista y al productor transportista, el mayorista distribuye el producto al detallista y este al consumidor. Los márgenes de ganancia generados por la intermediación son del 53%. La forma de comercialización comprende zona de abastecimiento conformado por el productor, el comerciante transportista importador y productor transportista y la zona de mercadeo conformada por el mayorista, el detallista y el consumidor.

B. Generalidades del maíz.

a) Origen y clasificación del maíz

El origen y evolución del maíz es un misterio; sin embargo, investigaciones recientes han logrado determinar que “el maíz procede de un antepasado silvestre” (Asturias, 2004, p.9-10). Estudios históricos, han confirmado la existencia de diferentes tipos de maíz paralelo al desarrollo de las civilizaciones indígenas. Recibe diversas denominaciones, dependiendo del país y de la cultura; en América se le conoce como elote, choclo, jojoto, sara o zara. Durante el siglo XVI es introducido en Europa, después de la invasión española a América, donde actualmente en diferentes regiones de España se le denomina danza, millo, mijo, panizo, borona u oroña. En Ecuador este cultivo inició su desarrollo hace 6 500 años; investigaciones realizadas identifican que en la Península de Santa Elena, hoy provincia de Santa Elena (Yanez, Zambrano, Caicedo & Heredia, 2013). El maíz es “la planta más domesticada y evolucionada del reino vegetal”(Asturias, (2004, p.9) y existe una amplia variedad.

b) Clasificación Taxonómica

Desde el punto de vista botánico pertenece al “Reino Vegetal; Subreino Embriobionta, División Angiospermae, Clase Monocotyledoneae, Orden Poales, Familia Poaceae, Género Zea, Especie Mays y su Nombre Científico es Zea mays L.”(Cabrerizo, 2012, p. 8). El nombre científico proviene del griego Zeo, que significa vivir y de la

palabra Mahíz, palabra que los nativos del Caribe, llamados Taínos, utilizaban para nombrar el grano.

c) Características Botánicas

Autores como Inostroza et al. (1984), Aragón et al. (1994), Maroto (1998) y en Agrolanzarote (2012) identifican en el maíz las características botánicas siguientes:

1. Tallo

Es una planta de porte recto, el tallo es simple, grueso y erecto con entrenudos; normalmente puede llegar a alcanzar más de 2 m de altura, tiene forma de caña y macizo en su interior, es robusto y no presenta ramificaciones.

2. Hojas

Sus hojas son anchas y largas con colores de verde claro a verde oscuro, el número de hojas y la longitud de estas cambian de acuerdo a la variedad. Además, son alternas, paralelinervias y de gran tamaño. Se encuentran abrazadas al tallo y con presencia de vellosidad en el haz; los extremos de las hojas son afilados y cortantes.

3. Flor o inflorescencia

Es una planta monoica. Presenta una inflorescencia unisexual, la inflorescencia masculina es una panícula (vulgarmente denominado espigón, espiga o penacho) de coloración amarilla que posee aproximadamente entre 20 a 25 millones de granos de polen, además cada flor que compone la panícula contiene tres estambres donde se desarrolla el polen. La inflorescencia femenina cuando ha sido fecundada por los granos de polen se denomina mazorca tierna; cuando ocurre la polinización se formarán los granos (semillas) que constituyen la parte comestible, cubierta por hojitas de color verde, terminando en una especie de penacho de color amarillo oscuro, formado por estilos.

4. Fruto

Es una semilla botánica, constituida principalmente de tres partes: la cascadilla, el endospermo y el germen. El endospermo es la reserva energética del grano y ocupa hasta el 80% del peso del grano. “El germen o embrión está formado por la radícula y la plúmula”. (Maroto, 1998, p.10).

5. Corteza

La cascadilla o pericarpio es la piel externa o cubierta del grano, que sirve como elemento protector, es dura y por debajo se encuentra la capa de aleurona que le da color blanco, amarillo, morado. “Según la variedad, se destacan: color, pueden ir desde blanco, amarillo, rojo, morado o casi negro; longitud de la mazorca; diámetro de estas, número de semillas, etcétera” (Aragón et al., 1994, p.196)

6. Siembra

La siembra puede realizarse de forma directa, aunque “en la actualidad se emplean sembradoras neumáticas” (Aragón et al., 1994, p.193). Se realiza por semilla botánica, “depositando desde una hasta tres semillas por cada nicho, ya sea de forma manual o mecanizada; a una profundidad de 5 cm” (Cabrerizo, 2012, p.31). La siembra puede realizarse en sitios, llanos o surcos, es necesario utilizar semillas con un alto porcentaje de germinación, vigor y libre de enfermedades. La distancia entre surcos debe ser de 0,8 m, con semillas cada 0,5 m en las hileras, necesitando entre 25 a 30 kg de semilla/ha (INFOAGRO, 2012)

7. Hábitat

La planta alcanza su crecimiento y desarrollo óptimo entre 21 y 32 °C, “de acuerdo con la humedad relativa del aire y el subperíodo vegetativo en que se encuentre” (Aragón et al., 1994, p.295). Requiere una temperatura que está entre 15 y 30 °C; aunque puede soportar temperaturas mínimas de 8 °C (FAO, 2012). Es un cultivo que desde la siembra hasta el inicio de la floración presenta las mayores exigencias de humedad. Se adapta fácilmente a diferentes tipos de suelo, aunque no son favorables ni los muy arenosos ni

los muy arcillosos; el mejor desarrollo se produce en suelos de textura media, profundos, con buen drenaje, sin exceso de calcio y con un pH entre 6 y 7; si es necesario se puede utilizar un suelo arcilloso.

8. Recolección o Cosecha

Se realiza “cuando el grano está en estado “lechoso”; para humitas en estado semipastoso o “cao” y para semilla se cosechará cuando ha alcanzado la madurez fisiológica que se identifica cuando en la base del grano se observa una capa negra” (Yanez et al., 2005, p.22). En el caso del maíz tierno cuando los granos estén en estado de leche (de 63 a 90 días); “las mazorcas serán entregadas a acopio en un plazo no mayor de 24 horas”(Aragón et al., 1994, p.198). La cosecha se realiza de forma manual depositando la mazorca en recipientes o sacos, debe hacerse cuando el grano está seco.

9. Variedades comerciales de maíz

En Ecuador, existen una serie de variedades e híbridos liberados por INIAP, adaptadas a diferentes zonas y condiciones climáticas del país; entre ellas las variedades INIAP-101, INIAP-122, INIAP-153, INIAP-180, INIAP-528, INIAP H-551 e INIAP H-601 (edifarm, 2011). INDIA-Pronaca ofrece variedades de alto rendimiento como la S-505, BM-905 y BM-207 (INDIA, s.f.). Otras casas comerciales como Agripac e Interoc disponen de variedades adaptadas a las zonas, siendo las más conocidas TRUENO, BRASILIA y VENCEDOR de Agripac y 104 de Interoc (edifarm, 2011).

10. Tratamiento postcosecha

Aquí se realiza la selección de las mazorcas, eliminando las mazorcas dañadas por plagas y las pequeñas, con el propósito de obtener mazorcas que tengan el grano grueso y uniforme. Después del desgrane de las mazorcas es necesario desechar todos los granos dañados y podridos, además de separar el grano comercial del grano que será utilizado para semilla. Otra labor, dentro de la poscosecha, es el secado del grano, sobre todo el que está destinado para semilla; “se debe evitar el colocar la semilla sobre planchas de

cemento caliente pues el aumento de temperatura en el grano ocasionará la pérdida de viabilidad de la semilla”(Yanez et al., 2005, p.27)

En el almacenamiento de la mazorca o el grano, ya sea para consumo o semilla, debe ser en “un lugar fresco y seco donde la temperatura oscile entre 10 a 12 °C y la humedad relativa sea menor a 60%” (Yanez et al., 2005, p.30). Utilizar Gastoxin o Gastion en dosis de 6 a 10 pastillas de 3 gramos, por cada 5 quintales de mazorca o grano. Además, debe taparse completamente con un plástico grueso el maíz o poner en un tanque de plástico y taparlo durante tres días debido a que las pastillas se gasifican, luego de este tratamiento se podrá “almacenar en un lugar fresco y seco”(Bartolini, 1990, p.30).

11. Comercialización

La comercialización del maíz se da en diferentes etapas que son; comercialización del productor directa al consumidor, comercialización del productor al intermediario y de este a la subcadena de intermediarios y finalmente al consumidor final.

C. Generalidades del cultivo de Habas

a) Origen y Clasificación

El haba es una de las leguminosas más antiguas, encontrándose vestigios de haber servido como alimento para el hombre neolítico en la Cuenca del Mediterráneo y se extendió por toda la cuenca mediterránea, China y luego introducida en América, tras el descubrimiento del Nuevo Mundo, aunque a “Etiopía se la considera como centro independiente de los anteriores” (Box, 1961, p.4). Comenzó a cultivarse casi desde el mismo comienzo de la agricultura y fueron los Romanos quienes seleccionaron de los tipos de Habas de grano grande y aplanado, “las habas verdes para el consumo humano” (Duc et al., 2010, citado por Kama, 2017, p.4).

b) Clasificación

El haba pertenece a la “familia Leguminosae; subfamilia Papilionoidea; Género Vicia; especie Faba; Tribu Viciaeae; Nombre científico Vicia faba L.; Variedades botánicas Major, equina, minor y paucijuga” (Cerrate, 1981, p.9).

d) Características Botánicas.

1. Tallo

Al ser una planta herbácea, leguminosa papilionácea, “presenta un tallo fuerte, angulosos y huecos, ramificados en el cuello o la base” (Crespo, 1996, p.12), de hasta 1,5 m de altura, con ahijamiento. “El color varía desde el verde al verde rojizo, de porte erecto, de forma cuadrangular, sin vellosidades” (Maca, 2005, p.13).

2. Hojas

Son de color verde lisas, alternas, compuestas de primordios, paripinadas con dos a cuatro pares de foliolos glabros opuestos o alternados y que generalmente son anchas, elípticas o lineales, enteras o dentadas en el ápice y “desprovistas de pubescencia” (Crespo, 1996, p.13).

3. Flor

La flor es grande y está conformada por cinco pétalos, que corresponden al estandarte o pétalo posterior, a las alas o pétalos laterales y a la quilla o carica ligeramente coloreada formada por los dos pétalos anteriores unidos entre sí, agrupadas en racimos cortos de 2 a 8 flores, “poseyendo una mancha grande de color negro o violeta en las alas, que raras veces van desprovistas de mancha” (Maca, 2005, p.14). Tienen su origen en las axilas de las hojas y son de color blanco ligeramente violáceo; la corola es dialipétala, con cinco pétalos desiguales, el cáliz glabro, de color pálido; y que “la flor está conformada por 10 estambres, 9 de ellos, están soldados y sus filamentos forman un tubo que encierra el pistilo, el décimo estambre permanece libre” (Crespo, 1996, p.14).

4. Fruto

Según Maca (2005) es una “legumbre (vaina) de longitud variable, pudiendo alcanzar hasta más de 25 cm, presenta una cantidad de granos que oscila entre 2 y 9, el color de la semilla es verde amarillento” (p. 16); aunque las hay de otras coloraciones más oscuras, y en cuanto al número de granos por vaina oscila entre 2 y 6, y el color de la semilla es verde amarillento, aunque hay de otras coloraciones más oscuras. Se encuentra en “disposición diversa y en número de uno a cinco por nudo” (Crespo, 1996, p.15).

5. Piel o corteza

En estado tierno es carnosa de color verde, en la fase de madurez comercial se tornan coráceos, negros y pelosos y, que las vainas cuando están verdes, “se les encuentra tapizadas interiormente de un tejido de color blanquecino y de consistencia aterciopelada” (Crespo, 1996, p.15).

6. Siembra

Se debe poner en remojo el día antes de sembrarla, con el propósito de favorecer su germinación y se selecciona el nicho adecuado, las semillas se colocan en líneas o caballones, a una distancia entre líneas de 50 a 60 cm y 25 a 30 cm entre plantas empleando los métodos de siembra más adecuados ya sea a chorrillo, a golpe, a mano o con sembradora.

7. Hábitat

Se adapta a temperaturas uniformes templado-cálidas y los climas marítimos mejor que los continentales; aunque también puede ser sembrado en climas fríos, preferentemente en la época de primavera. Es muy vulnerable a la sequía, fundamentalmente desde la floración hasta el llenado de las vainas. Es poco exigente en cuanto al suelo, aunque se adapta preferentemente a suelos arcillosos o silíceos y arcillosos calizos ricos en humus, profundos y frescos; los suelos con mal drenaje la perjudican y el pH óptimo oscila entre 7,3 y 8,2, siendo tolerante a la salinidad.

8. Recolección o Cosecha

Se realiza según el tipo de material vegetal, de su hábito de crecimiento y del destino de la producción; cuando la planta es de crecimiento indeterminado destinado al consumo fresco con recolección manual, se darán dos o tres pasos para cosechar la totalidad de la producción; y si la producción está destinada a la industria, entonces la recolección, será mecanizada, pasando primero una segadora hileradora, que deja las plantas alineadas y posteriormente una cosechadora-desgranadora; “se utiliza como procedimiento presionar la vaina con el tacto para comprobar si presentan el llenado y no dureza, además de mantener su color verde y se realiza de manera escalonada” (Kama, 2017, p. 40-41).

9. Variedades comerciales

En Ecuador, existen una serie de variedades e híbridos liberados por INIAP, adaptadas a diferentes zonas y condiciones climáticas del país; entre ellas las variedades INIAP-101, INIAP-122, INIAP-153, INIAP-180, INIAP-528, INIAP H-551 e INIAP H-601 (edifarm, 2011). INDIA-Pronaca ofrece variedades de alto rendimiento como la S-505, BM-905 y BM-207 (INDIA, s.f.). Otras casas comerciales como Agripac e Interoc disponen de variedades adaptadas a las zonas, siendo las más conocidas TRUENO, BRASILIA y VENCEDOR de Agripac y 104 de Interoc (edifarm, 2011)

10. Tratamiento poscosecha

Según FAO (2008), “las operaciones de trillas o desgrane se realizan después de la recolección” (p. 3). Debe hacerse la limpieza de los granos; lavado, selección, clasificación desinfección, secado empaque y almacenamiento, tanto para productos frescos como para procesarlo (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA, 2006). También lleva tratamientos suplementarios, que pueden ser químicos, como fumigación, aerosoles y polvos micronizados o físicos como irradiación, agua y ceras.

11. Comercialización

Como base fundamental el primero es el productor, el segundo es el procesador industrial el cual cuenta con centros de acopio quienes se encargan de llevar al grano a la

calidad. El precio pagado al agricultor está alrededor de 16 USD el quintal y luego de ser procesado el precio es de 20 USD el quintal.

3. Marco conceptual

Tiene como propósito ofrecer conocimiento acerca de los términos utilizados en la investigación, y así contribuir a una comprensión coherente de cada uno de ellos.

Agrícola: Pertenciente o relativo a la agricultura o a quien la ejerce.

Comercializar: Dar a un producto condiciones y vías de distribución para su venta.

Cosecha: proceso de recolección de frutos de las plantas en una determinada época del año.

Demanda: Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado).

Edafoclimático: combinación de factores que inciden en un ecosistema.

Factibilidad: disponibilidad de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos propuestos. Generalmente se determina sobre un estudio o proyecto.

Hectárea: Medida de superficie equivalente a 100 áreas y a 10.000 metros cuadrados.

Inversión: Se refiere al empleo de capital en algún tipo de negocio con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en posponer al futuro un posible consumo en el presente. Quien invierte sólo cede su posibilidad de consumo de hoy a cambio de una adecuada compensación.

Mercado: Entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio.

Oferta: Conjunto de bienes o mercancías que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado.

Producción: resultado de las actividades realizadas a las plantas y suelo.

Proyecto Factible: es una propuesta que, por sus características, pueden materializarse para brindar solución a determinado problema. Es decir, un proyecto factible significa que es viable, por tanto permite satisfacer una necesidad concreta, detectada tras un estudio.

Proyecto: es un pensamiento, una idea, una intención o propósito de realizar algo. De un modo genérico, un proyecto es un plan que se desarrolla para realizar alguna cosa.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de la Investigación

La investigación propuesta es de tipo no experimental, ya que se realiza sin manipular deliberadamente las variables independientes; es decir, se observa el fenómeno como tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. Se utiliza un diseño longitudinal para recolectar datos a través del tiempo en períodos específicos, “para hacer inferencias respecto al cambio, sus determinantes y consecuencias”(Sampieri, Fernández y Baptista, 2010, p. 126-129).

El enfoque es mixto (cuantitativo-cualitativo) al tener como base el plan de negocios propuesto por el Ministerio de Comercio Exterior (MINCOMEX), citado por Arenas (2004), “que contiene los puntos generales siguientes: Análisis del producto / servicio; Estudio de mercado; Estudio técnico; Estudio administrativo jurídico y legal y el Estudio económico – financiero” (p. 12). Es cuantitativa ya que se realiza mediante la información estadística obtenida a través de la encuesta.

3.2. Alcance de la Investigación

El alcance de una investigación indica el resultado de lo que se obtendrá a partir de ella y condiciona el método que se seguirá para obtener dichos resultados, por lo que “es muy importante identificar acertadamente dicho alcance antes de empezar a desarrollar la investigación”(Hernández, 2013, p. 122).

La investigación realizada es descriptiva y correlacional, ya que las variables demográficas que intervienen, tales como edad, sexo, nivel de escolaridad, perfil ocupacional, oferta y demanda de la papa, maíz y habas, percepción acerca del comercio, lugar que ocupan estos productos agrícolas en la comercialización apreciación de los ingresos de los productores a partir de la venta, así como la necesidad de almacenamiento de dichos productos.

Al mismo tiempo, se pretende dar respuesta a las interrogantes siguientes:

- ¿Cuál es el nivel de impacto que genera la COICE en la comercialización de la papa, maíz y habas en la parroquia de Cebadas, provincia de Chimborazo?
- ¿Dónde almacenar y conservar la papa, maíz y habas de alta calidad para lograr su permanencia en el mercado, en correspondencia con la oferta y demanda de los habitantes de la parroquia de Cebadas, provincia de Chimborazo?
- ¿Qué percepción social, tienen las personas registradas en la COICE, acerca de los centros de acopio de papa, maíz y habas?

Es correlacional porque se realiza el análisis de más de una variable con el propósito de saber cómo se asocian la percepción y satisfacción con la creación de un centro de acopio de papa, maíz y habas en la parroquia de Cebadas, provincia de Chimborazo, según la variable independiente del estudio.

3.3. Métodos de Investigación

Durante el proceso investigativo se aplicaron diferentes métodos de carácter teórico y empírico, tales como:

Inductivo. - Para identificar las incidencias particulares y hacer las inferencias generales, viable para clasificar los datos recolectados del trabajo de campo, y en la generalización de los resultados obtenidos en la muestra a la población, en correspondencia con los valores estadísticos.

Deductivo. - Para explicar el problema desde un contexto general hasta uno específico, además en la construcción del marco teórico, en el planteamiento y comprobación del presupuesto hipotético.

Analítico-sintético. - Se utiliza en la comprensión de cada hecho, fenómeno, idea o caso, descrito en el marco teórico y en el análisis de los resultados de la presente investigación.

Del nivel empírico:

Encuesta con un cuestionario que tiene ítems estructurados; la observación y la entrevista directa a través de una guía.

Instrumentos de recolección de datos primarios y secundarios

Encuesta. - Se considera a la encuesta como un método o se menciona como técnica, para indicar que el investigador no se guía por sus propias suposiciones y observaciones, sino prefiere “dejarse guiar por las opiniones, actitudes o preferencias del público para lograr ciertos conocimientos” (Lazarsfeld, 1971, p. 17). Es un método que permite explorar sistemáticamente lo que otras personas saben, sienten, profesan o creen. Es aplicada en esta investigación, para recolectar datos demográficos y las opiniones que tienen las personas acerca de aspectos económicos, servicios e infraestructuras vinculada a la comercialización de productos agrícolas papa, maíz y habas.

Observación no participativa. - La observación científica según Haynes (1978) citado por Hernández, R. et al. (1997); consiste:

En el registro sistemático, válido y confiable de comportamiento o conducta manifiesta. Puede utilizarse como instrumento de medición en muy diversas circunstancias y que es un método muy utilizado por quienes están orientados conductualmente y puede servir para determinar [...] la aceptación de un producto en un supermercado,... (p. 236)

En la observación no participativa, “el observador no se encuentra en interacción con los sujetos observados”(Hernández, R. et al., (1997, p.240). Esta investigación se aplicó para conocer las características y condiciones que presenta la infraestructura existente para el comercio de productos agrícolas papa, maíz y habas en la parroquia de Cebadas, Provincia Chimborazo.

Metodología de recolección de datos. - Se realizó la recolección de datos a personas de los centros de producción de las comunidades agrícolas pertenecientes a la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas, Provincia de Chimborazo:

- Una vez elaborado el cuestionario de ítems, se procedió a la aplicación de la encuesta.

- También se elaboró la guía de observación no participativa con sus respectivas categorías que permitan obtener información acerca de la infraestructura que se utiliza para la comercialización de los productos agrícolas papa, maíz y habas.

La aplicación de ambos instrumentos de recolección de datos, se realizó durante un período de cuatro meses, debido a la cantidad de encuestas realizadas, de centros a observarse, así como las condiciones geográficas donde se encuentran los centros de producción de las comunidades agrícolas miembros de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas, Provincia Chimborazo.

3.4. Población de Estudio

Según los datos del INEC, VII Censo de Población y de Vivienda 2010, nos indica que la población de la Parroquia de Cebadas es de 8.218 habitantes lo que representaba el 8.7% del total de la población de la provincia de Chimborazo (458.581 habitantes). La presente investigación toma en cuenta las 3.200 personas miembros de la COICE lo que representa un porcentaje de 6,25% del universo de la parroquia Cebadas.

3.5. Unidad de Análisis

Se toma como unidad de análisis las personas que están vinculadas a los centros de producción registrados en la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas, Provincia de Chimborazo.

3.6. Selección de la Muestra

La muestra fue seleccionada de manera aleatoria simple, de forma tal, que sea representativa con respecto a la población de parroquia Cebadas de la Provincia de Chimborazo.

3.7. Tamaño de la Muestra

Se utiliza la fórmula propuesta por Hernández, R. et al. (1997, p.187):

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Dónde:

Tabla 1 Simbología para el Cálculo del Tamaño de la Muestra

Símbolo	Significado	Valor
n	Tamaño de la muestra	A conocer
N	Número total de la población	400
Z	Valor estandarizado en función del grado de confiabilidad de la muestra calculada, considerando un 95% de confiabilidad de la muestra seleccionada.	1,96
P	Probabilidad de ocurrencia del evento	0.5
Q	Probabilidad de NO ocurrencia del evento	0.5
E	Error bajo un nivel de confianza.	0.05

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Aplicación de la fórmula

$$n = \frac{1,96^2 * 400 * (0,50) * (0,50)}{(0,50)^2(400 - 1) + (1,96)^2 * (0,50) * (0,50)}$$

$$n = \frac{(3,8) * (100)}{(0,0025)(399) + (3,8) * (0,50) * (0,50)}$$

$$n = \frac{400}{1 + 1}$$

$$n = \frac{400}{2}$$

$$n = 200 \text{Personas}$$

La muestra obtenida es de 200 personas registradas en los centros de producción de productos agrícolas nativos dentro de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas (COICE) de la parroquia Cebadas, Provincia de Chimborazo.

3.7 Técnicas de Recolección de Datos Primarios y Secundarios.

Fuente Primaria. - Es aquella que provee un testimonio y evidencia directa sobre la realidad de la investigación en ejecución. Las fuentes primarias son escritas y ofrecen un punto de vista en particular desde la parte interna del evento que se está estudiando. La investigación se realizará directamente en los centros de producción de las comunidades agrícolas pertenecientes a la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas, Provincia de Chimborazo, lo que nos permitirá a través de la observación directa y la aplicación del instrumento de encuesta, para obtener datos necesarios para conocer la problemática existente en los procesos de comercialización y el conocimiento de la oferta y la demanda, necesarios para el estudio de factibilidad.

Secundario. - Son aquellas que permiten obtener información ya elaborada, es decir, aquella que ya ha sido determinada con anterioridad, tales como libros, revistas científicas, anuarios, estadísticas del INEC, MAGACM SICA; FAO, Cámaras de Producción, Gremios de profesionales, GAD, documentos de Internet, informes de tesis, entre otros. Se elaboró un arqueo bibliográfico con el fin de encontrar y construir la plataforma del sistema teórico referencial necesario para este estudio.

3.8 Instrumentos para procesar datos recopilados

El procesamiento de la información aportada por los datos recolectados se realizó mediante el empleo del software estadístico, IBM SPSS versión 23 y Microsoft Excel de Windows 8 para ser representados a través de tabulaciones y gráficos que faciliten el análisis e interpretación de los resultados.

CAPÍTULO IV

4.RESULTADOS

4.1 Resultados y Discusión

El estudio se realizó mediante la aplicación de una encuesta (Anexo 1) aplicada a los miembros de la muestra, de la cual se presentan los resultados atendiendo a la distribución de frecuencia y porcentaje de cada ítem estructurado según información aportada por los encuestados.

Tabla 2. Distribución según Perfil

Ítem 1. Datos generales		
Genero	Frecuencia	%
Femenino	108	54,0
Masculino	92	46,0
Nivel de Escolaridad		
Básico	116	58,0
Bachillerato	72	36,0
Superior	12	6,0
Postgrado	0	0,0
Zona dónde vive		
Rural	180	90,0
Urbana	20	10,0
Personas de su hogar que laboran		
Una persona	53	26,5
Dos personas	89	44,5
Tres personas	45	22,5
Cuatro o más	13	6,5

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Interpretación ítem 1.

De los encuestados, el 54%, son del sexo femenino, hecho que evidencia la participación de la mujer en los procesos de producción agrícola. No obstante, constituye un aspecto a prestar atención desde una mirada de inclusión de género.

El 94% poseen un nivel de escolaridad básico y de bachillerato, mientras que el nivel superior solo el 6%, y del cuarto nivel (postgrado), no existe ningún caso; lo que hace recurrente la necesidad de continuar elevando el nivel escolar de las personas, con el propósito de lograr una adecuada proporcionalidad entre el nivel escolar y la producción agrícola.

La mayoría de los habitantes viven en zona rural, lo que evidencia una población económicamente activa vinculada a las actividades agrícolas. La composición hogareña muestra un predominio de dos personas (44,5%), seguido por personas que viven solas (26,5%) y tres personas (22,5%), solo un 6,5% conviven con más de cuatro personas en el mismo hogar. Por tanto, es condición favorable para que todos los miembros del hogar participen en la producción de productos agrícolas. En síntesis, se evidencia unadiversidad e individualidad en los aspectos evaluados según perfil de las personas encuestadas.

Tabla 3. Trabajadores del sector agrícola

Ítem 2. ¿Usted trabaja en el sector agrícola?	Frecuencia	%
Sí	196	98
No	4	2

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

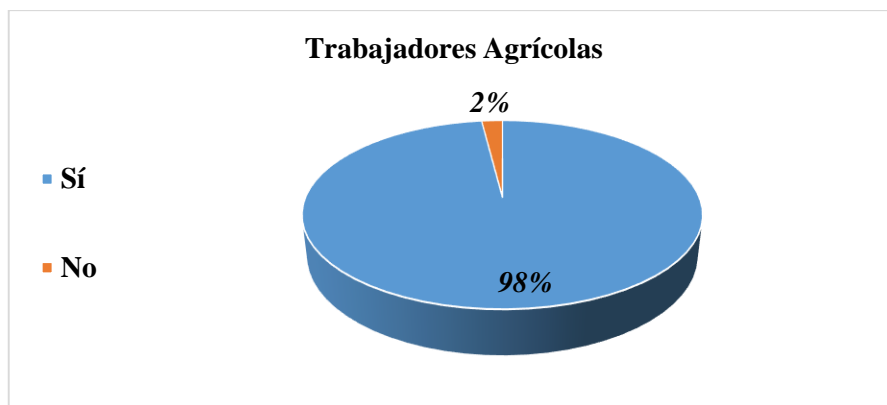


Gráfico 3. Porcentaje de Trabajadores Agrícolas.

Fuente: Encuesta

Elaborado: María José Vizueta Romero

Interpretación ítem 2.

El 98% de los encuestados confirmaron desarrollar sus actividades laborales en el sector agrícola, pues solo el 2%, está vinculado a otras actividades. Condición favorable para hacer crecer y mantener productos agrícolas para satisfacer las necesidades de la comunidad, con la población activa en este tipo de actividad económica. Estos resultados son de gran interés en la investigación pues determinan la cantidad de productos agrícolas que pueden ser comercializados, así como los precios de ventas a establecer.

Tabla 4. Cultivo de producto agrícola

Ítem 3. ¿Usted cultiva?	Frecuencia	%
Papa	113	56,50
Maíz	62	31,00
Habas	25	12,50

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

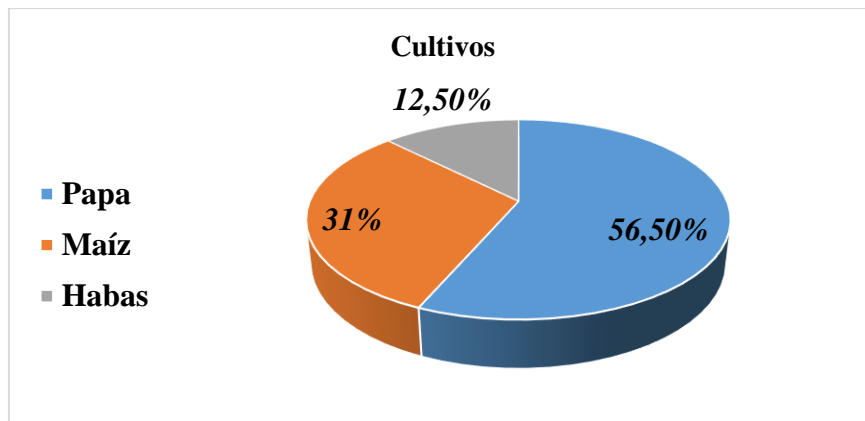


Gráfico 4. Porcentaje de cultivos de la papa, maíz y habas.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Interpretación ítem 3.

En cuanto al cultivo que se establece, como forma de producción en las diferentes áreas, el 56,50% le corresponde a la papa, el 31,00% al maíz y el 12,50% a habas. Esto significa que existe una mayor producción en cuanto a cultivar la papa y maíz fundamentalmente por parte de la población de la parroquia Cebadas; lo que constituye potencialmente una base fundamental para abastecer los centros donde se puede comercializar estos productos agrícolas. Analizando estos datos se puede establecer una estrategia de encadenamiento productivo para ampliar las áreas de cultivos fundamentalmente con el haba, pues contribuiría a incrementar la producción y, por consiguiente, su consumo.

Tabla 5. Siembra en el año

Ítem 4. ¿Cuántas veces usted siembra al año:?	Una vez al año		Dos veces al año	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Papa	152	76,0	48	24,0
Maíz	157	78,5	43	21,5
Habas	143	71,5	57	28,5

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

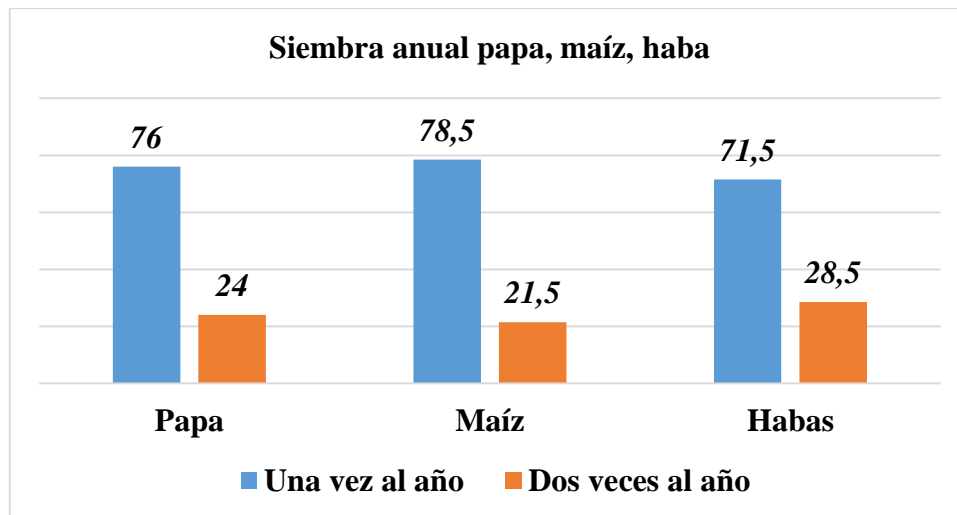


Gráfico 5. Veces en que se siembra de papa, maíz y habas en un año.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Interpretación ítem 4.

Generalmente los productores de papa realizan una siembra en el año (76,0%) y solo dos veces en el mismo año lo hacen un 24,0%. Esto significa, que aun cuando el cultivo de la papa requiere de condiciones edafoclimáticas específicas durante las etapas de crecimiento y desarrollo, es necesario establecer estrategias de siembra y cosecha, que permita mantener este tipo de producto agrícola durante todo el año, logrando un escalamiento de siembra en el mismo año. Este dato adquiere significación en la investigación.

La mayoría de los productores de maíz realizan una sola siembra al año (78,5%) y solo el 21,5% lo hace dos veces al año. Lo que hace necesario, establecer una siembra durante todo el año, pudiendo establecer una estrategia que articule variedades de ciclo corto, dado que es una planta poca exigente a las condiciones ambientales y edáficas, con el propósito de mantener este producto en los procesos de comercialización, por sus diferentes formas de consumo y sobre todo en estado verde o tierno. Estos datos permitirán en la investigación estimar los costos de producción por año, como elemento vital para el análisis financiero que se realiza.

La cuarta parte de los encuestados expresaron que el haba se siembra una vez al año, pues solo un 28,5% de ellos respondieron que se realiza dos veces al año, condición favorable para emprender un sistema de comercialización sostenible, con garantía del producto durante todo el año, además significa que la mayoría reconocen la presencia de este producto agrícola dentro de aquellos que se siembran en la comunidad.

Tabla 6. Conocimiento de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas (COICE)

Ítem 5. ¿Conoce usted la (COICE)?	Frecuencia	%
Sí	196	98
No	4	2

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

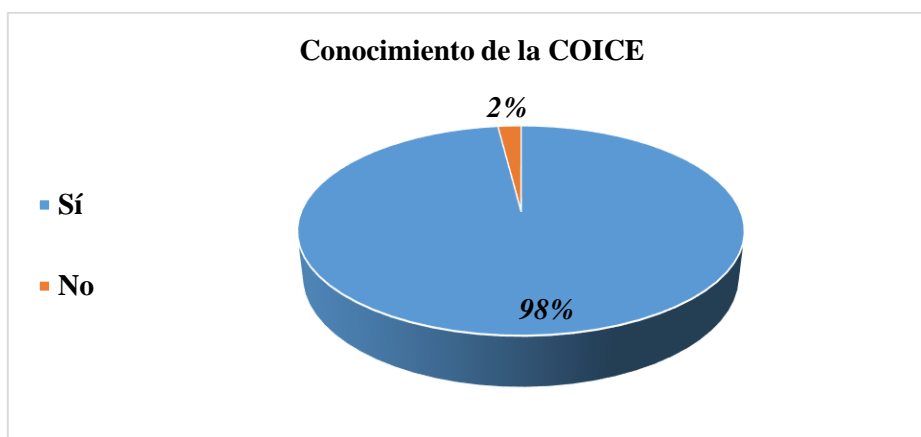


Gráfico 6. Porcentaje de conocimiento de la existencia de la COICE.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Interpretación ítem 5.

De los encuestados el 98% señaló que conoce la existencia de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas (COICE), el restante 2%, indicaron no conocer al respecto. Por tanto, este resultado adquiere gran significación en la relación productor-organización-consumidor. No obstante, se infiere que es necesario difundir, ampliar y

profundizar en aspectos específicos acerca de la gestión y funcionamiento de dicha organización.

Tabla 7. Creación de un centro de acopio.

Ítem 6. ¿Considera que la creación de un centro de acopio para papa, maíz y habas es beneficioso para la comunidad de la parroquia de Cebadas?	Frecuencia	%
Si	170	85,0
No	30	15,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

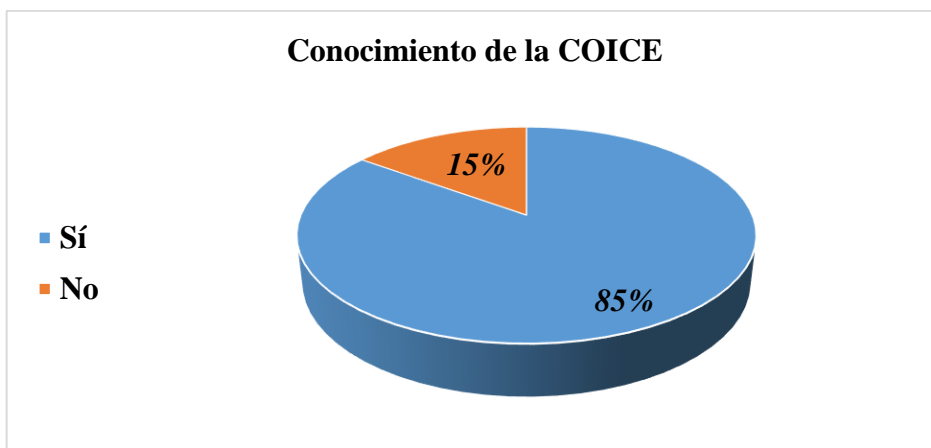


Gráfico 7. Porcentaje de conocimiento de la existencia de la COICE.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Interpretación ítem 6.

El 85,0% de los miembros de la muestra encuestados consideran importante la existencia de un centro de acopio de papa, maíz y habas en la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas (COICE), mientras que el 15,0%, no lo consideran de tal manera. Esto demuestra, que los pobladores de la comunidad tienen una apreciación favorable al respecto, lo que hace, una necesidad que se cuente con este tipo de centro en

la comunidad. Además, significa un factor potencial a tener en cuenta en la relación productor-consumidor.

Tabla 8. Ventas a través del centro de acopio y el mejoramiento de los ingresos de los productores.

Ítem 7. ¿Las ventas de los productos nativos de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas a través del centro de acopio permitirán mejorar los ingresos de los productores de papa, maíz y habas?	Frecuencia	%
Sí	196	98
No	4	2

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

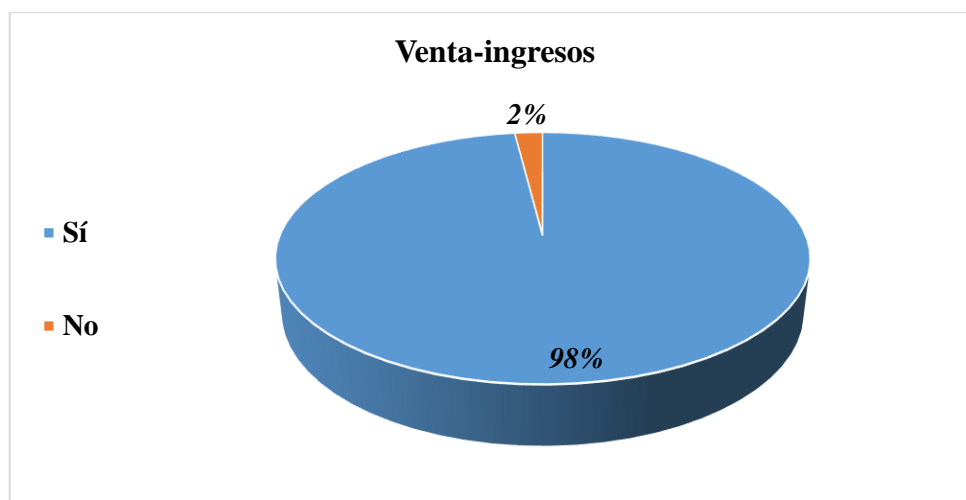


Gráfico 8. Porcentaje de percepción de la relación entre ventas-ingresos.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Interpretación ítem 7.

El 98% de los encuestados respondieron afirmativamente, que las ventas de papa, maíz y habas que se realizan a través del centro de acopio de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas (COICE) favorecen los ingresos al productor; solo

un 2% de ellos, afirmaron de manera negativa. Este resultado significa que existe un reconocimiento adecuado en cuanto a la gestión de los ingresos de los productores.

Tabla 9. Inversión en USD para la producción de papa

Ítem 8. ¿Cuánto dinero invierte usted en la producción de papa?	Frecuencia	%
(0-177 USD)	17	8,5
(178-355 USD)	21	10,5
(356-533 USD)	69	34,5
(534-711 USD)	63	31,5
(712-889 USD)	19	9,5
(890-1.067USD)	11	5,5

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

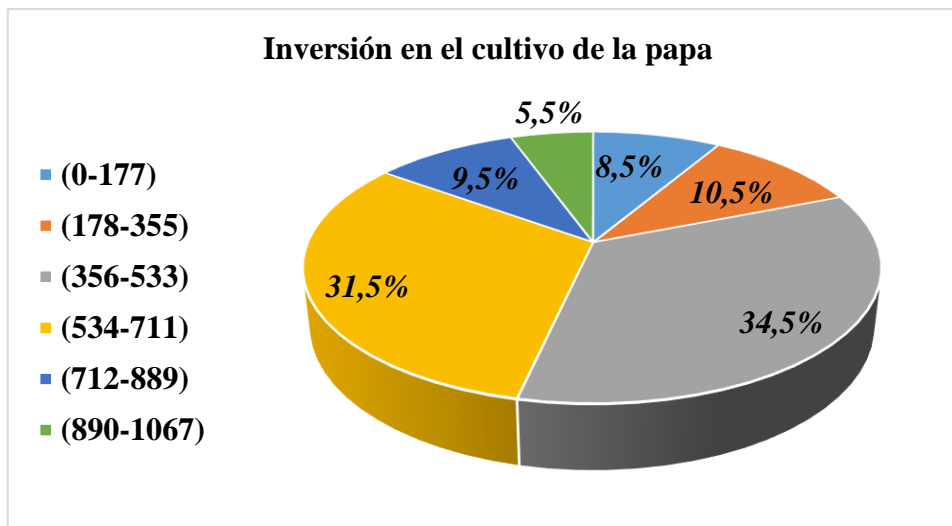


Gráfico 9. Inversión en USD para el cultivo de la papa.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Interpretación ítem 8.

Para la producción de papa, el 34,5% de los miembros de la muestra encuestados, señalan que se requiere de una inversión comprendida en un intervalo de 356 a 711 USD; los productores que hacen mayor inversión, ubicado en un intervalo de 712 hasta 1067 USD existe un 9,5% de productores de papa que utilizan esta cantidad de dinero para llevar a cabo el proceso de producción de este cultivo. De manera, que esto tiene gran dependencia, de la extensión de las áreas destinadas al cultivo y de la ubicación geográfica, dado por las influencias de factores de esta naturaleza, los cuales determinan en gran medida la cantidad de dinero a gastar.

Tabla 10. Inversión en USD para la producción de maíz

Ítem 9. ¿Cuánto dinero invierte usted en la producción de maíz?	Frecuencia	%
(0-177 USD)	12	6,0
(178-355 USD)	19	9,5
(356-533 USD)	61	30,5
(534-711 USD)	68	34,0
(712-889 USD)	27	13,5
(890-1067 USD)	13	6,5

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

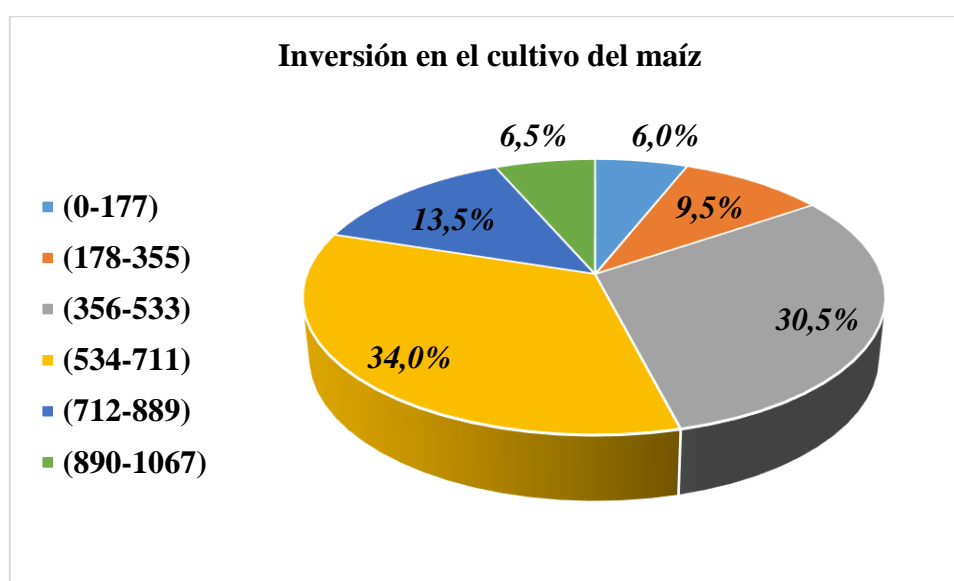


Gráfico 10. Inversión en USD para el cultivo del maíz.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Interpretación ítem 11.

El 13,5% de los encuestado coinciden que, para la producción de maíz, se requiere invertir una cantidad de dinero que oscila entre 712 a 889 USD, seguido de un 34,0%, quienes afirman que se invierte entre 534 y 711 USD; seguido de un rango relativamente más amplio de dinero a invertir, que está entre 178 hasta 533 USD, y en el rango de 890 hasta 1067 USD se ubican un 6,5%. Este resultado evidencia que existen diferencias entre las cantidades de inversión que realizan los diferentes productores.

Tabla 11. Inversión en USD para la producción de habas

Ítem 10. ¿Cuánto dinero invierte usted en la producción de habas?	Frecuencia	%
(0-177 USD)	17	8,5
(178-355 USD)	15	7,5
(356-533 USD)	40	20,0
(534-711 USD)	52	26,0
(712-889 USD)	63	31,5
(890-1067 USD)	13	6,5

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

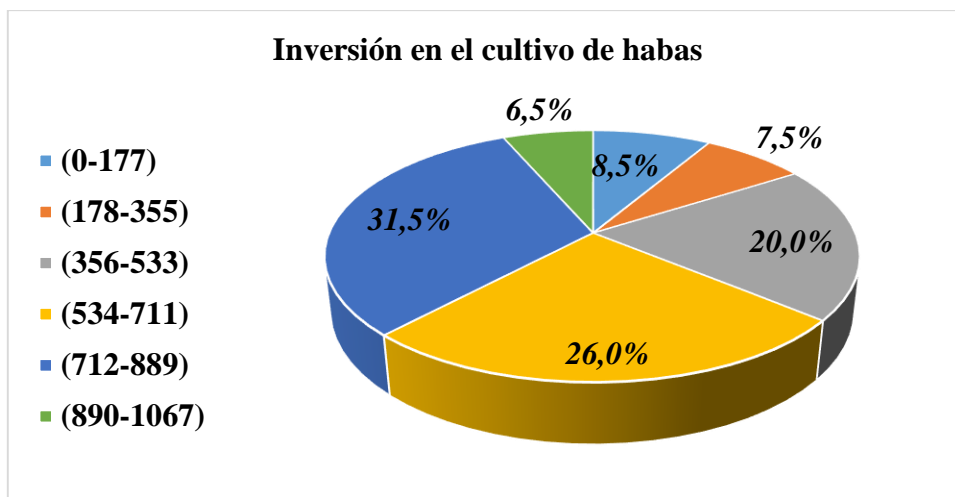


Gráfico 11. Inversión en USD para el cultivo del maíz.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Interpretación ítem 12.

La mayoría de los encuestados (57,5%), señalan que para la producción de habas se requiere de 534 a 889 USD, seguido de un 20,0% en un rango de 356 hasta 533 USD, mientras que el resto está por debajo de estos rangos. Es evidente la cantidad de factores que influyen en la cantidad de dinero necesario para producir habas, no obstante, es un hecho que marca la diferencia existente entre los productores, respecto a las cantidades invertidas.

Tabla 12. Producción de papa según variedad

Ítem 11. ¿Qué tipo de papa usted produce?	Frecuencia	%
Papa chola	85	42,5
Papa chaucha	64	32,0
Papa Gabriela	22	11,0
Papa uvilla	19	9,5
Papa fripapa	10	5,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

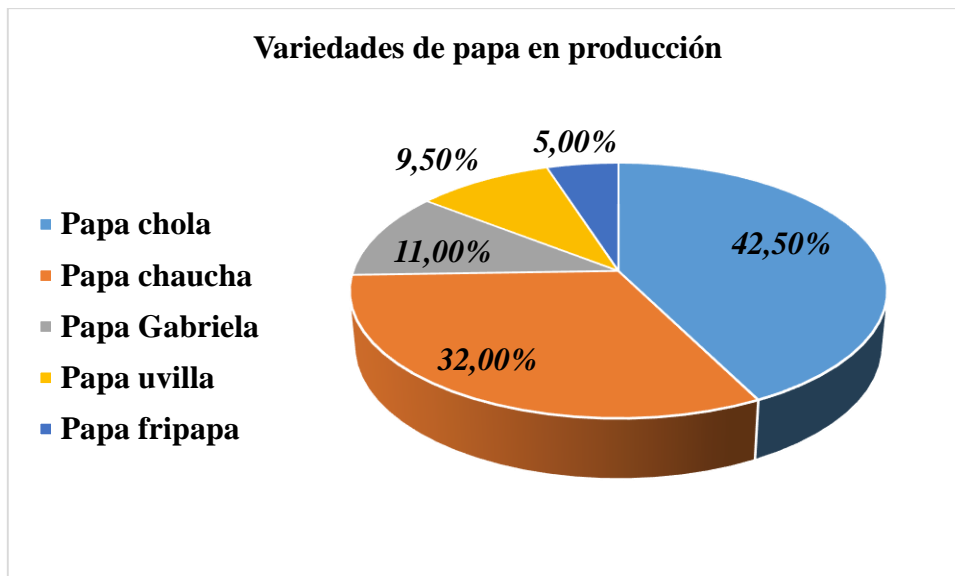


Gráfico 12. Producción de papa según variedad.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Interpretación ítem 11.

El 74,5% de los encuestados afirman que las variedades de papa que más se producen son la papa chola (42,5%) y la papa chaucha (32,0%), luego le sigue la papa Gabriela (11,0%) y la papa uvilla con un 9,5% y la fripapa representa el 5,0%. Las opiniones que predominaron en el estudio de campo es que debe incrementarse la producción de estas variedades, ya que es una forma más de mantener en el mercado dicho producto tan demandado por la población durante todo el año.

Tabla 13. Percepción de los habitantes acerca de la Influencia del centro de acopio a la economía de la parroquia Cebadas

Ítem 12. ¿Cree usted que el centro de acopio de papa, maíz y habas de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas (COICE) mejorará la economía de la parroquia Cebadas?	Frecuencia	%
Sí	192	96
No	8	4

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

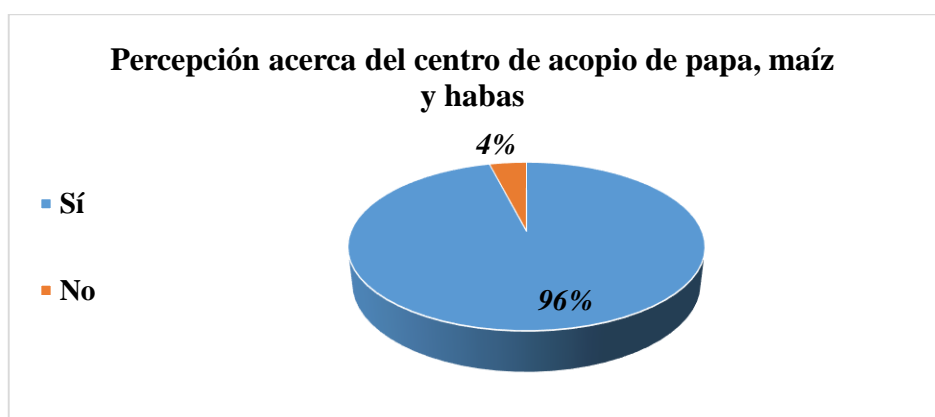


Gráfico 13. Ayuda que ofrece un centro de acopio al mejoramiento de la economía de los habitantes.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Interpretación ítem 12.

La mayoría de los encuestados 96,0% muestran tener una adecuada percepción acerca de la ayuda que ofrece un centro de acopio de papa, maíz y habas al mejoramiento de la economía de los habitantes, pues solo el 4,0% respondió en forma negativa. Este resultado da muestra que existe una condición favorable desde el punto de vista subjetivo, lo cual constituye una potencialidad en el reconocimiento de la necesidad de constar con un centro que acopie estos tipos de producto agrícola; además, de ser básico para la economía de cada productor agrícola y de la población en general.

Tabla 14. Venta de productos según destino

Ítem 13. ¿A quién vende los productos?	Frecuencia	%
Intermediarios	168	84
Consumidores	32	16

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

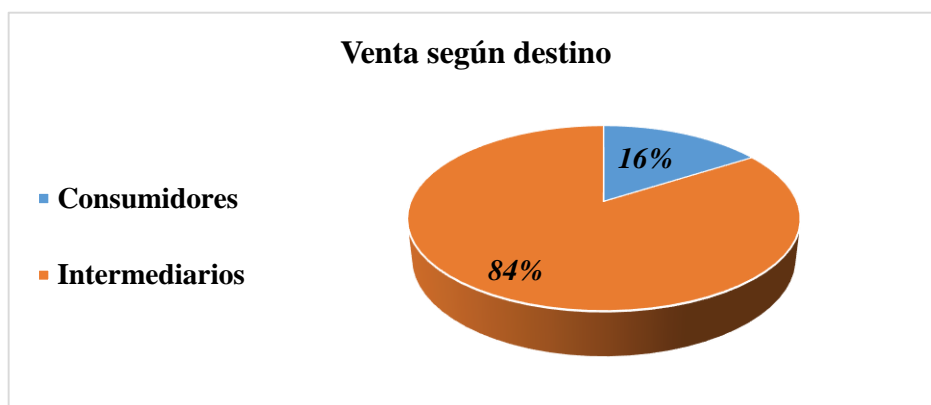


Gráfico 14. Venta de productos agrícolas a consumidores o intermediarios.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Interpretación ítem 13.

El 84,0% de los miembros de la muestra encuestados afirmaron que la venta de los productos agrícolas por parte de los productores se realiza a través de intermediarios y el 16,0% lo hacen de manera directa al consumidor. Existe un predominio de ventas de los productos agrícolas a intermediarios, lo que condiciona la inestabilidad de las ventas y una distribución que no garantiza en la totalidad a la población, ya que los precios pueden ser alterados.

Tabla 15. Deseo de comercializar la papa, maíz y habas en las ciudades

Ítem 14. ¿Le gustaría que los productos como papa, maíz y habas que usted produce se comercialicen en las ciudades?	Frecuencia	%
Sí	200	100
No	0	0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

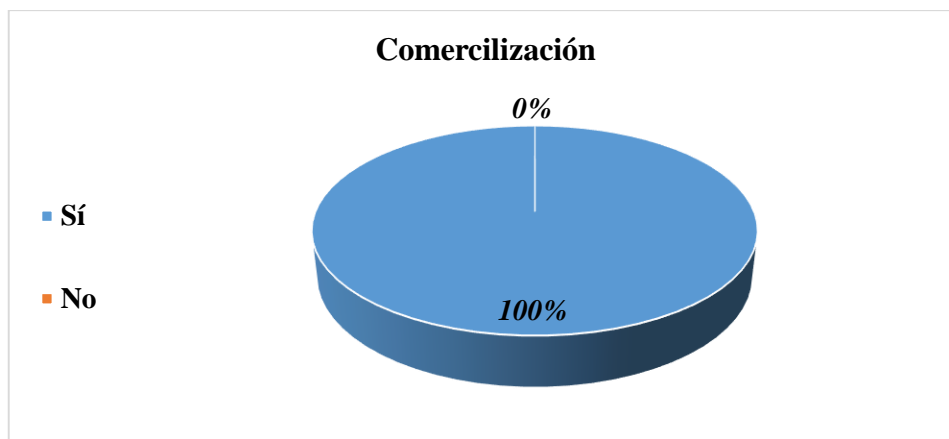


Gráfico 15. Deseo de comercializar papa, maíz y habas en las ciudades.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Interpretación ítem 14.

El 100% de los encuestados responden positivamente. Este resultado muestra la importancia de acercar los productos agrícolas cada vez más a la zona urbana, lo cual, contribuiría de manera positiva a la comercialización y al bienestar de la población. Resulta conveniente efectuar un estudio orientado a precisar los medios de transportación necesarios para trasladar los productos a las ciudades.

Tabla 16. Inversión para desarrollar los cultivos de papa, maíz y habas a partir de su comercialización

Ítem 15. La participación de intermediarios favorece o perjudica los ingresos al productor de papa, maíz y habas.	Frecuencia	%
Favorece	196	98
Perjudica	4	2

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero



Gráfico 16. Inversión para desarrollar los cultivos de papa, maíz y habas a partir de los ingresos obtenidos por su comercialización.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Interpretación ítem 15.

La mayoría de los encuestados (98%) responden afirmativamente. Esto significa que los productores tienen la posibilidad de efectuar reinversiones para ampliar sus cultivos.

Tabla 17. Inversión para desarrollar los cultivos de papa, maíz y habas a partir de su comercialización

Ítem 16. ¿Los ingresos promedio obtenidos por la comercialización de la papa, maíz y habas permiten hacer inversiones para ampliar sus cultivos?	Frecuencia	%
Si	172	86
No	28	14

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

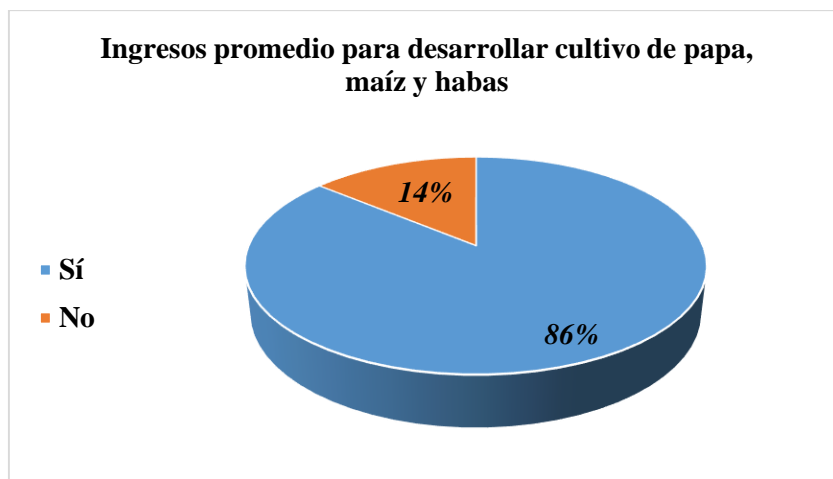


Gráfico 17. Inversión para desarrollar los cultivos de papa, maíz y habas a partir de los ingresos obtenidos por su comercialización.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Interpretación ítem 16.

La mayoría de los encuestados (98%) responden afirmativamente. Esto significa que los productores tienen la posibilidad de efectuar reinversiones para ampliar sus cultivos.

Tabla 18. Cantidad de asociado a la COICE

Ítem 17. ¿Está usted asociado a la COICE?	Frecuencia	%
Sí	172	86
No	28	14

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

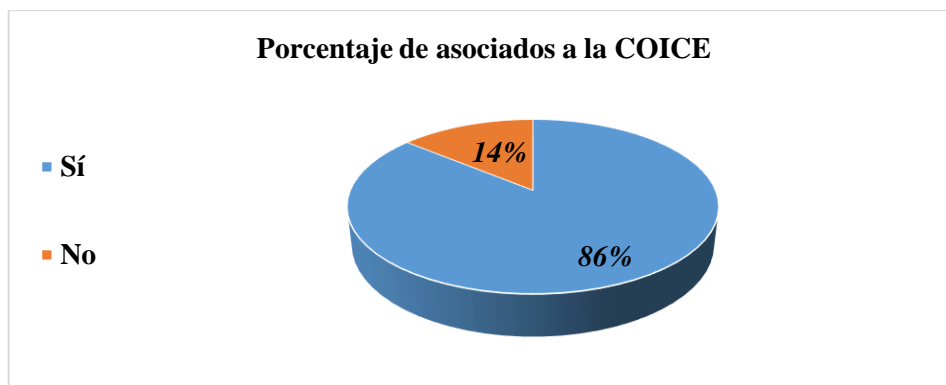


Gráfico 18. Porcentaje de asociados a la COICE.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Interpretación ítem 17.

El 86% de los encuestados señalan que están registrados como socios de la COICE, mientras que el 14% no lo está. Estos resultados evidencian que es necesario realizar acciones de orientación y esclarecimiento acerca de las funciones y ventajas que ofrece la corporación a efectos de lograr una mayor vinculación a la organización.

Tabla 19. Condiciones para almacenar papa

Ítem 18. ¿La COICE dispone de un lugar en condiciones óptimas para almacenar productos como: papa, maíz y habas?	Papa		Maíz		Habas	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Sí	152	76	144	72	156	78
No	48	24	56	28	44	22

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

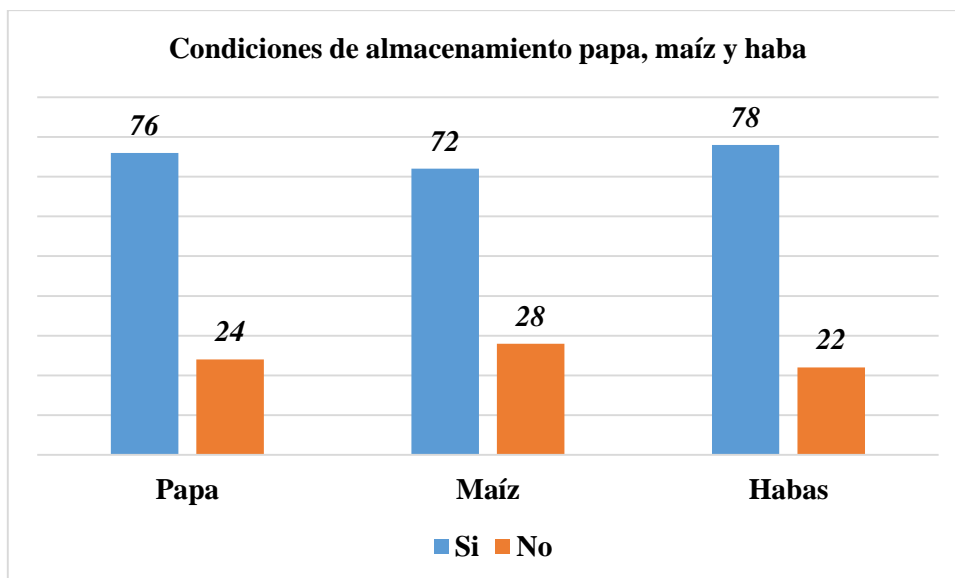


Gráfico 19. Condiciones para almacenar papa a través de la COICE.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Interpretación ítem 18.

Del total de los encuestados, el 76% de ellos, afirman que la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas presenta condiciones óptimas para el almacenaje de la papa. No obstante, hay un 24% de los participantes de la encuesta, que responden de manera negativa. Por tanto se requiere mejorar la infraestructura del Centro para conservar calidad del producto.

De los encuestados, el 72% de ellos coinciden en señalar que la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas, posee condiciones favorables para el almacenaje de maíz, mientras que el 28% no coincide con esta afirmación. Por tanto se requiere mejorar la infraestructura del Centro para conservar calidad del producto.

El 78% de los encuestados refieren que la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas cuenta con un lugar apropiado para almacenar habas, no obstante, el 22% de ellos, responden de manera negativa. Por tanto se requiere mejorar la infraestructura del Centro para conservar calidad del producto.

Tabla 20.Comercialización de la papa, maíz y habas según preferencia

Ítem 19. Señale por orden de preferencia, qué productos objeto del estudio, son los que más se comercializarían en el centro de acopio de la COICE. El número 1 es de mayor prioridad.						
Prioridad	Papa		Maíz		Habas	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	182	91,0	6	3,0	12	6,0
2	13	6,5	181	90,5	72	36,0
3	5	2,5	13	6,5	116	58,0

Fuente: Encuesta

Elaborado: María José Vizueta Romero

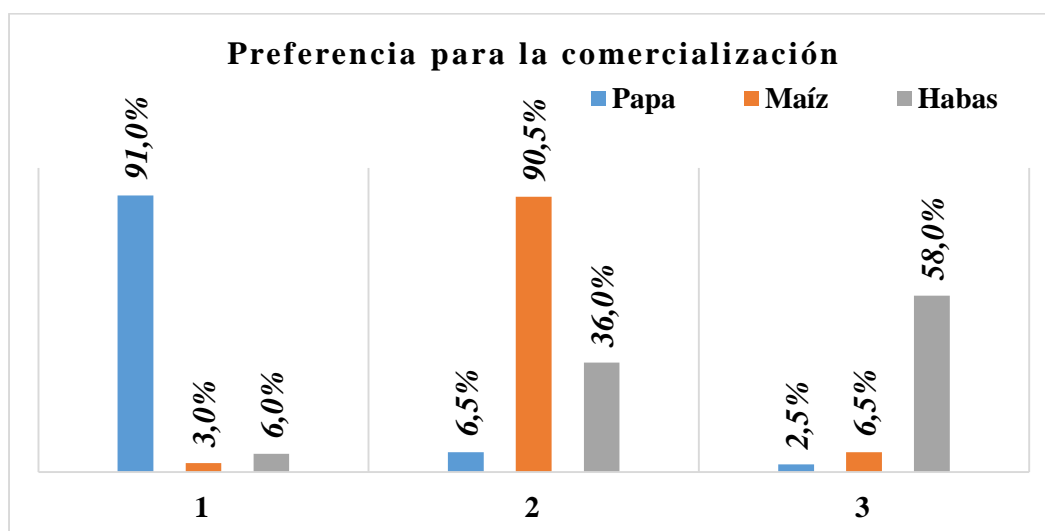


Gráfico 20.Comercialización de la papa, maíz y habas según preferencia.

Fuente: Encuesta

Elaborado: María José Vizueta Romero

Interpretación ítem 19.

El 91,0% reconocen a la papa como el producto agrícola que más se comercializaría, seguido del maíz con un 90,5% y posteriormente las habas con 58,0%. Estos resultados

evidencian que estos productos agrícolas ocupan un lugar importante en el proceso de comercialización que lleva a cabo la Corporación, lo que demuestra que el Centro de acopio prestaría gran utilidad a los productores.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

5.1. Estudio de mercado.

El estudio de mercado se realizó a través de ítems aplicados a una muestra seleccionada perteneciente al cantón Riobamba de la provincia de Chimborazo. A partir del procesamiento de datos, análisis e interpretación de la información se conformó la base para el diseño integral de la producción y comercialización de dichos productos agrícolas

5.1.1. Segmentación del Mercado adquisitivo.

En la determinación de los segmentos del mercado se tuvieron en cuenta los criterios siguientes:

- Geográfica: cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo
- Demográfica: habitantes de la comunidad, con inclusión de todos los grupos etarios.
- Psicográfica: estilo de vida sano.
- Conductual: búsqueda y selección de productos alimenticios saludables.
- Económica: todas las clases sociales.

5.1.2. Objetivos del estudio de mercado

- Identificar la posible demanda insatisfecha en el mercado local
- Establecer una proyección de la oferta que cubra las expectativas de la demanda insatisfecha.
- Proponer los canales de comunicación adecuados en pos de lograr un mejor posicionamiento de la imagen de los productos agrícolas.

5.1.3. Marketing Mix

Slogan, es un texto corto de no más de siete palabras, debe reflejar las características del producto, e impactar en la visión de los consumidores. Los slogans que mejor funcionan como todo, son aquellos que se centran en el usuario. Se ha considerado como el eslogan de la COICE el siguiente:

Slogan: JUNTOS POR EL DESARROLLO Y LA COICE

Ilustración 1: Etiqueta



Vizueta

Elaborado por: María José Romero

5.1.3.1. Producto agrícola

5.1.3.1.1. Papa

La papa es un producto agrícola de gran importancia en la gastronomía de la mayoría de países debido a sus excelentes cualidades y por su valor organoléptico. Es utilizada en diversas preparaciones culinarias que van desde las modestas cocinas familiares hasta las más evolucionadas recetas de los grandes chefs. En el mercado se pueden encontrar en diferentes formas, que van desde redondas hasta ovaladas, así como con distintas coloraciones.

5.1.3.1.2. Marca:Papa Chola

Slogan: JUNTOS POR EL DESARROLLO Y LA COICE

Ilustración 2: Marca y Logo



Elaborado por : María José Vizueta Romero

5.1.3.2. Producto agrícola

5.1.3.2.1. Maíz

El maíz es la planta más domesticada y evolucionada del reino vegetal. El grano de maíz contiene aproximadamente el 90% de almidón y el 9% de proteína, y pequeñas cantidades de aceites, minerales y elementos traza, prácticamente suministra todas las vitaminas necesarias para el hombre, integra una nutrición muy completa y balanceada; sobre todo cuando se le adicionan proteínas de origen animal y las muchas y muy diversas frutas, verduras y tubérculos.

También es utilizado en medicina popular contra la hepatitis, la hipertensión, la diabetes, la menorragia, los padecimientos renales, los cálculos, el reumatismo, las verrugas, los tumores y otros padecimientos, en forma de cataplasma, cocciones, ungüentos y emplastos. La infusión de los denominados pelos de choclo o cabellos de elote, como también es conocido, es un excelente diurético y se usa en caso de trastornos renales.

Actualmente es cultivado en la mayoría de los países del mundo y es la tercera cosecha en importancia (después del trigo y el arroz). Independientemente de su uso industrial, el maíz constituye un componente importante de la vida de los pueblos de américa, por ser el sustento de la dieta alimenticia de los pueblos indígenas y mestizos.

5.1.3.2.2. Marca: Maíz en Mazorca

Slogan: JUNTOS POR EL DESARROLLO Y LA COICE



Ilustración 3: Empaque y Etiqueta

Elaborado por: María José Vizqueta Romero

5.1.3.3. Habas

El haba es la séptima legumbre de grano en importancia en el mundo y la típica leguminosa de doble utilización (tanto para alimentación humana como animal), constituyendo en muchos países la mayor fuente de proteína en alimentación humana. Esta especie ofrece grandes bondades, como un alto contenido de proteínas de esta manera el cultivo es fuente principal en la seguridad alimentaria, por otra parte, tiene capacidad de fijar nitrógeno atmosférico en simbiosis con bacterias, lo que permite restaurar la fertilidad de los suelos.

La producción de habas en vaina verde es destinada íntegramente para el consumo interno de la población rural y urbana, constituye una fuente de ingresos económicos para los productores, especialmente para aquellos agricultores de menores ingresos. Poseen en proteína aproximadamente la cuarta parte de su peso (24%). Como grano seco contribuye a la seguridad alimentaria de la familia campesina.

El haba en relación a otras especies de leguminosas de grano es considerada de alta calidad nutricional, por su elevado contenido proteico y por la cantidad de grasa que presenta, es rica en lisina (aminoácido), es una fuente de vitaminas del complejo B, ya que contiene tiamina, niacina y flogatas. En proteína posee un 23,4%, tanto que sustituye a la proteína de la carne (12,4%) con la ventaja que no posee colesterol., posee calcio 90

mg/100g y hierro 3,6 mg/100g, mayor que otros productos (lentejas, trigo, arroz y maíz). Contiene una importante cantidad de aminoácidos esenciales, como cistina, metionina, lisina, triptófano, entre otros, que son importantes para la alimentación humana.

5.1.3.3.1. Marca: Haba Fresca

Slogan: JUNTOS POR EL DESARROLLO Y LA COICE



Ilustración 4: Empaque y Etiqueta

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Para garantizar la calidad de los productos agrícolas: papa, maíz y habas se tendrán en cuenta los siguientes indicadores:

- Sistema de cultivo que comprende desde la selección de semillas para la siembra o plantación hasta la recolección o cosecha.
- Prácticas agrarias técnicas ecológicas durante el desarrollo de los cultivos, con predominio de la aplicación de abonos orgánicos y manejo integral de plagas y enfermedades que no contaminen químicamente al producto final.
- Tratamiento ecológico durante el manejo postcosecha y almacenaje de los productos.

5.1.4. Precio

Se implementará una estrategia de precios del tipo competencia de mercado, teniendo en cuenta que el precio esté acorde con la calidad de estos productos agrícolas por las propiedades y beneficios que aportan. En este sentido se analizó el comportamiento de los precios en los principales mercados del Ecuador, esta información está disponible en una plataforma virtual de datos denominada SISPA del Ministerio de

Agricultura y Ganadería (MAG), donde se ha registrado la siguiente información para la última semana del mes de diciembre de 2018.

5.1.5. Precios de referencia de la papa en el mercado

Tabla 21. Papa Súper Chola USD/Saco 100 libras

Mercado	Precio Mínimo	Precio Promedio	Precio Máximo	Penúltimo Precio	Último Precio	Tendencia	% Variación
Cuenca - El Arenal	28.00	28.00	28.00	28.00 23/01/2019	28.00 26/01/2019	SE MANTIENE	0.00
Guayaquil - TTV	26.00	27.53	29.67	26.33 26/01/2019	26.00 29/01/2019	BAJÓ	-1.25
Quito MMQ-EP	24.00	24.67	25.67	24.00 26/01/2019	24.00 29/01/2019	SE MANTIENE	0.00
Ambato EP-EMA	20.67	22.42	23.00	23.00 25/01/2019	20.67 28/01/2019	BAJÓ	-10.13
Latacunga	20.00	20.33	21.00	20.00 25/01/2019	20.00 26/01/2019	SE MANTIENE	0.00
Riobamba - EP EMMPA	17.00	17.84	18.67	18.67 25/01/2019	18.67 28/01/2019	SE MANTIENE	0.00
San Gabriel - Carchi	16.33	16.33	16.33		16.33 25/01/2019		0.00

Fuente: MAGAP-SISPA

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Tabla 22. Papa Chaucha precio USD/Saco 100 libras

Mercado	Precio Mínimo	Precio Promedio	Precio Máximo	Penúltimo Precio	Último Precio	Tendencia	% Variación
Latacunga	17.00	17.44	18.00	17.33 25/01/2019	17.00 26/01/2019	BAJÓ	-1.90
Ambato EP-EMA	15.00	16.25	18.00	16.00 25/01/2019	15.00 28/01/2019	BAJÓ	-6.25
Riobamba - EP-EMMPA	15.00	16.92	18.67	18.67 25/01/2019	15.00 28/01/2019	BAJÓ	-19.66
Guayaquil - TTV	11.00	11.44	12.00	11.00 24/01/2019	11.33 26/01/2019	SUBIÓ	3.00

Fuente: MAGAP-SISPA

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Tabla 23. Papa Gabriela USD/Saco 100 libras

Mercado	Precio Mínimo	Precio Promedio	Precio Máximo	Penúltimo Precio	Último Precio	Tendencia	% Variación
Ambato EP-EMA	9.33	13.65	20.67	20.33 26/12/2018	20.33 28/12/2018	SE MANTIEN	0.00
Riobamba - EP-EMMPA	6.00	11.18	16.00	15.00 26/12/2018	16.00 28/12/2018	SUBIÓ	6.67
Quito MMQ-EP	14.67	15.11	16.00	14.67 17/11/2018	14.67 20/11/2018	SE MANTIEN	0.00
San Gabriel - Carchi	4.67	9.75	15.67	12.50 21/12/2018	12.67 28/12/2018	SUBIÓ	1.36

Fuente: MAGAP-SISPA

Elaborado por: María José Vizueta Romero

La papa Gabriela en el mercado de Riobamba _EP_EMMPA tiene como precio mínimo 6,00 USD/Saco 100 libras, con precio promedio de 11,18USD/Saco 100 libras, y como máximo de 16,00 USD/Saco 100 libras, encontrándose en diciembre de 2018 a 16,00 USD/Saco 100 libras, evidenciando una tendencia a subir de precio a partir de ese año (MAGAP- SISPA, 2018).

Tabla 24. Maíz suave (choclo) presentación saco 70 libras.

Mercado	Precio Mínimo	Precio Promedio	Precio Máximo	Penúltimo Precio	Último Precio	Tendencia	% Variación
Guayaquil - TTV	16.67	26.18	36.00	26.00 27/12/2018	27.00 29/12/2018	SUBIÓ	3.85
Cuenca - El Arenal	15.00	22.64	30.00	25.00 26/12/2018	25.00 29/12/2018	SE MANTIENE	0.00
Quito MMQ-EP	17.33	22.22	30.00	22.67 22/12/2018	22.67 29/12/2018	SE MANTIENE	0.00
Ambato EP-EMA	13.00	18.05	24.33	20.00 26/12/2018	19.33 28/12/2018	BAJÓ	-3.35
Riobamba - EP-EMMPA	8.00	19.07	30.00	18.00 26/12/2018	18.00 28/12/2018	SE MANTIENE	0.00

Fuente: MAGAP-SISPA

Elaborado por: María José Vizueta Romero

El maíz suave (choclo) tiene como precio de referencia en Riobamba_EP_EMMPA que se comercializa a un precio mínimo de 8,00 USD/Saco 70 libras y como precio máximo de 30,00 USD/Saco 70 libras, con un precio promedio de

19,07 USD/Saco 70 libras, en diciembre de 2018 registró un precio de 18,00 USD/Saco 70 libras; el cual se mantiene desde el año 2018(MAGAP-SISPA, 2018).

Tabla 25. Haba fresca presentación saco de 70 libras.

Mercado	Precio Mínimo	Precio Promedio	Precio Máximo	Penúltimo Precio	Último Precio	Tendencia	% Variación
Cuenca - El Arenal	8.00	12.05	20.00	20.00 26/12/2018	15.00 29/12/2018	BAJÓ	-25.00
Guayaquil - TTV	9.00	12.00	14.33	14.00 27/12/2018	14.00 29/12/2018	SE MANTIENE	0.00
Ambato EP-EMA	8.33	11.25	14.33	13.00 26/12/2018	10.00 28/12/2018	BAJÓ	-23.08
Riobamba - EP-EMMPA	6.00	8.89	12.67	9.00 26/12/2018	9.00 28/12/2018	SE MANTIENE	0.00

Fuente: MAGAP-SISPA

Elaborado por: María José Vizueta Romero

El haba fresca tiene como precio de referencia en Riobamba _EP_EMMPA mínimo de 6,00 USD/Saco 70 libras y como precio máximo de 12,67 USD/Saco 70 libras, con un precio promedio de 8,89 USD/Saco 70 libras, y a diciembre de 2018 registró un precio de 9,00 USD/Saco 70 libras (MAGAP-SISPA, 2018).

Para poder ser competitivo en el mercado se propone como precio para cada producto analizado y según su variedad de la siguiente forma: papa Gabriela (15,00 USD/Saco 100 libras 0,30 USD/KG), para el maíz suave (17,00 USD/Saco 70 libras) y para habas (12,00 USD/Saco 70 libras).

5.1.6. Plaza

La identificación de un adecuado canal de distribución acorde a las necesidades, recursos del centro de acopio (COICE), permitirá alcanzar el éxito de los productores, que contarán con personal de ventas para las actividades de distribución.



Ilustración 5. Canal de distribución

Fuente: Investigación

Elaborado: María José Vizueta Romero

Tomando en cuenta que, los productos a ser ofertados en el mercado local y nacional están cruzando por una fase de introducción, según el ciclo de vida del producto, los costos de posicionamiento van a ser elevados y la fuerza de ventas tendrán que aplicar estrategias que cristalicen las compras mostrando un aumento de oferta en el tiempo de duración del proyecto. Para la transportación de los productos, el centro de acopio dispondrá de un camión, el mismo que servirá para el traslado desde el centro de acopio hasta los establecimientos de mayor demanda de los productos.

Adicionalmente se prevé la conveniencia de instalar un punto de venta de productos con valor agregado producidos por la COICE, el mismo deberá ubicarse en el cantón de Riobamba, en algún punto estratégico de la ciudad, con la finalidad de ofertar papa, maíz y habas de calidad, esto permitirá captar aquellos consumidores que deseen adquirir el producto sin tener que acudir a algún supermercado.

Para la transportación de los productos, el centro de acopio dispondrá de un camión para su traslado desde el centro de acopio hasta los establecimientos donde se van a comercializar.

5.1.7. Promoción

Entiéndase como promoción a los gastos que se van a realizar dentro de la publicidad y por ende todas las actividades que este conlleva. Los principales canales de

promoción serán las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter por sus bajos costos y alto posicionamiento dentro de clientes potenciales; además, se utilizarán otros medios de difusión masiva (radio, prensa impresa y digital). Es necesario manifestar que cada actividad a realizar dentro de este punto es vital para el crecimiento del proyecto tanto en volúmenes de venta como en ingreso en ventas, marcando la sustentabilidad del mismo. A continuación, detallaremos las actividades e insumos más importantes a ejercer en este rubro:

Tabla 26. Gastos de Publicidad

ACTIVO	Cantidad unidades	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Diseño de página web	1	29,70	29,70
Monitoreo nivel de satisfacción de clientes	60	0,30	18,00
Capacitación personal	11	5,00	55,00
Recursos varios (materiales)	100	3,50	350,00
Folletos	600	0,05	30,00
Volantes	600	0,05	30,00
Imprevistos (10%)	128	2,00	256,00
TOTAL			768,70

Fuente: Investigación

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Como todo proyecto busca sostenibilidad, que por lo general se apoya en una fuerza de venta, es necesario entender que se debe contar con un personal capacitado y formado en ventas ya que se considera un punto crucial para el posicionamiento del centro de acopio logrando así tener más demanda sostenible y creciente. Otro factor a considerar es el Marketing Directo, una estrategia muy utilizada para generar tráfico en la compra y venta de productos y/o servicios, eficaz en cuanto a consolidar clientes potenciales y lograr afianzar a posibles clientes.

Con estos antecedentes se debe desarrollar ciertas acciones que conlleven a afianzar a nuevos clientes, estrategias que indiquen los beneficios de los productos ofertados por la organización COICE. Para esto es necesario plantear ciertas estrategias que estarán enfocadas en la posventa:

Tabla 27. Estrategias Posventa

OBJETIVOS	VÍAS PARA LOGRARLO
Vender papa, maíz y habas en el Cantón Riobamba.	Con la difusión y promoción de la papa, maíz y habas, haciendo énfasis en sus beneficios, propiedades y recetas culinarias.
Atraer clientes de cantones colindantes seleccionados.	Por medio de las herramientas de comunicación que ofrecen las diferentes plataformas de redes sociales.
Emplear diferentes medios de comunicación para transmitir información necesaria al consumidor.	Medios de difusión masiva (radio, prensa impresa, digital, folletos, etc.).
Gestionar procesos agro técnicos ecológicos y comercialización, acorde a las normas técnicas de calidad establecidas.	A través del control sistemático de todo el proceso.
Realizar estudio de aceptación de los productos agrícolas papa, maíz y habas.	Estudio de mercado
Capacitar al capital humano vinculado a la venta.	Diseño de programas de capacitación orientados a las personas encargadas de realizar las ventas.
Establecer un sistema de atención a las quejas y reclamos de los clientes.	Gestión de quejas y reclamos por parte de los dirigentes.

Fuente: Investigación

Elaborado por: María José Vizueta Romero

5.1.8. *Estudio de la competencia*

Para este estudio se adopta el modelo de las Cinco Fuerzas Competitivas de Michael Porter, adecuado al mercado de la papa, maíz y habas.

Posibles entrantes: La producción y la comercialización de la papa, maíz y habas, el producto que mayor inversión requiere es la papa, el maíz y habas requiere de inversiones

mínimas, por ser cultivos que se adaptan a las condiciones endolinfáticas existentes en la región. Por lo tanto, siempre estará amenazada por otras organizaciones que se dediquen a la misma actividad, peor aún si las mismas se encuentran organizadas y con un mayor volumen de producción, por lo que es necesario la innovación y la retroalimentación en todas las líneas de producción y comercialización de este proyecto.

Competencia directa: Todos aquellos emprendimientos que se dedican a la venta de papa, maíz y habas a nivel local, regional y nacional. En el caso de papa a nivel regional la mayor competencia es CONPAPA, este consorcio agrupa gremios pequeños de productores que se encargan de producir papa comercial y semillas en Tungurahua, Chimborazo y Bolívar, Su centro de acopio está ubicado en el sector Troje al sur de Riobamba y al mes entregan más de 3000 quintales de papa de diferentes clases. Pero hay que tomar en cuenta que los productos como la papa, el maíz y habas, son productos de consumo masivo y están dados por temporalidades en su cosecha y comercialización.

Clientes: Los compradores tienen poder de adquisición por estar considerados dentro de la Población Económicamente Activa de la ciudad de Riobamba, personas con poder adquisitivo medio alto y con poca disponibilidad de tiempo para efectuar compras de los productos ofertados por el COICE.

Proveedores: La COICE como centro de acopio, dependerá exclusivamente de los niveles de producción de las organizaciones agrícolas adheridas a la institución antes mencionada, y viceversa, los productores dependerán de la capacidad que tenga el centro de acopio para poder captar los productos que serán vendidos al consumidor final.

Sustitutivos: El resto de productos agrícolas, tales como frejol, trigo, arroz, soya, etc. Con la misma capacidad nutricional y los cuales son de fácil acceso al consumo por tener centros de distribución masivos como son plazas y mercados.

5.1.9. Demanda y oferta

Para el cálculo de la demanda se utilizaron los datos referidos a la población económicamente activa de Riobamba que está en posibilidad de adquirir estos productos agrícolas y que corresponde a 52.068 (INEC, 2010).

Tabla 28. Demanda proyectada

Años	Población Crecimiento proyectado. 1,4%	Consumo semanal, 14%	Consumo anual
2019	4.402	4.930	236.640
2020	4.465	5.090	244.320
2021	4.527	5.161	247.728
2022	4.590	5.233	251.184
2023	4.654	5.305	254.640
2024	4.719	5.380	258.240
2025	4.785	5.455	261.840

Fuente: Investigación

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Cuantificación de la oferta.

Se realizó a partir de un estudio de campo que realizó el centro de acopio de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas (COICE), cuando estaba en funcionamiento hasta el año 2005, sobre la cantidad de papa, maíz y habas vendido en día de acuerdo a la variedad.

Tabla 29. Cuantificación de la oferta cuando el centro de acopio estuvo en funcionamiento.

Cantidad de quintales	Semana	Mes	Año
Papa chaucha vendida	7	29	350
Papa súper chola vendida	11	42	500
Maíz suave vendido	8	33	400
Habas tierna vendidaa	41	166	2000

Fuente: Investigación

Elaborado por: María José Vizueta Romero

5.1.10. Demanda insatisfecha

De la diferencia de la demanda y oferta proyectada se obtiene la demanda insatisfecha estimada de la papa, maíz y habas, en el cantón Riobamba de la provincia de Chimborazo. El estimado de la demanda insatisfecha de la papa, maíz y habas con valor agregado de dicho cantón, refleja la existencia de un mercado de consumidores, al que se puede atender a través del centro de acopio.

Estos productos con valor agregado, serán ofertados en supermercados del cantón Riobamba. Es necesario destacar que mediante Resolución Nro. 008, publicada en el Registro Oficial del Ecuador de 22 de septiembre de 2015, se expidieron normas regulatorias para las cadenas de supermercados y proveedores, en su Artículo Nro. 5, inciso 6, manifiesta que las cadenas y supermercados incorporaran productos elaborados por la Economía Popular y Solidaria (EPS), artesanos, así como de la micro o pequeña empresa legalmente constituidas, propiciando su fortalecimiento y asociatividad como proveedores de canal de distribución. Al ser la COICE, considerada una personería jurídica cuyos productos están calificados como EPS, y por ley podrán ser exhibidos en los supermercados de la ciudad de Riobamba

5.2. Estudio Técnico

5.2.1. Objetivos del Estudio Técnico

A partir del estudio técnico se determina los elementos fundamentales para la comercialización de los productos agrícolas de papa, maíz y habas en esta localidad. Los componentes a tener en cuenta se encuentra el tamaño, la localización, equipos, instalaciones y flujograma.

5.2.2. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad instalada que dispondrá el centro de acopio para almacenar los productos, ya sea diaria, semanal o mensualmente.

5.2.2.1. Mercado

La compra - venta de productos agrícolas en el cantón Riobamba es a diario, es por ello que el proyecto presenta un camino viable para su creación, el mercado es relativamente atractivo debido al elevado número de comerciantes provenientes de diferentes sectores, quienes se abastecen de mercadería para distribuir a otros establecimientos de diferentes ciudades del territorio.

El mercado al cual estarán dirigidos los productos del centro de acopio, está constituido por la población económicamente activa del cantón, que consume papa, maíz y habas con valor agregado y que mantenga una capacidad de compra.

5.2.2.2. Disponibilidad de recursos financieros

El centro de acopio estará financiado por los socios de la COICE, que son alrededor de 200, que aportarán 400 dólares cada uno, lo que constituye el capital inicial de inversión: Más adelante este rubro se complementará con los flujos de caja para poder desarrollar los indicadores financieros.

Cabe indicar que este tipo de financiamiento tiene su riesgo, por un lado, está el compromiso de cada socio al invertir cierta cantidad de dinero y por el otro la responsabilidad de multiplicar esa inversión por medio de una buena comercialización y por ende en el reflejo del crecimiento de la organización a través de los años, el aporte de los socios está establecido en el Art. 11 literal 6 de la Reforma Estatuto de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas “COICE” (Ver anexo 4).

Tabla 30. Capital Social – Aporte de los Socios de la COICE

SOCIOS	NUMERO DE SOCIOS	VALOR DE APORTE C/SOCIO	TOTAL APORTE DE SOCIOS
Aportes de socios	200	400,00	80.000,00
TOTAL APORTE DE SOCIOS			80.000,00

Fuente: Entrevista

5.2.2.3. *Disponibilidad de mano de obra*

La mano de obra que se requerirá para el centro de acopio serán personas con conocimientos de selección, recepción, preparado, lavado, escurrido o secado, pesado, empacado, etiquetado y almacenado de la mercadería. El personal administrativo, deberá poseer conocimientos en administración, contabilidad, ventas y registro de inventarios.

Se considerará el 70% del personal de la planta a los socios de la COICE, tales como: el gerente del centro de acopio, el despachador, operario, chofer y secretaria; con experiencia en la gestión de comercialización; mientras que el 30% del personal externo, estará conformado por profesionales de las ciencias económicas-financiero para capacitar.

5.2.2.4. *Disponibilidad de productos.*

Cebadas es un lugar que posee grandes extensiones de tierra en donde se cultivan varios productos agrícolas en todo el año, de acuerdo a nuestra encuesta planteada a la PEA, el 98% de la población se dedica a actividades de la agricultura, la producción es constante y está en laposibilidad de abastecer al centro de acopio con productos tiernos o frescos, tomando en consideración el grado de percibilidad de cada uno de ellos.

Los productos a comercializar serán los siguientes:

- Papa (súper chola y chaucha)
- Maíz (choclo)
- Habas (tiernas)

Capacidad de carga

En cuanto a la capacidad de almacenamiento o acopio de los productos objeto de estudio, según el período tiempo, se estima lo siguiente:

Tabla 31. Capacidad de acopio o almacenamiento de papa, maíz y habas

Producto agrícola	Mes	Año
Papa	78 quintales	930 quintales
	45kg	45kg
Maíz	67 quintales	804 quintales
	45kg	45kg
Habas	333 quintales	4000 quintales
	45kg	45kg

Fuente: Investigación

Elaborado por: María José Vizueta Romero

5.2.2.5. *Capacidad del proyecto*

La capacidad estimada para el acopio de los productos agrícolas, para el año 2019 será de: papa 930 quintales; maíz 804 quintales y habas 3825 quintales, con el propósito de atender la demanda insatisfecha del cantón Riobamba.

5.2.3. *Localización del proyecto*

Para esta localización, se realizó un estudio analítico de macro y micro localización, a través de métodos cuantitativos y cualitativos, con el objetivo de elegir el lugar más conveniente que favorezca al buen funcionamiento del proyecto.

5.2.3.1. *Macro localización*

Se determinó el sector con una producción de papa, maíz y habas considerable, ubicado en la parroquia Cebadas, del cantón Guamote, provincia de Chimborazo, donde se comercializará la papa, maíz y habas, lugar donde se remodelará el centro de acopio anteriormente existente, según ilustraciones 6 y 7. Posible localización de la COICE: parroquia Cebadas, Guamote, Chimborazo



Ilustración 6 Localización

Fuente: Maps Google

5.2.3.2. *Micro localización*

El centro de acopio de papa, maíz y habas estará ubicado en la calle central, cerca de la farmacia Nueva Vida y en dirección Este con la iglesia Católica de Cebadas, sitio que ocupa actualmente la infraestructura de la COICE. Ubicación que beneficia el progreso de la comunidad, al dar oportunidades de nuevos empleos y, por consiguiente, genera ingresos a la familia mejorando su economía y condiciones de vida.



Ilustración 7 parroquia Cebadas

Fuente: Maps Google

5.2.3.3. *Medios de Transporte*

Se contará con un camión de carga para trasladar la mercadería de aquellas personas que lo requieran, teniendo en cuenta que el transporte de la mercadería corre a cuenta de los demandantes.

5.2.4. *Ingeniería*

En centro de acopio se encuentra ubicado cerca de los potenciales demandantes lo que implica aumentar el costo de transporte en entrega de mercadería. El ambiente tiene un clima de la zona donde se instalará el centro de acopio es relativamente templado en la parte alta y en la parroquia.

5.2.4.1. *Descripción del proceso de comercialización de papa, maíz y habas:*

- Los productos agrícolas serán comprados a los productores por el personal encargado, en correspondencia con el precio acordado de conjunto con la

Corporación de Organizaciones de Indígenas de Cebadas; los cuales estarán en correspondencia con los métodos convencionales de producción y manejo en el campo, con énfasis en la prevención y control de los peligros para la inocuidad del producto.

- La recepción de los productos. – el personal encargado de la compra acuerda de conjunto con los productores la fecha, hora y lugar en que se lleva a efecto la compra una vez de terminado el proceso de producción, realizando un muestreo y control de la calidad, la cual incluye las características morfofisiológicas, pureza genética según variedad y libre de plagas y enfermedades.
- Entrada de los productos en la bodega del centro de acopio. – almacenaje conforme a los requerimientos establecidos por la Agencia de Aseguramiento de la Calidad Agrocalidad sobre Buenas Prácticas Agrícolas BPA. Asegurar limpieza y el menor tiempo posible de transportación del producto desde las unidades de producción hasta el centro de acopio, manteniéndolo cubierto; además, el transporte debe estar limpio y desinfectado, si restos de otros productos agrícolas.
- División de los productos agrícolas (papa, maíz y habas). Se exigirá la aplicación y demostración de que se llevan a cabo la Buenas Prácticas Agrícolas, para ello, se realiza la separación de cada producto agrícola teniendo en cuenta en el caso de la papa la variedad, ya sea súper chola o chaucha. Eliminar los productos con daños mecánicos y daños por plagas y enfermedades.
- Lavado y limpieza. - eliminación de toda impureza que pueda poseer cada uno de los productos agrícolas para lo cual se utilizará agua potable; cambiar el agua al iniciar esta actividad diariamente, así como cuando se determine la acumulación de suciedad y sólidos sedimentables, debe estar a temperatura ambiente.
- Pesaje de los productos. – realizar el pesaje según tipo de producto agrícola.
- Empacado. – con el propósito de conservar cada producto. Usar sacos y cajas nuevas con excelentes condiciones y biodegradables, deben estar libre de agentes causales de enfermedades y lavar bien los estantes y pallets, así como que deben ser desinfectado previamente.
- Etiquetado. – identificación de cada producto agrícola; descripción de los elementos del sistema de producción y cosecha. Además, el nombre de la Unidad de producción agrícola, fecha, ubicación, variedad.

- Control final. – revisar cada producto agrícola según indicadores establecidos por la Agencia de Aseguramiento de la Calidad Agrocalidad, donde se verifica el contenido, colocación de la etiqueta y empaçado.
- Almacenamiento final. – colocación de los empaçado y teniendo en cuenta la identificación mostrada en el etiquetado, siguiendo las normas NTE_INEN 1927 para cada producto agrícola. Con énfasis de que cada bodega debe disponer de condiciones adecuadas de ventilación, estar protegidas de la humedad y de plagas y contar con una señalética correcta. Los productos agrícolas de papa, maíz y habas estarán separados y organizados adecuadamente.

5.2.5. Operaciones

Diagrama del proceso para la comercialización de los productos agrícolas papa, maíz y habas.

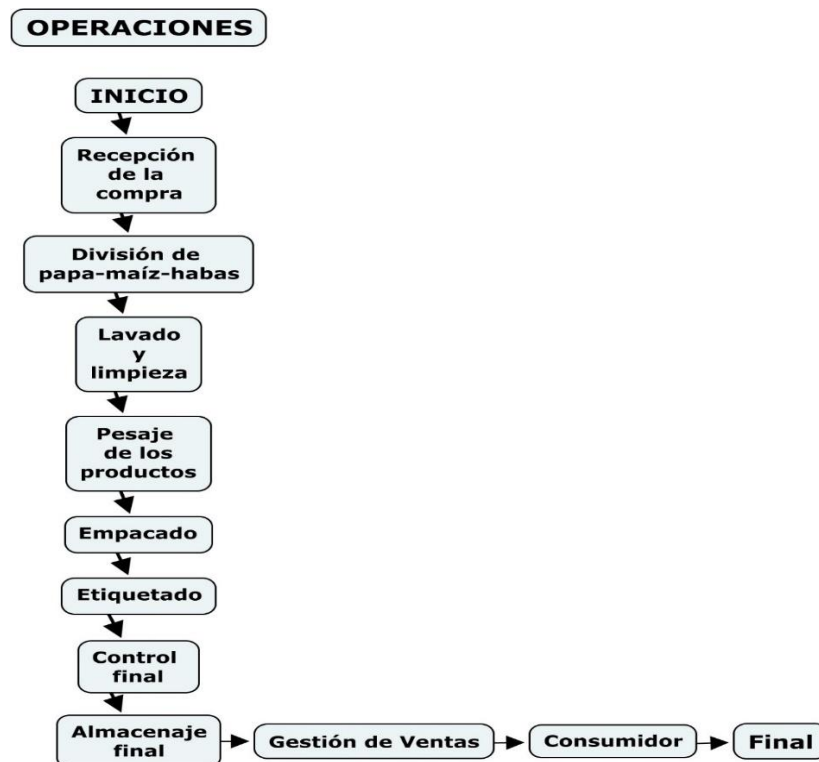


Ilustración 8 FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN DE PAPA, MAÍZ Y HABAS

Fuente: Investigación

Elaborado por: María José Vizueta Romero

5.2.6. Proceso de abastecimiento de la mercadería

5.2.6.1. Recepción

En esta sección se realiza en primer lugar el pedido de la mercadería, convirtiéndose en el primer paso del proceso de abastecimiento de los productos agrícolas en el cual incluye recibir los productos, verificando la cantidad y calidad.

5.2.6.2. División o selección

El proceso de división de los productos agrícolas se realiza minuciosamente con el propósito de verificar que estos se encuentren en estado óptimo, es decir, que sea un producto fresco, recién cosechado y sano, de lo contrario tendrá que ser devuelto.

5.2.6.3. Lavado o limpieza

Solo se lavará los residuos de tierra de los tubérculos para obtener un producto sin contaminación y sin daño mecánico o por patógenos, evitando contaminar al resto de este producto agrícola.

5.2.6.4. Pesaje de los productos

Para verificar, conocer y registrar el peso de los productos agrícolas.

5.2.6.5. Empacado

Los agricultores proporcionarán los productos papa, maíz y habas debidamente empacados, el centro de acopio mantiene ese proceso y procede a verificar que estén en correcto estado.

5.2.6.6. Etiquetado

Colocar la etiqueta que identifica cada producto agrícola.

5.2.6.7. Almacenaje final

Los bultos se apilan debidamente, evitando maltratar al producto, los sacos se ubican en filas, clasificando el tamaño y variedad especialmente de la papa, según categorías: primera clase, segunda clase y tercera clase. Deben estar separados del haba y el maíz.

5.2.7. Recursos Técnicos

El centro de acopio contará con instrumentos adecuados para su buen funcionamiento, y así minimizar gastos operativos, para ello, debe adquirir tecnologías a través de diferentes proveedores.

Tabla 32. Equipos para la comercialización de papa, maíz y habas

Cantidad	Activos fijos tangibles	Materia de construcción	Especificidades técnicas
1	Balanza industrial	Acero inoxidable	Marca: SIRMA (italiana), capacidad de 50 lbs.
1	Transportador de carga y descarga	Acero	Modelo. EL-02
2	Cosedora de sacos	Eléctrica	THAR, modelo VL-21 A de engrase automático,
1	Carretilla hidráulica	Metálica	Modelo. 03
30	Gavetas industrial cerrada	Plásticas	Extra fuerte, Cap. Volumen 50.000cc Cap. Carga 40kg Marca: Pla pasa
1	Camión	Balde Metálico	Hino 2010, motor J8 260, capacidad de carga, con cajón.
1	Banda transportadora para lavado y secado de vegetales.	Sistema de lavado hecoidal	ECO producción 110 A 600 kg/hora

Fuente: Investigación

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Tabla 33. Insumos y materias primas

Cantidad	Insumos y materias primas	Uso	Proveedor
1500	Bandeja 4D-Platos	Para el empaçado	FLEXIPLAST - Empaques flexibles/Quito - Ecuador
2000	Sacos de malla tejidos	Para empaçado	Costales H.B.G.H Quito - Ecuador
1000	Etiquetas - empaque	Identificación	SISMODE Quito-Ecuador
1000	Fundas plásticas para empaçar	Envolver los productos agrícolas de 3, 8 y 10 KG	FLEXIPLAST - Empaques flexibles/Quito - Ecuador

Fuente: Investigación

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Tabla 34. Gastos administrativos

No. de personas	Funciones que desempeñan
1	GERENTE GENERAL
1	SECRETARIA / RECEPCIONISTA
1	VENDEDOR / CHOFER
1	CONTADOR
1	DESPACHADOR
1	OPERARIOS / EMPACADORES
6	TOTAL

Fuente: Investigación

Elaborado por: María José Vizueta Romero

El capital humano, es considerado como toda persona competente y comprometida con la comunidad y los objetivos de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas, que cuenten con un adecuado comportamiento acorde a la localidad de la parroquia Cebadas. Cabe indicar que la asignación de sueldos y salarios está dada por la normativa vigente del Ministerio de Trabajo del Ecuador.

5.2.8. Distribución en planta

Diseño de instalaciones de la planta

El diseño del centro de acopio, estará acorde a los requerimientos establecidos para un funcionamiento óptimo, determinado en un área para carga y descarga, lavado y secado, verificación del empacado, enfriamiento (almacenamiento-bodega), cada producto agrícola contará con un cuarto en donde se mantenga el producto en perfectas condiciones mientras no se realiza el despacho.

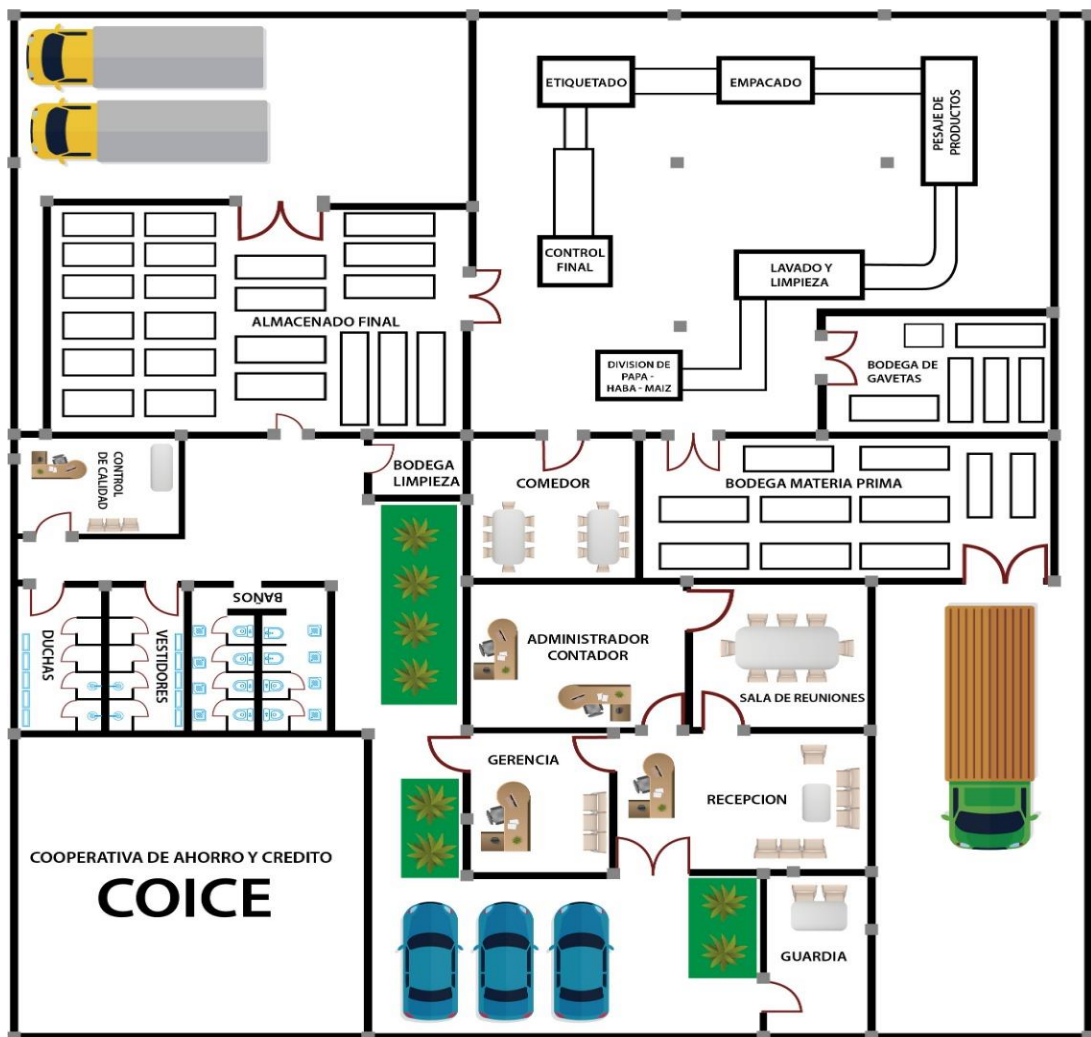


Ilustración 9 plano de la instalación y diseño del centro de acopio

Fuente: Investigación

Elaborado por: María José Vizueta Romero

La distribución en planta representa el proceso siguiente:

- Compra de papa (papa súper chola y chaucha), maíz y habas.
- Compra de insumos.
- División, clasificación y selección de productos de alta calidad.
- Limpieza de los productos agrícolas.
- Empacar según tipo de productos agrícolas, controlando la calidad y el pesaje.
- Colocación de etiqueta en correspondencia a cada producto.
- Almacenar cada producto según normas técnicas para cada producto agrícola.
- Monitoreo de los empaques, formas de almacenaje y sus condiciones, correspondencia del etiquetado según producto agrícola.
- Para el manejo de la infraestructura se debe hacer constar los gastos administrativos de la misma, como es el agua, luz y teléfono, los cuales forman parte esencial para el perfecto funcionamiento de la planta.

5.2.9. Gastos Administrativos

Tabla 35. Gastos Administrativos.

Gastos administrativos			
Rubro	Mensual USD	Anual USD	ACUMULADO 7 AÑOS USD
Teléfono - Internet (centro de acopio)	8	96	672
Luz (centro de acopio)	12	144	1008
Agua (centro de acopio)	3	36	252
Arriendo local comercial	100	1200	8400
Teléfono - Internet (local comercial)	8	96	672
Luz (local comercial)	12	144	1008
Agua (local comercial)	5	60	420
total	148	1776	12432

Fuente: Investigación

Elaborado por: María José Vizueta Romero

5.2.9.1.1. Presupuesto técnico

Tabla 36. Plan de Inversión

PLAN DE INVERSION			
ADECUACIONES DE LOCAL			
Descripción	Cantidad m3	Costo Unitario (Dólares)	Costo Total (Dólares)
Excavación de tacones y cimientos	88,4	3,50	309,40
Hormigón simple en muro	7	112,00	784,00
Acero de refuerzo	1100	1,31	1.441,00
Manpostería de bloque e=0,15m	100	13,12	1.312,00
Manpostería de bloque e=0,15m	100	13,12	1.312,00
Cerradura de tipo caja	1	75,00	75,00
Bodega	52	100,00	5.200,00
TOTAL			10.433,40
MAQUINARIAS			
Equipo	Cantidad (unidades)	Costo Unitario (Dólares)	Costo Total (Dólares)
Cosedora de sacos	2	124,99	249,98
Transportador para carga y descarga de camiones	1	1.200,00	1.200,00
Carretilla hidráulica	1	390,00	390,00
Vehiculo	1	20.000,00	20.000,00
Banda transportadora de lavado y secado de vegetales	1	2.200,00	2.200,00
Balanza Industrial	3	122,00	366,00
TOTAL			24.405,98
MUEBLES Y ENSERES			
Activo	Cantidad (unidades)	Costo Unitario (Dólares)	Costo Total (Dólares)
Computadoras	2	650,00	1.300,00
Impresoras	2	200,00	400,00
Escritorios de oficina	4	100,00	400,00
Mesa de reunión	1	300,00	300,00
Sillas	10	15,00	150,00
Silla de gerencia	1	100,00	100,00
TOTAL			2.650,00
GASTOS DE PUBLICIDAD			

Activo	Cantidad (unidades)	Costo Unitario (Dólares)	Costo Total (Dólares)
Diseño de página web	1	29,70	29,70
Monitoreo del nivel de satisfacción de los clientes	60	0,30	18,00
Recursos Varios (materiales)	100	3,50	350,00
Folletos	600	0,05	30,00
Volantes	600	0,05	30,00
Capacitación personal	3	100,00	300,00
TOTAL			757,70
GASTOS DE CONSTITUCION			
Descripción	Cantidad (unidades)	Costo Unitario (Dólares)	Costo Total (Dólares)
Trámite de constitución	1	700,00	700,00
Estudio y diseños	1	1.100,00	1.100,00
Gastos de Instalación	1	500,00	500,00
TOTAL			2.300,00
OTROS GASTOS DEL PROYECTO			
Descripción	Cantidad (unidades)	Costo Unitario (Dólares)	Costo Total (Dólares)
Teléfonos	2	18,00	36,00
Grapadoras	2	4,00	8,00
Perforadoras	2	4,25	8,50
Archivadores de oficina	1	150,00	150,00
Memoria Flash	2	15,00	30,00
Servicios basicos (luz-agua-teléfono) Centro de acopio y Local comercial	12	1.356,00	1.356,00
Arriendo local comercial	12	100,00	144,00
Seguro vehiculo	1	100,00	1.200,00
Gavetas plásticas	30	10,00	300,00
TOTAL			3.232,50
INVERSION TOTAL DEL PROYECTO			43.779,58

Fuente: Investigación

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Teniendo en cuenta todos los gastos del proyecto se considera necesario una inversión inicial de 43.779.58 dólares (cuarenta y tres mil setecientos setenta y nuevedólares, con 58 centavos). El cual, dentro de la inversión inicial, este rubro está pordebajo del aporte de los socios, esto demuestra que hasta aquí el proyecto es factible,

pero más adelante se desarrollará de mejor manera los ingresos y gastos por medio de un flujo de caja.

Tabla 37. Descripción del Plan de Inversión

Terreno	Para el proyecto se cuenta con un área de terreno propio, que son aproximadamente 1920 metros cuadrados.
Infraestructura física	Para la determinación de los costos de la infraestructura física, se procedió a recolectar proformas de los diferentes proveedores y de un arquitecto, en los que están implicados: fábrica de bloques, cementos, entre otros.
Maquinaria y equipos de Operación	La maquinaria y equipo requerido para la puesta en marcha del proyecto será adquirida dentro del mercado nacional.
Muebles y equipos de oficina	Para la operación del centro de acopio se requiere de muebles y equipos básicos de oficina, conforme a que el centro crezca, además, crecerá la necesidad de aumentar los muebles y equipos de oficina.
Gastos de constitución	Se requiere elevar a la figura de persona jurídica y está dado por la naturaleza de la organización y por el aporte de cada socio de la organización

Fuente: Investigación

Elaborado por: María José Vizueta Romero

5.2.10. Estudio Administrativo

5.2.10.1. Estructura Organizacional

En estudio realizado por Marín (2012) acerca de la estructura organizacional, considera que es un ejercicio formulación de cargos a la luz del organigrama. De aquí, que las acciones de estructuración tienen como base la necesidad de definir las plantillas del capital humano, con su correspondiente análisis previo de los parámetros de diseño organizacional.

5.2.10.2. *Modelo de Organización.*

La Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas es una organización de desarrollo social y económica, sin fines de lucro, con domicilio en la Parroquia Cebadas, Cantón Guamote, Provincia de Chimborazo, cuyas siglas son “COICE”, como una persona jurídica de derecho privado, que se rige por las disposiciones del Título XXX, del libro I del código Civil vigente, regulada por la ley de la materia, el presente Estatuto y los reglamentos que se dictaren.

La COICE, se inspira en los valores culturales, históricos y democráticos de la sociedad, en la dignificación del hombre como persona libre de participar conscientemente de la constitución de una sociedad justa y comunitaria.

5.2.10.3. *Objetivo general*

Promover el fortalecimiento organizativo, de las comunidades y organizaciones indígenas y campesinas de la parroquia Cebadas, a fin de establecer estrategias y políticas de desarrollo social, económico, cultural y ambiental de sus miembros desde una perspectiva participativa, solidaria y equitativa.

5.2.10.4. *Fines*

- a. Fomentar la unidad y aglutinar en su seno a las organizaciones indígenas y campesinas del cantón Guamote, parroquia Cebadas, sin discriminación racial, política ni religiosa.
- b. Fomentar la adecuada utilización de la tierra en las actividades agropecuarias, buscando nuevas alternativas de trabajo y desarrollo social.
- c. Planificar, diseñar y ejecutar proyectos de desarrollo social y de investigación mediante consultorías, en los ámbitos de la producción agropecuaria, industrialización, turismo comunitario, cultura, protección ambiental, conservación de recursos naturales, vivienda, educación, salud, micro crédito, asesoría legal y otros.
- d. Propender a la integración de las organizaciones de carácter local provincial, nacional e internacional.

- e. Apoyar en la comercialización de sus productos agropecuarios, productos industrializados y artesanales, así como el abastecimiento de insumos de primera necesidad, fertilizantes, herramientas, equipos y especies pecuarias y agrícolas, construcción y otros.
 - f. Impulsar el apoyo para sus miembros en los ámbitos de, asistencia técnica, educación, medicina, mediación comunitaria, etc.
 - g. Gestionar los recursos para la Corporación ante los organismos nacionales e internacionales en beneficio de sus asociados.
 - h. Promover el manejo sustentable de los recursos naturales con miras a desarrollar la actividad turística.
 - i. Establecer alianzas estratégicas e intercambio de experiencias con organizaciones afines nacionales e internacionales.
 - j. Gestionar y administrar los fondos provenientes de donaciones, legados, cuotas y contribuciones de personas naturales o jurídicas, nacionales o internacionales, públicas o privadas, para los fines que persigue la Corporación.
 - k. Promover procesos de autogestión en función de mejorar las condiciones de vida de las comunidades.
 - l. Generar bienes y servicios para sus miembros y demás mercados insatisfechos mediante la creación de empresas comunitarias y de economía mixta, de acuerdo a las posibilidades de la CORPORACIÓN.
 - m. Contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural de las nacionalidades y pueblos, así como a la promoción de la interculturalidad y respeto a la diversidad.
 - n. Para el cumplimiento de los objetivos señalados, la CORPORACIÓN utilizará todos los medios permitidos por la LEY.
1. Estructura orgánica

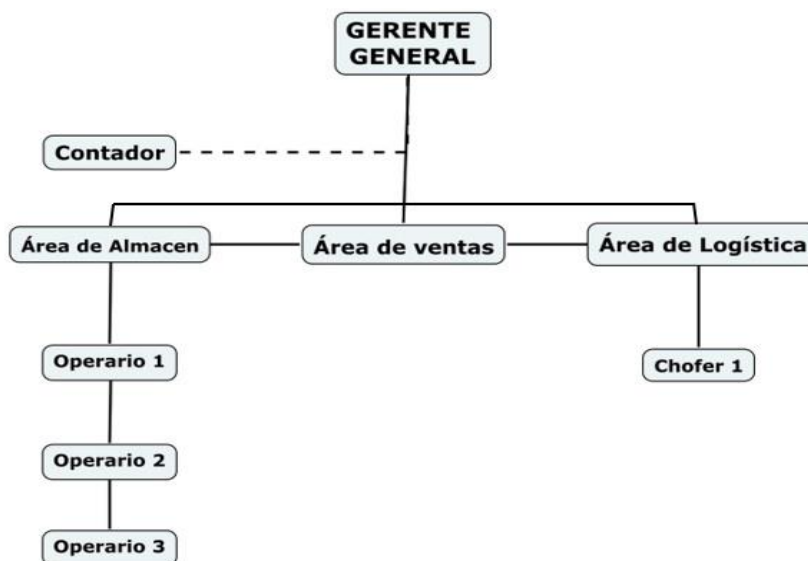


Ilustración 10 Jerarquía de Trabajadores del centro de acopio.

Elaborado por: María José Vizueta Romero

2. Manual de funciones

Tabla 38. Gerente General

Nombre del puesto	Gerente General
Cantidad	1
Edad	Entre 25 a 45 años
Nivel académico	Graduado en ingeniería en Administración de Empresas o en carreras afines
Experiencia laboral	1 año en puestos similares
Modalidad laboral	Tiempo Completo (8 horas)
Funciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Representa legalmente al centro de acopio. 2. Planifica, organiza, dirige y controla las actividades generales y específicas para cada área. 3. Lidera cada plan y estrategia de ventas. 4. Motiva al equipo de trabajo. 5. Toma decisiones adecuadas para el centro de acopio y la COICE. 6. Estimula a la superación y desarrollo personal.

Fuente: Investigación

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Tabla 39. Contador(a) (externo)

Nombre del puesto	Contador(a)
Cantidad	1
No. del personal a cargo	1
Edad	Entre 25 y 45 años
Nivel académico	Profesional en Contabilidad y Auditoría
Experiencia laboral	Mínimo 1 año
Modalidad laboral	Tiempo completo (8 horas)
Funciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las aperturas de los libros de contabilidad 2. Registro de las operaciones económico-financieras. 3. Establecimiento de sistemas de gestión de contabilidad. 4. Estudios de estados financieros y sus análisis. 5. Certificación de planillas para pago de impuestos y roles de pago. 6. Elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones. 7. Asesorar en materia económica y financiera el gerente general.

Fuente: Investigación

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Tabla 40. Chofer

Nombre del puesto	Chofer
Cantidad	1
Edad	Entre 25 y 55 años
Nivel académico	Bachiller y con licencia de conducción profesional
Experiencia laboral	Mínimo 2 años en la conducción
Modalidad laboral	Tiempo completo (8 horas)
Funciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trasladar los productos agrícolas (papa-maíz-habas) hasta el lugar destino. 2. Custodiar los productos agrícolas. 3. Preservar los documentos que respaldan los productos trasladados. 4. Descargar los productos agrícolas. 5. Mantener en óptimas condiciones el transporte.

Fuente: Investigación

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Tabla 41. Despachador

Nombre del puesto	Despachador
Cantidad	1
Edad	Entre 25 y 55 años
Nivel académico	Bachiller
Experiencia laboral	Mínimo 2 años en actividad de bodegas

Modalidad laboral	Tiempo completo (8 horas)
Funciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entradas y salidas de los productos. 2. Custodiar los productos agrícolas e insumos en el puesto de trabajo. 3. Preservar y controlar los documentos que respaldan los productos en la bodega. 4. Manipular los insumos y productos terminados. 5. Mantener en óptimas condiciones el puesto de trabajo. 6. Cumplir con las normas de almacenamiento de los productos agrícolas. 7. Realizar inventarios sistemáticos de los insumos y productos agrícolas terminados. 8. Informar acerca de la existencia del área, para asegurar el reaprovisionamiento.

Fuente: Investigación

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Tabla 42 Vendedor.

Nombre del puesto	Vendedor
Cantidad	1
Edad	Entre 25 y 55 años
Nivel académico	Bachiller o técnico con estudio en marketing o administración
Experiencia laboral	Mínimo 1 año como vendedor
Modalidad laboral	Tiempo completo (8 horas)
Funciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar clientes potenciales. 2. Visitar clientes, entregar productos agrícolas. 3. Monitorear seguimiento a clientes para pedidos sistemáticos. 4. Preparar pronóstico de ventas en temporadas altas.

Fuente: Investigación

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Tabla 43. Operario

Nombre del puesto	Operario
Cantidad	1
Edad	Entre 25 y 40 años
Nivel académico	Básico o Bachiller
Experiencia laboral	Mínimo 1 año en tratamiento postcosecha y comercialización
Modalidad laboral	Tiempo completo (8 horas)

Funciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar actividades inherentes al proceso de acopio, tratamiento, empaque, etiquetado y almacenamiento de productos agrícolas. 2. Informar al jefe inmediato superior sobre stock de insumos y productos agrícolas terminados. 3. Participa en el acomodamiento de los productos agrícolas en el almacén final, cumpliendo con las normas técnicas establecidas.
-----------	--

Fuente: Investigación

Elaborado por: María José Vizueta Romero

5.3. Estudio legal

5.3.1. Constitución jurídica

En la tabla 52, donde consta el plan de Inversión, se muestra los gastos detallados del estudio legal. Además, el centro de acopio realizará los trámites de acuerdo a lo regulado en la normativa vigente, y estará autorizada a comercializar papa, maíz y habas en el cantón Riobamba de la provincia de Chimborazo.

El centro de acopio tiene la obligación de dar cumplimiento a los deberes que contempla la ley, su reglamento y demás normativas: Se creará como sociedad de responsabilidad limitada con personería jurídica, con capital social de acuerdo a las aportaciones realizadas por los socios que la integran. El fondo social constituido será administrado por la Gerencia de la COICE y por sus asociados, quienes responden por el monto de sus contribuciones.

5.3.2. Procedimiento para la constitución del centro de acopio de papa, maíz y habas, de acuerdo a la normativa del Registro Mercantil (2018):

1. Asentamiento de la denominación de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas: llevará el nombre de “Productos Nativos”
2. Iniciación de la cuenta bancaria con la integración de capital formado por los asociados, en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “COICE” en la parroquia Cebadas.

Se realizará de la siguiente manera:

- a. Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación de cada uno de los asociados.

- b. Aprobación del nombre “Productos Nativos”, según aprobación de la superintendencia de organizaciones en establecimientos de comercio.
 - c. Solicitud para la apertura la cuenta con la integración de capital conformado.
 - d. Valor del depósito efectuado.
3. Acto de escritura pública: acta de constitución del centro de acopio para papa, maíz y habas.
 4. Copia de cédula de identidad y papelería de votación de cada asociado que lo conformarán.
 5. Aprobación del nombre del centro de acopio emitido por la organización competente.
 6. Certificado de apertura de la cuenta bancaria que integra el capital depositado en el banco.
 7. Comprobante con la cancelación de los derechos de la notaría donde se llevó a cabo el trámite.

Tabla 44. Volúmenes de producción por año, de los principales cultivos de la Parroquia Cebadas, Provincia de Chimborazo y de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Chimborazo.

PRODUCTO	Superficie cultivada (ha)	Rendimiento por hectárea TM	Volumen Producción por año TM	Volumen Produccion Prov. Chimborazo TM	Producción COICE Quintal	% Part. Producción Cebadas dentro de la Provincia de Chimborazo	% Part. Producción COICE dentro de Cebadas Quintales
PAPAS	1.080,83	4,60	4.983	47.299	930	11%	0,84%
HABAS	388,06	4,33	1.689	1.760	3.825	96%	7,20%
MAIZ (Choclo fresco)	478,71	2,82	1.361	8.401	848	16%	1,98%
CEBADA	103,22	0,61	63	3.200		2%	0%
QUINOA	44,86	0,65	29			0%	0%
TRIGO	18,85	0,54	10	5.803		0%	0%
TOTAL PARROQUIA CEBADAS			8.136	66.463	5.603	125%	10%

Fuente: PDOT-2015 SISPA-Ministerio de Agricultura del Ecuador

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Según datos del Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial de 2015, la parroquia Cebadas, aporta al mercado local, regional y nacional importantes cantidades de alimentos por año así: 4.983 TM de papas; 1.689TM de cebada; 1361 TM de maíz (choclo);63TM de cebada; 29TM de quinua y 10TM de trigo. En total la parroquia Cebadas aporta 8.136 TM de productos agrícolas por año, asegurando la seguridad alimentaria de su población.

El Ministerio de Agricultura del Ecuador (MAG) en su sistema de datos estadísticos SISPA, reporta datos de producción anual de la provincia de Chimborazo así, 47.299 TM de papa; 1.760 TM de habas, 8.401 TM de maíz (choclo); 3200 TM de cebaday 5803 TM de trigo.

Por otro lado, es importante destacar que el porcentaje de participación de la producción de la parroquia Cebadas dentro de la producción total de la provincia de Chimborazo, correspondiente a papa asciende al 11%; las habas representan un 96%; el maíz representa un 16%. La parroquia Cebadas es el principal proveedor de habas de la provincia de Chimborazo.

La COICE, tiene un potencial importante en la producción de papas, maíz y habas, es así que, mediante una entrevista al Presidente de la COICE, se conoció datos de producción anual de los productores, dando a conocer la siguiente información: papa 930 quintales, habas 3825 y maíz 848 quintales.

5.4. Determinación de ingresos proyectados.

Los costos de producción están relacionados de manera directa con la producción; para el caso del proyecto lo que más representa es el valor del producto agrícola de papa, maíz y habas, como materia prima. Los costos de producción estarán dados por el costo unitario por saco y la cantidad de sacos que se compra a los productores agrícolas, considerando un crecimiento del costo unitario por saco de 0,10% por cada año que se tiene en cuenta en este estudio. Es decir, la cantidad de dinero que la organización utiliza para comprar los productos agrícolas a cada uno de los productores, sin considerar el valor agregado como el lavado, pelado, embalado, pesado y transportación de envío y entrega.

Tabla 45. Costos de Producción socios productores COICE.

PRODUCTO	COSTO UNITARIO X SACO	CANTIDAD AÑO 1	COSTOS AÑO 1	COSTO UNITARIO X SACO	CANTIDAD AÑO 2	COSTOS AÑO 2	COSTO UNITARIO X SACO	CANTIDAD AÑO 3	COSTOS AÑO 3	COSTO UNITARIO X SACO	CANTIDAD AÑO 4	COSTOS AÑO 4
PAPAS	5	930	4.650	5,5	1.116	6.138,00	6,6	1.339	8.838,72	7,92	1.741	13.788,40
MAIZ	6	848	5.088	6,6	1.018	6.716,2	7,92	1.221	9.671,27	9,50	1.587	15.087,18
HABAS	5	3.825	19.125	5,5	4.590	25.245,00	6,6	5.508	36.352,80	7,92	7.160	56.710,37
TOTAL	INGRESOS AÑO 1		28.863,00	TOTAL INGRESOS AÑO 2		38.099,16	TOTAL INGRESOS AÑO 3		54.862,79	TOTAL INGRESOS AÑO 4		85.585,95

COSTO UNITARIO X SACO	CANTIDAD AÑO 5	COSTOS AÑO 5	COSTO UNITARIO X SACO	CANTIDAD AÑO 6	COSTOS AÑO 6	COSTO UNITARIO X SACO	CANTIDAD AÑO 7	COSTOS AÑO 7
9,50	2.089	19.855,30	10,454	2.298	24.024,91	11,50	2.528	29.070,15
11,40	1.905	21.725,54	12,545	2.095	26.287,91	13,80	2.305	31.808,37
9,50	8.592	81.662,93	10,454	9.452	98.812,15	11,50	10.397	119.562,70
TOTAL INGRESOS AÑO 5		123.243,77	TOTAL INGRESOS AÑO 6		149.124,96	TOTAL INGRESOS AÑO 7		180.441,21

*Fuente: Investigación
Elaborado por: María José Vizueta Romero*

En el precio de venta proyectado para los 7 años, se considera que a partir del segundo año se podría incrementar un 10% y se registraría también un aumento en los niveles de ventas.

Lo anterior se sustenta en el hecho de que el producto que se comercializa en los supermercados no es igual al que venden los productores en los mercados o ferias, se trata de un producto que contiene un alto valor agregado, seleccionado por tamaño, lavado, pesado y empacado; es decir un producto al estar casi listo bien puede ahorrar tiempo al momento de su preparación para el consumo, por lo tanto el precio no puede ser similar al producto que ofrece el agricultor.

Además, la venta en los supermercados no se efectúa por quintales, sino por kilogramos de modo que al comercializar de esta manera se genera un mayor porcentaje de ganancia. En los supermercados no existe posibilidad de regateo de los precios y el consumidor acepta los precios que ya son fijados previamente.

De otra parte, conviene también tomar en cuenta que los precios de los insumos utilizados para la producción de los tres artículos a comercializarse van sufriendo aumentos periódicos que inciden en el precio final de venta.

Tabla 46. Precio de venta supermercados productos papa, maíz y haba COICE.

PB2:NGRODUCTO	PRECIO UNITARIO X SACO	CANTIDAD AÑO 1	PRECIO AÑO 1	PRECIO UNITARIO X SACO	CANTIDAD AÑO 2	PRECIO AÑO 2	PRECIO UNITARIO X SACO	CANTIDAD AÑO 3	PRECIO AÑO 3	PRECIO UNITARIO X SACO	CANTIDAD AÑO 4	PRECIO AÑO 4
PAPAS	8	930	7.440	8,8	1.116	9.820,80	10,56	1.339	14.141,95	12,67	1.741	22.061,45
MAIZ	9	848	7.632	9,9	1.018	10.074,2	11,88	1.221	14.506,91	14,26	1.587	22.630,77
HABAS	8	3.825	30.600	8,8	4.590	40.392,00	10,56	5.508	58.164,48	12,67	7.160	90.736,59
TOTAL	INGRESOS AÑO 1	45.672,00	TOTAL INGRESOS AÑO 2	60.287,04	TOTAL INGRESOS AÑO 3	86.813,34	TOTAL INGRESOS AÑO 4	135.428,81				

PRECIO UNITARIO X SACO	CANTIDAD AÑO 5	PRECIO AÑO 5	COSTO UNITARIO X SACO	CANTIDAD AÑO 6	PRECIO AÑO 6	PRECIO UNITARIO X SACO	CANTIDAD AÑO 7	PRECIO AÑO 7
15,21	2.089	31.768,48	16,73	2.298	38.439,86	18,40	2.528	46.512,23
17,11	1.905	32.588,31	18,82	2.095	39.431,86	20,70	2.305	47.712,55
15,21	8.592	130.660,69	16,73	9.452	158.099,43	18,40	10.397	191.300,31
TOTAL INGRESOS AÑO 5	195.017,48	TOTAL INGRESOS AÑO 6	235.971,15	TOTAL INGRESOS AÑO 7	285.525,09			

Fuente: Investigación
Elaborado por: María José Vizueta Romero

Tabla 47. Margen de utilidad por producto papa, maíz y haba COICE.

PRODUCTO	COSTO UNITARIO X SACO	CANTIDAD AÑO 1	COSTOS AÑO 1	COSTO UNITARIO X SACO	CANTIDAD AÑO 2	COSTOS AÑO 2	COSTO UNITARIO X SACO	CANTIDAD AÑO 3	COSTOS AÑO 3	COSTO UNITARIO X SACO	CANTIDAD AÑO 4	COSTOS AÑO 4
PAPAS	3	930	2.790	3,3	1.116	3.682,80	3,96	1.339	5.303,23	4,75	1.741	8.273,04
MAIZ	3	848	2.544	3,3	1.018	3.358,1	3,96	1.221	4.835,64	4,75	1.587	7.543,59
HABAS	3	3.825	11.475	3,3	4.590	15.147,00	3,96	5.508	21.811,68	4,75	7.160	34.026,22
TOTAL	INGRESOS AÑO 1	16.809,00	TOTAL INGRESOS AÑO 2	22.187,88	TOTAL INGRESOS AÑO 3	31.950,55	TOTAL INGRESOS AÑO 4	49.842,85				

COSTO UNITARIO X SACO	CANTIDAD AÑO 5	COSTOS AÑO 5	COSTO UNITARIO X SACO	CANTIDAD AÑO 6	COSTOS AÑO 6	COSTO UNITARIO X SACO	CANTIDAD AÑO 7	COSTOS AÑO 7
5,70	2.089	11.913,18	6,273	2.298	14.414,95	6,90	2.528	17.442,09
5,70	1.905	10.862,77	6,273	2.095	13.143,95	6,90	2.305	15.904,18
5,70	8.592	48.997,76	6,273	9.452	59.287,29	6,90	10.397	71.737,62
TOTAL INGRESOS AÑO 5	71.773,71	TOTAL INGRESOS AÑO 6	86.846,19	TOTAL INGRESOS AÑO 7	105.083,89			

Fuente: Investigación
Elaborado por: María José Vizueta Romero

5.5. Mano de Obra

Como se mencionó anteriormente, en cuanto a sueldos y salarios se tomará en cuenta, las obligaciones contractuales previstas en la Constitución de la República, y Ministerio de Trabajo, respetando todos y cada uno de los beneficios de ley. A continuación, se presenta una tabla proyectada de los sueldos y salarios en base a los estudios técnicos/ capital humano.

COICE llevará adelante, de manera periódica, actividades de capacitación para su personal empleado, de modo que puedan ejercer sus actividades de manera eficiente que se traduzca en una atención apropiada para los consumidores y en mayores beneficios para la empresa por un incremento de los demandantes que se vean atraídos por el trato adecuado que reciban.

Tabla 48. Sueldos y salarios de ley.

SUELDOS Y APORTACIONES									
No. de personas	Funciones que desempeñan	Sueldo por empleado	Sueldo mensual	Aporte patronal	Sueldo anual	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Vacaciones	Sueldo Total Anual
1	GERENTE GENERAL	450,00	450,00	50,99	5.400,00	450,00	394,00	225,00	6.469,00
1	SECRETARIA / RECEPCIONISTA	394,00	394,00	44,72	4.728,00	394,00		197,00	5.319,00
1	VENDEDOR / CHOFER	394,00	394,00	44,72	4.728,00	394,00	394,00	197,00	5.713,00
1	CONTADOR	394,00	394,00	44,72	4.728,00	394,00	394,00	197,00	5.713,00
1	DESPACHADOR	394,00	394,00	44,72	4.728,00	394,00	394,00	197,00	5.713,00
1	OPERARIO EMCACADOR	394,00	394,00	44,72	4.728,00	394,00		197,00	
6	TOTAL	2.420,00	2.420,00	274,58	29.040,00	2.420,00	1.576,00	1.210,00	28.927,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: María José Vizueta Romero

5.6. Punto de equilibrio

Se determinó el punto de equilibrio, obteniéndose para el séptimo año en una cantidad de 25.302 unidades por año. En este análisis, permite poder implementar medidas para que mejoren ver como esta la estabilidad de la empresa.

Tabla 49. Punto de equilibrio

COSTO FIJO	101.581,00
COSTO TOTAL	169.715,00
INGRESO TOTAL	195.017,00
PUNTO DE EQUILIBRIO	25.302,00

Elaborado por: María José Vizueta Romero

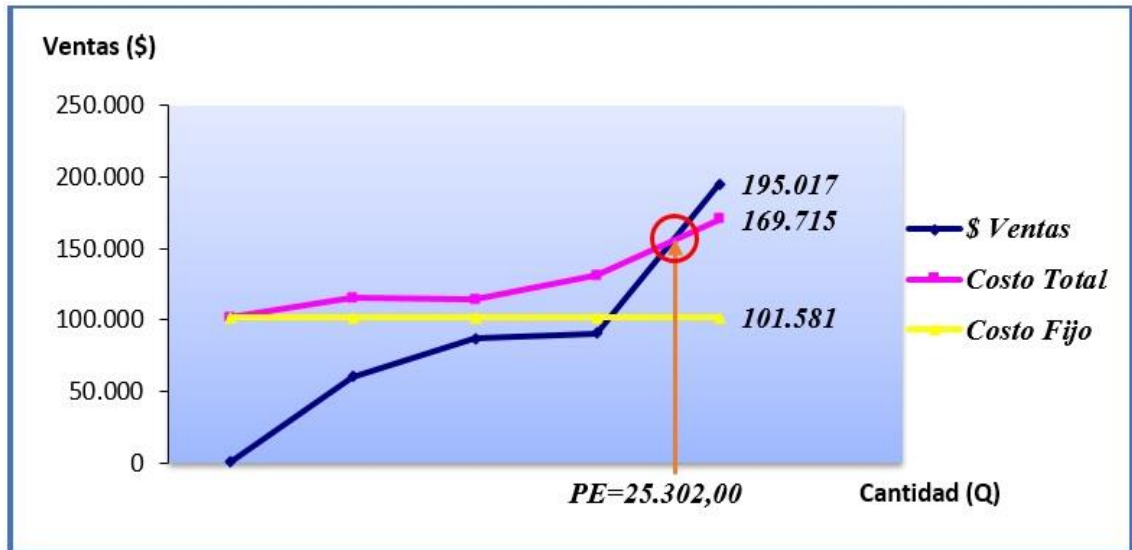


Gráfico 25. Punto de equilibrio

Elaborado por: María José Vizueta Romero

5.6.1. Punto de equilibrio por producto

	PAPAS	MAIZ	HABAS	
Ventas	930,00	800,00	4.000,00	5.730,00
% Participacion	16,23	13,96	69,81	100,00
Precio de Venta Unitario	46.512,23	47.712,55	191.300,31	
Costo Variable Unitario	29.070,15	31.808,37	119.562,70	
Costo Fijo	101.581,00			
Margen de contribucion	17.442,08	15.904,18	71.737,61	
Margen de contribucion ponderado	283.091,35	222.047,89	5.007.861,08	5.513.000,32
Punto de equilibrio general	25.302,00			
Punto de equilibrio por producto	410.660,73	353.256,54	1.766.282,72	

Elaborado por: María José Vizueta Romero

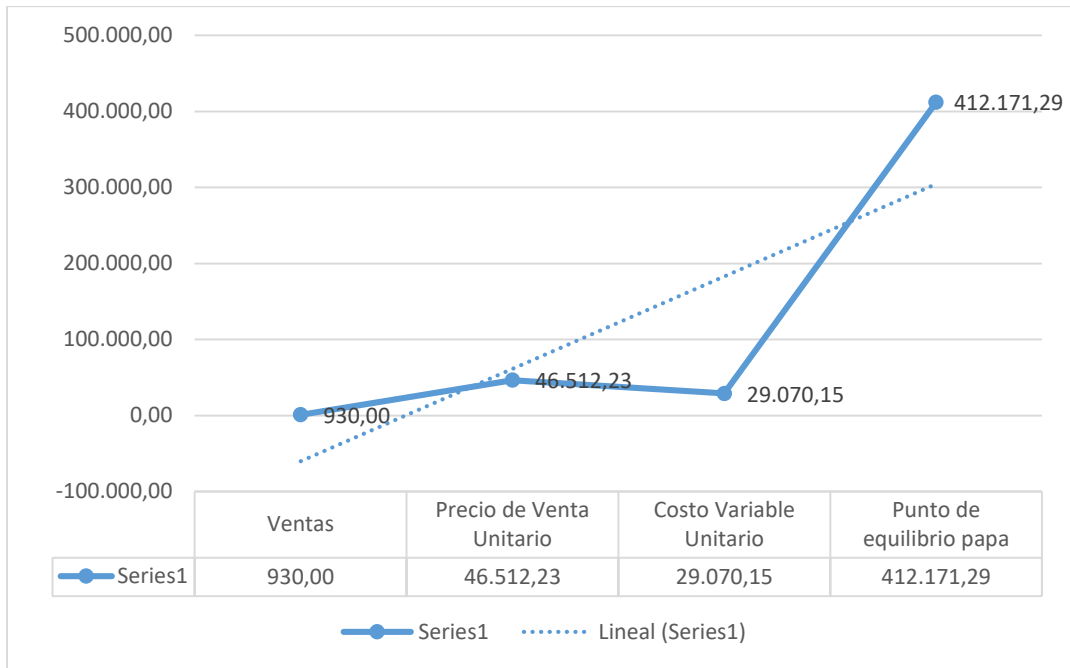


Gráfico 26. Punto de equilibrio Papa

Elaborado por: María José Vizueta Romero



Gráfico 27. Punto de equilibrio Maíz

Elaborado por: María José Vizueta Romero

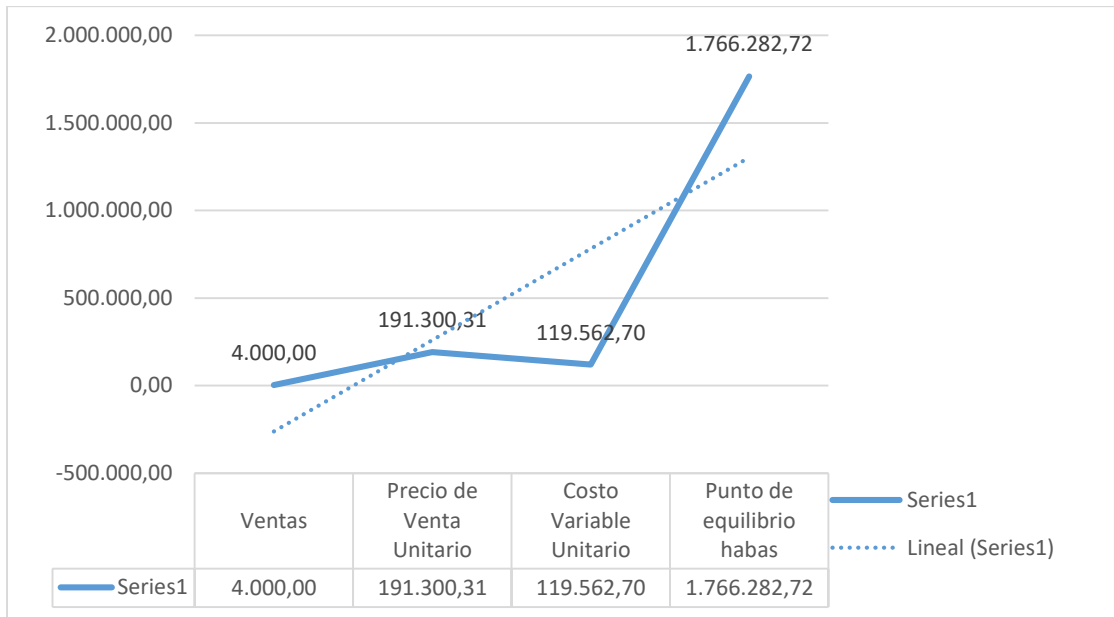


Gráfico 28. Punto de equilibrio Habas

Elaborado por: María José Vizueta Romero

5.6.2. Beneficio Costo

Inversion	80.000,00
Tasa descuento	7,50%

Años	Inversion	Ingresos	Egresos	FCA
0	80.000,00	0	0	-80.000,00
1		125.672,00	101.580,58	24.091,42
2		84.378,46	71.027,36	13.351,10
3		100.164,44	87.790,99	12.373,45
4		147.802,25	118.514,15	29.288,10
5		224.305,58	156.171,97	68.133,61
6		304.104,76	182.053,16	122.051,60
7		407.576,69	213.369,41	194.207,28

SUMA INGRESOS	\$980.181,46
SUMA EGRESOS	\$670.723,43
COSTO-INVERSION	\$750.723,43
B/C	1,305649224

Elaborado por: María José Vizueta Romero

5.8. Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)

El flujo de caja del proyecto tiene como finalidad determinar cuál sería el referente al manejo del capital con relación a todos los gastos e ingresos que se den desde el inicio del negocio. Siendo así, se demuestra en base al análisis que se obtiene un VAN de \$ 389.458,03 atractivo para cualquier inversionista como se puede observar en la tabla 51. Adicional a ello, se tiene una TIR de 41% que es superior a la tasa del 18%, como se considera en el Ecuador como costo de oportunidad del capital, por lo que puede afirmarse que el proyecto es factible manteniendo un flujo positivo desde el primer año del proyecto.

Tabla 50. Flujo financiero.

FLUJO DE CAJA							
INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
SALDO INICIAL	0	24.091,42	13.351,10	12.373,45	29.288,10	68.133,61	122.051,60
APOORTE DE SOCIOS	80.000,00						
VENTA DE PRODUCTOS	45.672,00	60.287,04	86.813,34	135.428,81	195.017,48	235.971,15	285.525,09
TOTAL INGRESOS	125.672,00	84.378,46	100.164,44	147.802,25	224.305,58	304.104,76	407.576,69
GASTOS							
ADECUACION LOCAL	10.433,40						
ADQUISICION MAQUINARIA	24.405,98						
MUEBLES Y ENSERES	2.650,00						
GASTOS DE PUBLICIDAD	768,70	768,70	768,70	768,70	768,70	768,70	768,70
GASTOS DE CONSTITUCION	2.300,00						
OTROS GASTOS DEL PROYECTO	3.232,50	3.232,50	3.232,50	3.232,50	3.232,50	3.232,50	3.232,50
SUELDOS Y SALARIOS	28.927,00	28.927,00	28.927,00	28.927,00	28.927,00	28.927,00	28.927,00
PAGO PRODUCTOS (PRODUCTORES)	28.863,00	38.099,16	54.862,79	85.585,95	123.243,77	149.124,96	180.441,21
TOTAL GASTOS	101.580,58	71.027,36	87.790,99	118.514,15	156.171,97	182.053,16	213.369,41
SALDO DEL FLUJO POR AÑO	24.091,42	13.351,10	12.373,45	29.288,10	68.133,61	122.051,60	194.207,29
	16.809,00	22.187,88	31.950,55	49.842,85	71.773,71	86.846,19	105.083,89
CASH FLOW	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
Gastos del Proyecto	101.580,58	71.027,36	87.790,99	118.514,15	156.171,97	182.053,16	213.369,41
Ingresos del Proyecto	125.672,00	84.378,46	100.164,44	147.802,25	224.305,58	304.104,76	407.576,69
CASH FLOW NETO	24.091,42	13.351,10	12.373,45	29.288,10	68.133,61	122.051,60	194.207,29

Fuente: Investigación

Elaborado por: María José Vizueta Romero

Tabla 51. Calculo TIR y VAN.

FACTORES DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	7,50%
AÑO BASE	AÑO 1
CALCULO DEL VAN	
Io	(80.000,00)
F1	24.091,42
F2	13.351,10
F3	12.373,45
F4	29.288,10
F5	68.133,61
F6	122.051,60
F7	194.207,29
Numero de Peridos	7
Tasa de Descuento	7,50%
VAN	389.458,03
TIR	41%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Maria Jose Vizueta Rom

5.9. Análisis de sensibilidad

Con la finalidad de prevenir al centro de acopio sobre aspectos que pudieran incidir en la rentabilidad, se realizan los análisis de sensibilidad a las variables que no son controladas directamente por el centro.

A tal objetivo, se realizó el análisis de sensibilidad determinando el rango máximo de variación de las variables que por los menos permitan recuperar la inversión total realizada, esto se logró igualando el valor de la TIR a cero. Para el caso del centro de acopio se procede a realizar un análisis considerando las tres fuentes de ingresos que determinan la viabilidad del proyecto. Las variables de ingresos del proyecto nos arrojan los siguientes datos como se detalla en la tabla 51 en que los valores del VAN \$ 389.458,03 un TIR de 41% de igual forma un punto de equilibrio que representa \$25.302 de las ventas, lo que significa el grado de confiabilidad y de seguridad de la inversión.

5.10. Impacto educativo

Esta investigación sirve como material de consulta para estudiantes en formación, así como de insumos para quienes desarrollen investigaciones o proyectos posteriores de mayor profundidad.

5.11. Impacto social

La COICE brindará nuevas oportunidades de empleo y mejores niveles de ingreso para los productores del sector, de esta manera podrán mejorar las condiciones económicas y la calidad de vida de sus familias, y por consiguiente satisfacer sus necesidades básicas.

5.12. Impacto económico

Con la implementación y funcionamiento del proyecto se aspira a contribuir en alguna medida con la reactivación de la economía del país y particularmente del sector donde funcionará el centro de acopio.

5.13. Rentabilidad del proyecto

El análisis efectuado sobre los indicadores de rentabilidad, permite demostrar que el negocio es rentable puesto que genera utilidades razonables para los inversionistas, y el período de recuperación de la inversión inicial comprendería 4 años, pues es el mismo ocurre a mediano plazo.

5.14. Impacto ambiental

Al considerar a la naturaleza como el ambiente amigable, en materia de conservación de los recursos naturales, se puede afirmar que la comercialización a través del centro de acopio no tiene ninguna incidencia de contaminación ni destrucción del medio ambiente, pues en esa perspectiva, se adoptarán medidas de gestión, educación y conservación de los recursos naturales, aplicando tratamientos adecuados a los residuos orgánicos e inorgánicos como consecuencia del propio proceso de desarrollo del proyecto.

Así mismo, como responsabilidad ambiental y sujeto a las disposiciones expuestas por el Ministerio del Ambiente es preciso notificar que el proyecto no representa ningún impacto ambiental que pudiera poner en riesgo tanto a personas como a seres vivos en general de la zona, sino más bien beneficia al ecosistema en general. Por tanto, el proyecto muestra buenas expectativas de ser ejecutado, dado a que se tiene un impacto de forma general positivo.

Finalmente, los desechos de los productos agrícolas de papa, maíz y habas, por presentar cualquier afectación de calidad, se procederá a vender a productores de granjas porcinas, así como, para la producción de abonos orgánicos a través de compost.

5.15. Indicadores de gestión para la creación del centro de acopio.

A fin de establecer la viabilidad del proyecto de creación del centro de acopio, se procedió inicialmente a analizar detenidamente los indicadores del comportamiento

cuantitativo del proceso de comercialización de los productos agrícolas papa, maíz y habas, poniendo énfasis en el comportamiento de la oferta y demanda.

En esa perspectiva, se remitió una carta a los Gerentes/Administradores de los supermercados TÍA, SUPERMAXI, Supermercados Santa María y almacenes AKI, con la finalidad de establecer primeros acercamientos para ofertar productos agrícolas lavados y empacados de óptima calidad y con la garantía de realizar su entrega semanal por parte de la COICE ver (anexo 4 y 5).

Así mismo, como parte de la gestión inicial, se procedió a mantener una entrevista con el Presidente de la COICE, (anexo 6), a fin de dar a conocer detalles acerca del estudio de factibilidad que se realiza en esta investigación acerca de la creación del centro de acopio en el local actual donde se encuentra, destacando las ventajas que se obtendrán con la implementación del proyecto.

CONCLUSIONES

- La participación de intermediarios en la comercialización de los productos analizados, conlleva a que los productores no obtengan ingresos apropiados que permitan mejorar sus actividades, toda vez que son los intermediarios los que se marginan la mayor cantidad de utilidades. Al reducir o eliminar esos agentes, se generará un cambio a favor de los productores.
- El análisis efectuado sobre la oferta y demanda histórica, actual y proyectada, permite establecer que existen buenas posibilidades de cubrir la demanda insatisfecha con la comercialización de los productos objeto de estudio, a través del centro de acopio.
- El estudio técnico permitió desarrollar aspectos necesarios para la puesta en práctica del centro de acopio, tales como: la ingeniería y la inversión necesarias para el proyecto inicial, los cuales requieren de una adecuación de la infraestructura existente en el local que anteriormente funcionaba el centro de acopio.
- La Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas, al constituirse como una organización de desarrollo social y económico, sin fines de lucro, inspirada en los valores culturales, históricos y democráticos de la sociedad, se puede afirmar que estará estructurada en condiciones apropiadas que redundarán en beneficio de los asociados y de la población del sector en general.
- La determinación del flujo de caja proyectado, permitió establecer mediante las variables económico-financieras, soportan tanto la inversión inicial, permitiendo la operatividad del proyecto durante el primer año. Asimismo, dichos flujos cubren el volumen de ocupación, gastos de operación y amortización de intereses a partir del segundo año de operación, así como, que permite la amortización del costo total a partir del tercer año.

- Se pudo establecer que los resultados de rentabilidad del proyecto comienzan a ser positivos a partir del cuarto año, generando una TIR de 41%, lo cual representa una opción viable para los inversionistas del proyecto.
- En general, los resultados de la investigación, para cada uno de los estudios realizados, confirman la factibilidad de la creación del centro de acopio. Asimismo, se puede declarar que la implementación del proyecto es rentable, y que al apegarse a los parámetros ambientales y sociales, permitirán mejorar y dinamizar la economía local e incrementar los ingresos de los productores de la parroquia Cebadas.

RECOMENDACIONES

- Para la implementación de este proyecto se debe tener en cuenta todas las disposiciones legales vigentes sobre las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) que determina la Agencia de Aseguramiento de la Calidad, AGROCALIDAD, estableciendo los indicadores específicos en los que se va a desenvolver el centro de acopio, para de esta forma poder comercializar la papa, maíz y habas en condiciones aptas para el consumo.
- Se debe considerar un aspecto importante el problema de la disponibilidad de los productos agrícolas, y para ello se sugiere constar con un inventario de fichas en las cuales se plasme información precisa acerca de los posibles distribuidores de los productos que necesita el centro de acopio, con el fin de que genere algún cuello de botella dentro del centro de acopio.
- Dinamizar mercados mayoristas en la zona de localización del centro de acopio, en coordinación con los demás cantones y provincias; a partir de un estudio anual para determinar si la capacidad instalada es suficiente para el volumen de papa, maíz y habas que son recibidos por el centro de acopio y así valorar su posible crecimiento.
- Llevar adelante una campaña de difusión sobre las bondades que conlleva el proyecto para los productores, a efectos de lograr que cada vez un mayor número de ellos se integren al proyecto como socios de la COICE y se beneficien de las bondades que puede generar el centro de acopio.
- Efectuar un seguimiento permanente del funcionamiento del centro de acopio, precautelando el buen manejo de los recursos económicos de modo que se reviertan en beneficio de todos los asociados, a través de la ampliación y mejoramiento de las instalaciones del centro.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, Martínez, Marcos André. (2012). Estudio de Factibilidad para la creación de un centro de acopio que se dedique a la comercialización de productos agrícolas, en la parroquia de Imbaya, del cantón Antonio ante, provincia de Imbabura (Trabajo de Grado). Universidad Técnica del Norte, Ibarra-Ecuador.
- Agrolanzarote. (2012). Fichas Técnicas de Cultivos de Lanzarote. Lanzarote: Servicio Insular Agrario. Recuperado a partir de <http://www.agrolanzarote.com>
- American Marketing Association. (2007). Investigación de Mercados (Segunda Edición). México: McGraw Hill.
- Aragón Castro, Aker, Barberi Sánchez, Ramón, González García, Rodobaldo, & Ramírez Pérez, Osvaldo. (1994). Fundamentos Básicos de Agronomía. Ciudad de La Habana, Cuba: Pueblo y Educación.
- Arenas Ospina, Juan David. (2004). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de entretenimiento a partir del suministro de juguetes de peluche personalizados en Colombia (Trabajo de Grado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.
- Asturias, Miguel Ángel. (2004). Maíz de aumento sagrado a negocio del hambre (HIVOS). Quito-Ecuador: Red por una América latina libre de transgénicos.
- Avendaño Murcia, F. J. (2006). Proyecto de prefactibilidad para la creación de un centro de acopio de zanahoria en el municipio de Simijaca (Tesis de Grado realizada para optar al título de Administrador de Empresas Agropecuarias). Universidad de la Salle, Bogotá D.C.
- Baca Urbina, Gabriel. (1995). Evaluación de Proyectos (3era. Ed). México: Mc Graw Hill.
- Bartolini, R. (1990). El Maíz (Segunda Edición). Madrid-España: Editorial Mundi Prensas.
- Box, J. M. (1961). Boletín Informativo N° 57. Ministerio de Agricultura de Estados Unidos.
- Bravo, A. P. (2010). Estudio de factibilidad de una plantación comercial de pino (*Pinus radiata* D. Don) para 25 años en la comunidad Pancun Ichuhamba, parroquia Cebadas, Cantón Guamote, provincia de Chimborazo. Tesis Presentada ante Escuela de postgrado y Educación continua de la ESPOCHI como requisito

- parcial para la obtención del grado de Magister en Proyectos de Desarrollo e Inversiones Rurales. Riobamba-Ecuador.
- Cabrerizo, C. (2012). El maíz en la alimentación humana. Recuperado a partir de <http://www.infoagro.com>
- Carrillo Vasco, Gabriela Alexandra. (2015). La gestión financiera y la liquidez de la empresa „azulejos pelileo“ (Trabajo de Investigación Previa a la obtención del Grado Académico de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA.). Universidad Técnica de Ambato, Quito-Ecuador. Recuperado a partir de <http://predi.uta.edu.ec/bitstream/123456789/179971/T3130i.pdf>
- Cerrate, V. A. (1981). Cultivo de Habas (Vicia Faba L.). Lima, Perú: Departamento de la Fitotecnia. Proyecto de Menestras. Unalm.
- Colombo, J. (1983). Almacenamiento de papa consumo y semilla en Uruguay (Taller de Trabajo sobre análisis de la situación actual y perspectivas de las investigaciones en almacenamiento de papa en los países del sur y este de Sudamérica 1983). Santiago-Osorno, Chile.
- Coss, B. R. (2005). Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión (2ª. ed.). México: Limusa.
- Crespo, M. W. (1996). Haba (Vicia Faba L.). Cochabamba – Bolivia: Leguminosas en la Agricultura, Boliviana.
- Crisci, Carlos. (1992). Almacenamiento de papa. Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria, Uruguay: Unidad de Difusión e Información Tecnológica del INIA.
- FAO. (2012). Mejoramiento de Maíz con objetivos especiales. Recuperado a partir de <http://www.fao.org/DOCREP/003/X7650S/x7650s21.com>
- Flores, M., & Rodríguez, D. (2016). Nutrición Animal. En Nutrición Animal. Las Palmas - España.
- García M., Alberto. (1998). Evaluación de Proyectos de Inversión (1ª Edición). Ciudad de México: Mc Graw Hill.
- Garrido Delgado, P. D. (2015). Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio, secado y comercialización de cacao fino de aroma cultivado en el Recinto Balzalito del cantón Muísne provincia de Esmeraldas (Tesis de Grado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Esmeraldas.

- GESTIOPOLIS. (2008). Estudio de Mercado (En línea). Recuperado a partir de http://www.gestiopolis.com/dirgp/mar/sim_investigaci3n_mercados/sim_investigaci3n_mercados_3.htm
- Guajardo, G. (2004). Contabilidad Financiera. Editorial Mc Graw Hill. Bogotá.
- Guzmán, N. (2008). Mercado [En línea]. Recuperado a partir de <http://claudia-rodaccmk27.nireblog.com/post/2007/08/25/el-ambiente-organizacional-y-sus-variables-macro-y-micro-ambientales>
- Hernández, A., Villalobos, A., & Suarez, A. (2005). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. México: Thomson.
- Hernández R., F. C. (2013). Definiendo el Alcance de una investigación Exploratoria, Descriptiva, Correlacional o Explicativa.
- Hernández Sampieri, Roberto, Fernández Collado, Carlos, & Baptista Lucio, Pilar. (1997). Metodología de la Investigación. México: McGraw—Hill.
- INFOAGRO. (2012). El cultivo del maíz. Recuperado a partir de <http://www.infoagro.com/herbaceos/cereales/maiz.asp>
- INFOPLAN. (2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (Fase Diagnóstico). Cebadas: Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de.
- Inostroza, Juan, Méndez, L., & Lorena Sotomayor, T. (1984). Botánica y Morfología de la papa. Carillanca: INIA.
- Kama Serna, A. (2017). Aplicación de Biol Bovino en cultivo de haba (vicia faba l.) bajo riego por goteo en la estación experimental choquenaira (tesis de grado). Universidad Mayor de San Andrés, La Paz – Bolivia.
- Lamb, Charles, Hair, Joseph, & Mc Daniel, Carl. (1998). Marketing (4ta ed.). México: International Thomson Editores.
- Maca. (2005). El Cultivo de Haba. La Paz – Bolivia: Boletín Técnico.
- Maroto, J. (1998). Horticultura herbácea especial (4ta Edición). Madrid-España: Ediciones Mundi Prensa.
- Méndez, Gladis. (2010). Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de frutas del valle en la comunidad del chota, parroquia Ambuquí, cantón Ibarra, provincia Imbabura (Tesis de Grado). Universidad Técnica del Norte, Ibarra-Ecuador.
- Miragem, S. et al. (1985). Guía para la elaboración de proyectos. San José, Costa Rica: IICA.

- Mokate, Marie Karen. (2005). *Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión* (Segunda edición). Uniandes, Colombia: Alfaomega.
- Moreno Fernández, J. (2003). *Estados financieros, análisis e interpretación*. Grupo patria cultural.
- Ortegón, Edgar, Pacheco, Juan Francisco, & Prieto, Adriana. (2015). *Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas*. Santiago de Chile: Publicación de las Naciones Unidas.
- Perreault, Willian, & Mc Carthy, Jerome. (1997). *Marketing* (11ava. ed). México: Mc Graw Hill.
- Pilozo Pilozo, L. E. (2013). *Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio dedicado a la comercialización de productos agrícolas de tipo orgánicos en el cantón milagro (proyecto de grado previo a la obtención del título de economista)*. Universidad Estatal de Milagro, Ecuador.
- Ramírez Aguilar, Carlos Roberto. (1984). *Historia del cultivo de la papa en Costa Rica*. Cartago, Costa Rica: Ministerio de Agricultura y Ganadería.
- Ramírez Almaguer, Daniarys, Vidal Marrero, Aiblis Sucel, & Domínguez Rodríguez, Yasleny. (2009, marzo). *Etapas del Análisis de Factibilidad*. Compendio Bibliográfico. En *Contribuciones a la Economía*. Recuperado a partir de <http://www.eumed.net/ce/2009a/>
- Reyes P., Andrés. (s. f.). *Fundamentos de Mercadeo*. Caracas.
- Rodríguez, A. L. (2010). *El Estudio de Factibilidad como Elemento Generador de los Objetivos del Proyecto* (Vols. 1–8). La Habana, Cuba: Ciencias Holguin.
- Rodríguez, Luis Ernesto. (2010, marzo 5). *Origen y evolución de la papa cultivada. Una revisión*. *Agronomía Colombiana*, 28(1), 9-17.
- Román Cortez, Miguel, & Hurtado, Guillermo. (2002). *Guía Técnica Cultivo de La Papa*. El Salvador: Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal.
- Salas, W. (1987). *Preparación y evaluación de inversiones agropecuarias*. San José, Costa Rica.
- Sampieri, R.; Fernández, C. y Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta Edición). México: McGraw-Hil.
- Samuelson, Paul, & Nordhaus, Willian. (1999). *Economía* (16 ava. ed). México: Mc Graw Hill.
- Sapag, Chain. (1995). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Santafé de Bogotá: Mc Graw Hill.

- Sapag, N., & Sapag, R. (1995). Preparación y evaluación de proyectos. Santa Fe de Bogotá. Colombia: Mc GrawHill. Interamericana S.A.
- Tracey-White, J. (2004). Planificación y diseño de mercados rurales. Roma: FAO.
- Vinueza Chávez, Patricia. (2014). Análisis y propuesta de mejora de la gestión financiera de las microempresas comerciales de acumulación ampliada de la ciudad de Quito. (Programa de Maestría en Dirección de Empresas). Universidad Andina Simón Bolívar, Quito-Ecuador. Recuperado a partir de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/1064440411T1434-MBA-Vinueza-Analisis.pdf>
- Wikipedia. (2008). Estudio de mercados. En línea. Recuperado a partir de [http://www.wikilearning.com/monografía/el estudio de mercado-guia_para_estudios_de_factibilidad/14750-1](http://www.wikilearning.com/monografía/el_estudio_de_mercado-guia_para_estudios_de_factibilidad/14750-1)
- Yanez, C., Zambrano, J., Caicedo, M., & Heredia, J. (2005). Inventario Tecnológico del Programa del Maíz. Quito-Ecuador: INIAP-EESC.
- Yanez, C., Zambrano, J., Caicedo, M., & Heredia, J. (2013). Guía de producción de maíz para pequeños agricultores y agricultoras (Guía No 96). Quito- Ecuador: INIAP, Programa de maíz.

ANEXOS

Anexo A: Encuesta

Nuestra institución, Escuela Superior politécnica de Chimborazo, está realizando un estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio para productos nativos que se producen en la parroquia Cebadas, con el objetivo de mantener una adecuada comercialización de los productos de papa, maíz y habas para el consumo. Para lograrlo, necesitamos de su colaboración respondiendo con sinceridad las preguntas identificando con una equis (x) en la opción que considere correcta. Esta información tiene carácter anónimo, por lo tanto no tiene que escribir su nombre en el cuestionario. Agradecemos su colaboración.

Cuestionario

1. Datos generales

Edad: _____

Sexo: ___ M ___ F

Nivel de escolaridad: Básico ___ Bachillerato ___ Superior ___ postgrado ___

Zona donde vive: Rural ___ Urbana ___

Personas de su hogar que laboran: Una persona ___ Dos personas ___ Tres personas ___

Cuatro o más ___

2. **Usted trabaja en el sector agrícola?:** Sí ___ No. ___

3. **¿Usted cultiva?:** papa _____ maíz _____ Habas ___

4. **¿Cuántas veces usted siembra al año: ?**

Papa -----

Maíz-----

Habas-----

5. **Conoce usted a la COICE.**

___ Sí

___ No

6. Considera que la creación de un centro de acopio para papa, maíz y habas resulta beneficioso para la comunidad de la parroquia de Cebadas.

SI----- NO-----

7. Las ventas de los productos nativos de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas a través del centro de acopio permitirán mejorar los ingresos de los productores de papa, maíz y habas.

SI-----

NO-----

8. Cuánto dinero invierte usted en la producción de papa?

9. ¿Cuánto dinero invierte usted en la producción de maíz?

10. ¿Cuánto dinero invierte usted en la producción de habas?

11. ¿Qué tipo de papa usted produce?

12. ¿Cree usted que el centro de acopio de papa, maíz y habas de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas (COICE) mejorará la economía de la parroquia Cebadas?

SI-----

NO-----

13. ¿A quién vende los productos?

___ Intermediarios

___ Consumidores

14. ¿Le gustaría que los productos como papa, maíz y habas que usted produce se comercialicen en las ciudades?

SI-----

NO-----

15. La participación de intermediarios favorece o perjudica los ingresos al productor de papa, maíz y habas.

FAVORECE----- PERJUDICA-----

16. ¿Los ingresos promedio obtenidos por la comercialización de la papa, maíz y habas permiten hacer inversiones para ampliar sus cultivos?

17. ¿Está usted asociado a la COICE?

SI-----

NO-----

18. ¿La COICE dispone de un lugar en condiciones óptimas para almacenar productos?

Como: papa, maíz y habas.

19. Señale por orden de preferencia, qué productos objeto del estudio, son los que más se comercializarían en el centro de acopio de la COICE. El número 1 es de mayor prioridad.

Anexo B. Carta de la Gerencia



Quito, 12 de febrero 2019.

Señores:

Gerente /administrador

SUPERMERCADOS TÍA

De mi consideración:

En mi calidad de Presidente de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas (COICE) de la parroquia Cebadas del cantón Guamote, provincia de Chimborazo, me dirijo a usted con el propósito de presentarle una oferta de los siguientes productos agrícolas empacados, de óptima calidad que cultiva nuestra Corporación:

- papa súper chola 1 TM
- papa chaucha 1 TM
- haba pelada 10 quintales
- maíz tierno pelado 20 quintales

Estos productos, en las cantidades señaladas, estamos en capacidad de entregar semanalmente.

De existir interés por nuestra oferta, apreciaré fijar la fecha en la que podríamos mantener una reunión en la cual tendré el agrado de informar en detalle las características de los productos, sobre cuya base podríamos definir los términos y condiciones que permitan concretar la negociación.

Por la favorable atención a este pedido, anticipo mis debidos agradecimientos y estaré atento a su gentil respuesta al correo electrónico: marijo_322@hotmail.com.

Atentamente,



Arturo Flores
Presidente de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas (COICE)
CI: 060321632-6

Anexo C. Carta de la Gerencia



Quito, 12 de febrero 2019.

Señores:

Gerente /administrador

SUPERMERCADOS SANTA MARIA

De mi consideración:

En mi calidad de Presidente de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas (COICE) de la parroquia Cebadas del cantón Guamote, provincia de Chimborazo, me dirijo a usted con el propósito de presentarle una oferta de los siguientes productos agrícolas empacados, de óptima calidad que cultiva nuestra Corporación:

- papa súper chola 1 TM
- papa chaucha 1 TM
- haba pelada 10 quintales
- maíz tierno pelado 20 quintales

Estos productos, en las cantidades señaladas, estamos en capacidad de entregar semanalmente.

De existir interés por nuestra oferta, apreciaré fijar la fecha en la que podríamos mantener una reunión en la cual tendré el agrado de informar en detalle las características de los productos, sobre cuya base podríamos definir los términos y condiciones que permitan concretar la negociación.

Por la favorable atención a este pedido, anticipo mis debidos agradecimientos y estaré atento a su gentil respuesta al correo electrónico: marijo_322@hotmail.com.

Atentamente,

Arturo Flores

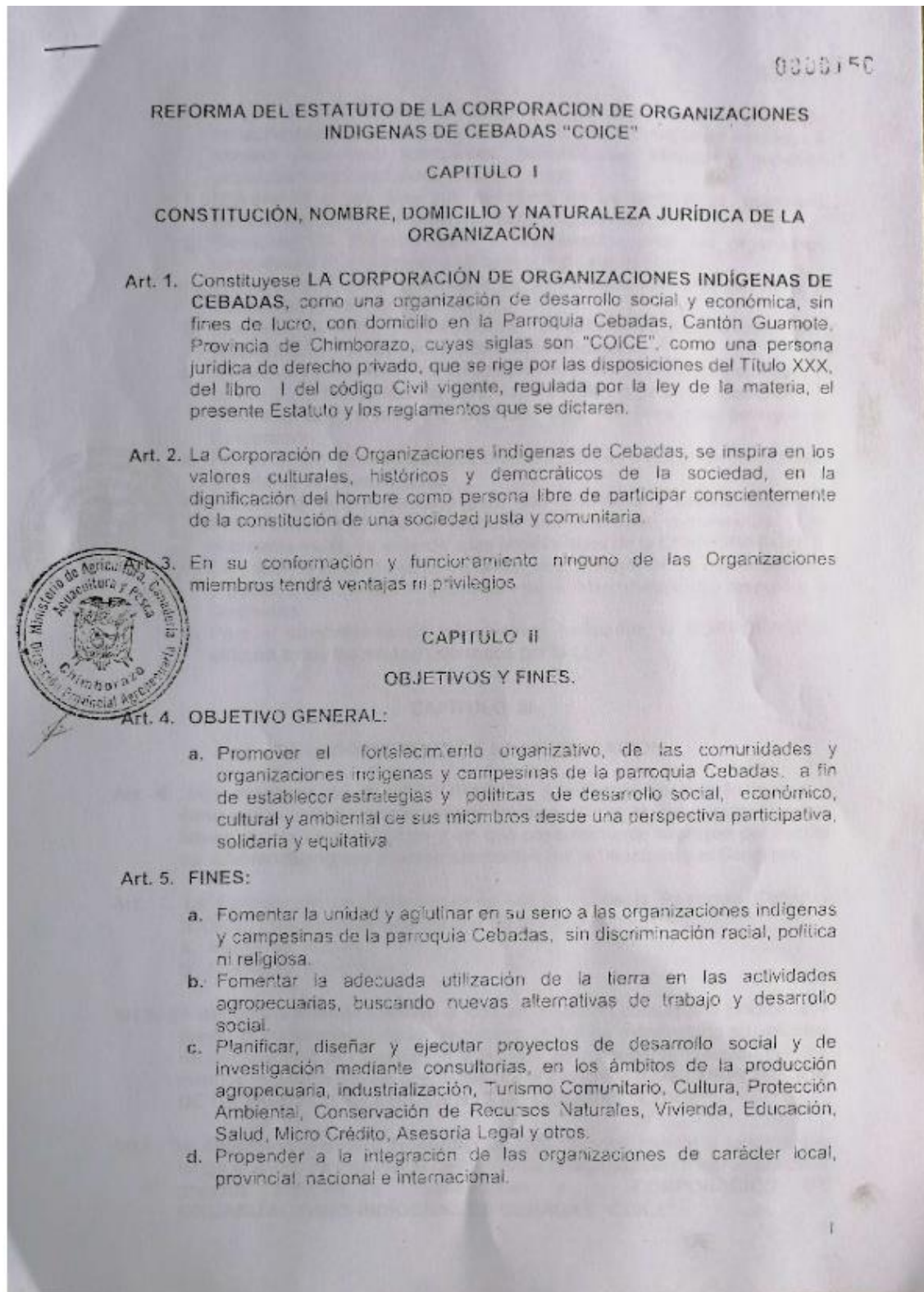
Presidente de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas (COICE)

CI: 060321632-6

Ing: Juan Nuñez
2942 - 920
Ext 1183.

RECIBIDO
12 FEB. 2019
RECURSOS HUMANOS

Anexo D. Reforma Estatuto de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas “COICE”



0000150

REFORMA DEL ESTATUTO DE LA CORPORACION DE ORGANIZACIONES INDIGENAS DE CEBADAS "COICE"

CAPITULO I

CONSTITUCIÓN, NOMBRE, DOMICILIO Y NATURALEZA JURÍDICA DE LA ORGANIZACIÓN

Art. 1. Constituyese LA CORPORACIÓN DE ORGANIZACIONES INDÍGENAS DE CEBADAS, como una organización de desarrollo social y económica, sin fines de lucro, con domicilio en la Parroquia Cebadas, Cantón Guamote, Provincia de Chimborazo, cuyas siglas son "COICE", como una persona jurídica de derecho privado, que se rige por las disposiciones del Título XXX, del libro I del código Civil vigente, regulada por la ley de la materia, el presente Estatuto y los reglamentos que se dictaren.

Art. 2. La Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas, se inspira en los valores culturales, históricos y democráticos de la sociedad, en la dignificación del hombre como persona libre de participar conscientemente de la constitución de una sociedad justa y comunitaria.

Art. 3. En su conformación y funcionamiento ninguno de las Organizaciones miembros tendrá ventajas ni privilegios



CAPITULO II

OBJETIVOS Y FINES.

Art. 4. OBJETIVO GENERAL:

- a. Promover el fortalecimiento organizativo, de las comunidades y organizaciones indígenas y campesinas de la parroquia Cebadas, a fin de establecer estrategias y políticas de desarrollo social, económico, cultural y ambiental de sus miembros desde una perspectiva participativa, solidaria y equitativa.

Art. 5. FINES:

- a. Fomentar la unidad y aglutinar en su seno a las organizaciones indígenas y campesinas de la parroquia Cebadas, sin discriminación racial, política ni religiosa.
- b. Fomentar la adecuada utilización de la tierra en las actividades agropecuarias, buscando nuevas alternativas de trabajo y desarrollo social.
- c. Planificar, diseñar y ejecutar proyectos de desarrollo social y de investigación mediante consultorias, en los ámbitos de la producción agropecuaria, industrialización, Turismo Comunitario, Cultura, Protección Ambiental, Conservación de Recursos Naturales, Vivienda, Educación, Salud, Micro Crédito, Asesoría Legal y otros.
- d. Propender a la integración de las organizaciones de carácter local, provincial, nacional e internacional.

- e. Apoyar en la comercialización de sus productos agropecuarios, productos industrializados y artesanales, así como el abastecimiento de insumos de primera necesidad, fertilizantes, herramientas, equipos y especies pecuarias y agrícolas, construcción y otros.
- f. Impulsar el apoyo para sus miembros en los ámbitos de, asistencia técnica, educación, medicina, mediación comunitaria, etc.
- g. Gestionar los recursos para la Corporación ante los organismos nacionales e internacionales en beneficio de sus asociados.
- h. Promover el manejo sustentable de los recursos naturales con miras a desarrollar la actividad turística.
- i. Establecer alianzas estratégicas e intercambio de experiencias con organizaciones afines nacionales e internacionales.
- j. Gestionar y administrar los fondos provenientes de donaciones, legados, cuotas y contribuciones de personas naturales o jurídicas, nacionales o internacionales, públicas o privadas, para los fines que persigue la Corporación.
- k. Promover procesos de autogestión en función de mejorar las condiciones de vida de las comunidades.
Generar bienes y servicios para sus miembros y demás mercados insatisfechos mediante la creación de empresas comunitarias y de economía mixta, de acuerdo a las posibilidades de la CORPORACIÓN.
- m. Contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural de las nacionalidades y pueblos, así como a la promoción de la interculturalidad y respeto a la diversidad.
- n. Para el cumplimiento de los objetivos señalados, la CORPORACIÓN utilizará todos los medios permitidos por la LEY.



CAPITULO III

DE LOS MIEMBROS DE LA CORPORACIÓN.

- Art. 6.** Son miembros de la CORPORACIÓN, las Organizaciones Indígenas y campesinas que tienen personería jurídica, y sus representantes legales firmen el acta de constitución y las que posteriormente expresen por escrito su voluntad de ingreso y fueren aprobados por el Directorio y el Congreso.
- Art. 7.** La Corporación de Organizaciones Indígenas de la Parroquia Cebadas "COICE" estará conformada por dos clases de miembros:
- a. Miembros Activos.
 - b. Miembros Honoríficos.
- Art.8.** Se denomina miembro Activo a toda organización comunitaria jurídica, que previo el cumplimiento de los requisitos de ley ha manifestado su voluntad de pertenecer a la Corporación y las que posteriormente cumplan con los mismos requisitos y sean aceptadas por el Congreso de la CORPORACIÓN DE ORGANIZACIONES INDÍGENAS DE CEBADAS "COICE".
- Art.9.** Se denomina miembro Honorífico a toda persona natural o jurídica que tenga el ánimo de impulsar el desarrollo de la organización o hayan prestado grandes servicios o contribuciones a la CORPORACIÓN DE ORGANIZACIONES INDÍGENAS DE CEBADAS "COICE".

CAPITULO IV

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS MIEMBROS

Art.10. Son derechos de los miembros de la "COICE"

- a. Gozar de autonomía interna y administrativa.
- b. Elegir y ser elegido a través de sus delegados para el desempeño de las funciones en el Comité Ejecutivo y comisiones necesarias para el mejor funcionamiento de la CORPORACIÓN.
- c. Participar y recibir beneficios, de los servicios que conceda la organización.

Art.11. Son Obligaciones de los miembros de la "COICE"

- a. Nombrar delegados principales y suplentes conforme al número de habitantes para que lo representen debidamente en el Congreso y actividades de la "COICE".
- b. Cumplir disciplinadamente con las disposiciones tomadas por el Comité Ejecutivo, Asamblea General y el Congreso.
- c. Recaudar cumplidamente las cuotas ordinarias y extraordinarias que contemplan en el presente estatuto y Reglamento Interno y las que determine la Asamblea General y el Congreso.
- d. Participar en los actos de solidaridad que organice la CORPORACIÓN.
- e. Cumplir disciplinadamente con los deberes contemplados en el presente Estatuto y Reglamento Interno correspondiente y más resoluciones.
- f. Informar al Comité Ejecutivo, a la Asamblea General y al Congreso, cualquier conflicto que afecte a la CORPORACIÓN o a sus miembros.
- g. Acudir cumplidamente a las asambleas del Comité Ejecutivo, de la Asamblea General ordinaria y extraordinaria y al Congreso de la CORPORACIÓN, previa convocatoria escrita.



CAPITULO V

RÉGIMEN DISCIPLINARIO

Art.12. Se prohíbe estrictamente utilizar a la Organización para fines Políticos y Religiosos.

Art.13. El Congreso podrá expulsar de la CORPORACIÓN a sus miembros, en los siguientes casos:

- a. Por incumplimiento de sus deberes y obligaciones.
- b. Por Infracciones graves sancionados por el Juez Competente.
- c. Por utilizar la organización o sus bienes en actividades proselitistas o religiosas.
- d. Por falsedad o retención de informes o documentación que la Institución requiera.
- e. Por la utilización indebida de los fondos o bienes de la CORPORACIÓN, debidamente comprobada.
- f. Por fomentar el divisionismo dentro de la CORPORACIÓN.

g. Por el mal uso de la documentación de la CORPORACIÓN, en beneficio personal de sus miembros.

Art.14. El Comité Ejecutivo podrá imponer la sanción de separación temporal, en caso de exclusión se deberá instalar el proceso de información sumaria y elaborar un informe para conocimiento del Congreso previa su resolución definitiva.

Art.15. Las sanciones impuestas por violaciones comprobadas de las prohibiciones señaladas en los Art. 12 y 13, se normarán en el Reglamento Interno, sin perjuicio de lo establecido en las leyes pertinentes y de recurrir ante las Autoridades y Jueces Competentes si la gravedad de la falta así lo amerita.

Art.16. En caso de infracción al presente estatuto se establecen las siguientes sanciones:

- a. Amonestación verbal;
- b. Amonestación escrita;
- Separación temporal, y;
- Exclusión.



CAPITULO VI

RÉGIMEN DE SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

Art.17. Toda controversia será resuelta según la calidad del conflicto, en primera Instancia por el Comité Ejecutivo, nombrando una comisión investigadora que estará integrada por los delegados de la Asamblea General que tendrá competencia en las categorías que se señala y solucionará:

- a. Por incumplimiento de sus deberes y obligaciones.
- b. Por utilizar la organización o sus bienes en actividades proselitistas o religiosas.
- c. Por falsedad o retención de informes o documentación que la Institución requiera.
- d. Por la utilización indebida de los fondos o bienes de la CORPORACIÓN, debidamente comprobada.
- e. Por fomentar el divisionismo dentro de la CORPORACIÓN.
- f. Por el mal uso de la documentación de la CORPORACIÓN, en beneficio personal de sus miembros.

Art.18. El Comité Ejecutivo podrá imponer la sanción de separación temporal, en caso de exclusión se deberá instalar el proceso de información sumaria y elaborar un informe para conocimiento del Congreso previa su resolución definitiva.

Art.19. La exclusión de un miembro resolverá el Congreso, previo levantamiento de una información sumaria donde el afectado tendrá derecho a la defensa.

CAPITULO VII

CAUSALES PARA LA PÉRDIDA DE LA CALIDAD DE MIEMBROS

Art.20. La calidad de organización miembro se pierde por:

- a. Por retiro voluntario.
- b. Por exclusión,
- c. Por disolución de la organización miembro.

Art.21. Cuando una organización o comunidad decida de retirarse de la corporación, deberá notificar su decisión por escrito al Comité Ejecutivo y este se reunirá en un plazo no mayor de 30 días para conocer dicha solicitud. El Comité elaborará un informe y presentará a la Asamblea General para su Informe al Congreso solución definitivamente.



Art.22. El retiro se hará extensivo a cada uno de sus miembros.

Las organizaciones miembros que por cualquier causa se haya separado de la CORPORACIÓN, podrá solicitar su reingreso siempre y cuando se hayan superado las causas que motivaron dicha separación.

Art. 23. El Comité Ejecutivo podrá imponer la sanción de separación temporal.

Art. 24. El miembro que este siendo procesado tendrá derecho a la defensa, para lo cual será notificado al Congreso para que haga uso de su derecho.

Art. 25. SON CAUSAS DE EXCLUSIÓN

- a. Realizar actos divisionistas al interior de la CORPORACIÓN y sus miembros.
- b. Haber utilizado los recursos de la Organización en beneficio personal.

CAPITULO VIII

ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN INTERNA

Art.26. LA CORPORACIÓN DE ORGANIZACIONES INDIGENAS DE CEBADAS "COICE" estará administrada por los siguientes Organismos:

- a. El Congreso;
- b. Asamblea General;
- c. El Comité Ejecutivo;
- d. Las Comisiones Especiales; y;
- e. La Unidad Técnica.

DEL CONGRESO

Art.27. El Congreso es la máxima Autoridad de la CORPORACIÓN, se reunirá ordinariamente cada 3 años, previa convocatoria de la Asamblea General en el

DE LA ASAMBLEA GENERAL

Art.33. La Asamblea General es la Segunda Autoridad de la CORPORACIÓN, DESPUÉS del CONGRESO, estará integrado por dos delegados principales de cada una de sus organizaciones quienes tendrán voz y voto.

Art.34. LAS ASAMBLEAS GENERALES podrán ser ordinarias y extraordinarias.

ASAMBLEAS ORDINARIAS, se reunirán primer domingo, cada tres meses en el lugar fijado previamente por el COMITÉ EJECUTIVO, en forma rotativa.

ASAMBLEAS EXTRAORDINARIAS, se reunirán cuando las circunstancias así lo ameriten, previa la convocatoria con un mínimo de tres días de antelación.

Art.35. SON FUNCIONES DE LA ASAMBLEA GENERAL



- a. Conocer los informes de las comisiones y el Comité Ejecutivo.
- b. Llenar las vacantes que se produjeren en el Comité Ejecutivo.
- c. Considerar las necesidades, sugerencias y reclamos de las organizaciones filiales.
- d. Sancionar las faltas a las Organizaciones miembros o filiales.
- e. Discutir y planificar acciones de solidaridad.
- f. Velar para que las organizaciones miembros trabajen de acuerdo a los principios de la CORPORACIÓN.
- g. Todos los cuerdos aprobados en asamblea general, serán Certificados con las firmas del Presidente y Secretario de la CORPORACIÓN.

DEL COMITÉ EJECUTIVO

Art.36. Para ser miembro del Comité Ejecutivo se requiere que:

- a. El candidato debe ser mayor de 25 años.
- b. El candidato sea miembro activo de una organización Miembro, mínimo dos años.
- c. Que al momento de participar en las elecciones, el candidato no se encuentre enfrentando acciones ni civiles ni penales.
- d. El candidato / a, a la dignidad de Presidente, Secretario de Actas y Comunicaciones y Secretario de Finanzas, esté dispuesto a rendir UNA CAUCIÓN a nombre de la Corporación, en el caso que resultare ganador.
- e. El candidato / a, que vaya presidir alguna de las Secretarías, preferentemente debe contar con cierta afinidad y conocimientos en la respectiva área.
- f. Y las demás que señale la Ley y el Reglamento Interno.

Art.37. El Comité Ejecutivo estará integrado por los nueve miembros principales con sus respectivos suplentes, el Presidente y Vicepresidente no contarán con suplentes.

- a. Presidente
- b. Vicepresidente
- c. Secretaria de Actas y Comunicaciones,

- d. Secretaría de Finanzas,
- e. Secretaría de Asuntos Jurídicos,
- f. Secretaría de Producción Agropecuaria y Comercialización,
- g. Secretaría de Educación, Cultura y Deportes,
- h. Secretaría de Género y Salud,
- i. Secretaría de Ambiente y Turismo.

Art.38. Los miembros del Comité Ejecutivo de la CORPORACIÓN, serán elegidos por el CONGRESO y permanecerán **tres (3) años en sus funciones**, pudiendo ser reelectos hasta por un periodo igual, siempre que no se encontrare ninguna anomalía en el desempeño de sus funciones.

Art.39. SON FUNCIONES DEL COMITÉ EJECUTIVO

- a. Informar a la Asamblea General el Plan de trabajo y preparar documentos de difusión.
- b. Coordinar las acciones de la CORPORACIÓN.
- c. Representar a la CORPORACIÓN y a sus miembros judicial y extrajudicialmente.
- d. Buscar asesoramiento en las Instituciones Desarrollo de Instituciones Nacionales e internacionales, públicas o privadas y asesoramiento técnico económico, siempre velando por mantener en esta una relación de independencia orgánica de la CORPORACIÓN.
Fortalecer las organizaciones existentes y extender acciones a los sectores no organizados de la provincia especialmente entre los indígenas y campesinos de escasos recursos económicos.
- f. Tomar contacto y mantener relaciones fraternas con otras organizaciones similares a la CORPORACIÓN.
- g. Promover la solidaridad, compañerismo y organización de los campesinos e indígenas en la reivindicación de sus derechos y la lucha por una sociedad más justa.
- h. El Comité Ejecutivo se reunirá una vez por mes y en forma extraordinaria cuando lo fuere necesario.



DE LOS MIEMBROS DEL COMITÉ EJECUTIVO

Art.40. SON FUNCIONES DEL PRESIDENTE

- a. Ejercer la representación legal de la CORPORACIÓN, judicial y extrajudicialmente.
- b. Convocar y presidir las Asambleas Generales y las reuniones del Comité Ejecutivo.
- c. Coordinar las actividades de las comisiones especiales.
- d. Visitar las Organizaciones miembros por lo menos dos veces al año.
- e. Recibir a las delegaciones de otras organizaciones Indígenas Populares.
- f. Coordinar las actividades de capacitación y las demás actividades que realice la CORPORACIÓN.

Art.41. SON FUNCIONES DEL VECEPRESIDENTE

- a. Asistir a todas las reuniones ordinarias del Comité Ejecutivo y de la Asamblea General.

- b. Reemplazar al presidente en caso de ausencia temporal y/o definitiva.
- c. Las demás que establece la Ley y el Reglamento Interno.

Art.42. DEL SECRETARIO DE ACTAS Y COMUNICACIONES:

Son funciones del secretario:

- a. Concurrir cumplidamente a las sesiones ordinarias y extraordinarias del Comité Ejecutivo y Asamblea General, elaborar y dar lectura del orden del día, llevar los libros de actas.
- b. Elaborar y firmar conjuntamente con el Presidente de Correspondencia de la CORPORACIÓN.
- c. Suscribir las convocatorias a reuniones del Comité Ejecutivo, de la Asamblea General, conjuntamente con el Presidente.
- d. Llevar el archivo de la CORPORACIÓN.
- e. Recibir y dar lectura a las comunicaciones recibidas.
- f. Llevar el registro de los miembros de la CORPORACIÓN "COICE".

Art.43. DEL SECRETARIO DE FINANZAS

Son funciones del Secretario de finanzas.

- a. Exigir y recaudar el pago de cuotas a los tesoreros de las Organizaciones Filiales.
- b. Tener bajo su responsabilidad personal el control de los valores que mensualmente recibe de las organizaciones miembros y otros conceptos de cuotas.
- c. Llevar el registro de las aportaciones.
- d. Asistir a las reuniones del Comité y las Asambleas Generales.
- e. Informar a estos organismos sobre la situación financiera de la CORPORACIÓN, proponer alternativas para su financiamiento.
- f. Llevar el registro de inventario de todos los bienes muebles e inmuebles de la CORPORACIÓN.
- g. Firmar con el presidente las órdenes de gastos, cheques que giren, como los depósitos bancarios.
- h. Presentar balances económicos semestrales y dar informes sobre el movimiento económico de la CORPORACIÓN.
- i. Presentar anualmente un proyecto de presupuesto y posibles formas de financiamiento.
- j. Recibir las donaciones o aportes de presupuesto y posibles formas de financiamiento.
- k. Presidir la comisión económica y de crédito.

Art.44. EL SECRETARIO DE ASUNTOS JURÍDICOS

Son funciones del Secretario de Asuntos Jurídicos.

- a. Orientar y asesorar las actividades de la CORPORACIÓN.
- b. Buscar contacto con las organizaciones tanto local, zonal, provincial, nacional e internacional.
- c. Asistir cumplidamente a las Asambleas Generales y reuniones del Comité Ejecutivo.



- d. Presidir la comisión jurídica y mediación comunitaria.
- e. Y las demás que señale la Ley y el Reglamento Interno.

Art.45. SECRETARIAS

Son funciones de las Secretarías del Comité Ejecutivo

- a. Concurrir cumplidamente a las reuniones del Comité Ejecutivo y a las reuniones de Asamblea General.
- b. Realizar visitas periódicas a las organizaciones miembros para conocer sobre sus problemas y necesidades.
- c. Servir de enlace entre la CORPORACIÓN y sus problemas de los miembros.
- d. Coordinar y concertar Acciones con los diferentes actores locales, provinciales, nacionales e internacionales de acuerdo a su área.
- e. Preparar y presentar anualmente el Plan Operativo Anual al Comité Ejecutivo de la Corporación para su análisis y para luego poner en consideración de la Asamblea General para su respectiva aprobación.

Art.46. FUNCIONES DE LA SECRETARIA DE PRODUCCION AGROPECUARIA Y COMERCIALIZACIÓN.



- a. Coordinar y desarrollar eventos que fomenten la producción y comercialización de productos agropecuarios.
- b. Coordinar y concertar Acciones con la Dirección Provincial del Ministerio de Agricultura y Ganadería y otras entidades afines.
- c. Planificar y ejecutar programas de capacitación cursos, seminarios, paneles, mesas redondas, previa la autorización del Comité Ejecutivo.
- d. Presidir la comisión de Producción Agropecuaria y Comercialización.
- e. Programar ferias agropecuarias,
- f. y las demás que señale la ley y el reglamento interno.

Art.47. FUNCIONES DE LA SECRETARIA DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTES.

- a. Coordinar y desarrollar eventos educativos, culturales y deportivos,
- b. Coordinar y concertar con la Dirección Provincial de Educación Intercultural Bilingüe e Hispana, con las Direcciones de Cultura, Deportes y demás entidades afines.
- c. Planificar y ejecutar programas de capacitación cursos, seminarios, paneles, mesas redondas, etc. previo autorización del Comité Ejecutivo.
- d. Presidir la comisión de educación, cultura y Deportes.
- e. Programar actividades culturales, educativas y deportivas,
- f. Y las demás que señale la Ley y el Reglamento Interno.

Art.48. FUNCIONES DE LA SECRETARIA DE GÉNERO Y SALUD.

- a. Realizar visitas a las organizaciones miembros para conocer los problemas de género y condiciones de salubridad de los miembros de la CORPORACIÓN.
- b. Coordinar con Instituciones de finalidad social en bien de mujer indígena y campesina.
- c. Presidir la comisión de género y salud

- d. Planificar y ejecutar programas de capacitación cursos, seminarios, paneles, mesas redondas, etc. previo autorización del Comité Ejecutivo.
- e. Prestar ayuda a las iniciativas de Organizaciones de salud y género
- f. Y las demás que señale la Ley y el Reglamento Interno.

Art.49. FUNCIONES DE LA SECRETARIA DE AMBIENTE Y TURISMO.

- a) Coordinar y desarrollar eventos de conservación ambiental y turismo,
- b) Coordinar y concertar actividades con el Ministerio del Ambiente y Turismo y otras entidades afines,
- c) Planificar y ejecutar programas de capacitación cursos, seminarios, paneles, mesas redondas, etc. previo autorización del Comité Ejecutivo.
- d) Presidir la comisión de Ambiente y Turismo.
- e) Programar ferias ambientales y turísticas.
- f) Y las demás que señale la ley y el reglamento interno.

Art.50. Los miembros del Comité Ejecutivo de la CORPORACIÓN no percibirán remuneración alguna en el desempeño de sus funciones, salvo que realicen funciones específicas planificadas y ordenadas por el Comité Ejecutivo, siempre y cuando existan recursos económicos designados para dichos fines.

Art.51. DE LAS COMISIONES ESPECIALES

Las comisiones Especiales serán creadas por la Asamblea General de la Corporación, de conformidad a las respectivas necesidades, las mismas que luego de cumplir el objeto para las que fueron creadas fenecerá; Mientras duren las comisiones sus funciones son:



- a. Asistir a las reuniones ordinarias y extraordinarias para el desenvolvimiento de cada comisión.
- b. Planificar y con previa discusión en las bases, las acciones a desarrollarse dentro de cada comisión de acuerdo a un calendario de actividades de modo que se lleve a satisfacer las necesidades y peticiones que realicen cada una de las filiales.
- c. Cada una de las comisiones se organizará internamente teniendo que estar obligadamente en continua relación con las organizaciones y sus miembros afiliados.
- d. Cada uno de las comisiones en forma obligatoria y responsable debe presentar un informe cuando la Asamblea o el Comité Ejecutivo lo exija.

Art.52. Las comisiones especiales estarán integradas por tres personas electas de entre los delegados presentes en la Asamblea General, de entre los cuales se nombrará un Coordinador; éstas comisiones se reunirán ordinariamente cada mes y emitirá su informe cuando el Comité Ejecutivo o la Asamblea General así lo requiera.

Art. 53. La Comisión de Control Social, es una Comisión Especial que se nombrará de forma obligatoria no permanente, la misma que estará encargada de la fiscalización y control de todas las acciones de la Corporación, a fin de dar cumplimiento a los objetivos establecidos en el presente estatuto, las demás funciones propias de ésta comisión estarán establecidas en el Reglamento Interno.

Art.54. FUNCIONES DE LA UNIDAD TECNICA.

0000115

- a. **De la Unidad Técnica.** - La Unidad técnica estará conformada por técnicos preferentemente locales en las diferentes áreas de acuerdo a los requerimientos de la CORPORACION, quienes serán requeridos para el asesoramiento, asistencia técnica y para la ejecución de programas y proyectos de la "COICE".
- b. **La Unidad Técnica.** - Será estructurada e implementada por el Comité Ejecutivo, con la finalidad de cumplir con los programas y proyectos que requiere la Corporación; los miembros de ésta unidad percibirán su remuneración de conformidad a la función que cumpla y a lo establecido por el Comité Ejecutivo.

LA CORPORACIÓN, a través de su Unidad Técnica podrá prestar sus servicios a otras entidades nacionales e internacionales, públicas o privadas que requieran de asistencia y asesoramiento técnico mediante consultorias.



CAPITULO IX

RÉGIMEN ECONÓMICO

Art.55. LOS BIENES DE LA CORPORACIÓN "COICE"

- a. Las cuotas ordinarias y extraordinarias provenientes de las organizaciones afiliadas.
- b. El producto de los planes de financiamiento.
- c. Las donaciones que reciba la CORPORACIÓN.
- d. Otras.

Art.56. Los bienes de la CORPORACIÓN serán administrados por el Comité Ejecutivo según las resoluciones que se tomen en el Congreso o en la Asamblea General y siguiendo un plan de trabajo.

CAPITULO X

CAUSAS PARA LA DISOLUCIÓN Y PROCEDIMIENTO PARA LA LIQUIDACIÓN

Art.57. La duración de la CORPORACIÓN, es indefinida, sin embargo podrá disolverse en los siguientes casos:

- a. Por decisión de las dos terceras partes de su afiliados.
- b. Cuando en número de sus afiliados se hayan reducido a menos de 5 de las organizaciones.
- c. Por no cumplir con los fines por los que fue creado.
- d. Por uno de los casos determinados en la Ley.

Art.58. En caso de disolución los bienes pasarán a una Institución de Servicio Social siempre que así lo determine el último Congreso.

DISPOSICIONES GENERALES

- Art.59. El Congreso podrá reconocer como miembros honoríficos de la Corporación a las entidades que sin ser indígenas o campesinos hayan prestado importantes servicios a la organización.
- Art. 60. Acordada la disolución de la Corporación, el Comité Ejecutivo procederá a nombrar un Comité de Liquidación compuesto por miembros de la Corporación, los mismos que tiene la obligación de presentar su informe en el menor tiempo posible.
- Art. 61. Los bienes de la Corporación, una vez pagado el pasivo, pasarán a una organización similar, sin fines de lucro.
- Art. 62. Una vez que se resuelve liquidar la Corporación se solicitará la ayuda pertinente del Ministerio correspondiente.
- Art.63. El Lema de la CORPORACIÓN será JUNTOS POR EL DESARROLLO Y UN AMBIENTE SALUDABLE

CAPITULO XII

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA.- El Comité Ejecutivo será el encargado de realizar los trámites tendientes a conseguir la reforma de los Estatutos de la CORPORACIÓN en el Ministerio correspondiente.

CERTIFICO: QUE LAS REFORMAS AL PRESENTE ESTATUTO FUERON CONOCIDAS, DISCUTIDAS Y APROBADAS POR EL V CONGRESO EXTRAORDINARIO DE LA CORPORACIÓN DE ORGANIZACIONES INDÍGENAS DE CEBADAS "COICE", REALIZADO LOS DÍAS MARTES 10 Y MIERCOLES 11 DEL MES DE JULIO DEL 2007, EN LA PARROQUIA CEBADAS.

Cebadas, 11 de julio de 2007.

Certifica:



Francisco Vimos
Francisco Vimos

SECRETARIO DE ACTAS Y COMUNICACIONES

DPACH-MAGAP

Certifico que es fiel copia del original

Fecha 16 Julio 2007

Firma *[Signature]*



Anexo E. Fotografías estado actual centro de acopio COICE.



Anexo F. Fotografía entrevista Presidente Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas “COICE”, Cesar Arturo Flores.

