



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE
CEBOLLA BLANCA, UBICADA EN LA PROVINCIA DE
CHIMBORAZO, CANTÓN GUANO, PARROQUIA SANTA FÉ DE
GALÁN**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar el grado académico de:

INGENIERA DE EMPRESAS

AUTORA: VALERIA LIZBETH VITERI VILLAGÓMEZ

DIRECTOR: ING. STALIN ARGUELLO M SC.

Riobamba – Ecuador

2022

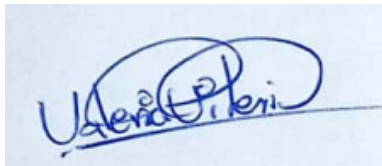
© 2022, Valeria Lizbeth Viteri Villagómez

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.

Yo, Valeria Lizbeth Viteri Villagómez declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 13 de Abril de 2022



Valeria Lizbeth Viteri Villagómez

060388125-1

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El Tribunal de Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación: Tipo: Proyecto de Investigación, **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE CEBOLLA BLANCA, UBICADA EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO, CANTÓN GUANO, PARROQUIA SANTA FÉ DE GALÁN”**, realizado por la señorita: Valeria Lizbeth Viteri Villagómez, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal de Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

FIRMA

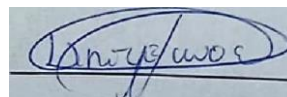
FECHA

Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



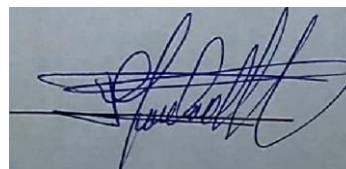
13-04-2022

Ing. Stalin Arguello MSC.
**DIRECTOR DEL TRABAJO
DE TITULACIÓN**



13-04-2022

Ing. María del Carmen Moreno Albuja ABG.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



13-04-2022

DEDICATORIA

Mi trabajo de investigación lo dedico con mucha emotividad y alegría a mis padres: David Viteri y Obdulia Villagómez quienes con su sacrificio, esfuerzo y dedicación me han forjado con responsabilidad y buenos valores a lo largo de mi vida, enalteciendo ese don tan preciado de ahínco y persistencia para vencer dificultades y alcanzar ese mérito de ser una profesional al servicio de la sociedad y la patria, demostrando que gracias a ellos he podido llegar a alcanzar un peldaño en la vida.

Valeria

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por haberme otorgado la vida, además de haberme regalado la oportunidad de tener una hermosa y numerosa familia que siempre me han estado apoyándome en los momentos más difíciles para alcanzar el éxito deseado.

Una inmensa gratitud a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y en especial a la Facultad de Administración de empresas por abrirme sus puertas y formarme profesionalmente. De manera especial, agradezco al Ing. Stalin Arguello y a la Ing. María del Carmen Moreno Albuja, por la confianza que me brindaron a lo largo del desarrollo del presente trabajo de investigación, por su entrega, su paciencia, profesionalismo y sobre todo por haber sido un soporte y guía para avanzar progresivamente el desarrollo de la tesis.

Un agradecimiento profundo a mis padres David y Obdulia y a mis hermanos por su apoyo incondicional en todos y cada uno de los logros que hasta el día de hoy he alcanzado gracias a ustedes, que en la trayectoria de mi vida jamás terminaré de pagar todas sus bondades, esfuerzo, entrega y sacrificio tanto moral como económico para conmigo. Estoy recibiendo la mejor herencia que los padres pueden dejar a sus hijos como lo es la educación y sobre todo los valores que me han inculcado desde niña cumplir con responsabilidad y humildad.

A Gilsson, quién inesperadamente llegó a mi vida y en poco tiempo se ha ganado mi cariño y confianza, gracias por su apoyo, tranquilidad, paz y fuerza para continuar.

Finalmente, a mi mejor amiga Deysi quien de alguna u otra forma me apoyo y acompaño a lo largo de mi carrera universitaria.

Valeria

TABLA DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvi
RESUMEN	xvii
SUMMARY	xviii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	3
1.1 Antecedentes de Investigación	3
1.2 Fundamentación Teórica.....	4
1.2.1 Tipos de proyectos	4
1.2.2 Proyecto de Factibilidad.....	5
1.2.3 Importancia de Proyecto de Factibilidad.....	6
1.2.4 Estructura del Proyecto de Factibilidad	7
1.2.4.1 Estudio de Mercado	7
1.2.4.2 Estudio Técnico	16
1.2.4.3 Estudio Financiero	21
1.2.4.4. Evaluación.....	25
1.2.5. Centro de Acopio	26
1.2.5.1. Importancia de un Centro de Acopio	27
1.2.5.2. Beneficiarios del Centro de Acopio	27
1.2.5.3. Función del Centro de Acopio	27
1.2.5.4. Medios de Acción de un Centro de Acopio	28
1.2.5.5. Secciones del Centro de Acopio.....	28
1.2.5.6. Infraestructura y Accesorios del Centro de Acopio	30
1.2.6. Parroquia Santa Fé de Galán	31

1.2.6.1.	<i>Reseña Histórica de la Parroquia Santa Fé de Galán</i>	31
1.2.6.2.	<i>Características del Suelo de la Zona</i>	31
1.2.6.3.	<i>Actividad Económica de la Parroquia Santa Fé de Galán</i>	31
1.2.6.4.	<i>Principales Cultivos de los Agricultores</i>	32
1.2.7.	<i>Generalidades de la cebolla blanca</i>	32
1.2.7.1.	<i>Tipos de Cebolla</i>	33
1.2.7.2.	<i>Características de la Cebolla Blanca</i>	33
1.2.7.3.	<i>Proceso de Producción de la Cebolla Blanca</i>	33
1.2.7.4.	<i>Beneficios Nutricionales de la Cebolla Blanca</i>	34
2.	MARCO METODOLÓGICO	35
2.1	Enfoque de investigación	35
2.1.1	<i>Cuantitativo</i>	35
2.1.2	<i>Cualitativo</i>	35
2.2	Nivel de Investigación	35
2.2.1	<i>Exploratoria</i>	35
2.3.	Diseño de Investigación	36
2.3.1.	<i>No experimental</i>	36
2.4	Tipo de estudio	36
2.4.1	<i>Documental</i>	36
2.4.2.	<i>Campo</i>	36
2.5.	Población y Planificación, Selección y Cálculo del Tamaño de la Muestra	37
2.5.1.	<i>Población</i>	37
2.5.2	<i>Muestra</i>	37
2.6	Métodos, Técnicas e Instrumentos de Investigación	38
2.6.1	<i>Métodos</i>	38
2.6.1.1	<i>Método Inductivo</i>	38
2.6.1.2	<i>Método Deductivo</i>	39
2.6.2	<i>Técnicas</i>	39
2.6.2.1	<i>Encuesta</i>	39

2.6.3	<i>Instrumentos</i>	39
2.6.3.1	<i>Cuestionario de encuesta</i>	39
CAPÍTULO III.....		40
3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	40
3.1.	Resultados.....	40
3.2	Discusión de resultados.....	63
3.3	Propuesta.....	64
3.3.1	<i>Estudio de mercado</i>	64
3.3.1.1	<i>Producto</i>	64
3.3.1.2	<i>Análisis de la demanda</i>	65
3.3.1.3	<i>Análisis de la oferta</i>	67
3.3.1.4	<i>Demanda insatisfecha</i>	67
3.3.1.5	<i>Análisis del precio</i>	67
3.3.1.6	<i>Análisis de la comercialización del producto</i>	68
3.3.1.7	<i>Distribución del producto</i>	69
3.3.2	<i>Estudio técnico</i>	69
3.3.2.1	<i>Determinación del Tamaño óptimo del proyecto</i>	70
3.3.2.2	<i>Localización del proyecto</i>	72
3.3.2.3	<i>Macro localización</i>	72
3.3.2.4	<i>Micro localización</i>	74
3.3.2.5	<i>Ingeniería del proyecto</i>	76
3.3.3	<i>Estudio administrativo legal</i>	87
3.3.3.1	<i>Descripción de la empresa</i>	87
3.3.3.2	<i>Nombre de la empresa</i>	93
3.3.3.3	<i>Logotipo del centro de acopio</i>	93
3.3.3.4	<i>Misión</i>	93
3.3.3.5	<i>Visión</i>	93
3.3.3.6	<i>Organigrama estructural</i>	94
3.3.3.7	<i>Valores institucionales (centro de acopio)</i>	94

3.3.3.8	<i>Políticas del centro de acopio</i>	95
3.3.3.9	<i>Reglamento del centro de acopio</i>	95
3.3.3.10	<i>Análisis FODA</i>	96
3.3.3.11	<i>Perfil de los puestos</i>	97
3.3.3.13	<i>Base legal</i>	103
3.3.4	<i>Estudio financiero</i>	103
3.3.4.1	<i>Inversión del proyecto</i>	104
3.3.4.2	<i>Inversión inicial</i>	108
3.3.4.3	<i>Gastos del proyecto</i>	109
3.3.4.4	<i>Costo del proyecto</i>	112
3.3.4.5	<i>Ingresos</i>	116
3.3.4.7	<i>Estado de resultados</i>	117
3.3.4.4	<i>Balance general</i>	119
3.3.4.8	<i>Flujo de efectivo</i>	120
3.3.5	<i>Evaluaciones del proyecto</i>	121
3.3.5.1	<i>Valor Actual Neto (VAN)</i>	121
3.3.5.2	<i>Tasa interna de retorno (TIR)</i>	121
3.3.5.3	<i>Relación beneficio costo (R B/C)</i>	122
3.3.5.4	<i>Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)</i>	122
3.3.5.5	<i>Evaluación social</i>	123
3.3.5.6	<i>Evaluación ambiental</i>	124
	CONCLUSIONES	125
	RECOMENDACIONES	126
	GLOSARIO	127
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1- 1:	Tamaño del proyecto	17
Tabla 2-1:	Infraestructura y accesorios de un centro de acopio	30
Tabla 3-1:	Actividad económica de Santa Fé de Galán	32
Tabla 4-1:	Principales cultivos de Santa Fé de Galán	32
Tabla 1-2:	Población Para La nuestra.....	37
Tabla 1-3:	Género.....	40
Tabla 2-3:	Edad	41
Tabla 3- 3:	Cultivo de cebolla blanca	42
Tabla 4-3:	Terreno que utiliza para el cultivo de cebolla blanca.....	43
Tabla 5-3:	Cantidad de terreno destinado para el cultivo de cebolla blanca.....	44
Tabla 6-3:	Fuentes de financiamiento para el proceso productivo de cebolla blanca ...	45
Tabla 7-3:	Frecuencia de cosecha de la cebolla blanca	46
Tabla 8-3:	Cuantos atados cosecha de cebolla blanca cada tres meses	47
Tabla 9-3:	Precio de venta cada atado de cebolla blanca	48
Tabla 10-3:	Lugar donde comercializa la cebolla blanca	49
Tabla 11-3:	Medio de transporte que utiliza para llevar el producto al	50
Tabla 12-3:	Variabilidad del precio de cebolla blanca	51
Tabla 13-3:	La cebolla blanca se comercialice de manera directa	52
Tabla 14-3:	Centro de acopio en la parroquia de Santa Fe de Galán.....	53
Tabla 15-3:	Creación de un centro de acopio de cebolla blanca para su comercialización directa.....	54
Tabla 16-3:	Le gustaría ser socio del centro de acopio	55
Tabla 17-3:	Ubicación del centro de acopio	56
Tabla 18-3:	Venta de su producción al centro de acopio	57
Tabla 19-3:	Cantidad de producción a entregar al centro de acopio	58
Tabla 20-3:	Precio de entrega al centro de acopio la cebolla	59
Tabla 21-3:	Frecuencia de entrega de cebolla blanca al centro de acopio	60
Tabla 22-3:	El centro de acopio y su venta de cebolla blanca.....	61
Tabla 23-3:	Razones de entrega al Centro de Acopio y no intermediarios	62
Tabla 24-3:	Definición del producto.....	64
Tabla 25-3:	Demanda actual.....	66
Tabla 26-3:	Proyección de la demanda.....	66
Tabla 27-3:	Demanda insatisfecha.....	67
Tabla 28-3:	Capacidad instalada del centro de acopio	71

Tabla 29-3:	Capacidad instalada que se va a ocupar del centro de acopio	71
Tabla 30-3:	Capacidad de almacenamiento	72
Tabla 31-3:	Determinación de la localización.....	75
Tabla 32-3:	Área de la infraestructura física	81
Tabla 33-3:	Equipos informáticos.....	81
Tabla 34-3:	Muebles de oficina	82
Tabla 35-3:	Maquinaria	83
Tabla 36-3:	Especificaciones técnicas de la maquinaria	84
Tabla 37-3:	Vehículo	85
Tabla 38-3:	Equipo de oficina	85
Tabla 39-3:	Implementos de trabajo	86
Tabla 40-3:	Suministro de limpieza	87
Tabla 41-3:	FODA.....	96
Tabla 42-3:	Perfil del gerente general.....	97
Tabla 43-3:	Perfil del contador / secretario (@).....	98
Tabla 44-3:	Perfil del jefe de área y recepcionista	99
Tabla 45-3:	Perfil del empacador y bodeguero	100
Tabla 46-3:	Perfil del distribuidor	101
Tabla 47-3:	Perfil del clasificador y lavador	102
Tabla 48-3:	Presupuesto de equipo de cómputo.....	104
Tabla 49-3:	Presupuesto de equipo de oficina	105
Tabla 50-3:	Presupuesto de maquinaria de operación	105
Tabla 51-3:	Presupuesto de muebles y enseres	106
Tabla 52-3:	Presupuesto de vehículo	106
Tabla 53-3:	Presupuesto de equipo de trabajo	107
Tabla 54-3:	Presupuesto de suministro de limpieza	107
Tabla 55-3:	Inversión inicial.....	108
Tabla 56-3:	Estructura de la inversión inicial	108
Tabla 57-3:	Gastos administrativos y de venta	109
Tabla 58-3:	Cotización de entidades financieras.....	109
Tabla 59-3:	Tabla de amortización	110
Tabla 60-3:	Gastos financieros	111
Tabla 61-3:	Sueldo de mano de obra directa de un mes.....	112
Tabla 62-3:	Sueldo de mano de obra indirecta de un mes.....	113
Tabla 63-3:	Costos indirectos de fabricación.....	113
Tabla 64-3:	Costos de producción	114
Tabla 65-3:	Activos fijos	114

Tabla 66-3:	Activos diferidos	115
Tabla 67-3:	Depreciación activos fijos	115
Tabla 68-3:	Amortización de activos fijos	116
Tabla 69-3:	Ingresos por venta de cebolla blanca	116
Tabla 70-3:	Proyección de los ingresos	117
Tabla 71-3:	Estado de resultado proyectado	118
Tabla 72-3:	Estado de resultado proyectado	119
Tabla 73-3:	Flujo de efectivo	120
Tabla 74-3:	Valor actual neto	121
Tabla 75-3:	Relación beneficio costo	122
Tabla 76-3:	Beneficiarios directos	123
Tabla 77-3:	Beneficiarios indirectos	123

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-3:	Canal de distribución directa.....	69
Figura 2-3:	Mapa del Ecuador.....	73
Figura 3-3:	Localización de la provincia de Chimborazo	73
Figura 1-4:	Localización geográfica de la parroquia Santa Fé de Galán	76
Figura 5-3:	Flujograma de compra.....	77
Figura 6-3:	Flujograma de proceso	78
Figura 7-3:	Flujograma del proceso de distribución de cebolla.....	79
Figura 8-3:	Distribución del centro de acopio “Productores de Galán”.....	80
Figura 9-3:	Logotipo del centro de acopio.....	93
Figura 10-3:	Organigrama estructural.....	94

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3: Género	40
Gráfico 2-3: Edad.....	41
Gráfico 3-3: Cultivo de cebolla blanca.....	42
Gráfico 4-3: Terreno que utiliza para el cultivo de cebolla	43
Gráfico 5-3: Cantidad de terreno destinado para el cultivo de cebolla	44
Gráfico 6-3: Fuentes de financiamiento para el proceso productivo	45
Gráfico 7-3: Frecuencia de cosecha de la cebolla blanca	46
Gráfico 8-3: Cosecha de cebolla blanca cada tres meses.....	47
Gráfico 9-3: Precio de venta cada atado de cebolla blanca.....	48
Gráfico 10-3: Lugar donde comercializa la cebolla blanca	49
Gráfico 11-3: Medio de transporte para llevar el producto al mercado	50
Gráfico 12-3: Variabilidad del precio de cebolla.....	51
Gráfico 13-3: La cebolla blanca se comercialice de manera directa	52
Gráfico 14-3: Centro de acopio en la parroquia de Santa Fe de Galán	53
Gráfico 15-3: Creación de un centro de acopio de cebolla blanca para	54
Gráfico 16-3: Le gustaría ser socio del centro de acopio.....	55
Gráfico 17-3: Ubicación del centro de acopio	56
Gráfico 18-3: Venta de su producción al centro de acopio.....	57
Gráfico 19-3: Cantidad de producción a entregar al	58
Gráfico 20-3: Precio de entrega al centro de acopio la	59
Gráfico 21-3: Frecuencia de entrega de cebolla blanca al centro de.....	60
Gráfico 22-3: El centro de acopio y su venta de cebolla blanca	61
Gráfico 23-3: Razones de entrega al Centro de Acopio y.....	62

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA A LOS PRODUCTORES DE CEBOLLA

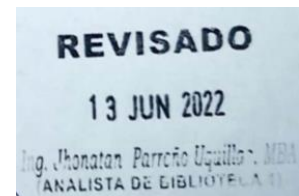
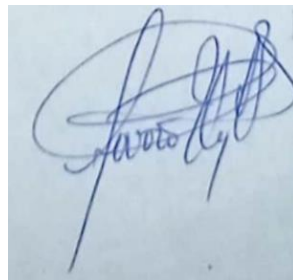
ANEXO B: SIMBOLOGÍA DE LOS PROCESOS

ANEXO C: FOTOGRAFÍAS

RESUMEN

El trabajo de investigación consiste en crear un centro de acopio para la comercialización de cebolla blanca, ubicada en la provincia de Chimborazo, cantón Guano, parroquia Santa Fé de Galán, con la finalidad de asociar a los productores de la zona y sus aledaños, permitiendo de esta manera mejorar las condiciones de producción y de comercialización. Para el desarrollo de la creación del centro de acopio “Productores de Galán” se trabajó con la metodología de investigación de campo y documental la cual consiste en realizar encuestas a los habitantes de la parroquia mediante la cual se obtuvo cantidades de producción, se realizó un diagnóstico para detectar cuáles son sus necesidades. Se desarrolló un estudio de mercado, técnico y administrativo-legal en el cual se logró identificar la oferta y demanda. En el estudio administrativo se elaboró la estructura orgánica que necesita el centro de acopio para su correcto funcionamiento, además se determinó los perfiles ocupacionales de cada trabajador para que todo el personal del centro de acopio este apto y calificado para desarrollar sus funciones. Finalmente se demostró que el proyecto es factible y viable ya que se logró obtener resultados positivos de los principales indicadores.

Palabras clave: <CENTRO DE ACOPIO>, <COMERCIALIZACIÓN>, <FACTIBILIDAD>, <CEBOLLA BLANCA>, <DESARROLLO COMUNITARIO>, <MERCADO>.



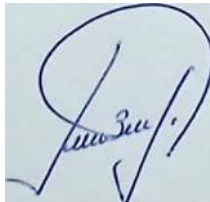
10-06-2022

1176-DBRA-UTP-2022

SUMMARY

This study consists of creating a collection center for the commercialization of white onion, located in the province of Chimborazo, Guano canton, Santa Fé de Galán parish, with the purpose of associating the producers in the area and its surroundings to improve production and marketing conditions. To create the "Producers of Galán" collection center, a field and documentary research was applied which consists of surveys applied to the population of the parish through which quantities of production were obtained, a diagnosis to detect their needs. A market, technical and administrative-legal study was developed in which it was possible to identify supply and demand. In the administrative study, the organic structure that the collection center needs for its proper functioning was elaborated, in addition, the occupational profiles of each worker were determined so that all the personnel in the collection center qualify to carry out their functions. Finally, it was shown that the project is feasible and viable as it was possible to obtain positive results from the main indicators.

Keywords: <COLLECTION CENTER>, <MARKETING>, <FEASIBILITY>, <WHITE ONION>, <COMMUNITY DEVELOPMENT>, <MARKET>.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Luis Barriga Fray", enclosed within a blue circular stamp or seal.

Luis Fernando Barriga Fray
0603010612

INTRODUCCIÓN

El propósito de un estudio de factibilidad es el viabilizar la implementación de un proyecto de inversión en base a la orientación de recursos y más elementos que permitan encaminar al cumplimiento de sus objetivos y metas, verificando el potencial del mercado o de algún reajuste que aún no está a satisfacción así como las ventajas desde el aspecto económico, ambiental, social y financiero para la producción del producto con la finalidad de potencializar las posibilidades de que alcance el éxito deseado.

Las orientaciones técnicas y las limitaciones de emprendimientos en las zonas rurales del Ecuador, conlleva a la desigualdad de ingresos económicos en sus habitantes, a ello se suma la falta de decisión, iniciativas, perspectivas, falta de recursos económicos como también el desconocimiento de las leyes y normativas que rige el desarrollo de la economía popular y solidaria para apoyar a los pequeños emprendedores.

El trabajo de investigación se centró en la elaboración de un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio para la comercialización de cebolla blanca en la parroquia Santa Fe de Galán con la finalidad de orientar y motivar a los agricultores de esta zona para busquen nuevas estrategias de ofertar sus productos a la colectividad fortaleciendo con un valor agregado que garantice eficiencia y calidad, herramientas necesarias para mejorar la productividad, competitividad y el incremento de su rentabilidad.

Mediante este proyecto de investigación se busca proporcionar al Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Santa Fé de Galán, un plan de desarrollo comunitario como herramienta de gestión colectiva que aporte a la solución de problemas de mercado frente a la gran oferta de cebolla blanca que tiene esta parroquia, precisamente con la finalidad de que parta desde un análisis de servicio social y del estudio integral en el desarrollo del proyecto con inclusión participativa de todos los actores involucrados y con el aporte importante de gestores, técnicos de campo, promotores comunitarios, entre otros agentes dinamizadores del territorio rural.

La investigación estará estructurada por capítulos, la misma que se detalla a continuación:

Capítulo I. Marco teórico referencial. Parte de los antecedentes de la investigación tomando en consideración procesos de investigaciones realizados con anterioridad, seguidamente se centra en la fundamentación teórica en donde se hace el enfoca al tema de proyecto de factibilidad, centro de acopio y comercialización, para adentrarse específicamente en la estructura del estudio de mercado con la finalidad de orientar y viabilizar la factibilidad de la creación de un centro de acopio de cebolla blanca en la parroquia Santa Fe de Galán.

Capítulo II. Marco metodológico. Se enfoca las hipótesis con su respectiva estrategia, para seguidamente determinar el tipo de diseño de investigación, los métodos, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, basado en una población y muestra con los productores de cebolla blanca de la parroquia Santa Fe de Galán.

Capítulo III Resultados y discusión. Es el capítulo más importante de la investigación porque aquí se enfoca la propuesta del proyecto de factibilidad. La misma que consta de estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo, estudio legal, estudio ambiental y estudio financiero, una vez realizado todos estos análisis se procedió a realizar la evaluación financiera la misma que permitió conocer la viabilidad del proyecto y finalmente está las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación con sus respectivas bibliografías y anexos.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1 Antecedentes de Investigación

Para el desarrollo de la presente investigación se ha tomado como referencia tesis realizadas por estudiantes de diferentes instituciones educativas de nivel superior, las cuales se encuentran en el repositorio de la biblioteca virtual de la ESPOCH, así como del repositorio de la Universidad Nacional de Chimborazo. Los trabajos revisados han servido de guía para el tema “Proyecto de Factibilidad para la creación de un centro de acopio para la comercialización de cebolla blanca ubicada en la provincia de Chimborazo, cantón Guano, parroquia Santa Fé de Galán”.

En la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo el autor (Alcívar, 2019) ha realizado el tema de “Proyecto de Factibilidad para la creación de un centro de acopio y enfriamiento de leche en la comunidad de San Martín Bajo, ubicado en la parroquia Columbe, cantón Colta de la provincia de Chimborazo, periodo 2018”. Fue planteado este proyecto con la finalidad de asociar a los pequeños productores de leche de este sector y parroquias aledañas permitiendo de esta manera mejorar las condiciones de producción y comercialización de la materia prima que es la leche en virtud de que es la actividad principal de los habitantes de esta zona.

En la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo la autora (Muñoz, 2018) ha realizado el tema de “Proyecto de Factibilidad para la creación de un centro de acopio para la comercializadora de productos agrícolas en la parroquia los Andes del cantón Patate, provincia de Tungurahua en el año 2018”, con la finalidad de determinar el lugar adecuado de comercialización de productos agrícolas de acuerdo al tipo de cultivos y la cantidad de producción que tienen los agricultores en esta zona. A través del estudio del mercado se identifica que los agricultores están de acuerdo en que se cree un centro de acopio para poder entregar sus productos de forma rápida y segura, en procura de mejorar la situación económica de los campesinos del sector.

En la Universidad Nacional de Chimborazo el autor (Vallejo D. , 2020) ha realizado el tema de “Estudio de Factibilidad para la creación de un centro de acopio de leche de ganado vacuno, parroquia Cebadas, Cantón Guamote”. Se determina que una vez realizado el estudio de mercado permitió identificar el volumen de materia prima y los potenciales clientes para el nuevo centro de acopio de leche tomando en consideración la zona 1, al contar con la mayor producción de materia prima, la misma que alcanza una cantidad de 20.340 litros al día.

En la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo la autora (Iza, 2015) ha realizado el tema de “Proyecto de Factibilidad para la creación de un centro de acopio de cebolla blanca en el barrio la Libertad, parroquia San Juan de Pastocalle del cantón Latacunga, para el periodo 2014- 2015”. Se resume que existe la predisposición de los agricultores para ser parte de este centro de acopio contando también con el apoyo de la comunidad para la realización del proyecto y deseos de superación por parte de los agricultores, quien de manera definida manifiesta que su objetivo es dar capacitaciones a los productores para que se motiven a comercializar sus productos a un precio justo en virtud de que los intermediarios son los más beneficiados.

En la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo el autor (Olalla, 2016) ha realizado el tema de “Proyecto de Factibilidad para la implementación de un centro de acopio de productos agrícolas de la feria Ciudadana Productores, provincia de Pastaza, año 2015”. Determinándose que este proyecto surge por la necesidad de los agricultores para poder comercializar sus productos con mejor facilidad y rentabilidad en procura de que las ganancias sean para el productor y no para el intermediario. El presente estudio esta direccionado a crear fuentes de trabajo por medio de la implementación del centro de acopio en la misma zona con la idea de disminuir la migración del campo a la ciudad.

Se determina que los estudios de factibilidad realizados por diferentes estudiantes no se centran en el tema planteado y que además no se han realizado estas investigaciones en la parroquia Santa Fe de Galán, perteneciente al cantón Guano; por tales circunstancias es factible realizar este estudio por el alto nivel de producción y la imperiosa necesidad de contar con un centro de acopio para la comercialización de cebolla blanca, apoyado en procesos de orientación y capacitación que ayude a mejorar las condiciones de vida de los agricultores de este importante sector de la patria, a ello se suma la importancia de vender sus productos en el mismo lugar, dar mayor realce a su comunidad y obtener un incremento económico al vender a un precio justo por la calidad de sus productos.

1.2 Fundamentación Teórica

1.2.1 Tipos de proyectos

Todo proyecto se realiza con la intención de cumplir un determinado objetivo, tomando en consideración las actividades a emprenderse (Ortega, 2012). A continuación, se enuncian los tipos de proyectos más aplicables:

- Proyectos sociales
- Proyectos de inversión

- Proyectos de investigación
- Proyectos de desarrollo sostenible

Proyectos sociales: Se realiza un proyecto social con un solo objetivo que es el de perfeccionar la calidad de vida de un sector de la sociedad, sea esto en el ámbito de la salud, educación, vivienda, etc.

Proyectos de inversión: Este proyecto se lo realiza con un solo objetivo que es tener rentabilidad mediante la inversión de un capital.

Proyectos de investigación: Se efectúa este tipo de proyecto cuando se requiere hacer investigaciones científicas.

Proyectos de desarrollo sostenible: En la actualidad estos proyectos están enmarcados con una ideología que es el de cuidar el medio ambiente, por lo que se considera que es de ámbito social y económico.

1.2.2 Proyecto de Factibilidad

Un proyecto de factibilidad consiste en realizar un proceso de investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta que servirá de modelo para su ejecución tendiente a solucionar problemas o necesidades de organizaciones o grupos sociales (Martínez, 2002).

Se deduce que un proyecto de factibilidad es una herramienta fundamental para que una persona, organización o sociedad tenga como referencia la proyección de un emprendimiento, para ello debe ser revisado y analizado con la finalidad de que tomen las decisiones pertinentes con la finalidad de plantearse los objetivos de manera anticipada.

El proyecto de factibilidad debe buscar la viabilidad de poner en marcha un emprendimiento apoyado en la disponibilidad de recursos, saber si el producto que se ofrece va a tener acogida en el mercado con la finalidad de cumplir con los objetivos planteados (Luna & Chaves, 2001).

El proyecto de factibilidad tiene como objetivo identificar un mercado potencial conociendo si la gente está dispuesta a comprar el producto y si se podría generar ganancias o pérdidas, saber cuáles son las necesidades de los clientes, es decir en qué condiciones requieren el producto, para identificar si el nicho de mercado es o no perceptible al bien que se va a ofrecer y cuál es el nivel de aceptación que se tendría, por otro lado es importante tener en cuenta las proyecciones ambientales ya que como hoy en día el cuidado de la naturaleza es un aspecto fundamental. “El

cuidado y conservación de la naturaleza implica precautelar afectaciones al medio ambiente, conservación, protección y restauración de los recursos naturales” (Baca, 1998).

El proyecto de factibilidad de un centro de acopio de cebolla blanca se plantea con la finalidad de identificar nuevos mercados de comercialización por su producción y sobreproducción de este producto en la parroquia y sus comunidades cercanas. Es preocupante específicamente cuando en ciertas épocas del año los precios tienden a bajar en el mercado mayorista de las ciudades de Riobamba o Ambato, factor crítico que afecta directamente al productor y los únicos beneficiados son los intermediarios.

1.2.3 Importancia de Proyecto de Factibilidad

Un proyecto de factibilidad es importante porque surge desde una idea de emprendimiento que conlleva a buscar el éxito empresarial o comunitario a través de investigaciones de mercados (Panamericana, 2019).

La capacidad que tiene una economía de crecer tanto de un lugar o país no necesariamente depende del nivel de la inversión, si no a lo contrario debe ir acorde a la calidad que tengan los proyectos factibles a través de herramientas que permiten equilibrar el impacto económico con el social (Ramirez, 2019).

Se deduce que un proyecto de factibilidad es importante porque en su planificación se parte de la identificación del sector en función de la producción permanente y en gran escala, así como del análisis concordante entre el factor económico y social. Aquello conlleva a la verificación de la predisposición de los beneficiarios y la disponibilidad de los recursos requeridos para la funcionalidad del emprendimiento, para ello se parte desde la fase inicial con la identificación de sus riesgos que va enfrentar hasta llegar a tener el éxito del objetivo planteado, es por eso que el presente proyecto de factibilidad se considera de gran trascendencia porque permite realizar un análisis situacional de la parroquia, la identificación de los agricultores y el enfoque de socialización e impacto que tendrá en la sociedad de productores de cebolla con la finalidad de hacer prevalecer sus intereses económicos, aspecto fundamental que permitirá mejorar las condiciones de vida y así los agricultores de la zona no tomen las decisiones de emigrar del campo a la ciudad, factores que día a día van siendo críticos porque aumenta el trabajo informal en las ciudades y se crea grandes franjas de desempleo y pobreza.

1.2.4 Estructura del Proyecto de Factibilidad

Para plantear un proyecto de factibilidad se tiene que cumplir con elementos básicos, estos son: análisis del estudio de mercado, examinar la parte técnica, razonar el segmento del financiamiento y la evaluación de cada etapa (Baca, 1998).

Existen diferentes formas de diseñar un proyecto de factibilidad, dentro de ello está precisamente tomar en consideración cada uno de los casos en que se proyecta, así como se debe tener presente el tipo de soluciones que se quiere otorgar a las necesidades existentes, para ello es fundamental tomar en consideración la descripción del producto o servicio, la parte financiera, datos estratégicos, procesos administrativos, indagaciones de mercadeo y políticas de mercadeo.

El proyecto de factibilidad está estructurado con las siguientes partes:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio financiero y
- Evaluación

1.2.4.1 Estudio de Mercado

En todo proyecto de factibilidad se debe realizar un estudio de mercado mediante el uso de herramientas de investigación para identificar las necesidades como las posibilidades de compra-venta de los futuros consumidores (Malhotra, 2016).

El estudio de mercado permite plantear estrategias de comercialización para sobresalir de la oferta y la demanda y poder ser competitivos en el mercado (Bajaña & González, 2012).

En definitiva, cuando se realiza un estudio de mercado óptimo aplicando las herramientas de investigación facilita el cumplimiento de sus objetivos, así como permite aglutinar un número apropiado de clientes que estén dispuestos a adquirir el producto, en este caso es buscar la clientela respectiva para que vayan directamente a consumir los productos que la empresa produce.

Para el estudio de mercado es fundamental también tener presente la logística comercial con la finalidad de que se vaya generando procesos de iniciativas empresariales, con el único fin de que sean creativos para promover nuevas ideas que aporten hacia una economía abierta y de desarrollo parroquial no solo en los agricultores de la parroquia y la zona sino también en los moradores del sector.

1. Mercado Meta

Un mercado meta es un conjunto de clientes ideales que están dispuestos a comprar un producto o servicio para satisfacer las necesidades personales o sociales según su requerimiento (Kotler, 2014).

En pocas palabras se puede decir que el mercado meta o también mercado objetivo es un tipo de investigación que requiere realizarse un estudio de segmentación porque es imposible poder dirigirse a toda la sociedad, por tal motivo se debe seleccionar un grupo apto para la oferta del producto.

2. Segmento de Mercado

La segmentación de mercado tiene que ver mucho con el público objetivo a quien va dirigido un bien y que serán los futuros consumidores para poder encaminar su producción y comercialización (Becerra, 2018).

Toda empresa debe trabajar bajo los lineamientos de la segmentación de mercado, porque es una herramienta logística que ayuda a dividir los clientes potenciales para la empresa, para ello se tiene presente diferentes categorías con la finalidad de segmentar un mercado, estas son:

- Comportamiento
- Ubicación
- Demografía
- Psicografía

Comportamiento: El comportamiento de los clientes brinda mucha información específica que debe estar acorde a la frecuencia del uso o consumo del producto en oferta (Becerra, 2018).

Esta categoría se basa en el cómo las personas usan ciertos productos, lo cual se puede verificar a través del análisis del comportamiento de los futuros clientes con la finalidad de poder ofrecerles lo que ellos buscan de manera personalizada.

Ubicación: Segmentar en base a la ubicación resulta sencillo, ya que se refiere a establecer entrevistas en base a la ubicación en la que se hallen los distintos usuarios. Dentro de la segmentación nacional precisamente depende de cada país, porque está relacionado con las culturas, el clima que presenta cada uno de ellos, además están formados por provincias, ciudades,

zonas urbanas y rurales, las cuales son muy diferentes sus tradiciones y costumbres, debiendo ser analizado cada uno de los sectores de acuerdo a sus propias realidades.

Subcategorías de segmentación por ubicación

- Nacional
- Norte / Sur / Este / Oeste
- Comunidad
- Región costera / sierra / oriente
- Zona urbana / rural

Demografía: Este tipo de segmentación se divide en diferentes cualidades y son aplicadas cada una de acuerdo las circunstancias que se esté realizando la segmentación ya sea enfocado en las amas de casa, padres, madres, profesionales, etc. Para ello se considera los siguientes caracteres que son:

- Edad
- Etnicidad
- Género
- Estado civil
- Creencias religiosas
- Profesión
- Ingresos (condiciones socioeconómicas)

Psicografía: Este tipo de segmentación en la actualidad se tiene mucho en cuenta ya que está estrechamente relacionado con el estilo de vida que llevan las personas, este modelo de segmentación hace un estudio muy profundo que logran descubrir necesidades y deseos que los otros tipos de segmentación no logran descubrir en las personas. Se dice que las personas se dividen en ocho grupos según su comportamiento.

- **Innovadores:** les gusta siempre estar a la moda, experimentar cosas nuevas.

- **Pensadores:** son maduros en cuanto la toma de decisiones.
- **Triunfadores:** son responsables en cuanto su profesionalismo y su familia.
- **Experimentadores:** son abiertos a nuevas experiencias.
- **Creyente:** les gusta conservarse y no son tan amigables.
- **Luchadores:** son modernos por lo que buscan siempre sobresalir.
- **Creadores:** les gusta sacrificarse por tener lo que se merecen.
- **Supervivientes:** buscan siempre estar seguros de sí mismo.

Claro está que se puede segmentar tomando en cuenta cada una de las cualidades, pero existen algunas que se utilizan comúnmente para establecer el mercado meta que son la edad, el género, ocupación y las situaciones socioeconómicas.

3. Producto o Servicio

Un producto es lo que se ofrece en el mercado después de un proceso productivo ya sea desde un desarrollo agrícola o a partir de la transformación de materia prima hasta obtener un bien final apto para el consumo (Arboleda, 2001).

Se conoce como producto a un bien tangible e intangible que es intercambiado por dinero o mediante un trueque para satisfacer las necesidades de las personas (Kotler, 2014).

En el mercado existen diferentes formas de productos que se puede distinguir según su ciclo de vida, ya que algunos productos suelen tener un periodo largo de vida como pueden ser herramientas, maquinaria, mesas, etc., y también un tiempo corto de duración ejemplo víveres, medicamentos etc. En este sentido se puede hacer referencia de que comúnmente los productos se vienen comercializando en los mercados, pero con el avance tecnológico ha ido evolucionando encontrándose una diversidad de bienes y productos en el mercado común como en el internet mediante la utilización de las diferentes redes sociales. Cabe recalcar que un producto no es solo un bien que es tangible, sino que también puede ser un servicio que viene hacer la parte intangible por ejemplo el servicio al internet, servicio de los canales de CNT, etc.

Una vez entendido que es un producto, es importante determinar cuál va a ser el bien a ofrecerse en el mercado local, regional o nacional, en este caso se proyecta la comercialización de cebolla blanca con un valor agregado a procesarse en el centro de acopio a instalarse en la parroquia Santa Fe de Galán.

4. Oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que estén disponibles en el mercado en un periodo determinado, para satisfacer necesidades de los usuarios, si no hay oferta de productos no hay mercado (Armstrong & Kotler, 2013).

Se puede decir que la oferta y la demanda, están relacionadas la una con la otra, ya que son pilares de la economía porque sin compradores ni vendedores no hay economía (Raffino, 2020).

Los habitantes de la parroquia Santa Fé de Galán tienen como oferta local y regional la producción de cebolla blanca quienes se dedican exclusivamente al cultivo de la misma, por tal motivo es su único ingreso económico. Existe épocas en el año que se genera una sobre producción de cebolla que conlleva a una oferta demasiado grande, provocando la baja de precios bastante agresivo en los mercados, factor que se hace crítico para un óptimo desarrollo económico ya que las inversiones en los cultivos son superiores al valor al que vende el producto.

Elementos de la Oferta

- **Disposición de venta.** Se refiere al deseo que tiene el vendedor al momento que está ofreciendo su producto al cliente, estas aspiraciones suelen ser fijadas por los precios de la oferta, tal como nos dice la ley de la oferta, que hace énfasis en que si los precios son altos los vendedores apetece ofrecer su bien o servicio, de otra forma ellos prefieren quedarse con los productos y no venderlos.

La parroquia Santa Fé de Galán es productora de cebolla blanca por lo que ofrece permanentemente a sus clientes del mercado mayorista su producto. La oferta que ellos tienen es alta ya que es la actividad económicamente productiva de todos los agricultores de esta parroquia, tomando en consideración que es un producto que se tiene que obligadamente vender porque es predecible y se daña rápidamente, por lo tanto, se debe vender al precio que ese día este en el mercado.

- **Vendedores.** Los vendedores son las personas o empresas que ofrecen sus productos. Los vendedores de la cebolla blanca son los agricultores de la zona.
- **Cantidad.** Es el número de productos que el vendedor dispone para vender en el mercado. Con la cantidad que cuentan los agricultores de la zona es de 10.000 atados por semana que se comercializa específicamente en el mercado mayorista de la ciudad de Riobamba.

- **Capacidad de venta.** Es la capacidad que tengan para producir dicho servicio o producto. Los agricultores tienen una capacidad alta de venta ya que se dedican específicamente a la producción de cebolla blanca el cultivo de este producto es cada tres meses y en gran escala.
- **Deseos y necesidades.** Los deseos y necesidades de los clientes son diferentes, en el caso de los productores es fortalecer su economía, en el caso de los comerciantes es alcanzar mejores ganancias y en el caso del consumidor es clave dentro de la sazón de sus comidas por el sabor especial y el de alimentarse sanamente.
- **Mercado.** Es el lugar físico o virtual donde hay oferta y demanda de un producto o servicio. El mercado que tienen los productores de cebolla es el mercado mayorista de la ciudad de Riobamba en donde se encuentra una variabilidad irregular de los precios.
- **Lapso de tiempo.** Es el tiempo en el cual pueden encontrar sus productos en el mercado. La cebolla es un producto que se puede encontrar durante todo el tiempo en los mercados, tiendas y supermercados.
- **Precio.** Es la cantidad que se paga o se cobra por un bien o servicio. El precio de la cebolla es muy variado ya que hay épocas en el año que de acuerdo a la oferta y demanda han llegado hasta a \$ 0.30 centavos de dólar, pero comúnmente fluctúa entre: \$0.50; \$0.80; \$1.00; \$1.20; \$1.50.

5. Demanda

A la demanda se considera la relación existente entre el precio y la cantidad de compradores del producto (Riquelme, 2019).

Se deduce que la demanda es el conjunto de consumidores que están dispuestos y capaces a adquirir los productos a un mismo precio en el mercado en un tiempo determinado para que así ellos puedan satisfacer una necesidad alimenticia.

La demanda que tiene la cebolla blanca en el mercado mayorista de la ciudad de Riobamba parte de los consumidores finales, los intermediarios mayoristas y minoristas quienes son los que envían el producto a las grandes ciudades como Guayaquil, Quito y más ciudades de la región de la costa. En este proceso de compra y venta, los mejores beneficiados son los intermediarios porque obtiene grandes ganancias sin mayores esfuerzos en virtud de que no pagan el precio justo a los agricultores.

6. Elementos de la Demanda

Cantidad de bienes o servicios: es la cantidad del producto que estarían dispuestos a comprar los usuarios.

- **Compradores o consumidores:** son personas o empresas que estén aptos para comprar los productos en el mercado, para satisfacer las necesidades o deseos que tengan.
- **Necesidades y deseos:** las necesidades son diferente a los deseos, entonces se dice que la necesidad es mejorar la sazón de sus alimentos, en cambio el deseo es adquirir este producto a precios bajos o moderados.
- **Disposición de adquirir el producto:** es el entusiasmo de toda ama de casa adquirir un buen producto como lo es la cebolla blanca.
- **Capacidad de pago:** es la cantidad de dinero que dispone para poder hacer esa compra.
- **Precio dado:** es el valor que le dan a los productos o servicios.
- **Lugar establecido:** es el mercado en donde se va a comercializar los productos es decir donde se da la relación entre vendedores y compradores.

Características de la Demanda

- La demanda es analizada por los ofertantes para determinar un precio adecuado con la finalidad de lograr incrementar sus ventas y así obtener mejores ganancias.
- Los compradores son los que implantan la demanda ya que va acorde a las necesidades que tengan.
- La demanda ayuda a que a las empresas puedan fijar precios a los productos.
- La demanda está influenciada por culturas y diferentes tendencias que hoy en día se dan.

7. Demanda Insatisfecha

Es la cantidad de clientes que no cubre el mercado existente ya sea por diversos factores, pero puede ser cubierta por un nuevo producto o servicio, se da una demanda insatisfecha cuando la demanda de un producto es mayor que a la oferta del mismo (Riquelme, 2019).

8. Precio

El precio es la cantidad de dinero que una persona, empresa o sociedad requiere para adquirir un bien o servicio (Mejía, 2005).

Se puede decir que el precio resulta siendo la cantidad de dinero que los compradores requieren para la adquisición de un producto o servicio, realizando el intercambio a beneficio de usar o adquirir lo que necesiten, al mismo tiempo depende mucho de la oferta y demanda existente en el mercado para poder definir un precio adecuado de los productos.

La determinación de precios permite a los empresarios o productores a que sepan la cantidad de productos que quieran vender. Motivando así para seguir produciendo porque aquello les genera ganancias futuras (Sevilla & Peiró, 2019).

Al poner precio a un producto se garantiza que los recursos se compartan de manera eficientemente para tener un equilibrio de mercado. Los precios permiten a las organizaciones o a la sociedad obtener dinero para poder pagar todos los gastos que se haya generado, y obtener beneficios económicos del bien o servicio en el mercado. También los precios ayudan a que los compradores sepan la cantidad de productos que necesitan adquirir de acuerdo al alcance económico de cada persona.

Tipos de Precios

- **Precio de penetración:** estos precios se encuentran por debajo de los del mercado, con un solo objetivo que es atraer clientes por su precio a diferencia de la competencia, por lo general este tipo de precio es muy utilizado por productos nuevos.
- **Precio de alineamiento:** son los precios que se fija de acuerdo a la competencia, es decir son los mismos precios los de tu producto con los de la competencia.
- **Precio de selección:** este tipo de precio se logra tener cuando es una empresa competitiva, es decir que puede tener precios superiores a los de tu competencia, pero tiene ya sus propios clientes.

9. Canales de distribución

La distribución son las acciones que se realizan desde la fase inicial de transformación hasta lograr llegar al consumidor final con el producto en óptimas condiciones según el requerimiento del cliente (García I. , 2017).

Con una buena distribución se está garantizando tener altos niveles de venta ya que no es suficiente tener productos de calidad a precios competitivos si no que los productos estén al alcance y comodidad de los clientes.

Los canales de distribución se conocen también como canales de comercialización que en sí son los recorridos que debe hacer los vendedores para poder ofertar sus productos en el mercado o puntos de venta, ya sea de forma directa e indirecta.

Canal directo. El canal directo es donde la persona o empresa vende de manera directa al consumidor final del producto ofrecido (Raffino, 2020)

Empresa consumidor

Este tipo de canal es muy común en las personas dedicadas a la producción y comercialización de productos y de la misma manera de servicios, es decir que los productores agrícolas de la parroquia Santa Fé de Galán se venden en un 40% por el canal directo y un 60% en un canal indirecto. La ventaja que tienen al vender por este canal es que ellos pueden tener un control de sus productos en cuanto al precio, porque cuando es vendido al intermediario es a un precio menor al que se vende al consumidor final.

Canal indirecto. Este canal es en donde entran los intermediarios ya sea uno o varios con el fin de lograr vender el producto al consumidor final (Raffino, 2020).

Entonces un canal indirecto es donde pasa el producto por más de dos dueños que ellos posteriormente harán llegar el producto a los consumidores finales. Este canal tiene diferentes intermediarios que son:

Agentes: Son personas que venden los productos en representación de una empresa.

Mayoristas: son personas o empresas que compran productos al por mayor y venden al por mayor mismo, ya que ellos no venden al consumidor final. En este tipo entran los intermediarios de la cebolla blanca ya que en un 30% se comercializa por este medio porque son quienes preparan su embarque para llevar a Guayaquil, Quito y otras ciudades del país.

Minoristas: son personas que adquieren productos al por mayor y vende al por menor, en este caso ofertan al consumidor final. De igual forma entra en este tipo la comercialización de cebolla blanca ya que hay un 30% de comerciantes que compran a los productores al por mayor y venden dentro de las instalaciones del mercado mayorista al consumidor final ya a un precio mayor al que compró.

Estos canales indirectos también se clasifican por:

Canal Corto: Es cuando solo consta un intermediario para llegar al consumidor final, generalmente el intermediario es un minorista.

Empresa ↔ Minorista ↔ Consumidor final

Canal Largo: Es donde intervienen más de un intermediario para hacer llegar el producto final al consumidor.

Empresa ↔ Mayorista ↔ Minorista ↔ Consumidor final

1.2.4.2 Estudio Técnico

Para (Meza, 2017) el estudio técnico “pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto o producción del servicio para lograr los objetivos del proyecto”.

El estudio técnico consiste en asignar los recursos apropiadamente como en la asignación del tamaño óptimo, la localización adecuada, la maquinaria necesaria, para lograr obtener El estudio técnico es la segunda fase que se debe analizar dentro de un proyecto factible ya que se da a conocer cuáles son los programas técnicos operativas precisos para la utilización eficaz de los recursos que la empresa tenga para poner en marcha el proyecto.

En el presente trabajo de investigación en la parte técnica se va analizar las instalaciones del centro de acopio de la cebolla blanca en la parroquia Santa Fé de Galán.

1. Tamaño del Proyecto

El tamaño es la capacidad que tienen las instalaciones de la empresa para poder producir una cierta cantidad de productos en un tiempo establecido ya sea en el día, semana, mes o año una producción inmejorable en las mejores condiciones y tener siempre productos de calidad (Meneses, 2019).

En el mundo empresarial el tamaño de las empresas se clasifica en micro, pequeña, mediana y una macro no existe una definición claro del porque se clasifican así, pero se puede tener en cuenta las ventas, el patrimonio y el número de trabajadores. La Unión Europea dice que: (Bracho, 2014)

Tabla 1- 1: Tamaño del proyecto

Clasificación	Número de Trabajadores	Volumen de Ventas	Total de Activo
Microempresa	Hasta 10	Menor a 2.000.000	Menor a 2.000.000
Pequeña	Hasta 50	Menor a 10.000.000	Menor a 10.000.000
Mediana	Hasta 250	Menor a 50.000.000	Menor a 43.000.000
Grande	Más de 250	Mayor a 50.000.000	Mayor a 43.000.000

Fuente: (Bracho, 2014)

Elaborado por: Viteri V. 2021

2. Dimensión del Mercado

La dimensión relacionada con el segmento del mercado parte del estudio técnico ya que se determina la cantidad que se va a producir de acuerdo a la demanda que se tenga del producto (Bracho, 2014).

Es importante tener claro a qué mercado se está dirigiendo, que cualidades se debe cumplir con la demanda insatisfecha existente entre el vendedor y el consumidor.

La Disponibilidad de Recursos Financieros. Los recursos financieros son muy delicados ya que se trata del dinero disponible que se tenga para la ejecución del proyecto, para ello es necesario saber competir en el mercado ya que no solo basta con tener una demanda representativa (Bracho, 2014).

Los recursos financieros son importantes para ejecutar un proyecto ya que se puede tener una idea brillante, pero si no hay recursos financieros no se puede poner en marcha esa idea multimillonaria. Existe dos fuentes para obtener financiamiento ya sea a través de préstamos a cambio de intereses que por lo general son otorgados por bancos o cooperativas y la otra es inyectar capital al negocio para recibir utilidades del mismo.

La disponibilidad de insumos y materia prima. En este apartado corresponde tener en cuenta la oferta que existe de la materia prima, se pueda conseguir fácilmente en el mercado y si no es así, que haya un producto sustituto pero que no se pierda la calidad del producto final (Bracho, 2014).

En el presente trabajo de investigación se puede concretar con veracidad la importancia y el tamaño del centro de acopio, en virtud de que existe una oferta considerable y permanente de la oferta de materia prima que es la cebolla blanca, lo que implica que no ha de faltar por motivos de que siempre existe este producto y los agricultores de la zona van hacer los principales proveedores de la materia prima.

La disponibilidad de tecnología y equipos. Al aplicar la tecnología en el proyecto se debe tener en cuenta los costos sean bajos al adquirir las maquinarias tecnológicas para poderlas implementarlas. El presente trabajo de investigación está enmarcado en ver cuáles son las mejores condiciones de almacenamiento que puede tener un centro de acopio de cebolla blanca al día.

3. Localización

La localización permite brindar la información pertinente del sitio perfecto para la ubicación de la empresa, la cual se logra a través de evaluaciones de diferentes posibles plazas para ello se tiene dos aspectos que es la macro-localización y la micro-localización (Corrillo, 2016).

4. Macro-localización

Consiste en analizar el sitio correcto para la ubicación del centro de acopio.

- **País:** Ecuador
- **Provincia:** Chimborazo
- **Cantón:** Guano
- **Parroquia:** Santa Fé de Galán
- **Zona:** Urbana

5. Micro-localización

Consiste en determinar cuál es el punto preciso para la construcción del centro de acopio dentro de la parroquia Santa Fe de Galán.

6. Proceso Productivo

El proceso productivo está conformado por un grupo de procedimientos que se debe realizar de manera planificada para la elaboración del producto, este proceso es desarrollado por los miembros de la empresa para lograr captar la demanda existente (Romero, Hidalgo, & Correa, 2018).

Durante todo el proceso productivo se debe tener controles estrictos con una objetividad precisa, ya que mediante aquello se logra tener utilidad a un futuro.

Toda empresa o sociedad debe estar enmarcado en un proceso productivo de acuerdo a las necesidades del mercado, ya que si no hay un control puede darse una sobreproducción la cual

afecta a las ganancias que se aspira tener por la venta del producto o la prestación del servicio (Quiroa, 2019).

Aquello implica que si se produce menos de lo que necesita el mercado entonces habría una demanda insatisfecha que da paso a que haya nuevos productos competitivos en el mercado.

7. Etapas del Proceso Productivo

- **Adquisición de Materias Primas:** la empresa se encarga de adquirir todas las materias primas de buena calidad con un costo menor posible, para la elaboración del producto, es ahí donde la empresa logra tener sus fieles proveedores.
- **Producción:** aquí es donde se transforma la materia prima en producto terminado, en cada proceso de elaboración se debe tener un control de calidad para así tener un producto que satisfaga las necesidades de los clientes, por lo que una vez logrado la satisfacción de los clientes se puede tener con el pasar del tiempo ganancias para la empresa.
- **Adquisición de productos:** en esta fase entra la función de comercialización de los bienes y servicios que ofrece una empresa, quien se encarga de estipular los precios de los mismos para su venta siempre y cuando se tenga en cuenta todos los gastos que se haya generado durante dicho proceso.

8. Elementos del Proceso Productivo

- **Factor de producción:** los factores por lo general son la tierra, el capital y el trabajo que se necesita para producir.
- **Proceso productivo:** es toda la tecnología que se emplea al proceso productivo.
- **Productos:** son los bienes o servicios que la empresa ofrece en el mercado para satisfacer las necesidades o deseos de sus clientes.

9. Tipos de Procesos Productivos

- **Producción en serie:** son los productos que son elaborados bajo el mismo modelo con características homogéneas.
- **Producción bajo pedido:** son los productos con características específicas de acuerdo a las necesidades de los clientes.

- **Producción bajo lote:** son los productos que se elaboran por grupos, es decir una cierta cantidad en remesa de producción y así consecutivamente.

10. Maquinaria y Equipo

Son todos los bienes tangibles que tiene la empresa o sociedad para el proceso de producción, los cuales deben ser asignados a las secciones de acuerdo a las características de cada una de las máquinas para su proceso de transformación (Méndez, 2019).

Todas las maquinarias y equipos suelen tener caracterizaciones específicas en el ámbito técnico con las que son elaboradas por lo tanto influyen en las secciones las cuales pueden ser.

- **Acondicionamiento:** es cualidades que tienen las maquinarias y equipos.
- **Accionamiento:** es el manejo de la maquinaria.
- **Capacidad y Velocidad:** es la capacidad de trabajo que tiene la maquinaria.
- **Características de Operación:** indicaciones específicas para el manejo de esa maquinaria.
- **Simultaneidad:** si esa máquina es apta para trabajar con combinaciones de productos al momento de elaborar.
- **Modularidad:** Capacidad de producción que tiene la maquinaria.
- **Rasgos especiales:** tienen características particulares a diferencia de las otras maquinarias.

11. Distribución Física

La distribución física de las instalaciones se basa en asignar la ubicación útil en el proceso productivo con la finalidad de reducir desperdicios de tiempo y materia prima y así obtener una transformación eficiente con la colocación de la maquinaria en el lugar correcto (Pariani, 2014).

En la actualidad la distribución física ha evolucionado por los avances tecnológicos hasta lograr tener una nueva disciplina que es la logística de distribución física, la cual trabaja con un nuevo objetivo que es colocar al producto en el lugar exacto donde se requiera eso si a un costo razonable.

12. Importancia de la Distribución Física

Tener una adecuada distribución física del centro de acopio, realmente ayuda a reducir la ubicación inadecuada de sus productores, lo cual conlleva a la optimización de los espacios existentes (Pariani, 2014).

13. Etapas de la distribución física

- Determinar las ubicaciones de existencias y establecer el sistema de comercialización.
- Establecer el sistema de manejo de comercialización.
- Mantener un sistema de control de ventas.
- Establecer procedimientos para tramitar los pedidos.
- Seleccionar el medio de transporte.

14. Beneficios de la distribución física

Mejora el servicio al cliente: es tener un sistema adecuado para cubrir las necesidades del cliente obteniendo niveles altos de satisfacción.

- **Reduce los costos de venta y distribución:** tener una administración eficiente de las actividades de distribución física que permite reducir un almacenamiento innecesario.
- **Genera volúmenes adicionales de venta:** al reducir costos, los precios de los productos suelen bajar por lo tanto se logra vender más.
- **Crea utilidad de tiempo y lugar:** la adecuada comercialización en el lugar permite dar la importancia a su parroquia y por otro lado se ahorra tiempo al productor entre el viaje de ida y retorno al mercado mayorista.
- **Estabiliza precios:** Al tener estabilidad en los costos provoca tener precios fijos en el mercado.

1.2.4.3 Estudio Financiero

El estudio financiero ayuda a verificar la viabilidad que tiene un proyecto mediante el análisis de los recursos económicos que se necesita para ejecutar el proyecto y así identificar los riesgos que puede existir en el proyecto (Mintzberg, 2015).

- Una vez realizado el estudio financiero se tiene una idea clara de inversión.
- Mediante el estudio financiero se puede analizar el rendimiento que puede tener la empresa en un periodo determinado.
- Las autoridades reguladoras dan a la empresa los estándares contables que se debe seguir.

1. Costos de Producción

Son los gastos que se realizan por los materiales, insumos y otros generados en el proceso de producción, comercialización, dirección y financiamiento ocupados en la producción final (Robles, 2012).

Estos costos son pagos necesarios que se deben realizarse durante la producción de un producto terminado hasta llegar al mercado, dentro de ello estará la materia prima, mano de obra no calificada, insumos agrícolas, mantenimiento de los equipos, entre otros.

2. Costos fijos y variables

Costos Fijos: Son los pagos que se realizan de manera constantes una cierta cantidad, estos costos no dependen del nivel de ventas ni la cantidad de productos producidos (Robles, 2012).

Se entiende que los costos fijos son pagos que siempre se debe cumplir sin importar cuanto se haya consumido o se haya gastado es por eso que no depende del nivel de producción que se tenga.

Costos Variables: Son los pagos que se ejecutan en un periodo determinado cuyos valores son variables ya que depende del consumo que se haya dado, es por eso que estos costos dependen del nivel de producción (Robles, 2012)

De acuerdo a la definición anterior se entiendo por costos variables a todo lo que se debe pagar de acuerdo al nivel de producción que se haya tenido en ese periodo.

3. Inversión total

La inversión total es la cantidad de dinero que se necesita para poner en marcha un proyecto, ya sea con capital propio o con capital financiado con el objetivo de generar ganancias o beneficios a futuro (Robles, 2012).

Se le conoce también como capital de giro, es el dinero que se debe tener al momento de poner en marcha la producción agrícola de cebolla por parte de los productores.

4. Ingresos

Son entradas monetarias y no monetarias generadas por la actividad productiva dando un aumento a los recursos económicos, mediante valores del activo o también disminuyendo las obligaciones del pasivo (Vallejo & Chiliquina, 2017).

Se considera como ingreso a las entradas que se genera por su producción y comercialización, esto puede ser por la venta de productos o prestación de servicios. Al ingresar ese dinero aporta al patrimonio neto familiar, empresarial o sociedad siendo parte de los activos o pasivos.

5. Egresos

Los egresos son salidas de dinero por la compra o adquisición de un material que requiera la empresa para el proceso productivo de un bien o servicio (Mintzberg, 2015).

Son gastos que se dan durante la ejecución del proyecto para poner en marcha la empresa, para ello se tiene tanto egresos fijos como variables. Los egresos fijos son los que se paga cada mes y dependen de la producción o consumo que se haga, mientras que los egresos variables son los que dependen de la actividad económica de la empresa.

6. Beneficio

Es el resultado de la diferencia entre ingreso y los costos totales de la actividad económica que realiza la empresa en el mercado satisfaciendo las necesidades de las personas (Vallejo & Chiliquina, 2017).

Los beneficios se obtienen del resultado de la sustracción entre ingreso y los costos totales que se haya generado de la venta de un producto o la prestación de un servicio.

7. Importancia del Beneficio Bruto

Si se generan ganancias y se posiciona en el mercado el producto implica que se va a tener un futuro empresarial exitoso que conlleve a ser competitivo en el mercado local y nacional (Martínez J., 2018).

Que el agricultor tenga como resultado un beneficio después de todos los costos que se haya generado durante el proceso de producción hasta llegar a obtener una utilidad total en una cosecha

progresiva de semana a semana, lo que implica que un productor puede surgir a través de la venta de un producto de calidad y así llegar a ser competitivo en su ámbito.

8. Gastos de administración

Son desembolsos que se debe realizar a los colaboradores de un departamento específico que es de administración, quienes son los encargados de proyectar, organizar, direccionar, controlar y valorar las actividades económicas de la empresa, este departamento no tiene relación directa con el proceso de producción (Vallejo & Chilibingua, 2017).

Estos gastos son necesarios que la empresa asuma gastos fijos ya que son asignados para las instrucciones comerciales y no tiene relación con las variables del proceso productivo por lo que no se puede reducir.

9. Gastos financieros

Son desembolsos que se debe realizar a terceras personas con la finalidad de iniciar su actividad económica para ello acude a entidades financieras, estos gastos se generan por comisiones e intereses del préstamo (Vallejo & Chilibingua, 2017).

Los gastos financieros son pagos de los intereses de los préstamos adquiridos en bancos o cooperativas financieras ya sea para iniciar el negocio o durante la vida de la empresa, la cual adquirió ese tipo de créditos (Bravo, 2011).

La empresa tiene la obligación de cumplir con los gastos financieros al momento que tiene compromisos financieros con terceras personas para poder invertir y desarrollar actividades empresariales.

10. Gastos de Ventas

Son gastos generados por el departamento de ventas que la empresa debe cubrir por lo general son variables ya que depende del volumen de ventas que se tenga, estos gastos pueden ser por promoción, publicidad y desarrollo de las ventas (Bravo, 2011)

Son desembolsos producidos por el departamento de ventas, en base a todos los pagos que se realizan hasta poder vender del producto, es decir que estos gastos son variables ya que depende del nivel de ventas. Los gastos aumentan de acuerdo al nivel de venta que tenga el producto lo que implica que a mayor venta mayor ganancia tiene la empresa.

11. Gastos de promoción y publicidad

Son gastos generados para cubrir procesos de promoción, publicidad y desarrollo de las ventas, Son desembolsos producidos que se realizan hasta poder vender el producto es decir que estos gastos son variables ya que depende del nivel de ventas (Bravo, 2011).

1.2.4.4. Evaluación

La evaluación es la parte final de un proyecto de factibilidad a través del seguimiento y control continuo a todas las fases, con el objetivo de determinar la posibilidad de hacer la inversión y las medidas de progreso que se debe hacer en la trayectoria de su ejecución (Pariani, 2014).

Al realizar la evaluación continua con todos los fundamentos bien claros se puede prevenir riesgos, pérdidas que son causas que llevan al fracaso de los proyectos. La evaluación tiene dos tipos de seguimiento.

Es una herramienta de apoyo para evaluar los aspectos financieros que se tiene al momento de implementar, ver a qué tiempo el proyecto genera ganancias o cuánto genera, etc.

Se evalúa el impacto social que tenga el proyecto, ver si al momento que se implemente el proyecto en la sociedad no ocasione daños ni perjuicios a la sociedad del sector en la que se va a instalar un emprendimiento de beneficio social y además hay que valorar las dimensiones de contaminación del medio ambiente.

Para la evaluación financiera del proyecto se debe tener en consideración los siguientes métodos:

1.- VAN

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados la inversión Inicial (Baca G. , 2018).

Es el valor actual neto quien mide la rentabilidad que va a tener el proyecto en valores monetarios.

2.- TIR

Es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero (Baca G. , 2018).

La tasa interna de retorno conocida como TIR es la tasa que logra hacer que el VAN sea igual a cero para el cálculo se tiene diferentes formas pero existe la posibilidad de cálculo en Excel, es por ello que el proyecto es aceptable cuando la TIR es mayor que cero y se rechaza cuando es menor que cero. Es la tasa interna de retorno que ayuda a ver si es viable invertir en el proyecto mediante un porcentaje.

3.- PRI

Se puede determinar el tiempo que se requerirá para recuperar la Inversión Inicial (Morales & Morales, 2009).

El Periodo de Recuperación de la Inversión consiste en que es el periodo en el cual se va a recuperar la inversión inicial del proyecto el cual se calcula en días meses y años la fórmula es la siguiente.

$$PRI = \frac{I_0}{\sum BN}$$

4.- RCB

La relación costo beneficio es otra de las fórmulas para la evaluación de un proyecto y la formula es la siguiente.

$$RBC = \frac{\sum IA}{\sum EA}$$

Donde:

IA= Ingresos Actualizados

EA= Egresos actualizados incluidos la Inversión Inicial

1.2.5. Centro de Acopio

Un centro de acopio son instalaciones físicas administradas con la finalidad de reunir la producción de los pequeños agricultores para comercializar sus productos, haciendo uso de la maquinaria apropiada para su almacenamiento temporal para que salgan a la venta (Mendez, 2010).

Un centro de acopio es el espacio físico para almacenar la producción del sector para comercializarlos una vez dado el valor agregado, con la finalidad de competir en el mercado local y nacional ofreciendo productos de calidad, en este caso el centro de acopio que se proyecta es generar la factibilidad de un lugar adecuado de comercialización de la cebolla blanca en la parroquia Santa Fé de Galán.

1.2.5.1. Importancia de un Centro de Acopio

El centro de acopio ayuda a los agricultores a que sus productos tengan mejor calidad y así puedan tener la oportunidad de comercializar en canales más directos y eficientes (De Espada, Torrealba, & Torres, 1974).

Es importante contar con un centro de acopio en la parroquia Santa Fe de Galán ya que existe una producción excelente de cebolla blanca y se requiere de nuevos canales de comercialización para que sus productos tengan el precio justo con la finalidad de mejorar sus ingresos económicos para el sustento familiar y desarrollo parroquial.

El valor agregado que el centro de acopio ofrece es vender cebolla blanca procesada (lavado y empaçado), para lograr comercializar el producto en nuevos mercados y así lograr estabilizar los precios de la cebolla con la finalidad de mejorar las condiciones de vida de los agricultores, logrando así un desarrollo parroquial a través del incremento de la producción de cebolla en procura de lograr nuevas fuentes de trabajo a los habitantes de la zona.

1.2.5.2. Beneficiarios del Centro de Acopio

Los beneficiarios de la creación de un centro de acopio para la comercialización de los productos agrícolas de los productores de las zonas rurales son directos e indirectos (De Espada, Torrealba, & Torres, 1974).

Los beneficiarios de crear un centro de acopio son directos e indirectos. Los beneficiarios directos son los que administran este espacio físico, que puede ser socios y GAD parroquial de Santa Fé de Galán y los indirectos son los productores de la cebolla blanca de este importante sector de la provincia.

1.2.5.3. Función del Centro de Acopio

La función de los centros de acopio es un medio que abarque a los agricultores de cierta zona con la finalidad de mejorar el sistema de comercialización de los pequeños productores, mediante la estimulación de venta en función de un valor agregado (De Espada, Torrealba, & Torres, 1974).

La función primordial que tiene la creación del centro de acopio en la parroquia Santa Fé de Galán es precisamente mejorar el sistema de comercialización y distribución de los productos que es producido por lo pequeños agricultores de la parroquia de Santa Fé de Galán con la finalidad de fortalecer en su calidad y precios tendiente a obtener ganancias favorables.

1.2.5.4. Medios de Acción de un Centro de Acopio

Se puede enumerar ciertos medios de acción que aporta un centro de acopio: (De Espada, Torrealba, & Torres, 1974).

- a. **Transporte y compra de producto:** EL transporte de los productos se lo realiza en los carros de los agricultores hasta el centro de acopio. La compra consiste en pagar lo justo por los productos de los agricultores.
- b. **Preparación del producto para el transporte y venta:** esta función se puede realizar tanto en el centro de acopio como en la chacra ya que consiste en dar las cualidades de calidad perfectas del producto, es por eso que antes de comprar el producto se debe realizar una preselección mínima en la chacra y ejecutar la preparación final para la venta en el centro de acopio.
- c. **Venta de producto de calidad garantizada en las mejores condiciones posibles:** establecer precios diferenciales para los productos que el centro de acopio ofrece de acuerdo a la calidad del producto, y así poder vender en distintos mercados y supermercados.
- d. **Introducción de mejoras en el manejo del producto:** se debe introducir tecnología que sea necesaria al centro de acopio para cumplir con los objetivos de calidad de los productos, es decir que ayuda a estabilizar la oferta y demanda del centro de acopio.

1.2.5.5. Secciones del Centro de Acopio

Son las áreas en las que se divide el centro de acopio para el proceso de almacenamiento de materia prima.

Sección de Recepción: En esta zona la materias prima son almacenadas temporalmente, la función de esta área es recibir el producto de parte de los proveedores los cuales han sido elegidos de acuerdo a su calidad (Conesa, 2018).

Para recibir la materia prima se debe tener en cuenta condiciones específicas, ya que al inicio la empresa con ellos pacta ciertos criterios de entrega a cumplir.

- Comprobar en qué condiciones llega la cebolla: Verificar si el producto es fresco o guardado.
- Ver si cumplen las condiciones pactadas de entrega del producto: verificar la calidad del producto.

- Nunca poner la materia prima directamente en contacto con el piso: no se debe poner el producto en el piso ya que pierde la calidad.

Sección de Clasificación: Una vez recibido el producto de parte de los proveedores, debe pasar por dos procesos que son de clasificación y de control de calidad de acuerdo a las condiciones cualitativas y cuantitativas de calificación (Conesa, 2018).

La clasificación del producto ayuda en el control de calidad, para ello debe tener en cuenta las siguientes condiciones.

- Peso
- Grosor
- color
- Largo

Sección de Lavado y Cortado: Una vez clasificado el producto de acuerdo a las condiciones de calidad se procede al proceso de lavado respectivo (Conesa, 2018).

Se lava todos los productos para eliminar la tierra, los insectos, pesticidas.

- Se lava normalmente con agua y cepillo para refregar al producto.
- Se corta las hojas de la cebolla blanca.

Sección de secado: en esta área se va a dejar secar el producto para no contraer daños en el mismo (Conesa, 2018).

Sección de Empaque: En esta área se da los toques finales al producto con la finalidad de que esté listo para la venta, estos pueden ser: (Conesa, 2018)

- Empacado manual: es cuando se utiliza solo a los trabajadores nada de maquinaria. En este caso la cebolla blanca será empacado manualmente.
- Empacado automático: Es cuando se utiliza la intervención de maquinaria para el empaque de acuerdo a un peso determinado.

Sección de Almacenamiento: se debe ver cuál es la capacidad de almacenamiento que tiene la sección ya sea por el número de estanterías, manipulación, colocación de los productos, con el propósito de que estén listos para la comercialización (Conesa, 2018).

Esta zona debe contar con dos condiciones para su funcionamiento.

- Capacidad de almacenamiento: la capacidad de almacenamiento es la disponibilidad de acuerdo a la cantidad de productos que entran en esa sección.
- Facilidad para el picking: La facilidad para el picking es la capacidad que se tiene para preparar el pedido antes de ser empacado.

Sección de Embarque: Esta área es la que tiene más movimiento porque es una zona de entrada y salida de mercancía ya lista para la comercialización.

1.2.5.6. Infraestructura y Accesorios del Centro de Acopio

Tabla 2-1: Infraestructura y accesorios de un centro de acopio

Pisos
<ul style="list-style-type: none">• Encementados lisos y sin grietas o rajaduras• Con canales de drenaje y/ o desagües.• Construido con materiales impermeables
Paredes
<ul style="list-style-type: none">• Lisas sin grietas o rajaduras y no porosas• Construidas con materiales impermeables, resistentes, no tóxicos que permitan su conservación y limpieza• Diseñadas para prevenir la entrada de plagas, así como de contaminantes con una malla a prueba de insectos
Techo
<ul style="list-style-type: none">• Impermeables, resistentes que permitan su conservación y limpieza• Evita la acumulación de polvo
Puertas y Accesos
<ul style="list-style-type: none">• Libres de escombros y basura• Señalética de prohibición de ingreso a personal no autorizado, animales y consumo de alimentos• Es aconsejable que las puertas que separan las áreas sucias y limpias del centro de acopio, cuenten con sistemas de cortinas de aire
Iluminación y Ventilación
<ul style="list-style-type: none">• El sistema de iluminación debe permitir el desarrollo de las actividades• Deben estar provistos de malla contra insectos• Los medios de ventilación pueden ser natural o mecánica
Implementos, Equipos y Estructuras de Soporte
<ul style="list-style-type: none">• Mesas y estructuras de soporte• Deben evitar el desprendimiento de piezas y partículas• Tinas de lavado• Equipo para aplicación de aire comprimido
Accesorios de Trabajo y del Acopio
<ul style="list-style-type: none">• Guantes, mascarilla, protector de cabello• Overol• Balanzas• Gavetas• Materiales de empaque

Fuente: (De Espada, Torrealba, & Torres, 1974)

Elaborado por: Viteri V. 2021

1.2.6. Parroquia Santa Fé de Galán

1.2.6.1. Reseña Histórica de la Parroquia Santa Fé de Galán

La parroquia Santa Fé de Galán es fundada el 21 de enero de 1988, este sector como comunidad se encontraba al interior de la hacienda del señor Enrique Mancheno. En los inicios de los años ochenta, Santa Fe de Galán y otras comunidades pertenecían a la parroquia de Guanando y gracias a la iniciativa de hombres como: José Chávez, Manuel Manotoa, Juan Cruz Cunalata, Severo Miranda, José Sánchez, Francisco Jarrín, Manuel Chicaiza, Humberto Manotoa y otros, se inició el proceso legal que llevaría para finales de esa década a la constitución de la parroquia Santa Fe de Galán.

1.2.6.2. Características del Suelo de la Zona

La Parroquia de Santa Fe de Galán, está ubicada en la región interandina, se caracteriza por tener suelos en su mayoría franco arenoso con una composición de ceniza volcánica ya que es un lugar propenso a las caídas de ceniza del volcán Tungurahua. Se encuentra ubicada en la zona Alta del Cantón Guano, provincia de Chimborazo.

La parroquia Santa Fé de Galán en la actualidad está conformada con gente trabajadora y productora de cebolla blanca aprovechando la bondad de sus suelos porque son ricos en nutrientes para la producción de otros tipos de alimentos como son las papas, habas y pastizales, ya que se encuentra ubicada a una altura de 3013 y hasta los 3969 metros sobre el nivel del mar.

1.2.6.3. Actividad Económica de la Parroquia Santa Fé de Galán

Según los datos del plan territorial del GAD Parroquial Santa Fé de Galán, se determina que la principal actividad económica de la parroquia es la agricultura en virtud de que su suelo es apto para las diferentes actividades agropecuarias, lo que ha impulsado el mejoramiento de las capacidades locales de sus habitantes ya sea en las actividades de producción ganadera, especies menores y cultivo de productos agrícolas, característica importante que le convierte a la zona en territorio de emprendedores. En la actualidad la mejor producción agrícola es la cebolla blanca porque existe la capacidad de proveer ingresos económicos, identificando que la población emplea su tiempo en la agricultura y trabaja en el cultivo de la cebolla requiriendo de personal tanto para el proceso de producción como para la cosecha del mismo.

Tabla 3-1: Actividad económica de Santa Fé de Galán

Actividad	Número	Porcentaje
Actividad agrícola	640	54.9%
Actividad pecuaria	410	35.2%
Actividad de construcción	56	4.8%
Actividades relacionadas con el comercio	50	4.3%
Actividades artesanales	2	0.2%
Empleados en el sector público	6	0.5%
Empleados en el sector privado	1	0.1%
TOTAL	1165	100%

Fuente: GAD Parroquial Santa Fé de Galán

Elaborado por: Viteri V. 2021

Cabe destacar que Galán posee un 54.9% de la población que solo se dedica a la actividad agrícola lo cual equivale a 640 agricultores de la parroquia que son productores de cebolla blanca, determinándose así que este producto es su principal fuente económica de la parroquia Santa Fé de Galán.

1.2.6.4. Principales Cultivos de los Agricultores

Las características ecológicas y climáticas que presentan todas las comunidades de la parroquia son aptas para la agricultura, es por eso que se identifica especialmente como una parroquia agrícola por tanto los principales productos en producción son los siguientes.

Tabla 4-1: Principales cultivos de Santa Fé de Galán

Cultivo	Superficie cultivada
Cebolla blanca	701.39 Ha.
Papas	20.24 Ha.
Pasto	1010.85 Ha.
Hortalizas (col, rábano, zanahoria, remolacha, lechuga)	401.57 Ha.
Cereales (cebada, avena, trigo, maíz)	84.17 Ha.
Plantación forestal	0.89 Ha.

Fuente: GAD Parroquial Santa Fé de Galán

Elaborado por: Viteri V. 2021

1.2.7. Generalidades de la cebolla blanca

La cebolla blanca es una hortaliza que se producen en las partes altas en diferentes lugares del país, pero específicamente en la parroquia Santa Fé de Galán al encontrarse situada en una zona alta y de gran humedad, específicamente a una altura de 3969 msnm, hay una gran escala de producción la cual cubre las necesidades no solo de la ciudad de Riobamba sino también de Guayaquil y más ciudades de la costa.

- **Nombre científico:** Allium fistulosum L
- **Nombres comunes:** cebolla larga, cebolla junca, cebolla blanca.
- **Otros idiomas:** Ciboule (Francia); Schritwhel (Alemania)

1.2.7.1. Tipos de Cebolla

La cebolla es una hortaliza de un grupo muy extenso por la cual se divide en diferentes grupos:

Babosa. Esta variedad por lo general tiene como característica la comida de color blanca. Es por eso que esta cebolla pertenece a este tipo, por lo que es larga, babosa y de una coloración blanquecina.

Grano de oro. Esta variedad se caracteriza por tener piel amarillenta y algunas rojizas.

Liria. Esta variedad es de color amarillenta con un sabor dulce.

1.2.7.2. Características de la Cebolla Blanca

- **Forma:** alargada
- **Tamaño y peso:** el largo de la cebolla es aproximadamente de 35 cm a 40 cm, el peso se varía entre los 100 y 150 gm dependiendo la calidad de la cebolla.
- **Color:** blanco
- **Sabor:** fuerte, picante.

1.2.7.3. Proceso de Producción de la Cebolla Blanca

- Preparar el suelo
- Abonar el suelo
- Comprar la planta
- Plantar la semilla a 80 centímetros de distancia entre los huachos (surcos) con un espacio entre una planta y otra, de aproximadamente de 25 a 30 centímetros.

- Después de la plantación se deja así por el lapso de un mes, para posteriormente realizar el destape, que es desyerbar y descubrir la planta.
- Se bota abono químico y orgánico alrededor de cada planta.
- Se realiza la primera fumigada para el ácaro y el enraizado.
- Se tapa el abono
- Después de 2 meses de tapar la cebolla se aporca
- Posterior a un mes del aporque se procede a sacar la cebolla dejando de 3 a 4 ramas de planta.

Las raíces de la cebolla blanca se originan en la base del tallo, están fasciculadas pero no tan agrupadas en la mata, por lo general al momento de cosechar se va deshojando, es decir se va sacando una parte y otra parte se deja para la próxima cosecha, por ejemplo tenemos una mata de 10 ramas de cebolla se saca 7 y se deja 3 ramas de planta para la próxima cosecha, el primer saque de cebolla se realiza a los cinco o seis meses dependiendo el clima que tenga el lugar en donde se realiza la producción. A partir del segundo saque ya se lo realiza cada tres meses. Una vez plantado la cebolla y en proceso de producción la cementera de cebolla puede durar alrededor de 5 a 6 años.

1.2.7.4. Beneficios Nutricionales de la Cebolla Blanca

La cebolla blanca es una hortaliza con un poder de cardioprotector ya que ayuda mejorar la circulación sanguínea, se reduce los niveles del colesterol en un 15%, es una excelente fuente de nutrientes esenciales tales como vitamina K, vitamina C (Iza, 2015).

La cebolla blanca contiene calcio, hierro, magnesio y fósforo, por lo tanto, este producto contiene más de un 90% agua lo cual ayuda a tener mucha fibra muscular, razón por la que en cualquier casa se encuentra una cebolla.

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Enfoque de investigación

2.1.1 Cuantitativo

Este enfoque busca recolectar información necesaria para despejar hipótesis mediante datos estadísticos, a través de la investigación directa a los encuestados con instrumentos confiables para analizar datos obtenidos y poder generalizar los resultados (Mata, 2019).

En el proceso investigativo fue utilizado el enfoque cuantitativo para la recolección de los datos necesarios a través de estadísticas para su pertinente análisis, porque se proyecta a la búsqueda de una solución a los problemas de comercialización de la cebolla blanca que producen los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán, encaminado a través de un proyecto de factibilidad con la finalidad de identificar la posibilidad de crear un centro de acopio.

2.1.2 Cualitativo

Este enfoque permite que la información sea indagada en cuanto a la realidad que viven día a día los investigados, se trabaja en búsqueda de respuestas a las preguntas planteadas para así comprender las necesidades de los encuestados (Mata, 2019).

En el presente trabajo se aplicó el enfoque cualitativo para el planteamiento de la encuesta a los productores y una entrevista a las autoridades de la parroquia y del cantón Guano ya que el objetivo de la investigación es generar nuevos canales de comercialización de cebolla blanca para lograr mejorar las condiciones de vida de los productores de la zona y saber cuál es el apoyo que tienen los agricultores por parte de las autoridades pertinentes.

2.2 Nivel de Investigación

2.2.1 Exploratoria

Mediante este nivel de estudio se logra tener una familiaridad con la información obtenida para saber si es posible llevar a cabo una investigación completa sobre la realidad de un sector determinado (Sampieri, 2014).

Mediante este nivel de investigación se logró conocer de cerca las necesidades que tienen los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán ya que se trabaja con el objetivo de indagar en la

información obtenida en los enfoques cuantitativos y cualitativos para así saber si es viable ejecutar un centro de acopio para los agricultores de cebolla blanca de la zona.

2.3. Diseño de Investigación

2.3.1. No experimental

La investigación no experimental se centra en una estructura fundamental la cual consiste en que las variables no pueden ser manipuladas por los investigadores ya que se observa los acontecimientos en su forma natural para realizar un análisis posteriormente (Sampieri, 2014).

Se ha trabajado con un diseño de investigación no experimental porque parte de la importancia de estructurar un “Proyecto de Factibilidad para la creación de un centro de acopio” para los productores de cebolla blanca en la parroquia Santa Fé de Galán, para ello en primer lugar se identificó las entidades que fortalecen este proyecto, a quienes se les aplicó una entrevista, en este caso a la Presidenta del GAD Parroquial de Santa Fe de Galán como al Alcalde del GAD Municipal de Guano. En segundo lugar, se determinó los sujetos a quienes se les aplicó una encuesta que exclusivamente está dirigido a los productores de cebolla blanca de Galán con la finalidad de obtener la información pertinente y concreta para el desarrollo del proyecto de factibilidad.

2.4 Tipo de estudio

2.4.1 Documental

Para la realización de la investigación se basa en informaciones de libros, internet, revistas, etc. con la finalidad de recopilar, seleccionar e interpretar la información para así construir nuevos conocimientos (Sampieri, 2014)

Para realizar la investigación se utilizó una bibliografía científica y especializada en procura de obtener información necesaria para el desarrollo del proyecto de factibilidad referente a la creación de un centro de acopio, misma que se basó en libros, internet y otras publicaciones especializadas.

2.4.2. Campo

Investigación que es desarrollada en el lugar de los hechos, quienes proporcionan la información real del lugar en base a las respectivas indagaciones mediante técnicas como la observación, encuestas y entrevistas (Sampieri, 2014).

La investigación se realizó en el mismo lugar de los hechos, esto es en la parroquia Santa Fé de Galán, con el apoyo de los agricultores de la zona en procura de identificar los problemas relacionados con la comercialización de la cebolla blanca.

2.5. Población y Planificación, Selección y Cálculo del Tamaño de la Muestra

2.5.1. Población

Es el total de individuos ya sea finita o infinita con características comunes en un lugar y tiempo específico que tienen necesidades y problemas en común (Arias, Villasís, & Miranda, 2016).

Para realizar el cálculo de la muestra se trabajó con un universo de 640 agricultores de la zona, considerando como principal fuente las personas económicamente activas a partir de los 15 a 65 años de edad, tanto del sexo masculino como femenino de acuerdo al INEC ya que la actividad económica principal es la agricultura y los adolescentes de 15, 16 y 17 años ayudan a sus padres en las actividades diarias de casa, de la agricultura o ganadería.

Tabla 1-2: Población para la muestra

Características	Nº	Porcentaje
Presidenta del GAD Parroquial	1	0%
Alcalde del GAD Municipal de Guano	1	0%
Agricultores	640	100%
TOTAL	642	100%

Fuente: GAD Parroquial

Elaborado por: Viteri V. 2021

2.5.2 Muestra

La muestra es un subconjunto representativo del universo quien debe tener un tamaño conveniente para garantizar el análisis estadístico la cual permite a los investigadores llevar a cabo el estudio de los individuos de la población (Arias, Villasís, & Miranda, 2016).

Para calcular la muestra se aplicó la fórmula de la población finita.

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

DONDE:

n= Tamaño de la muestra

N= Universo 640

p = Variabilidad positiva 50% (0.5)

q = Variabilidad negativa 50% (0.5)

E= Error de muestra 5%

z = Nivel de confianza 95% (1,96)

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5 * 0.5) * 640}{0.05^2(640 - 1) + ((1.96)^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{3.84 * 0.5 * 0.5 * 640}{0.0025(639) + (3.84)(0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{614.4}{1.5975 + 0.96}$$

n = 240 encuestas a realizar.

La muestra que se utilizará para aplicar la encuesta es de 240 agricultores

2.6 Métodos, Técnicas e Instrumentos de Investigación

2.6.1 Métodos

2.6.1.1 Método Inductivo

Este método permite indagar de lo particular a lo general en la información adquirida durante todo el proceso de investigación para llegar a conclusiones generales de la población que se está investigando (Dávila, 2018).

Este método permitió identificar aspectos particulares, en este caso de los productores de cebolla blanca de la parroquia Santa Fé de Galán quienes han sufrido por mucho tiempo problemas respecto al precio de venta de su producto, con la finalidad de llegar a generalizar la realidad de todos los productores de la zona para así buscar nuevos canales de comercialización a través del proyecto de factibilidad.

2.6.1.2 Método Deductivo

Este método tiene como objetivo llegar a una conclusión en base de una proposición, para indagar a través del razonamiento de lo general a lo particular y así obtener resultados válidos y correctos mediante la transformación de información (Dávila, 2018).

Mediante el método deductivo se pudo identificar aspectos generales de la parroquia para lograr buscar soluciones para cada uno de los productores, esto implica que se identifica en un ámbito total el problema que tiene todos los agricultores de la zona en cuanto a la comercialización de sus productos a bajos precios, para así llegar a determinar situaciones particulares en procura de buscar alternativas que conlleven a mejorar la comercialización de cebolla blanca.

2.6.2 Técnicas

2.6.2.1 Encuesta

Es un instrumento que el investigador utiliza para obtener información en procura de dar soluciones a un problema, está formada por preguntas cerradas dirigidas a la muestra representativa de la población en donde se va a realizar el estudio. La encuesta es uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercados porque permite obtener amplia información de fuentes primarias (Neill & Cortez, 2018).

En esta investigación se utilizó la encuesta para la recolección de información relevante con la finalidad de establecer cuál es la viabilidad de crear un centro de acopio en la parroquia Santa Fé de Galán para la comercialización de cebolla blanca.

2.6.3 Instrumentos

2.6.3.1 Cuestionario de encuesta

Es un instrumento de investigación que sirve para recoger datos durante el trabajo de investigación de campo que está estructurado por preguntas cerradas (Neill & Cortez, 2018).

Para la aplicación de la encuesta se organizó una lista de preguntas de tipo cerrado con la finalidad de identificar el nivel de aceptación de crear un centro de acopio en la parroquia Santa Fé de Galán para la comercialización de cebolla blanca.

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1. Resultados

Pregunta: Género

Tabla 1-3: Género

Género	Porcentaje	Cantidad
Hombre	48%	116
Mujer	52%	124
TOTAL	100%	240

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán
Elaborado por: Viteri V. 2021

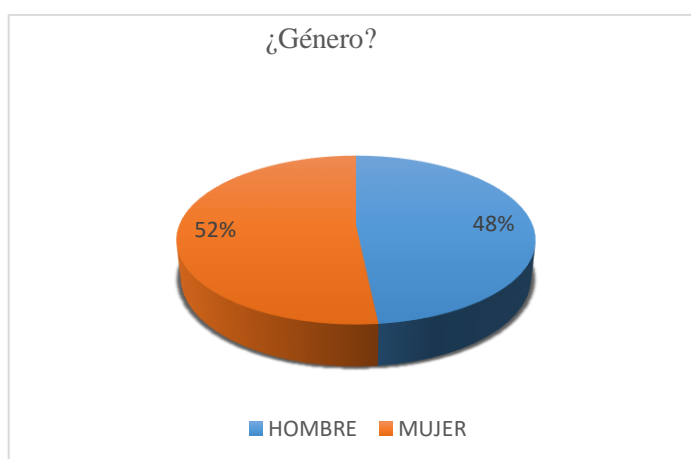


Gráfico 1-3: Género

Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis:

Según los resultados se determina que el 52% de la población encuestada son mujeres y el 48% son hombres.

Se puede determinar que existe un alto porcentaje de mujeres habitantes de la parroquia Santa Fe de Galán, quienes de forma activa y participativa son un factor importante en el desarrollo productivo agrícola, dentro de ello están las mujeres junto a sus esposos o de manera independiente trabajando con dedicación y siempre buscando el bienestar personal, familiar y comunitario.

Pregunta: Edad

Tabla 2-3: Edad

Opción	Porcentaje	Cantidad
20-30	27%	65
30-40	27%	65
40-50	28%	68
50-60	18%	42
TOTAL	100%	240

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán
Elaborado por: Viteri V. 2021

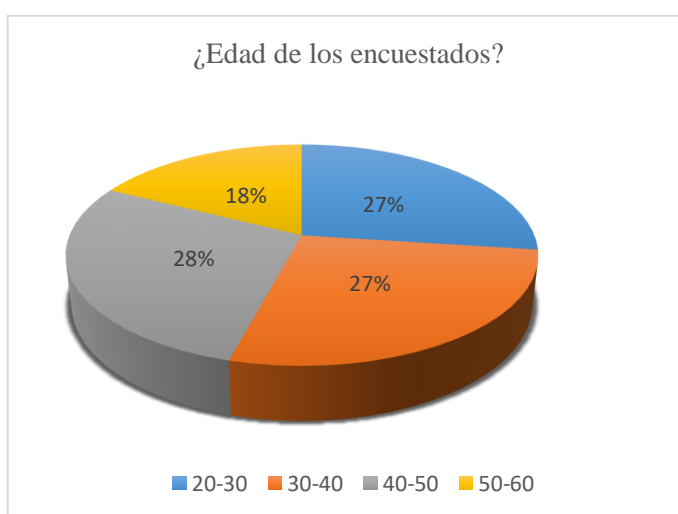


Gráfico 2-3: Edad

Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis:

Según los resultados se determina que las personas que fueron encuestadas un 28% tienen la edad de 40-50, por otra parte, un 27% tienen la edad de 20-30 y de 30-40, y finalmente con un 18% están las personas de 50-60 años de edad.

En esta zona existe un alto porcentaje de habitantes dedicados a la producción de cebolla blanca, quienes tienen un promedio de edad apropiada para realizar el proceso de producción y así lograr un desarrollo agrícola. La parroquia Santa Fé de Galán en la actualidad está conformada con gente trabajadora y entregada a su trabajo para así sacar adelante a sus hijos e hijas y ofrecerles nuevas oportunidades de vida.

Pregunta 1: ¿Usted cultiva cebolla blanca?

Tabla 3- 3: Cultivo de cebolla blanca

Opción	Porcentaje	Cantidad
SI	100%	240
NO	0%	0
TOTAL	100%	240

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán
Elaborado por: Viteri V. 2021

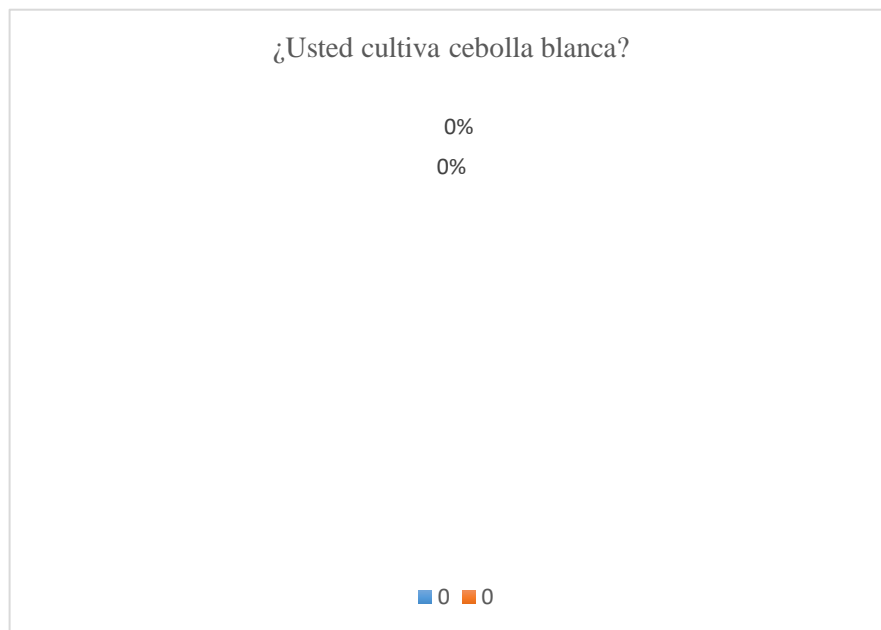


Gráfico 3-3: Cultivo de cebolla blanca

Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis

Los encuestados manifiestan que el 100% de agricultores de Santa Fe de Galán cultivan cebolla blanca.

La mayor parte de los habitantes de la Parroquia Santa Fe de Galán se dedican al cultivo de cebolla blanca en virtud de que es un producto que se adapta al clima frío y al tipo de tierra de este sector, comercializándose en grandes cantidades cada semana en la ciudad de Riobamba siendo importante fortalecer al productor con un centro de acopio.

Pregunta 2: ¿El terreno que utiliza para el cultivo de cebolla blanca es?

Tabla 4-3: Terreno que utiliza para el cultivo de cebolla blanca

Opción	Porcentaje	Cantidad
Propio	56%	134
Arrendado	15%	37
Al partir	29%	69
TOTAL	100%	240

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán

Elaborado por: Viteri V. 2021

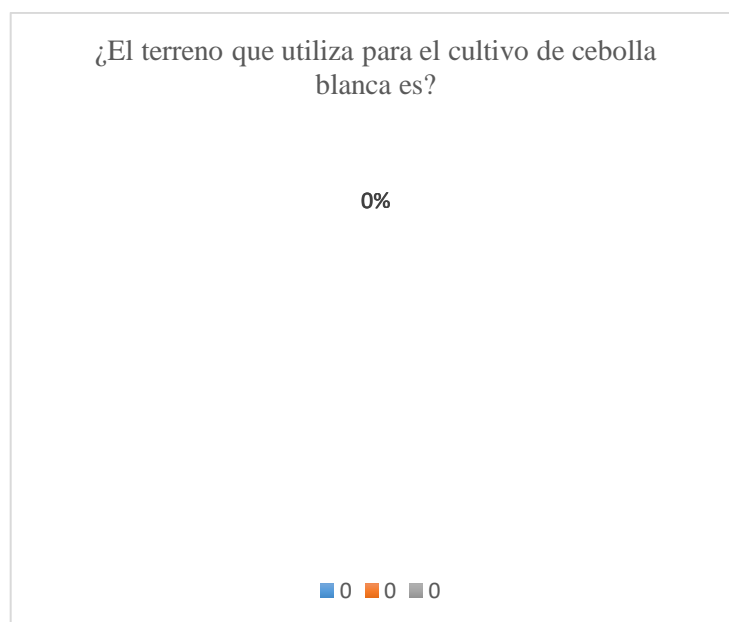


Gráfico 4-3: Terreno que utiliza para el cultivo de cebolla blanca

Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis:

El 56% de los productores cuentan con terreno propio para el cultivo de cebolla, por otro lado, el 29% tienen sus cultivos sembrados al partir, mientras que un 15% de ellos arriendan el terreno para la producción de cebolla.

Este resultado demuestra que la mayoría de los productores de cebolla cuentan con terreno propio para el proceso productivo, aspecto importante para generar una economía positiva para cada una de las familias, porque en el caso de arrendamiento o al partir tiene que sus utilidades desmembrar para los pagos pertinentes y peor si los precios de venta en el mercado están bajos afecta directamente al productor, por lo que necesitan de un incentivo de comercialización a través de ventas directas desde un centro de acopio.

Pregunta 3: ¿Qué cantidad de terreno tiene destinado para el cultivo de cebolla blanca?

Tabla 5-3: Cantidad de terreno destinado para el cultivo de cebolla blanca

Opción	Porcentaje	Cantidad
1 - 2 cuadras	50%	121
2 - 3 cuadras	22%	53
3 - 4 cuadras	12%	28
4 - 5 cuadras	16%	38
TOTAL	100%	240

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán

Elaborado por: Viteri V. 2021

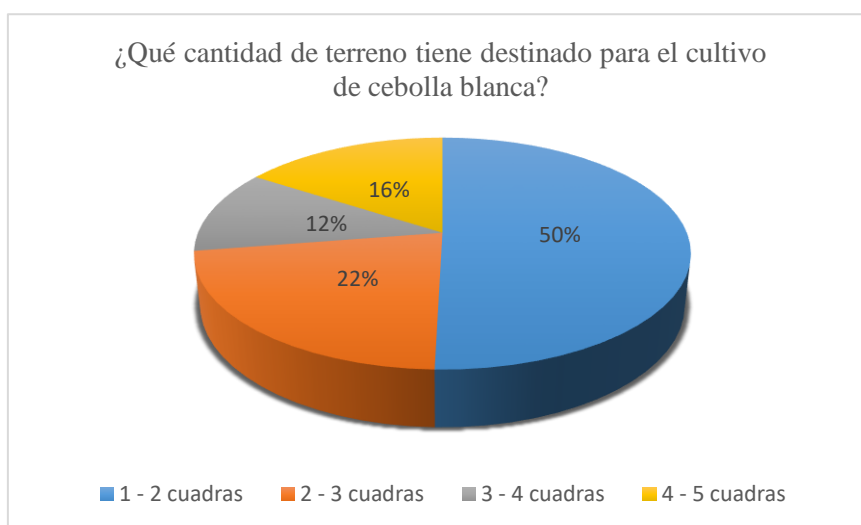


Gráfico 5-3: Cantidad de terreno destinado para el cultivo de cebolla blanca

Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis:

Del total de 240 productores de la parroquia, el 50% indicaron que tienen de 1-2 cuadras de terreno determinadas para el proceso productivo de cebolla blanca, por otra parte, el 22% indicaron que poseen de 2-3 cuadras de terreno disponibles para producir cebolla además tenemos un 16% que gozan de 4-5 cuadras de sembrío de cebolla blanca y finalmente un 12% poseen de 3-4 cuadras de terreno disponible.

Se demuestra que la parroquia cuenta con una gran extensión territorial de cultivo de cebolla blanca, ya que es una ventaja al momento de satisfacer las necesidades de la demanda en el mercado local y nacional lo cual se logra gracias a los altos niveles de producción que tienen el sector, por otra parte, también se da una desventaja cuando el precio de la cebolla se encuentra por debajo de los costos de producción por lo que no se alcanza a cubrir los gastos y no genera ingreso económico para las familias de los productores, es por eso pertinente buscar nuevas formas de comercializar la cebolla a un precio justo.

Pregunta 4: Las fuentes de financiamiento que utiliza para el proceso productivo es:

Tabla 6-3: Fuentes de financiamiento para el proceso productivo de cebolla blanca

Opción	Porcentaje	Cantidad
Capital propio	33%	78
Prestado	26%	63
Ambos	41%	99
TOTAL	100%	240

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán

Elaborado por: Viteri V. 2021

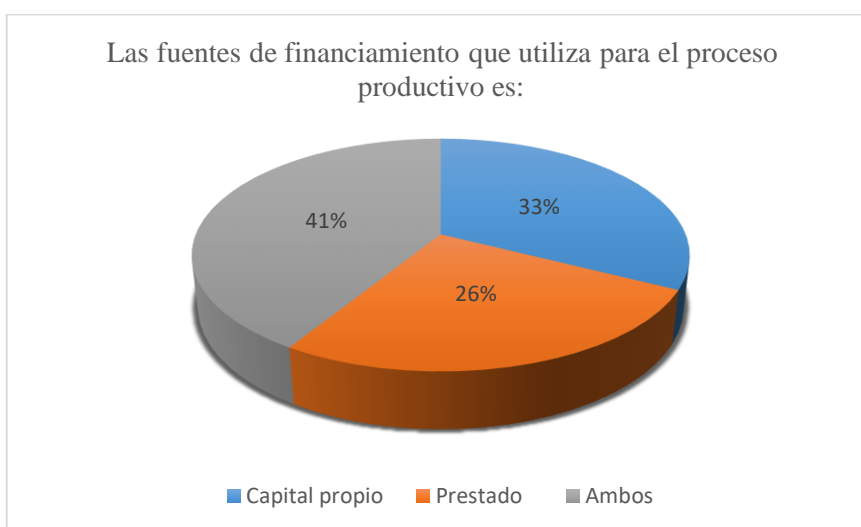


Gráfico 6-3: Fuentes de financiamiento para el proceso productivo de cebolla blanca

Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis:

Tenemos que el 41% de los productores cuentan con capital propio como también dinero prestado por entidades financieras es decir trabajan con ambas fuentes de financiamiento para el proceso productivo de la cebolla, por otra parte, tenemos un 33% de los productores que trabajan mediante capital propio durante el proceso productivo, finalmente tenemos el 26% de los agricultores que trabajan con capital prestado por parte de entidades financieras.

La mayoría de los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán dedicados a la producción de cebolla blanca necesitan de capital para fortalecer sus cultivos, para ello tienen la necesidad de adquirir un préstamo bancario, en virtud de que la población emplea su tiempo en la agricultura y trabaja en la producción de cebolla requiriendo de personal tanto para el proceso de producción como para la cosecha del mismo.

Pregunta 5: ¿Con qué frecuencia cosecha la cebolla blanca?

Tabla 7-3: Frecuencia de cosecha de la cebolla blanca

Opción	Porcentaje	Cantidad
Semanal	27%	65
Quincenal	20%	49
Mensual	30%	71
Trimestral	23%	55
TOTAL	100%	240

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán
Elaborado por: Viteri V. 2021

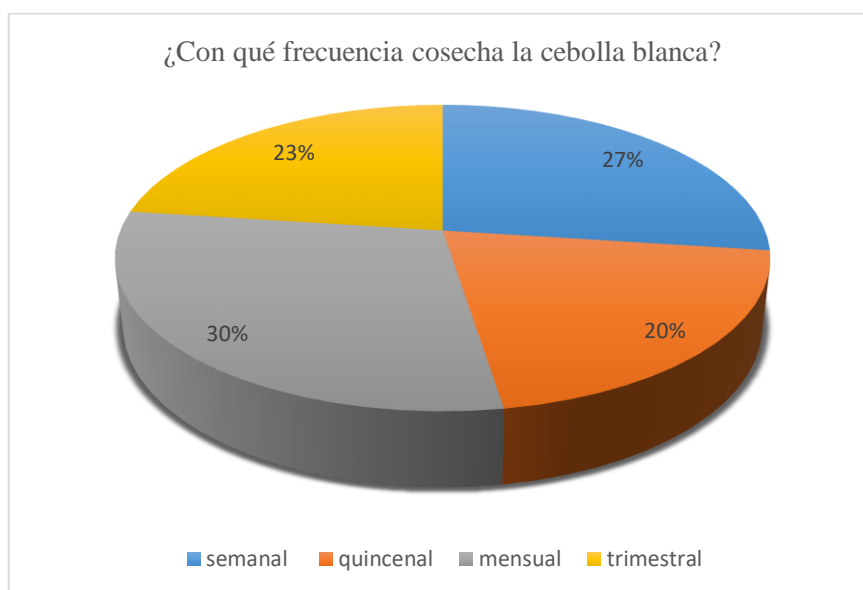


Gráfico 7-3: Frecuencia de cosecha de la cebolla blanca

Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis:

El 30% de la población encuestada nos dice que cosechan la cebolla blanca mensual, también 27% de la población saca su producto al mercado semanal, además tenemos un 23% de los encuestados que nos indican que realizan sus cosechas trimestrales, por último, el 20% de la población realiza su producción quincenal.

De acuerdo a los datos que arroja la encuesta realizada, se identifica que los productores de la parroquia Santa Fé de Galán generalmente cosechan la cebolla blanca de forma mensual, ya que la principal actividad económica de la parroquia es la agricultura por ser un territorio apto para las diferentes actividades agropecuarias, lo que ha impulsado el mejoramiento de las capacidades locales de sus habitantes.

Pregunta 6: ¿Cuántos atados de cebolla blanca cosecha cada tres meses?

Tabla 8-3: Cuantos atados cosecha de cebolla blanca cada tres meses

Opción	Porcentaje	Cantidad
1000 - 2000 atados	47%	113
2000 - 3000 atados	28%	67
3000 - 4000 atados	15%	36
4000 - 5000 atados	10%	24
TOTAL	100%	240

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán

Elaborado por: Viteri V. 2021

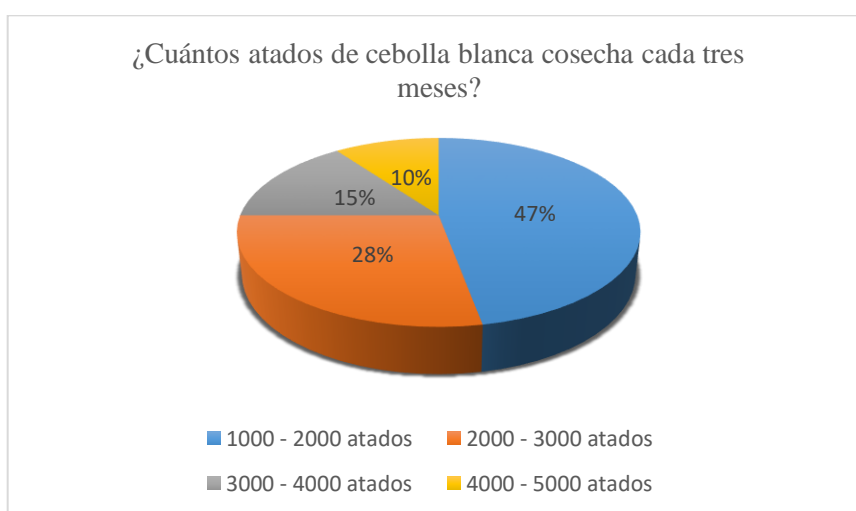


Gráfico 8-3: Cosecha de cebolla blanca cada tres meses

Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis:

El 47% de los encuestados; correspondiente a 113 productores de cebolla blanca en la parroquia Santa Fé de Galán; nos dicen que ellos aproximadamente cosechan de 1000-2000 atados de cebolla blanca cada tres meses, sin embargo, el 28% dicen que cultivan alrededor de 2000-3000 atados de cebolla blanca, por otra parte, el 15% indican que el nivel de producción es de 3000-4000 atados cada tres meses, finalmente el 10% revelan que poseen cada tres meses una cosecha aproximadamente de 4000-5000 atados.

Se identifica que los productores de la zona tienen aproximadamente cada tres meses un nivel de producción de cebolla blanca de 1000-2000 atados por productor, de esta manera se aprovecha la bondad de los suelos de la parroquia porque son ricos en nutrientes para la producción y así sus habitantes pueden generar ingresos económicos para sus familias.

Pregunta 7: ¿Generalmente a qué precio vende cada atado de cebolla blanca?

Tabla 9-3: Precio de venta cada atado de cebolla blanca

Opción	Porcentaje	Cantidad
\$0,50 - \$0,70	58%	140
\$0,70 - \$0,90	36%	86
\$0,90- \$1,10	6%	14
\$1,10 – \$1,30	0%	0
\$1,30 – \$1,50	0%	0
TOTAL	100%	240

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán
Elaborado por: Viteri V. 2021

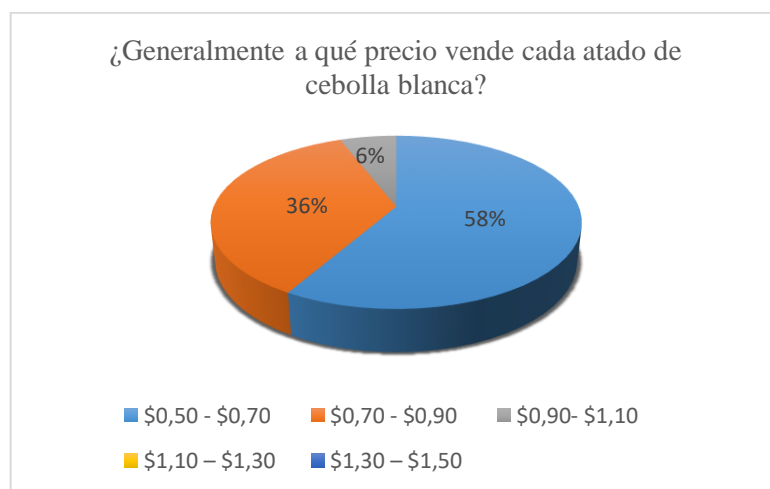


Gráfico 9-3: Precio de venta cada atado de cebolla blanca

Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis:

De un total de 240 productores, el 58%; indican que la cebolla blanca la venden generalmente a un precio entre \$0,50-\$0,70 centavos cada atado, además el 36% indica que logran vender entre \$0,70-\$0,90 centavos ya sea por la calidad de la cebolla o por el atado que viene hacer más grande, y un 6% dicen que venden a \$0,90-\$1,10 por tener conocidos que llevan directo a Guayaquil.

Estos resultados evidencian la inconformidad existente por parte de los productores en cuanto al precio del producto que cultivan y la necesidad de buscar una alternativa para su comercialización en procura de que puedan mantener un precio que cubra los costos de producción del mismo y así alcanzar una rentabilidad en beneficio de los agricultores de la parroquia. Es por eso que se debe buscar la manera de canalizar la producción que tiene la parroquia con la entrega directa a grandes supermercados.

Pregunta 8: ¿Cuál es el lugar donde usted comercializa la cebolla blanca?

Tabla 10-3: Lugar donde comercializa la cebolla blanca

Opción	Porcentaje	Cantidad
Mercado mayorista de Riobamba	97%	232
Mercados locales	3%	8
Tiendas	0%	0
Supermercados	0%	0
TOTAL	100%	240

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán
Elaborado por: Viteri V. 2021



Gráfico 10-3: Lugar donde comercializa la cebolla blanca

Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis:

El 97% de la población encuestada siempre venden su producto en el mercado mayorista de Riobamba, y el 3% restante nos indica venden en mercados locales los cuales son considerados a los minoristas por motivo que no suelen tener carro propio para trasladar el producto al mercado, mientras que las opciones supermercados y tiendas no tuvieron puntuación alguna.

En la actualidad los productores tienen un solo lugar para comercializar su producto, es por eso que el precio es muy variable, siendo aquello una desventaja para el agricultor ya que el precio de la cebolla blanca va acorde a la oferta y la demanda existen en el mercado es ahí donde se da la necesidad de generar nuevos canales de comercialización para equilibrar la oferta con la demanda para lograr un precio que vaya acorde y los productores para que puedan tener ganancias después de todos los gastos que se dan en el proceso productivo de la cebolla blanca.

Pregunta 9: ¿Qué medio de transporte utiliza para llevar el producto al mercado?

Tabla 11-3: Medio de transporte que utiliza para llevar el producto al mercado

Opción	Porcentaje	Cantidad
Propio	59%	141
Alquilado	41%	99
TOTAL	100%	240

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán

Elaborado por: Viteri V. 2021

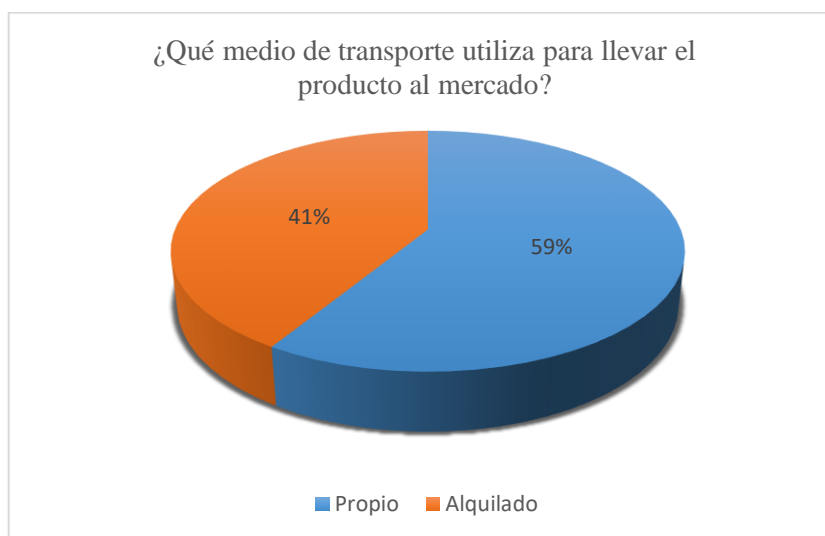


Gráfico 11-3: Medio de transporte para llevar el producto al mercado

Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis:

El 59% de los encuestados poseen vehículo propio para transportar y poder vender la cebolla blanca al mercado mayorista, mientras tanto el 41% tienen que alquilar un vehículo para trasladar el producto al mercado.

Se determina que los agricultores de la parroquia, la mayoría tiene su carro propio, que es una ventaja al momento para la transportación de la cebolla blanca desde la zona productora hasta el mercado mayorista de la ciudad de Riobamba, por otra parte, los que no cuentan con un vehículo propio deben alquilar para llevar su producto al mercado lo cual tiene un costo adicional, pero se puede excluir ese costo mediante la implementación de un centro de acopio en la parroquia en donde se almacene y distribuya hacia diferentes lugares.

Pregunta 10: ¿Por qué considera usted que el precio de la cebolla blanca es variable?

Tabla 12-3: Variabilidad del precio de cebolla blanca

Opción	Porcentaje	Cantidad
Falta de canales de comercialización	46%	110
Exceso de producción	15%	36
Intervención de los intermediarios	25%	61
Intervención de comerciantes minoristas	14%	33
TOTAL	100%	240

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán

Elaborado por: Viteri V. 2021

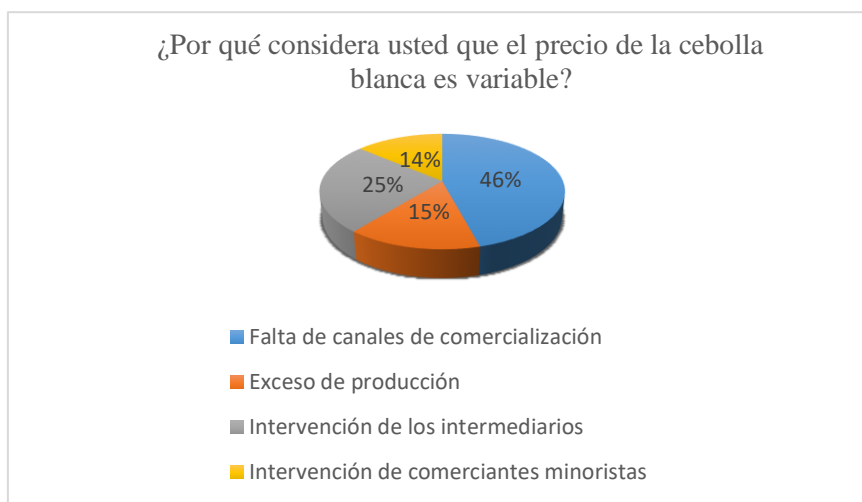


Gráfico 12-3: Variabilidad del precio de cebolla

Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis:

El 46% de los productores encuestados manifiestan que el precio de la cebolla es muy variable por falta de canales de comercialización, además, el 25% da a conocer que es por la intervención de los intermediarios, mientras el 15% es por el exceso de producción existente en la zona, y finalmente el 14% expresa que es por la existencia de los comerciantes minoristas que se ha dado comúnmente en los últimos tiempos.

Los productores de la parroquia Santa Fé de Galán sufren grandes cambios en los precios en la venta de la cebolla blanca, debido a que comercializan en un solo lugar toda la producción que sale de la zona, es evidente que se necesita nuevos canales de comercialización para que la cebolla blanca no solo se venda en el mayorista de Riobamba sino también en supermercados u otras grandes ciudades de nuestro país. Mediante esta canalización se puede lograr estabilizar los precios del producto.

Pregunta 11: ¿Le gustaría que la cebolla blanca se comercialice de manera directa?

Tabla 13-3: La cebolla blanca se comercialice de manera directa

Opción	Porcentaje	Cantidad
SI	100%	240
NO	0%	0
TOTAL	100%	240

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán

Elaborado por: Viteri V. 2021

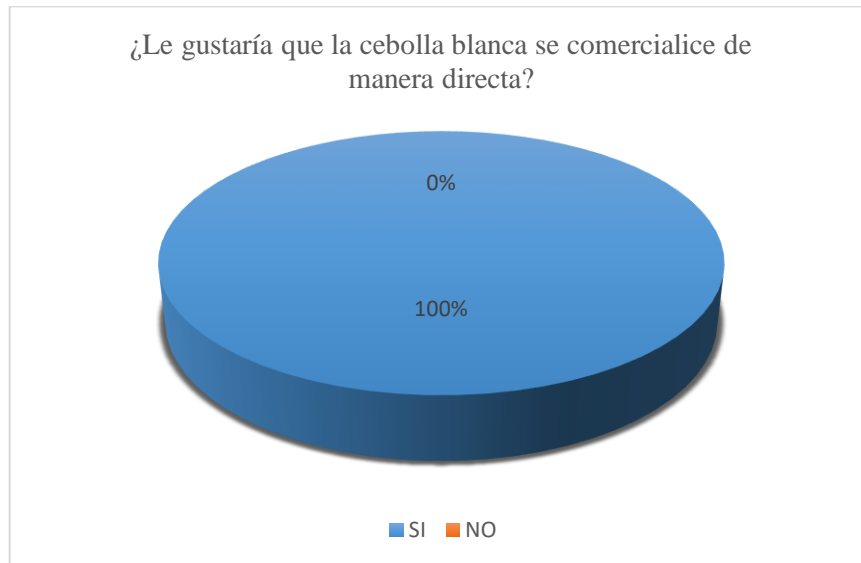


Gráfico 13-3: La cebolla blanca se comercialice de manera directa

Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis:

El 100% de los encuestados expresan que si les gustaría que se comercialice la cebolla blanca de manera directa ya que en la actualidad los precios de la cebolla están por debajo de los costos de producción.

Los habitantes de la parroquia Santa Fé de Galán en un alto porcentaje de ellos que se dedican al cultivo de cebolla blanca por lo que se considera importante a que su producto se pueda comercializar de manera directa con la finalidad de cambiar la manera de vender ya que ellos lo realizan de una manera tradicional entonces se debe buscar nuevas estrategias de ofertar el producto y poder llegar a cubrir nuevas plazas.

Pregunta 12: ¿Existe un centro de acopio en la parroquia de Santa Fé de Galán?

Tabla 14-3: Centro de acopio en la parroquia de Santa Fe de Galán

Opción	Porcentaje	Cantidad
SI	0%	0
NO	100%	240
TOTAL	100%	240

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán

Elaborado por: Viteri V. 2021



Gráfico 14-3: Centro de acopio en la parroquia de Santa Fe de Galán

Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis:

El 100% de la población encuestada, dijeron que no existe un centro de acopio para la cebolla en la parroquia Santa Fé de Galán.

Es evidente que en la parroquia Santa Fé de Galán no existe un centro de acopio, lo cual se convierte en una ventaja para la implementación del proyecto de creación de un espacio físico para el procesamiento y comercialización de cebolla blanca mediante el cual se podrá ayudar a los agricultores a que vendan su producto a un precio justo.

Pregunta 13: ¿Estaría de acuerdo en la creación de un centro de acopio de cebolla blanca para su comercialización directa?

Tabla 15-3: Creación de un centro de acopio de cebolla blanca para su comercialización directa

Opción	Porcentaje	Cantidad
SI	100%	240
NO	0%	0
TOTAL	100%	240

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán
Elaborado por: Viteri V. 2021

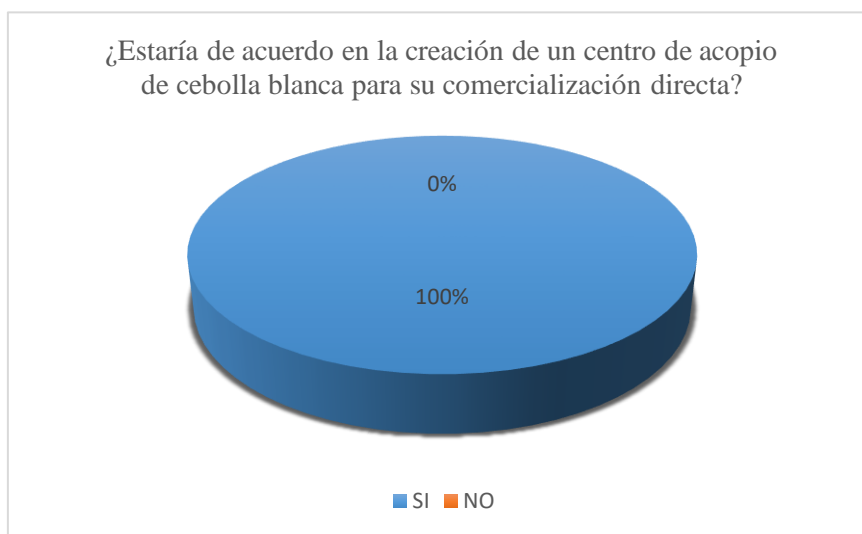


Gráfico 15-3: Creación de un centro de acopio de cebolla blanca para su comercialización directa

Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis:

El 100% de la población encuestada manifiesta que es importante que la parroquia cuente con un centro de acopio para la cebolla blanca ya que ayudaría a mejorar la comercialización de la misma.

Es importante identificar que los productores de cebolla blanca de la parroquia Santa Fe de Galán están de acuerdo a colaborar para que se dé la creación de un centro de acopio en la parroquia Santa Fé de Galán, porque en realidad son los beneficiarios directos para que desde aquí se pueda distribuir su producto a los supermercados o a las diferentes ciudades del país a precios justos.

Pregunta 14: ¿Le gustaría ser socio del centro de acopio?

Tabla 16-3: Le gustaría ser socio del centro de acopio

Opción	Porcentaje	Cantidad
SI	100%	240
NO	0%	0
TOTAL	100%	240

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán

Elaborado por: Viteri V. 2021

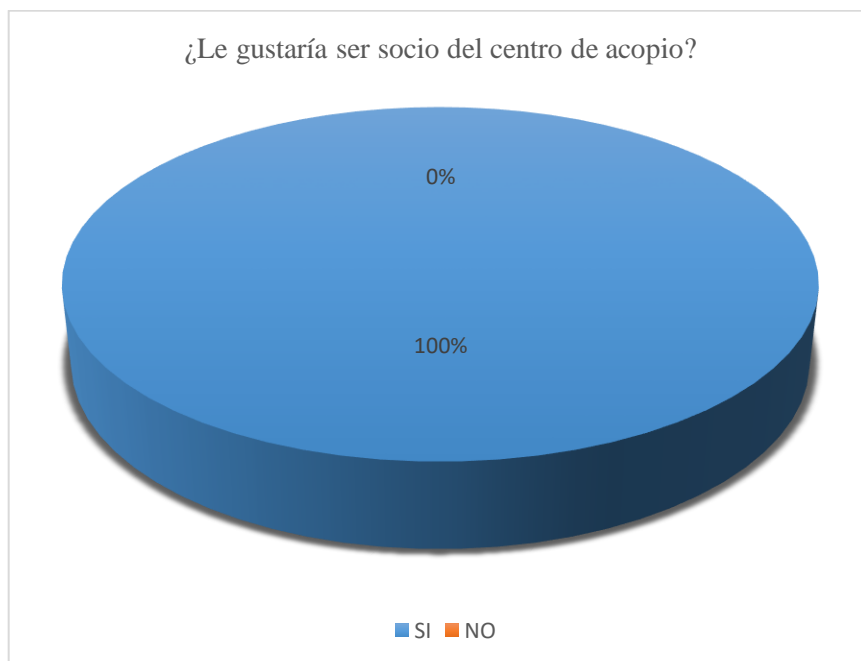


Gráfico 16-3: Le gustaría ser socio del centro de acopio

Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis

El 100% de la población encuestada de la parroquia Santa Fé de Galán están dispuestos a pertenecer al centro de acopio que se construya en la zona para mejorar las condiciones de comercialización de la cebolla blanca.

Se determina que todos los habitantes de la parroquia Santa Fé de Galán que se dedican al cultivo de cebolla blanca están dispuestos a ser socios del centro de acopio en virtud de que serían los primeros beneficiarios tanto en tener un precio justo, facilidad de transporte y la apertura de nuevos mercados.

Pregunta 15: ¿Dónde le gustaría que este ubicado el centro de acopio?

Tabla 17-3: Ubicación del centro de acopio

Opción	Porcentaje	Cantidad
Barrio centro	71%	170
Barrio norte	13%	30
Barrio san francisco	17%	40
TOTAL	100%	240

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán

Elaborado por: Viteri V. 2021

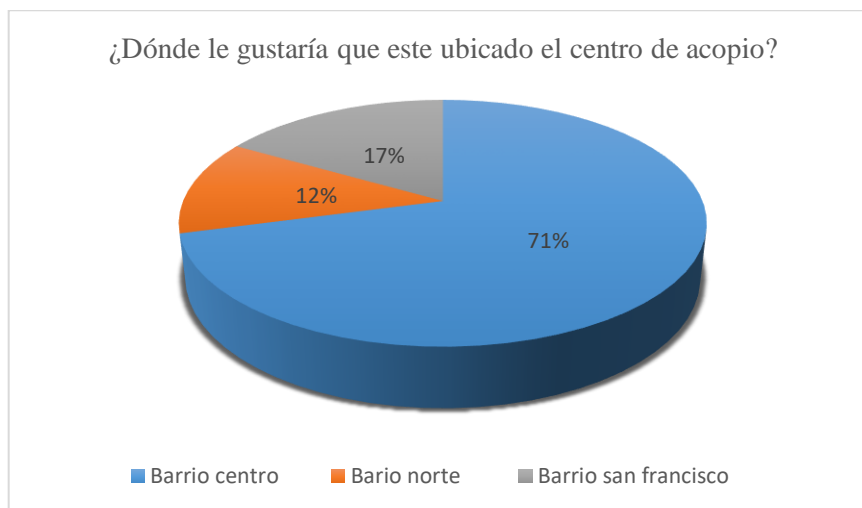


Gráfico 17-3: Ubicación del centro de acopio

Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis:

El 71% de los productores encuestados supieron decir que les gustaría que el centro de acopio este ubicado en el barrio Centro de la parroquia, mientras tanto, el 17% supo manifestar que este ubicado en el barrio San Francisco, por último, el 12% dijo que le gustaría que este ubicado en el barrio Norte.

Mediante el análisis se determina que a los productores de cebolla blanca de la zona les gustaría que este ubicado el centro de acopio en el centro de la parroquia ya que es el lugar apropiado y estratégico para recoger la producción, además es un punto accesible para todos y de esa manera se evitan los gastos de transporte.

Pregunta 16: ¿Está de acuerdo usted vender su producción al centro de acopio?

Tabla 18-3: Venta de su producción al centro de acopio

Opción	Porcentaje	Cantidad
SI	100%	240
NO	0%	0
TOTAL	100%	240

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán

Elaborado por: Viteri V. 2021

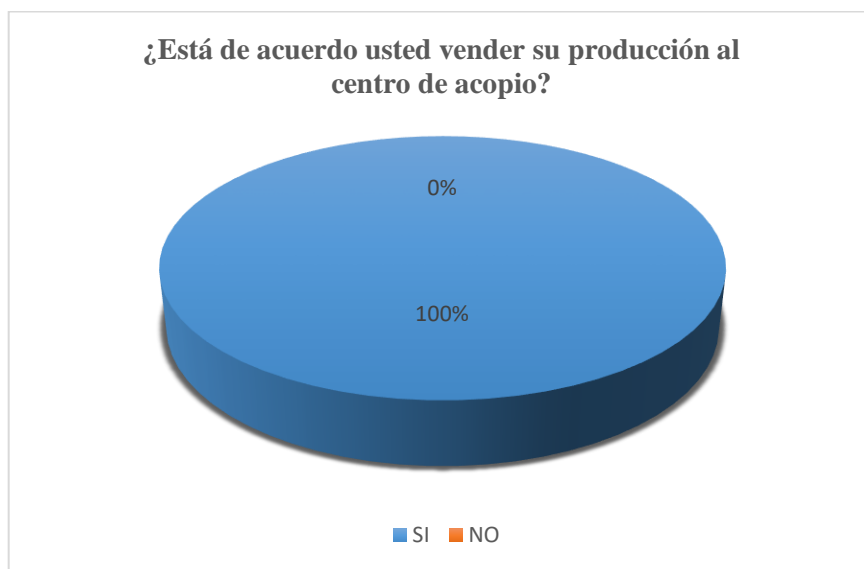


Gráfico 18-3: Venta de su producción al centro de acopio

Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis:

El 100% de los productores encuestados, dieron a conocer que están dispuestos a vender su producción al centro de acopio cuando se haya creado.

Los productores de cebolla blanca de la parroquia Santa Fé de Galán, están de acuerdo en vender su producción al centro de acopio ya sea en su totalidad como también en partes de acuerdo al nivel de producción que tenga cada productor. Al implementar el centro de acopio se podrá buscar nuevos mercados para comercializar la cebolla blanca y así los productores puedan estabilizar un nivel de producción de acuerdo a la demanda que tenga el mercado nacional para que no exista una sobreproducción y no bajen los precios.

Pregunta 17: ¿Qué cantidad de su producción entregaría al centro de acopio?

Tabla 19-3: Cantidad de producción a entregar al centro de acopio

Opción	Porcentaje	Cantidad
100%	26%	63
75%	29%	69
50%	34%	82
25%	11%	26
TOTAL	100%	240

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán
Elaborado por: Viteri V. 2021

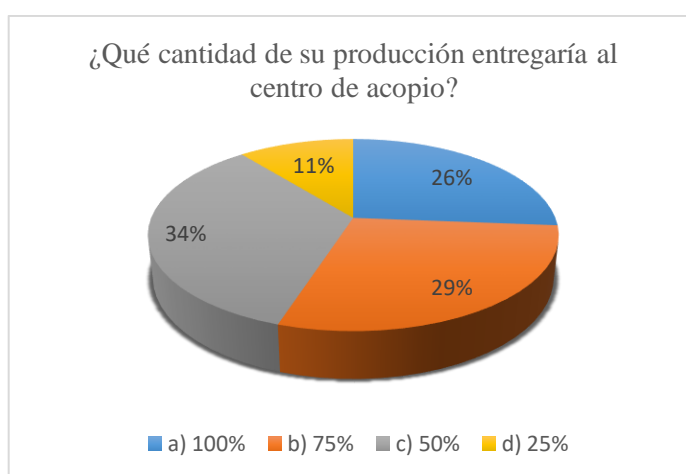


Gráfico 19-3: Cantidad de producción a entregar al centro de acopio

Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis:

El 34% de los productores encuestados supieron decir que están dispuestos a entregar el 50% de su producción al centro de acopio, mientras tanto, el 29% entregaría un 75% de su producción, también, el 26% entregaría el 100% de su producción y finalmente el 11% entregaría el 25% de su producción.

La mayoría de los productores de cebolla blanca de la parroquia Santa Fé de Galán entregarían al centro de acopio un 50% de su producción de acuerdo como ellos produzcan, para aquello se debe planificar los turnos de entrega que va a tener cada productor. De esta manera se evitará la aglomeración de cebolla en el mercado mayorista de Riobamba y así lograr una venta variable en cuanto a los precios ya que se va a realizar mediante un proceso de tecnificación en el centro de acopio.

Pregunta 18: ¿A qué precio entregaría la cebolla blanca al centro de acopio?

Tabla 20-3: Precio de entrega al centro de acopio la cebolla blanca

Opción	Porcentaje	Cantidad
\$1,00 - \$1,10	5%	12
\$0,90 - \$1,00	43%	102
\$1,10- \$1,20	29%	70
\$1,20 – \$1,30	23%	56
TOTAL	100%	240

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán

Elaborado por: Viteri V. 2021

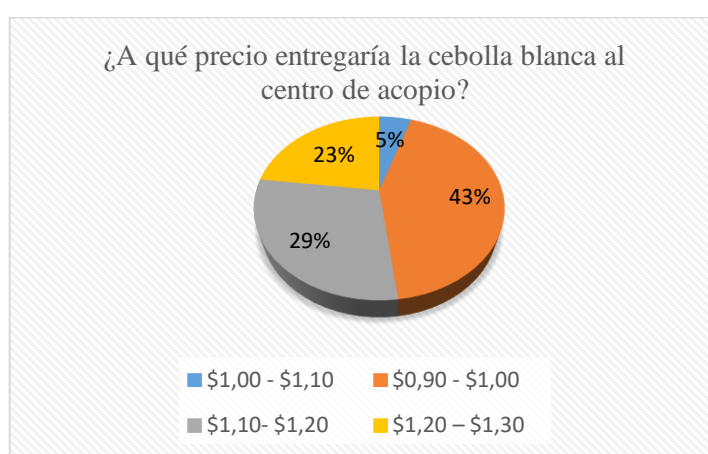


Gráfico 20-3: Precio de entrega al centro de acopio la cebolla blanca

Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis:

El 43% de los productores manifiestan que están dispuestos a entregar su producción de cebolla blanca a un precio que va de \$0,90 a 1,00 ya que para ellos ya es un precio razonable y está superando a los costos de producción, por otra parte, el 29% entregarían al centro de acopio a un precio estimado entre \$1,10 a \$1,20, mientras que el 23% entregaría a un precio de \$1,20 a \$1,30 por ultimo un 5% entregaría su producto a un precio de \$1,00 a \$1,10.

Una vez creado el centro de acopio en la zona, ellos entregarían su producción a un precio de \$0,90 a 1,00 ya que ese precio es comprensible para que puedan tener ingresos para la mantención de sus familias. Estabilizar el precio acorde a los gastos de inversión en el proceso de producción es una ventaja competitiva que puede tener el productor al momento de vender su producto.

Pregunta 19: ¿Con qué frecuencia usted entregaría la cebolla blanca al centro de acopio?

Tabla 21-3: Frecuencia de entrega de cebolla blanca al centro de acopio

Opción	Porcentaje	Cantidad
Semanal	26%	63
Quincenal	20%	49
Mensual	31%	74
Trimestral	23%	54
TOTAL	100%	240

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán

Elaborado por: Viteri V. 2021

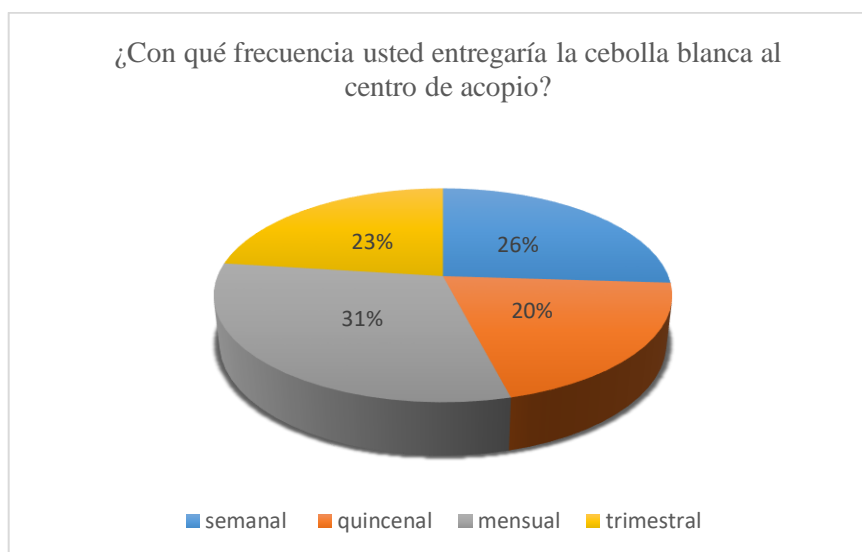


Gráfico 21-3: Frecuencia de entrega de cebolla blanca al centro de acopio

Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis:

El 31% de los productores de cebolla blanca, dicen que entregarían su producción al centro de acopio mensualmente, mientras que el 26% entregaría semanal, además el 23% entregaría trimestral, por último, el 20% entregaría quincenal dependiendo su cosecha.

Los productores de cebolla blanca de la parroquia Santa Fé de Galán entregarían su producción al centro de acopio mensualmente, esto es de acuerdo al tiempo que ellos cosechan su producto por lo general la cosecha de cebolla se hace cada tres meses, pero los productores tienen sembradas alternadas es por eso que ellos entregarían cada mes al centro de acopio. Eso quiere decir que se va a tener una buena oferta de cebolla blanca en el centro de acopio y se podrá satisfacer a todos los nuevos mercados que se buscaría mediante estrategias de comercialización y se distribuirá desde el centro de acopio.

Pregunta 20: ¿Dónde cree que el centro de acopio pueda vender la cebolla blanca?

Tabla 22-3: El centro de acopio y su venta de cebolla blanca

Opción	Porcentaje	Cantidad
Guayaquil	45%	108
Riobamba	4%	9
Quito	25%	59
Cuenca	14%	33
Machala	13%	31
TOTAL	100%	240

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán

Elaborado por: Viteri V. 2021

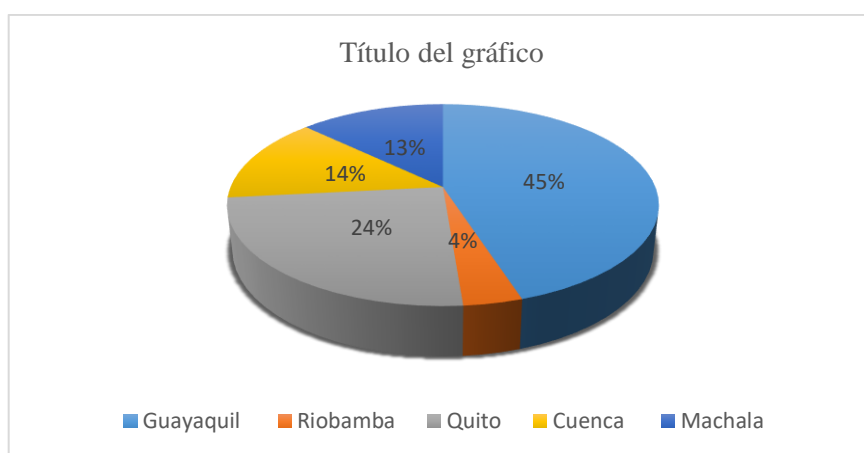


Gráfico 22-3: El centro de acopio y su venta de cebolla blanca

Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis:

El 45% de los productores de cebolla blanca, dan a conocer que les gustaría que la cebolla que se entregue al centro de acopio y se comercialice directamente a Guayaquil, por lo tanto, el 24% indica que le gustaría que se distribuya en Quito, también el 14% da a conocer que se puede vender en Cuenca, además, el 13% manifiesta que se venda en Machala y finalmente el 4% dicen que se venda en Riobamba.

La mayoría de los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán dedicados a la producción de cebolla blanca, dan su punto de vista de que en Guayaquil fuera un punto estratégico para vender la cebolla entregada al centro de acopio, por lo general la producción de la zona siempre ha sido transportada hacia la costa. Es una ventaja contar con nuevos mercados que sea tanto en la Costa, Sierra y Oriente para que de esta manera no se estanque el producto solo en Riobamba.

Pregunta 21: ¿Por qué razón entregaría su producción a un Centro de Acopio y no a intermediarios? Elija la opción pertinente:

Tabla 23-3: Razones de entrega al Centro de Acopio y no intermediarios

Opción	Porcentaje	Cantidad
Precio justo	47%	113
Venta segura	34%	81
Facilidad de transporte	15%	36
Pago inmediato	4%	10
TOTAL	100%	240

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia Santa Fé de Galán
Elaborado por: Viteri V. 2021



Gráfico 23-3: Razones de entrega al Centro de Acopio y no intermediarios

Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis:

47% de los productores encuestados dicen que ellos entregarían su producción a un centro de acopio por un precio justo por atado de cebolla, también, el 34% que entregaría por una venta segura, mientras que el 15% opta por la facilidad de transporte finalmente el 4% por la posibilidad de pago inmediato.

Los productores de la parroquia Santa Fé de Galán entregarían su producción al centro de acopio por un precio justo, ya que ese es el principal problema que sufren por la variabilidad, ya que unas veces sube y otra baja. Es muy importante tener en cuenta que el centro de acopio servirá como mediador de precios entre el productor y el comprador y aún más asegurándoles la venta segura de su producción con una facilidad de transporte, mediante este proceso los agricultores podrán generar ingresos y sustentar a sus familias ya que el trabajo del proceso de producción no solo lo realizan el jefe del hogar si no a lo contrario, durante el proceso toda la familia colabora con el afán de que sus cementeras alcancen la producción anhelada.

3.2 Discusión de resultados

La presente investigación se desarrolló fundamentada en cierta idea a defender.

¿El proyecto de factibilidad motivará la creación de un centro de acopio para la comercialización de cebolla blanca en la parroquia Santa Fé de Galán?

La investigación de campo realizado en la parroquia Santa Fé de Galán, cantón Guano, provincia de Chimborazo ayuda a sostener y a defender la idea que se ha presentado con anterioridad.

Se comprobó que en la parroquia Santa Fé de Galán, cantón Guano no existe antecedentes de haberse realizado un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio para la comercialización de cebolla blanca, por lo cual viene a ser el primer proyecto a realizarse en beneficio de los productores de cebolla blanca.

En la pregunta # 11 de la encuesta realizada a los productores de cebolla blanca de la parroquia Santa Fé de Galán se identifica que un 100% están de acuerdo con la idea de que se pueda comercializar de manera directa su producto agrícola desde un centro de acopio.

Por otro lado, en la pregunta # 13 se identifica que el 100% de los productores están de acuerdo con que se cree un centro de acopio de cebolla blanca, ya que ellos lo ven como una oportunidad para llegar a los comerciantes mayoristas y así poder vender su producto a un precio justo y ya no ser los productores tradicionales si no a lo contrario salir de la zona de confort y lograr vender la cebolla blanca a los supermercados o porque no de manera directa a las grandes ciudades como es Guayaquil y Quito ya que por lo general los comerciantes del mercado mayorista envían nuestro producto a esas ciudades.

También, la pregunta # 17 hace referencia de que el 34% de los productores de la parroquia entregarían un 50% del total de su producción al centro de acopio, factor importante para identificar que tendrá una fuerte demanda de cebolla para poder distribuir de manera directa.

Aliados

- Los productores de la parroquia Santa Fé de Galán tienen toda la predisposición de ser parte del proyecto ya que ellos pueden mejorar sus ingresos económicos.
- Existe apoyo comunitario por parte de la junta parroquial, el mismo que servirá para socializar con los productores de la zona.

Oportunidades

- Los productores agrícolas de este sector tienen una gran demanda dentro del mercado mayorista de la ciudad de Riobamba.
- Los productores de la parroquia Santa Fé de Galán producen grandes cantidades de cebolla blanca que tranquilamente pueden cubrir grandes mercados nacionales

3.3 Propuesta

3.3.1 Estudio de mercado

3.3.1.1 Producto

El producto es el bien o servicio que la empresa pone a disposición de sus clientes para satisfacer sus necesidades.

La cebolla blanca es un producto con alta demanda de consumo por sus propiedades nutritivas y saludables que pasee, cuenta con un 90% de agua lo cual ayuda a que la persona tenga masa muscular.

Forma: alargada

Tamaño y peso: el largo de la cebolla es aproximadamente de 35 cm a 40 cm, el peso se varía entre los 100 y 150 gm dependiendo la calidad de la cebolla.

Color: blanco

Sabor: fuerte, picante

Tabla 24-3: Definición del producto

Nombre del producto	Nombre científico	Descendencia
Cebolla blanca	Allium Fistulosum	Cebollín

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis

La cebolla blanca tiene como nombre científico Allium Fistulosum la cual viene de una procedencia del cebollín. La cebolla tiene diferentes nombres de acuerdo al lugar en donde produzcan, en la zona de Chimborazo la conocemos como cebolla blanca larga.

Especificaciones técnicas del producto

Para el proceso técnico del producto a ingresar al centro de acopio, pasará por un proceso que consta de selección, limpieza, eliminación de impurezas, luego serán secadas, posteriormente embalados o empaquetados.

- Será un producto de calidad, para lo cual pasará por un sistema de selección, se entregará un producto en buenas condiciones de color blanco el tallo, sus hojas de color verde.
- Será un producto fresco, ya que se va a dar un proceso tecnificado de enfriamiento.
- Tendrá un proceso adecuado y tecnificado de lavado, para evitar que nuestro producto salga del centro de acopio con bichos o plagas.
- Será un producto empaquetado con papel vita film plástico.

Detalle del empaque

Su presentación será en una envoltura con papel vita film plástico de 60cm por 30cm, con el logotipo en la parte de adelante del empaque.

Contenido

El empaque estará compuesto por 15 ramas de cebolla blanca.

Durabilidad

Al ser alimentos frescos de entrega temprana, tendrá una durabilidad de una semana y si se lo conserva bajo refrigeración permitirá una vida más extensa hasta su consumo.

3.3.1.2 Análisis de la demanda

En el análisis de la demanda se busca identificar a los productores que estén dispuestos a entregar su producción al centro de acopio para cual se toma en cuenta la calidad y el precio de la cebolla de cada uno de los agricultores que estén prestos a ser proveedores del centro de acopio “Productores de Galán”.

Crear una asociación dedicada a la comercialización directa de cebolla blanca nace de la necesidad que tienen los productores agropecuarios de la parroquia Santa Fé de Galán, existe una sobreproducción donde los comerciantes del mercado mayorista se aprovechan de la situación y ofrecen precios sumamente bajos.

El propósito del centro de acopio netamente está enfocado a la recolección y comercialización directa de cebolla blanca, para satisfacer las necesidades de los consumidores y así poder pagar un precio justo a los productores de la zona para que ellos tengan un incremento en sus ingresos y puedan sustentar a sus familias.

Demanda actual

En la parroquia Santa Fé de Galán existe productores de cebolla blanca que les gustaría ser parte del centro de acopio, están dispuestos a entregar su producción a la asociación para que desde allí se pueda comercializar directamente a los consumidores y a los supermercados, aun futuro lograr distribuir a las grandes ciudades del país como son Quito y Guayaquil.

En la siguiente tabla se muestra el cálculo de la demanda de los productores, de las encuestas realizadas supieron manifestar que el 47% de la población tiene una producción de 1.000 a 2.000 atados cada tres meses, por lo tanto, se toma un promedio de 1.500 atados y 640 productores de cebolla en la parroquia. A continuación, se muestra los cómputos.

Tabla 25-3: Demanda actual

Opción	Promedio producción trimestral	# de productores	Producción trimestral	Producción anual
1000 - 2000 atados	1.500 atados	640	960.000	3'840.000

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

Se tiene como demanda trimestral 960.000 atados de cebolla blanca y esto multiplicado por 4 trimestres que tiene el año, me da 3'840.000 atados de cebolla anual producida que es el total de la demanda.

Proyección de la demanda

Tabla 26-3: Proyección de la demanda

Detalle	Proyección de la demanda				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda proyectada	3'840.000	3'890.458	3'941.578	3'993.371	4'045.843

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

Para la proyección de la demanda se tomó el porcentaje de crecimiento poblacional de la parroquia Santa Fé de galán que es el 1,314% según datos del (INEC, 2010).

3.3.1.3 Análisis de la oferta

Para realizar el estudio de la oferta se debe identificar la competencia actual a la cual el centro de acopio “Productores de Galán” debe enfrentarse, y poder identificar las estrategias para tomar una decisión acertada al momento de determinar los costos y el precio que va a tener el producto.

Mediante la investigación de campo se ha determinado que en la actualidad en la parroquia Santa Fé de Galán o en todo el cantón Guano no existe ninguna clase de centro de acopio para la comercialización de cebolla blanca es por eso que los productores de la zona optan por bajar a vender sus productos al mercado mayorista de la ciudad de Riobamba. Es por eso que se determina que la oferta es de 0.

3.3.1.4 Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha viene hacer la demanda que no han logrado cubrir los negocios existentes en el mercado.

En el presente proyecto no se determina la demanda insatisfecha debido a que no existe competencia en el sector en el que se va a crear el centro de acopio, es por eso que la producción existente en la zona servirá de abastecimiento para el centro de acopio “Productores de Galán”.

Tabla 27-3: Demanda insatisfecha

Demanda insatisfecha					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda	3'840.000	3'890.458	3'941.578	3'993.371	4'045.843
oferta	0	0	0	0	0
Demanda insatisfecha	3'840.000	3'890.458	3'941.578	3'993.371	4'045.843

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Viteri V. 2021

La demanda insatisfecha es la misma cantidad de la demanda ya que no se tiene oferta por lo tanto el centro de acopio tiene todo un mercado libre para cubrir las necesidades de sus posibles clientes.

3.3.1.5 Análisis del precio

Determinación del precio

El centro de acopio “Productores de Galán” va a vender su producto a un precio de \$1,15 cada atado de cebolla blanca ya procesado.

3.3.1.6 Análisis de la comercialización del producto

Mediante esta estrategia como productores permite hacer llegar a los futuros clientes el producto beneficiando al productor y consumidor con un precio justo, una venta segura y con facilidad de transporte.

El mercadeo que debe hacer el centro de acopio será buscar nuevos nichos de mercado una vez que se haya instalado correctamente y se encuentre en funcionamiento, en tanto que la comercialización nos proporcionará las estrategias de producto, precio y distribución las cuales ayudarán a receptar clientes.

Plaza

La plaza viene hacer los lugares donde se va a distribuir la cebolla blanca para ello se va a tomar en cuenta los resultados de la encuesta realizada a los productores de la parroquia quienes han dado sus puntos de vista donde creen que se pueda vender la cebolla blanca las cuales son:

- Ellos con sus experiencias que tienen como productores y vendedores de cebolla blanca manifiestan que, por lo general el producto que ellos ofrecen sale hacia la ciudad de Guayaquil y sería una buena estrategia comercializar los mismos productores de manera directa mediante en centro de acopio.
- También a los supermercados de la ciudad de Riobamba.

Promoción

Realizar la publicidad del producto es la manera de cómo se da a conocer cuáles van hacer los posibles clientes, mediante esta técnica se fomenta el poder adquisitivo. El centro de acopio “Productores de Galán” se dará a conocer a través de las siguientes redes sociales.

- Simultáneamente con el apoyo del GAD Parroquial Santa Fé de Galán se realizará charlas acerca de los beneficios que los productores tendrán al vender su producción a través del centro de acopio.
- Se creará una página web para que los posibles clientes puedan conocer los productos y la forma de adquirirlos.
- Se dará a conocer los servicios que presta el centro de acopio a través de Facebook.

3.3.1.7 Distribución del producto

La distribución permite que el producto llegue a su destino desde la fase inicial hasta el consumidor final. Por lo general los productores no logran vender mediante la distribución directa sino a lo contrario venden mediante la distribución indirecta el cual consiste en la intervención de mayoristas y minoristas.

En este caso la distribución del producto se realizará de forma directa desde el punto estratégico del centro de acopio vender a los consumidores y supermercados de la ciudad de Riobamba, y como no aun futuro lograr llegar a las ciudades que los productores de la parroquia dieron a conocer mediante la encuesta que son Guayaquil y Quito. Para la distribución de la cebolla blanca de la parroquia Santa Fé de Galán se va a utilizar el siguiente canal de distribución.

Canal de distribución directa

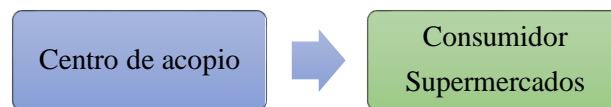


Figura 1-3: Canal de distribución directa

Elaborado por: Viteri V. 2021

Beneficios de la comercialización directa

Al tener estrategias de comercialización el centro de acopio “Productores de Galán” tendrá ventajas como:

- La expansión del mercado
- Mejorar la calidad de vida de los productores y sus familias
- Lograr nivelar los precios tanto para el consumidor como para el productor

3.3.2 Estudio técnico

El estudio técnico tiene como propósito determinar la producción óptima que va a tener el centro de acopio, para la utilización de los recursos disponibles de manera eficaz y eficiente y así poder determinar el tamaño, su infraestructura, su localización.

3.3.2.1 Determinación del Tamaño óptimo del proyecto

El tamaño del proyecto consiste en la capacidad que tiene el centro de acopio instalada para el proceso de tecnificación y almacenamiento de la cebolla blanca ya sea diaria, semanal, por mes o por año.

El tamaño y la capacidad del centro de acopio debe estar en relación con la demanda insatisfecha que se pretende atender de manera oportuna y cuál va a ser la dimensión de la infraestructura. Es por eso que el centro de acopio “Productores de Galán” consta de una amplia demanda insatisfecha ya que no existe en la parroquia, es por ello que se opta en cubrir el 50% de la demanda determinada en el estudio de mercado.

Factores que condicionan el tamaño del centro de acopio

a. Factor humano

Para este factor tenemos en cuenta que se va a trabajar dentro del centro de acopio con las siguientes secciones recepción, selección, cortado, lavado y secado, empaquetado, almacenamiento y embarque, se cuenta con el personal suficiente ya que se tomará en cuenta a los moradores de la zona sean hombres o mujeres. Solo en la parte administrativa se requerirá de personal profesional tratando de involucrar a la gente propia del centro de acopio ha empoderarse y ser capaces de llevar en adelante el emprendimiento y salir de la zona de confort.

b. Factor financiero

En este factor tenemos a las instituciones del GAD Parroquial y el MAGAP apoyando al cambio de la matriz productiva, tomando en cuenta que el ámbito del proyecto es de ayuda social.

c. Factor productivo

Será potencialmente eficiente ya que los integrantes del centro de acopio son productores, que se encuentran comprometidos a entregar su producción y se garantiza la existencia de cebolla blanca durante todo el año ya que es un producto con grandes estándares de producción en la zona.

Capacidad instalada o por instalar de producción

Para este punto se tomará en cuenta los resultados que hemos obtenido con el estudio de campo. La capacidad instalada será.

De acuerdo a la demanda de cebolla blanca que es de 3'840.000 al año le dividimos para las 48 semanas que tiene el año, dándonos un total de 80.000 atados de cebolla blanca que se produce semanal en la parroquia, a continuación, se muestra la capacidad instalada del centro de acopio.

Tabla 28-3: Capacidad instalada del centro de acopio

Detalle	Capacidad semanal	Capacidad mensual	Capacidad trimestral	Capacidad anual
Atados de cebolla	40.000 atados	160.000 atados	480.000 atados	1'920.000 atados

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Viteri V. 2021

El centro de acopio “Productores de Galán” va a tener una capacidad de producción instalada de 40.000 atados a la semana lo cual representa el 50% de la demanda insatisfecha de cebolla blanca.

Capacidad de producción utilizada

Durante el primer año de funcionamiento el centro de acopio no trabajará con toda la capacidad instalada, debido a que al inicio recién se está posesionando en el mercado lo cual puede producir más de lo que se venda y puede dar paso a que se elabore mayor cantidad de productos y se deterioren debido a esta situación el centro de acopio aumentará la producción acorde a la demanda y el tiempo.

Es por eso que el centro de acopio “Productores de Galán” va a utilizar el 35% de su capacidad instalada a su inicio ya que anualmente se irá incrementando un 3%.

Tabla 29-3: Capacidad instalada que se va a ocupar del centro de acopio

Detalle	Capacidad semanal	Capacidad mensual	Capacidad trimestral	Capacidad anual
Atados de cebolla	14.000 atados	56.000 atados	168.000 atados	672.000 atados

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Viteri V. 2021

En la tabla anterior tenemos la capacidad que el centro de acopio va a estar produciendo a sus inicios que es de 14.000 atados semanales, 56.000 atados mensuales y anualmente se tendrá 672.000 atados.

Capacidad de almacenamiento en bodega

El área de almacenamiento, tiene un área de 10m* 9m tiene la capacidad para la instalación de 65 perchas, cada percha con medidas de 4,00 metros de largo por 1,50 metros de alto y de ancho tiene 0,45cm las cuales cuentan con 3 pisos cada una con espacio de 50cm entre los pisos con

capacidad de almacenar en cada piso 4 gavetas y cada gaveta tiene 18 paquetes de cebolla blanca, dándonos una capacidad total de almacenamiento de 14.040 atados.

Tabla 30-3: Capacidad de almacenamiento

Capacidad de almacenamiento				
N° perchas	N° de pisos	N° de gavetas	N° de atados en gaveta	Total de almacenamiento semanal
65	3	4 gavetas	18 atados	14.040 atados a la semana

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

Se multiplica 65 perchas por 3 pisos que tiene cada una y eso por 4 corresponde al número de gavetas que tiene cada piso, para finalmente multiplicar por los atados que entran en cada gaveta que es de 18 atados de cebolla. Se obtiene un resultado de 14.040 atados semanales como capacidad máxima de almacenamiento en la bodega del centro de acopio.

Los espacios para la movilización del producto son de 1 metro por cada uno de los lados y entre perchas de 50cm, para facilitar la transportación de la mercadería en la carretilla hidráulica con la cual se va a trabajar dentro del área de bodega.

Tanto el área de embarque como de desembarque cuenta con la instalación necesaria para la comodidad de transporte de la mercadería.

3.3.2.2 Localización del proyecto

La localización del proyecto para (Baca G. , 2018) “es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital” (p.86).

Se realizará la ubicación del centro de acopio de acuerdo a lo que los productores supieron manifestar en la encuesta, ellos optaron por que este ubicado en el centro de la parroquia por lo que es un lugar estratégico y cercano a las producciones agrícolas de la zona.

3.3.2.3 Macro localización

País: Ecuador

Región: Sierra

Provincia: Chimborazo



Figura 2-3: Mapa del Ecuador

Fuente: Google mapa

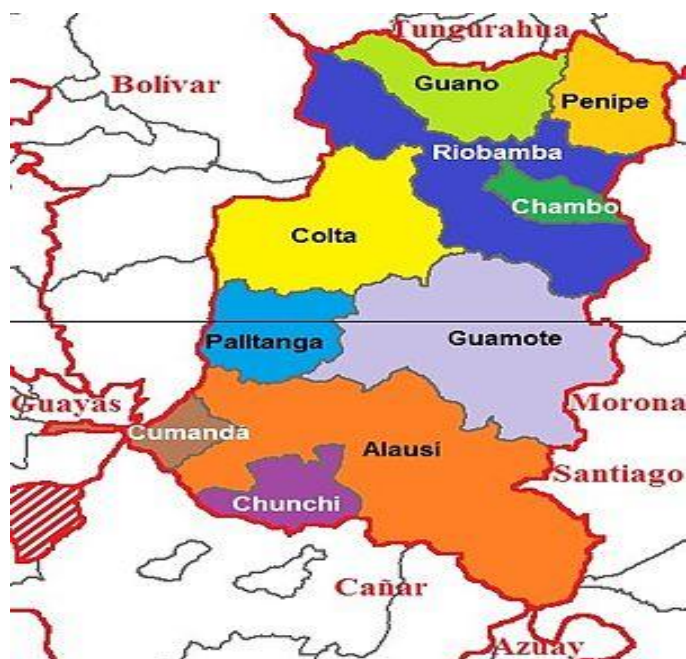


Figura 3-3: Localización de la provincia de Chimborazo

Fuente: Google mapa

Factores de la macro localización

a) Disponibilidad del producto en la región

El centro de acopio estará ubicado en la región Sierra, provincia Chimborazo, es en donde se produce en grandes cantidades la cebolla blanca por estar adaptada fácilmente a los terrenos que tienen clima frío.

b) Análisis de los costos de transporte

El costo del transporte es un factor muy importante tener en cuenta ya que afecta directamente a los agricultores que no cuentan con vehículo propio, en la encuesta realizada supieron manifestar que hay un 41% de productores que pagan fletes para transportar su carga al mercado se paga entre \$ 20,00 a \$ 25,00 por viaje, el flete puede ser de 100 atados de cebolla hasta 400 atados.

3.3.2.4 Micro localización

Factores que influyen en la micro localización

a. Disponibilidad de medios de transporte

El centro de acopio contará con un camión propio para la recolección de la cebolla blanca que se compre a los productores de la parroquia, el cual transportará hasta el centro de acopio.

También el centro de acopio contará con un furgón instalado un sistema de enfriamiento para transportar la cebolla blanca desde el centro de acopio hasta los supermercados de la ciudad de Guayaquil, Quito y Riobamba.

b. Disponibilidad de mano de obra

En vista que el centro de acopio requiere de mano de obra para el proceso de recepción, clasificación, lavado, cortado, empaquetado, almacenamiento y embarque se contará con los servicios de los moradores de la parroquia, considerando la normativa legal que el Estado requiera. De esta manera se ayuda a que disminuya el desempleo y se mejore la economía de la parroquia.

Los colaboradores que trabajarán en el centro de acopio serán los mismos agricultores sean hombres o mujeres, madres solteras, padres solteros y adolescentes de 16 a 18 años en virtud de que se toma como personas económicamente activas desde los 16 años.

c. Contaminación ambiental

La creación del centro de acopio no afectará en nada al medio ambiente ya que no es una empresa industrializada, ni tampoco utilizará ninguna clase de químicos.

d. Comportamiento de la comunidad

Los moradores de la parroquia están de acuerdo en la creación del centro de acopio ya que es una necesidad que ellos tienen y sus deseos es crear uno para que mejore las condiciones de comercialización de la cebolla blanca.

Por lo general los moradores de la parroquia son emprendedores, respetuosos, honrados, amigables, etc. Por lo que no habría problema en el momento de dirigir charlas y diálogos.

e. Competencia

El centro de acopio no tiene competencia debido a que no existe una empresa u otro centro de acopio dedicado al almacenamiento de cebolla blanca en la parroquia ni en sus alrededores, pero si sacan los productores su producción a la venta en el mercado mayorista es ahí donde se encuentra una gran cantidad de competidores que vienen hacer los comerciantes mayoristas.

Determinación de la localización

Para determinar la localización óptima donde el centro de acopio funcionará en la parroquia Santa Fé de Galán, se realizó mediante el método cualitativo dándole una calificación a cada factor, en la cual es asignado un valor al peso relativo de acuerdo a la importancia a los factores determinantes, luego se asigna una calificación a cada factor entre un valor de 1 a 10 puntos dependiendo del grado de importancia, en la siguiente tabla se muestra los resultados de la localización del centro de acopio.

Tabla 31-3: Determinación de la localización

Factor clave	Peso relativo	Barrio centro		Barrio norte		Barrio san francisco	
		Calif.	Ponde.	Calif.	Ponde.	Calif.	Ponde.
Disponibilidad de medios de transporte	0,15	6	0,9	5	0,75	5	0,75
Disponibilidad de mano de obra	0,2	7	1,4	6	1,2	6	1,2
Contaminación ambiental	0,15	6	0,9	5	0,75	5	0,75
Comportamiento de la comunidad	0,2	8	1,6	6	1,2	6	1,2
Competencia	0,3	8	2,4	6	1,8	6	1,8
Total	1		7,2		5,7		5,7

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

Para definir la localización del centro de acopio se debe multiplicar el peso relativo con la calificación que se da a cada uno de los factores y luego se suma la ponderación y de acuerdo al valor más alto se determina la localización del centro de acopio.

El centro de acopio “Productores de Galán” funcionará en la parroquia Santa Fé de Galán, en el barrio Centro con una puntuación de 7,20 siendo la mayor. La cual coincide con el lugar que desde el punto de vista de los productores dijeron.

Cantón: Guano

Parroquia: Santa Fé de Galán

Zona: Urbana

Barrio: Centro

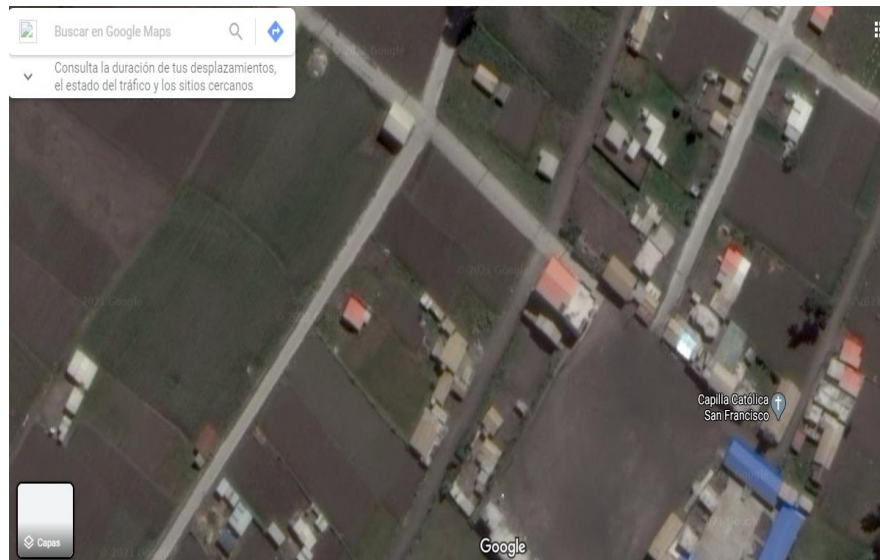


Figura 1- 4: Localización geográfica de la parroquia Santa Fé de Galán
Fuente: google mapa

3.3.2.5 Ingeniería del proyecto

Diagrama del proceso

a. Proceso de compra de mercadería

Actividades del proceso de compra de mercadería

1. Solicitar cotización
2. Seleccionar proveedor
3. Recepción y control de mercadería

4. Entrega de la mercancía al personal encargado
5. Pago al proveedor
6. Almacenamiento

Flujograma de compra de mercadería

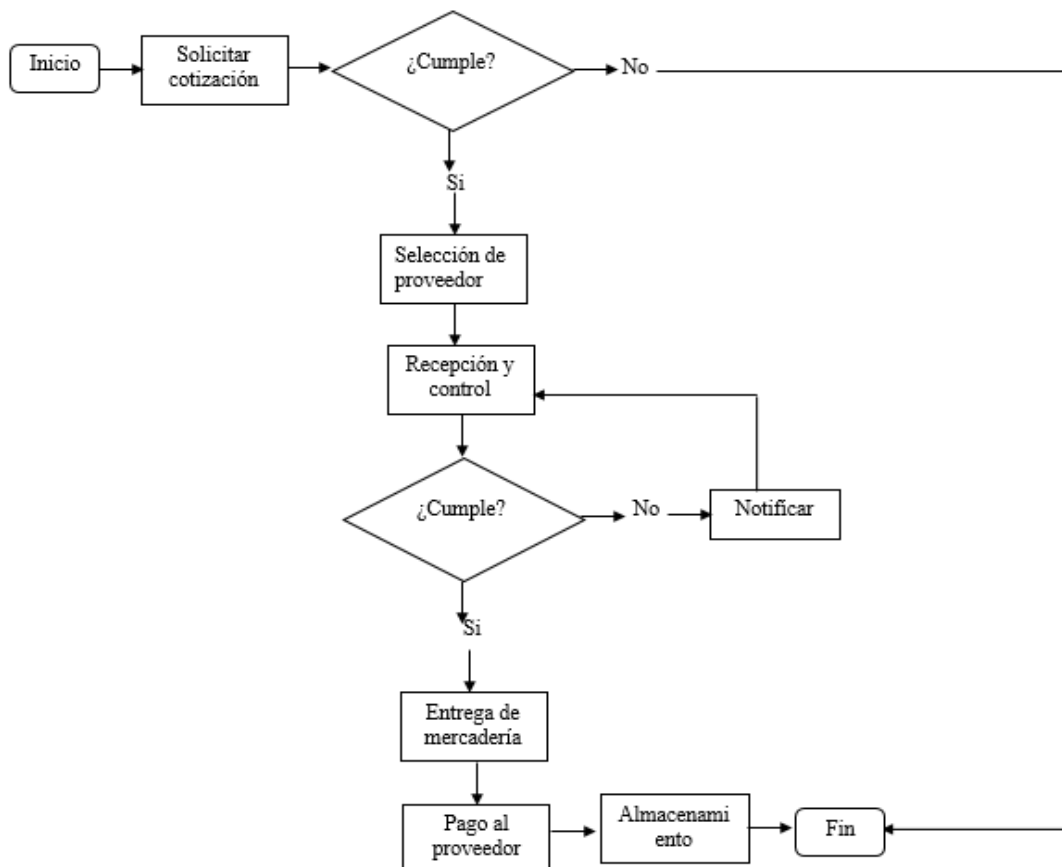


Figura 5-3: Flujograma de compra
Elaborado por: Viteri V. 2021

Actividades del proceso productivo

1. **Recepción:** Este será el primer proceso que se ejecute dentro del centro de acopio.
2. **Clasificación:** Este proceso consiste en seleccionar que la producción cumpla ciertos estándares de calidad.
3. **Lavado y cortado:** En este proceso se somete al producto a un lavado con agua con el objetivo de eliminar impurezas como la tierra que está pegado a la cebolla.
4. **Secado:** Luego de haber pasado por el proceso de lavado, la cebolla será llevado a un lugar donde se les pondrá a secar.

5. **Empaquetado:** En este proceso se encargan de empaclar la cebolla en cantidades exactas y adecuadas con el peso respectivo.
6. **Almacenamiento:** Se almacenará el producto en un cuarto seco y fresco para evitar que el producto sufra daños antes de ser comercializado.
7. **Transporte:** Se movilizará al producto en gavetas hasta su sitio de venta o entrega para así evitar que se dañe en un carro refrigerado.

Flujograma de procesos

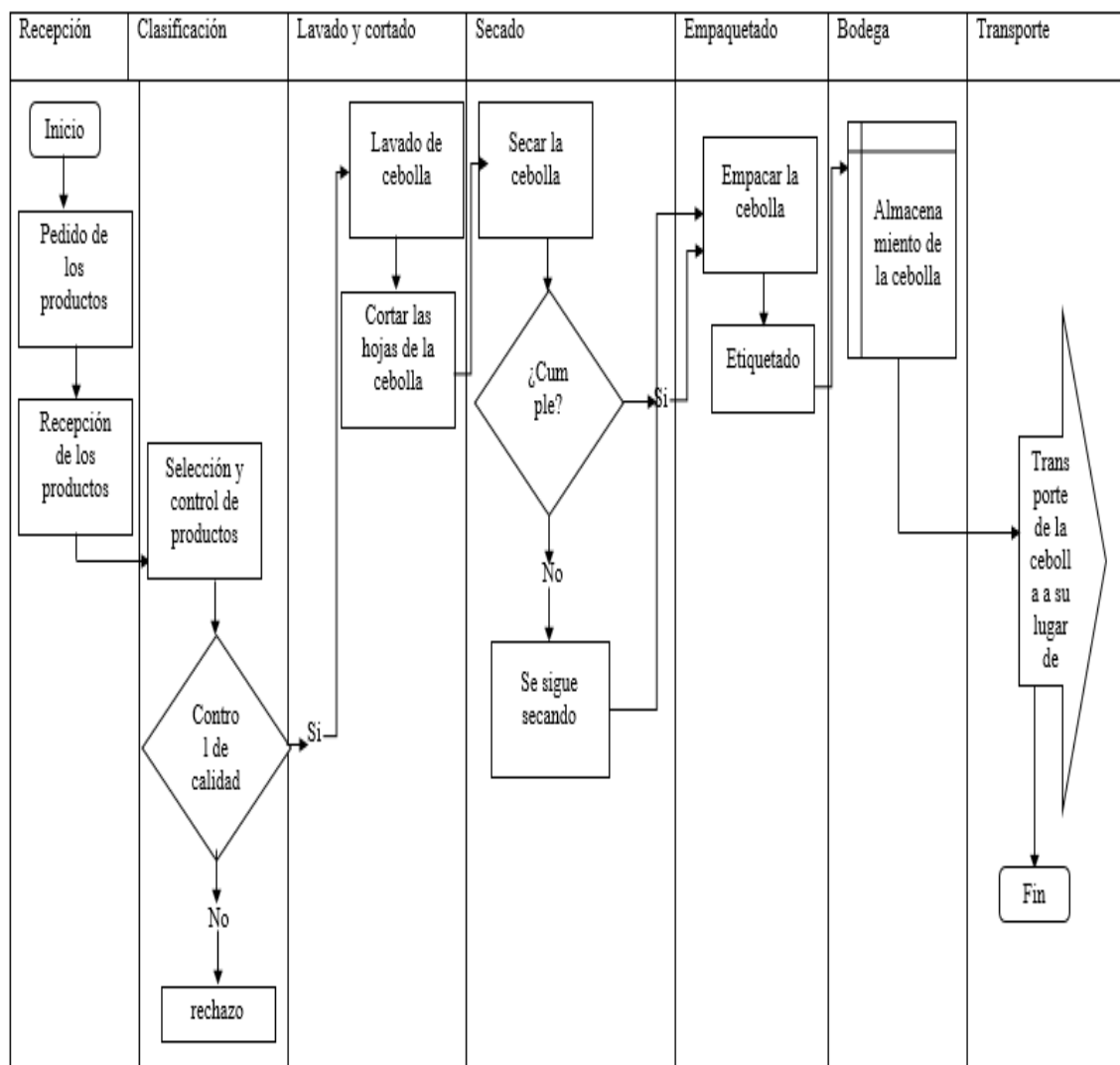


Figura 6-3: Flujograma de proceso

Elaborado por: Viteri V. 2021

Actividades del proceso de distribución de cebolla

1. Recepción del pedido
2. Embarque de la cebolla al vehículo
3. Transporte de la mercadería
4. Entrega la factura

Flujograma del proceso de distribución de la cebolla

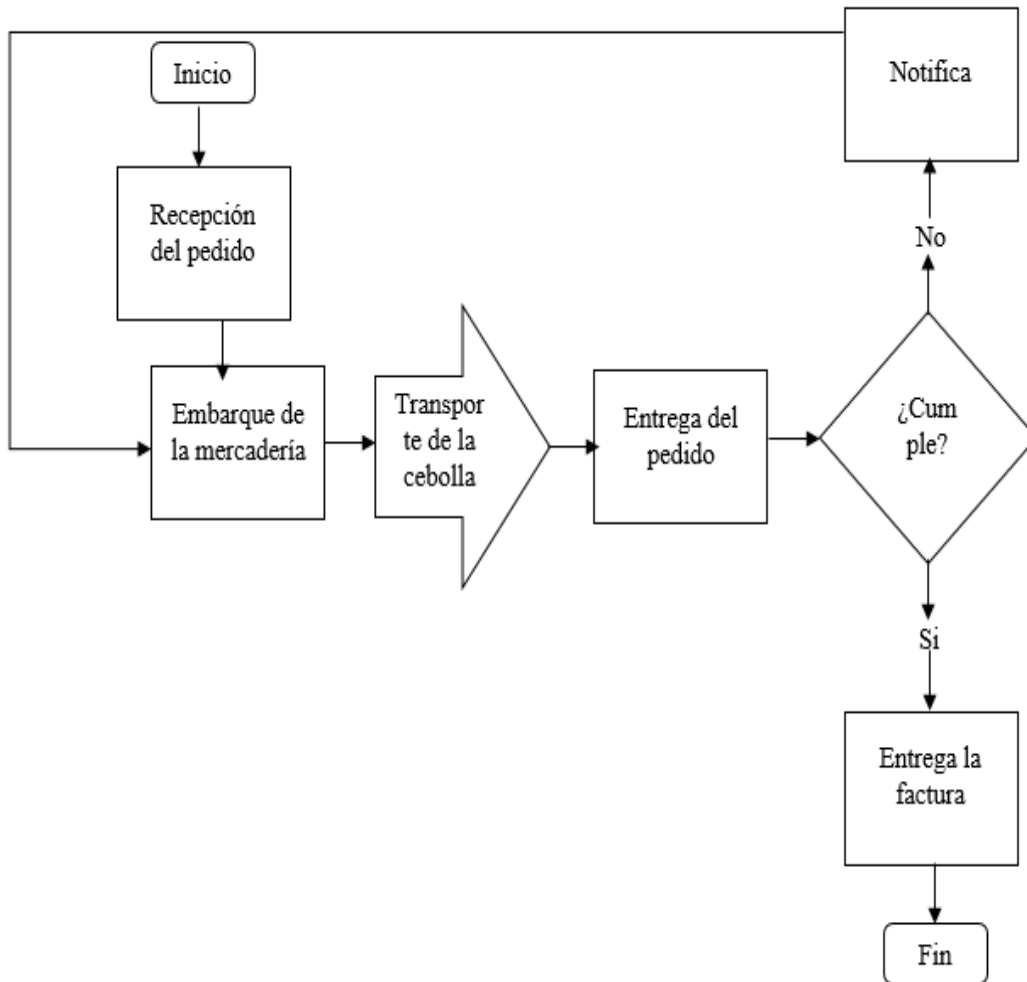


Figura 7-3: Flujograma del proceso de distribución de cebolla
Elaborado por: Viteri V. 2021

2. Distribución de la planta

Diseño de la infraestructura física

La infraestructura será creada en el terreno que fue otorgado por los del MAGAP de la parroquia que es parte del centro de acopio ya que conjuntamente se está trabajando.



Figura 8-3: Distribución del centro de acopio “Productores de Galán”

Elaborado por: Viteri V. 2021

El diseño para la construcción del centro de acopio está conformado por una sola planta de procedimientos que cada área va consecutivamente de acuerdo al orden del proceso de producción lo cual ayuda el cuida y manejo del producto optimizando recursos económicos. Para una buena distribución de la planta productora se tomará en cuenta criterios que dará una efectividad en el trabajo de los colaboradores y un adecuado ambiente de trabajo. El terreno va a tener 361 metros cuadrados de construcción que será de 19 metros de largo por 19 metros de ancho.

Tabla 32-3: Área de la infraestructura física

Detalle	N° de secciones	Dimensiones	Área en metros cuadrados
Área de recepción (bodega 1)	1	10m*9m	90m ²
Área de clasificación	1	5m*5m	25m ²
Área de lavado y cortado	1	5m*6m	30m ²
Área de secado	1	5m*5m	25m ²
Área de empaquetado	1	5m* 5m	25m ²
Área de almacenamiento (bodega 2)	1	10m*9m	90m ²
Área de embarque	1	5m*6m	30m ²
Área administrativa	1	5m*6m	30m ²
Baño / vestidores	1	4m*4m	16m ²
Total de áreas de infraestructura	9		361m²

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Viteri V. 2021



En la tabla presentada se analiza las dimensiones que va a tener cada área del centro de acopio teniendo como resultado el total de área de la infraestructura del centro de acopio “Productores de Galán”.

3. Maquinaria y equipo

En este punto se ve la maquinaria, equipos correspondientes para poner en marcha el centro de acopio, buscando la tecnología más sofisticada para la infraestructura del mismo.

La maquinaria que el centro de acopio necesita como mínimo es la siguiente.

Tabla 33-3: Equipos informáticos

Nombre	Cantidad	Descripción	Imagen
Computadora	2	Marca Toshiba, Core i5	
Impresora	1	Epson	

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Viteri V. 2021

Estos equipos informáticos serán utilizados en la parte administrativa del centro de acopio la cual está ubicada dentro de la planta, el proyector será utilizado para las capacitaciones al personal y a los productores.

Tabla 34-3: Muebles de oficina



Nombre	Numero	Descripción	Imagen
Sillas giratorias	3	De color negro	
Escritorios	3	Estructura metálica, con 4 cajones	
Archivadores	3	Color negro de 4 divisores	
Mesa de reunión	1	De color negra de madera	
Sillas de espera	2	Metálica de color negra	
Sillas	30	De plástico de color blanco	

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

Estos muebles de oficina ayudarán a ejecutar las actividades de todas las áreas del centro de acopio “Productores de Galán” para que de una u otra manera se pueda llevar a cabo el proyecto.

Tabla 35-3: Maquinaria

Nombre	Cantidad	Descripción	Imagen
Mesa de selección a motor	1	Esta mesa ayudará a la clasificación de la cebolla blanca, la cual tiene una dimensión de 4 metros de largo por 1 metro de ancho con un motor 1 hp.	
Balanza digital	2	Mediante esta balanza se podrá pesar los paquetes de cebolla blanca y de acuerdo al peso será el precio, ya sea en libras como en kilos.	
Carretilla hidráulica	2	Esta maquinaria facilitará la descarga de la mercadería del camión y también la movilización del producto de un área hacia otra y en la sección de embarque.	
Perchas	65	Estas perchas servirán tanto en el área de recepción y almacenamiento dentro de la bodega y tendrá una dimensión aproximada de 1.80 metros de largo por 1.50 de alto para que puede ser manejado por hombres y mujeres.	
Gavetas	1.000	Estas gavetas servirán tanto en el área de selección, lavado, cortado y empaquetado para poner la cebolla blanca y transportarle de una sección a otra. Se conoce como gaveta industrial caja plástica multicolor.	
Tanque de lavado	1	Este tanque servirá para el proceso de lavado con la finalidad de poder sacar toda la tierra y plagas que se encuentre en la cebolla blanca. Está compuesto por llaves alrededor del tanque, tiene 2 metros de ancho 3 metros de largo y 2 metros de profundidad es de acero inoxidable y es movable.	
Corta raíces y hojas	1	Esta máquina mecanizada ayudará a cortar las raíces y hojas de la cebolla blanca en la parte de cortado, es eléctrica, semiautomática hecha de acero inoxidable con un platón de 13 pinzas el nivel de producción es de 150 Kg por hora.	

Empacadora	1	Esta máquina ayudará en el proceso de empaque de la cebolla blanca la cual se llama tekmaq sas y es manejada de forma manual.	
Mesas	6	Mesas metálicas para cada área del centro de acopio	

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2022

En la tabla presentada se observa la maquinaria que se va a utilizar en el área de producción en donde se transformará la cebolla blanca que los productores entregan al centro de acopio en un producto terminado listo para su venta dándole un valor agregado.



Tabla 36-3: Especificaciones técnicas de la maquinaria

Maquinaria y equipo	Especificación
Mesa de selección a motor	Las mesas de selección a rodillos permiten al productor escoger o eliminar con racionalidad frutos y hortalizas, mejorando la calidad final de los productos. Tiene los rodillos de aluminio ideales para cítricos, también tiene dos embudos por lado que terminan en transportadores a lona para la evacuación de los productos que se escojan o se eliminen por los embudos.
Balanza digital	Se puede pesar hasta 180 kilos de peso
Gavetas	Son gavetas industriales de plástico de multicolor.
Perchas	Cada una de las perchas mide 2 metros de largo por 1.50 de alto con 3 repisas y con capacidad de almacenamiento de 4 gavetas y en cada gaveta están 18 atados de cebolla.
Empacadora	Está compuesta por aluminio y acero inoxidable es manual.
Tanque de lavado	Está compuesto por llaves alrededor del tanque, tiene 2 metros de ancho 3 metros de largo y 2 metros de profundidad es de acero inoxidable es movable.
Cortadora de raíces y horas	Es eléctrica, semiautomática hecha de acero inoxidable con un platón de 13 pinzas el nivel de producción es de 150 Kg por hora.
Carretilla hidráulica	Esta es una carretilla de carga con ruedas neumáticas. Puede soportar un peso que va entre 80 y 90 kg y mide 40cm de ancho x 25 cm fondo, tiene una empuñadura ergonómica para facilitar su agarre y la facilidad de manejarla.

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

En la tabla presentada se detalla las cualidades que tiene cada maquinaria que va a estar en el área de producción lo cual es de suma importancia cuidarla y dar su respectivo mantenimiento.




Tabla 37-3: Vehículo

Nombre	Cantidad	Descripción	Imagen
furgón	1	Un furgón con un sistema de refrigeración para la transportación del producto final hasta los puntos de venta o entrega y de una tonelada.	
Camión	1	Un camión pequeño de 4 llantas para la recolección de cebolla blanca desde las cementeras de los productores y de una tonelada.	

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

Estos dos vehículos se utilizarán solo en beneficio del centro de acopio ya que el uno se utilizará para transportar el producto final hasta sus puntos de entrega y el otro se utilizará para la recolección de la cebolla desde los puntos de producción de los productores de la zona.

Tabla 38-3: Equipo de oficina

Nombre	Cantidad	Descripción	Imagen
Grapadoras	2	Capacidad de grapado 30 hojas, de material metal de color negra	
Perforadoras	2	Capacidad de perforar 20 hojas, de metal	
Calculadora	2	De color negro, de plástico	

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

Los materiales detallados en la tabla anterior son necesarios para llevar a cabo las actividades administrativas del centro de acopio.





Tabla 39-3: Implementos de trabajo

Nombre	Cantidad	Descripción	Imagen
Botas industriales	5	De caucho de color blancas	
Guantes industriales	5	Cajas de color blanco	
			
Casco industrial	8	Polímero termoplástico de color blanco	
			
Mascarillas	5	Cajas de color negras	
			
Overoles	10	De algodón más polyester de color negro	
			

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

Estos implementos de trabajo serán utilizados por los trabajadores en el área de producción durante el proceso ya que son implementos que cuidaran de su vida mientras trabajan, se debe utilizar constantemente dentro del área ya que está compuesta por máquinas pesadas y pueden dañar a su salud.

Tabla 40-3: Suministro de limpieza

Nombre	Cantidad	Descripción	Imagen
Cloro	10	Galones	
Desinfectante	10	Galones	
Escobas	6	Unidades medianas de madera	
Franela	10	Metros de color rojo	

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Viteri V. 2021

Estos implementos son de vital importancia para que el centro de acopio pueda desarrollar sus actividades ya que todas las áreas deben estar limpias.

3.3.3 Estudio administrativo legal

En este estudio se determina muchos aspectos legales correspondientes a la creación del centro de acopio como ver cuál va a ser la personería jurídica, los requisitos para la constitución del centro de acopio, uso de patentes, leyes tributarias, permiso para funcionamiento, los aspectos laborales.

3.3.3.1 Descripción de la empresa

El centro de acopio “Productores de Galán” será una micro empresa destinada a la venta de cebolla blanca al por mayor y menor, con un solo objetivo que es ayudar a los agricultores de la parroquia a generar mejores ingresos y fortalecer las ganancias después del ciclo de producción, sin la intervención mayoritaria de los intermediarios que son los que más provecho obtienen, por tal razón este centro de acopio será comunitario y con un valor agregado que es buscar un precio justo, una venta segura y la facilidad de transporte para los productores.

Minuta de la conformación de la empresa

Acta de constitución del centro de acopio “Productores de Galán”

Riobamba, 12 junio de 2021

Por medio del presente documento privado, los socios del centro de acopio “Productores de Galán” convienen en constituir una sociedad limitada.

Roberto Lema con número de cedula 0605847910, titular de la notaria 10 de la ciudad de Riobamba actuando como asociado en el protocolo de la notaria.

La sociedad que se constituye centro de acopio “Productores de Galán” por medio de este documento es una sociedad comercial del tipo **sociedad Limitada**, esta se registrará por las disposiciones contenidas en los presentes estatutos y por las normas que de manera especial regulan este tipo de sociedades y dando cumplimiento a lo establecido en el artículo 22 de la 1014 de 2006, ya que la sociedad cuenta con diez (10) o menos trabajadores o los activos totales, excluida la vivienda, por valor inferior a quinientos (500) USD.

CAPITULO I

Nombre, Nacionalidad, Domicilio, Objeto y Duración de la sociedad

ARTICULO PRIMERO. - Denominación: La sociedad que se constituye por medio de este documento actuará bajo la denominación centro de acopio “Productores de Galán” Limitada, de nacionalidad colombiana.

ARTÍCULO SEGUNDO. - Domicilio social: El Domicilio principal de la sociedad es la parroquia Santa Fé de Galán, Pero podrá abrir sucursales o agencias en cualquier parte del territorio nacional, para lo cual se procederá como aparece previsto en las normas legales.

ARTICULO TERCERO. - Término de duración: La sociedad tendrá un término de (5) años, contados a partir de la fecha de este documento, pero podrá disolverse anticipadamente cuando sus socios así lo decidan.

ARTICULO CUARTO. - Objeto social: La comercialización de cebolla banca.

CAPITULO II

Capital y Cuotas

ARTICULO QUINTO. - Capital: El capital social a la fecha de la constitución es de 43.840,30 el cual es aporte de los socios el cual se encuentra totalmente cancelado en con los aportes en dinero o en especie, de cada uno de los socios al momento de la constitución.

ARTÍCULO SEXTO. - Responsabilidad de los socios. Los socios responderán hasta el monto de sus aportes.

ARTÍCULO SEPTIMO. - Cesión de cuotas. Los socios tendrán derecho a ceder sus cuotas, lo que implicará una reforma estatutaria la cual se hará por documento privado cumpliendo con lo establecido en el Decreto 4463 de 2006 y artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, (previa aprobación de la junta de socios) el documento privado será otorgado por cedentes, cesionarios y representante legal. El socio que pretenda ceder sus cuotas las ofrecerá a los demás socios por conducto del representante legal de la compañía, quien les dará traslado inmediatamente y por escrito para que, dentro de los 15 días hábiles, manifiesten si tiene interés en adquirirlas, según el precio, el plazo y las demás condiciones de la cesión se expresarán en la oferta.

Capitulo III

Dirección, administración, representación de la sociedad

ARTÍCULO OCTAVO. - Órganos sociales: La representación de la sociedad y la administración de los negocios sociales corresponde a todos y a cada uno de los socios.

ARTÍCULO NOVENO. - Atribuciones de la junta de socios: Resolver sobre todo lo relativo a la cesión de cuotas, así como la admisión de nuevos socios.

Decidir sobre el retiro y exclusión de socios, ordenar las acciones que correspondan contra los administradores, el representante legal, el revisor fiscal o cualquier otra persona que hubiere incumplido sus obligaciones u ocasionado daños o perjuicios a la sociedad. Elegir y remover libremente a los funcionarios cuya designación le corresponda. La junta de socios podrá delegar la representación y administración de la sociedad en un gerente estableciendo de manera clara y precisa sus atribuciones.

La junta de socios se compone de los socios inscritos en el Libro de Registro de socios, o de sus representantes reunidos en el domicilio social o fuera de él, con el quórum y en las condiciones

previstas en estos estatutos y en la ley. La junta ejerce las funciones previstas en el artículo 187 del Código de Comercio. En la junta de socios cada uno tendrá tantos votos cuantas cuotas posea en la compañía. Las decisiones de la junta de socios se tomarán por un número plural de socios que represente la mayoría absoluta de las cuotas en que se halle dividido el capital de la compañía. Será convocada por el representante legal mediante comunicación escrita que incluirá el orden del día correspondiente a la reunión convocada, dirigida a cada socio con una antelación correspondiente. Para deliberar en cualquier tipo de reunión, se requerirá la presencia de los socios que representen cuando menos la mitad más una de las cuotas del capital social. Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito.

ARTÍCULO DECIMO. - Administración y representación de la sociedad: La administración y representación legal de la sociedad y la gestión de los negocios sociales estarán a cargo del representante legal, el cual contara con un suplente que lo remplazara en sus faltas absolutas o temporales. El suplente tendrá las mismas atribuciones que el representante legal cuando entre a remplazarlo.

ARTÍCULO DECIMO PRIMERO. - Facultades de representación legal:

La representación se extenderá a todos los actos comprendidos en el objeto social, incluidos aquellos que tengan carácter de complementario o accesorio.

ARTÍCULO DECIMO SEGUNDO. - Artículo décimo cuarto. - revisor fiscal:

La sociedad no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad.

CAPITULO IV

RESERVA LEGAL, BALANCE Y REPARTO DE ULTIDADES

ARTÍCULO DECIMO TERCERO. – Estados financieros y derechos de inspección.

La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los

cuales se someterán a la consideración de junta de socios en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley.

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

ARTICULO DÉCIMO CUARTO. - Balance general. - Anualmente, el 31 de diciembre se cortarán las cuentas para hacer el inventario y el balance general correspondiente, así como el estado de pérdidas y ganancias, el estado de cambios en el patrimonio, el estado de flujos de efectivo y el estado de cambios en la situación financiera del respectivo ejercicio. El balance, el inventario, los libros y demás piezas justificativas de los informes, serán depositados en la oficina de la administración con una antelación de quince (15) días hábiles a los socios con el fin de que puedan ser examinados por los mismos.

ARTÍCULO DÉCIMO QUINTO. - Aprobación del balance: El balance debe ser presentado por el representante legal de la sociedad limitada a consideración de la junta de socios con los demás documentos a que se refiere el artículo cuatrocientos cuarenta y seis (446) del Código de Comercio. Si la sociedad llegare a ser vigilada por la Superintendencia de Sociedades, dentro de los treinta (30) días siguientes a la reunión de la Asamblea de Accionistas, el representante legal remitirá a la Superintendencia de Sociedades una (1) copia del balance y de los anexos que lo expliquen o justifiquen, junto con el acta en que hubieran sido discutidos y aprobados.

CAPITULO V

DISOLUCION Y LIQUIDACION

ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO. - Disolución de la sociedad: La sociedad se disolverá por decisión de las socias o cuando se presente alguna de las causales previstas en la Ley. La disolución, de acuerdo a causal presentada, podrá evitarse con sometimiento a lo prescrito en la normativa comercial para el efecto.

PARÁGRAFO PRIMERO. - En los casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

ARTÍCULO DÉCIMO SÉPTIMO: Enervamiento de causales de disolución: Podrá evitarse la disolución de la sociedad por acciones simplificada adoptando las medidas a que hubiere lugar

de acuerdo a cada causal en específico, siempre que el enervamiento ocurra dentro de los seis (6) meses siguientes a la fecha en que el accionista único reconozca su acaecimiento.

ARTÍCULO VIGÉSIMO. - Liquidación: La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador el representante legal o la persona que designen los accionistas. Los accionistas designarán un liquidador, quien será responsable de adelantar el proceso liquidatorio conforme a la ley. Durante la duración del proceso de liquidación, el accionista único conserva los mismos poderes que tuvo durante la vida activa de la sociedad.

ARTÍCULO DÉCIMO OCTAVO. - Nombramientos: La designación de las siguientes personas para integrar sus órganos de administración y fiscalización:

Representante legal:

Nombre: Carlos Efrén Villalobos Moya

CI. 0608147217

Junta directiva

Nombre: Presidente Gilsson Efrén Cuzco Muyolema

CI. 0603855016

Nombre: Secretario Jhonny Ismael Villafuerte Chicaiza

CI. 0604774198

PRESIDENTE
CI. 0603855016

SECRETARIO
CI. 0604774198

NOTARIO
CI. 0605847910

3.3.3.2 Nombre de la empresa

Centro de acopio “Productores de Galán”

3.3.3.3 Logotipo del centro de acopio



Figura 9-3: Logotipo del centro de acopio
“Productores de Galán”

Elaborado por: Viteri V. 2021

3.3.3.4 Misión

El principal compromiso es brindar productos de calidad que satisfagan las necesidades de los clientes a través de nuevos canales de comercialización, y con ello ayudar a los productores de la parroquia a que puedan vender sus productos a través el centro de acopio a un precio justo, de calidad y en el tiempo oportuno.

3.3.3.5 Visión

En el 2026 llegar a ser un centro de acopio líder en la comercialización de cebolla blanca, llegando a vender en todas las ciudades del país, obteniendo los mejores estándares de calidad, innovando permanentemente el producto. Proveer empleos a los agricultores de la zona y así contribuir con el desarrollo socioeconómico de la parroquia y del país.

3.3.3.6 Organigrama estructural

El centro de acopio estará formado por 4 colaboradores en el área de producción y 2 en el área de administración y como máxima autoridad del centro de acopio es el gerente general que en total el centro de acopio tiene como funcionarios 6.

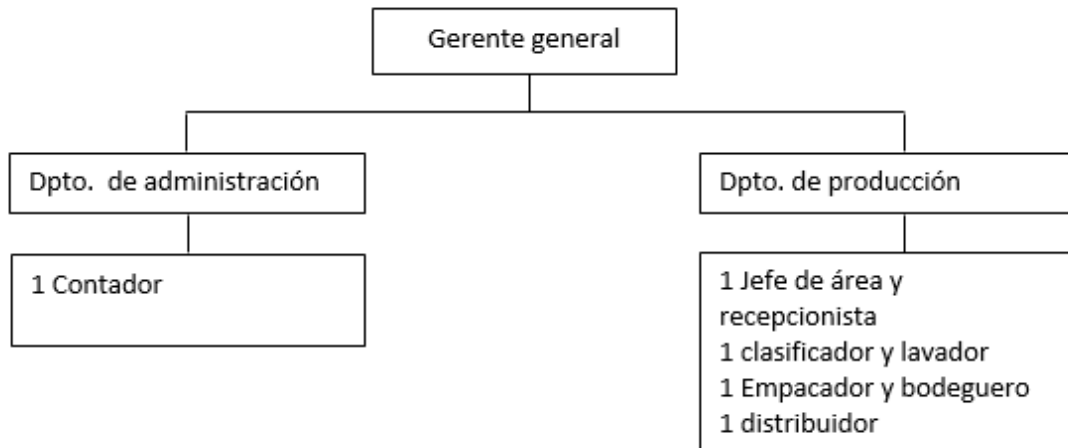


Figura 10-3: Organigrama estructural

Elaborado por: Viteri V. 2021

Se muestra las principales áreas que tiene el centro de acopio y sus colaboradores como se puede ver la máxima autoridad dentro del centro de acopio es el gerente general.

3.3.3.7 Valores institucionales (centro de acopio)

Respeto. Que se dé el respeto mutuo entre los colaboradores como una condición primordial dentro del centro de acopio. Lo que implica que se tenga una actitud colectiva para promover la colaboración y coexistencia tranquila de los socios y así acatar las normas de la institución.

Libertad. El centro de acopio “Productores de Galán”, se centrará en esquemas de libertad como el acto de expresarse libremente conforme a los valores de cada uno de los socios sin afectar la integridad de los demás.

Responsabilidad. Los colaboradores del centro de acopio se hacen cargo de sus acciones y afrontan las consecuencias, lo que implica madurez en la toma de decisiones y el cumplimiento de los compromisos que adquieren al ser parte del centro de acopio.

Solidaridad. El centro de acopio considera que trabajar de manera solidaria es colaborar de manera mutua y velar por el bienestar común de todos los socios y colaboradores.

Ética. El centro de acopio debe hacer hincapié en que sus colaboradores en todo momento deben trabajar con fundamento racional y honestidad tanto en los procesos como en el producto.

Justicia. El centro de acopio reconoce la justicia como el orden y la armonía social dándole a cada colaborador lo que le corresponde o le pertenece.

Excelencia. El centro de acopio considera que para tener una excelencia se debe trabajar bajo estándares de calidad para mejorar el producto con un compromiso de trabajar con una mejora continua.

Compromiso. Que los socios y los colaboradores sean conscientes de la importancia del rol que ellos tienen en el centro de acopio y que se sientan parte de la institución.

3.3.3.8 Políticas del centro de acopio

Políticas que se llevará a cabo en el centro de acopio “Productores de Galán”:

- Cumplir con las cancelaciones de la compra de la cebolla blanca a sus proveedores que vienen hacer los productores de la parroquia, pagándoles el día que se entregue el producto.
- Trabajar con las mejores condiciones de calidad en cuanto a la entrega del producto y durante el proceso de tecnificación con ética y responsabilidad.
- Fomentar valores a los colaboradores para mejorar las relaciones laborales entre ellos.
- Capacitar a los colaboradores por lo menos una vez al año.
- Velar por el cumplimiento de todos los colaboradores en la utilización de todos los implementos de trabajo de manera obligatorio y correcto.
- Verificación de los lugares de trabajo, identificando que estén limpios y ordenados para facilitar el trabajo.

3.3.3.9 Reglamento del centro de acopio

Los reglamentos son específicos y rígidos los cuales deben cumplir al pie de la letra, es por eso que el centro de acopio “Productores de Galán” ha establecido el siguiente reglamento, en el caso de no cumplirlos tendrá que asumir las respectivas sanciones.

- 1) Las horas de entrada y salida de los colaboradores será acorde a lo establecido en el contrato que es de 8:00 am a 12 pm y de 1 pm a 5 pm.
- 2) Los días laborales será de lunes a sábado.
- 3) Es obligación del personal que por cualquier situación tenga que faltar avisar por una llamada o mensaje para saber que no va a ir y solo se justificará la inasistencia por enfermedad o fuerza mayor.
- 4) No podrá llegar al trabajo con aliento a licor, y si llega será regresado y tendrá que justificar su falta.
- 5) Toda solicitud de permiso por parte de los colaboradores será pedida mediante oficio caso contrario no se considerará como permiso.
- 6) Los sueldos de los colaboradores se pagarán de acuerdo a lo establecido en cada uno de los contratos y el sueldo básico será de \$400,00 lo que la ley estipula.
- 7) Los colaboradores tendrán que pagar una multa de \$50,00 cuando no estén puestos los implementos de trabajo durante la jornada de trabajo.
- 8) Cualquier accidente de trabajo que se de en el centro de acopio sea grave o leve debe ser comunicado de manera inmediata a su jefe o superior jerárquico.
- 9) Los colaboradores deben aplicar las respectivas normas de higiene a la hora de lavar y empacar la cebolla blanca.

3.3.3.10 Análisis FODA

Tabla 41-3: FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Se cuenta con personal predispuesto al desarrollo parroquial. • El centro de acopio se constituye en un centro comunitario • Suficiente producción de cebolla blanca sin la intervención de los minoristas. • Producto de calidad y del alto consumo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ser el primer centro de acopio en la parroquia Santa Fé de Galán. • Brindar nuevas plazas de trabajo a los habitantes de la parroquia. • Cubrir nuevos mercados en las ciudades del país.
DEBILIDADES	AMENAZAS

-
- Carencia de experiencia debido a que es una empresa nueva en el mercado.
 - Insuficientes canales de comercialización.
 - Alto nivel de inversión al inicio de la creación del centro de acopio.
 - Baja de precio de la cebolla blanca
 - Erupción del volcán Tungurahua
 - Época de seca baja la producción de la cebolla blanca y suele podrir la planta.
-


Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

3.3.3.11 Perfil de los puestos

El manual de funciones con características que debe tener el personal para ejecutar dicho puesto de trabajo, para lo cual se establece los siguientes manuales de funciones para cada cargo que va a existir en el centro de acopio “Productores de Galán”.

Perfil del gerente general

Tabla 42-3: Perfil del gerente general



PERFIL/ DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO: GERENTE GENERAL

PERFIL DEL PUESTO: El gerente general viene hacer la máxima autoridad del centro de acopio, es la persona quien ejerce autoridad sobre el resto de cargos.

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PERSONAL

Perfil del personal

Sexo: Hombre / mujer	Edad: 26 a 45 años	Supervisa a: Todo el personal
Estado civil: Indistinto	Reporta a: Los socios	Código: P001

Funciones

- Representar legalmente al centro de acopio.
- Cumplir y hacer cumplir las políticas, directrices y estatutos que normaran el debido funcionamiento del centro de acopio.
- Controlar que se cumpla a cabalidad los reglamentos y valores del centro de acopio.
- Garantizar y precautelar el adecuado manejo de los recursos del centro de acopio.
- Seleccionar, capacitar y controlar al personal del centro de acopio.
- Autorizar los respectivos pagos a los colaboradores.
- Acompañará al distribuidor a entregar los productos a los supermercados.

Cualidades/habilidades

- Responsable con una buena comunicación
- Innovador con ideas claras y precisas
- Líder para trabajar en equipo
- Creativo en cuanto a la toma de decisiones

- Puntual

Escolaridad deseada

Ingeniero en administración de empresas

Conocimientos básicos

- Conocimiento sobre administración y gerencia

Experiencia

Mínimo 2 años de experiencia en el cargo de gerente

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

Perfil del contador / secretario (@)

Tabla 43-3: Perfil del contador / secretario (@)



PERFIL/ DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO: CONTADOR/SECRETARIO

PERFIL DEL PUESTO: La persona que sea asignada como también deberá tomar el papel de secretario/a puesto que hará las funciones de los dos perfiles ya que el centro de acopio no es muy grande.

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PERSONAL

Perfil del personal

Sexo: Hombre / mujer	Edad: 28 a 45 años	Supervisa a: Ninguno
Estado civil: Cualquiera	Reporta a: Gerente general	Código: P002

Funciones

- Deberá velar por el cumplimiento de las disposiciones legales en cuanto a las obligaciones tributarias que tiene el centro de acopio
- Redactar y guardar las actas de las sesiones y custodiar los libros oficiales y el sello oficial a cada una de las actas que se realice.
- Redactar y firmar la correspondencia que deba mantener en el ejercicio de sus funciones.
- Organizar el archivo y todas las dependencias y ser responsable de la custodia de la documentación que se realice del centro de acopio.
- Deberá realizar la respectiva declaración al SRI.
- Llevar la contabilidad, elaborar los estados financieros de la empresa, elaboración de presupuestos, manejo del crédito bancario, obligaciones tributarias.

Cualidades/habilidades

- Responsable con una buena comunicación
- Líder para trabajar en equipo
- Creativo en cuanto a la toma de decisiones
- Puntual

Escolaridad deseada

- Ingeniero (a) en contabilidad y auditoría CPA (Contador Público Autorizado)

Conocimientos básicos

-
- Conocimientos sobre contabilidad y auditoría

Un curso de secretaria

Experiencia

Mínimo 2 años de experiencia como contador

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Viteri V. 2021

Perfil del jefe de área

Tabla 44-3: Perfil del jefe de área y recepcionista

Centro de acopio

"Productores de Galán"
Promoviendo el desarrollo económico de la
Parroquia Santa Fe de Galán



PERFIL/ DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO: JEFE DE ÁREA Y RECEPCIONISTA

PERFIL DEL PUESTO: La persona encargada de este puesto debe hacerse cargo sobre la vigilancia de los trabajadores que están bajo su responsabilidad.

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PERSONAL

Perfil del personal

Sexo: Hombre / mujer

Edad: 25 a 45 años

Supervisa a: Todos los de producción

Estado civil: Indistinto

Reporta a: Gerente general

Código: P003

Funciones

- Controlar el cumplimiento de los reglamentos y valores corporativo del personal que está a su cargo.
- Garantizar el adecuado manejo de los recursos del centro de acopio.
- Seleccionar, capacitar y controlar al personal, determinar su permanencia en el cargo.
- Controlar la entrada y salida del personal de producción.
- Llevar un registro de control de entrada de cebolla blanca al centro de acopio.
- Tener una buena relacionarse con los proveedores que son los productores de la parroquia.
- Lograr establecer lazos de confiabilidad entre proveedor y el centro de acopio.
- Entregar cuentas al contador sobre la entrada de la materia prima.
- Ayudar al contador a pagar a los proveedores por la materia prima.
- Ir a dejar en el área de clasificación.

Cualidades/habilidades

- Responsable con una buena comunicación
- Líder para trabajar en equipo
- Creativo en cuanto a la toma de decisiones
- Puntual
- Innovador

Escolaridad deseada

Tener título de tercer nivel

Tener conocimientos de administración, saber sobre producción, manejo de personal y calidad de productos

Experiencia

Mínimo de un año de experiencia en jefe de áreas.

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

Perfil del empacador Y bodeguero

Tabla 45-3: Perfil del empacador y bodeguero

Centro de acopio

"Productores de Galán"
Promoviendo el desarrollo económico de la
Parroquia Santa Fe de Galán



PERFIL/ DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO: EMPACADOR Y BODEGUERO

PERFIL DEL PUESTO: El empacador será la persona responsable de controlar el orden y la calidad del producto dentro del área de operación, ya que del dependerá la presentación del producto final ya listo para su venta.

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PERSONAL**Perfil del personal**

Sexo: Hombre / mujer

Edad: 18 a 50 años

Supervisa a: Ninguno

Estado civil: Indistinta

Reporta a: Jefe de área

Código: P004

Funciones

- Responsable del orden operativo.
- Controlar la calidad del producto final.
- Llevar los productos hacia la bodega para realizar su respectivo almacenamiento.
- Velar por la limpieza del área de producción duran y después del proceso de producción.
- Llevar un registro de control del inventario, las entradas y salidas de la cebolla blanca a la bodega.
- Recibir y ordenar la mercadería que el empacador llevará a la bodega.
- Despachar y subir la mercadería al camión para su distribución.
- Mantener la limpieza y el orden de la bodega.

Cualidades/habilidades

- Responsable con una buena comunicación
- Líder para trabajar en equipo
- Puntual
- Colaborativo
- Emprendedor

Escolaridad deseada

Que tenga conocimientos de control de calidad, saber embalar productos agrícolas

Experiencia

Con o sin experiencia

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

Perfil del distribuidor

Tabla 46-3: Perfil del distribuidor

Centro de acopio



PERFIL/ DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO: DISTRIBUIDOR

PERFIL DEL PUESTO: Es el encargado de entregar el producto a los supermercados de las diferentes ciudades a la que se va a distribuir quien será acompañado por el gerente.

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PERSONAL

Perfil del personal

Sexo: Hombre / mujer

Edad: 22 a 50 años

Supervisa a: Ninguno

Estado civil: Indistinto

Reporta a: Jefe de área

Código: P005

Funciones

- Llevar un registro de control de ventas diarias.
- Tener una buena relacionarse con los clientes.
- Lograr establecer lazos de confiabilidad entre clientes y el centro de acopio.
- Administrar las ventas junto con el gerente del centro de acopio.
- Entregar cuentas de ingresos al contador y gerente general.
- Recibir el producto del área de clasificación.

Cualidades/habilidades

- Responsable con una buena comunicación
- Responsable
- Puntual
- Colaborativo
- Decidido
- Creativo

Escolaridad deseada

Con experiencia en manejar carro pesado

Licencia tipo E

Experiencia

Que sea una persona que tenga experiencia en la venta de cebolla blanca en el mercado mayorista.

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Viteri V. 2021

Perfil del clasificador y lavador

Tabla 47-3: Perfil del clasificador y lavador

Centro de acopio

"Productores de Galán"
Promoviendo el desarrollo económico de la
Parroquia Santa Fe de Galán



PERFIL/ DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO: CLASIFICADOR Y LAVADOR

PERFIL DEL PUESTO: Es el encargado de clasificar la cebolla blanca entre grande y pequeña gruesa y delgada.

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PERSONAL

Perfil del personal

Sexo: Hombre / mujer

Edad: 18 a 45 años

Supervisa a: Ninguno

Estado civil: Indistinto

Reporta a: Jefe de área

Código: P009

Funciones

- Zafar los atados de cebolla que entrega el área de recepción.
- Abrir la cebolla en ramas
- Clasificar la cebolla de acuerdo a la calidad de la misma.
- Ir a dejar en el área de lavado
- Recibir el producto del área de clasificación.
- Lavar bien la cebolla blanca por ramas.
- Cortar las hojas de la cebolla blanca.
- Poner a secar la cebolla para que luego pase al área de empaque.
- Ir dejar en el área de empaque.

Cualidades/habilidades

- Responsable con una buena comunicación
- Líder para trabajar en equipo
- Puntual
- Colaborativo
- Decidido
- Creativo

Escolaridad deseada

Con o sin escolaridad.

Experiencia

Con o sin experiencia.

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

3.3.3.13 Base legal

- Constitución del centro de acopio con los productores de la parroquia
- Presentar varias alternativas de nombres para el centro de acopio con responsabilidad limitada
- Elaboración de los estatutos al que se va a regir el centro de acopio
- Aprobación de los estatutos
- Apertura de la cuenta de integración de capital del centro de acopio
- Realizar la escritura pública de los estatutos aprobados por la Superintendencia de Compañías en una notaría
- Ingreso de un ejemplar de la escritura pública de constitución de la compañía a la superintendencia para la obtención de la resolución de aprobación de la constitución
- Inscripción de la escritura de constitución de la compañía en el registro mercantil
- Obtención del RUC en el SRI
- Asignación de administradores del centro de acopio en una notaría y luego en el registro mercantil
- Adjuntar a la tercera copia certificada de constitución inscrita en el registro mercantil los nombramientos debidamente inscritos e ingresar a la Superintendencia de Compañías para el registro en el Departamento de Sociedades
- Obtener el certificado otorgado por la superintendencia, apertura de la cuenta corriente a nombre de la compañía
- Reconocimiento de la compañía en el medio ambiente, de acuerdo al giro del negocio
- Patente municipal del cantón Guano
- Permiso de funcionamiento por parte del cuerpo de bomberos
- Permiso sanitario por parte de la dirección provincial de salud
- Aprobación del ministerio de ambiente

3.3.4 Estudio financiero

El estudio financiero del centro de acopio, se centra mediante un análisis económico en donde se puede verificar la capacidad que tiene la empresa para ser sustentable, viable y ante todo que tenga rentabilidad en el tiempo.

Mediante este estudio se puede sistematizar la información obtenida en los estudios anteriores como es el estudio técnico y el estudio de mercado en quienes se detallará la estimación de las ventas futuras que puede tener el centro de acopio, la inversión inicial que se debe hacer, los

costos de producción y los gastos operacionales que generará para dar un valor agregado al producto.

Es por eso que se debe realizar el respectivo análisis financiero del Centro de Acopio “Productores de Galán” con el fin de determinar la viabilidad financiera con un objetivo de generar beneficios mediante la estimación de la rentabilidad, para así poder tomar las mejores decisiones para el éxito del centro de acopio.

3.3.4.1 Inversión del proyecto

Para la determinación de los costos y gastos del proyecto se debe realizar el análisis de aspectos importantes como la tecnología que se requiere en el proceso de producción también la infraestructura que va a tener el centro de acopio y cuáles van hacer los costos de inversión del proyecto.

A continuación, detallamos cada uno de la maquinaria y equipos necesarios para la implementación del centro de acopio con sus respectivos presupuestos.

Presupuesto de equipo de oficina

Este presupuesto nos permite adquirir los implementos que se requiera en el centro de acopio para poder llevar un proceso adecuado de una manera organizada los procesos financieros, administrativos y de venta.

Tabla 48-3: Presupuesto de equipo de cómputo

Presupuesto de equipo de computo			
Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Computador de mesa	2	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00
Proyector	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Impresora multifunción	1	\$ 400,00	\$ 500,00
Total			\$ 3.400,00

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Viteri V. 2021

Para adquirir los equipos de cómputo se necesita \$ 3.400,00 es un desembolso que debe hacer el centro de acopio antes de poner en marcha el proyecto.

Presupuesto de equipo de oficina

En este rubro se detallará en la tabla siguiente los implementos necesarios para la ejecución del proyecto.

Tabla 49-3: Presupuesto de equipo de oficina

Presupuesto de equipo de oficina			
Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Caja registradora	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Calculadora	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Perforadora	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Grapadora	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Total			\$ 248,00

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

Para adquirir los equipos de oficina se requiere la cantidad \$ 248,00 los cuales se debe hacer antes de poner en marcha el proyecto.

Presupuesto de maquinaria y equipos de operación

Tabla 50-3: Presupuesto de maquinaria de operación

Presupuesto de maquinaria y equipos de operación			
Nombre de la maquinaria	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Mesa de selección a motor	1	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00
Balanza digital	2	\$ 70,00	\$ 140,00
Gavetas	20	\$ 8,00	\$ 160,00
Perchas	65	\$ 90,00	\$ 5850,00
Empacadora	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Tanque de lavado	1	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
Cortadora de raíces y horas	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Carretilla hidráulica	2	\$ 100,00	\$ 2.000,00
Mesas metálicas	6	\$ 100,00	\$ 600,00
Total			\$ 15.400,00

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

En este punto se detallará cada uno de la maquinaria y equipo que el centro de acopio “Productores de Galán” necesitará para el funcionamiento los cuales han sido adquiridos en el mercado nacional dando un valor de \$ 15.400,00.

Presupuesto de muebles y enseres

Tabla 51-3: Presupuesto de muebles y enseres

Presupuesto de muebles y enseres			
Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Escritorios	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Silla giratoria	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Silla de espera	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Archivadores de oficina	3	\$ 70,00	\$ 210,00
Mesa de reunión	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Sillas plásticas blancas	7	\$ 10,00	\$ 70,00
		Total	\$ 770,00

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

En el presupuesto de muebles y enseres se detallará cada una de las subcuentas que intervendrán en la creación del centro de acopio y así sabremos cuál va ser el costo que viene hacer de \$ 770,00.

Presupuesto de vehículo

Tabla 52-3: Presupuesto de vehículo

Presupuesto de vehículo			
Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Camión	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
Furgón	1	\$ 8.000,00	\$ 12.000,00
		Total	\$37.000,00

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

En este presupuesto detallamos cuantos vehículos vamos a necesitar para poner en marcha al centro de acopio para ello tenemos un camión y de un furgón con un sistema de refrigeración para distribuir el producto y el otro es para recolectar la cebolla desde los puntos productivos hasta el centro de acopio, los cuales nos va a costar \$ 37.000,00.

Presupuesto equipos de trabajo

Tabla 53-3: Presupuesto de equipo de trabajo

Presupuesto de equipos de trabajo			
Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Botas	5 pares	\$ 8,00	\$ 40,00
Guantes	5 cajas	\$ 15,00	\$ 75,00
Casco	8	\$ 10,00	\$ 80,00
Mascarillas	5 cajas	\$ 5,00	\$ 25,00
Overol	8	\$ 15,00	\$ 125,00
		Total	\$ 345,00

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

En el área de producción se requiere de implementos de trabajo ya que es un área peligrosa y que se debe tener los cuidados adecuados y para comprar estos equipamientos se necesita \$ 345,00.

Presupuesto de suministros de limpieza

Tabla 54-3: Presupuesto de suministro de limpieza

Presupuesto de suministros de limpieza			
Nombre	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Cloro	20 galones	\$ 5,00	\$ 100,00
Desinfectante	20 galones	\$ 5,00	\$ 100,00
Escobas	20 unidades	\$ 2,00	\$ 40,00
Franelas	14 metros	\$ 0,50	\$ 7,00
		Total	\$ 247,00

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

En este presupuesto tenemos como resultado \$ 247,00 que se necesita para la compra de estos suministros.

Presupuesto de terreno y edificio

El centro de acopio “Productores de Galán” contará con el apoyo del GAD Parroquial de Santa Fé de Galán, MAGAP y los productores de la parroquia puesto que los miembros de las instituciones ayudarán de una u otra manera a buscar fuentes de inversión en el centro de acopio, el MAGAP otorga el terreno y el edificio para que se instale el centro de acopio en el mismo logrando instalaciones idóneas para el funcionamiento, los cuales están valorados entre \$17.000.

3.3.4.2 Inversión inicial

Tabla 55-3: Inversión inicial

Resumen de inversión inicial	
Detalle	Valor
Terreno	\$7.000,00
Edificio	\$10.000,00
Maquinaria y equipo	\$15.400,00
Muebles y enseres	\$770,00
Implementos de trabajo	\$345,00
Equipo de oficina	\$248,00
Equipo de computo	\$3.400,00
Vehículo	\$37.000,00
Suministro de limpieza	\$247,00
Tramites de instalación	\$900,00
Total de inversión fija	\$75.310,00

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

En la tabla anterior tenemos el total de la inversión inicial que es de \$ 75.310,00 para la creación del centro de acopio en la parroquia Santa Fé de Galán.

El total de la inversión del proyecto para la creación del centro de acopio se va a cubrir de la siguiente manera la cual se puntualiza a continuación.

Tabla 56-3: Estructura de la inversión inicial

Estructura de la inversión inicial		
Detalle	Valor	Porcentaje
Recursos del GAD Parroquial	\$25.310,00	33,55%
Recursos MAGAP	\$30.000,00	39,87%
Préstamo financiero	\$20.000,00	26,58%
Total	\$75.310,00	100%

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

En la tabla anterior tenemos que un 33,55% de la inversión la va a cubrir el GAD Parroquial, el MAGAP un 39,87% y el 26,58% restante se va a realizar un crédito a una entidad financiera.

3.3.4.3 Gastos del proyecto

1. Gastos administrativos y de ventas

Dentro de este apartado se tiene rubros que se genera en la parte administrativa del centro de acopio como también en cuanto a la venta del producto.

Tabla 57-3: Gastos administrativos y de venta

Gastos administrativo y ventas		
Denominación	V/Mensual	V/Anual
Rem. Personal administrativo	\$1.440,72	\$17.288,64
Suministros Aseo	\$12,00	\$144,00
Papelería	\$ 70,00	\$ 840,00
Servicios básicos	\$135,00	\$1.620,00
Publicidad	\$100,00	\$1.200,00
Total Gasto Administrativo y de Venta	\$1.757,72	\$21.092,64

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

En la tabla presentada tenemos un total de \$1.757,72 mensual lo cual se multiplica por 12 meses que tiene el año para tener los gastos administrativos y de venta anuales que son de \$21.092,64.

2. Gastos financieros

Los gastos financieros que el centro de acopio va a tener son los pagos del interés del préstamo que se va a adquirir de una entidad financiera. Para lo cual se ha realizado una cotización de algunos entes financieros para identificar cuál de ella es factible.

Tabla 58-3: Cotización de entidades financieras

Detalle	Cantidad	Porcentaje de interés
Cooperativa Riobamba LTDA.	\$ 53.150,00	18%
BanEcuador	\$ 20.000,00	5%
Banco Pichincha	\$ 20.000,00	11,25%

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

Se ha decidido por el banco Pichincha ya que nos facilita la cantidad de dinero que se requiere y su tasa de interés es cómoda.

A continuación, tenemos la tabla de amortización de la deuda cuyo valor es de 20.000,00 a una tasa de interés anual de 11,25% dada por el Banco Pichincha cuyo producto es comercial PYMES

a un plazo de 5 años es decir 60 cuotas mensuales de 437,4 los mismos que se detalla a continuación.

Monto = \$ 20.000,00

Interés mensual = 0,938%

Periodo mensual = 60

Cuota fija = \$ 437,41

Tabla 59-3: Tabla de amortización

N° periodos	saldo inicial	cuota fija	interés	bono al capital	saldo final
0					\$ 20.000,00
1	\$ 20.000,00	\$ 437,41	\$187,60	\$ 249,81	\$ 19.750,19
2	\$ 19.750,19	\$ 437,41	\$ 185,26	\$ 252,15	\$ 19.498,04
3	\$ 19.498,04	\$ 437,41	\$ 182,89	\$ 254,51	\$ 19.243,53
4	\$ 19.243,53	\$ 437,41	\$ 180,50	\$ 256,90	\$ 18.986,63
5	\$ 18.986,63	\$ 437,41	\$ 178,09	\$ 259,31	\$ 18.727,32
6	\$ 18.727,32	\$ 437,41	\$ 175,66	\$ 261,74	\$ 18.465,57
7	\$ 18.465,57	\$ 437,41	\$ 173,21	\$ 264,20	\$ 18.201,37
8	\$ 18.201,37	\$ 437,41	\$ 170,73	\$ 266,68	\$ 17.934,70
9	\$ 17.934,70	\$ 437,41	\$ 168,23	\$ 269,18	\$ 17.665,52
10	\$ 17.665,52	\$ 437,41	\$ 165,70	\$ 271,70	\$ 17.393,81
11	\$ 17.393,81	\$ 437,41	\$ 163,15	\$ 274,25	\$ 17.119,56
12	\$ 17.119,56	\$ 437,41	\$ 160,58	\$ 276,82	\$ 16.842,74
13	\$ 16.842,74	\$ 437,41	\$ 157,98	\$ 279,42	\$ 16.563,32
14	\$ 16.563,32	\$ 437,41	\$ 155,36	\$ 282,04	\$ 16.281,27
15	\$ 16.281,27	\$ 437,41	\$ 152,72	\$ 284,69	\$ 15.996,59
16	\$ 15.996,59	\$ 437,41	\$ 150,05	\$ 287,36	\$ 15.709,23
17	\$ 15.709,23	\$ 437,41	\$ 147,35	\$ 290,05	\$ 15.419,17
18	\$ 15.419,17	\$ 437,41	\$ 144,63	\$ 292,77	\$ 15.126,40
19	\$ 15.126,40	\$ 437,41	\$ 141,89	\$ 295,52	\$ 14.830,88
20	\$ 14.830,88	\$ 437,41	\$ 139,11	\$ 298,29	\$ 14.532,59
21	\$ 14.532,59	\$ 437,41	\$ 136,32	\$ 301,09	\$ 14.231,50
22	\$ 14.231,50	\$ 437,41	\$ 133,49	\$ 303,91	\$ 13.927,58
23	\$ 13.927,58	\$ 437,41	\$ 130,64	\$ 306,77	\$ 13.620,81
24	\$ 13.620,81	\$ 437,41	\$ 127,76	\$ 309,64	\$ 13.311,17
25	\$ 13.311,17	\$ 437,41	\$ 124,86	\$ 312,55	\$ 12.998,62
26	\$ 12.998,62	\$ 437,41	\$ 121,93	\$ 315,48	\$ 12.683,15
27	\$ 12.683,15	\$ 437,41	\$ 118,97	\$ 318,44	\$ 12.364,71
28	\$ 12.364,71	\$ 437,41	\$ 115,98	\$ 321,43	\$ 12.043,28
29	\$ 12.043,28	\$ 437,41	\$ 112,97	\$ 324,44	\$ 11.718,84
30	\$ 11.718,84	\$ 437,41	\$ 109,92	\$ 327,48	\$ 11.391,36
31	\$ 11.391,36	\$ 437,41	\$ 106,85	\$ 330,56	\$ 11.060,80
32	\$ 11.060,80	\$ 437,41	\$ 103,75	\$ 333,66	\$ 10.727,15
33	\$ 10.727,15	\$ 437,41	\$ 100,62	\$ 336,79	\$ 10.390,36
34	\$ 10.390,36	\$ 437,41	\$ 97,46	\$339,94	\$ 10.050,42

35	\$ 10.050,42	\$ 437,41	\$ 94,27	\$ 343,13	\$ 9.707,28
36	\$ 9.707,28	\$ 437,41	\$ 91,05	\$ 346,35	\$ 9.360,93
37	\$ 9.360,93	\$ 437,41	\$ 87,81	\$ 349,60	\$ 9.011,33
38	\$ 9.011,33	\$ 437,41	\$ 84,53	\$ 352,88	\$ 8.658,45
39	\$ 8.658,45	\$ 437,41	\$ 81,22	\$ 356,19	\$ 8.302,26
40	\$ 8.302,26	\$ 437,41	\$ 77,88	\$ 359,53	\$ 7.942,73
41	\$ 7.942,73	\$ 437,41	\$ 74,50	\$ 362,90	\$ 7.579,83
42	\$ 7.579,83	\$ 437,41	\$ 71,10	\$ 366,31	\$ 7.213,52
43	\$ 7.213,52	\$ 437,41	\$ 67,66	\$ 369,74	\$ 6.843,78
44	\$ 6.843,78	\$ 437,41	\$ 64,19	\$ 373,21	\$ 6.470,56
45	\$ 6.470,56	\$ 437,41	\$ 60,69	\$ 376,71	\$ 6.093,85
46	\$ 6.093,85	\$ 437,41	\$ 57,16	\$ 380,25	\$ 5.713,61
47	\$ 5.713,61	\$ 437,41	\$ 53,59	\$ 383,81	\$ 5.329,79
48	\$ 5.329,79	\$ 437,41	\$ 49,99	\$ 387,41	\$ 4.942,38
49	\$ 4.942,38	\$ 437,41	\$ 46,36	\$ 391,05	\$ 4.551,33
50	\$ 4.551,33	\$ 437,41	\$ 42,69	\$ 394,71	\$ 4.156,62
51	\$ 4.156,62	\$ 437,41	\$ 38,99	\$ 398,42	\$ 3.758,20
52	\$ 3.758,20	\$ 437,41	\$ 35,25	\$ 402,15	\$ 3.356,05
53	\$ 3.356,05	\$ 437,41	\$ 31,48	\$ 405,93	\$ 2.950,12
54	\$ 2.950,12	\$ 437,41	\$ 27,67	\$ 409,73	\$ 2.540,39
55	\$ 2.540,39	\$ 437,41	\$ 23,83	\$ 413,58	\$ 2.126,81
56	\$ 2.126,81	\$ 437,41	\$ 19,95	\$ 417,46	\$ 1.709,35
57	\$ 1.709,35	\$ 437,41	\$ 16,03	\$ 421,37	\$ 1.287,98
58	\$ 1.287,98	\$ 437,41	\$ 12,08	\$ 425,32	\$ 862,66
59	\$ 862,66	\$ 437,41	\$ 8,09	\$ 429,31	\$ 433,34
60	\$ 433,34	\$ 437,41	\$ 4,06	\$ 433,34	\$ 0,00

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

La deuda se acabará de pagar dentro de 5 años, durante este periodo se pagarán cuotas fijas.

Tabla 60-3: Gastos financieros

Gastos financieros de 5 años

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Interés	\$ 2.091,61	\$ 1.717,31	\$ 1.298,63	\$ 830,32	\$ 306,49

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

Los gastos financieros vienen hacer los intereses de la deuda que se realizó en el banco Pichincha los cuales son de 5 años, en el año 1 tenemos un valor de \$ 2.091,61 en el año 2 \$ 1.717,31 en el año 3 1.298,63 en el año 4 \$ 830,32 y el año 5 \$ 306,49.

3.3.4.4 Costo del proyecto

Dentro de los costos del proyecto tenemos los siguientes costos:

1. Mano de obra directa

Dentro de este rubro se considerará a los trabajadores que están directamente relacionados con el proceso de producción, como se muestra en la siguiente tabla a continuación.

Tabla 61-3: Sueldo de mano de obra directa de un mes

Sueldo de mano de obra directa de un mes					
Cargo	Sueldo básico	Décimo tercero	Décimo cuarto	Aporte patronal	Total de sueldo
Jefe de área y recepcionista	\$400,00	\$33,33	\$33,33	\$44,6	\$511,26
Clasificador y lavador	\$400,00	\$33,33	\$33,33	\$44,6	\$511,26
Empacador y bodeguero	\$400,00	\$33,33	\$33,33	\$44,6	\$511,26
Distribuidor	\$400,00	\$33,33	\$33,33	\$44,6	\$511,26
Total mensual	\$1.600,00	\$133,32	\$133,32	\$178,4	\$2.045,04
Total anual	12 meses				\$24.540,48

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

En la tabla anterior se realizó el cálculo del sueldo de mano de obra directa es decir los que están relacionados directamente con el proceso de producción, el cual está conformado por el sueldo que es de \$ 400,00, el décimo tercero se calculó dividiendo el sueldo para 12 meses dándonos como resultado \$ 33.33, posterior tenemos el décimo cuarto que se calcula en base al salario básico unificado que es de \$ 400,00 para el año 2021 por ello nos da un valor de \$ 33.33, luego se procede a calcular el aporte patronal el sueldo multiplicado por 11,15% dándonos un resultado de \$ 44,6 después de haber hecho todos los cálculos se procede a sumar para obtener el sueldo que va a percibir cada trabajador que es de \$ 511,26.

2. Mano de obra indirecta

Dentro de este rubro tenemos al gerente general, a la contadora y al jefe de área de producción para ello detallamos a continuación.

Tabla 62-3: Sueldo de mano de obra indirecta de un mes

Sueldo de mano de obra indirecta					
Cargo	Sueldo básico	Décimo tercero	Décimo cuarto	Aporte patronal	Total de sueldo
Gerente general	\$600,00	\$33,33	\$50,00	\$66,9	\$750,23
Contadora	\$550,00	\$33,33	\$45,83	\$61,33	\$690,49
Total mensual	\$1.150,00	\$66,66	\$95,83	\$128,23	\$1.440,72
Total anual	12 meses				\$17.288,64

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

Análisis

Tenemos un total mensual de \$1.440,72 en mano de obra indirecta incluido los beneficios sociales que está conformado por un gerente, contadora y el jefe de producción, para tener el valor anual se multiplica por los 12 meses dándonos un valor de \$17.288,64.

3. Costos indirectos de fabricación

En los costos indirectos se implementará el consumo de agua y de luz y los materiales indirectos para el proceso de producción los cuales se detallará a continuación.

Tabla 63-3: Costos indirectos de fabricación

Costos indirectos de fabricación				
Detalle	Tiempo	Valor total	Nº meses	Total anual
Agua potable	1 mes	\$200,00	12	\$2.400,00
Luz eléctrica	1 mes	\$150,00	12	\$1.800,00
Papel film etiquetado	1 mes	\$1.500,00	12	\$18.000,00
Mantenimiento	1 mes	\$100,00	12	\$1.200,00
Desinfectante	1 mes	\$300,00	12	\$3.600,00
Total		\$2.250,00		\$27.000,00

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

El rubro total de costos indirectos de fabricación es de \$2.250,00 por mes lo cual se multiplica por los 12 meses que es el año dándonos un valor de \$27.000,00.

4. Costo de producción

Los costos de producción están conformados por mano de obra directa, materia prima directa y los costos indirectos de fabricación los cuales se puntualizó anterior mente.

Tabla 64-3: Costos de producción

Hoja de costos y gastos de producción			
Producto: Cebolla blanca		Unidades producidas: 672.000 unidades precio compra: 0,90	
Costos de producción (planta)			
Detalle	Valor	Valor anual	
	costos directos	\$629.340,48	
Materia prima directa (cebolla blanca)	\$604.800,00		
Mano de obra directa	\$24.540,48		
	Costos indirectos de fabricación	\$27.000,00	
CIF	\$27.000,00		
Costo total de producción		\$656.340,48	
Gastos administrativos y venta	\$21.092,64		
Gastos financieros	2.091,61		
Costo de venta		\$679.524,73	

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Viteri V. 2021

Se obtiene un total de \$679.524,73 anual que viene hacer el costo de producción en el centro de acopio.

5. Activos fijos

En este rubro se detalla a continuación todos los activos que el centro de acopio posee.

Tabla 65-3: Activos fijos

Activos fijos	
Detalle	Valor
Terreno	\$7.000,00
Edificio	\$10.000,00
Maquinaria y equipo	\$15.400,00
Muebles y enseres	\$770,00
Implementos de trabajo	\$345,00
Equipo de oficina	\$248,00
Equipo de computo	\$3.400,00
Vehículo	\$37.000,00
Suministro de limpieza	\$247,00
Total de activos fijos	\$74.410,00

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Viteri V. 2021

En la tabla anterior se detalló el rubro que se requiere para adquirir los activos fijos del centro de acopio que es de \$ 74.410,00.

6. Activos diferidos

Los activos diferidos del centro de acopio se detallan a continuación en la siguiente tabla.

Tabla 66-3: Activos diferidos

Detalle	Valor total
Gastos de instalación	\$ 250,00
Tramites de constitución	\$ 150,00
Permisos de funcionamiento	\$ 200,00
Papelería	\$ 300,00
total de activos diferidos	\$ 900,00

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

El total de los activos diferidos es de \$ 900,00 el cual se debe dar antes de poner en marcha el proyecto, ya que son necesarios para dar paso al funcionamiento del centro de acopio “Productores de Galán” en la parroquia Santa Fé de Galán.

7. Depreciación de activos fijos

Tabla 67-3: Depreciación activos fijos

Depreciación de activos fijos					
Detalle	Valor	% depreciación	vida útil	valor /desecho	valor / depreciación
Edificio	\$10.000,00	5%	20 años	\$500,00	\$475,50
Maquinaria y equipo	\$15.400,00	10%	10 años	\$1.540,00	\$1.386,00
Muebles y enseres	\$770,00	10%	10 años	\$77,00	\$69,30
equipo de oficina	\$248,00	10%	10 años	\$24,80	\$22,32
equipo de computo	\$3.400,00	33%	3 años	\$1.122,00	\$759,33
Vehículo	\$37.000,00	20%	5 años	\$7.400,00	\$5.920,00
total de depreciación					\$8.632,45

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

Para calcular el valor de la depreciación se resta el valor del activo con el valor de desecho y se divide para los años de vida útil del activo, es por ellos que tenemos un rubro total de \$ 8.632,45 de depreciación anual.

8. Amortización de los activos diferidos.

Dentro de este rubro se detalla a continuación la amortización de cada activo diferido que tiene el centro de acopio “Productores de Galán”.

Tabla 68-3: Amortización de activos fijos

Detalle	Valor total	# de años	V/ amortización
Gastos de instalación	\$250,00	5	\$50,00
Tramites de constitución	\$150,00	5	\$30,00
Permisos de funcionamiento	\$200,00	5	\$40,00
Papelería	\$300,00	5	\$60,00
Total de amortización	\$900,00		\$180,00

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

Se obtiene como resultado de amortización de los activos diferidos un rubro de \$180,00 anual.

3.3.4.5 Ingresos

Los ingresos constituyen la parte más importante del proyecto, los cuales provienen de la venta del producto, en este caso tenemos 672.000 atados de cebolla blanca esta cantidad va en función al tamaño del proyecto.

Los ingresos se calculan multiplicando la cantidad de productos por el precio de venta de cada unidad la fórmula es.

$$I= QXP$$

Tabla 69-3: Ingresos por venta de cebolla blanca

Tabla de ingresos de venta de cebolla			
Tiempo	Cantidad	Precio	Valor total
1 año	672.000 atados	\$1,15	\$772.800,00

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

Esta tabla demuestra los resultados de los ingresos anuales que es de \$840.000,00 por la venta de cebolla blanca.

Tabla 70-3: Proyección de los ingresos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas anuales	\$772.800,00	\$795.984,00	\$819.863,52	\$844.459,43	\$869.793,21

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Viteri V. 2021

Para el primer año se tiene ventas anuales de \$772.800,00 para la proyección se tomó un 3% de incremento al año en las ventas, para ello se multiplica las ventas del año 1 por el porcentaje es así que nos arroja un resultado para el segundo año la cantidad de \$795.984,00 y así sucesivamente hasta el año quinto.

3.3.4.7 Estado de resultados

En la siguiente tabla se va a realizar el estado de resultados proyectado para 5 años, se define a continuación.

Tabla 71-3: Estado de resultado proyectado

ESTADO DE RESULTADOS						
Descripción	% incremento	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Anuales		\$772.800,00	\$795.984,00	\$819.863,52	\$844.459,43	\$869.793,21
Costo Ventas	3%	\$656.340,48	\$676.030,694	\$696.311,615	\$717.200,964	\$738.716,993
Materia Prima Directa		\$604.800,00	\$622.944,00	\$641.632,32	\$660.881,29	\$680.707,73
MOD		\$24.540,48	\$25.276,69	\$26.035,00	\$26.816,05	\$27.620,53
CIF		\$27.000,00	\$27.810,00	\$28.644,30	\$29.503,63	\$30.388,74
Utilidad bruta en ventas		\$116.459,52	\$119.953,31	\$123.551,90	\$127.258,47	\$131.076,22
GASTO OPERACIONAL		\$31.996,70	\$32.255,18	\$32.488,26	\$32.691,27	\$32.858,89
Rem. Personal administrativo	3%	\$17.288,64	\$17.807,30	\$18.341,52	\$18.891,76	\$19.458,52
Suministros Aseo	3%	\$144,00	\$148,32	\$152,77	\$157,35	\$162,07
Servicios básicos	3%	\$1.620,00	\$1.668,60	\$1.718,66	\$1.770,22	\$1.823,32
papelería	3%	\$840,00	\$865,20	\$891,16	\$917,89	\$945,43
Publicidad	3%	\$1.200,00	\$1.236,00	\$1.273,08	\$1.311,27	\$1.350,61
Gastos Depreciación		\$8.632,45	\$8.632,45	\$8.632,45	\$8.632,45	\$8.632,45
Gasto Amortización		\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00
Gasto Financiero		\$2.091,61	\$1.717,31	\$1.298,63	\$830,32	\$306,49
Utilidad antes Impuestos		\$84.462,82	\$87.698,13	\$91.063,64	\$94.567,20	\$98.217,33
15% Participación Utilidades		\$12.669,42	\$13.154,72	\$13.659,55	\$14.185,08	\$14.732,60
Utilidad antes de impuesto a la renta		\$71.793,40	\$74.543,41	\$77.404,10	\$80.382,12	\$83.484,73
25% Impuesto Renta		\$17.948,35	\$18.635,85	\$19.351,02	\$20.095,53	\$20.871,18
Utilidad bruta		\$53.845,05	\$55.907,56	\$58.053,07	\$60.286,59	\$62.613,54

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

En la tabla anterior tenemos el estado de resultado proyectado para cinco años que dura el proyecto para lo cual se tomó un 3% de crecimiento. Se puede observar que no tenemos perdidas ni en el primer año ya que es muy común que existe perdidas en el primer año, pero nuestro proyecto es lo contrario desde el primer año nos genera ganancia de \$ \$53.845,05.

3.3.4.4 Balance general

Tabla 72-3: Estado de resultado proyectado

		Estado de resultado				
<u>Activo</u>						
Activo corriente		\$500,00	\$90.992,32	\$99.927,23	\$108.623,23	\$117.044,53
Caja		\$500,00	\$91.532,32	\$99.927,23	\$108.623,23	\$117.044,53
Activo no corriente		\$66.497,55	\$57.685,10	\$48.872,65	\$40.060,20	\$31.247,75
Activo fijo		\$65.777,55	\$57.145,10	\$48.512,65	\$39.880,20	\$31.247,75
Depreciación acumulada	\$8.632,45	\$8.632,45	\$8.632,45	\$8.632,45	\$8.632,45	\$8.632,45
Equipo y maquinaria	\$74.410,00	\$74.410,00	\$65.777,55	\$57.145,10	\$48.512,65	\$39.880,20
Activo diferido	\$900,00	\$720,00	\$540,00	\$360,00	\$180,00	\$0,00
Instalaciones	\$900,00	\$900,00	\$720,00	\$540,00	\$360,00	\$180,00
Amortización instalación	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00
Total de activo		\$66.997,55	\$148.677,42	\$148.799,88	\$148.683,43	\$148.292,28
<u>Pasivo</u>						
Pasivo corriente		\$0,00	\$30.617,77	\$31.790,57	\$33.010,57	\$34.280,61
15% part. Trabajadores		\$0,00	\$12.669,42	\$13.154,72	\$13.659,55	\$14.185,08
25% imp. Renta		\$0,00	\$17.948,35	\$18.635,85	\$19.351,02	\$20.095,53
Pasivo no corriente		\$23.157,25	\$20.374,30	\$17.261,45	\$13.779,49	\$9.884,78
Préstamo a largo plazo	\$20.000,00	\$20.000,00	\$16.842,75	\$13.311,20	\$9.360,95	\$4.942,41
Amortización deuda		\$3.157,25	\$3.531,55	\$3.950,25	\$4.418,54	\$4.942,37
Total pasivo		\$23.157,25	\$50.992,07	\$49.052,02	\$46.790,06	\$44.165,39
<u>Patrimonio</u>						
Capital social		\$43.840,30	\$43.840,30	\$43.840,30	\$43.840,30	\$43.840,30
Utilidad		\$0,00	\$53.845,05	\$55.907,56	\$58.053,07	\$60.286,59
Total patrimonio		\$43.840,30	\$97.685,35	\$99.747,86	\$101.893,37	\$104.126,89
Total pasivo y patrimonio		\$66.997,55	\$148.677,42	\$148.799,88	\$148.683,43	\$148.292,28

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Viteri V. 2021

En la tabla anterior se presenta el balance general del centro de acopio “Productores de Galán” el cual se ubicará en la parroquia Santa Fé de Galán.

3.3.4.8 Flujo de efectivo

Para la proyección de flujo de caja se realizó mediante el incremento del 3% el cual se desarrolla a continuación.

Tabla 73-3: Flujo de efectivo

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Inicial	\$75.310,00					
Ventas Anuales		\$772.800,00	\$795.984,00	\$819.863,52	\$844.459,43	\$869.793,21
Costo Fijo		\$29.905,09	\$30.537,87	\$31.189,63	\$31.860,95	\$32.552,40
Gastos administrativos y de venta	\$21.092,64	\$21.092,64	\$21.725,42	\$22.377,18	\$23.048,50	\$23.739,95
Gasto amortización	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00
Gasto depreciación	\$8.632,45	\$8.632,45	\$8.632,45	\$8.632,45	\$8.632,45	\$8.632,45
Costo Variable		\$658.432,09	\$677.748,00	\$697.610,25	\$718.031,28	\$739.023,48
Costos de producción	\$656.340,48	\$656.340,48	\$676.030,69	\$696.311,62	\$717.200,96	\$738.716,99
Gastos financieros	\$2.091,61	\$2.091,61	\$1.717,31	\$1.298,63	\$830,32	\$306,49
Total Costos		\$688.337,18	\$708.285,87	\$728.799,88	\$749.892,23	\$771.575,88
Utilidad antes de Impuestos		\$84.462,82	\$87.698,13	\$91.063,64	\$94.567,20	\$98.217,33
15% Part. Trab. Utilidades		\$12.669,42	\$13.154,72	\$13.659,55	\$14.185,08	\$14.732,60
Utilidad antes del impuesto a la renta		\$71.793,40	\$74.543,41	\$77.404,10	\$80.382,12	\$83.484,73
25% Impuesto a la Renta		\$17.948,35	\$18.635,85	\$19.351,02	\$20.095,53	\$20.871,18
Utilidad después de Impuestos		\$53.845,05	\$55.907,56	\$58.053,07	\$60.286,59	\$62.613,54
(+) Depreciación		\$8.632,45	\$8.632,45	\$8.632,45	\$8.632,45	\$8.632,45
(+) Amortización		\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00
Flujo de caja anual		\$62.657,50	\$64.720,01	\$66.865,52	\$69.099,04	\$71.425,99

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Viteri V. 2021

Para determinar el flujo de caja se toma en cuenta las ventas anuales, los costos y gastos totales de cada año para así proyectar para los 5 años que es la vida del proyecto.

3.3.5 Evaluaciones del proyecto

En este apartado se realizará la evaluación económica y financiera del proyecto que se toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo.

3.3.5.1 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto en sus siglas VAN es el valor de la suma de los flujos de caja actualizada y se resta la inversión inicial. Este procedimiento se realiza mediante la siguiente formula.

$$VAN = -II + \sum \frac{\text{Flujo de caja}}{(1 + i)^n}$$

Tabla 74-3: Valor actual neto

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja	-\$75.310,00	\$62.657,50	\$64.720,01	\$66.865,52	\$69.099,04	\$71.425,99
Año	0	1	2	3	4	5
Valor presente	-\$75.310,00	\$56.321,35	\$52.292,39	\$48.562,63	\$45.109,91	\$41.913,72
Tasa						11,25%
VAN						\$168.889,99
TIR						82%

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Viteri V. 2021

Para la toma de decisiones sobre el VAN tenemos las siguientes condiciones que debe cumplir:

VAN es > 0 el proyecto es rentable

VAN es = 0 el proyecto sigue siendo rentable

VAN es < 0 el proyecto ya no es rentable

En la tabla anterior se realizó el cálculo del VAN, el cual nos dio un resultado de \$ 168.889,99 cual es bueno ya que es mayor a 0 eso quiere decir que el proyecto es rentable.

3.3.5.2 Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno viene a ser la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

TIR= 82%

El valor de la tasa interna de retorno es TIR= 82% la cual fue calculada mediante la forma en Excel, al tener una TIR mayor a 0 el proyecto es factible y viable.

3.3.5.3 Relación beneficio costo (R B/C)

Para el cálculo de relación beneficio costo se tiene que tomar en consideración los ingresos y los egresos del proyecto a los cuales se debe actualizar con la tasa de oportunidad que es del 8% anual, a continuación, se detalla la formula con la cual se realiza la valoración de la relación costo beneficio.

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{\text{VAN Ingresos}}{\text{VAN Egresos}}$$

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{2994929,058}{2737950,62} = 1,09$$

Tabla 75-3: Relación beneficio costo

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	VAN total
Ventas anuales		\$772.800,00	\$795.984,00	\$819.863,52	\$844.459,43	\$869.793,21	
Total de costos	\$75.310,00	\$688.337,18	\$708.285,87	\$728.799,88	\$749.892,23	\$771.575,88	
	0	1	2	3	4	5	
VAN costo	\$75.310,00	618.730,049	572.279,961	529.307,726	489.551,939	452.770,94	\$2.737.950,62
VAN ingresos	0	694.651,685	643.138,19	595.444,796	551.288,218	510.406,169	2.994.929,058

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Viteri V. 2021

Tenemos como resultado de la relación beneficio costo de 1,09 el cual nos quiere decir que si es mayor a 1 el proyecto de factibilidad para la creación del centro de acopio en la parroquia Santa Fé de Galán es factible y viable.

3.3.5.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Para el cálculo de periodo de recuperación de la inversión se tiene que tomar en cuenta la inversión inicial y el flujo de caja para lo cual tenemos al siguiente formula.

$$\text{PRI} = \frac{\text{II}}{\text{FC}} = \frac{\$ 75.310,00}{\$62.657,50} = 1,20$$

$$\text{PRI} = 1,20$$

El periodo de recuperación de la inversión para la puesta en marcha del centro de acopio “Productores de Galán” en la parroquia Santa Fé de Galán es de 14 meses con 72 días aproximadamente.

3.3.5.5 Evaluación social

En la evaluación social identificamos los beneficiarios desde el punto de vista del impacto social que este proyecto de en la sociedad, mediante beneficiarios directos e indirectos que obtendremos con la creación del proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio para la comercialización de cebolla blanca, ubicado en la provincia de Chimborazo, cantón Guano, parroquia Santa FÉ de Galán.

Tabla 76-3: Beneficiarios directos

Beneficiarios directos	
Características	N°
Presidenta del GAD Parroquial	1
MAGAP	1
Los socios	5
TOTAL beneficiarios	7

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Viteri V. 2021

Al realizar el proyecto en la parroquia Santa Fé de Galán los beneficiarios directos son los productores de la zona y sus autoridades como el GAD Parroquial, MAGAP y los 5 socios quienes son los que inyectan capital inicial para llevar a cabo la ejecución del proyecto.

Tabla 77-3: Beneficiarios indirectos

Beneficiarios indirectos		
Características	N° de miembros de familia	N°
Productores (proveedores)	1 jefe de hogar	640
Familiares de los proveedores	3	720
Total beneficiarios indirectos		1.920

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Viteri V. 2021

Tenemos como beneficiarios indirectos a los productores de la zona quienes vienen ser los proveedores de materia prima del centro de acopio quienes son los jefes del hogar por lo tanto tenemos 640 personas, y a sus familiares que son 3 miembros en cada hogar que equivale a 1920 personas, dándonos un total de beneficiarios indirectos de 960 habitantes de la parroquia.

3.3.5.6 Evaluación ambiental

En el presente proyecto de factibilidad el impacto al medio ambiente es bajo ya que no se trata de una empresa industrial por lo tanto no se va a contaminar el medio ambiente, la función principal del centro de acopio es realizar un proceso de limpieza a la cebolla blanca para su comercialización en la cual se va a utilizar grandes cantidades de agua la cual va a ser reutilizable.

Como acción principal tenemos todo el desperdicio de agua durante el proceso de limpieza se va a depositar en un sistema de reservorio para luego dar un segundo uso como es:

Distribuir esa agua a las diferentes hectáreas de potrero que tiene la parroquia una cierta cantidad y la otra contraparte realizar un tratamiento de limpieza de agua para volver a reutilizar en la parte de aseo del centro de acopio, de baldear los pisos, etc.

CONCLUSIONES

- Mediante el estudio teórico se logró identificar la importancia de contar con un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio para la comercialización de cebolla blanca con la finalidad de cubrir la oferta y la demanda con la finalidad de mejorar las condiciones de vida al vender su producto a precios reales, objetivos y rentables.
- De acuerdo al estudio de mercado se determina que los productores de cebolla blanca de la parroquia Santa Fé de Galán no cuentan con un establecimiento donde ellos puedan vender sus productos, garantizando un precio justo para que logren tener un ingreso estable y puedan mejorar su calidad de vida, también se identificó que existe un alto nivel de demanda del producto en el mercado provincial, lo que implica que este proyecto será favorable para cubrir los requerimientos nacionales y el desarrollo comunitario. Por otro lado se considera viable la ejecución del proyecto en la parroquia Santa Fé de Galán desde el punto de vista técnico, en virtud de que se encuentra ubicada geográficamente dentro de una zona alta en producción agrícola de cebolla blanca.
- En el análisis económico se determinó que el presente proyecto es factible ejecutarlo ya que se obtuvo un Valor Actual Neto positivo de \$ 168.889,99 y una Tasa Interna de Retorno de 82% con un beneficio costo de 1,09 por cada dólar invertido en el proyecto, y se pretende recuperar la inversión en 14 meses aproximadamente con 72 días. La investigación determina que el proyecto es posible ejecutarse por lo beneficios comunitarios tanto en la oferta de rentabilidad a sus productores como en la creación de fuentes de trabajo para los moradores de la parroquia.

RECOMENDACIONES

- Es importante recomendar a las autoridades de la parroquia Santa Fe de Galán a que tomen de referencia todo el proceso de investigación para la creación del centro de acopio “Productores de Galán” con la finalidad de enmarcarse en normativas legales, técnicas y procesos administrativos para una eficiente funcionalidad empresarial.
- Es fundamental tener en cuenta la oferta y la demanda en base al estudio de mercado con la finalidad de tener fundamentos técnicos para la ejecución del proyecto de productores de cebolla en la parroquia Santa Fe de Galán, así también deben tener presente la infraestructura y financiamiento para un normal funcionamiento del establecimiento donde ellos puedan vender sus productos, garantizando un precio justo para obtener ingresos estables que favorezcan al mejoramiento de la calidad de vida.
- De acuerdo a los resultados económicos obtenidos en el presente trabajo de investigación, se recomienda que es prudente poner en marcha la ejecución del proyecto ya que después de todos los estudios pertinentes es factible y sostenible crear un centro de acopio en la parroquia Santa Fé de Galán, siendo este el sitio propicio para generar desarrollo económico en la parroquia y el país.

GLOSARIO

Proyecto de factibilidad: Un proyecto de factibilidad consiste en realizar un proceso de investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta que servirá de modelo para su ejecución tendiente a solucionar problemas o necesidades de organizaciones o grupos sociales (Martínez, 2002).

Centro de acopio: El centro de acopio ayuda a los agricultores a que sus productos tengan mejor calidad y así puedan tener la oportunidad de comercializar en canales más directos y eficientes (De Espada, Torrealba, & Torres, 1974).

Estudio de mercado: En todo proyecto de factibilidad se debe realizar un estudio de mercado mediante el uso de herramientas de investigación para identificar las necesidades como las posibilidades de compra-venta de los futuros consumidores (Malhotra, 2016).

VAN: Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados la inversión Inicial (Baca G. , 2018).

BIBLIOGRAFÍA

- Alcívar, A. (2019). *Proyecto de Factibilidad para la creación de un centro de acopio y enfriamiento de leche en la comunidad de San Martín*. . Riobamba : Espoch.
- Arboleda, G. (2001). *PROYECTOS Formulación, Evaluación y Control* (cuarta edición ed.). Colombia: Cargraphics S.A.
- Arias, J., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). *El protocolo de investigación III: la población de estudio*. México: Rev Alerg Méx.
- Armstrong, & Kotler. (2013). *Fundamentos del Marketing*. México: Pearson.
- Baca, G. (1998). *Evaluación de Proyectos* . México : Mex .
- Bajaña, A., & González, R. (2012). *Estudio de factibilidad para la comercialización y distribución de embutidos tienda a tienda en el sector norte del cantón Milagro*. Milagro: Repositorio Dspace.
- Becerra, R. (2018). *Segmentación de mercados: definición, tipos y estrategias* . España: AB Tasty .
- Bracho, M. (2014). *Determinación del Tamaño Óptimo*. Santa Ana de Coro: Empresariales.
- Bravo, M. (2011). *Contabilidad General*. Quito: UIDE.
- Conesa, E. (2018). *Línea de manipulación: lavado, tratamiento, seleccion, calibrado y envasado*. Valencia : FOMESAFRUITTECH.
- Corrillo, F. (2016). *Estudio de localizacion de un proyecto*. Bolivia : Ventana científica.
- Dávila, G. (2018). *El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales*. Caracas, Venezuela: Laurus.
- De Espada, A., Torrealba, J., & Torres, J. (1974). *Manual sobre centros de acopio*. Lima: Miscelánea.
- García, I. (2017). *definición de Distribución*. Dominicana: EconomíaSimple.net.
- Iza, S. (2015). *Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio de cebolla blanca en el barrio la libertad*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Kotler, P. (2014). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación de México.
- Luna, R., & Chaves, D. (2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*. Guatemala : PROARCA /CAPAS/USAID.
- Malhotra, N. (2016). *Investigación de mercados*. México: PEARSON Educación de México.
- Martínez, J. (2018). *ingresos, costes y beneficio*. Malaga: Econosublime.
- Martínez, J. M. (2002). *proyecto factible una modalidad de investigación*. Caracas Venezuela: Sapiens.
- Mata, L. (2019). *El enfoque cuantitativo y cualitativo de investigación*. México : investigalia.
- Mejía, C. (2005). *método para la determinación del precio* . Medellín - Colombia : Planning S.A. .

- Méndez, D. (2019). *Maquinaria o equipo requerido*. México: EconomíaSimple.net .
- Mendez, G. (2010). *Implementacion de centros de acopios*. Quito: Ministerio de agricultura y ganadería.
- Meneses, J. (2019). *Estudio Técnico*. Panamá: Slidershare.
- Mintzberg, H. (2015). *ingresos y egresos* . Canada: Concepto.de.
- Muñoz, K. (2018). *Proyecto de Factibilidad para la creación de un centro de acopio para la comercializadora de productos agrícolas en la parroquia los Andes del cantón Patate*. Riobamba : Espoch .
- Neill, D., & Cortez, L. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. . Machala - Ecuador: UTMACH.
- Olalla, J. (2016). *Proyecto de Factibilidad para la implementación de un centro de acopio de productos agrícolas de la feria Ciudadana Productores, provincia de Pastaza*. Riobamba : Espoch .
- Ortega, E. (2012). *Tipos de proyectos y árbol de problemas*. Colombia : Universidad Santiago de Cali .
- Panamericana, U. (2019). *La importancia de un estudio técnico en los proyectos de inversión*. México: CENTROS CULTURALES DE MÉXICO A.C.
- Pariani, B. (2014). *evaluacion de proyectos sociales* . Argentina: Latinoamericano.
- Quiroa, M. (2019). *Mercado, Ideas importantes en todo proceso productivo*. Estados unidos: economipedia.
- Raffino, M. (2020). *concepto de oferta, infraestructura organizacional* . Argentina: Concepto.de.
- Ramirez, I. (2019). *Conceptos e importancia de los proyectos de inversión*. Quito: Efecto Digital.
- Riquelme, M. (2019). *Demanda (ley de demanda, características, definición y tipos)*. Madrid : Web y Empresas .
- Robles, C. (2012). *Costos Históricos* . México : Red Tercer Mileniu S.C. .
- Romero, O., Hidalgo, A., & Correa, H. (2018). *Plan de negocios. Un enfoque práctico en el sector comercio*. Machala- Ecuador: UTMACH.
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación* . México: INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sevilla, A., & Peiró, A. (2019). *Precio* . Madrid: Economipedia .
- Vallejo, D. (2020). *Estudio de Factibilidad para la creación de un centro de acopio de leche de ganado vacuno, parroquia Cebadas, Cantón Guamate*. Riobamba : Unach.
- Vallejo, H., & Chiliquinga, M. (2017). *COSTOS Modalidad Órdenes de Producción* . Ibarra- Ecuador : UTN2017.

ANEXOS

ANEXO A: Encuesta a los productores de cebolla blanca de la parroquia santa fe de galán

OBJETIVO: Determinar la factibilidad para la creación de un centro de acopio para la comercialización de cebolla blanca, ubicado en la provincia de Chimborazo, cantón Guano, parroquia Santa Fé de Galán.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente cada una de las preguntas y conteste con sinceridad marcando con una X lo correcto.

Género		Edad			
Hombre	-----	20-30	-----	40-50	-----
Mujer	-----	30-40	-----	50-60	-----

CUESTIONARIO

1. ¿Usted cultiva cebolla blanca?

SI -----

NO -----

2. ¿El terreno que utiliza para el cultivo de cebolla blanca es?

Propio -----

Arrendado -----

Al partir -----

3. ¿Qué cantidad de terreno tiene destinado para el cultivo de cebolla blanca?

1 - 2 cuadras -----

2 - 3 cuadras -----

3 - 4 cuadras -----

4 - 5 cuadras -----

4. Las fuentes de financiamiento que utiliza para el proceso productivo es:

Capital propio -----

Prestado -----

Ambos -----

5. ¿Con qué frecuencia cosecha la cebolla blanca?

Semanal -----

Quincenal -----

Mensual -----

Trimestral -----

6. ¿Cuántos atados de cebolla blanca cosecha cada tres meses?

1000 - 2000 atados -----

2000 - 3000 atados -----

3000 - 4000 atados -----

4000 - 5000 atados -----

7. ¿Generalmente a qué precio vende cada atado de cebolla blanca?

\$0,50 - \$0,70 ----- \$0,70 - \$0,90 -----

\$0,90- \$1,10 ----- \$1,10 – \$1,30 -----

\$1,30 – \$1,50 -----

8. ¿Cuál es el lugar donde usted comercializa la cebolla blanca?

Mercado mayorista de Riobamba ----- Mercados locales -----

Tiendas ----- Supermercados -----

9. ¿Qué medio de transporte utiliza para llevar el producto al mercado?

Propio ----- Alquilado -----

10. ¿Por qué considera usted que el precio de la cebolla blanca es variable?

Falta de canales de comercialización ----- Exceso de producción -----

Intervención de los intermediarios ----- Intervención de comerciantes minoristas----

11. ¿Le gustaría que la cebolla blanca se comercialice de manera directa?

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

12. ¿Existe un centro de acopio en la parroquia de Santa Fe de Galán?

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

13. ¿Estaría de acuerdo en la creación de un centro de acopio de cebolla blanca para su comercialización directa?

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

14. ¿Le gustaría ser socio del centro de acopio?

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

15. ¿Dónde le gustaría que este ubicado el centro de acopio?

Barrio centro ----- Barrio norte ----- Barrio san francisco -----

16. ¿Está de acuerdo usted vender su producción al centro de acopio?

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

17. ¿Qué cantidad de su producción entregaría al centro de acopio?

100% ----- 75% ----- 50% ----- 25% -----

18. ¿A qué precio entregaría la cebolla blanca al centro de acopio?

\$0,90 - \$1,00 ----- \$1,00 - \$1,10 -----
\$1,10- \$1,20 ----- \$1,20 – \$1,30 -----

19. ¿Con qué frecuencia usted entregaría la cebolla blanca al centro de acopio?

Semanal ----- Quincenal ----- Mensual ----- Trimestral -----

20. ¿Dónde cree que el centro de acopio pueda vender la cebolla blanca?

Guayaquil ----- Riobamba ----- Quito ----- Cuenca ----- Machala -----

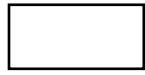
21. ¿Por qué razón entregaría su producción a un Centro de Acopio y no a intermediarios? Elija la opción pertinente:

Precio justo ----- Venta segura -----
Facilidad de transporte ----- Pago inmediato -----

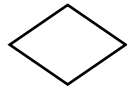
GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO B: Simbología de los procesos

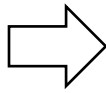
Simbología de los procesos



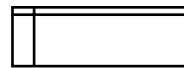
Actividad



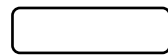
Decisión



Transporte



Almacenamiento interno



Proceso alternativo

ANEXO C: Fotografías



