



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

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
CENTRO DE ACOPIO DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN EL GAD  
PARROQUIAL DE FLORES, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA  
DE CHIMBORAZO”**

**Trabajo de Titulación**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar el grado académico de:

**INGENIERA DE EMPRESAS**

**AUTORA:**

**SARA FABIOLA YUNGAN YUNGAN**

Riobamba – Ecuador

2022



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

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
CENTRO DE ACOPIO DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN EL GAD  
PARROQUIAL DE FLORES, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA  
DE CHIMBORAZO”**

**Trabajo de Titulación**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar el grado académico de:

**INGENIERA DE EMPRESAS**

**AUTORA: SARA FABIOLA YUNGAN YUNGAN**

**DIRECTOR: Ing. Óscar Iván Granizo Paredes**

Riobamba – Ecuador

2022

© 2022, Sara Fabiola Yungan Yungan

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

Yo, Sara Fabiola Yungan Yungan, 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, 19 de abril 2022



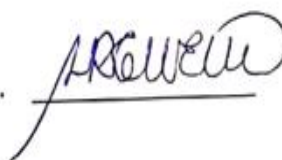
**Sara Fabiola Yungan Yungan**

**CI: 060483694-0**

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

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de titulación; tipo: proyecto de investigación **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN EL GAD PARROQUIAL DE FLORES, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, realizado por la señorita: **Sara Fabiola Yungan Yungan**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

Ing. Carlos Patricio Arguello Mendoza / PhD.  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**



19-04-2022

Ing. Oscar Iván Granizo Paredes  
**DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN**



19-04-2022

Ing. Juan Arnulfo Carrasco Pérez  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**



19-04-2022

## **DEDICATORIA**

Esta tesis está dedicada mis padres José Manuel Yungan Ilvis y María Yungan Mendoza quienes con sus oraciones han sido de gran apoyo para mi vida espiritual y social. A mis hermanos por su ayuda incondicional durante todo este proceso, llegando a mí con palabras alentadores y consejos que hicieron de mí una mejor persona.

A mis jefes de trabajo, Juana y William que me sustentaron económicamente hasta el séptimo semestre, de igual manera que agradezco a Lucía Tene y Edison Morocho quienes han sido mi fuente de trabajo hasta el día de hoy.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a mis mejores amigas Delia Daquilema y Belén Chinlli, por apoyarme cuando más las necesito, por extender su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día.

Siempre agradezco a Dios por este gran equipo que me acompañan en todos mis sueños y metas.

Sara

## AGRADECIMIENTO

Este trabajo de tesis en primer lugar quiero agradecer a Dios y a mi mejor amigo el Espíritu Santo por ser lumbrera en mi camino y un ancla en días difíciles, permitiéndome llegar hasta el final del sueño que he tenido.

A ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO por brindarme el privilegio de estudiar y convertirme en una profesional.

A mi director de Tesis Ing. Oscar Granizo e Ing. Juan Carrasco miembro de mi tesis quienes me ha dedicado su tiempo y esfuerzo compartiendo sus conocimientos mostrando hacia mi amabilidad y paciencia en tiempos de necesidad.

También quiero agradecer a mis profesores durante toda mi carrera universitaria ya que todos aportaron con un granito de arena a mi formación profesional, y en especial a mi profesor Ing., Fernando Veloz por sus consejos, su enseñanza, se mostró como un padre en la cual nos enseñó a hacer lo correcto.

De la misma manera agradecer a mi hermana Juanita que ha sido como madre para mí, me han dado un lugar para vivir mientras se cumple este sueño de ser profesional.

Y por último a mis jefes de trabajo Edison Morocho y Lucia Tene quienes han sido los pilares fundamentales para llegar al final de este sueño, con su comprensión, paciencia y ayuda han sido un motor muy importante para lograr este objetivo.

Hay varias personas a quienes quisiera agradecer por su amistad, consejos, ánimo, apoyo incondicional que han hecho de mí una persona madura y mejor para la sociedad, los llevo en mi corazón y en mis oraciones pidiéndole a Dios que la gracia sobreabunde en ustedes por todo lo que me han brindado. Para todos ustedes muchas gracias, Dios los bendiga

Sara

## TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	1

### CAPÍTULO I

<b>1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL .....</b>	<b>2</b>
<b>1.1. Antecedentes de la investigación.....</b>	<b>2</b>
<b>1.2. Factibilidad o viabilidad .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3. Tipos de Factibilidad.....</b>	<b>4</b>
<b>1.3.1. Factibilidad Operativa.....</b>	<b>4</b>
<b>1.3.2. Factibilidad Técnica.....</b>	<b>5</b>
<b>1.3.3. Factibilidad Económica .....</b>	<b>5</b>
<b>1.3.4. Factibilidad Política y Legal .....</b>	<b>5</b>
<b>1.4. Estructura del Estudio de Factibilidad .....</b>	<b>6</b>
<b>1.4.1. Análisis de la Oferta .....</b>	<b>6</b>
<b>1.4.2. Análisis de la Demanda.....</b>	<b>6</b>
<b>1.4.3. Análisis de los precios .....</b>	<b>7</b>
<b>1.4.4. Análisis de Comercialización .....</b>	<b>7</b>
<b>1.5. Objetivos de la Factibilidad.....</b>	<b>7</b>
<b>1.6. Estudio de Mercado .....</b>	<b>8</b>
<b>1.6.1. Importancia del Estudio de Mercado .....</b>	<b>9</b>
<b>1.7. Centro de Acopio.....</b>	<b>9</b>
<b>1.7.1. Finalidad del Centro de Acopio .....</b>	<b>10</b>
<b>1.8. Producción Agrícola.....</b>	<b>10</b>
<b>1.8.1. Comercialización de Productos Agrícolas .....</b>	<b>10</b>
<b>1.8.2. Ventajas de la producción agrícola .....</b>	<b>11</b>
<b>1.9. Cosecha y Almacenamiento de los productos agrícolas.....</b>	<b>12</b>
<b>1.9.1. Cosecha.....</b>	<b>12</b>
<b>1.9.2. Almacenamiento.....</b>	<b>12</b>
<b>1.9.3. Consumidor Final .....</b>	<b>13</b>



## CAPÍTULO II

<b>2.</b>	<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	14
<b>2.1.</b>	<b>Enfoque de Investigación</b> .....	14
<b>2.1.1.</b>	<i>Tipo Cualitativo</i> .....	14
<b>2.1.2.</b>	<i>Tipo Cuantitativo</i> .....	14
<b>2.2.</b>	<b>Nivel de Investigación</b> .....	14
<b>2.2.1.</b>	<i>Nivel Exploratorio</i> .....	14
<b>2.2.2.</b>	<i>Nivel Descriptivo</i> .....	14
<b>2.3.</b>	<b>Diseño de investigación</b> .....	15
<b>2.3.1.</b>	<i>Transversal</i> .....	15
<b>2.3.2.</b>	<i>No Experimental</i> .....	15
<b>2.4.</b>	<b>Tipo de investigación</b> .....	15
<b>2.4.1.</b>	<i>Campo</i> .....	15
<b>2.4.2.</b>	<i>Explicativa</i> .....	15
<b>2.4.3.</b>	<i>Documental</i> .....	15
<b>2.5.</b>	<b>Población y muestra</b> .....	16
<b>2.5.1.</b>	<i>Población</i> .....	16
<b>2.5.2.</b>	<i>Muestra</i> .....	16
<b>2.6.</b>	<b>Métodos, técnicas e instrumentos de investigación</b> .....	17
<b>2.6.1.</b>	<i>Método Inductivo</i> .....	17
<b>2.6.2.</b>	<i>Método deductivo</i> .....	17
<b>2.6.3.</b>	<i>Método Analítico</i> .....	17
<b>2.6.4.</b>	<i>Método Sintético</i> .....	17
<b>2.6.5.</b>	<i>Método Sistémico</i> .....	17
<b>2.7.</b>	<b>Técnicas</b> .....	18
<b>2.7.1.</b>	<i>Encuestas</i> .....	18
<b>2.8.</b>	<b>Instrumentos</b> .....	18
<b>2.8.1.</b>	<i>Cuestionario</i> .....	18

## CAPÍTULO III

<b>3.</b>	<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS</b> .....	19
<b>3.1.</b>	<b>Resultados de la encuesta</b> .....	19
<b>3.2.</b>	<b>Discusión de resultados</b> .....	27
<b>3.3.</b>	<b>Propuesta</b> .....	29
<b>3.3.1.</b>	<i>Análisis de factibilidad</i> .....	29
<b>3.3.2.</b>	<i>Estudio de mercado</i> .....	29

3.3.2.1.	<i>Objetivos</i> .....	30
3.3.3.	<b><i>Descripción del producto</i></b> .....	30
3.3.4.	<b><i>Definición del mercado meta</i></b> .....	30
3.3.5.	<b><i>Determinación de la demanda</i></b> .....	31
3.3.5.1.	<i>Demanda actual</i> .....	31
3.3.6.	<b><i>Demanda proyectada</i></b> .....	31
3.3.7.	<b><i>Oferta de productos que acogerá el centro de acopio</i></b> .....	32
3.3.8.	<b><i>Oferta de agricultores que se beneficiaran de los servicios del centro de acopio</i></b> ....	32
3.3.8.1.	<i>Clientes potenciales y proveedores</i> .....	32
3.3.9.	<b><i>Análisis de las características del mercado</i></b> .....	33
3.3.9.1.	<i>Análisis de precios</i> .....	33
3.3.9.2.	<i>Proyección futura de precio</i> .....	33
3.3.10.	<b><i>Estrategias de Mercado</i></b> .....	33
3.3.10.1.	<i>Estrategia de plaza</i> .....	33
3.3.10.2.	<i>Estrategia de producto</i> .....	33
3.3.10.3.	<i>Estrategias de marketing</i> .....	34
3.3.10.4.	<i>Estrategias de precios</i> .....	34
3.3.10.5.	<i>Conclusiones del estudio de mercado</i> .....	35
3.3.11.	<b><i>Estudio técnico</i></b> .....	35
3.3.11.1.	<i>Tamaño del proyecto</i> .....	35
3.3.11.2.	<i>Localización del proyecto</i> .....	36
3.3.12.	<b><i>Determinación de la inversión</i></b> .....	37
3.3.12.1.	<i>Inversión fija</i> .....	37
3.3.12.2.	<i>Inversión diferida</i> .....	38
3.3.12.3.	<i>Organización</i> .....	38
3.3.12.4.	<i>Estructura organizativa</i> .....	39
3.3.12.5.	<i>Determinación de funciones</i> .....	39
3.3.13.	<b><i>Estudio Financiero</i></b> .....	40
3.3.13.1.	<i>Estructura de la inversión</i> .....	40
3.3.13.2.	<i>Ingresos</i> .....	40
3.3.13.3.	<i>Egresos</i> .....	41
3.3.13.4.	<i>Gastos de ventas</i> .....	41
3.3.13.5.	<i>Gastos financieros</i> .....	41
3.3.13.6.	<i>Valoración financiera</i> .....	42
3.3.13.7.	<i>Flujo de efectivo proyectado</i> .....	42
3.3.13.8.	<i>Punto de equilibrio</i> .....	42
3.3.13.9.	<i>Valor Actual Neto</i> .....	43

<b>3.3.13.10. Tasa Interna de Retorno.....</b>	<b>43</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>45</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>46</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	
<b>GLOSARIO</b>	
<b>ANEXOS</b>	

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-2:</b>	Productores de la Parroquia Flores .....	16
<b>Tabla 1-3:</b>	Distribución de agricultores según características generales.....	19
<b>Tabla 2-3:</b>	Distribución de productores según elementos con los productos cosechados.....	20
<b>Tabla 3-3:</b>	Distribución de productores relacionados con la comercialización .....	21
<b>Tabla 4-3:</b>	Distribución de agricultores con dificultades para comercializar los productos ..	23
<b>Tabla 5-3:</b>	Distribución de agricultores con la necesidad de crear un centro de acopio .....	23
<b>Tabla 6-3:</b>	Distribución de agricultores con la mejora de productos. ....	24
<b>Tabla 7-3:</b>	Distribución de agricultores según expectativas de beneficios .....	25
<b>Tabla 8-3:</b>	Distribución de agricultores según el uso de los servicios del centro de acopio..	26
<b>Tabla 9-3:</b>	Demanda actual del centro de acopio de la parroquia Flores. ....	31
<b>Tabla 10-3:</b>	Demanda proyectada a 5 años .....	32
<b>Tabla 11-3:</b>	Determinación funciones centro de acopio parroquia Flores .....	39
<b>Tabla 12-3:</b>	Flujo de efectivos en usd proyectado .....	42
<b>Tabla 13-3:</b>	Punto de equilibrio del centro de acopio de la parroquia rural Flores .....	42
<b>Tabla 14-3:</b>	Detalles relacionados con el VAN.....	43

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-3:</b>	Porcentaje de agricultores según sexo .....	19
<b>Gráfico 2-3:</b>	Porcentaje de agricultores según pertinencia de la tierra .....	20
<b>Gráfico 3-3:</b>	Porcentaje de agricultores según cantidad de cosechas al año .....	21
<b>Gráfico 4-3:</b>	Porcentaje de agricultores según cantidad de productos cosechados .....	22
<b>Gráfico 5-3:</b>	Porcentaje de agricultores según lugar donde comercializan los productos.....	22
<b>Gráfico 6-3:</b>	Porcentaje de agricultores con la existencia de dificultades para comercializar	23
<b>Gráfico 7-3:</b>	Porcentaje de agricultores con la necesidad de crear un centro de acopio .....	24
<b>Gráfico 8-3:</b>	Porcentaje de agricultores según opinión relacionada con la mejora .....	25
<b>Gráfico 9-3:</b>	Porcentaje de agricultores según expectativas de beneficios .....	26
<b>Gráfico 10-3:</b>	Porcentaje de agricultores con el uso de los servicios.....	27
<b>Gráfico 11-3:</b>	Organigrama estructural centro de acopio parroquia Flores. ....	39

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-3:</b> Ubicación parroquia Flores (macrolocalización) .....	36
<b>Figura 2-3:</b> Microlocalización del centro de acopio .....	37

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A: ENCUESTA**

## RESUMEN

El objetivo del presente trabajo de investigación tuvo como finalidad realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de productos agrícolas en el GAD Parroquial de Flores, la metodología para incursionar en el presente tema investigativo se originó en vista del problema que existe en la provincia de Chimborazo, que es la falta de un centro de acopio para la comercialización de productos agrícolas, la investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo y cuantitativo, siendo descriptivo y exploratorio al momento de elaborar el estudio de factibilidad, con un diseño de investigación transversal y no experimental el trabajo se desarrollo durante un periodo de tiempo sin manipular como se desarrolla el mercado de estudio, para la recopilación de información la técnica aplicada fue la encuesta y los instrumentos que se utilizaron para recabar los datos fueron los cuestionarios. Los hallazgos relevantes como la demanda insatisfecha de la falta de un centro de acopio a nivel provincial, así como la falta de fuentes de trabajo en la zona, permitieron llegar a la comprobación de la hipótesis planteada, éstas determinaron la necesidad de crear un centro de acopio en dicha zona; la misma que se enfoca en la propuesta que ayude a la comercialización, así como a la producción. Por ello se elaboraron objetivos, los mismos que se direccionaron a definir el mercado meta que se beneficiará de los servicios del centro de acopio, determinar la demanda general y potencial del centro de acopio, analizar la oferta de productos que acogerá el centro de acopio estableciendo la oferta de agricultores que se beneficiaran de los servicios del centro de acopio. Por tal razón se recomienda la aplicación del presente estudio de factibilidad para definir los parámetros para la comercialización de productos con calidad en el centro de acopio del Gad Parroquial de Flores.

**Palabras clave:** <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <INVESTIGACIÓN TRANSVERSAL>, <CENTRO DE ACOPIO>, <HIPÓTESIS>, <DEMANDA Y OFERTA>, <COMERCIALIZACIÓN>.

The image shows a handwritten signature in black ink over a circular official stamp. The stamp contains the text 'UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA' around the perimeter and 'CARRERA SUPERIOR POLITÉCNICA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN' in the center. The signature appears to be 'Luis G. G.'.

24-05-2022

1012-DBRA-UTP-2022



## 1 ABSTRACT

The objective of the present study was to carry out a feasibility study to create a collection center for agricultural products in the municipal government of the Flores parish (GAD). The methodology to analyze this research topic originated due to the problem that exists in the province of Chimborazo, which is the lack of a collection center to trade agricultural products. The research was developed under a qualitative and a quantitative approach, being descriptive and exploratory at the time of preparing the feasibility study, with a design of cross-sectional and non-experimental research, the study was developed over a period of time without manipulating how the study market develops. For the collection of information, the technique applied was the survey and the instruments used to collect the data were the questionnaires. The relevant findings such as the unsatisfied demand for the lack of a collection center at the provincial level, as well as the lack of jobs in the area, allowed us to verify the hypothesis raised, these determined the need to create a collection center. collection in that area; the same one that focuses on the proposal that helps the commercialization, as well as the production. Therefore, the objectives were developed, which were directed to define the target market that will benefit from the services offered by the collection center, determine the general and potential demand of the collection center, analyze the supply of products that the collection center will receive, establishing the supply of farmers who will benefit from the services of the collection center. For this reason, the application of this feasibility study is recommended to define the parameters for the commercialization of quality products in the collection center of the Gad of Flores.

Keywords: <FEASIBILITY STUDY>, <CROSS-SECTIONAL STUDY>, <COLLECTION CENTER>, <HYPOTHESIS>, <DEMAND AND SUPPLY>, <MARKETING>.



Luis Fernando Barriga Fray  
0603010612

## **INTRODUCCIÓN**

Ecuador es considerado como uno de los países con mayor cantidad de riqueza natural en el mundo, no solo por la capacidad de productos que puede brindar, si no que todos estos se caracterizan por su alta calidad, pero es poco el provecho que se le ha podido sacar a estos recursos en los últimos tiempos.

A partir de esto nace la idea de impulsar un estudio investigativo sobre el escaso nivel de comercialización de alimentos agrícolas de tipo orgánico en la ciudad, debido a que con el pasar de los años se le ha venido dando mayor importancia al consumo de alimentos que se encuentran tanto alterados químicamente que no proporcionan la calidad indispensable que se necesita para la salud de las personas y que por la falta de conocimiento de los consumidores, estos tipos de alimentos en los últimos años se encuentran acaparando el mercado.

Además se puede definir que este proyecto es de gran importancia, e impacto en la ciudad porque al analizar el escaso nivel de comercialización de alimentos agrícolas cultivados con procesos orgánicos podremos definir de manera directa los niveles de salud y productividad de los ciudadanos al establecer mejores patrones de consumo que mejorarían notablemente las energías físicas, promoviendo mejores niveles de vida a la sociedad y construyendo un mejor desarrollo sostenible y saludable en la comunidad en general.

A más de ello considerando la importancia de contar con un programa que permita tener mayor oportunidad laboral y comercial, dotando a los productores del conocimiento necesario para llevar a cabo un proyecto que ayude al consumo de la calidad de productos.

# CAPÍTULO I

## 1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

### **Antecedentes Investigativos**

El presente proyecto de investigación utilizó como base de recolección de datos del Repositorio Académico administrado por la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y otras Universidades, lo que permitió obtener información necesaria en el momento de elaborar el Proyecto de Investigación. Se complementará con Bibliografía Virtual y Documental encontrada en la biblioteca de la facultad de Ingeniería de Empresas.

En una sociedad globalizada en el que las tendencias de evolución constante y la conducta de los consumidores siempre requieren algo adicional con innovación, lo cual llevan a nuevas investigaciones y las formas de llenar dichas necesidades en los mercados tanto de productos y servicios. Los consumidores esperan que los servicios sean de cumplimiento, agrado y satisfagan sus necesidades.

En la actualidad es normal el crecimiento de las nuevas empresas y la generación de nuevos emprendimientos, esto permite ofertar servicios y productos de calidad con una innovación contante en su materia prima, las empresas que no realizan estas facciones tan primordiales se quedan obsoletas porque no cumplen con los requerimientos de los consumidores y a su vez no cuentan con una buena estrategia de negocio para su procesamiento en el mercado.

### **1.1. Antecedentes de la investigación**

Edwin Miguel Avalos Yuque.- Tesis “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE CACAO FINO DE AROMA UBICADO EN CUMANDÁ PROVINCIA DE CHIMBORAZO”. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, 2015.

Para dar inicio a la presente investigación, se inicia a partir del establecimiento del problema que existe en el Cantón Cumandá; radicando en la falta de transparencia por parte de los intermediarios en la compra de cacao. Estableciendo como los principales objetivos, el Diseñar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio para la comercialización del cacao fino de aroma en la zona de Cumandá Provincia de Chimborazo, investigar la comercialización del cacao en la zona y los países productores del fruto a nivel internacional (Avalos, 2015).

En conclusión, el autor determina que:

Finalizada la investigación el autor determina que, una vez analizada la diferente comercialización de caco en la zona de Cumandá podemos expresar que un centro de acopio es nuevo y beneficioso para el pueblo debido a que los comerciantes actuales (comerciantes de poblado mayor, comerciante de recinto, comerciantes viajeros) explotan al pequeño productor; dicho textualmente por agricultores de la zona por medio de la encuesta realizada a los mismos (Avalos, 2015).

Jendry Benigno Guano Chicaiza. - Tesis “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE CEREALES EN LA CIUDAD DE SALCEDO”, Escuela Politécnica del Ejército, 2016.

La presente investigación se centra en el actual concepto de nutrición ya que ha mostrado varios cambios, con el paso del tiempo las personas están fuertemente impactadas por mantenerse saludables, y para conseguirlo es indispensable tener una alimentación balanceada a base de cereales y sus derivados. El estudio aplicado a este proyecto, busca la mejora e innovación continua de los procesos, para proporcionar consistentemente productos con valor agregado para lograr su preferencia por parte de los consumidores (Guano, 2016).

En conclusión, el autor determina que Salcedo y la provincia de Cotopaxi son grandes productores de cereales, Conocimiento del mercado productor y comercializador de cereales, Facilidad para administrar la tecnología en la empresa, Disponibilidad de capital para iniciar el proyecto, Ubicación del proyecto en la zona de proveedores y clientes principales, y Contar con mano de obra calificada. Las oportunidades son que el Producto Interno Bruto está creciendo lo que implica un repunte de la economía en el Ecuador (Guano, 2016).

Ana María Méndez. - Tesis “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DEL FRÉJOL VARIEDAD GUANDUL EN LA COMUNIDAD DE MASCARILLA, CANTÓN MIRA PROVINCIA DEL CARCHI”, Universidad Técnica del Norte, 2015.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo el diagnosticar la situación actual de la comercialización del fréjol, mediante el análisis de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos. En conclusión, el autor determina que el centro de acopio ofrecerá los servicios de almacenamiento y empaquetado del fréjol guandul para que tenga una mejor imagen, de igual manera se considera que la demanda de fréjol guandul no es muy alta ya que no es muy conocido por los habitantes de la ciudad de Ibarra. Finalmente, la comunidad de mascarilla es el lugar idóneo para

la realización del proyecto ya que los agricultores de la misma y del valle esta dispuestos a entrega el producto en el centro de acopio para su respectivo almacenamiento, empaçado y distribución (Méndez, 2015).

## **1.2. Factibilidad o vialidad**

Cuando se trata sobre el tema de factibilidad, se considera como un estudio indispensable al mismo tiempo considerado como un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto, con la finalidad de reducir al máximo posibles riesgos potenciales, y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se realiza su formulación con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder (Dubs, 2017, pág. 25).

Como lo menciona el autor se entiende entonces por factibilidad aquel uso de un grupo de recursos que se aplicarán para llevar a cabo un determinado proyecto de tal manera que se pueda cumplir con todos los objetivos planteados dentro de un proyecto alcanzando de este modo todas las metas trazadas. Permitiendo a más de esto orientar la toma de decisiones que favorezcan y guíen para el logro del proyecto, incrementando en lo posible la mayor posibilidad de éxito. Es decir, en pocas palabras el estudio de factibilidad permite conocer si el negocio o proyecto se puede hacer o no se puede hacer, cuáles son las condiciones ideales para realizarlo y cómo podría solucionar las dificultades que se puedan presentar.

## **1.3. Tipos de Factibilidad**

### ***1.3.1. Factibilidad Operativa***

La factibilidad operativa guarda relación con el personal que tiene a su cargo la realización de un proyecto. Por eso es importante el análisis del personal ya que este debe poseer las competencias laborales necesarias para desarrollarlo y llevarlo a cabo. Es obligatorio evaluar si cuentan con los requisitos indispensables para llevar a buen término el proyecto (Dubs, 2017, pág. 27).

Se puede concluir entonces que dentro de la factibilidad operativa un recurso importante es el humano ya que será el responsable de llevar a cabo el proyecto, evitando al máximo que el proyecto corra riesgos y pueda enfrentar un fracaso, y teniendo como meta el cumplimiento de todos los objetivos propuestos.

### ***1.3.2. Factibilidad Técnica***

Dentro de un proyecto la factibilidad técnica evalúa el aspecto en cuanto a la infraestructura técnica que posee la empresa puede responder de manera favorable y eficiente para desarrollar el proyecto o negocio que se tiene planificado. Es importante de igual manera verificar si las personas poseen los conocimientos técnicos necesarios para poder utilizar el equipo y el software necesario (Dubs, 2017, pág. 30).

Como nos menciona el autor cuando hace referencia a la factibilidad técnica, esta evalúa todo aspecto relacionado con los recursos técnicos materiales que son importantes para llevar a cabo un determinado proyecto, de igual modo el recurso humano debe contar con todos los conocimientos indispensables para el uso de estas herramientas técnicas y por ende el correcto uso de los mismos para el desarrollo del proyecto.

### ***1.3.3. Factibilidad Económica***

En cuanto a la factibilidad económica, es importante la realización de un análisis exhaustivo de la relación costo beneficio ya que es indispensable para todo negocio o proyecto y poder obtener un balance ambos aspectos. Si en la evaluación se observa que los costos superan a los beneficios sería mejor no desarrollarlo. Mientras que, si por el contrario el beneficio supera los costos, la decisión de la implementación del proyecto se vuelve menos arriesgada, aunque no implica que no existan riesgos (Dubs, 2017, pág. 31).

La factibilidad económica como lo menciona el autor, no es más que el análisis de los costos e ingresos de un proyecto, determinando si resulta factible desarrollar un proyecto a través del estudio costos beneficios del proyecto examinado, que evalúa si es posible implementarlo.

### ***1.3.4. Factibilidad Política y Legal***

La factibilidad en el ámbito político, se enfoca en verificar si el tipo de negocio o de proyecto por desarrollar, no atenta o incumple alguna ley o norma pudiendo ser esta de carácter municipal, estatal o mundial. Si se determina que si hay una ley que está siendo infringida lo no puede implementarse porque estará en contra de las disposiciones legales y por lo tanto no resulta viable (Dubs, 2017, pág. 38).

La factibilidad dentro del ámbito legal se centra en el estudio y la determinación sobre que el desarrollo del proyecto y la ejecución del mismo evite violar o infringir una ley, ya que si esto sucede el proyecto no puede ejecutarse es decir no resultaría factible o viable.

#### **1.4. Estructura del Estudio de Factibilidad**

##### ***1.4.1. Análisis de la Oferta***

Para el desarrollo de un proyecto existen aspectos importantes que ayudan a tener una perspectiva más amplia de su estructuración como la oferta, dentro de este pilar fundamental. (Mora, 2017) Afirma que el análisis de la oferta tiene como objetivo el establecimiento de las condiciones y cantidades de un bien o servicio que se pretende comercializar en el mercado. La oferta es la cantidad de productos que se colocan a disposición del público consumidor (mercado) en determinadas cantidades, precios, tiempos y lugares. (P.15)

Cuando se trata del tema de la oferta como nos deja conocer el autor este aspecto permite realizar una evaluación profunda sobre las fortalezas y debilidades dentro de un proyecto permitiendo la implementación de nuevas estrategias para permitirse mejorar las ventajas competitivas. Debe realizarse una revisión histórica, actual y futura de la oferta para establecer y determinar cuántos bienes han entregado los competidores, cuántos están entregando y cuántos podrán ofrecer al mercado.

##### ***1.4.2. Análisis de la Demanda***

El análisis de la demanda tiene como finalidad principal determinar las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado, con respecto a un bien o servicio y como este puede participar para lograr la satisfacción de dicha demanda. La demanda funciona a través de distintos factores: la necesidad real del bien, su precio, nivel de ingreso de la población (Mora, 2017, pág. 17).

En el segundo aspecto no menos indispensable el autor menciona la demanda en la cual existen factores cualitativos los cuales se deben de analizar. Es importante tener información histórica y estadística del producto es entonces donde entra esta investigación y es el único método en el cual se podrá obtener los datos y la cuantificación de la demanda.

### ***1.4.3. Análisis de los precios***

El análisis de precios es igual de importante que los aspectos revisados con anterioridad para determinar el valor en el mercado de un producto o servicio durante su ciclo de vida. Realizar este proceso demuestra cómo el producto, la distribución, el precio y las estrategias de promoción deben encontrarse en coordinación para asegurar la eficacia del lanzamiento, es necesario analizar el contexto actual. Esto incluye una combinación o línea de productos, o seleccionar una estrategia de precios para un nuevo producto o marca (Alaña, 2020).

Como el autor lo menciona dentro del análisis de precios se debe evaluar las opciones de productos y servicios que están inmersos en el mercado, es decir que el precio del proveedor entrara en comparación con otras alternativas o sustitutos los mismos que presentan varias ofertas. Por ejemplo, si hay cinco competidores que presentan ofertas o propuestas para un proyecto en particular, un análisis de precios incluiría una revisión detallada de los beneficios de cada oferta en relación con los precios cotizados.

### ***1.4.4. Análisis de Comercialización***

La comercialización de un producto o servicio se enfoca en acciones de comercialización, incluyendo la puesta en el mercado del producto, brindando las condiciones comerciales necesarias para su venta y proporcionando canales de distribución que le permitan ingresar al público final. El marketing se basa en todas las técnicas y decisiones enfocadas a vender productos en el mercado, con el objetivo de obtener los mejores resultados (Alaña, 2020).

La comercialización es sin duda un aspecto que no se puede dejar de lado, ya que por ejemplo existen muchos productos de muy buena calidad pero que carece de los medios de distribución necesarios para que estos lleguen a los consumidores, llegando a obstaculizar el correcto desarrollo del proyecto, para que este se logre con éxito. Por esto realizar un correcto análisis de la gestión en cuanto a comercialización permitirá tomar las decisiones correctas sobre distribución para que la cadena de ejecución del proyecto no presente problemas.

## **1.5. Objetivos de la Factibilidad**

Saber si podemos producir algo.

- Conocer si la gente lo comprará.
- Saber si lo podremos vender.
- Definir si tendremos ganancias o pérdidas.



- Definir en qué medida y cómo, se integrará a la mujer en condiciones de equidad.
- Definir si contribuirá con la conservación, protección y/o restauración de los recursos naturales y el ambiente.
- Decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aprovechar al máximo los recursos propios.
- Reconocer cuáles son los puntos débiles de la empresa y reforzarlos.
- Aprovechar las oportunidades de financiamiento, asesoría y mercado.
- Tomar en cuenta las amenazas del contexto o entorno y soslayarlas.
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.
- Obtener el máximo de beneficios o ganancias (Luna, 2019).

Como se puede observar el autor menciona varios objetivos que tiene un estudio y análisis de factibilidad, pero es importante resaltar que todos tiene algo en común, y es establecer los lineamientos necesarios para que se pueda ejecutar con éxito un proyecto, el plasmar objetivos desde un inicio permite a todos los recursos direccionarse para alcanzar estos objetivos, permitiendo adelantarse a evitar el apareamiento de un problema.

## **1.6. Estudio de Mercado**

Un estudio de mercado es una investigación previa que es utilizada por diversas ramas de la industria con el objetivo de garantizar la toma de decisiones y entender mejor el panorama comercial al que se enfrentan al momento de realizar sus operaciones o lanzar un nuevo proyecto (Horta, 2014) afirma:

Este tipo de estudio es especialmente útil para analizar aspectos como hábitos de compra, región de operación, requerimientos de productos o análisis de la competencia para asegurar el buen desempeño del negocio. Muchas empresas o propietarios de pequeñas empresas aún no se han dado cuenta de la utilidad de la investigación de mercado. Este artículo lo ayudará a comprender mejor su utilidad y las ventajas de minimizar los riesgos, para que pueda comprender mejor el futuro del entorno de la empresa y tomar decisiones adecuadas en función de él (p.13).

Se puede determinar entonces que un estudio de mercado es el proceso mediante el cual realizamos la recolección y análisis de información que permite la identificación de las características de un mercado y comprender cómo es su funcionamiento. Este proceso es indispensable para mantenerse al tanto sobre las tendencias, las expectativas y necesidades de los clientes, los cambios en la dinámica de la industria. La importancia de hacer un estudio de

mercado radica en la posibilidad de asegurar el éxito de cualquier emprendimiento, ya que el conocer el entorno en el cual se desarrollará dicho proyecto, permite a cualquiera realizar una planeación adecuada.

### ***1.6.1. Importancia del Estudio de Mercado***

Los estudios de mercado permiten a las personas que desean desarrollar un proyecto conocer cuántos personas o empresas desarrollan la actividad económica que se pretende desarrollar con el plan de proyecto productivo que está planificado, ya sea la producción de un bien o la prestación de un servicio, así como sus especificaciones y el precio que el público está dispuesto a pagar por él. Estos estudios son importantes ya que permiten conocer si hay demanda insatisfecha en el lugar donde se planea emprender y si el proyecto tendrá aceptación entre el público (Alaña, 2020).

Para la realización del estudio del mercado es vital considerar todos los aspectos planteados con anterioridad por los autores ya que la plena ejecución de cada uno de estos garantizará el perfecto desarrollo del proyecto, entendiéndose que no solo es importante si no una pieza fundamental el conocer el mercado, para poder iniciar con el lanzamiento de un nuevo proyecto, mejorara no solo el estudio o el impacto que pueda tener el proyecto si no que generara las estrategias necesarias para alcanzar el éxito inicialmente planteado.

### **1.7. Centro de Acopio**

Cuando se establece el término, Centro de Acopio es importante conocer que estos centros sirven o se crean con la finalidad o cumpliendo la función de reunir alimentos y descartar de alimentos, mediante la gestión de valor en el en un determinado sector de la industria, los mismos que darán cumplimiento de normas específicas, es decir, acopian y seleccionan en algunos casos pueden distribuir según su proyecto. Es decir, el acopio de alimentos es la recolección de dichos elementos para ponerlos a la venta o distribuirlos hasta que lleguen al consumidor (Soto, 2016).

Para comprender el término centro de acopio, ayudara el pensar en un centro donde se reúnen las personas con la finalidad de encontrar un producto que necesitan, a un valor competitivo, y mostrando gran calidad en el producto que se está ofreciendo, este centro se caracteriza por brindar tanto a los productores como a los consumidores las vías necesarias para lograr los objetivos.

El centro de acopio lo que hará será recibir el producto, embodegar para luego proceder a organizar como el pelado para escoger el producto de calidad y proceder al empaque para la respectiva distribución.

### ***1.7.1. Finalidad del Centro de Acopio***

El objetivo principal del centro de recogida y residuos es recoger o rescatar del banco de alimentos los residuos alimentarios aptos para el consumo humano. Entre los factores que limitan el crecimiento de las exportaciones de la industria, uno de ellos es la falta de centros de acopio y redes de verdadero valor, que no pueden ingresar a los canales de comercialización de los centros de alto consumo del país, contribuyendo así a incrementar los precios actuales de los productos (Soto, 2016).

Los centros de acopio tienen como finalidad el mejorar el sistema de comercialización de un producto o servicio enfocándose en el cambio hacia mejores niveles de productividad en las distintas etapas del mercadeo, entendiendo entonces que son centros que reúnen o realizan la acogida de una determinada zona donde se implanta los mercados rurales. También mejoró el sistema de comercialización y distribución, estimuló las ganancias de productividad y, por lo tanto, proporcionó más oferta y variedad de productos.

## **1.8. Producción Agrícola**

La agricultura, tiene como fin el cultivo y la producción de granos, cereales y vegetales, tanto la agricultura como la producción agrícola es una de las principales y más importantes actividades para que el ser humano pueda sobrevivir. (Soto, 2016) Afirma “La producción de la misma es siempre una parte relevante de las economías de la mayoría de las regiones del planeta, independientemente de cuan avanzada sea la tecnología o la rentabilidad” (p.20). La producción agrícola es considerada una de las actividades más importantes no solo para aportar con la economía de una determinada zona, sino que es una actividad que se convierte en fundamental para la existencia del ser humano y cubrir sus necesidades.

### ***1.8.1. Comercialización de Productos Agrícolas***

La comercialización es un recurso de intercambio de posesiones (incluye igualmente servicios), en esta eventualidad agropecuarios, que se da en los mercados; y, por entorno del cual las mercaderías pasan de manos de los productores a los intermediarios (cuyo cifra y calidad varía), eventualmente a transformadores y que por ese ámbito llega, por último, con algún grado de

evolución, a los consumidores. La comercialización en los mercados implica la enseñanza de precios y por lo tanto la premio a quienes participen en ellos y a los factores de producción que intervienen.

Se considera en el precio de un producto la justificación de los servicios que se ocupan para hacer llegar el producto agrícola hasta el consumidor. De esta manera existen numerosas actividades interconectadas implicadas en este proceso durante el cual los cultivadores pueden vender sus productos para generar ingresos e invertir en nuevas producciones.

La comercialización agrícola que es realizada más bien por el sector privado que por los gobiernos y todos los pasos de la cadena deben mostrar un beneficio para los participantes. Las actividades con las que se aporta como ayuda a los productores incluyen el desarrollo de la información de mercado, extensión en comercialización, capacitación agrícola y desarrollo de infraestructura. Esto con la finalidad de contar con todas las herramientas y estudios necesarios para llevar a cabo un buen desarrollo del proyecto. Las tendencias recientes muestran el aumento de la cuota de mercado de los supermercados y un creciente interés en la agricultura por contrato y en las actividades de comercialización colectiva.

### ***1.8.2. Ventajas de la producción agrícola***

Aprovecha los recursos naturales sin deteriorarlos.

- Estimula, recupera y mantiene la fertilidad natural de los suelos.
- Fabrica sus propios insumos para la producción agrícola.
- Maneja y recicla los desechos de cosecha.
- Genera empleo al utilizar mano de obra.
- No es contaminante.
- Desarrolla un proceso integral de la persona y fortalece la autosuficiencia y autonomía de las comunidades agrícolas.
- Genera procesos de organización social y consolida estrategias de desarrollo rural y sostenible.
- Es una agricultura de alta especialización y planificación que trabaja en base a la prevención y conocimiento del entorno natural donde se desarrolla la actividad agrícola.
- Reduce los riesgos por factores internos y externos (Alpapucho, 2016).

Como nos muestra el autor existen grandes ventajas cuando se trata sobre producción agrícola, a más de considerarse como la estructura fundamental de la economía de una zona, región o país, es importante considerar también que no solo aporta con materia prima, si no que otorga la oportunidad de brindar empleo a las personas que lo necesitan. Es el sector agrícola el que

alimenta el comercio del país. Los productos agrícolas como banano, cacao, flores, café, plátano, entre otros, constituyen los artículos principales de las exportaciones del Ecuador. Si el proceso de desarrollo de la agricultura es fluido, las exportaciones aumentan y las importaciones se reducen considerablemente.

## **1.9. Cosecha y Almacenamiento de los productos agrícolas**

### ***1.9.1. Cosecha***

La cosecha es el fin de la etapa del cultivo y el inicio de la preparación o acondicionamiento para el mercado. Existen dos sistemas de cosecha: manual y mecanizada aunque en algunos cultivos se utilizan combinaciones de ambos, como por ejemplo cebolla, papa, zanahoria y otras especies, en donde la remoción del suelo para la cosecha manual es facilitada por medios mecánicos. La elección de un sistema u otro depende fundamentalmente del cultivo considerado, del destino y muy especialmente del tamaño del predio a ser cosechado. La cosecha manual es el sistema predominante para la recolección de frutas y hortalizas para el consumo en fresco, mientras que la mecánica es preferida en hortalizas con fines industriales y en algunas otras cultivadas normalmente en grandes extensiones (Alpapucho, 2016).

El término cosecha, dentro de la agricultura como actividad se refiere a la recolección de los frutos o semillas que se han cultivado en los campos y que han cumplido con un tiempo determinado, la cosecha marca el final del crecimiento de una estación o el final del ciclo de un fruto en particular. El término cosechar, en su uso general, incluye también las acciones posteriores a la recolección del fruto propiamente dicho, tales como la limpieza, clasificación y embalado de lo recolectado, hasta su almacenamiento y su envío al mercado de venta al por mayor o al consumidor. El contar con una buena producción desde el inicio de la siembra del producto garantiza que la cosecha sea exitosa.

### ***1.9.2. Almacenamiento***

Almacenar es un proceso del cual se encarga de guardar la producción agrícola de una población para que su producto se mantenga fresco y sano para el consumo del cliente. Los principales objetivos del almacenamiento de los productos pueden resumirse así:

- Hacer posible, en el plano alimentario, una utilización diferida (sobre una base anual y plurianual) de los productos agrícolas cosechados.
- Garantizar, en el plano agrícola, la disponibilidad de semillas para los próximos ciclos de cultivo.

- Garantizar, en el plano agroindustrial, el aprovisionamiento regular y continuo en materias primas de las industrias de transformación.
- Equilibrar, en el plano comercial, la oferta y la demanda de productos agrícolas, estabilizando así los precios en el mercado (Alpapucho, 2016).

Otro aspecto importante dentro de la producción agrícola es el almacenamiento frente al cuál el autor nos menciona que el término almacenamiento se refiere al proceso de llevar productos de un período a otro cuando el intervalo de tiempo transcurrido es considerable, el producto una vez que es cosechado pasa al almacenamiento para que pueda ser distribuido al consumidor.

### ***1.9.3. Consumidor Final***

Podemos entender el último paso de la comercialización como el consumo o consumidor final una vez que se producen bienes y servicios pensando en el usuario final del producto, de manera que se cumplan a sus exigencias y requerimientos. Un consumidor final puede ser una persona, empresa o una institución, en cualquier caso, quienes buscan un determinado producto para cubrir una necesidad. Asimismo, al consumidor final también se le puede llamar usuario final.

Persona que obtiene el producto del detallista y lo consume. Con el procedimiento que tienen actualmente los agricultores de vender la producción a intermediarios y estos a detallistas, es el consumidor final quien se ve afectado al pagar precios altos, y el productor es quien menos beneficios obtiene, puesto que éste tiene que vender el producto a un precio en donde únicamente recupere lo invertido en el proceso de producción con una ganancia mínima para el sustento familiar (Alpapucho, 2016).

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO METODOLÓGICO**

#### **2.1. Enfoque de Investigación**

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo-cuantitativo.

##### ***2.1.1. Tipo Cualitativo***

Se dará uso a este tipo de investigación ya que se utilizará métodos de recolección de los datos para obtener la información necesaria.

##### ***2.1.2. Tipo Cuantitativo***

Se utilizó el método cuantitativo ya que la investigación requiere de la aplicación de instrumentos para la recolección de la información necesaria a través de un procedimiento para realizar la verificación deducidas de las hipótesis planteadas, pudiendo de esta manera aportar de una manera significativa al desarrollo del proyecto de investigación.

#### **2.2. Nivel de Investigación**

Los niveles de investigación que fueron aplicados permitieron el desarrollo del presente trabajo.

##### ***2.2.1. Nivel Exploratorio***

Es la que no intenta dar explicación respecto del problema, sino sólo recoger e identificar antecedentes generales, números y cuantificaciones, temas y tópicos respecto del problema investigado, sugerencias de aspectos relacionados que deberían examinarse en profundidad en futuras investigaciones.

##### ***2.2.2. Nivel Descriptivo***

Este tipo de investigación trabaja sobre las realidades de los hechos y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta, esta puede incluir los siguientes tipos de estudios: encuestas, casos exploratorios, causales, de desarrollo, predictivos entre otros.

## **2.3. Diseño de investigación**

### **2.3.1. *Transversal***

El diseño de estudio transversal se basa en determinar las características diferentes y el desarrollo del diseño mediante el estudio observacional, individual de las características en el preciso momento. Los datos que adquirimos en este estudio transversal se recolectan de acuerdo con la actualidad a partir de los datos del pasado o de conductas o experiencias del pasado.

### **2.3.2. *No Experimental***

La Investigación no Experimental es la que se realiza sin manipular deliberadamente las variables independientes, se basa en variables que ya ocurrieron o se dieron en la realidad sin la intervención directa del investigador. Este diseño maneja un enfoque retrospectivo.

## **2.4. Tipo de investigación**

### **2.4.1. *Campo***

Investigación de campo Este tipo de investigación es también conocida como investigación en el sitio ya que se realiza en el propio sitio donde se encuentra el objeto de estudio, esto permite el conocimiento más a fondo del investigador, puede manejar los datos con más seguridad y podrá soportarse en diseños exploratorios, descriptivos y experimentales, creando una situación de control en la cual manipula sobre una o más variables dependiente.

Es una técnica de investigación cualitativa que se encarga de recopilar y seleccionar información a través de la lectura de documentos, libros, revistas, grabaciones, filmaciones, periódicos, bibliografías, etc. A diferencia de otros métodos, en la investigación documental se realiza las estadísticas y cuantificación para el análisis de los datos de forma segura y precisa.

### **2.4.2. *Explicativa***

La investigación explicativa busca el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa efecto, útiles para descifrar aspectos que debemos tomar en cuenta en un proyecto de estudio de factibilidad ya que nos genera un entorno claro para analizar los; hechos, posibles causas y soluciones beneficiosas. Para llegar a esta indagación se necesita de la investigación exploratoria y descriptiva.

### **2.4.3. *Documental***



Mediante esta modalidad se establecerá la base científica del Proyecto de Investigación, es por este medio donde se recolectará información de investigaciones previas, artículos, así como libros, revistas, enmarcados en las variables establecidas para el proyecto de investigación.

## 2.5. Población y muestra

### 2.5.1. Población

La población estuvo conformada por 1860 productores de la parroquia Flores, para lo cual se procedió aplicar la fórmula para obtener la muestra para el desarrollo de la presente investigación (Flores, 2020).

La población de estudio es finita siendo la misma el número total de cultivos que llegan a la parroquia Flores, tomando como datos los adquiridos el año anterior.

**Tabla 1-2:** Productores de la Parroquia Flores

<b>Población</b>	<b>Número</b>
Productores de la Parroquia Flores	1860
<b>Total</b>	<b>1860 productores</b>

**Fuente:** GAD Parroquial Flores

**Elaborado por:** Yungan, S (2020)

### 2.5.2. Muestra

Se entiende como muestra dentro de una investigación como un subgrupo de la población o universo que se está estudiando. La muestra se el proceso de extracción de datos de algunas unidades de estudio entre una población definida en una investigación.

**Fórmula:**

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

**Donde:**

n = Muestra

N = Universo

P = Probabilidad de ocurrencia (50% = 0.50)

Q = Probabilidad de la no ocurrencia (50% = 0.50)

he = Margen de error 0,05%

Z = Confianza 1.96

$$n = \frac{1860 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(1860 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

n=318

## **2.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación**

### **2.6.1. Método Inductivo**

Es aquél que establece un principio general una vez realizado el estudio y análisis de hechos y fenómenos en particular es decir obtiene conclusiones a partir de premisas determinadas en la que puede distinguirse pasos esenciales tales como la; observación, clasificación y estudio de hechos.

### **2.6.2. Método deductivo**

Permitió realizar un estudio técnico partiendo del planteamiento de una hipótesis, para proceder a realizar la proyección de implementación de un estudio de factibilidad para el centro de acopio de productos agrícolas con la finalidad de partir de los hechos generales para identificar los particulares, en este caso corresponde a los agricultores de Flores.

### **2.6.3. Método Analítico**

El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular.

### **2.6.4. Método Sintético**

Este método es un proceso de razonamiento cuya característica es reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve, en resumen. Se busca encontrar la síntesis es un procedimiento mental que tiene como meta la comprensión cabal de la esencia de lo que ya conocemos en todas sus partes y particularidades.

### **2.6.5. Método Sistémico**

La Metodología Sistémica maneja un enfoque de sistemas y la inter transdisciplina, forman los tres conjuntos que interactúan formando un sistema que integra los conceptos básicos fundamentales para el desarrollo del estudio y aplicación de sistemas.

## **2.7. Técnicas**

### **2.7.1. Encuestas**

Una encuesta es un estudio observacional en el cual el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario pre diseñado, y no modificar el entorno ni controlar el proceso que está en observación. Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

Para la investigación del Estudio de Factibilidad se va a utilizar la técnica de la encuesta la cual nos ayudara para poner en acción nuestra creación del Centro de Acopio para el beneficio de los agricultores de la Parroquia Flores.

## **2.8. Instrumentos**

### **2.8.1. Cuestionario**

Un cuestionario es una herramienta de investigación que consiste en una serie de preguntas y otras indicaciones con el propósito de obtener información de los consultados. En esta investigación se realizó con preguntas abiertas y cerradas redactadas de forma coherente, y organizadas, secuenciadas y estructuradas de acuerdo con una determinada planificación, con el fin de que sus respuestas nos puedan ofrecer toda la información necesaria.

## CAPÍTULO III

### 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

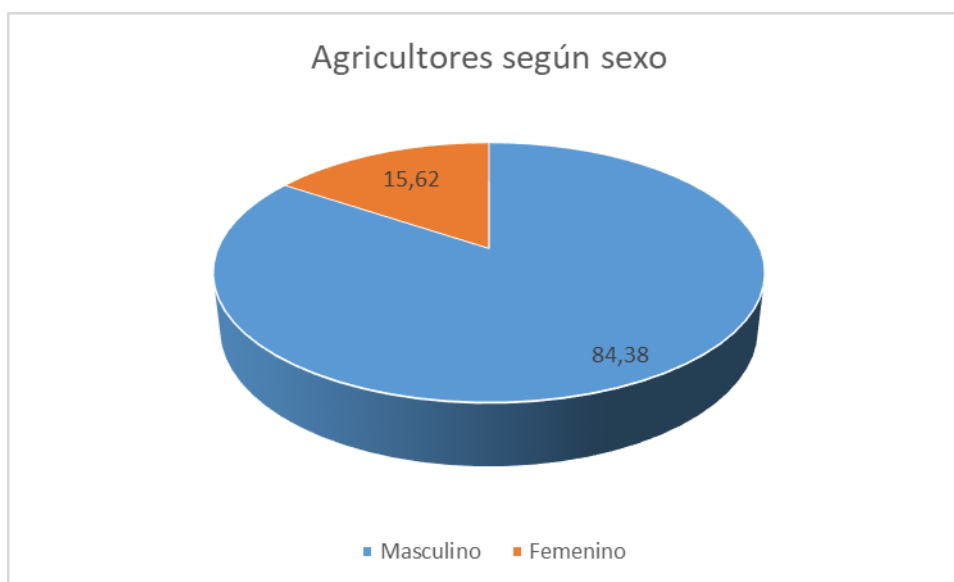
#### 3.1. Resultados de la encuesta

##### Pregunta 1. Características Generales

**Tabla 1-3:** Distribución de agricultores según características generales

<b>Características Generales</b>	<b>Muestra total de 32 agricultores Frecuencia (porcentaje)</b>
Promedio de edad	32,59 *DE 18,41 años
<b>Sexo</b>	
Masculino	27 (84,38)
Femenino	5 (15,62)
<b>Residente en la parroquia Flores</b>	
Si	30 (93,75)
No	2 (6,25)
<b>Dedicación a la agricultura</b>	
Si	31 (96,88)
No	1 (3,12)
<b>Tierras propias</b>	
Si	24 (75,00)
No	8 (25,00)

Elaborado por: Yungán, S. 2022.



**Gráfico 1-3.** Porcentaje de agricultores según sexo

Elaborado por: Yungán, S. 2022.

En la tabla y figura 1 se observa la distribución y porcentaje de agricultores según las características generales. Se observa un promedio de edad de 32,59 con una DE de 18,41 años. En relación con el sexo el 84,38% de los agricultores encuestados fueron del sexo masculino y el

15,62% de sexo femenino. Se muestra también que el 93,75% de los agricultores reside en la propia parroquia Flores y que el 96,88% se dedica exclusivamente a la agricultura.



**Gráfico 1-3.** Porcentaje de agricultores según pertinencia de la tierra

Elaborado por: Yungán, S. 2022.

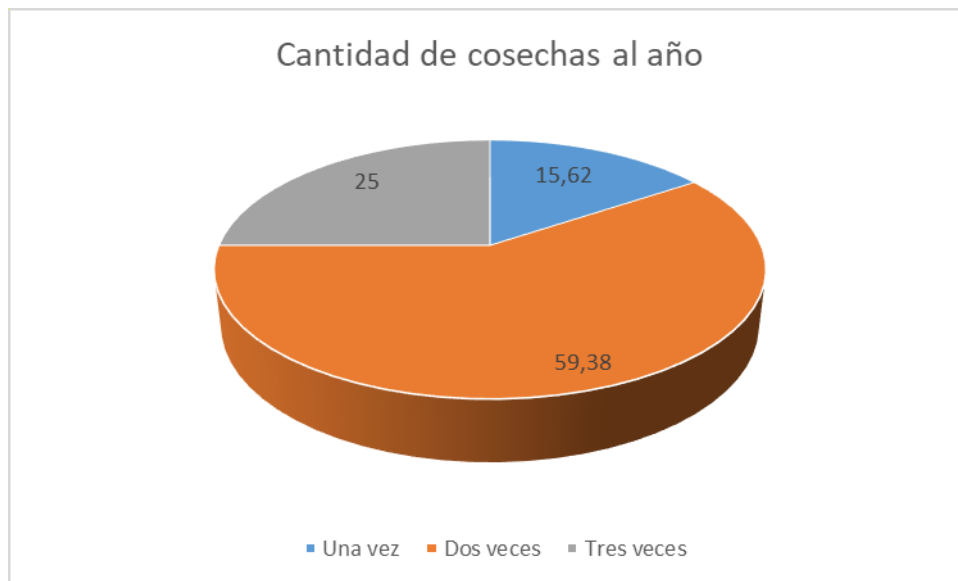
En la tabla 1 y figura 2 se observa que el 75,00% de los agricultores encuestados es propietario de las tierras utilizadas para la agricultura. Un 25,00% de los agricultores refirieron que las tierras en las que laboraban no eran propias.

**Pregunta 2.** ¿Qué variedad de productos usted siembra? Y ¿Cuántas cosechas realiza al año?

**Tabla 2-3:** Distribución de productores según la cosecha

Variedad y frecuencia de cosecha	Muestra 32 agricultores	
	Frecuencia	Por ciento
<b>Variedad de productos que se cosechan</b>		
Papa	28	87,50
Maíz	18	56,25
Cebolla	21	65,62
Habas	23	71,87
Quinoa	14	43,75
Cebada	11	34,38
Avena	9	28,12
<b>Cantidad de cosechas al año</b>		
Una vez	5	15,62
Dos veces	19	59,38
Tres veces	8	25,00

Elaborado por: Yungán, S. 2022.



**Gráfico 2-3.** Porcentaje de agricultores según cantidad de cosechas al año

Elaborado por: Yungán, S. 2022.

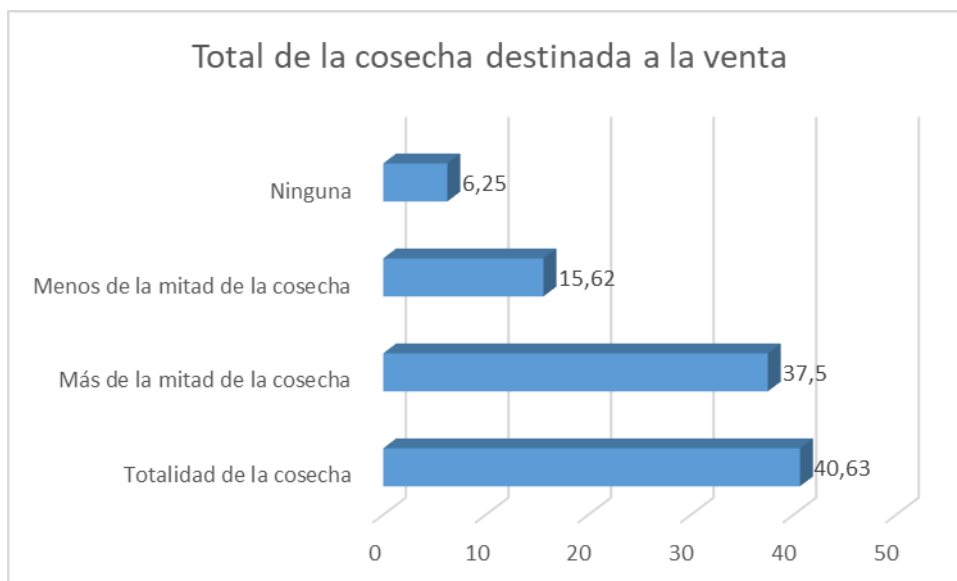
En la tabla 2 se muestran los productos que con mayor frecuencia son cultivados en las tierras aledañas a la parroquia Flores; la papa fue el cultivo que con mayor frecuencia fue referido por los agricultores (87,50%). Otros renglones que fueron reportados dentro de los que con mayor frecuencia se cultivan fueron las habas (71,87%), la cebolla (65,62%) y el maíz (56,25%). El 43,75% de los agricultores refirieron que cultivan quinua, el 34,38% se dedican a sembrar cebada y el 28,12% al cultivo de la avena. También se muestra en la tabla 2 y figura 3 que el 59,38% de los agricultores recogen dos cosechas al año. El 25,00% refirió que cultivan productos tres veces al año y el 15,62% refirió que solo realizaba una cosecha anual.

**Pregunta 3.** ¿Qué cantidad de productos de los que usted cosecha los dedica a la venta? Y ¿En qué lugar comercializa sus productos?

**Tabla 3-3:** Distribución de productores con la comercialización de los productos

Variedad y frecuencia de cosecha	Muestra 32 agricultores	
	Frecuencia	Por ciento
<b>Cantidad de productos dedicados a la venta</b>		
Totalidad de la cosecha	13	40,63
Más de la mitad de la cosecha	12	37,50
Menos de la mitad de la cosecha	5	15,62
Ninguna	2	6,25
<b>Lugar de comercialización de los productos n=30</b>		
Mercado local	5	15,62
Mercados del cantón Riobamba	21	70,00
Tiendas	2	6,25
Restaurantes	2	6,25

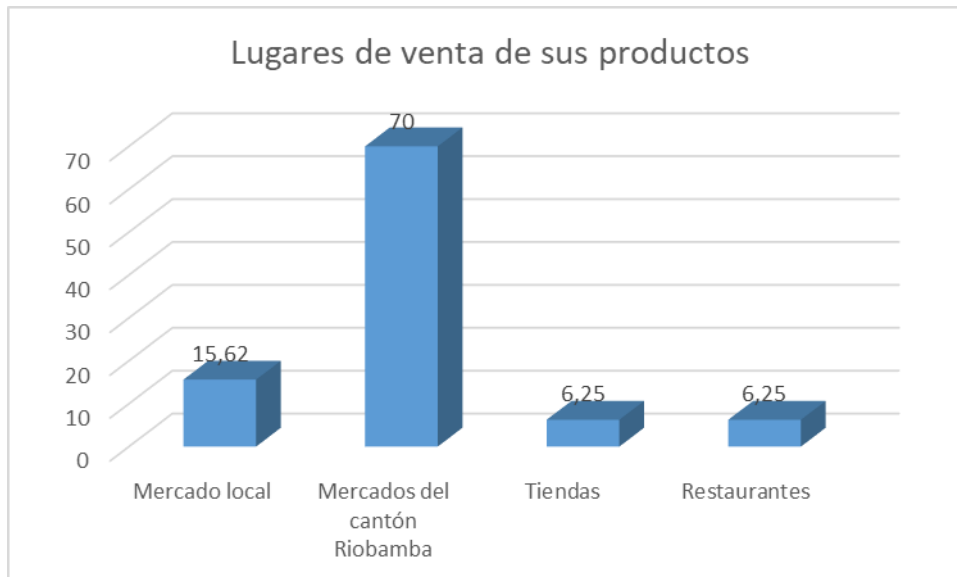
Elaborado por: Yungán, S. 2022.



**Gráfico 3-3.** Porcentaje de agricultores según cantidad de productos cosechados

Elaborado por: Yungán, S. 2022.

El 40,63% de los agricultores destina la totalidad de la cosecha a la venta; el 37,50% destina para la venta más de la mitad de los productos cosechados; el 15,62% refirió que solo vende menos de la mitad de la totalidad del producto cosechado y dos agricultores (6,25%) refirieron que no venden el producto cosechado.



**Gráfico 4-3.** Porcentaje de agricultores según lugar donde comercializan los productos

Elaborado por: Yungán, S. 2022.

Los mercados del cantón Riobamba son el lugar de preferencia de los agricultores de la parroquia Flores ya que fue referido como sitio final de comercialización de los productos por el 70,00% de los agricultores. Un 15,62% de agricultores mencionaron los mercados locales como destino final de los productos y el 6,25% mencionó a las tiendas locales y restaurantes locales.

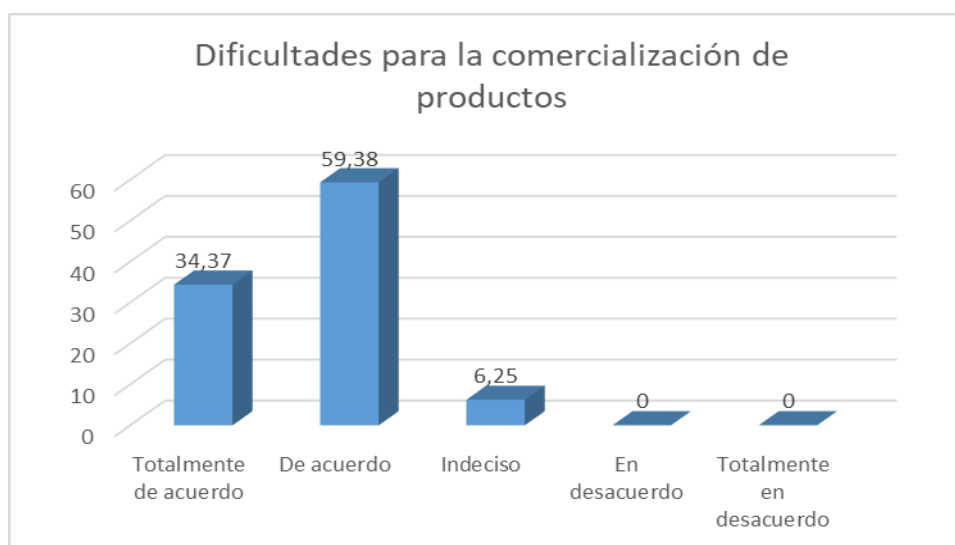
**Pregunta 4.** ¿En la actualidad tiene dificultades para comercializar sus productos?

**Tabla 4-3:** Distribución de agricultores según opinión

Problemas con comercialización de la cosecha	Muestra total 32 agricultores		
	Frecuencia	Por ciento	*p
Totalmente de acuerdo	11	34,37	0,066
De acuerdo	19	59,38	0,04
Indeciso	2	6,25	0,094
En desacuerdo	0	0,00	----
Totalmente en desacuerdo	0	0,00	----

\*p≤0,05

Elaborado por: Yungán, S. 2022.



**Gráfico 5-3.** Porcentaje de agricultores para comercializar los productos cosechados

Elaborado por: Yungán, S. 2022.

El 59,38% de los agricultores si considera que enfrentan dificultades para comercializar sus productos cosechados; dato que fue estadísticamente significativo. Un 34,37% de agricultores estuvo totalmente de acuerdo con este planteamiento y dos personas (6,25%) se mostraron indecisos (tabla 4 y figura 6).

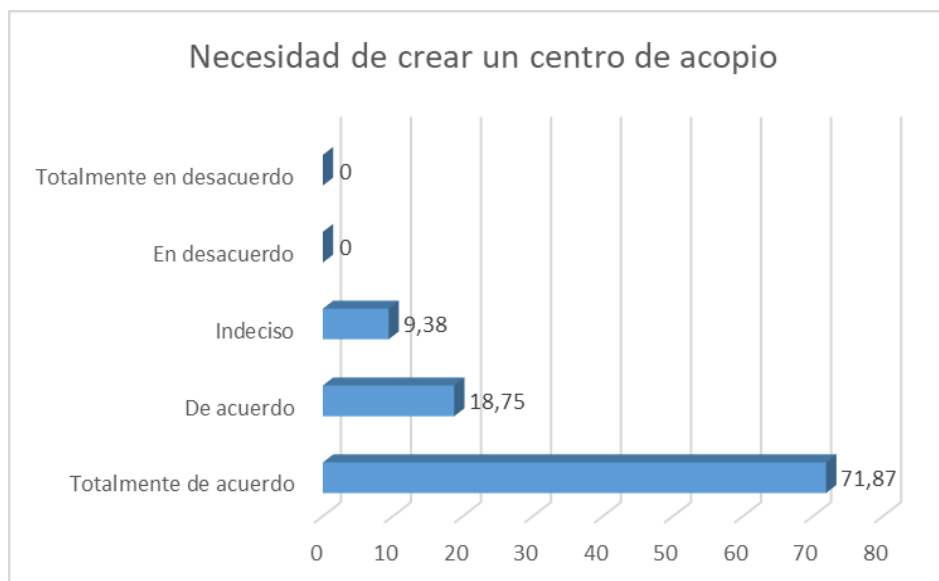
**Pregunta 5.** ¿Considera usted que existe necesidad de crear un centro de acopio de productos en la parroquia Flores?

**Tabla 5-3:** Distribución de agricultores con la necesidad de crear un centro de acopio

Necesidad de crear un centro de acopio	Muestra total 32 agricultores		
	Frecuencia	Por ciento	*p
Totalmente de acuerdo	23	71,87	0,03
De acuerdo	6	18,75	0,081
Indeciso	3	9,38	0,09
En desacuerdo	0	0,00	----
Totalmente en desacuerdo	0	0,00	----

Elaborado por: Yungán, S. 2022.





**Gráfico 6-3.** Porcentaje de agricultores con la necesidad de crear un centro de acopio

Elaborado por: Yungán, S. 2022.

Como dato estadísticamente significativo se muestra en la tabla 5 y figura 7 que el 71,87% de los agricultores estuvo totalmente de acuerdo en que es necesario crear un centro de acopio; a este por ciento se adiciona el 18,75% de agricultores que están de acuerdo con la necesidad de crear el centro de acopio. Solo 3 agricultores (9,38%) refirieron estar indecisos con la necesidad de crear el centro de acopio de la parroquia Flores.

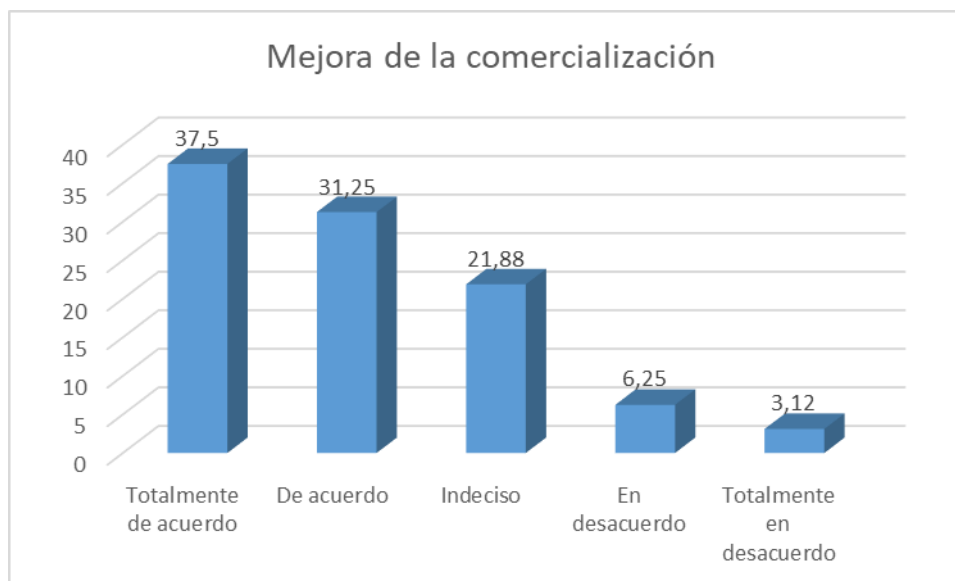
**Pregunta 6.** ¿Considera usted que la creación de un centro de acopio de productos en la parroquia Flores mejorar la comercialización de los productos cosechados?

**Tabla 6-3:** Distribución de agricultores con la mejora de comercialización de productos

Mejoras en la comercialización de los productos	Muestra total 32 agricultores		
	Frecuencia	Por ciento	*p
Totalmente de acuerdo	12	37,50	0,062
De acuerdo	10	31,25	0,069
Indeciso	7	21,88	0,08
En desacuerdo	2	6,25	0,094
Totalmente en desacuerdo	1	3,12	0,097

\*p≤0,05

Elaborado por: Yungán, S. 2022.



**Gráfico 7-3.** Porcentaje de agricultores con la mejora de comercialización

Elaborado por: Yungán, S. 2022.

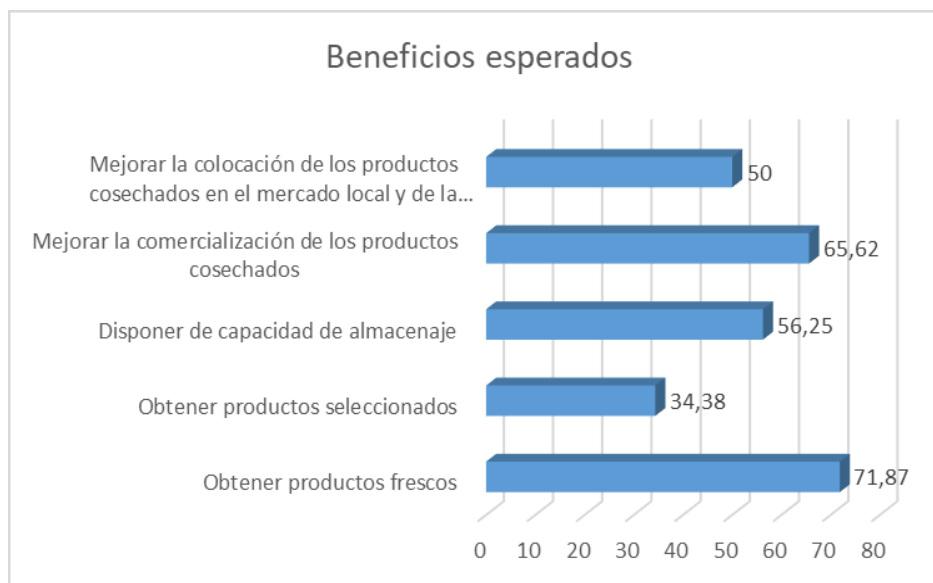
Otro elemento investigado se relacionó con la opinión de los agricultores en relación a la mejora de la comercialización de los productos cosechados con la creación del centro de acopio. En este sentido el 37,50% de los agricultores estuvo totalmente de acuerdo en que el centro de acopio si mejorará la comercialización de sus productos; el 31,25% estuvo de acuerdo y un 21,88% se refirió indeciso. Destaca que solo 3 agricultores no visualizan el futuro de la comercialización de los productos agrícolas como ventaja de la creación del centro de acopio. Dos de ellos (6,25%) estuvieron en desacuerdo y un agricultor (3,12%) estuvo totalmente en desacuerdo (tabla 6 y figura 8).

**Pregunta 7.** ¿Qué beneficios esperaría usted obtener con la creación de un centro de acopio de productos en la parroquia Flores? ¿Seleccione los que usted considere necesario?

**Tabla 7-3:** Distribución de agricultores según expectativas de beneficios

Beneficios esperados	Muestra total 32 agricultores	
	Frecuencia	Por ciento
Obtener productos frescos	23	71,87
Obtener productos seleccionados	11	34,38
Disponer de capacidad de almacenaje	18	56,25
Mejorar la comercialización de los productos cosechados	21	65,62
Mejorar la colocación de los productos cosechados en el mercado local y de la región	16	50,00

Elaborado por: Yungán, S. 2022.



**Gráfico 8-3.** Porcentaje de agricultores según expectativas de beneficios

Elaborado por: Yungán, S. 2022.

El 71,87% de los agricultores espera obtener productos frescos con la creación del centro de acopio; un 65,62% considera que la creación del centro de acopio mejorará la comercialización de los productos cosechados y el 56,25% de ellos considera que aumentará su capacidad de almacenaje. Otros beneficios que fueron reportados por los agricultores muestran que el 50,00% de ellos considera que al crear el centro de acopio de la parroquia Flores se mejorará la colocación de los productos cosechados en el mercado local y de la región. Por su parte 34,38% consideró que podrá acceder a productos seleccionados (tabla 7 y figura 9).

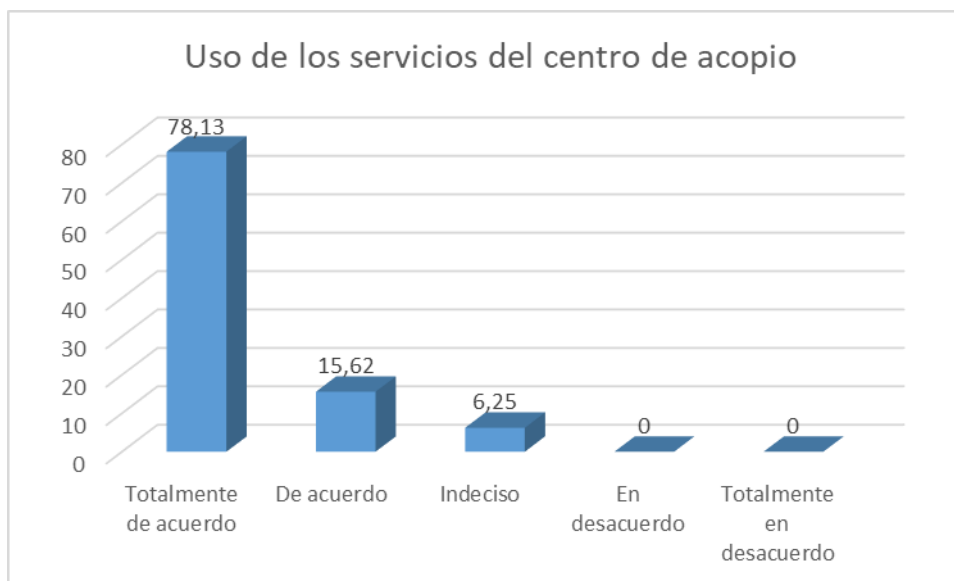
**Pregunta 8.** ¿Usaría usted los servicios que brinde el futuro centro de acopio de productos agrícolas de la parroquia Flores?

**Tabla 8-3:** Distribución de agricultores según opinión relacionada con el uso de los servicios del centro de acopio.

Uso de servicios del centro de acopio	Muestra total 32 agricultores		
	Frecuencia	Por ciento	*p
Totalmente de acuerdo	25	78,13	0,022
De acuerdo	5	15,62	0,084
Indeciso	2	6,25	0,094
En desacuerdo	0	0,00	----
Totalmente en desacuerdo	0	0,00	----

\*p≤0,05

Elaborado por: Yungán, S. 2022.



**Gráfico 9-3.** Porcentaje de agricultores con el uso del centro de acopio

Elaborado por: Yungán, S. 2022.

La tabla 8 y figura 10 muestran la disposición de los agricultores de la parroquia Flores en relación con el uso de los servicios del centro de acopio propuesto de crear. Se observa, como dato estadísticamente significativo, que el 78,13% refirió estar totalmente de acuerdo con la utilización de los servicios; adicionalmente otro 15,62% refirió estar de acuerdo y solo 2 agricultores refirieron tener sus dudas en relación a la utilización de los servicios del centro de acopio.

### 3.2. Discusión

Las características generales de los agricultores de la parroquia Flores son un reflejo de la situación epidemiológica de la parroquia. El promedio de edad muestra un grupo de personas laboralmente activa que son las que se dedican directamente a la actividad agrícola. El predominio de pacientes masculinos encuestados es un dato que sorprende ya que se conoce, mediante observación activa, que el trabajo activo agropecuario es asumido fundamentalmente por personas femeninas; es decir, en las parroquias rurales, como es el caso de la parroquia Flores, la actividad fundamental en el sexo femenino son las labores agrícolas, incluso, con mayor relevancia que las actividades del hogar.

Un hecho significativo es el predominio de agricultores que son propios de la parroquia Flores; este resultado muestra el sentido de pertenencia de los pobladores (Castillo Ramírez, 2017). Un fenómeno que cada vez toma mayor significación es la migración de la población laboralmente activa hacia la ciudad en busca de mejores oportunidades laborales y de crecimiento personal basado en el mejoramiento de las condiciones laborales y de los ingresos económicos (Alvarado-López, Correa-Quezada, & Tituaña-Castillo, 2017; Rodríguez, Moctezuma, & Ortiz, 2019).

Sin embargo, destaca que existen agricultores que no son propietarios de las tierras que laboran, lo cual es un hecho común en las parroquias rurales; en no pocas ocasiones los propietarios reales de las tierras, al dedicarse a otras labores, arriendan las tierras en usufructos y otras personas son las que se dedican a cultivarlas. De esta forma los arrendatarios de las tierras obtienen ganancias de su arriendo y los trabajadores agrícolas obtienen fuente de trabajo, sustento alimentario para sus familias y recursos económicos para enfrentar otras necesidades personales o familiares (Llor Cedeño, Alonso Alemán, & Pérez Pérez, 2019).

Los principales productos referidos por los agricultores que son cosechados en las tierras aledañas a la parroquia Flores corresponden con las características del patrón alimentario de la zona. Productos como la papa, el maíz la cebolla y las habas constituyen bases de preparaciones de comunes de los pobladores de la zona; de ahí su elevada presencia entre las preferencias de cultivos de los agricultores de la parroquia Flores.

La frecuencia de cultivos anuales depende, entre otras, del tipo de producto que se cultiva; algunos cultivos tienen una frecuencia de dos y hasta tres veces por año, otros son de una sola frecuencia anual (Aquino, & Assis, 2007; Ávila Sánchez, 2019). Otro elemento que hay que tener en cuenta es el referido a la combinación de cultivos a la hora de planificar la siembra y la cosecha y sobre todo la época del año en que se realiza el cultivo (Calderón Cisneros, 2016).

La agricultura es el principal renglón productivo de la zona; por lo tanto la agricultura no solo genera fuente de empleo, aporta alimentos a la canasta básicas personal y familiar y provee recursos económicos a los agricultores y su familia. Las cosechas, además de abastecer de parte importante de alimentos a los agricultores, les proporcionan recursos económicos al disponer parte de los productos cosechados para ser comercializados en distintas plazas, mercados, tiendas o restaurante. De esta forma la agricultura pasa de ser de una labor cotidiana a la forma de supervivencia de muchas de las familias del sector.

Los mercados del cantón Riobamba constituyen la primera plaza de comercialización de los productos cosechados. La preferencia se basa en varios factores que sobresalen del análisis sociocultural de la zona; uno de estos factores es lo que representa la ciudad de Riobamba como capital de la provincia Chimborazo, siendo este el principal polo comercial de la zona, y por ende la principal plaza para exponer y comercializar los productos provenientes del campo (Jarquín Sánchez, Castellanos Suárez, & Sangerman-Jarquín, 2017).

Se identificaron una serie de elementos que pudieran considerarse para definir la propuesta de creación de un centro de acopio de productos agrícolas en la parroquia Flores. El primero de ellos

fue el reconocimiento casi unánime de la existencia de dificultades para comercializar los productos cosechados en la parroquia Flores.

Estas deficiencias parten desde el mismo momento de la cosecha, la disminuida capacidad de almacenaje de los productos cosechados es el primer problema al que se enfrentan los agricultores; estos se continúan con dificultades para la transportación de los productos por la lejanía de los mercados principales y la poca disponibilidad de trasportes propios para realizar el traslado de los productos cosechados. El hecho de tener que alquilar un transporte repercute negativamente en los dividendos económicos a percibir. Por último, la competencia en los mercados de Riobamba es elevada ya que confluyen productores de varias zonas o regiones con el afán de comercializar.

Este tipo de situaciones es la que lleva a los agricultores a coincidir en la necesidad de crear un centro de acopio de productos agrícolas basados en las posibles ventajas que se espera percibir de este tipo de centro dentro de las que sobresalen el mejoramiento de la comercialización de los productos. Es por eso que, a partir de este tipo de resultados obtenidos, se procede a realizar el análisis de la factibilidad de creación del centro de acopio

### **3.3. Propuesta**

#### **3.3.1. *Análisis de Factibilidad***

Los problemas identificados en la investigación, relacionados con las dificultades que se presentan en torno a la comercialización de los productos que cosechan los agricultores de la parroquia Flores, se solucionarían en su mayor por ciento con la creación de un centro de acopio en la parroquia. Corresponde ahora dar a conocer los elementos resultantes del estudio de factibilidad de esta obra. Para esto se estimará la factibilidad desde el punto de vista financiero, de mercado y técnico. Sus principales indicadores y resultados se muestran a continuación

#### **3.3.2. *Estudio de mercado***

El concepto de mercado se define tradicionalmente como un lugar físico o virtual donde se genera un intercambio de productos y/o bienes. Sin embargo el concepto ha ido evolucionando y en la actualidad se define adicionalmente el mercado como el conjunto de compradores reales y/o potenciales de un determinado producto. Los compradores tienen como elemento común mostrar la necesidad de un bien o producto común el cual puede ser satisfecho de forma total o parcial mediante la actividad fundamental del mercado, el intercambio.

Por su parte los estudios de mercado tienen como función principal vincular a los consumidores con la persona encargada de estudiar las características del mercado basado en la información disponible. El estudio de mercado permite identificar, medir y definir elementos importantes como son las oportunidades y amenazas del entorno. Otras de las ventajas incluyen la evaluación de las medidas de mercadeo, el conocimiento de los antecedentes del problema y de las posibles acciones a implementar para solucionarlo.

En este caso, se basa fundamentalmente en la identificación de la necesidad de crear el centro de acopio de productos agrícolas de la parroquia Flores lo cual quedó demostrado con los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario de investigación.

#### *3.3.2.1. Objetivos*

El estudio de mercado tiene como objetivo general:

- Identificar la demanda existente relacionada con la utilización de los servicios que brindará el centro de acopio de productos agrícolas de la parroquia Flores.

Los objetivos específicos incluyen:

- Definir el mercado meta que se beneficiará de los servicios del centro de acopio
- Definir la demanda general y potencial del centro de acopio
- Determinar la oferta de productos que acogerá el centro de acopio
- Determinar oferta de agricultores que se beneficiaran de los servicios del centro de acopio

#### *3.3.3. Descripción del producto*

El centro de acopio de productos agrícolas de la parroquia Flores constituye una alternativa viable a las necesidades de acopio y comercialización de los productos agrícolas cosechados por agricultores de la parroquia Flores y que fueron identificados durante la realización de la investigación y que se exponen en el capítulo de resultados.

#### *3.3.4. Definición del mercado meta*

El centro de acopio tendrá como mercado meta la totalidad de los agricultores de la parroquia Flores; adicionalmente extender sus servicios a los agricultores de parroquias vecinas como son Punin, Licto y Pungala. El centro de acopio permitirá realizar la distribución mayoritaria de los productos cosechados y acopiados pudiendo hacerse convenios con mayoristas y entidades que se encarguen de la distribución directa de los productos.

### 3.3.5. Determinación de la demanda

#### 3.3.5.1. Demanda actual

La demanda actual que tendrá el centro de acopio será consistente con la totalidad de agricultores de la parroquia Flores. En el presente estudio se determinó que el 93,75% de los agricultores de encuestados estuvo totalmente de acuerdo o de acuerdo en utilizar los servicios del centro de acopio; este dato se obtuvo de las respuestas a la pregunta 14 del cuestionario de investigación que es la siguiente y cuyo análisis se muestra en la tabla 8:

#### 14.- ¿Usaría usted los servicios que brinde el futuro centro de acopio de productos agrícolas de la parroquia Flores?

Opciones de respuesta

Totalmente de acuerdo\_\_\_\_\_

De acuerdo\_\_\_\_\_

Indeciso\_\_\_\_\_

En desacuerdo\_\_\_\_\_

Totalmente en desacuerdo\_\_\_\_\_

**Tabla 9-3:** Demanda actual del centro de acopio de la parroquia Flores.

Total de agricultores	Por ciento de agricultores que están de acuerdo en usar los servicios del centro de acopio	Demanda actual
32	93,75	30

Elaborado por: Yungán, S. 2022.

#### 3.3.6. Demanda proyectada

Para el análisis de la demanda proyectada a 5 años se debe destacar que actualmente se tiene un total de 32 agricultores; sin embargo, teniendo en cuenta la tasa de crecimiento poblacional determinada posterior al censo de población del año 2010, que es de 0,81, se estima para un periodo de 5 años posteriores un total de 57 agricultores, a lo que se le resta la tasa de migración del campo a la ciudad (0,31), proyecta un total de 47 agricultores para el año 2025, lo que con una tasa de aceptación del 93,75% da una demanda proyectada de 44 agricultores que podrían estar usando los servicios del centro de acopia en un periodo de 5 años; este resultado representa un aumento considerablemente el número de agricultores y de potenciales usuarios del centro de acopio.



**Tabla 10-3:** Demanda proyectada a 5 años

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Demanda proyectada (agricultores)</b>	30	33	36	40	44

Elaborado por: Yungán, S. 2022.

### ***3.3.7. Oferta de productos que acogerá el centro de acopio***

La no existencia de centros de acopio en la parroquia rural Flores, ni en ninguna de las parroquias aledañas es considerado como un elemento favorable ya que elimina la posible competencia. Los productos que acogerá el centro de acopio después de su creación y puesta en marcha fueron identificados en el trabajo de campo y en la pregunta 6 y 7 del cuestionario de investigación aplicado. Estas preguntas identificaron los productos que con mayor frecuencia se cosechan y la cantidad de cosechas anuales que se realizan.

Los resultados identificaron que la papa (87,50%), las habas (71,87%), la cebolla (65,62%) y el maíz (56,25%) son los productos que con mayor frecuencia se cultivan. También se identificó que el 59,38% de los agricultores recogen dos cosechas al año. El 25,00% refirió que cultivan productos tres veces al año y el 15,62% refirió que solo realizaba una cosecha anual. Estos resultados permitieron calcular el volumen de productos a acopiar y la frecuencia de acopio; datos que facilitan la determinación del espacio físico necesario para acopiar los productos cosechados.

### ***3.3.8. Oferta de agricultores que se beneficiaran de los servicios del centro de acopio***

En sus inicios serán 30 los productores que utilizaran los servicios del centro de acopio de productos agrícolas de la parroquia Flores; este dato se sustenta del total de productores que respondieron afirmativa a la pregunta 14 del cuestionario de investigación.

Se prevé que teniendo en cuenta el crecimiento poblacional definido para la provincia Chimborazo (0,81) en los próximos 5 años crezca el número de usuarios del centro de acopio hasta llegar a un total de 44 agricultores que es lo que se tiene como demanda proyectada; cifra que pudiera aumentar teniendo en cuenta la incorporación de agricultoras de las parroquias vecinas.

#### ***3.3.8.1. Clientes potenciales y proveedores***

Los clientes potenciales corresponden a los agricultores de la parroquia Flores que serán los beneficiarios directos de la creación del centro de acopio. Los beneficiarios secundarios serán los

agricultores de las parroquias Punin, Licto y Pungala, cuya cercanía favorece el flujo de productos hacia el centro de acopio. En esta investigación los clientes potenciales, proveedores y la demanda constituyen una misma figura.

### **3.3.9. Análisis de las características del mercado**

Se basaron en el estudio de los precios inherentes a los servicios del centro de acopio

#### *3.3.9.1. Análisis de precios*

Se define como precio básico mensual a pagar por parte de los agricultores un total de 100.00 dólares. Este precio incluye servicios básicos relacionados con electricidad, limpieza y organización, estibación de productos, seguridad y servicios de marketing para la comercialización de los productos.

Se tomó este precio en referencia al precio promedio que pagan los agricultores que reciben los servicios que brindan otros servicios de acopio de la ciudad de Riobamba y las parroquias o cantones Colta y Guamote.

#### *3.3.9.2. Proyección futura de precio*

No se prevé aumento de los precios de utilización de los servicios que brinda el centro de acopio de productos agrícolas de la parroquia Flores.

### **3.3.10. Estrategias de Mercado**

#### *3.3.10.1. Estrategia de plaza*

El lugar de producción continuará siendo las áreas destinadas a la siembra de productos de la parroquia Flores. Por su parte el área de acopio estará dividido en un área administrativo, consistente en una oficina y el área de almacenamiento donde cada productor dispondrá de un espacio de 6 metros cúbicos para poder acopiar sus productos.

#### *3.3.10.2. Estrategia de producto*

Se basa en los siguientes elementos:

- a) La manipulación de los productos acopiados se realizará bajo óptimas condiciones de higiene
- b) Los productos acopiados deben estar debidamente embazados y sin malezas.

- c) La manipulación de los productos cosechados se realizará con total precaución.
- d) Durante el tiempo de permanencia de los productos en el centro de acopio se tomarán medidas de higiene, seguridad y protección.
- e) Todos los productos cosechados serán incluidos dentro del programa de marketing del centro de acopio.

#### *3.3.10.3. Estrategias de marketing*

Las estrategias de marketing para el desarrollo de las actividades y servicios del centro de acopio de la parroquia Flores incluyen dos pilares básicos:

- a) Se diseñará un programa de marketing de los productos acopiados basado en la calidad de los mismos y sus propiedades alimenticias.
- b) Se utilizarán estrategias de promoción que incluirán redes sociales, radio y prensa.
- c) Las estrategias de promoción se orientarán en dos sentidos, el primero de ellos la promoción de los productos acopiados y el segundo orientado hacia la promoción de los servicios que brinda el centro de acopio.

Se incentivará un programa de divulgación en dos sentidos diferentes; el primero de ellos se relacionará con una socialización con los miembros y directivos de la parroquia rural Flores y parroquias aledañas. El otro sentido será la socialización de los servicios entre los posibles consumidores, en aras de poder aumentar la comercialización de los productos acopiados.

Un elemento a considerar que pudiera consolidar la estrategia de marketing sería el alquiler de una o dos vallas publicitarias situadas en el acceso a la parroquia Flores. En este sentido, en el momento de realizar el estudio, aún no se había tomado una decisión sobre el alquiler de las vallas publicitarias ya que no se había podido establecer contacto con las personas responsables y se desconocía el costo del alquiler.

#### *3.3.10.4. Estrategia de precios*

- a) Se mantendrán estructurados los costos, los cuales, agregándole un porcentaje de utilidad, dará como resultado el precio final. Los precios del servicio del centro de acopio se mantendrán estables.
- b) Los precios de comercialización de los productos acopiados serán competitivos de acuerdo al mercado, lo que facilitará un mayor posicionamiento de los productos en el mercado.
- c) Precios competitivos, accesibles a los intermediarios y destinatarios finales
- d) Los canales de distribución de los productos acopiados serán las ventas al mayor y menor y las ventas en ferias programadas.

### *3.3.10.5. Conclusiones del estudio de mercado*

Se concluye que:

- El centro de acopio de productos agrícolas de la parroquia Flores ofrecerá servicios de acopio, almacenamiento, comercialización y distribución de productos agrícolas cosechados por los agricultores de la parroquia Flores.
- Existe una demanda elevada de los servicios que brindará el centro de acopio como alternativa para la solución de la comercialización de los productos agrícolas.
- La parroquia Flores constituye el lugar ideal para la creación del centro de acopio, el que podrá atender la demanda de los agricultores de esta parroquia como de parroquias cercanas.
- Al prestar un servicio especializado en este tipo de producto y la asociatividad de los pequeños agricultores de la parroquia Flores, se obtendrá el desarrollo de la comercialización de los productos, lo que favorece en todos los aspectos a los agricultores.
- El precio de uso de los servicios del centro de acopio se encuentra determinado y no se prevé alzas en los mismos.
- Cumplir en todos los aspectos relacionados con la misión y visión del centro de acopio, para que se pueden realizar las metas y objetivos planteados.

### *3.3.11. Estudio técnico*

El estudio técnico tiene como objetivo determinar la función óptima de los elementos relacionados con la utilización y distribución de los recursos necesarios para la creación del centro de acopio. Permite identificar el tamaño y sitio idóneo para la localización del centro de acopio. Permite realizar el análisis de los costos y gastos que implica la generación de este proyecto para lograr el resultado más óptimo posible.

#### *3.3.11.1. Tamaño del proyecto*

El tamaño del proyecto puede considerarse como pequeño ya que el centro de acopio se diseñó para los agricultores de la parroquia Flores. Se proyecta, a un plazo de 5 años, para un total de 44 agricultores los que tendrán un área de almacenamiento asignada de 6 metros cúbicos cada uno; así como una oficina como área administrativa, una zona de carga, un parqueo y un área de desinfección de productos.

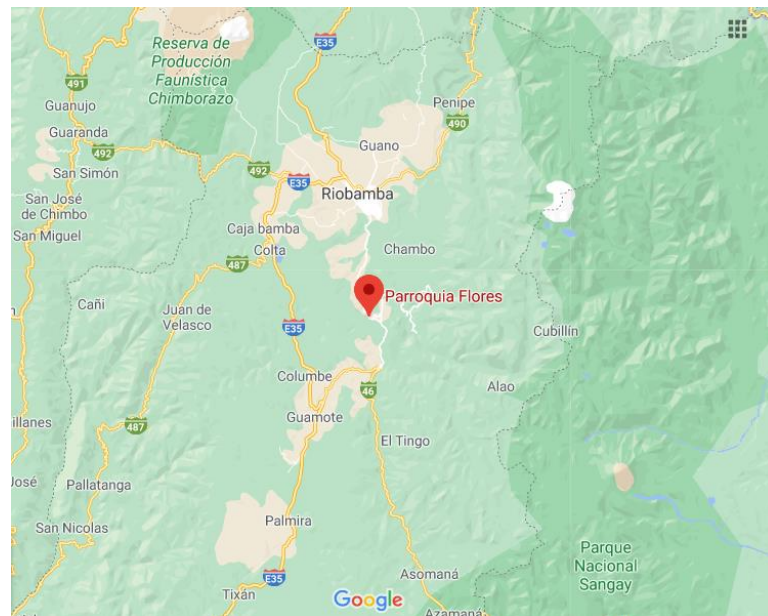
### 3.3.11.2. Localización del proyecto

#### Macro localización

La parroquia Flores es una parroquia rural ubicada en la región sierra ecuatoriana, perteneciente al cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo, Ecuador. El idioma oficial en la parroquia es el español y el quichua; las temperaturas promedio durante el año oscilan entre los 10 y 16 grados *Celsius*. Sus límites son los siguientes:

- Norte: parroquia Punín.
- Sur: cantón Guamote.
- Oeste: cantón Colta.
- Este: parroquia Licto.

Su población es mayoritariamente indígena y profesan la religión evangélica. La parroquia Flores fue creada el 18 de diciembre de 1918 por el Concejo Cantonal de Riobamba. Actualmente cuenta con 24 comunas o caseríos que conforman la totalidad de su población. La agricultura constituye el principal soporte económico de la población.



**Figura 1-3.** Ubicación parroquia Flores (macro localización)

Elaborado por: Yungán, S. 2022.

#### Micro localización

La parroquia tiene un total de 5548 habitantes, la pobreza por necesidades básicas insatisfechas, alcanza el 99,51% de la población total de la parroquia, y el 83,62% de ella vive en pobreza extrema. La población económicamente activa asciende a un total de 2474 habitantes. La población de Flores es predominantemente joven. La población femenina alcanza el 56,02%,

mientras que la masculina, el 43,98%. El analfabetismo en mujeres se presenta en 52,86%, mientras que en varones: 31,27%.

Los resultados del estudio de los servicios básicos incluyen acceso a red de alcantarillado en el 9% de las viviendas y el 15% de los hogares disponen de servicio higiénico exclusivo. Otros indicadores de cobertura de servicios básicos incluyen suministro de agua entubada por red pública dentro de la vivienda en el 10%; energía eléctrica en el 85% de las viviendas, servicio telefónico en solo el 2% de las casas y la recolección de basura solo alcanza el 11%. El 55% de las viviendas carecen de servicios residenciales básicos. La agricultura es la actividad laboral predominante.



**Figura 2-3.** Micro localización del centro de acopio

Elaborado por: Yungán, S. 2022.

### 3.3.12. Determinación de la inversión

#### 3.3.12.1. Inversión fija

Para la creación del centro de acopio se necesita un terrero de aproximadamente 700 metros cuadrados que tienen un costo aproximado de 5000,00 dólares americanos (USD). La ejecución de la obra física tendrá 145,25 metros cuadrados de construcción con un costo de 30000,00 USD; el costo de construcción será de 206,54 USD por metro cuadrado de construcción.

Se prevé igualmente la compra de un vehículo tipo camioneta por un costo de 10000,00 USD que se utilizará para realizar las entregas de productos contratados y comercializados. Es importante señalar que la mayor parte de la entrega de los productos correrá por parte de los agricultores. Igualmente se invertirá en la compra de maquinarias y equipos que incluirán una balanza, con costo de 1200,00 USD y una báscula que tiene un costo de 230,00 USD.

Los muebles y enseres que se necesitan, así como sus costos se exponen a continuación:

- 2 escritorios a un costo de 130,00 USD cada uno
- 6 sillas a un costo de 20,00 USD cada una
- 4 estantes a un costo de 150,00 USD cada uno
- 2 archivadores con un costo de 50,00 USD cada uno
- Otros materiales por un costo de 80,00 USD

Los costos totales de este acápite serán 1160,00 USD

Los costos totales de inversión fija ascienden a 47590,00 USD y se distribuyen de la siguiente forma:

- Terreno: 5000,00 USD
- Obra física: 30000,00 USD
- Vehículo: 10000,00 USD
- Maquinaria y equipo: 1430,00 USD
- Muebles y enseres: 1160,00 USD

#### *3.3.12.2. Inversión diferida*

Incluye los gastos de las acciones realizadas antes de comenzar el proyecto; se listan los honorarios de los abogados que realizan los trámites legales y los demás costos que implica la legalización del centro de acopio y los permisos necesarios. Estos costos ascienden a un total de 1250,00 USD; distribuidos en 500,00 USD de costos de constitución y 750,00 USD de costos de investigación.

#### *3.3.12.3. Organización*

El estudio realizado en la presente investigación evidenció los problemas que tienen los agricultores de la parroquia Flores para comercializar sus productos. Adicionalmente se identificó también la demanda y aceptación de los agricultores en relación con los servicios que brindará el centro de acopio y las ventajas que el mismo puede representar para el acopio y comercialización de los productos. A continuación, se definirá la misión, visión y la estructura organizativa del centro de acopio de la parroquia Flores.

**Misión:** Desarrollar dentro del sector agropecuario de la región un sistema integrado de actividades que represente la mejor opción para el acopio de los productos agrícolas cosechados por los agricultores de la parroquia Flores y otras parroquias rurales aledañas; ofreciendo servicios de transportación, almacenamiento, marketing y comercialización de los productos agrícolas, bajo

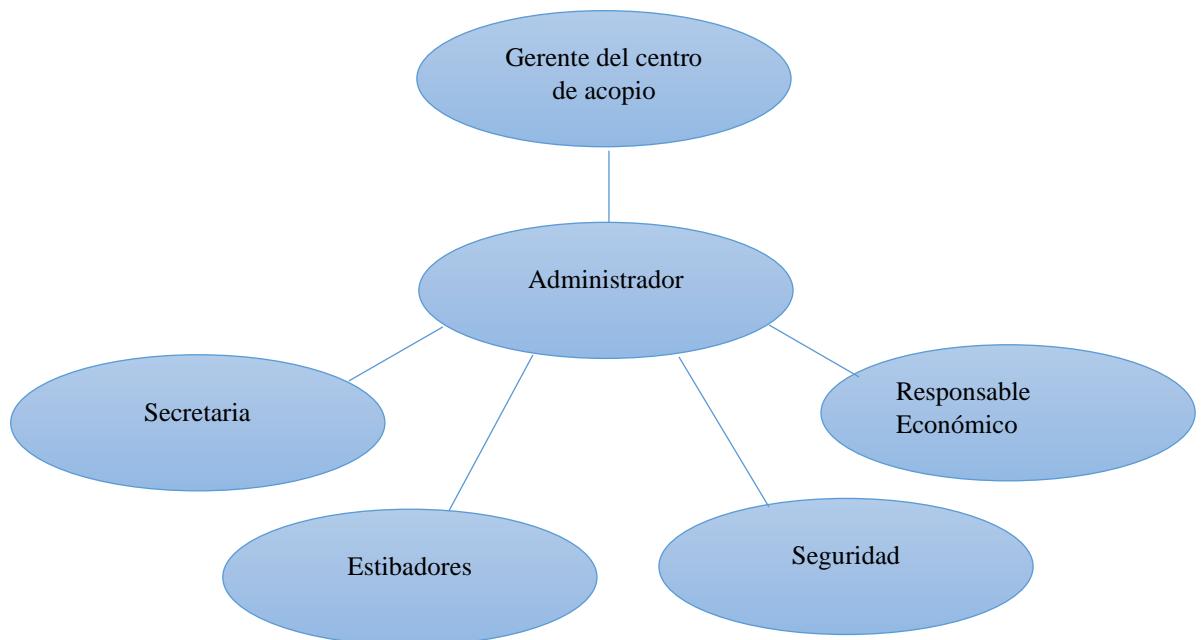
controles técnicos de calidad, direccionados por el equipo humano y profesional, lo que permitirá el crecimiento y la rentabilidad de la actividad agrícola de la zona

**Visión:** Convertirse para el año 2025 como el centro de acopio líder de la zona en base a la efectividad del modelo estratégico empleado; este está fortalecido con estrategias de calidad en cada uno de los procesos implementados. Lograr la integración de los actores de la cadena productiva y estimular la comercialización de los productos acopiados, lo que posibilitará aumentar las ganancias y mejorar el estado de vida de la población de la parroquia Flores.

#### 3.3.12.4. Estructura organizativa

##### Organigrama estructural

La estructura organizativa del centro de acopio incluye los siguientes elementos:



**Gráfico 11-3.** Organigrama estructural centro de acopio parroquia Flores.

Elaborado por: Yungán, S. 2022.

#### 3.3.12.5. Determinación de funciones

Las funciones de cada uno de los trabajadores del centro de acopio se muestran en la tabla 11.

**Tabla 11-3:** Determinación funciones centro de acopio parroquia Flores

Categoría	Funciones
Gerente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rectoriar y monitorias la realización de procesos del centro de acopio.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar las acciones de marketing para mejorar la comercialización de productos</li> </ul>
<b>Administrador</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Controla los procesos del centro de acopio</li> </ul>
<b>Responsable económico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestiona, controla y monitorea los procesos económicos financieros del centro de acopio</li> </ul>
<b>Secretaria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajar conjuntamente con el gerente y el administrador en el proceso administrativo.</li> <li>• Atender a los clientes de forma personal y por vía telefónica.</li> <li>• Registrar en el sistema la información correspondiente de los clientes y futuros clientes.</li> <li>• Realizar los pagos y cobros correspondientes a la operación del negocio.</li> </ul>
<b>Estibadores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsables del transporte de productos, acomodación y organización dentro del espacio destinado para almacenamiento</li> <li>• Realizan la limpieza del área de almacenamiento y otras áreas aledañas</li> </ul>
<b>Seguridad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se encargan de la seguridad general del centro de acopio.</li> <li>• Regulan la entrada y salida de personas y productos</li> </ul>

Elaborado por: Yungán, S. 2022.

### **3.3.13. Estudio Financiero**

El estudio financiero tiene como finalidad establecer las inversiones, pronosticar ingresos, analizar los egresos, para poder estructurar los respectivos estados financieros y realizar la evaluación financiero respectivo y determinar su factibilidad del proyecto, cuyos resultados ayudan a la toma de decisiones de los gestores del mismo

#### **3.3.13.1. Estructura de la inversión**

La inversión se estructura en función de:

- Inversión fija: 47590,00 USD
- Inversión diferida: 1250,00 USD
- Capital de trabajo: 2150,00 USD

Estas cifras dan un total de 50990,00 USD

### *3.3.13.2. Ingresos*

Los ingresos establecen un total de 100,00 USD por cada agricultor mensual; estas cifras ascienden a un total de 3000,00 USD mensuales que darían una suma total anual de 36000,00 USD. A este resultado se debe añadir un porcentaje de los beneficios obtenidos por las ventas de los productos acopiados el cual dependerá del volumen de ventas que se tenga, por lo que no se incluye dentro de este cálculo.

### *3.3.13.3. Egresos*

Los egresos incluyen los gastos que se proyectan por materiales, mantenimiento de vehículo, y otros; estos crecen según una tasa de inflación dada por la Súper Intendencia de Bancos y Seguros que es del 4,22% anual.

Este proyecto no incluye egresos por concepto de producción (mano de obra y otros) ya que se realizarán directamente por el agricultor y no se incluyen dentro de los objetivos del proyecto ni de la creación del centro de acopio. Sin embargo, si se incluye el cálculo de los gastos administrativos que incluye el sueldo del personal administrativo.

Para calcular el mismo se tomó como plantilla del centro de acopio los siguientes cargos:

- Gerente: 400.00 usd mensual.
- Administrador: 300.00 usd mensual.
- Secretaria: 250.00 usd mensual.
- Estibadores (2): 200.00 usd anual cada uno.
- Responsable económico: 200.00 usd mensual.
- Seguridad: 400.00 usd mensual.

Los servicios de seguridad serán contratados con una empresa privada que brindará ese servicio. Los egresos previstos ascienden a 1950,00 usd mensuales por pago de salario de los trabajadores. También se debe incluir dentro de los gastos o egresos los correspondientes a los gastos de oficina que se proyecta que sean de 111,31 USD durante el año 2021 y de 106,87 USD en el año 2025; en los años intermedios el comportamiento será estable. Se prevé un costo anual de 528,00 USD por conceptos de pagos de seguros.

### *3.3.13.4. Gastos de ventas*

En este acápite se incluirán los costos relacionados con el mantenimiento del vehículo y los relacionados con la campaña de publicidad. La suma total anual de ambos renglones asciende a

1500,00 USD divididos en 451,00 USD de mantenimiento de vehículo y 1009,00 USD de spot publicitarios y propaganda impresa.

### 3.3.13.5. Gastos financieros

Se dispone con el capital para llevar a cabo el proyecto por lo que no se considera necesario solicitar préstamos bancarios que generarían mayores gastos por conceptos de pagos de seguros e intereses bancarios.

### 3.3.13.6. Valoración financiera

Teniendo en cuenta la disponibilidad de fondos a invertir, los resultados proyectados a un periodo de 5 años y la amortización de la inversión en ese propio periodo se considera el proyecto como viable desde el punto de vista financiero.

### 3.3.13.7. Flujo de efectivo proyectado

Los resultados del cálculo del flujo de efectivos proyectado para los primeros 5 años, en base a ingresos y egresos proyectados; estos resultados se muestran en la tabla 12.

**Tabla 12-3:** Flujo de efectivos en USD proyectado

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Inversión inicial</b>	48.840,00					
<b>Ingresos</b>		36.000,00	39.600,00	43.200,00	48.000,00	52.800,00
<b>Gastos</b>		25.539,31	25.509,63	25.487,23	25.517,54	25.534,87
<b>Utilidades</b>		10.460,69	14.090,37	17.712,77	22.482,46	27.265,13
<b>Flujo neto de fondos acumulado</b>	-48.840,00	-38.379,31	-24.288,94	-6.576,17	15.906,29	43.171,42

Elaborado por: Yungán, S. 2022.

### 3.3.13.8. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio permite conocer cuántos agricultores necesita el centro de acopio que contraten sus servicios de forma anual para mantener un equilibrio económico, sin pérdidas ni ganancias, es decir, con un resultado nulo (igual a 0).

**Tabla 13-3:** Punto de equilibrio del centro de acopio de la parroquia rural Flores

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Punto de equilibrio</b>	21	19	17	14	10

Elaborado por: Yungán, S. 2022.

Se puede observar en la tabla 13 que durante el primer año el punto de equilibrio necesario será de 21 agricultores; estas cifras disminuyen cada año hasta llegar al cálculo de 10 agricultores al 5to año de funcionamiento del centro de acopio.

### 3.3.13.9. Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto (VAN) hace referencia a la actualización de valores de ingresos y egresos que tendrá el centro de acopio, esto permitirá conocer si será rentable o no su puesta en marcha. Para el análisis del VAN se realizó el cálculo de la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) que se calcula de la siguiente forma:

- $TMAR = \text{Tasa de interés pasiva} + \text{Inflación} + \text{Riesgo país (cifras actualizadas del año 2019)}$
- $TMAR = 4\% + 0,84\% + 11,28\%$
- $TMAR = 16,12\%$

**Tabla 14-3:** Detalles relacionados con el VAN

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>*Utilidades</b>	10.460,69	14.090,37	17.712,77	22.482,46	27.265,13
<b>VAN</b>	8.397,31 USD				

Elaborado por: Yungán, S. 2022.

El resultado obtenido del VAN, al ser superior a 0 muestra que desde el punto de vista financiero el proyecto de creación del centro de acopio de la parroquia rural Flores es factible; se prevén utilidades desde el primer año de puesta en marcha.

### 3.3.13.10. Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es un indicador utilizado para determinar el porcentaje de rentabilidad o de interés que ofrece determinado proyecto. También indica cual será la tasa de interés en el que el VAN se convierte en 0; si los resultados muestran un valor superior a = entonces se interpreta como factible el proyecto a desarrollar.

En el caso de la construcción del centro de acopio de productos agrícolas de la parroquia rural Flores del 37,63% en relación a los resultados de la tabla 12; lo que evidencia la factibilidad de este proyecto.

### 3.3.3.11. Periodo de recuperación de la inversión

Según los resultados obtenidos y que se muestran en la tabla 12 evidencian como último año con relación negativa el tercer año de funcionamiento, por lo que el periodo de recuperación de la inversión del centro de acopio de la parroquia rural Flores es de 3 años.

Para determinar el tiempo exacto de recuperación de la inversión se aplica la siguiente fórmula matemática:

$$PRI = \text{Año último negativo} + \frac{FNE \text{ Act. neg. acum. (positivo)}}{FNE \text{ Act. del año siguiente}}$$

Después de realizar los cálculos se obtiene como valor de PRI de 4,732831926, por lo que se necesitaran 4 años.

Años: 4

Meses:  $0,732831926 * 12 = 8,793983112$

Días:  $0,793983112 * 30 = 23,81949336$

De forma general se puede plantear que el tiempo necesario para recuperar la inversión es exactamente de 4 años, 8 meses y 23 días.

### 3.3.3.12. Relación costos beneficios

Los resultados costos beneficios del siguiente estudio muestran un valor superior a 1 por lo que es factible la aplicación del proyecto investigado.

## CONCLUSIONES

- Con la realización de la presente investigación se pudo determinar que la demanda potencial dentro del centro de acopio, se enmarca dentro de una cantidad de 318 productos que estarán inmersos en el centro de acopio para poder realizar su distribución al consumidor final.
- Dentro de la oferta que se presenta para el centro de acopio, se establecen productos como la papa, maíz, cebolla, haba, quinua, cebada, avena. Productos que se pudo determinar que son los que más se cosechan y mayor distribución y venta registran para los productores.
- La oferta que muestran los agricultores para el centro de acopio, es la producción, distribución y venta de productos agrícolas, que no solo beneficiaran al consumidor final, sino que también se verán beneficiados los productores con la distribución de sus productos de manera directa.

## **RECOMENDACIONES**

- Definir los parámetros para la comercialización de productos con calidad en el centro de acopio del Gad Parroquial de Flores.
- Analizar detenidamente los costos y gastos que se vincularan al proyecto para la implementación de esta microempresa que tiene como objetivo principal estimular a la sociedad ejercer en la agricultura.
- Establecer posibles proyecciones en base a los estudios de mercado con la finalidad de poder establecer en qué periodo se repondrá la inversión realizada.

## **GLOSARIO**

**Acciones afirmativas:** Todo tipo de medidas o políticas dirigidas a favorecer a determinadas personas o grupos, ya sea con el fin de eliminar o reducir las desigualdades de tipo social, cultural o económico que los afectan.

**Almacenamiento:** “Es la acción del usuario de colocar temporalmente determinados productos o elementos en recipientes, depósitos contenedores retornables o desechables mientras se procesan para su aprovechamiento, transformación, comercialización o se presentan al servicio de recolección para su tratamiento o disposición final.”

**Análisis Costo Eficiencia:** Es el método de evaluación de programas, por medio del cual los costos se cuantifican en términos monetarios y los avances en términos de eficacia en relación con la meta deseada. Su objetivo es que cuando el costo es medido en dinero se evalúa la eficacia en relación con el mayor o menor grado en el logro del objetivo definido.

**Análisis Costo Beneficio:** Es el método de evaluación de programas, por medio del cual se estima la relación entre los costos y avances en términos monetarios por lo que resulta indispensable tomar en consideración el tiempo para evaluar la rentabilidad, privada o social, asociada a la inversión, y con ello, realizar el análisis costo-beneficio.

**Área pública:** “Es aquella destinada al uso, recreo o tránsito público exceptuando aquellos espacios cerrados y con restricciones de acceso”.

**Centros de acopio:** Son lugares cerrados de escala vecinal, cuya actividad productiva se basa en la recepción, selección, acopio transitorio y comercialización, sin ningún tipo de transformación, de material reciclable ordinario inorgánico, en pequeña escala.

**Actividad económica:** Conjunto de acciones que tienen por objeto la producción, distribución, intercambio y consumo de bienes y servicios generados para satisfacer las necesidades materiales y sociales.

**Agricultura:** Conjunto de actividades relacionadas con el cultivo de la tierra, que buscan conseguir la satisfacción de algunas necesidades humanas como la alimentación y materias primas para la industria.



**Análisis:** Examen detallado de los hechos para conocer sus elementos constitutivos, sus características representativas, así como sus interrelaciones y la relación de cada elemento con él.

**Beneficio:** Labor y cultivo que se da en los campos y árboles. Acción de someter los productos agrícolas a una serie de operaciones necesarias para que puedan ser objeto de consumo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alaña, T. (2020). Fijación de Precios. *Universidad y Sociedad*, 2-3.
- Alpachucho, L. (2016). *La comercialización de los productos agrícolas en la región*. (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato.
- Avalos, E. (2015). *Estudio de Factibilidad para la creación de un centro de acopio de cacao fino de aroma ubicado en Cumandá provincia de Chimborazo*. (Tesis de pregrado). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba.
- Baca, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill.
- Dubs, R. (2017). El proyecto factible una modalidad de investigación. *Sapiens*, 12-15.
- Gispert, C. (2002). *Enciclopedia práctica de la agricultura y la ganadería*.
- Gómez, A. (2003). *Estudio Económico-financiero*. México: UNAM
- Guano, J. (2016). *Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio y comercialización de Cereales en la ciudad de Salcedo*. (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Cotopaxi, Salcedo.
- Horta, R. (2014). Investigación de Mercado una estrategia de desarrollo. *Scielo*, 31-43.
- Luna, R. (2019). Guía para Estudios de Factibilidad. *Proarca*, 7-10.
- Méndez, A. (2015). *Estudio de la factibilidad para la creación de un centro de acopio y comercialización del fréjol en la comunidad de mascarillas*. (Tesis de pregrado). Universidad Técnica del Norte, Ibarra.
- Mendez, G. (2010). *Estudio de factibilidad para a creación de un centro de acopi de frutas del valle en comunidad del chota* (Tesis de pregrado). Universidad Tecnica del Norte, Ibarra.
- Mora, J. (2017). Análisis de la Oferta y Demanda. *Ra Ximhai*, 295-309.
- Moscoso, M. (2015). *Los proyectos de inversión de inevestigación agropecuaria en un agroecosistema sostenible*. (Tesis de pregrado). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba.
- Naranjo, M. (2016). *La política Agropecuaria ecuatoriana*. Quito: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca .
- ONU. (2017). *Guía para la formulación de proyectos de inversión del sector agropecuario*. Panamá: MIDA.
- Peña, I. (2017). *Importancia del estudio de mercado para un proyecto de inversión caso: una microempresa prestadora de servicios para eventos*. (Tesis de pregrado). Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla.

Sapag, N. (2011). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación*. Chile: Pearson.

Sapag, N., & Sapag, R. (2003). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México: McGraw-Hill.

Soto, M. (2016). Análisis de mercado económico y financiero. *Revista Mexicana*, 360-373.



DIRECCION DE BIBLIOTECAS  
Y RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE  
Y LA INVESTIGACION  
Ing. Jhonatan Parreño Ugullas MBA  
ANALISTA DE BIBLIOTECA 1

## ANEXOS

### ANEXO A: ENCUESTA

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

Estimado productor, mi nombre es **SARA FABIOLA YUNGAN YUNGAN**, soy estudiante de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y me encuentro realizando mi trabajo de titulación titulado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN EL GAD PARROQUIAL DE FLORES, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, el cual me permitirá obtener el título de **INGENIERA EN EMPRESAS**. Por este motivo le solicito su cooperación para que acceda a responder la siguiente encuesta que no le demorará más de 20 minutos. Le pedimos sea lo más preciso posible a la hora de responder ya que sus respuestas constituirán información valiosa para poder cumplir los objetivos del estudio.

Fecha:

Código:

#### **I. Características Generales**

**1.- ¿Cuál es su edad?**\_\_\_\_\_ años

#### **2.- Sexo**

(1) Masculino\_\_\_\_\_

(2) Femenino\_\_\_\_\_

**3.- ¿Reside usted permanentemente en la parroquia Flores?**

(1) Si\_\_\_\_\_

(2) No\_\_\_\_\_

**4.- ¿Se dedica usted a la agricultura como actividad fundamental?**

(1) Si\_\_\_\_\_

(2) No\_\_\_\_\_

**5.- ¿Las tierras que usted cultiva son propias?**

(1) Si\_\_\_\_\_

(2) No\_\_\_\_\_

## **II. Sobre necesidad de Centro de Acopio**

### **6.- ¿Qué variedad de productos usted siembra?**

- (1) Papa\_\_\_\_\_
- (2) Maíz\_\_\_\_\_
- (3) Cebolla\_\_\_\_\_
- (4) Habas\_\_\_\_\_
- (5) Quinoa\_\_\_\_\_
- (6) Cebada\_\_\_\_\_
- (7) Avena\_\_\_\_\_

### **7.- ¿Cuántas cosechas realiza al año?**

- (1) Una vez\_\_\_\_\_
- (2) Dos veces\_\_\_\_\_
- (3) Tres veces\_\_\_\_\_

### **8.- ¿Qué cantidad de productos de los que usted cosecha los dedica a la venta?**

- (1) La totalidad de la cosecha\_\_\_\_\_
- (2) Más de la mitad de la cosecha\_\_\_\_\_
- (3) Menos de la mitad de la cosecha\_\_\_\_\_
- (4) Ninguna\_\_\_\_\_

### **9.- ¿En qué lugar comercializa sus productos?**

- (1) Mercado local\_\_\_\_\_
- (2) Mercados del cantón Riobamba\_\_\_\_\_
- (3) Tiendas\_\_\_\_\_
- (4) Restaurantes\_\_\_\_\_

### **10.- ¿En la actualidad tiene dificultades para comercializar sus productos?**

- (1) Totalmente de acuerdo\_\_\_\_\_
- (2) De acuerdo\_\_\_\_\_
- (3) Indeciso\_\_\_\_\_
- (4) En desacuerdo\_\_\_\_\_
- (5) Totalmente en desacuerdo\_\_\_\_\_

**11.- ¿Considera usted que existe necesidad de crear un centro de acopio de productos en la parroquia Flores?**

- (1) Totalmente de acuerdo\_\_\_\_\_
- (2) De acuerdo\_\_\_\_\_
- (3) Indeciso\_\_\_\_\_
- (4) En desacuerdo\_\_\_\_\_
- (5) Totalmente en desacuerdo\_\_\_\_\_

**12.- ¿Considera usted que la creación de un centro de acopio de productos en la parroquia Flores mejorará la comercialización de los productos cosechados?**

- (1) Totalmente de acuerdo\_\_\_\_\_
- (2) De acuerdo\_\_\_\_\_
- (3) Indeciso\_\_\_\_\_
- (4) En desacuerdo\_\_\_\_\_
- (5) Totalmente en desacuerdo\_\_\_\_\_

**13.- ¿Qué beneficios esperaría usted obtener con la creación de un centro de acopio de productos en la parroquia Flores? Seleccione los que usted considere necesario**

- (1) Obtener productos frescos\_\_\_\_\_
- (2) Obtener productos seleccionados\_\_\_\_\_
- (3) Disponer de capacidad de almacenaje\_\_\_\_\_
- (4) Mejorar la comercialización de los productos cosechados\_\_\_\_\_
- (5) Mejorar la colocación de los productos cosechados en el mercado local y de la región\_\_\_\_\_

**14.- ¿Usaría usted los servicios que brinde el futuro centro de acopio de productos agrícolas de la parroquia Flores?**

- (1) Totalmente de acuerdo\_\_\_\_\_
- (2) De acuerdo\_\_\_\_\_
- (3) Indeciso\_\_\_\_\_
- (4) En desacuerdo\_\_\_\_\_
- (5) Totalmente en desacuerdo\_\_\_\_\_

Muchas gracias por sus respuestas

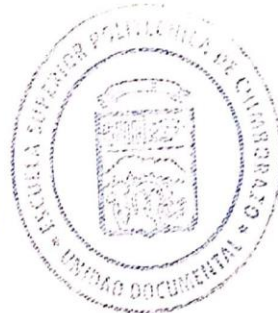


**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y DOCUMENTAL**

**REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA**

Fecha de entrega: 03/06/2022

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> SARA FABIOLA YUNGAN YUNGAN
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>Carrera:</b> ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>Título a optar:</b> INGENIERA DE EMPRESAS
<b>f. Analista de Biblioteca responsable:</b> Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.



03-06-2022

1012-DBRA-UTP-2022