



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

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE CEBADA EN  
LA PARROQUIA CACHA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO  
2023.”**

**Trabajo de Titulación**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN FINANZAS**

**AUTORA:**

**MARÍA ELIZABETH LEÓN CABAY**

Riobamba – Ecuador

2024



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

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE CEBADA EN  
LA PARROQUIA CACHA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO  
2023.”**

**Trabajo de Titulación**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN FINANZAS**

**AUTORA: MARÍA ELIZABETH LEÓN CABAY**

**DIRECTOR: ING. FAUSTO FRANCISCO NAVARRETE CHÁVEZ**

Riobamba – Ecuador

2024

**©2024, María Elizabeth León Cabay**

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

Yo, María Elizabeth León Cabay, 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, 12 de junio de 2024




A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized oval shape with several vertical lines crossing it, positioned above a horizontal line.

**María Elizabeth León Cabay**

**C.I: 060363077-3**

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

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; Tipo: Proyecto de Investigación, **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE CEBADA EN LA PARROQUIA CACHA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2023.”**, realizado por la señorita: **MARÍA ELIZABETH LEÓN CABAY**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
Ing. David Alejandro León Gualán <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>		2024-06-12
Ing. Fausto Francisco Navarrete Chávez <b>DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</b>		2024-06-12
Lcdo. Hugo Santiago Trujillo Chávez <b>ASESOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</b>		2024-06-12

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de titulación va dedicado en primer lugar al creador del universo que es a DIOS, por darme la sabiduría y fortaleza necesaria para continuar cuando he estado a punto de caer y mantenerme siempre con salud para lograr mi objetivo, así como también a mis queridos padres, Hermenegildo León y Manuela Cabay quienes con su amor y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir con mi objetivo, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y humildad, de no temer las adversidades porque Dios está siempre conmigo. A mis hermanos quienes me dieron su apoyo incondicional y me enseñaron que con perseverancia y esfuerzo se puede lograr muchos objetivos en la vida. Finalmente, a mi hija Melanie Danaé quien fue el pilar fundamental para culminar con mi carrera.

Elizabeth

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer en primer lugar a Dios por darme la vida y salud, por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. Por los buenos y malos momentos que me han enseñado a valorar cada día más. A mis padres y hermanos quienes me han acompañado durante todo mi trayecto estudiantil y de vida, por siempre estar ahí con su comprensión y apoyo incondicional, también extendo mi agradecimiento a mi director de tesis Ing. Fausto Navarrete y mi asesor Lcdo. Santiago Trujillo, que gracias al equipo que formamos logramos llegar hasta el final del camino, gracias por su tiempo y por compartir sus conocimientos guiándome en la elaboración de este trabajo de titulación.

Elizabeth

## ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xviii
RESUMEN .....	xix
ABSTRACT.....	xx
INTRODUCCIÓN .....	1

### CAPÍTULO I

<b>1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>2</b>
<b>1.1. Planteamiento del problema.....</b>	<b>2</b>
<b>1.1.1. <i>Formulación del problema</i> .....</b>	<b>3</b>
<b>1.2. Objetivos.....</b>	<b>4</b>
<b>1.2.1. <i>Objetivo General</i> .....</b>	<b>4</b>
<b>1.2.2. <i>Objetivos específicos</i> .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3. Justificación.....</b>	<b>4</b>
<b>1.3.1. <i>Justificación teórica</i> .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3.2. <i>Justificación metodológica</i> .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3.3. <i>Justificación social</i>.....</b>	<b>5</b>

### CAPÍTULO II

<b>2. Marco teórico .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1. Antecedentes.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.1. <i>Antecedente Investigativo 1</i> .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.2. <i>Antecedente Investigativo 2</i> .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1.3. <i>Antecedente Investigativo 3</i> .....</b>	<b>7</b>
<b>2.2. Fundamentación Teórica.....</b>	<b>8</b>
<b>2.2.1. <i>Proyecto</i> .....</b>	<b>8</b>
<b>2.2.1.1. <i>Tipo de Proyecto</i> .....</b>	<b>9</b>
<b>2.2.1.2. <i>Alcance de Proyecto</i> .....</b>	<b>9</b>
<b>2.2.1.3. <i>Ciclo de vida de un proyecto</i>.....</b>	<b>10</b>
<b>2.2.2. <i>Factibilidad</i> .....</b>	<b>10</b>



2.2.2.1.	<i>Objetivos que determina la factibilidad</i> .....	11
2.2.2.2.	<i>Estructura de la factibilidad</i> .....	11
2.2.2.3.	<i>Aspectos básicos de la factibilidad</i> .....	13
2.2.2.4.	<i>Evaluación de la factibilidad</i> .....	14
2.2.3.	<b><i>Estudio de factibilidad</i></b> .....	14
2.2.3.1.	<i>Estructura del contenido de los estudios de factibilidad</i> .....	14
2.2.4.	<b><i>Estudio de mercado</i></b> .....	16
2.2.4.1.	<i>Estructura del contenido de los estudios de factibilidad</i> .....	16
2.2.4.2.	<i>Importancia del estudio de mercado</i> .....	16
2.2.5.	<b><i>Demanda</i></b> .....	16
2.2.5.1.	<i>Análisis de la demanda</i> .....	17
2.2.5.2.	<i>Tipos de demanda</i> .....	17
2.2.5.3.	<i>Demanda Insatisfecha</i> .....	17
2.2.5.4.	<i>Demanda proyectada</i> .....	17
2.2.6.	<b><i>Oferta</i></b> .....	18
2.2.6.1.	<i>Análisis de la oferta</i> .....	18
2.2.6.2.	<i>Tipos de oferta</i> .....	19
2.2.6.3.	<i>Oferta Proyectada</i> .....	19
2.2.7.	<b><i>Marketing Mix</i></b> .....	19
2.2.8.	<b><i>Comercialización</i></b> .....	21
2.2.9.	<b><i>Canales de Comercialización</i></b> .....	21
2.2.10.	<b><i>Estudio Técnico</i></b> .....	21
2.2.10.1.	<i>Tamaño del proyecto</i> .....	22
2.2.10.2.	<i>Ingeniería de proyecto</i> .....	22
2.2.10.3.	<i>Localización</i> .....	22
2.2.11.	<b><i>Estudio Legal</i></b> .....	23
2.2.12.	<b><i>Estudio Administrativo</i></b> .....	23
2.2.12.1.	<i>Organigrama Estructural</i> .....	23
2.2.12.2.	<i>Empresa</i> .....	23
2.2.12.3.	<i>Misión</i> .....	23
2.2.12.4.	<i>Visión</i> .....	24
2.2.12.5.	<i>Valores Institucionales</i> .....	24
2.2.12.6.	<i>Políticas</i> .....	24
2.2.12.7.	<i>Estructura organizacional</i> .....	24
2.2.13.	<b><i>Estudio financiero</i></b> .....	24
2.2.13.1.	<i>Inversión</i> .....	24

2.2.13.2. Partes de cuentas que interviene en el estudio económico financiero de un proyecto	25
2.2.13.3. Punto de equilibrio .....	26
2.2.14. <b>Evaluar económica financiera</b> .....	26
2.2.14.1. Valor Actual Neto (VAN) .....	26
2.2.14.2. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	26
2.2.14.3. Razón Beneficio - Costo.....	27
2.2.15. <b>Centro de acopio</b> .....	27
2.2.15.1. Definición del Centro de Acopio.....	27
2.2.15.2. Características de un Centro de Acopio .....	27
2.2.15.3. Función del Centro de Acopio .....	28

### CAPÍTULO III

3. <b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	29
3.1. <b>Enfoque de Investigación</b> .....	29
3.1.1. <i>Enfoque Cuantitativa</i> .....	29
3.1.2. <i>Enfoque cualitativo</i> .....	29
3.2. <b>Nivel de Investigación</b> .....	30
3.2.1. <i>Descriptiva</i> .....	30
3.3. <b>Diseño de Investigación</b> .....	30
3.3.1. <i>No Experimental</i> .....	30
3.3.2. <i>Transversal</i> .....	30
3.4. <b>Tipo de Investigación</b> .....	31
3.4.1. <i>Investigación de Campo</i> .....	31
3.4.2. <i>Investigación Documental</i> .....	31
3.5. <b>Población y Muestra</b> .....	31
3.5.1. <i>Población</i> .....	31
3.5.2. <i>Muestra</i> .....	32
3.5.3. <i>Cálculo de la Muestra</i> .....	32
3.6. <b>Métodos, Técnicas e Instrumentos</b> .....	33
3.6.1. <i>Métodos</i> .....	33
3.6.1.1. <i>Método Inductivo</i> .....	33
3.6.1.2. <i>Método Deductivo</i> .....	33
3.6.2. <i>Técnica</i> .....	33
3.6.2.1. <i>Encuestas</i> .....	33
3.6.2.2. <i>Entrevista</i> .....	34

<b>3.6.3. Instrumento</b> .....	34
<b>3.6.3.1. Cuestionario</b> .....	34

## **CAPÍTULO IV**

<b>4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b> .....	35
<b>4.1. Análisis e interpretación de resultados de los productores de cebada</b> .....	35
<b>4.2. Análisis e interpretación de resultados de los propietarios de molinos y bodegas.</b> ..	
.....	49
<b>4.4. Discusión de resultados</b> .....	62

## **CAPÍTULO V**

<b>5. MARCO PROPOSITIVO</b> .....	64
<b>5.1. Estructura de la Propuesta</b> .....	64
<b>5.2. Título</b> .....	64
<b>5.3. Introducción</b> .....	64
<b>5.4. Objetivo de la propuesta</b> .....	65
<b>5.5. Contenido de la propuesta</b> .....	65
<b>5.5.1. Análisis FODA</b> .....	65
<b>5.5.2. Estudio de mercado</b> .....	66
<b>5.4.2.1. Análisis de la Demanda</b> .....	66
<b>5.4.2.2. Proyección de la demanda</b> .....	66
<b>5.4.2.3. Análisis de la oferta</b> .....	67
<b>5.4.2.4. Oferta proyectada</b> .....	67
<b>5.4.2.5. Demanda insatisfecha</b> .....	69
<b>5.5.3. Estudio legal</b> .....	69
<b>5.5.3.1. Obtención de permisos municipales Trámite:</b> .....	70
<b>5.5.3.2. Inscripción de la compañía</b> .....	70
<b>5.5.3.3. RUC Trámite:</b> .....	71
<b>5.5.4. Estudio administrativo</b> .....	71
<b>5.5.4.1. Nombre del centro de acopio</b> .....	71
<b>5.5.4.2. Logo del centro de acopio</b> .....	72
<b>5.5.4.3. Misión</b> .....	72
<b>5.5.4.4. Visión</b> .....	73
<b>5.5.4.5. Objetivos del centro de acopio</b> .....	73

5.5.4.6.	<i>Valores organizacionales</i> .....	74
5.5.4.7.	<i>Políticas del centro de acopio</i> .....	74
5.5.4.8.	<i>Estructura organizacional</i> .....	77
5.5.4.9.	<i>Manual de funciones</i> .....	78
5.5.5.	<b>Marketing Mix</b> .....	86
5.5.5.1.	<i>Producto</i> .....	86
5.5.3.1.	<i>Precio</i> .....	86
5.5.3.2.	<i>La plaza</i> .....	87
5.5.3.3.	<i>Promoción</i> .....	87
5.5.3.4.	<i>Estrategias de mercado</i> .....	89
5.5.6.	<b>Estudio técnico</b> .....	90
5.5.6.1.	<i>Macro localización</i> .....	90
5.5.6.2.	<i>Micro localización</i> .....	91
5.5.6.3.	<i>Flujograma de procesos</i> .....	93
5.5.6.4.	<i>Distribución de planta</i> .....	94
5.5.6.5.	<i>Capacidad de planta</i> .....	95
5.5.7.	<b>Estudio financiero</b> .....	95
5.5.7.1.	<i>Inversiones iniciales</i> .....	95
5.5.7.2.	<i>Inversión fija</i> .....	96
5.5.7.3.	<i>Inversión diferida</i> .....	96
5.5.7.4.	<i>Capital de trabajo</i> .....	97
5.5.7.5.	<i>Resumen de la inversión</i> .....	97
5.5.7.6.	<i>Ventas de mercaderías anuales</i> .....	98
5.5.7.7.	<i>Compra de mercaderías proyectadas</i> .....	99
5.5.7.8.	<i>Costos Directos</i> .....	100
5.5.7.9.	<i>Costos Indirectos</i> .....	101
5.5.7.10.	<i>Costos Administrativos</i> .....	102
5.5.7.11.	<i>Costos de Publicidad proyectada</i> .....	103
5.5.7.12.	<i>Costos Financieros</i> .....	103
5.5.7.13.	<i>Gastos financieros</i> .....	104
5.5.7.14.	<i>Estado de Resultados Proyectado</i> .....	105
5.5.7.15.	<i>Balance General Proyectado</i> .....	106
5.5.7.16.	<i>Flujo neto de objetivo</i> .....	107
5.5.8.	<b>Evaluación económica financiera</b> .....	108
5.5.8.1.	<i>Valor Actual Neto</i> .....	108
5.5.8.2.	<i>Tasa Interna de Retorno</i> .....	109

<b>5.5.8.3.</b>	<i>Período de Recuperación de la Inversión</i> .....	109
<b>5.5.8.4.</b>	<i>Relación Costo – Beneficio</i> .....	110
<b>5.5.9.</b>	<i>Resumen del estudio económico financiero y evaluación económica</i> .....	110
<b>CONCLUSIONES</b> .....		111
<b>RECOMENDACIONES</b> .....		112
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>		
<b>ANEXOS</b>		

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 2-1:</b>	Cuentas que interviene en el estudio económico financiero de un proyecto .....	25
<b>Tabla 4-1:</b>	Género .....	35
<b>Tabla 4-2:</b>	Edad .....	36
<b>Tabla 4-3:</b>	Producto más cultivado .....	37
<b>Tabla 4-4:</b>	Beneficios para el productor .....	38
<b>Tabla 4-5:</b>	Producto con menos esfuerzo .....	39
<b>Tabla 4-6:</b>	Venta de cebada .....	40
<b>Tabla 4-7:</b>	Terreno de cultivo .....	41
<b>Tabla 4-8:</b>	Terreno de extensión .....	42
<b>Tabla 4-9:</b>	Quintales de cebada .....	43
<b>Tabla 4-10:</b>	Utilización de cebada .....	44
<b>Tabla 4-11:</b>	Distribución del producto .....	45
<b>Tabla 4-12:</b>	Implementación de un centro de acopio .....	46
<b>Tabla 4-13:</b>	Centro de acopio .....	47
<b>Tabla 4-14:</b>	Objetivo de un centro de acopio .....	48
<b>Tabla 4-15:</b>	Género .....	49
<b>Tabla 4-16:</b>	Edad .....	50
<b>Tabla 4-17:</b>	Conocimiento de un centro de acopio .....	51
<b>Tabla 4-18:</b>	Frecuencia de compra .....	52
<b>Tabla 4-19:</b>	Cantidad de cebada .....	53
<b>Tabla 4-20:</b>	Adquisición de la cebada .....	54
<b>Tabla 4-21:</b>	Nivel de preferencia .....	55
<b>Tabla 4-22:</b>	Lugar de compra .....	56
<b>Tabla 4-23:</b>	Precio del producto .....	57
<b>Tabla 4-24:</b>	Adquisición de cebada .....	58
<b>Tabla 4-25:</b>	Centro de acopio .....	59
<b>Tabla 4-26:</b>	Presentación del producto .....	60
<b>Tabla 5-1:</b>	FODA .....	65
<b>Tabla 5-2:</b>	Cálculo de la demanda actual .....	66
<b>Tabla 5-3:</b>	Proyección de la demanda .....	67
<b>Tabla 5-4:</b>	Cuantificación de la oferta actual .....	68
<b>Tabla 5-5:</b>	Proyección de la oferta .....	68
<b>Tabla 5-6:</b>	Demanda insatisfecha .....	69

<b>Tabla 5-7:</b>	Paso para la constitución del centro de acopio. ....	69
<b>Tabla 5-8:</b>	Trámite .....	70
<b>Tabla 5-9:</b>	Preguntas directrices .....	72
<b>Tabla 5-10:</b>	Preguntas directrices .....	73
<b>Tabla 5-11:</b>	Políticas administrativas.....	74
<b>Tabla 5-12:</b>	Políticas de recepción de materia prima .....	75
<b>Tabla 5-13:</b>	Políticas de calidad.....	75
<b>Tabla 5-14:</b>	Políticas de proveedores.....	76
<b>Tabla 5-15:</b>	Manual de funciones del gerente general.....	78
<b>Tabla 5-16:</b>	Manual de funciones de la secretaria.....	79
<b>Tabla 5-17:</b>	Manual de operarios .....	80
<b>Tabla 5-18:</b>	Manual de funciones de técnico .....	81
<b>Tabla 5-19:</b>	Manual de funciones del vendedor.....	82
<b>Tabla 5-20:</b>	Manual de funciones del bodeguero.....	83
<b>Tabla 5-21:</b>	Manual de funciones director financieros.....	84
<b>Tabla 5-22:</b>	Manual de funciones contador.....	85
<b>Tabla 5-23:</b>	Factores de la micro localización .....	91
<b>Tabla 5-24:</b>	Capacidad instalada.....	95
<b>Tabla 5-25:</b>	Inversión fija .....	96
<b>Tabla 5-26:</b>	Inversión diferida .....	96
<b>Tabla 5-27:</b>	Capital de trabajo .....	97
<b>Tabla 5-28:</b>	Resumen de la inversión.....	97
<b>Tabla 5-29:</b>	Proyección de las ventas anuales.....	99
<b>Tabla 5-30:</b>	Compra de mercaderías proyectadas .....	99
<b>Tabla 5-31:</b>	Rol de pagos.....	100
<b>Tabla 5-32:</b>	Costos Indirectos.....	101
<b>Tabla 5-33:</b>	Costos Administrativos.....	102
<b>Tabla 5-34:</b>	Publicidad.....	103
<b>Tabla 5-35:</b>	Costos Financieros .....	103
<b>Tabla 5-36:</b>	Tabla de amortización del préstamo .....	104
<b>Tabla 5-37:</b>	Gastos financieros .....	104
<b>Tabla 5-38:</b>	Estado de Resultados Proyectado .....	105
<b>Tabla 5-39:</b>	Balance General Proyectado.....	106
<b>Tabla 5-40:</b>	Flujo neto de objetivo.....	107
<b>Tabla 5-41:</b>	Cálculo de la tasa de descuento .....	108
<b>Tabla 5-42:</b>	Valor actual neto.....	108

<b>Tabla 5-43:</b>	Período de recuperación de la inversión .....	109
<b>Tabla 5-44:</b>	Relación Costo-Beneficio.....	110
<b>Tabla 5-45:</b>	Resumen del estudio económico financiero y evaluación económica.....	110



## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 2-1:</b>	Tipos de proyecto. ....	9
<b>Ilustración 2-2:</b>	Ciclo de proyecto. ....	10
<b>Ilustración 2-3:</b>	Estructura de un proyecto de factibilidad. ....	12
<b>Ilustración 2-4:</b>	Elementos de proyecto de inversión. ....	13
<b>Ilustración 2-5:</b>	Estructura de un estudio de factibilidad. ....	15
<b>Ilustración 2-7:</b>	Mix de Marketing. ....	20
<b>Ilustración 4-1:</b>	Género. ....	35
<b>Ilustración 4-2:</b>	Edad. ....	36
<b>Ilustración 4-3:</b>	Producto más cultivado. ....	37
<b>Ilustración 4-4:</b>	Beneficios para el productor. ....	38
<b>Ilustración 4-5:</b>	Producto con menos esfuerzo. ....	39
<b>Ilustración 4-6:</b>	Venta de cebada. ....	40
<b>Ilustración 4-7:</b>	Terreno del cultivo. ....	41
<b>Ilustración 4-8:</b>	Extensión de terreno. ....	42
<b>Ilustración 4-9:</b>	Quintales de cebada. ....	43
<b>Ilustración 4-10:</b>	Utilización de cebada. ....	44
<b>Ilustración 4-11:</b>	Distribución del producto. ....	45
<b>Ilustración 4-12:</b>	Implementación de un centro de acopio. ....	46
<b>Ilustración 4-13:</b>	Centro de acopio. ....	47
<b>Ilustración 4-14:</b>	Objetivo de un centro de acopio. ....	48
<b>Ilustración 4-15:</b>	Género. ....	49
<b>Ilustración 4-16:</b>	Edad. ....	50
<b>Ilustración 4-17:</b>	Conocimiento de un centro de acopio. ....	51
<b>Ilustración 4-18:</b>	Frecuencia de compra. ....	52
<b>Ilustración 4-19:</b>	Cantidad de cebada. ....	53
<b>Ilustración 4-20:</b>	Como le gustaría adquirir la cebada. ....	54
<b>Ilustración 4-21:</b>	Nivel de preferencia. ....	55
<b>Ilustración 4-22:</b>	Lugar de compra del producto. ....	56
<b>Ilustración 4-23:</b>	Precio del producto. ....	57
<b>Ilustración 4-24:</b>	Adquisición de producto en un centro de acopio. ....	58
<b>Ilustración 4-25:</b>	Centro de acopio de cebada. ....	59
<b>Ilustración 4-26:</b>	Presentación del producto. ....	60
<b>Ilustración 5-1:</b>	Estructura de la propuesta. ....	64

<b>Ilustración 5-2:</b>	Logo del centro de acopio.....	72
<b>Ilustración 5-3:</b>	Valores.....	74
<b>Ilustración 5-4:</b>	Estructura organizacional.....	77
<b>Ilustración 5-5:</b>	Presentación del producto.....	86
<b>Ilustración 5-6:</b>	Canales de comercialización.....	87
<b>Ilustración 5-7:</b>	Gigantografía.....	88
<b>Ilustración 5-8:</b>	Publicidad en Facebook.....	89
<b>Ilustración 5-9:</b>	Macro localización.....	90
<b>Ilustración 5-10:</b>	Micro localización.....	92
<b>Ilustración 5-11:</b>	Proceso de acopio de cebada.....	93
<b>Ilustración 5-12:</b>	Distribución de planta.....	94

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A: PROFORMAS DE LA INVERSIÓN INICIAL**

## RESUMEN

El “proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio y comercialización de cebada en la parroquia Cacha, provincia de Chimborazo, año 2023.” Tuvo como objetivo de erradicar al intermediario y estipular precio justo para los agricultores de dicha zona que se dedican al cultivo de cebada. Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó diferentes métodos, técnicas e instrumentos que fueron fundamentales para orientar en las fases del estudio de mercado para ello se aplicó las encuestas a los agricultores y los posibles consumidores donde se evidenció que no existe un lugar donde los productores de cebada puedan vender dicho producto en si todas estas actividades son llevadas a vender en el mercado mayorista es por ello que se aplica una idea que cambie el paradigma de cultivo y venta de dicho producto lo cual en varios de los casos son aprovechado por los intermediarios quienes son los beneficiarios afectando a la economía de cada uno de los agricultores. Para ello se realiza cada una de las fases del estudio de mercado entre ellos se conoce la cantidad de producir, la forma de vender mediante estrategias directas, para ello se crea una estructura que erradica en si todas las actividades administrativas con una filosofía corporativa adecuada que solvente el desarrollo en la toma de decisiones y la aplicación de los procesos. Al aplicar cada una de las fases del estudio de mercado el proyecto determina ser viable debido que a la evaluación económica financiera determino el VAN \$ 40.486,35, el TIR 38,15, Periodo de Recuperación de la Inversión 4 años 1 mes y Relación Beneficio Costo 1,20 determinado que el proyecto es aplicable sin riesgo de inversión para la creación del centro de acopio de cebada considerando las estrategias planteadas propuestas.

**Palabras clave:** <ESTUDIO DE MERCADO>, <ESTRATEGIAS DE MERCADO>, <NICHOS DE MERCADO>, <PLANIFICACIÓN>, <FILOSOFÍA CORPORATIVA>, <TOMA DE DECISIONES>.

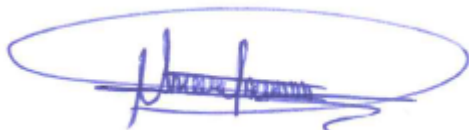


0939-DBRA-UPT-2024

## ABSTRACT

The "feasibility project for creating a barley collection and commercialization center in Cacha parish, of Chimborazo province, year 2023". Its objective was to eradicate the middleman and stipulate a fair price for the farmers of this area who are dedicated to barley cultivation. For the development of this research different methods, techniques, and instruments were applied, these were fundamental to guide the phases of the market study. For this purpose, surveys were applied to farmers and possible consumers where it was evidenced that there is no place where barley producers can sell this product, all these activities are taken to sell in the wholesale market, which is why an idea is applied to change the paradigm of cultivation and sale of this product, which in several cases are exploited by intermediaries who are the beneficiaries, affecting the economy of each of the farmers. For this, each of the phases of the market study was carried out, among them the quantity to produce was known, and the way to sell through direct strategies. A structure that eradicates all administrative activities with an adequate corporate philosophy that solves the development in the decision-making and the application of the processes was created. When applying each one of the phases of the market study the project was determined to be viable due to the economic-financial evaluation determined the NPV of \$40,486.35, the IRR of 38.15, the Investment Recovery of Period 4 years 1 month and Benefit Cost Ratio 1.20 determined that the project is applicable without investment risk for the creation of the barley collection center considering the proposed strategies.

**Keywords:** <MARKET STUDY>, <MARKET STRATEGIES>, <MARKET NICHE>, <PLANNING>, <CORPORATE PHILOSOPHY>, <DECISION MAKING>.



Lcda. Yajaira Natali Padilla Padilla Mgs.

0604108126

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se enfoca en un estudio de factibilidad para los productores de cebada la misma que busca ayudar en la toma de decisiones y permita a los agricultores estabilizar la economía

**Capítulo I.- Planteamiento del problema** Con base a la información obtenida una de las deficiencias y la problemática que presentan en la parroquia cacha para los productores de cebada que permita solventar las dificultades y servir de guía en cumplir sus metas y estabilidad económica en el corto, mediano y largo plazo, para ello se planteó objetivos que direccionan la investigación.

**Capítulo II. Marco teórico** Este capítulo contiene los análisis teóricos de diferentes autores convirtiéndose en el soporte bibliográfico, analizando varios libros, sitios web, revistas científicas, entre otros se dará a conocer información precisa como conceptos, definiciones para tener un mejor enfoque sobre el tema y estos sirvan de guía para el desarrollo de cada uno en las fases del estudio de mercado.

**Capítulo III. Marco metodológico** Contiene el desarrollo de los métodos donde se dio a conocer el diseño de la investigación, el tipo de estudio y se empleó técnicas, instrumentos de investigación como entrevistas y encuestas para la recopilación de información.

**Capítulo IV. Marco de resultados y discusión de resultados** Se desarrolla este capítulo conociendo la apreciación de las encuestas donde se identifica varias falencias para buscar soluciones optimas con el desarrollo del estudio de mercado que beneficie a todos los interesados.

**Capítulo V Marco propositivo** Finalmente desarrollando cada una de las fases del estudio de mercado aplicando proceso y estrategias que detallan la adecuada forma de plantear el nicho de mercado eliminando problemas que puedan asechar al funcionamiento empresarial y tener un adecuado cumplimiento de sus funciones que permita el crecimiento de la institución.

## CAPÍTULO I

### 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1. Planteamiento del Problema

La cebada pertenece al top 4 de la producción mundial de cereales y exportados a muchos países lo cual se enfoca a comercializar que es su principal actividad económica. El área cultivada de este tipo de cereal a nivel mundial se aproximó a los 49 millones de hectáreas en el año 2022 con una producción total de aproximadamente 20,9 millones de toneladas en 2022, Rusia se convirtió en el principal productor de cebada del mundo. Alemania y España se situaron en segunda y tercera posición, respectivamente. Argentina por su parte, también logro colocarse entre los 10 principales países, ocupando la décima posición al producir cerca de 4,48 millones de toneladas durante el año (Orús, 2020)

En la actualidad el Ecuador es uno de los países que genera en cada región: Sierra, Costa, Oriente y Galápagos una producción agrícola propia que muestra un modelo de subsistencia a través de su producción, se ha observado que en los campos agrícolas se ha aumentado la productividad, según el BCE

menciona que el sector agricultura, ganadería, silvicultura y pesca aporta al PIB nacional el 9,63% con \$9.626,014 miles de dólares, es decir, es el cuarto sector económico más importante para el Ecuador (Avellán, et al., 2022).

En este sentido, la comercialización no es organizada ni sistematizada, por tanto, intervienen los intermediarios son los que afectan directamente el precio justo sobre un producto agrícola. La creación de un centro de acopio sería una de las alternativas que ayudan a los productores a ser organizada y de esa manera se podría trabajar con los precios justos y accesibles a los clientes, sin embargo, no se ha visualizado en algunos sectores estos espacios que sean suficientes para poder almacenar aquellos productos que son extraídos por los agricultores y así puedan ser comercializados de una manera eficaz.

En la provincia de Chimborazo es importante conocer sobre la productividad dentro de los campos agrícolas en las distintas zonas que la conforman, debido a que existen variables climáticas y geográficas, por ello, existe variedad de productos como cebada, maíz, papa, col, zanahoria, lechuga, trigo, entre otros productos. A pesar de las condiciones mencionadas, estas favorecen

para que la agricultura sea propicia, pero no es consecuente, debido a que no hay un crecimiento favorable en la productividad y comercialización, afectando a los productores, ocasionando que los productores generados en el campo en muchas ocasiones se encuentren por debajo de un precio justo que imponen los intermediarios.

De la misma forma, el cantón Riobamba perteneciente a la provincia de Chimborazo que está ubicado en la zona Sierra Centro, al sur de la capital de la República del Ecuador, cuenta con una población de 264 mil habitantes; además el cantón cuenta con 5 parroquias urbanas y 11 parroquias rurales como Cacha, Flores, Licto, San Juan, Calpi, Quimiag, Punín, Cubijíes, San Luis, Pungala y Lican, en estas parroquias rurales, en su gran mayoría sus habitantes se dedican a la agricultura, donde producen diferentes productos, lo cual muchas familias obtienen sus ingresos económicos y sustento alimenticio mediante esta cosecha.

En la parroquia Cacha actualmente residen 3.376 habitantes que su gran porcentaje son agricultores, también se observa como método de subsistencia la crianza de animales y a la artesanía. De los mencionados productos y formas de subsistencia, la productividad agrícola que se resalta es la siembra, cosecha y venta de cebada que abarca un 60% de la producción. Esta cifra ha ido decreciendo debido a factores que han forzado una baja productividad, en los cuales se ha observado un gran fenómeno migratorio, justificados en una lamentable condición de vida y falta de recursos como los hídricos y políticas públicas que dignifiquen la labor del agricultor.

Dentro de ello se ha visto una carencia de un centro de acopio, de tal manera que se ve como una oportunidad de implementar la misma, donde los productores tengan una alternativa para almacenar el producto producido dentro de ello, y así genere mejores procesos de comercialización en el que la interferencia de intermediarios sea mínima y se logre gestiones con políticas en empresa, organizaciones u otros en una visión de distribuir el producto hacia consumidores con precios justos y exactos, lo cual beneficie a los productores de la parroquia Cacha.

#### **1.1.1. *Formulación del problema***

¿De qué manera un centro de acopio de cebada influye en la comercialización y obtención de rentabilidad en los agricultores de cebada?



## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. *Objetivo General***

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio y comercialización de cebada en la parroquia Cacha, Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo, mediante el estudio de mercado con procesos técnicos que permitirá la mejora en la rentabilidad del producto agrícola.

### **1.2.2. *Objetivos específicos***

- Fundamentar a través de bibliografía y otras fuentes la información pertinente acerca del estudio de factibilidad de la comercialización del producto agrícola.
- Diagnosticar las variables, que determine las fases del estudio de factibilidad para la creación del centro de acopio de cebada.
- Determinar los resultados de factibilidad mediante la evaluación económica para la implementación del centro de acopio que reduzca la problemática socioeconómica en los agricultores de cebada existente en la parroquia Cacha, Provincia de Chimborazo.

## **1.3. Justificación**

### **1.3.1. *Justificación teórica***

El desarrollo de este proyecto de factibilidad se realiza recabando la información de varios libros, tesis, documentos digitales, artículos científicos, entre otros, que brinda apoyo al proyecto de creación de un centro de acopio y comercialización de cebada, mejorando la información recopilada de tal manera que permita mejorar los conocimientos a través del trabajo de investigación.

### **1.3.2. *Justificación metodológica***

Dentro del presente trabajo de investigación se trata de utilizar métodos tanto cualitativo y cuantitativo ya que, se necesita analizar e interpretar mensualmente el nivel de producción de la zona y llevar un mejor control, así como también a nivel descriptivo utilizando encuestas como método deductivo y elaboración de componentes categorizados sobre la recolección de datos.

### **1.3.3. *Justificación social***

La población de la parroquia en esta época se centra en su gran mayoría personas de que su principal actividad agrícola es el cultivo de maíz, papas y la cebada, este último demanda menos fuerza y consume menos tiempo en su producción. Mientras tanto se dedican al pasto o crianza de especie menores como el cerdo, el cuy, ovejas, entre otros.

Se ha visualizado que, en la venta de la cebada, esto se lo realiza transportando el producto a una distancia considerable, en este caso al mercado mayorista de Riobamba, donde su oferta y demanda depende de los intermediarios y lastimosamente esto no garantiza un precio justo en su gran mayoría, esto afecta considerablemente la economía de los productores quienes observan que el valor actual neto no cumple la tasa interna de retorno.

Al implementar este proyecto que es un centro de acopio se podrá generar una fuente de trabajo con equidad que mejorará la calidad de vida al brindar un espacio para los productores que puedan comercializar sus productos, con la estimulación de la creación de rutas efectivas para el transporte y la redistribución de productos pueden conducir más fácilmente al comercio y obtener ganancia los productores y el centro de acopio.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes

##### 2.1.1. *Antecedente Investigativo 1*

**Título:** Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio comunitario de trigo para la comercialización en la parroquia de achupallas, en el cantón Alausí, provincia de Chimborazo, año 2022.

**Autor:** Brayan Patricio Crespo Parra

**Año:** 2022

**Universidad:** Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

**Resumen:** El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo realizar un estudio de factibilidad para apertura y creación de un centro de acopio de trigo en la parroquia de Achupallas del cantón Alausí provincia de Chimborazo; con el fin de crear movilidad económica y rentabilidad hacia los productores del sector. Todo esto, se logró a través de una metodología con enfoque mixto el cual permitió analizar las variables de estudio empleando los métodos inductivo y deductivo, analítico-sintético, recolectando la información necesaria a través de técnicas como la encuesta y la entrevista y sus respectivos instrumentos. Se diseñó la estructura de la propuesta y el proyecto de factibilidad; el mismo que inició con un estudio de mercado, seguido de un estudio técnico, administrativo y financiero. Los resultados principales se obtuvieron en función de la identificación de la oferta y demanda insatisfecha de trigo en el mercado; además de los procesos técnicos para la construcción del centro de acopio; y el cálculo adecuado de disposición de recursos materiales y financieros para lograr la puesta en marcha de la empresa. Concluyendo así, que existe un escenario positivo para la apertura del Centro de Acopio puesto que en el estudio financiero se demuestra un VAN positivo de \$ 675.699,97 dólares y una TIR de 33,64%. Se recomienda que los inversionistas hagan uso de este documento como guía técnica para la realización de la inversión puesto que pueden generar un indicador positivo de rentabilidad.

**Recuperado de:** <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/18460>

### **2.1.2. Antecedente Investigativo 2**

**Título:** Proyecto de factibilidad de creación de un centro de acopio para la comercialización de productos agrícolas en la parroquia San Antonio de Bayushig, cantón Penipe, provincia de Chimborazo

**Autor:** Marlene Herlinda Once Jaytiag

**Año:** 2018

**Universidad:** Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

**Resumen:** La presente investigación tiene como objetivo realizar un proyecto de factibilidad de creación de un centro de acopio en la Parroquia San Antonio de Bayushig, Cantón Penipe, Provincia de Chimborazo, el cual cuenta con el auspicio del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial. Mediante un estudio de mercado, se aplicó encuestas y entrevistas a agricultores y comerciantes para determinar demanda, oferta y precios. Se llevo a cabo el estudio técnico, estudio legal y organizacional, estudio financiero para determinar el financiamiento de la inversión, estado de resultado, flujos de caja y balance general, mismo que permitieron el cálculo de los indicadores de evaluación arrojando como resultado un costo de oportunidad que de 9,36%, un VAN positivo de \$ 25.250,86, TIR de 27,65%, un beneficio costo de 1,15, el periodo de recuperación de la inversión que sería en 4 año, 1 mes y 29 días y el punto de equilibrio en dólares que es de \$ 1.327.877,48, la evaluación ambiental refleja las consecuencias y aceptación del proyecto por parte de los involucrados. Se concluye, que el proyecto ayudara al desarrollo económico de la Parroquia y del país, puesto que se creara fuentes de empleo, así como también facilitara la venta de los productos a los agricultores dentro de la misma zona. En vista que los resultados arrojados fueron positivos se recomienda ejecutar el proyecto.

**Recuperado en:** <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/10046>

### **2.1.3. Antecedente Investigativo 3**

**Título:** Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de maíz (*Zea Mayz*) para disminuir perdidas postcosecha en la comunidad de la Parroquia Licto

**Autor:** Edison Iván Pilataxi Yungan

**Año:** 2021

**Universidad:** Universidad Nacional de Chimborazo

**Resumen:** Este documento entrega un estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de maíz para disminuir las pérdidas de postcosechas en las comunidades de la parroquia Licto. En primera instancia se analiza la demanda de maíz blanco suave y chazo, posteriormente se presenta la inversión necesaria y su financiamiento. En segundo lugar, se determina la estructura de costos, definiendo sus costos fijos y variables que incurren en la producción, administración y comercialización del proyecto. Además, se realiza la evaluación financiera de acuerdo a los indicadores como el VAN es \$ 16.771,46 positivo, la TIR con 100% es mayor a la TMAR, el beneficio costo es \$ 1,09, lo que corresponde que se dispone por cada dólar invertido un dólar para pagar y 0,9 centavos para ganar. Por último, el periodo de recuperación de capital es de 4 años con 10 meses para este proyecto. Por lo expuesto anteriormente la creación de un centro de acopio de maíz en la parroquia Licto es factible.

**Recuperado en:** <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/7639>

## **2.2. Fundamentación Teórica**

### **2.2.1. Proyecto**

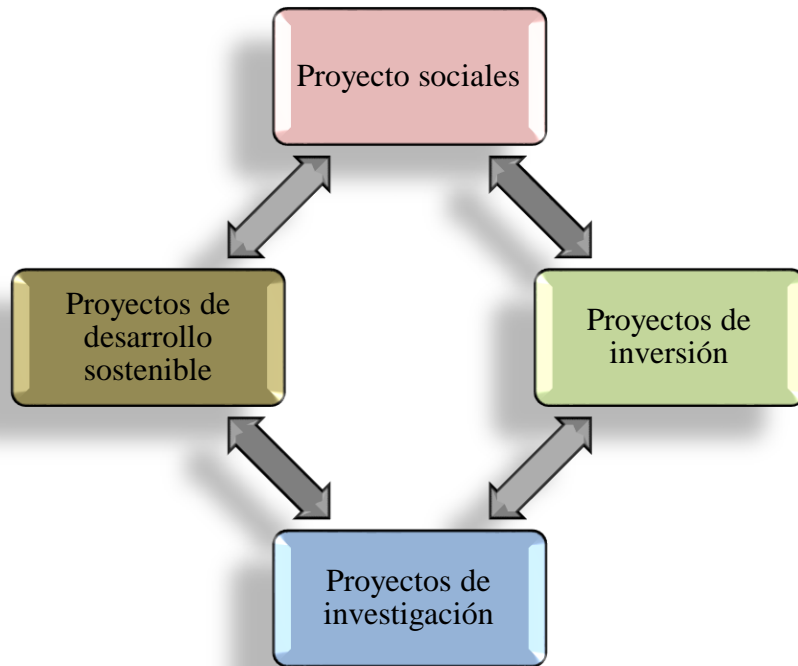
De acuerdo con (Méndez, 2018), afirma que: Un proyecto es un análisis cuidadoso que se hace para la toma de decisiones relacionados con una inversión para satisfacer una necesidad y desarrollar una potencialidad mediante la producción de bienes o servicios.

Es una unidad de actividad del plan que vincula actividades y recursos con base en la solución de un problema o la satisfacción de las necesidades de una población en función de los objetivos del plan y define las fechas de inicio y finalización (Cardona, 2018).

Proyecto es una planificación o actividad que nace con un propósito de resolver un problema o a su vez satisfacer las necesidades de una población, en donde permita tomar decisiones adecuadas y dar a conocer si es viable mediante los resultados obtenidos.

### 2.2.1.1. Tipo de Proyecto

Los proyectos se realizan con la intención de cumplir un determinado objetivo, tomando en consideración las actividades a emprenderse (Ortega, 2018). A continuación, se enuncian los tipos de proyectos más adaptables.



**Ilustración 2-1:**Tipos de proyecto.

**Fuente:** (Ortega, 2018).

**Realizado por:** León, E. 2023.

### 2.2.1.2. Alcance de Proyecto

Según, (Boero, 2020), afirma que “el desarrollo de estructura general que dará soporte a las actividades formará una herramienta dinámica para la planificación inicial y servirá posteriormente para realizar correcciones y posibles cambios” (p.17).

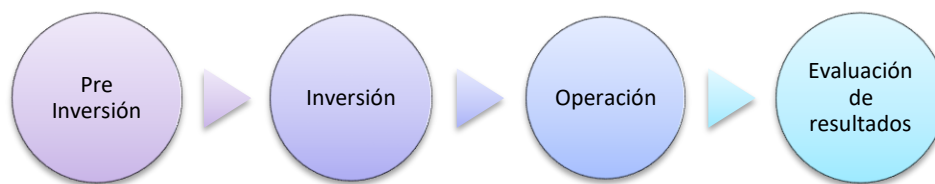
La definición del alcance tendrá un propósito:

- Decidir sobre continuar o no el proyecto.
- Servir como instrumento de información general para todas las áreas y como base para mostrar el avance del plan.
- Definir las metas y dirección del proyecto.

- Enunciar los posibles problemas y ventajas.
- Base de referencia para consultar y salvar conflictos.
- En la etapa inicial para reclutar y capacitar al grupo a cargo (17).

### 2.2.1.3. *Ciclo de vida de un proyecto*

El ciclo de vida del proyecto es un camino continuo que necesita ser ajustado para diferentes fases dividido en:



**Ilustración 2-2:** Ciclo de proyecto.

**Fuente:**(Córdoba, 2018).

**Realizado por:** León, E. 2023.

**Pre-Inversión:** Consiste en identificar, formular y evaluar el proyecto y establecer como se llevaría a cabo para resolver el problema o atender la necesidad que le da origen.

**Inversión:** Corresponde al proceso de implementación del proyecto, una vez seleccionado el modelo a seguir, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha.

**Operación:** Es aquella donde la inversión ya materializada está en ejecución. Una vez instalado, el proyecto entra en operación y se inicia la generación del producto (bien o servicio), orientado a la solución del problema o a la satisfacción de la necesidad que dio origen al mismo.

**Evaluación de resultados:** Es la acción o respuesta a un problema, es necesario verificar, después de un tiempo razonable de su operación, que efectivamente el problema ha sido solucionado por la intervención del proyecto (Córdoba, 2018).

### 2.2.2. *Factibilidad*

Como afirma (Morales et al., 2019), argumenta que: La factibilidad es un estudio que está relacionado con la investigación general mediante la recopilación de información antes de hacer una investigación de mercado, analizando si se están cumpliendo los objetivos para determinar si se puede hacer en un sector.

### 2.2.2.1. *Objetivos que determina la factibilidad*

Para (Acemoglu et al., 2019), los objetivos que determinan la factibilidad son:

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de los recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas.
- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aceleración en la recopilación de los datos.
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de las tareas.
- Automatización óptima de procedimiento manuales.

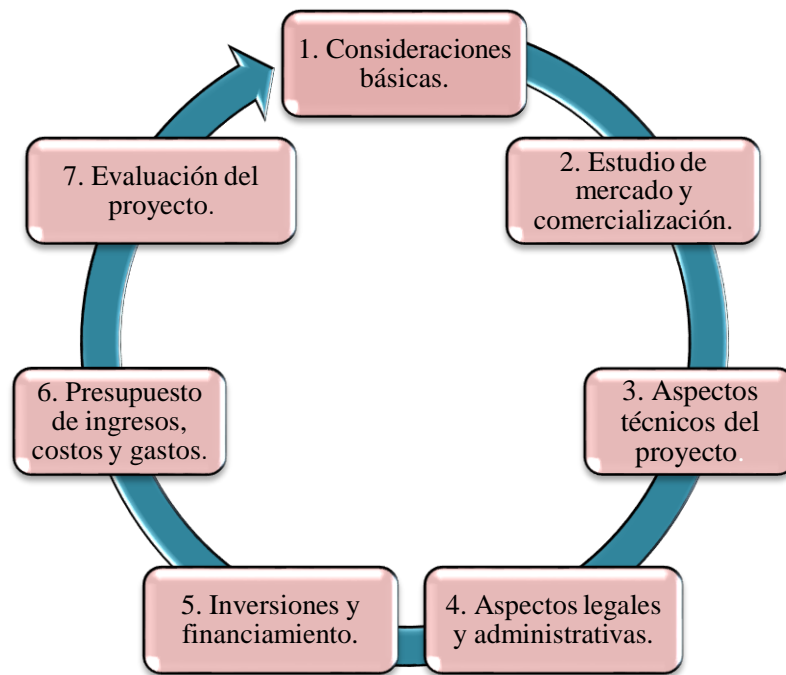
Mediante los objetivos del estudio de factibilidad, se determina hasta donde quiere llevar el proyecto; que énfasis y desarrollo pretende ampliar para cubrir las necesidades y nuevas oportunidades que surgirán a través de los procesos de ejecución a utilizar y a alcanzar.

### 2.2.2.2. *Estructura de la factibilidad*

Según (Méndez, 2018), indica que el nivel de prefactibilidad o de factibilidad pueden ser elaborados mediante una distribución por temas, cada uno de los cuales aporta información complementaria para la aplicación de pasos para determinar su factibilidad.

Además, el autor establece los pasos principales para determinar la secuencia y estructura a desarrollar, teniendo en cuenta todos los elementos y características del proyecto. Analiza desde lo mínimo a lo general, busca aportar soluciones y determina su factibilidad a través de resultados.





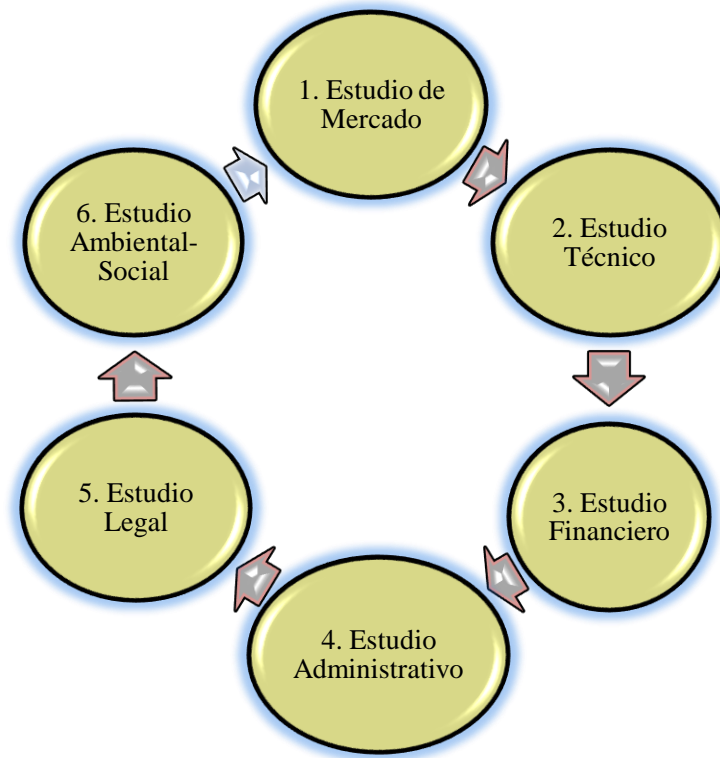
**Ilustración 2-3:** Estructura de un proyecto de factibilidad.

**Fuente:**(Méndez, 2018).

**Realizado por:** León, E. 2023.

Esta estructura permite la exploración general a lo largo del proceso, examinando posibles estrategias necesarias para obtener información precisa.

De acuerdo con (Rodríguez, 2018), afirma que: En el proyecto de inversión intervienen elementos que favorecen para determinar la factibilidad como instrumento de información social, económica, comercial, los cuales permiten el levantamiento de información, buscando soluciones el cual se convierte en una ejecución partiendo de una idea.



**Ilustración 2-4:** Elementos de proyecto de inversión.

Fuente:(Rodríguez, 2018).

Realizado por: León, E. 2023.

En la estructura analizada se puede vincular a los elementos de autores anteriores una estructura que define los pasos y la secuencia para resolver cada elemento en su conjunto, pudiendo así demostrar su viabilidad.

#### 2.2.2.3. Aspectos básicos de la factibilidad

Mediante (Santos, 2019), afirma que hay 3 aspectos importantes en un proyecto de factibilidad:

- Factibilidad Operacional

En la operacional se puede tomar diferentes etapas como la ejecución de procesos de comercialización entre oferentes y demandantes, por ende, debe existir un flujo de procesos los cuales determine como se debe llenar a cabo cada funcionalidad dentro del centro de acopio, con flujos administrativos y constitucionalidad (Santos, 2019).

- Factibilidad Técnica

En el punto técnico se puede analizar las herramientas, mano de obra, materia prima y recursos que debe necesitar el lugar donde se desea implementar, por medio de un estudio dentro del mismo el encargado puede analizar si se necesita incrementar o disminuir las herramientas o la mano de obra incluyendo un análisis (Santos, 2019).

- Factibilidad Económica

Según el autor (Santos, 2019), afirma que: Mediante este estudio se puede analizar el tiempo, el costo del personal y operación mediante un presupuesto donde abarque todas las necesidades para determinar si la economía que contendrá será necesaria es decir si es o no factible.

#### *2.2.2.4. Evaluación de la factibilidad*

Como afirma (Moncayo, 2018), la evaluación de factibilidad consta de 4 elementos fundamentales que son:

- Evaluación Técnica
- Evaluación Ambiental
- Evaluación Financiera
- Evaluación Socioeconómico

Los puntos mencionados son fundamental porque a través de los estudios de cada uno de ellos servirá para determinar aspectos importantes que permitan ayudar al proyecto planteado de tal manera hacerlo factible.

#### **2.2.3. Estudio de factibilidad**

Para (Cevallos et al., 2022), menciona que el estudio de factibilidad es la última etapa del proceso de enfoque secuencial, que es característico de la formulación de proyectos, donde el orden de refinamiento de la información es de gran importancia y debe ser más riguroso y preciso.

##### *2.2.3.1. Estructura del contenido de los estudios de factibilidad*

Para (Echeverría, 2018), señala la siguiente estructura:



**Ilustración 2-5:** Estructura de un estudio de factibilidad.

**Fuente:** (Echeverría, 2018).

**Realizado por:** León, E. 2023.

Como afirma (Echeverría, 2018), indica la siguiente estructura

En el marco de Referencia se encuentra:

- Factores naturales
- Factores legales
- Factores tecnológicos

Mediante los 3 elementos mencionados por la autora se puede determinar una cadena que tiene una relación entre los elementos con el cual buscan soluciones en cada elemento, de tal manera que se observa la tecnología que va a utilizar en el proceso de producción de los bienes o servicios.

En el estudio de mercado se encuentra:

- Producto
- Análisis de la demanda
- Análisis de la oferta
- Análisis de la demanda insatisfecha
- Comercialización del producto

De igual manera estos elementos intentan establecer si hay una demanda positiva o no, lo cual permita ser la dirección a donde se dirija el proyecto mencionado, donde se evidencie el proceso en tiempo y en el entorno real

#### **2.2.4. Estudio de mercado**

El estudio de mercado es probablemente uno de los componentes más importantes de la fase reinversión, comprendiendo el desarrollo de la población, analizando la oferta, demanda, proveedores y canales de distribución y precios de mercado.

##### *2.2.4.1. Estructura del contenido de los estudios de factibilidad*

De acuerdo con (Córdoba, 2018), afirma que el estudio de mercado de un proyecto persigue los siguientes objetivos:

- Comprobar si existe un mercado insatisfecho y si es factible, desde el punto de vista operativo, introducir en ese mercado el producto objeto de estudio.
- Demostrar que tecnológicamente es posible producirlo, una vez que se confirmó que no existe dificultad alguna en el abastecimiento de todos los insumos necesarios para su producción.
- Indicar que es económicamente rentable llevar a cabo su realización (Córdoba, 2018).

##### *2.2.4.2. Importancia del estudio de mercado*

Es importante el estudio de mercado en difundir de por qué desarrollar los procesos de mercado para:

- Determinar la capacidad de producción de la nueva planta
- Fijar la ubicación adecuado para la planta
- Estimar probables ingresos
- Conocer las estructuras de abastecimiento de materias primas
- Conocer los hábitos del consumidor
- Conocer las políticas
- Conocer los precios del mercado productor y consumidor
- Conocer los canales de comercialización (Cevallos et al., 2022).

#### **2.2.5. Demanda**

Según (Gaitán, 2020), menciona que es la cantidad de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a diferentes niveles de precios, en un lugar determinado y durante un periodo de tiempo determinado.

La demanda es la representación de todas las cantidades de bienes y servicios que un cliente adquiere a diferentes precios en un determinado mercado, dependiendo de los elementos principales lo cual es la necesidad y tendencia.

#### *2.2.5.1. Análisis de la demanda*

El análisis de la demanda es uno de los componentes más importantes de la investigación de mercado, ya que aquí se realiza un estudio detallado de la población objeto del proyecto, incluyendo a todos los posibles compradores o beneficiarios, de acuerdo con el autor (Garzón et al., 2019)

#### *2.2.5.2. Tipos de demanda*

Como señala (Cevallos et al., 2022), indica que existe 4 tipos de demanda que son:

- Demanda histórica
- Demanda actual
- Demanda proyectada
- Demanda insatisfecha

El tipo de demanda es un indicador por el cual se pueden identificar los consumidores viables mediante su comportamiento en el mercado y en relación con los precios de los bienes y servicios, se puede analizar su evolución desde datos antiguos hasta datos actuales para poder predecir cual será la demanda en el futuro mediante una tasa de crecimiento específico (Cevallos et al., 2022)

#### *2.2.5.3. Demanda Insatisfecha*

La demanda insatisfecha es la demanda que aún no ha sido satisfecha por el mercado, pero al menos parcialmente satisfecha por el proyecto, es decir, si la demanda es mayor que la oferta, hay demanda insatisfecha porque hay una diferencia entre la demanda automatizada menos la oferta (Carrillo et al., 2021)

#### *2.2.5.4. Demanda proyectada*

Es la orden para comprar de todos los consumidores, tanto nacionales como extranjeros, a cada nivel de precios durante un periodo de tiempo determinado. Esta determinado por el nivel general de precios y factores como la inversión, el gasto público y la oferta monetaria (Tavera, 2020).

La demanda proyectada es decreciente respecto a nivel de precios, pero depende de otras variables.

Su formula es:

$$Dp = Da (1+i)^n$$

**Datos:**

Dp = Demanda Proyectada

Da = Demanda actual

i= Valor constante

I= tasa de crecimiento

N= número de años

La demanda proyectada esta inversamente relacionada con el nivel de precios y las importaciones, en otras palabras, cuando los precios y las importaciones bajan, la demanda proyectada se aumenta ya que, se aumentan las exportaciones, los insumos, la inversión y los gastos públicos o a su vez viceversa (Tavera, 2020).

### **2.2.6. Oferta**

Una oferta en una economía es un conjunto de bienes o servicios que están listos para la venta, que está disponible en el mercado a un precio factible. Es decir, que la oferta es proporcionada por los productos y servicios que están disponibles para el consumidor (Carrillo et al., 2021).

#### *2.2.6.1. Análisis de la oferta*

Mediante el análisis de la oferta se determina un preguntas fundamentales, con lo cual busca conocer ¿quién ofrece el producto?, ¿cómo se entrega? y ¿qué necesitan para garantizar el producto?, para esto, el análisis de la oferta realiza dos estudios principales, lo cual consiste en: primero es un estudio competitivo, es decir, empresas u organizaciones que actualmente ofrecen o planean ofrecer el servicio, y la otra es realizar las encuestas de los proveedores con el fin de obtener información sobre su posición y oportunidades en el mercado (Garzón et al., 2019a)

#### 2.2.6.2. *Tipos de oferta*

- **Oferta competitiva o de mercado libre:** Los productores se encuentran en un ambiente de libre competencia, principalmente por la gran cantidad de productos de un mismo producto, y la participación en el mercado depende de la calidad, precio y servicio que se brindan a los consumidores.
- **Oferta oligopólica (del griego oligos, poco):** Esta oferta se caracteriza porque el mercado cuenta con pocos productores.
- **Oferta monopólica:** En este caso, cuenta con un solo productor del bien o servicio, y por ello, domina completamente el mercado e impone la calidad, precio y cantidad. Un monopolio no siempre es un solo productor, si los fabricantes que dominan más del 95% del mercado siempre fijaran en la calidad y en el precio (Carrillo et al., 2021, p. 389).

#### 2.2.6.3. *Oferta Proyectada*

Teniendo en cuenta a (Tavera, 2020), afirma que es el valor total de los bienes y servicios que una empresa está dispuesta a producir en un periodo de tiempo determinado. Es decir, en otras palabras, depende de los factores, tecnología y niveles de precios actuales.

#### 2.2.7. *Marketing Mix*

Desde el punto de vista de (Yépez et al., 2021) , considera que marketing mix es una estrategia primordial e importante para que una empresa gane presencia en el mercado y alcance las necesidades del consumidor para lograr sus objetivos comerciales, en el cual se utiliza para englobar a sus 4 componentes básicos.





**Ilustración 2-6:** Mix de Marketing

**Fuente:** (Yépez et al., 2021).

**Realizado por:** León, E. 2023.

Las variables que componen la mezcla del marketing se va a definir a continuación:

### **Producto**

El producto es la variable más importante en la mezcla de marketing por que incluye los bienes y servicios que vende a empresa. Es un medio para satisfacer necesidades a los consumidores, por tanto, los productos deben centrarse en satisfacer estas necesidades (Wächter, 2020).

### **Precio**

De acuerdo con (Yépez et al., 2021), plantea que el precio es una variable en la mezcla de marketing que incluye los ingresos de una empresa. Antes de decidir el precio de nuestro producto, debemos estudiar algunos aspectos como los consumidores, el mercado, el costo y la competencia.

### **Promoción**

Como afirma (Yépez et al., 2021), menciona que es la base de la mezcla de marketing e incluye varias actividades destinadas a informar al mercado sobre la existencia del producto, y el objetivo principal es influir positivamente en la mente de los consumidores.

## **Plaza**

Es la actividad mediante la cual una empresa lleva un producto al mercado. Es el elemento del marketing mix utilizado para hacer llegar los productos a los clientes, mientras que la ubicación se entiende como el área geográfica donde se vende el producto o servicio (Wächter, 2020).

### **2.2.8. Comercialización**

La comercialización es como el proceso destinado a analizar las necesidades de los sujetos y determinar si los consumidores prefieren más o diferentes productos y servicios, requiere predecir qué tipo de productos y servicios quieren, sus cualidades o características determinan a cuál de estas personas pueden acudir la empresa (Guagua et al., 2020).

### **2.2.9. Canales de Comercialización**

Son las rutas por las que circulan los productos desde los centros de producción hasta los consumidores finales. Si el canal de distribución es directo, el responsable de la producción vende el producto directamente al consumidor final sin utilizar un intermedio; si el canal de distribución es indirecto, el producto pasa por diferentes personas antes de llegar al consumidor final (Vélez et al., 2021).

### **2.2.10. Estudio Técnico**

Según (Velásquez et al., 2020) , menciona que: En el estudio técnico existen ciertos aspectos que deben incluir los planos de planta, materiales, maquinaria, equipos y tecnologías necesarias para la operación del proyecto.

A través de un estudio técnico se puede analizar diferentes elementos relacionados con la producción y la tecnología a utilizar, dentro del mismo que se va a analizar la adaptación del proyecto y la tecnología a utilizar, dentro del mismo que se va a analizar la adaptación del proyecto con las siguientes:

- Tamaño del proyecto
- Ingeniería del proyecto
- Localización
- Distribución de planta

- Marco legal
- Requerimientos y recursos

#### 2.2.10.1. *Tamaño del proyecto*

Es la relación entre la capacidad de producción de bienes o servicios, es decir, tiempo de producción que se puede predecir el tiempo. Es decir, la inversión determina que el servicio que se puede brindar en un momento determinado puede ser diario, semanal o mensual (Cevallos et al., 2022).

#### 2.2.10.2. *Ingeniería de proyecto*

Para (Cevallos et al., 2022), menciona que es un punto de análisis que permite considerar la construcción del proyecto, partiendo de la inversión que requiere el bien o servicio, para determinar la viabilidad del mobiliario y equipo, incluyendo la ubicación.

#### 2.2.10.3. *Localización*

Según (Garzón et al., 2019), indican que la localización óptima implica identificar donde se implementará el proyecto. Una buena localización puede ayudar a lograr un mayor rendimiento del capital (proyectos privados) o para obtener un costo unitario más bajo (proyecto público), por otra parte, (Puentes et al., 2019), afirman que para localizar mejor un proyecto o evaluar un sitio que se ha encargado, se puede procesar en dos dimensiones o niveles: macro y micro localización.

- Macro localización

Es el análisis orientado a identificar la región o zona en la que se ubicará el proyecto, entre las diversas alternativas que se pueden presentar en el ámbito internacional, nacional, regional, local o barrio (Puentes et al., 2019, p.97).

- Micro localización

Como afirma (Puentes et al., 2019), menciona que: Es el análisis que tiene como objetivo determinar la ubicación precisa de un proyecto en una macro localización o área predefinida de manera oportuna (p.98).

### **2.2.11. Estudio Legal**

Los estudios legales se complementan con el sistema fiscal propiedad de la empresa, que utilice manual de funciones, normativa vigente relacionada con los mismos todos los servicios tramites se realizan en el marco de la ley, para que no haya problemas en el futuro (Cevallos et al., 2022).

### **2.2.12. Estudio Administrativo**

Implica identificar los aspectos organizacionales que se deben considerar al establecer un nuevo negocio, como la planificación estrategia, su estructura organizacional, aspectos legales, financieros y laborales, identificación de fuentes y métodos de reclutamiento, proceso de selección y los nuevos empleados recibirán la capacidad de inducción necesaria para calificar (López et al., 2018).

#### **2.2.12.1. Organigrama Estructural**

Consta de cuadros que representan posiciones en la organización y jerarquías que representan líneas, canales de autoridad y responsabilidad, debe ser claro, tratar de no indicar el nombre de la persona que ocupa el cargo, no debe ser demasiado largo, complicado y mostrar únicamente la estructura de la organización administración de la empresa (López et al., 2018).

#### **2.2.12.2. Empresa**

Como afirma (López et al., 2018), menciona que una empresa es un sistema en el que una persona o un grupo de personas realiza una serie de actividades encaminadas a producir y distribuir bienes o servicios en el marco de un fin social determinado

#### **2.2.12.3. Misión**

Según (Solano Santos, 2018) , afirma que la misión es la razón por la cual existe la organización, es el propósito principal por el cual la organización fue creada y sintetiza las necesidades que satisface a través de sus actividades socialmente notables.

#### 2.2.12.4. *Visión*

Para (Solano Santos, 2018), la visión es un propósito que puede guiar, controlar y alentar a una organización para lograr el estado deseado de la organización, además muestra un objetivo que quiere alcanzar una empresa u organización.

#### 2.2.12.5. *Valores Institucionales*

Son caracteres que forman que las cosas, las personas o sus acciones sean valoradas por que representan una cierta bondad,

#### 2.2.12.6. *Políticas*

Para (Equipo editorial, 2019) , afirma que es el arte y la doctrina de cada representación de gobierno, es decir, la toma de decisiones por parte de su ejecutivo o dirección, o directamente involucrada en sus representantes.

#### 2.2.12.7. *Estructura organizacional*

De acuerdo con (Blanco et al., 2020) , menciona que el constituyen la base fundamental de una empresa porque permite la división de actividades realizadas por el talento humano, para que se puedan desarrollarse de manera efectiva y así contribuir al logro de las metas, objetivos de una empresa u organización.

### **2.2.13. *Estudio financiero***

#### 2.2.13.1. *Inversión*

De acuerdo con los autores (Pacheco et al., 2018) , menciona que una inversión se puede describir como un plan que al asignar una cierta cantidad de capital y realizar varios tipos de inversiones, podrá brindar un servicio bueno o útil a la humanidad o a la sociedad en su conjunto.

2.2.13.2. Partes de cuentas que interviene en el estudio económico financiero de un proyecto

**Tabla 2-1:** Cuentas que interviene en el estudio económico financiero de un proyecto

<p>Inversión inicial del proyecto.</p>	<p>La inversión inicial es considerada el total de entradas y salidas que se efectuarán para instituir los costos y gastos iniciales en el momento cero o de partida del proyecto. Por lo tanto, sus primordiales son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costo fijo</li> </ul> <p>Según (Sepúlveda, 2019), indica que son aquellos en los que los costos fijos totales se mantienen constantes en el área de producción de que se trate, mientras que los costos unitarios varían con el nivel de producción.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costo variable</li> </ul> <p>De acuerdo a (Sepúlveda, 2019), afirma que son aquellos en los que los costos totales cambian dentro de un rango dado en proporción directa a los cambios en la cantidad o la producción, pero los costos unitarios variables permanecen constantes.</p>
<p>Presupuesto.</p>	<p>Al hablar de planeación en inversiones a largo plazo se debe encontrar basado en pronósticos y presupuestos de ventas futuras, costo, requerimientos de transformaciones y disponibilidad de numerario, entre otros elementos. El presupuesto es una expresión cuantitativa de los objetivos gerenciales y un medio para controlar el progreso hacia el logro de tales objetivos. (Guzmán, 2017)</p>
<p>Estado de Resultados del proyecto.</p>	<p>Este estado deberá mostrar en forma detallada los ingresos y egresos que se esperan ejecutada durante la vida económica del proyecto.</p>
<p>Balance General del proyecto.</p>	<p>Tiene por objeto permitir a los involucrados en el desarrollo del proyecto y de manera particular instituir las condiciones relativas a los activos circulantes y pasivos a corto plazo, o sea al capital de trabajo.</p>
<p>Flujo de efectivo del proyecto.</p>	<p>Deberá mostrar en forma detallada y ordenada las operaciones de entrada y salida que se espera ejecutada durante la vida del proyecto.</p>

Fuente: (Guzmán, 2017)

Realizado por: León, E. 2023.

### 2.2.13.3. *Punto de equilibrio*

Para (Fernández, 2018), indica que el punto de equilibrio examina el comportamiento y la relación entre los ingresos y el costo total por unidad vendida, el precio de venta, el costo variable por unidad o el costo fijo.

### 2.2.14. *Evaluar económica financiera*

Como afirma (Rodríguez, 2018), que la evaluación económica es importante para tomar las mejores decisiones de inversión, porque se espera que los recursos invertidos en un proyecto generen a futuro la liquidez, rentabilidad y valor tanto para la empresa como para los inversores.

#### 2.2.14.1. *Valor Actual Neto (VAN)*

El valor actual neto es un indicador importante en la evaluación financiera de un proyecto porque determina la riqueza creada o destruida por la inversión.

La fórmula para realizar es.

$$VAN = \frac{\sum \text{Flujos De Efectivo}}{(1+i)^n} - I_0$$

- Indicadores del valor actual neto

$VAN > 0$  Se aceptaría el proyecto porque se generan una rentabilidad y se recupera la inversión.

$VAN < 0$  No se acepta al proyecto, porque no genera rentabilidad y no se recupera la inversión.

$VAN = 0$  El proyecto no genera la rentabilidad ni ganancias.

#### 2.2.14.2. *Tasa Interna de Retorno (TIR)*

(Rodríguez, 2018), menciona que la TIR es la rentabilidad de una empresa o proyecto de inversión. Es decir, matemáticamente, es la tasa de interés la que hace que el valor presente sea igual a cero.

$TIR > k$  Se aceptarán descuentos e intereses de utilidad en el proyecto.

$TIR < k$  El proyecto debe ser rechazado por que causara pérdidas en las inversiones solicitadas.

$TIR = k$  No se acepta ni se rechaza, pero está claro que no genera ningún beneficio.

#### 2.2.14.3. *Razón Beneficio - Costo*

Es la tasa a la que el administrador de un negocio o un proyecto de inversión debe pagar o reconocer a un proveedor de capital para invertir o proporcionar recursos para iniciar un negocio para capitalizar la organización u obtener (Ramírez, 2019).

#### 2.2.15. *Centro de acopio*

Como bien sostiene (Aramendi et al., 2020), que un centro de acopio cumple la función de distribución centralizada de los productos agrícolas y ganaderos en la planta productiva, donde se seleccionan y envasan los productos para su envío al mercado.

##### 2.2.15.1. *Definición del Centro de Acopio*

Se puede mencionar que un centro de acopio es un lugar que permite almacenar productos, bienes y servicios para su procedimiento de tal manera que puedan comercializar a los consumidores y así ayudar a los productores.

##### 2.2.15.2. *Características de un Centro de Acopio*

Los centros de acopio tienen ciertas características que pueden organizar a los productores para una mayor comercialización, aumentar el nivel de ingreso de los productores y organizar a los productores mediante el desarrollo de su poder de negociación, sistematizar el canal del mercado, con el objetivo de conseguir beneficios similares en el mercado final y ampliar la demanda efectiva ofreciendo el producto a un precio razonable y más equilibrado de acuerdo a (Pilataxi, 2021).

Una de las características más destacada que ofrece el centro es que ayuda a aumentar el nivel de ingresos del productor con precios justos en el mercado y también mejora los canales de distribución para que los productos puedan salir del lugar que no es fácil accesible y así conseguir más volumen y variación del producto (Pilataxi, 2021).



### 2.2.15.3. *Función del Centro de Acopio*

El papel fundamental de los centros de acopio es dar un buen servicio a los productores que confían en ellos a que administre de mejor manera la entrega de sus productos para obtener mejores resultados a través de centro de acopio.

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Enfoque de Investigación

El análisis cualitativo y cuantitativo responde a enfoques investigativos imperantes en la demarcación de resultados científicos, según (Cadena et al., 2017) , indica que la investigación científica es esencialmente como cualquier otra. Sé lo que más rigurosa y cuidadosamente realizada (p. 1604).

##### 3.1.1. *Enfoque Cuantitativa*

Como afirma (Yucra et al., 2020) , es el análisis de identificación de propiedades ambientales específicas colocadas en el medio ambiente que lleva a cabo investigaciones utilizando un enfoque conductual que produzca resultados a partir de lo mínimo, esto suele estar asociado con un problema.

##### 3.1.2. *Enfoque cualitativo*

De acuerdo con (Monroy et al., 2018), menciona que este estudio utiliza datos obtenidos a través de análisis estadísticos y matemáticos, esto es esencial para la cuantificación y el desarrollo de procesos. La información en la tarea dada se puede expresar numéricamente mediante diversos métodos.

En el presente trabajo de investigación se aplicará un enfoque mixto, en el cual se utilizarán los métodos cualitativos y cuantitativos, porque se realizará la observación para obtener información por medio de la entrevista, encuesta, además saber sus características y estudiar las actividades comerciales que realizan los mismos y numéricos al momento de analizar y tabular las encuestas que se realizan a los agricultores de la parroquia cachea, comparar cifras y de la misma forma, identificar el precio justo de acuerdo con los niveles de aceptación.

## **3.2. Nivel de Investigación**

### **3.2.1. Descriptiva**

Según (Castro et al., 2023) , afirma que la investigación a nivel de descriptivo es investigación a partir de objetos de investigación, fenómenos específicos, componentes y funciones basadas en la resolución de problemas.

Para este proyecto es muy importante utilizar este nivel, considerando que se describe el mercado de cebada y actualmente, cómo se encuentra en la parroquia Cacha, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, de tal manera poder reflejar los beneficios de establecer con un centro de acopio de cebada en la parroquia.

## **3.3. Diseño de Investigación**

### **3.3.1. No Experimental**

En este diseño, las variables de estudio no se ven afectadas por ningún estímulo o condición experimental y los sujetos de estudio son evaluados en su entorno natural sin condiciones alteradas. Así mismo, las variables de estudio no son manipuladas de acuerdo con (Arias, 2021).

En este proyecto se aplica el diseño de investigación no experimental, dado que nada se imagina ni requiere de laboratorios donde, se espera con el tiempo que convierta en un centro de acopio que transforme la materia prima, no solo de almacenamiento, lo cual permitirá comercializar el producto de la mejor manera y tener una rentabilidad alta.

### **3.3.2. Transversal**

Como afirma (Arias, 2021), que este diseño recopila datos en un instante y solo una vez, como tomar una fotografía o radiografía para describir en el estudio de investigación pueden tener un alcance exploratorio, descriptivo y relevante.

### **3.4. Tipo de Investigación**

#### **3.4.1. *Investigación de Campo***

De acuerdo con los autores (Monroy et al., 2018) , menciona que se realiza dónde están los hechos y esto significa obtener información de fuentes inmediatas, sin manipular ni controlar variables. Los datos agregados provienen directamente de individuos o grupos de investigación. La investigación del campo permite observar fenómenos en condiciones reales.

En esta investigación permitió interactuar con los productores y compradores de cebada, quienes llenan encuestas que es dirigida a cada sector y la entrevista al presidente de GAD de la parroquia Cacha, para denotar datos claros y precisos, lo cual ayudará a visualizar que factible es la creación de un centro de acopio y, además, para poder segmentar tanto la oferta como la demanda en este trabajo investigativo.

#### **3.4.2. *Investigación Documental***

Según los autores (Monroy et al., 2018),denomina al proceso sistemático y estratégico de recolección y análisis de datos para ser leídos y analizados a partir de libros, revistas y artículos similares sobre temas específicos, y le permite conectarse de manera coherente para lograr el procedimiento de datos del punto de conexión de objetos.

Este estudio contiene información adecuado en los bases teóricos en desarrollar de mejor manera, para poder crear cadenas y pasos en busca de solución a problemas encontrados para la creación de centros de acopio, lo cual interviene en el estudio de mercado para el centro de acopio de cebada y para generar la viabilidad.

### **3.5. Población y Muestra**

#### **3.5.1. *Población***

La población es la suma de los elementos de estudio definidos por el investigador, de acuerdo con las definiciones desarrolladas en el estudio. Entonces la población y el universo tienen las mismas propiedades (Arias, 2021).

La población total en la parroquia Cacha según el estudio realizado en el 2011 por el gobierno parroquial, previo a la elaboración del plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial es de aproximadamente 3.376 habitantes; considerando además las estadísticas manejadas por el gobierno central (INEC, 2010) , Cacha tiene una población de 3.160 habitantes hasta el año 2010, en donde se observa una tasa de crecimiento decreciente de -1,40, constituyéndose a la vez una tasa de crecimiento positiva para el cantón Riobamba en 1,40% (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Cacha et al., 2019, p. 42),ero para aplicar las encuestas, se procedió a los propietarios tanto de molinos como bodegas de granos, pertenecientes al cantón Riobamba, sabiendo que existen 40 bodegas de grano y 10 de molinos lo cual, indica que en su totalidad son 50 propietarios.

### **3.5.2. Muestra**

Para (Robles, 2019), la muestra se considera representativa de la población blanco, cuando la distribución y los valores de las diversas variables se pueden reproducir con márgenes de error calculables (p. 245).

Para realizar la muestra se procedió por la ubicación y el producto en la parroquia Cacha por medio del (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Cacha et al., 2019), se pudo identificar que existen 434 productores de cebada representando el 35,35% de la población, pero por debido a que las ubicaciones de los principales productores de cebada son muy dispersas, se utilizó el método de muestreo no probabilístico dado por las ubicaciones geográficas, a partir de esto, tomando en cuenta 100 productores de cebada como muestra para la encuesta en el ámbito de venta, distribución, precio y comercialización que se utiliza como base para el análisis general.

### **3.5.3. Cálculo de la Muestra**

En el presente proyecto no se realizará el cálculo de la muestra por lo cual, se trabajó en dos áreas diferentes que son: Productores de cebada y propietarios de molinos y bodegas se utilizó el método de muestreo no probabilístico a 50 propietarios entre ellos 10 molinos y 40 bodegas que se aplicó la encuesta alrededor del cantón Riobamba para luego observar el mercado objetivo a nivel provincial de Chimborazo para determinar la demanda potencial que existe en ese momento, se identificará la posible demanda insatisfecha a través de la oferta y demanda que se realizó en el estudio de mercado.

Para aplicar las encuestas a los productores de cebada se realiza mediante el método de muestreo no probabilístico, tomando en cuenta a 100 productores de cebada.

## **3.6. Métodos, Técnicas e Instrumentos**

### **3.6.1. Métodos**

#### *3.6.1.1. Método Inductivo*

El método se conoce como un procedimiento para sacar conclusiones generales específicas de la información de una muestra, es decir, la derivación de características demográficas a partir de los resultados de las encuestas por muestreo, donde ha sido repetidamente estigmatizada, lo que revise y discuta completamente (Andrade et al., 2018).

#### *3.6.1.2. Método Deductivo*

Según (Andrade et al., 2018) , menciona que el método deductivo usa para relacionar el contenido del curricular con el mundo real; este es un método alternativo que ayuda a organizar nuevos conceptos, permitiendo un acercamiento más cercano a la realidad del hecho o fenómeno en estudio (p. 36).

Mediante el uso del método inductivo - deductivo, el proceso realizado en la parroquia cachea iniciando de un objeto de estudio general, las especificaciones incluyen la observación y las notas de los procesos que alcanzan los productores para la venta de cebada dentro y fuera de la localidad. También los resultados de la investigación teórica general relevantes para el proyecto actual en relación con la teórica aplicada son útiles para dar solución a los problemas identificados de manera más precisa y concreta.

### **3.6.2. Técnica**

Son instrumentos utilizados para recolectar datos de manera concreta para denotar si es factible la creación de un centro de acopio.

#### *3.6.2.1. Encuestas*

Este estudio es relevante para la lógica cuantitativa por ser (medible, estandarizado, corto tiempo de respuesta, fácil resolución, económicas en tiempo y recursos), es una herramienta de investigación, ya que nos permite establecer un enfoque inicial para aprender conceptos de evaluación y buenas prácticas de evaluación de la población (Granados, 2020, p. 590).

Es una herramienta en relación con un conjunto de preguntas estructuradas y estandarizadas utilizada para recopilar datos y obtener información, la misma que se puede realizar de manera física o a través de plataformas digitales con el fin de obtener información sobre sus opiniones más relevantes, de tal manera que sea preciso y concreto de la población.

### 3.6.2.2. *Entrevista*

Siguiendo al autor (Granados, 2020), la entrevista es un método de recolección de datos, que nos ayuda a profundizar en temas puntuales, de los cuales se pretende ahondar en la información, buscando comprender, mediante el análisis exhaustivo (p. 593).

La entrevista se utilizó para recopilar la información y determinar las dudas en la cual, durante la entrevista logró complementar y acumular otros métodos de investigación, como encuestas y observaciones que aportaron al presente trabajo investigativo. Esta técnica estuvo encaminada al presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Cacha.

### 3.6.3. *Instrumento*

#### 3.6.3.1. *Cuestionario*

Como afirma (Pozzo et al., 2018), indica que se trata de un conjunto de preguntas sobre los hechos o aspectos de interés del estudio, a las que responden los encuestados. Es una herramienta o formulario impreso fundamental para obtener datos.

Mediante el cuestionario, la cual se diseñó y aplicó dos encuestas diferentes en base a las preguntas relacionadas con la investigación, que permitirán identificar de la mejor manera la necesidad en el mercado. La primera, dirigida a los productores de cebada de la parroquia Cacha, con la finalidad de conocer el grado de aceptación para la creación de un centro de acopio y la segunda, dirigida a los compradores de cebada con la finalidad de determinar si la creación de un centro de acopio ayudará a incrementar el consumo.

## CAPÍTULO IV

### 4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1. Análisis e interpretación de resultados de los productores de cebada

**Objetivo:** Conocer el grado de aprobación que tendrán con la creación de un centro de acopio en la parroquia Cacha para los agricultores de Cacha.

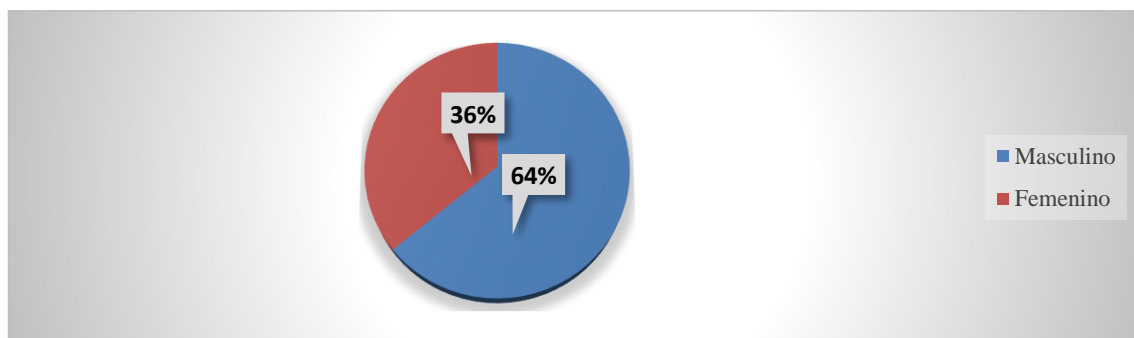
#### Género

**Tabla 4-1:** Género

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	64	64%
Femenino	36	36%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.



**Ilustración 4-1:** Género.

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.

#### Análisis:

Al momento de ejecutar las encuestas a nivel de la parroquia Cacha se puede indicar que las personas que se dedican a la siembra y cosecha de cebada en su gran mayoría son hombres representado por el 64% seguido por las mujeres con 36% representativamente conforman el 100% de la totalidad de los productores de cebada.

**Interpretación:** Como se observa en los datos la mayoría de los productores en la parroquia ya sea de cebada o de cualquier otro producto es de género masculino.



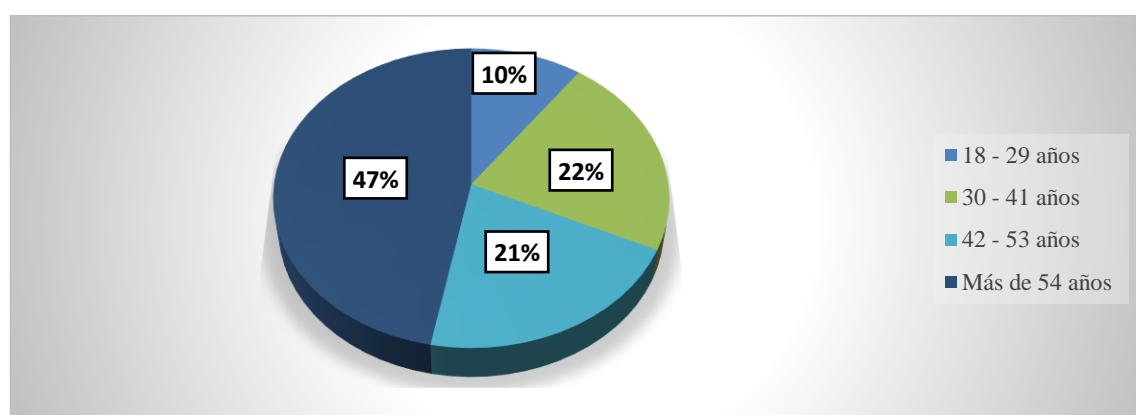
## Edad

**Tabla 4-2:** Edad

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
18 – 29 años	10	10%
30 – 41 años	22	22%
42 – 53 años	21	21%
Más de 54 años	47	47%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

Realizado por: León, E. 2023.



**Ilustración 4-2:** Edad.

Fuente: Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

Realizado por: León, E. 2023.

### Análisis:

De los productores encuestados se puede determinar que el 47% pertenece a las personas que tienen más de 54 años, siendo el porcentaje más alto, mientras el 22% pertenece a personas en edad de 30 a 41 años; el 21% pertenece a personas en edad de 42 a 53 años; y únicamente el 10% representa a las personas en edad de 18 a 29 años.

**Interpretación:** De acuerdo con los resultados se puede visualizar, el 10% de los jóvenes se dedican a la agricultura por lo cual en un futuro esto podría ser un riesgo de perder la producción del campo.

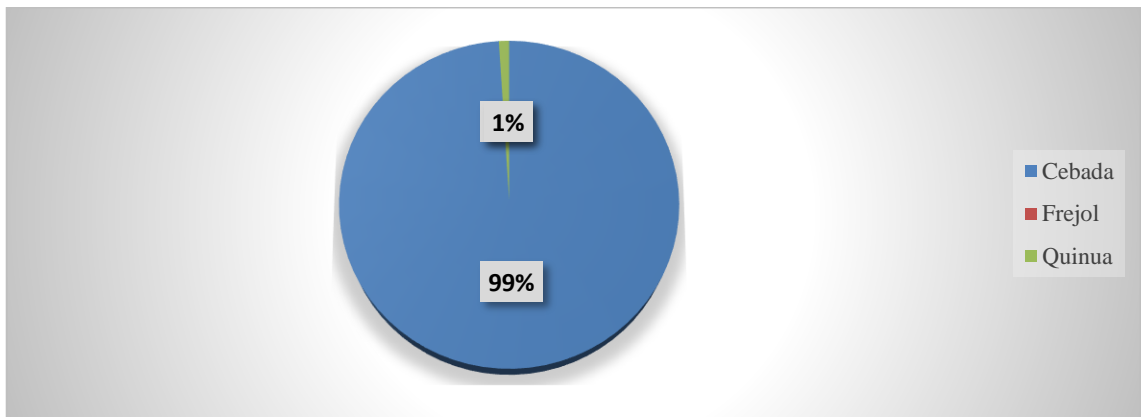
## 1. ¿De acuerdo con los cultivos en la parroquia Cacha, cual es el producto más cultivado?

**Tabla 4-3:** Producto más cultivado

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Cebada	99	99%
Frejol	0	0%
Quinua	1	1%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.



**Ilustración 4-3:** Producto más cultivado.

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.

### **Análisis:**

En la encuesta aplicada a los 100 productores de cebada en la parroquia Cacha se determina que el 99% representa a la cebada como el producto más cultivado; A lo posterior los agricultores indica que el 1% pertenece a Quinua.

### **Interpretación:**

Mediante estos resultados se analiza que en su gran mayoría de los agricultores producen cebada, lo cual puede incrementar no solo la calidad de cebada, sino también el nivel de producción hasta un ciento por ciento.

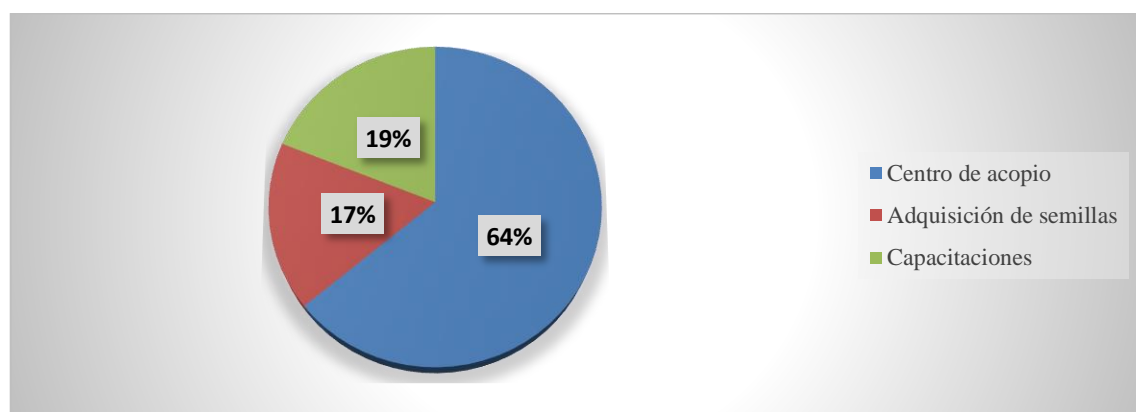
## 2. ¿Cuál de las siguientes soluciones beneficia de la mejor manera a un productor?

**Tabla 4-4:** Beneficios para el productor

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Centro de acopio	64	64%
Adquisición de semillas	17	17%
Capacitaciones	19	19%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.



**Ilustración 4-4:** Beneficios para el productor.

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.

### **Análisis:**

De la encuesta aplicada a los productores se puede observar los siguientes resultados, el 64% representa a los productores indicando que un centro de acopio sería el mejor beneficio; mientras que el 19% requieren capacitaciones en el ámbito productivo; y el 17% representa a la adquisición de semillas.

### **Interpretación:**

Esta pregunta nos ayuda a identificar y analizar cuál sería el mejor beneficio en brindar a los productores de cebada, de tal manera que mejore su actividad productiva y que mejore su calidad de producto.

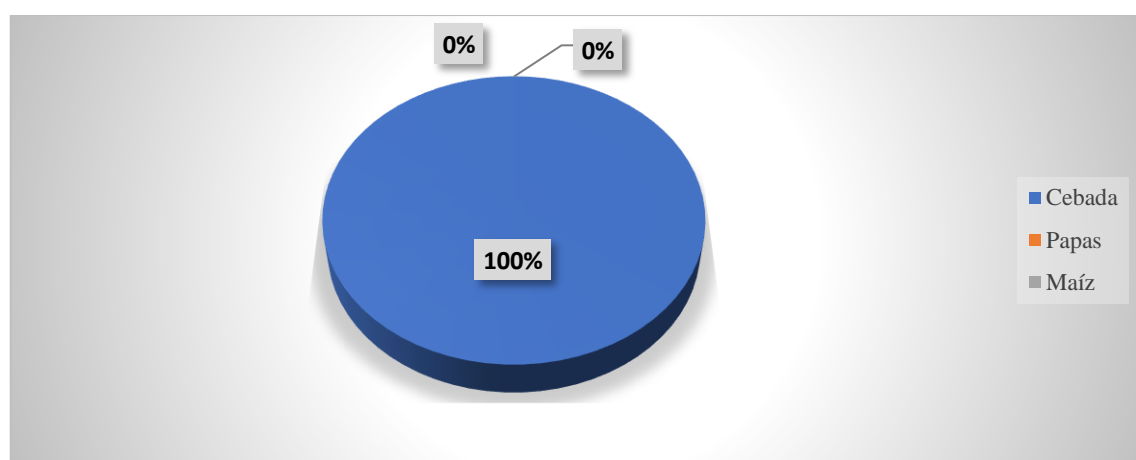
### 3. ¿Cuál de los siguientes productos demanda menos esfuerzo, tiempo y tratamiento en la producción?

**Tabla 4-5:** Producto con menos esfuerzo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Cebada	100	100%
Papas	0	0%
Maíz	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

**Realizado por:** León, E 2023.



**Ilustración 4-5:** Producto con menos esfuerzo.

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.

#### **Análisis:**

El 100% de los productores encuestados indican que la cebada es el producto que demanda menos esfuerzo, tiempo y tratamiento; mientras que el 0% representa tanto a papas como maíz que genera mayor inversión y tiempo.

#### **Interpretación:**

Esta pregunta se puede utilizar en la parte del estudio técnico, ya que permite proponer y analizar diferentes técnicas para producir de la mejor manera el producto.

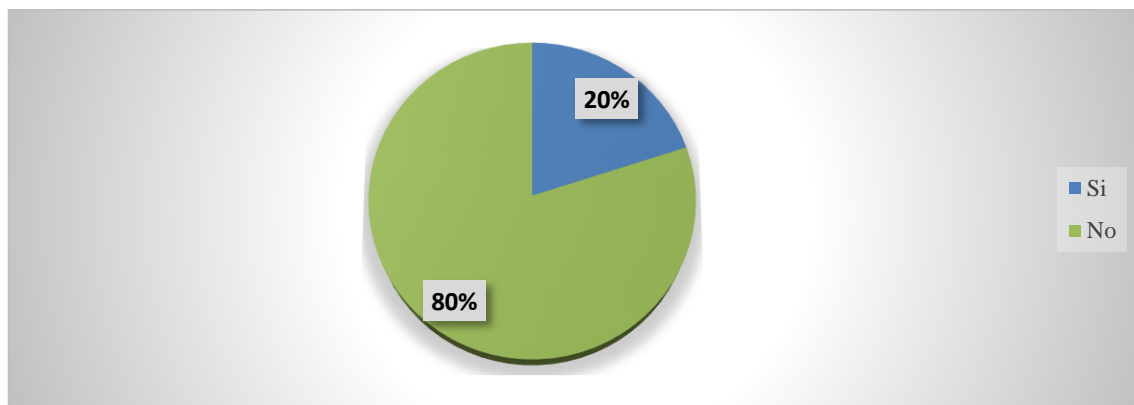
**4. ¿Considera que la venta de cebada cubre las necesidades económicas de sus productores en la parroquia Cacha?**

**Tabla 4-6:** Venta de cebada

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	20%
No	80	80%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

Realizado por: León, E. 2023.



**Ilustración 4-6:** Venta de cebada.

Fuente: Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

Realizado por: León, E. 2023.

**Análisis:**

En la pregunta 4 el 80% de los productores encuestada mencionan que las ventas de cebada no alcanzan para cubrir sus gastos en el hogar o a su vez en la producción; en el caso del 20% de los productores indican que si cubre las necesidades económicas.

**Interpretación:**

Con el resultado obtenida se puede identificar que en gran mayoría de los productores no están satisfecho con la venta de cebada, lo cual se genera una necesidad de buscar un lugar específico como un centro de acopio que pague un precio justo y que apoye al producto en el momento de comercialización.

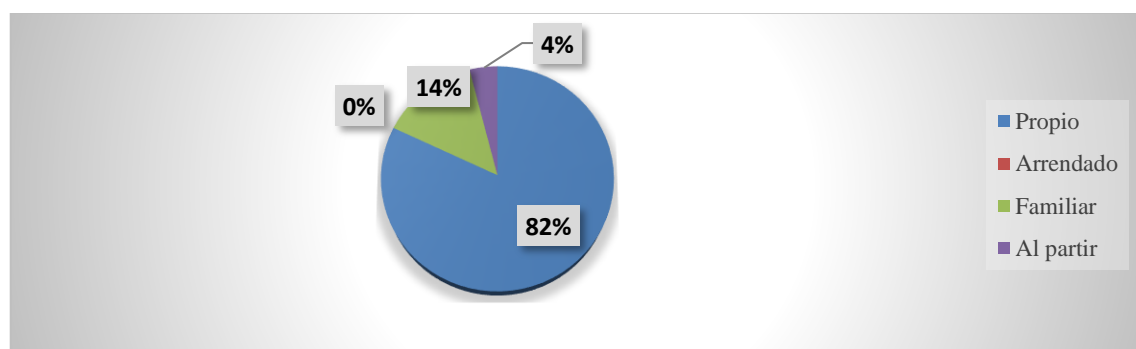
## 5. ¿El terreno donde cultiva su producto es?

**Tabla 4-7:** Terreno de cultivo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Propio	82	82%
Arrendado	0	0%
Familiar	14	14%
Al partir	4	4%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

Realizado por: León, E. 2023.



**Ilustración 4-7:** Terreno del cultivo.

Fuente: Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

Realizado por: León, E. 2023.

### Análisis:

De la encuesta aplicada a los productores se obtuvo los siguientes resultados, el 82% representa a los productores que siembran en terreno propio; el 14% indica que su terreno de sembrío es familiar; y únicamente el 4% de los productores indican que su terreno es al partir, es decir que arrienda una parte del terreno y al momento de la cosecha se dividen entre el propietario y el partidario.

### Interpretación:

Con los datos obtenidos se puede determinar que la mayoría de los productores de cebada cuenta con su propio terreno, la misma que se destina para la producción de cebada, lo cual se visualiza beneficioso para el centro de acopio al momento de adquirir el producto directamente del consumidor sin costos adicionales a diferencia de los otros porcentajes que puede generar un aumento en el precio del producto.

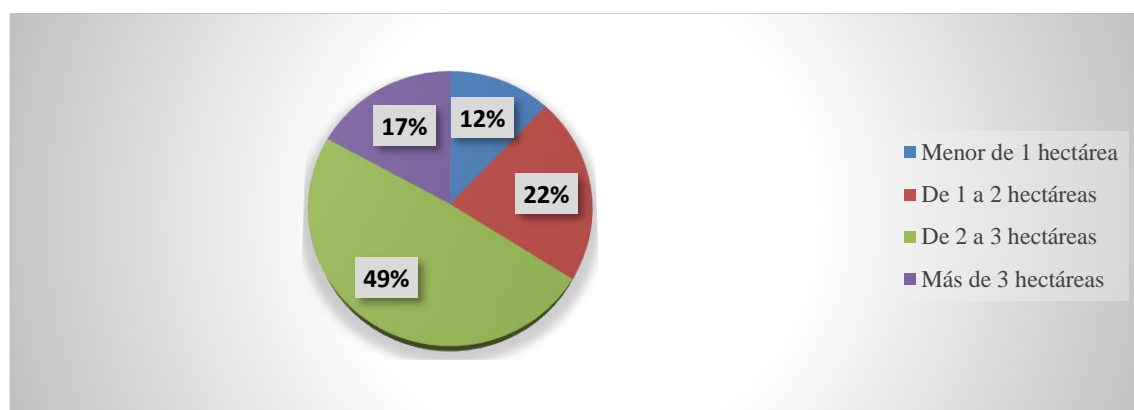
## 6. ¿Cuál es la extensión de terreno que destina para la producción de cebada?

**Tabla 4-8:** Terreno de extensión

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Menor de 1 hectárea	12	12%
De 1 a 2 hectáreas	22	22%
De 2 a 3 hectáreas	49	49%
Más de 3 hectáreas	17	17%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.



**Ilustración 4-8:** Extensión de terreno.

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.

### **Análisis:**

De acuerdo con la pregunta sexta se puede analizar que el 49% representa de 2 a 3 hectáreas para la producción de cebada; mientras que el 22% utiliza de 1 a 2 hectáreas; el 17% posee más de 3 hectáreas y el 12% indica que utiliza menor de 1 hectárea. De tal manera al obtener estos resultados se puede visualizar que en su gran totalidad utiliza para sembrío de cebada de 2 a 3 hectáreas.

### **Interpretación:**

Los datos de esta pregunta se determinan en el estudio de mercado que permite observar cual es la oferta que puede brindar el cultivo de las hectáreas que tienen para sembrío, la misma poderlos convertir en quintal.

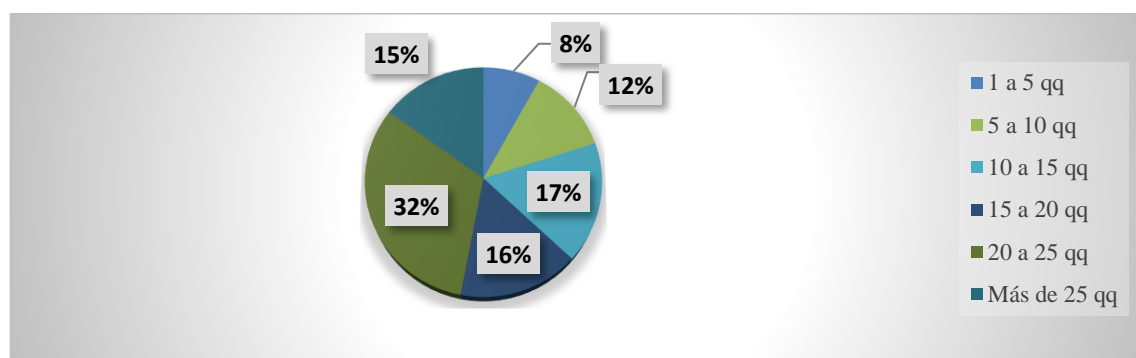
## 7. ¿Cuántos quintales produce usted en una cosecha?

**Tabla 4-9:** Quintales de cebada

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5 qq	8	8%
5 a 10 qq	12	12%
10 a 15 qq	17	17%
15 a 20 qq	16	16%
20 a 25 qq	32	32%
Más de 25 qq	15	15%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.



**Ilustración 4-9:** Quintales de cebada.

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.

### **Análisis:**

En la parroquia Cacha se puede identificar que la cosecha de cebada se da según la superficie de terreno proporcionando como resultado con el 32% produce de 20 a 25 quintales de cebada en una cosecha, el 17% representa la cosecha de 10 a 15 quintales, el 16% seleccionó que su producción es de 15 a 20 quintales de cebada, mientras que la cosecha de más de 25 quintales de cebada representa el 15%, el 12% representa la cosecha de 5 a 10 quintales y la mínima cosecha que puede observar es de 1 a 5 quintales en la parroquia Cacha.

### **Interpretación:**

Esta pregunta mediante los datos obtenidos se puede determinar la cantidad de entrega que podría tener el centro de acopio, siendo que a lo posterior ofertaría a los demandantes con un 32% de los productores que se dedican a cosechar más la cebada.



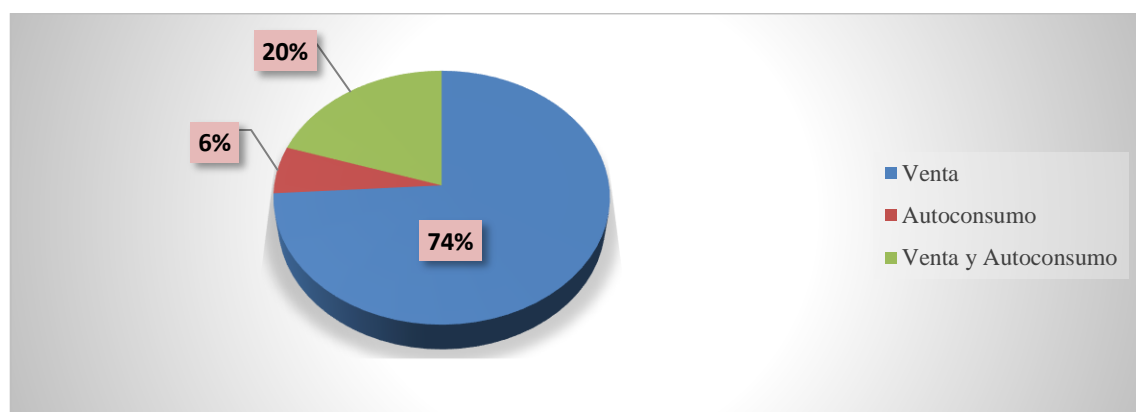
## 8. ¿La producción de cebada lo utiliza para?

**Tabla 4-10:** Utilización de cebada

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Venta	74	74%
Autoconsumo	6	6%
Venta y Autoconsumo	20	20%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.



**Ilustración 4-10:** Utilización de cebada.

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.

### **Análisis:**

El 74% de la producción de cebada lo utilizan para la venta, el 20% representa que la cosecha de cebada lo destinan entre la venta y autoconsumo, mientras que un 6% representa que la cosecha de cebada es utilizada para el autoconsumo propio.

### **Interpretación:**

La información recolectada permite identificar cual es el porcentaje viable de entrega de la cebada al centro de acopio, por ende, se puede observar que existe un alto porcentaje de venta, de igual manera se determina en el estudio de mercado en la posible oferta del centro de acopio y es positivo para el proyecto.

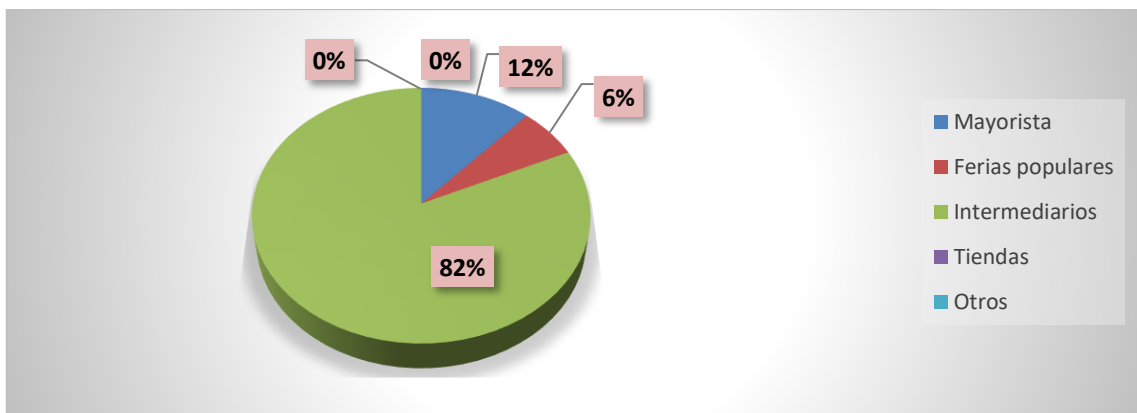
## 9. ¿A cuál de los siguientes lugares destina usted su producto?

**Tabla 4-11:** Distribución del producto

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Mayorista	11	12%
Ferias populares	6	6%
Intermediarios	77	82%
Tiendas	0	0%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>94</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

Realizado por: León, E. 2023.



**Ilustración 4-11:** Distribución del producto.

Fuente: Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

Realizado por: León, E. 2023.

### Análisis:

De acuerdo con los datos presentados en la ilustración anterior, el 82% vende a los intermediarios su producción de cebada, el 12% vende a los mayoristas y el 6% vende en las ferias populares.

### Interpretación:

En esta pregunta se analiza la competitividad que poseería el centro de acopio en la parroquia Cacha referente a sus entornos.

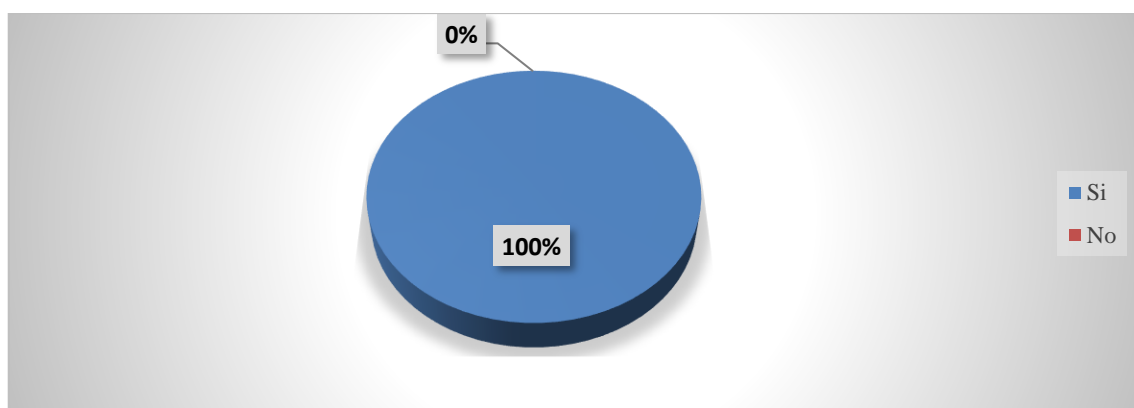
## 10. ¿Usted está de acuerdo que se implemente un centro de acopio?

**Tabla 4-12:** Implementación de un centro de acopio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	100	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

Realizado por: León, E. 2023.



**Ilustración 4-12:** Implementación de un centro de acopio.

Fuente: Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

Realizado por: León, E. 2023.

### Análisis:

El 100% de los productores encuestados indican que están de acuerdo con la implementación de un centro de acopio de cebada en la parroquia Cacha, contando de que de beneficios para el productor y apoyar al producto para su respectiva comercialización.

### Interpretación:

La aprobación por parte de los productores de la parroquia se logró identificar que sería un buen lugar estratégico que brinde un apoyo a los productores, reduciendo los costos adicionales al momento de comercializar su producto.

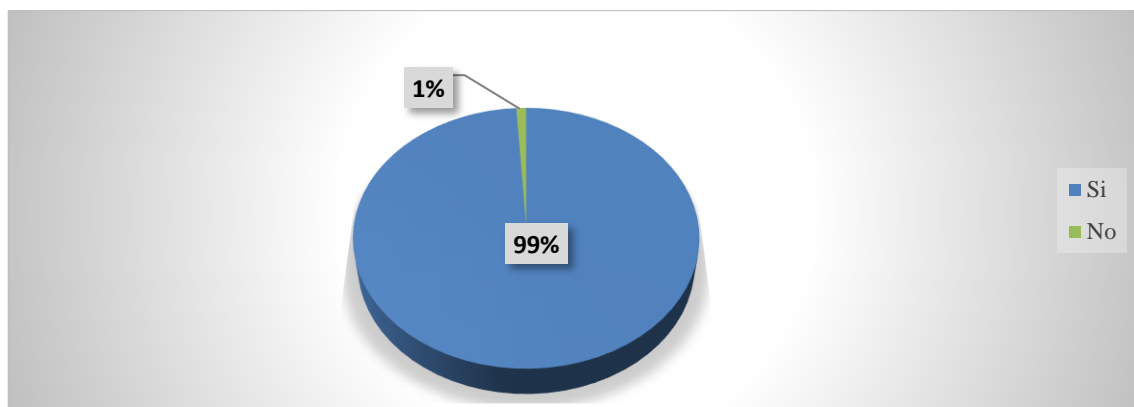
## 11. ¿Usted entregaría su cosecha de cebada a un centro de acopio?

**Tabla 4-13:** Centro de acopio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	99	99%
No	1	1%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.



**Ilustración 4-13:** Centro de acopio.

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.

### **Análisis:**

De la encuesta aplicada a los 100 productores el 99% están de acuerdo de entregar su cosecha de cebada al centro de acopio siempre y cuando haya un precio fijo y que genere menos costo en el transporte al momento de llevar su producto, mientras que el 1% no está de acuerdo de entregar su cosecha.

### **Interpretación:**

Mediante estos datos obtenidos se puede determinar la oferta que tendrá el centro de acopio de cebada indicando en el estudio de mercado un alto porcentaje de entrega de la cebada al centro de acopio.

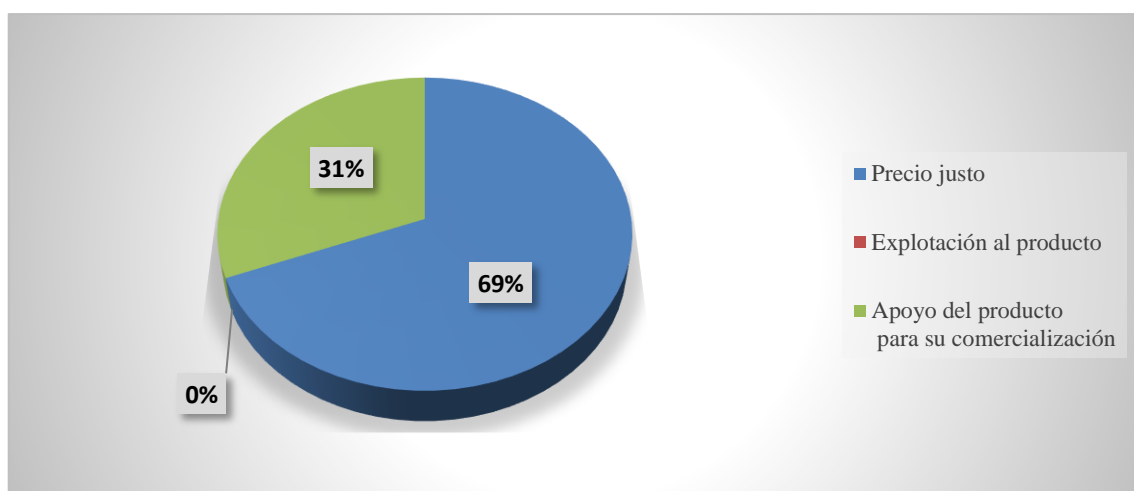
## 12. ¿Qué considera usted que un centro de acopio tiene como objetivo?

**Tabla 4-14:** Objetivo de un centro de acopio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Precio justo	69	69%
Explotación al producto	0	0%
Apoyo del producto para su comercialización	31	31%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.



**Ilustración 4-14:** Objetivo de un centro de acopio.

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de cebada, 2023.

**Realizado por:** León, Elizabeth, 2023.

### **Análisis:**

Mediante los datos obtenidos se puede analizar que los productores tienen diferente necesidad y los cuales se determinan en los siguientes factores como el precio justo y por el apoyo del producto para su comercialización, determinando el 69% escoge el precio justo, mientras que el 31% se inclina por el apoyo del producto para su comercialización.

### **Interpretación:**

Con la información destacado se puede analizar que los productores buscan la facilidad de vender su producto a un precio justo, y mayoría de los productores necesita la facilidad del transporte para trasladar el producto de un lugar a otro, de acuerdo con los servicios que ofrece el centro de acopio sería de gran beneficio para conseguir con facilidad la producción.

## 4.2. Análisis e interpretación de resultados de los propietarios de molinos y bodegas.

**Objetivo de las encuestas a los compradores de cebada:** Conocer el grado de aprobación que tendrán con la creación de un centro de acopio en la parroquia Cacha para los posibles compradores de cebada.

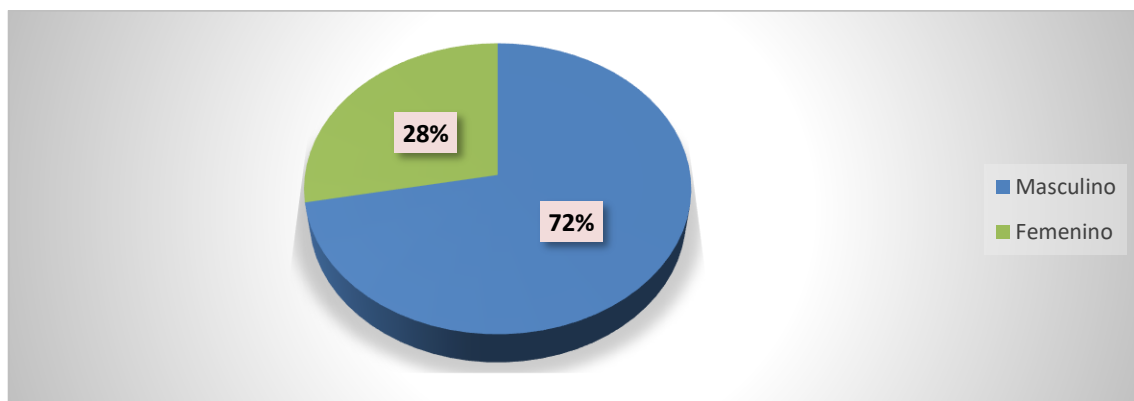
### Género

**Tabla 4-15:**Género

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	36	72%
Femenino	14	28%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.



**Ilustración 4-15:** Género.

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.

### Análisis:

De acuerdo con la totalidad de las personas que administran las bodegas en un 72% representa a los hombres, mientras que el 28% representa a las mujeres que administran las bodegas en el Cantón Riobamba.

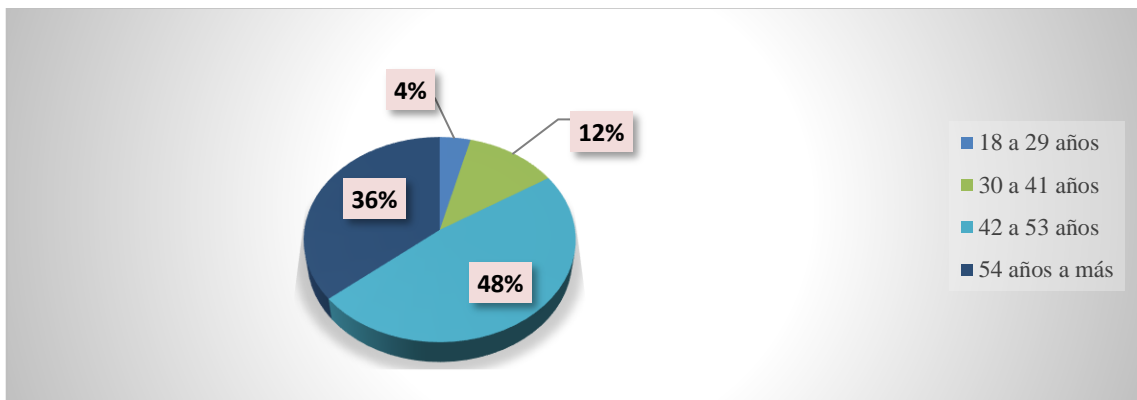
## Edad

**Tabla 4-16:** Edad

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
18 a 29 años	2	4%
30 a 41 años	6	12%
42 a 53 años	24	48%
54 años a más	18	36%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

Realizado por: León, E. 2023.



**Ilustración 4-16:** Edad.

Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

Realizado por: León, E. 2023.

### Análisis:

A nivel del cantón Riobamba se encuestó a 10 molinos y 40 bodegas las mismas que se encuentran en diferente rango de edad, en un 48% en la edad de 42 a 53 años, el 36% representa el rango de 54 años a más, mientras que el 12% representa la edad de 30 a 41 años y por último en el 4% se encuentra entre 18 a 29 años a nivel de Cantón Riobamba.

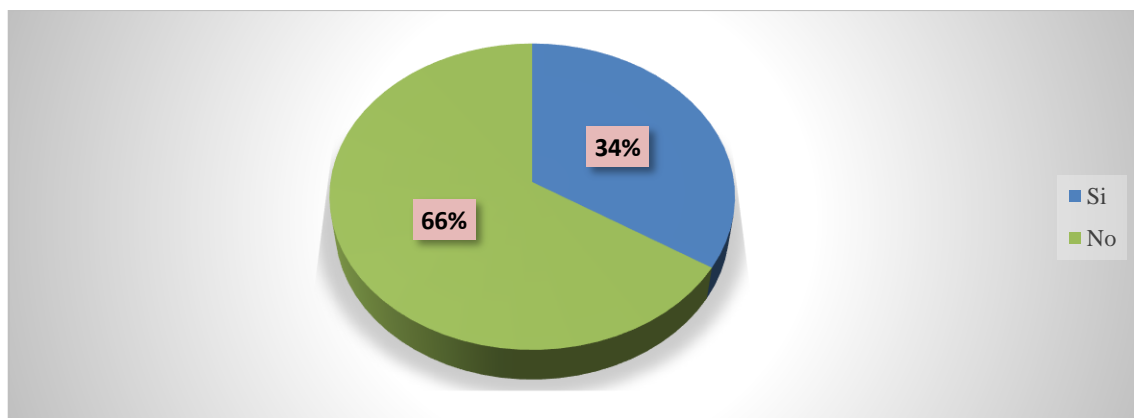
## 1. ¿Sabe usted lo que es un centro de acopio?

**Tabla 4-17:** Conocimiento de un centro de acopio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	34%
No	33	66%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.



**Ilustración 4-17:** Conocimiento de un centro de acopio.

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.

### **Análisis:**

El 66% de las personas respondió que no conocía a que se dedicaba un centro de acopio, mediante una breve explicación sobre el tema tenían en claro de que se trataba el lugar y a que se dedicaba el centro de acopio, mientras que el 34% representa a las personas que si tenía el conocimiento de un centro de acopio.

### **Interpretación:**

En esta pregunta mediante los datos obtenidos se puede visualizar una gran acogida en la parroquia y el centro de acopio sería una buena alternativa para que los compradores acudan al lugar a comprar a un precio rentable y obtener un producto de calidad.



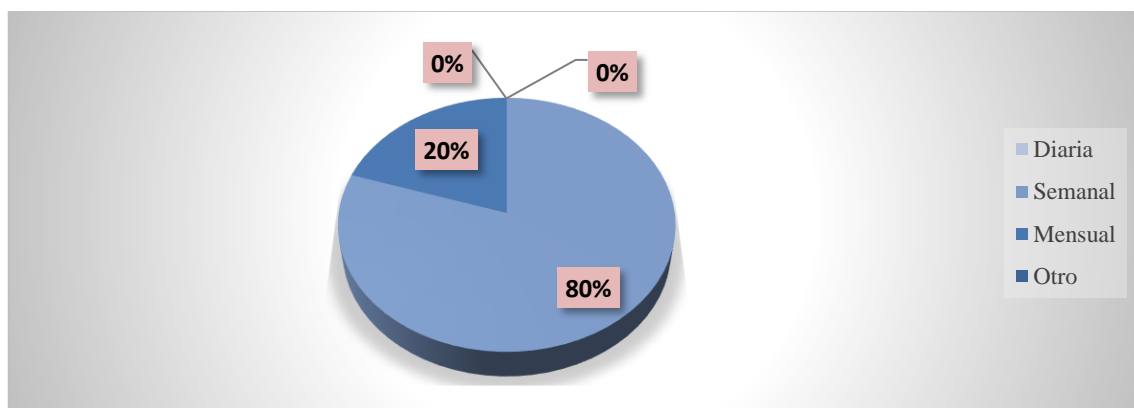
## 2. ¿Con que frecuencia usted compra la cebada?

**Tabla 4-18:** Frecuencia de compra

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Diaria	0	0%
Semanal	40	80%
Mensual	10	20%
Otro	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

Realizado por: León, E. 2023.



**Ilustración 4-18:** Frecuencia de compra.

Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

Realizado por: León, E. 2023.

### Análisis:

Como resultado de la segunda pregunta se observa en el enfoque de compra, el 80% representa a la compra de cebada semanal, el 20% se compra mensualmente el producto.

### Interpretación:

Estos datos obtenidos permiten socializar y dar a conocer el producto con los compradores mediante la frecuencia que compran la cebada y no perder los posibles compradores.

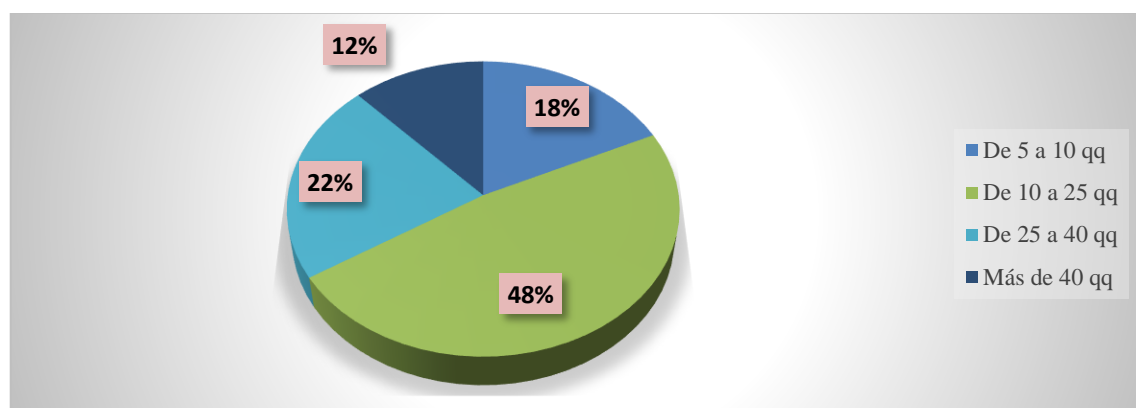
### 3. ¿Cuál es la cantidad de cebada que usted compra semanalmente?

**Tabla 4-19:** Cantidad de cebada

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
De 5 a 10 qq	9	18%
De 10 a 25 qq	24	48%
De 25 a 40 qq	11	22%
Más de 40 qq	6	12%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.



**Ilustración 4-19:** Cantidad de cebada.

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.

#### **Análisis:**

De acuerdo con la encuesta aplicada se pudo analizar la compra mensual en quintal de las 40 bodegas y 10 molinos las mismas que obtuvo diferentes resultados siendo el 48% adquiere de 10 a 25 quintales, el 22% compra el producto de 25 a 40 quintales, mientras que 18% adquiere de 5 a 10 quintales y por último el 12% se identificó que compra más de 40 quintales mensualmente.

#### **Interpretación:**

De acuerdo con los datos obtenidos se pudo analizar que las personas compran semanalmente ya sea, para consumo humano transformando en alimento o a su vez para animales lo cual indica que es factible para adquirir el producto en el centro de acopio.

#### 4. ¿De qué manera le gustaría adquirir la cebada?

Tabla 4-20: Adquisición de la cebada

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Libras	0	0%
Kilos	0	0%
Quintales	50	100%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

Realizado por: León, E. 2023.

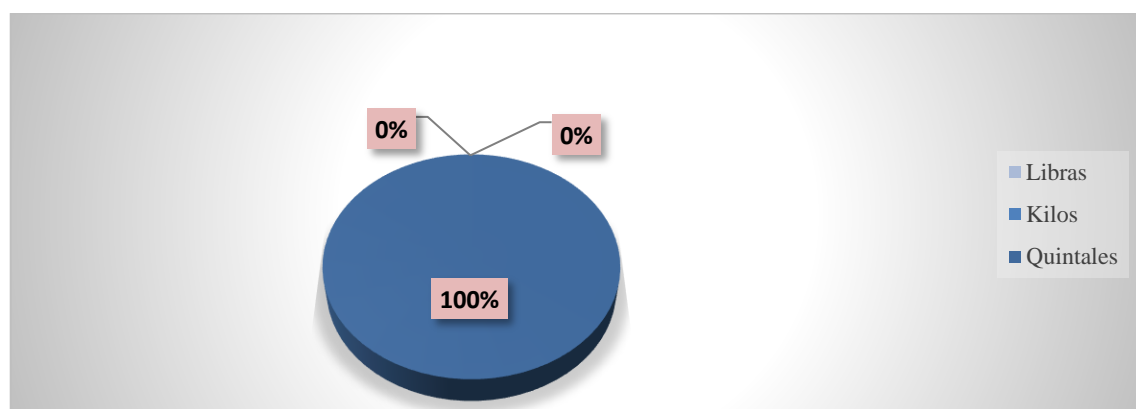


Ilustración 4-20: Como le gustaría adquirir la cebada.

Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

Realizado por: León, E. 2023.

#### Análisis:

De las encuestas realizadas a los propietarios de los molinos como bodegas de Cantón Riobamba se pudo observar que el 100% de los propietarios compra la cebada por quintales lo cual se analizó cual sería la acogida que podría tener el centro de acopio al momento de comercializar el producto si se tratará por quintales.

#### Interpretación:

Según los resultados obtenido se pudo observar que los compradores en gran mayoría adquieren su producto en quintal ya que, compran en un gran porcentaje y que sale más beneficioso en quintal que en libras.

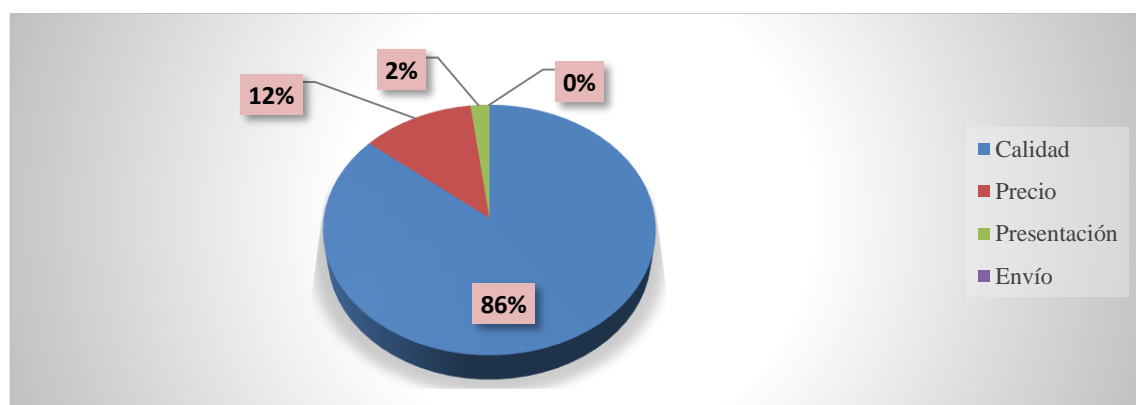
## 5. ¿Al momento de adquirir la cebada usted en que característica se fija?

**Tabla 4-21:** Nivel de preferencia

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	43	86%
Precio	6	12%
Presentación	1	2%
Envío	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

Realizado por: León, E. 2023.



**Ilustración 4-21:** Nivel de preferencia.

Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

Realizado por: León, E. 2023.

### Análisis:

Al momento de adquirir la cebada los propietarios de los molinos como bodegas tienen un nivel de preferencia lo cual, se dividen de la siguiente manera; el 86% se enfoca en la calidad de cebada, el 12% se fija en el precio para adquirir el producto y finalmente el 2% representa en adquirir el producto mediante una buena presentación.

### Interpretación:

Con los resultados obtenidos se puede mencionar que en gran mayoría de los compradores al momento de adquirir la cebada se fija en la calidad del grano y a más de ello en el precio si es rentable para comprar.

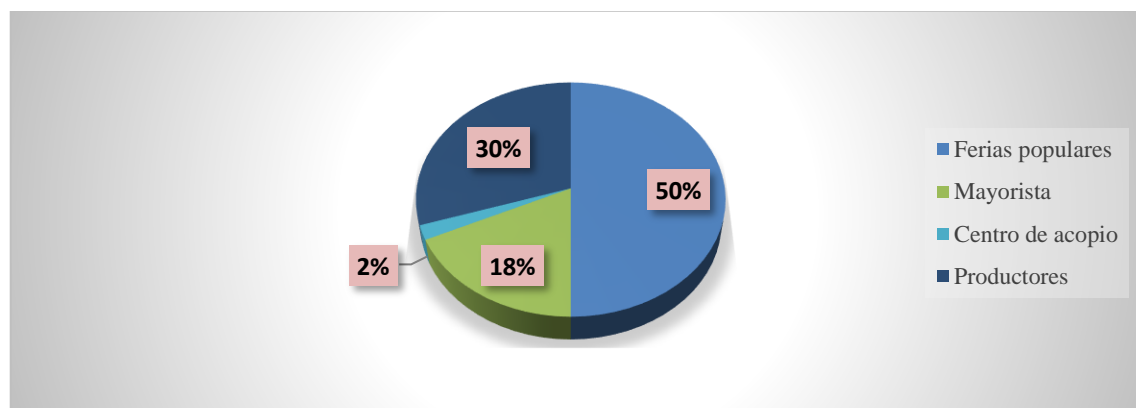
## 6. ¿Dónde compra usted la cebada?

**Tabla 4-22:** Lugar de compra

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Ferias populares	25	50%
Mayorista	9	18%
Centro de acopio	1	2%
Productores	15	30%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

Realizado por: León, E. 2023



**Ilustración 4-22:** Lugar de compra del producto.

Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

Realizado por: León, E. 2023

### Análisis:

Mediante esta pregunta que aplicó en la encuesta se pudo observar cuales son los lugares de compra y de igual forma se identificó los lugares que podrían ser la competencia para el centro de acopio, teniendo en cuenta que el 50% representa que acuden a comprar a las ferias populares, seguido por el 30% que adquiere a los productores directos que van a vender en el lugar, el 18% adquiere en los mayoristas y únicamente el 2% acude al centro de acopio para adquirir el producto.

### Interpretación:

Los datos que se recolecto mediante esta pregunta aplicada en la encuesta dan un resultado, donde se pudo determinar que hay lugares de competitividad alrededor del centro de acopio.

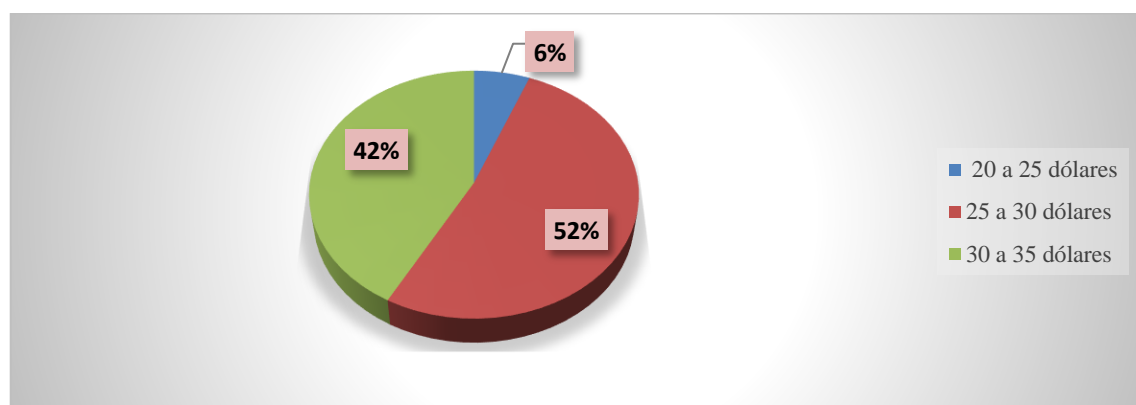
## 7. ¿Indique cuál es el valor que paga por comprar el quintal de cebada?

**Tabla 4-23:** Precio del producto

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
20 a 25 dólares	3	6%
25 a 30 dólares	26	52%
30 a 35 dólares	21	42%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.



**Ilustración 4-23:** Precio del producto.

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.

### **Análisis:**

De acuerdo con la encuesta aplicada se pudo observar que el 52% están dispuestos a pagar de 25 a 30 dólares, el 42% el valor que pagan es de 30 a 35 dólares y el 6% pagan un precio de 20 a 25 dólares, donde con esta información se pudo determinar que los propietarios de molinos como de bodegas pagan diferentes precios según la temporada de producción y a la vez observando la calidad de grano.

### **Interpretación:**

Mediante los resultados obtenidos se pudo analizar que los propietarios tanto de molinos como de bodegas del Cantón Riobamba compran por quintales la cebada con la cual se marca un precio que varían según la temporada, esto permite la posibilidad de entregar en el centro de acopio y de esa manera ser competitivo dentro del mercado.

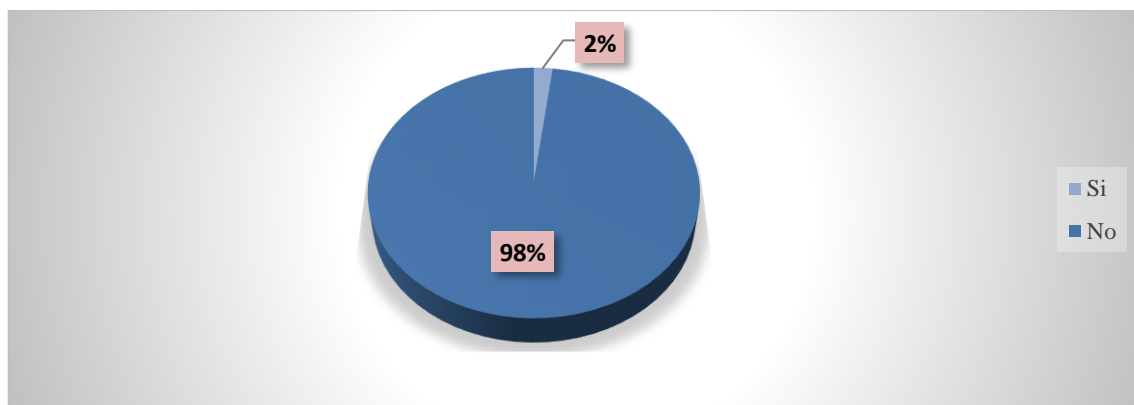
## 8. ¿Usted ha comprado el producto en un centro de acopio?

**Tabla 4-24:** Adquisición de cebada

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	2%
No	49	98%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.



**Ilustración 4-24:** Adquisición de producto en un centro de acopio.

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.

### **Análisis:**

El 98% representa que los propietarios tanto de molinos como de bodegas no han comprado el producto en un centro de acopio, es decir que la mayoría acuden a las ferias populares y a su vez compran directamente a los productores, el 2% indican que si han comprado en un centro de acopio.

### **Interpretación:**

Por medio del análisis se pudo determinar que la creación de un centro de acopio en la parroquia Cacha sería de gran ayuda y factible para los propietarios o para las demás personas que quieran adquirir la cebada ya que, el lugar quedara cerca y accesible de la ciudad.

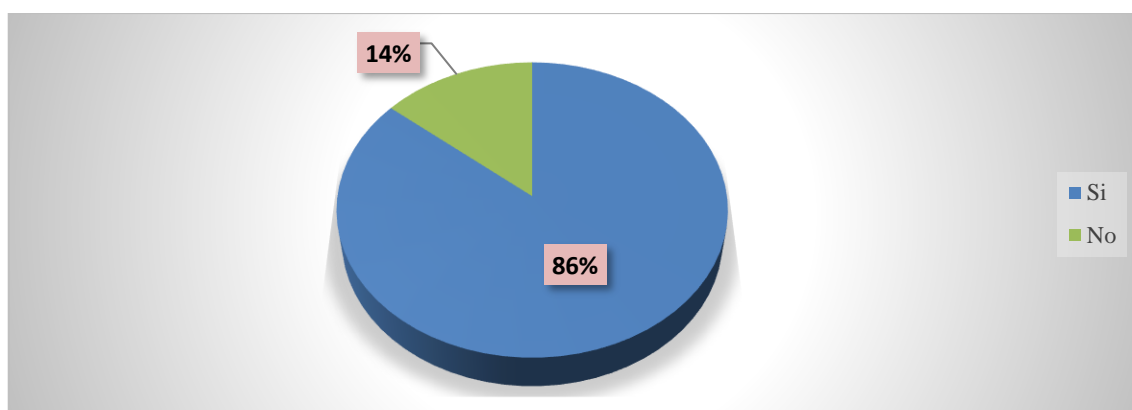
## 9. ¿Si existiera un centro de acopio de cebada usted acudiría al lugar?

**Tabla 4-25:** Centro de acopio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	43	86%
No	7	14%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.



**Ilustración 4-25:** Centro de acopio de cebada.

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.

### **Análisis:**

De acuerdo con la encuesta aplicada a los propietarios de 10 molinos y 40 propietarios de bodegas indica que el 86% acudiría al centro de acopio para adquirir el producto, contando que ofrezcan el precio justo y calidad del producto, mientras que el 14% no lo acudiría al lugar ya que, ven más factible comprar a los productores.

### **Interpretación:**

Mediante estos datos obtenidos a través de la encuesta aplicada se pudo determinar que sería factible el centro de acopio ofreciendo los precios accesible y producto de buena calidad, además de ello aportar con un valor agregado la cual consiste en el envío del producto al lugar que destina.



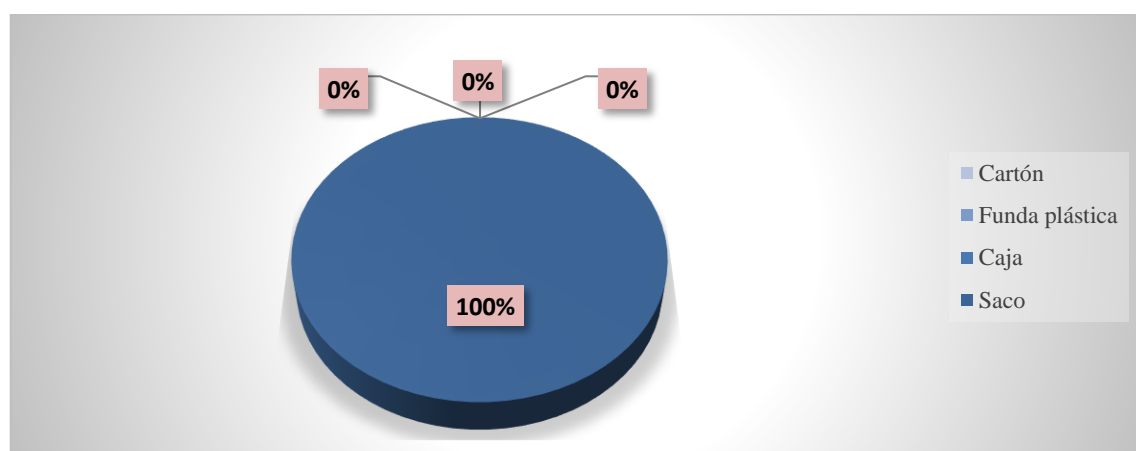
**10. ¿Cuál sería su referencia al momento de comprar la cebada en cuanto a su presentación?**

**Tabla 4-26:** Presentación del producto

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Cartón	0	0%
Funda plástica	0	0%
Caja	0	0%
Saco	50	100%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.



**Ilustración 4-26:** Presentación del producto.

**Fuente:** Encuesta realizada a los propietarios de molinos y bodegas, 2023.

**Realizado por:** León, E. 2023.

**Análisis:**

El 100% de los encuestados prefiere que la cebada se entregue en los sacos por que se almacena de la mejor manera a diferencia de otros materiales, ya que la cebada no puede estar en el húmedo más bien en un lugar seco.

**Interpretación:**

En esta pregunta se puede visualizar y analizar que los posibles compradores en su totalidad eligieron que su producto se entregue en sacos para mantener en un lugar seco y así no coja la humedad.

### **4.3. Entrevista al presidente del GAD de la parroquia Cacha**

**Presidente de GAD:** Arq. Jesús Morocho

**Objetivo:** Conocer el grado de aprobación y aporte que tendrá la creación de un centro de acopio por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Cacha.

#### **1. ¿Cuáles son las principales problemáticas sociales, culturales que existe en la parroquia Cacha?**

Los principales problemáticas que se ha visto en los últimos años es el tema de migración, donde este factor obligado a muchas personas a dejar las comunidades por falta de empleo, por falta de factores que generen recursos, también tenemos el tema de lo que es la salud hoy por hoy tenemos nuestros adultos mayores, en donde no hay un diagnóstico de salud que les amparen, y que velen por ellos y en lo cultural el pueblo Cacha ha mantenido esa cultura, pero se ha ido perdiendo la identidad y el idioma en ese sentido igual que otras se ha visualizado.

#### **2. ¿Qué alternativa se ha visto factible para la población de la parroquia Cacha, entendiendo que su gran mayoría son agricultores?**

Si es una realidad que nuestros padres y abuelos todavía está en el tema de la agricultura, tenemos que planear en armar un proyecto, realizar ferias y capacitaciones sobre la siembra y cosecha, hacer que nuestra gente joven que todavía tenemos que ellos ayuden.

#### **3. Durante su período de gestión, ¿qué actividades se han realizado en beneficio de los productores?**

Planteamos ejes de trabajos y dentro de ello el agua potable lo cual trabajaremos en un proyecto de regadío, hay que apoyar en ese tema a los agricultores que todavía están con esa fuerza, energía y trabajar con ellos en una coordinación y ver los resultados.

#### **4. ¿Usted está de acuerdo con la creación de un centro de acopio de cebada en la parroquia y como aportaría en el proceso?**

Por parte del presidente del GAD parroquial indicó que estaría de acuerdo con la creación del centro de acopio de cebada que a través de ello genere empleo, además mencionó que ayudaría

con los permisos que se necesite y crearía procesos de comercialización y distribución entre el productor y el centro de acopio de esa manera beneficiar a los productores de la parroquia Cacha.

#### **5. ¿Considera la factibilidad a la creación de un centro de acopio?**

Consideró que hay la factibilidad, trabajando juntamente con los productores, hay que motivarles a que ellos comiencen a producir. Adicionalmente mencionó que establecerán estrategias para que el productor tenga un apoyo en la siembra y cosecha y que pueda entregar su producto en el centro de acopio.

#### **6. ¿Como beneficiaría un centro de acopio a la población de Cacha?**

Generalmente beneficiaría a la población deteniendo la migración por que a través de centro de acopio generaría fuentes de trabajo y ayuda a los productores que no sean abusados por los intermediarios ya que, ellos ofrecen un precio no justo del producto en lo cual, el precio no cubre el esfuerzo ni la inversión del producto.

### **4.4. Discusión de resultados**

Mediante la aplicación de los instrumentos de investigación por medio de las encuestas en donde se pudo observar que de los 100 productores de cebada encuestados existe varios problemas entre ellas se puede mencionar el precio justo, la falta de cubrir sus costos y no obtener una ganancia adecuada, igualmente se pudo comprobar la factibilidad de presente proyecto, además de ello se pudo observar que en la parroquia Cacha no existe un centro de acopio para la cebada, lo cual es notorio la falta de este proyecto, sabiendo que la mayoría de las personas se dedican a la agricultura, donde el precio de venta del producto es muy elevado por diferentes factores donde hay costos adicionales al cultivo del producto, generando un realza al precio del quintal y esto provoca a que los agricultores de la parroquia Cacha migren hacia otros lugares para poder vender su producto a un precio justo y que su producto se vea valorado por el esfuerzo y tiempo que se dedican a la producción.

En el sector de los compradores enfocados a los propietarios de los molinos y bodegas se logró determinar que compran diversos quintales de cebada al mes para transformar en el producto final como en Harina, arroz de cebada, este proceso se realiza en los molinos, de la misma manera compran para las bodegas semanalmente para no desabastecer el producto y así poder vender con mayor facilidad, por otro lado se observó que la mayoría de los compradores optaron en comprar

en un centro de acopio para poder adquirir el producto mientras haya a un precio justo y de buena calidad del producto.

Mediante estas dos encuestas realizadas a los ofertantes y demandantes se puede descubrir que nuestro proyecto está bien dirigido por que cumple con los criterios y necesidades de ambas partes, así dar solución de manera conjunta generando fuentes de empleo y aumentando la rentabilidad económica.

Por medio de la entrevista realizada al presidente del GAD parroquial de Cacha se pudo observar el aporte que tendrá la creación del centro de acopio de cebada en la parroquia y el señor presidente ayudó a responder las preguntas de la mejor manera, dando su apoyo y además ayudando a planificar las estrategias que utilizará para que el productor entregue su producto directamente en el centro de acopio.

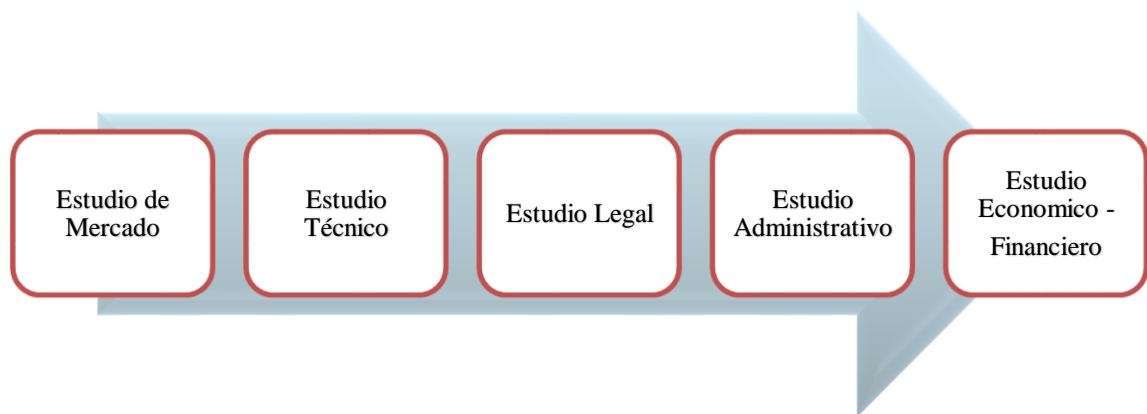
## CAPÍTULO V

### 5. MARCO PROPOSITIVO

Este capítulo se centrará en el desarrollo de proyecto de factibilidad para apoyar a la parroquia Cacha, teniendo un centro de acopio que beneficiará a los productores de cebada de la zona.

#### 5.1. Estructura de la Propuesta

Los elementos relacionados en la estructura de la propuesta refleja los diversos estudios realizados en busca de datos específicos que ayuden a analizar el desarrollo de la factibilidad del estudio.



**Ilustración 5-1:** Estructura de la propuesta.

Realizado por: León, E. 2023.

#### 5.2. Título

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE CEBADA EN LA PARROQUIA CACHA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2023.”

#### 5.3. Introducción

El estudio de factibilidad brindará la información para la creación de un centro de acopio de cebada en la parroquia Cacha, para lo cual se realizará una investigación de la producción total de dicho producto se hará un análisis legal en el cual se determinará la viabilidad y requerimientos que se necesita para la comercialización, para ello se pretende crear una planificación estratégica para el centro de acopio, la misma que se convertirá en el objetivo supremo de la organización ya

que demostrara de forma muy general lo que se quiere realizar. Al mismo tiempo con la misión, formularemos la visión de la institución que definirá a donde se quiere proyectar la organización y las principales metas a conseguir.

Se realizará un diagnóstico interno utilizando las principales fortalezas y debilidades para nuestro proyecto de factibilidad y también un diagnóstico externo en el cual definiremos las potenciales oportunidades y amenazas, mediante esto se realizara los estudios del proyecto, comenzando por el estudio de mercado en donde se determinará la demanda, la oferta, precios, para así obtener una posible demanda insatisfecha la cual nos permitirá seguir con el estudio técnico donde determinaremos el tamaño del proyecto en el cual estableceremos el monto de los recursos necesarios para la realización del proyecto, el costo total de operación, las inversiones a realizar, lo cual tendremos una visión del futuro del centro de acopio.

#### 5.4. Objetivo de la propuesta

Analizar la factibilidad para la creación de un centro de acopio mediante técnicas primarias y secundarias que nos permita verificar su validez, rentabilidad y sostenibilidad en la parroquia Cacha.

#### 5.5. Contenido de la propuesta

##### 5.5.1. Análisis FODA

**Tabla 5-1:** FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilidad de Recursos humanos, financieros y naturales.</li> <li>• Los productores de la zona se encuentran unidos y convencidos para formar una asociación.</li> <li>• Líderes de las comunidades del sector comprometidos con el desarrollo de la asociación.</li> <li>• Asociatividad para los procesos productivos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca dedicación agropecuaria de las nuevas generaciones.</li> <li>• Incremento en la tasa de endeudamiento del sector por los créditos.</li> <li>• Insuficiente mercado alternativo establecido para la cebada.</li> <li>• Limitada diversificación de la producción.</li> <li>• Desconocimiento de la demanda de nuevos mercados potenciales.</li> </ul>
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se cuenta con apoyo del ministerio de agricultura y pesca para el asesoramiento técnico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemas fenómeno naturales (heladas, aluviones.)</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se dispone financiamiento por parte de instituciones financieras.</li> <li>• Coordinación con el gobierno parroquial para facilitar la producción, el acopio y la comercialización.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riesgos naturales en la zona pendientes propensas a deslaves. Sequias</li> <li>• Deforestación</li> <li>• Aparición de nuevas plagas</li> </ul>
---	--

Fuente: Estudio de mercado, (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

## 5.5.2. Estudio de mercado

### 5.4.2.1. Análisis de la Demanda

Dentro del presente estudio se analizará primeramente la demanda, que es la cantidad de consumidores de cebada dentro del cantón, en lo cual, la demanda mantiene un nivel alto debido que este producto sirve para realizar varios derivados.

### 5.4.2.2. Proyección de la demanda

Para el presente análisis de la demanda se considera a los 50 propietarios de los cuales son 10 molinos y 40 bodegas que transforma la cebada en derivados lo cual, al realizar la encuesta este tiene una aceptación de consumo del futuro centro de acopio el 86% en base a la pregunta 9 lo cual, se evidencia que los propietarios tanto de molinos como bodegas que comprarían cebada son 43 propietarios para realizar derivados lo que demuestra que la demanda de cebada es de 1195 quintales por mensual y los cálculos de este monto que es la demanda actual se muestra en la siguiente tabla.

**Tabla 5-2:** Cálculo de la demanda actual

Cientes 50	Pregunta 3	Consumo semanal	N.º de personas	Frecuencia de Consumo qq	Consumo de cebada qq
	De 5 a 10 qq	18%	9	10	90,00
	De 10 a 25 qq	48%	24	20	480,00
	De 25 a 40 qq	22%	11	35	385,00
	Más de 40 qq	12%	6	40	240,00
<b>Total consumo mensual</b>					1195
<b>Total consumo anual</b>					62140

Fuente: Estudio de mercado, (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

Se puede evidenciar que el consumo de la cebada por parte de los propietarios tanto de molino como bodegas es de 1195 quintales los cuales estos son multiplicados por 52 semanas que tiene el año dando un resultado de 62.140 y al año lo que se convierte en la demanda actual se considera a la tasa de crecimiento de consumo de cebada es 5,4% para ello se utiliza la fórmula de Baca Urbina que es la siguiente.

$$D_p = DA (1+i)^n$$

Dónde:

$D_p$  = Demanda Proyectada

$DA$  = Demanda Actual

$i$  = Valor Constante

$i$  = Tasa de crecimiento

$n$  = Tiempo

**Tabla 5-3:** Proyección de la demanda

AÑO	DEMANDA
1	65.496
2	69.032
3	72.760
4	76.689
5	80.830

**Fuente:** Estudio de mercado, (2023).

**Realizado por:** León, E. 2023.

#### 5.4.2.3. *Análisis de la oferta*

En el 2021 se sembraron más de 12.000 hectáreas de cebada y más de 20.000 toneladas de materia prima (arroz, maíz y cebada) fueron compradas en Ecuador, beneficiando a 1.065 agricultores y más de 5.000 personas de manera indirecta. Esto significó un aumento del 85 % en su productividad, en promedio de los tres ingredientes. Así mismo, se realizaron 2.288 visitas técnicas, se capacitó a 904 personas y se entregaron a los agricultores 12 maquinarias agrícolas para una correcta tecnificación y mejorar su productividad, que benefició a 377 personas (El Universo, 2022).

#### 5.4.2.4. *Oferta proyectada*

Para la realización del proyecto se considera la cantidad de productores que cultivan la cebada dentro de la parroquia Cacha para ello se consideró a 100 productores según los datos de la encuesta en la pregunta 7, se evidencia el monto de la producción, este monto mantiene una



variación dependiendo la cantidad de terrero cultivado, para ellos considera que esta producción es anual, se considera que los productores también realizan un auto consumo del 6% para determinar la cantidad total se realiza el siguiente cálculo.

**Tabla 5-4:** Cuantificación de la oferta actual

100 Productores	Pregunta 7	Oferta anual	N.º de personas	Frecuencia de producción qq	Cantidad de qq del productor	Cantidad de qq destinados para el consumo personal 6% pregunta 8.	Cantidad de qq destinados a la venta al centro de acopio.
100	1 a 5 qq	8%	8	5	40	2	38
	5 a 10 qq	12%	12	8	96	6	90
	10 a 15 qq	17%	17	14	238	14	224
	15 a 20 qq	16%	16	18	288	17	271
	20 a 25 qq	32%	32	24	768	46	722
	Más de 25 qq	15%	15	25	375	23	353
<b>Total consumo semanal</b>					<b>1805</b>	<b>108</b>	<b>1697</b>

Fuente: Estudio de mercado, (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

Para la realización de la oferta considera el monto de 1697 quintales, pero este monto según la pregunta 11 el 99% de esta producción entregaran al futuro centro de acopio por tal motivo da un resultado de 1680 siendo nuestra oferta para ser proyectada considerando la tasa de crecimiento de producción agrícola 1,40% y esto se considera la fórmula siguiente.

$$Op=OA (1+i)^n$$

Donde:

Op = Oferta Proyectada

OA= Oferta Actual

1= Valor Constante

i = Tasa de crecimiento

n= Tiempo

**Tabla 5-5:** Proyección de la oferta

AÑO	OFERTA
1	1.703
2	1.727
3	1.751
4	1.776
5	1.801

Fuente: Estudio de mercado, (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

#### 5.4.2.5. Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha determina el número o monto de personas que todavía no se satisface del producto en este caso la cebada para este cálculo se considera restando la oferta de la demanda y se puede visualizar en la siguiente tabla.

**Tabla 5-6:** Demanda insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
1	65.496	1.703	63.792
2	69.032	1.727	67.305
3	72.760	1.751	71.009
4	76.689	1.776	74.913
5	80.830	1.801	79.030

Fuente: Estudio de mercado, (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

#### 5.5.3. Estudio legal

Para el desarrollo de la creación del centro de acopio es recomendable aplicar las leyes vigentes en Ecuador para lo cual existe una serie de pasos que se debe cumplir al igual se debe considerar una serie de permisos que ayuden al buen funcionamiento empresarial

Paso para constitución del centro de acopio

**Tabla 5-7:** Paso para la constitución del centro de acopio.

Pasos	Detalles
a) Reservar un nombre Trámite:	Este trámite se realiza en la Superintendencia de Compañías. Ahí mismo se debe revisar que no exista ninguna empresa con el mismo nombre.
b) Elaborar los estatutos Trámite:	Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.
c) Abrir una “cuenta de integración de capital” Trámite:	Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son: <ul style="list-style-type: none"><li>• Capital mínimo: \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima (valores referenciales)</li><li>• Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio</li> </ul> <p>Luego se debe pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”.</p>
d) Elevar a escritura pública el estatuto social Trámite:	Acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.
e) Aprobación del estatuto Trámite:	Lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.
f) Publicación de la resolución aprobatoria en un diario Trámite:	La Superintendencia de Compañías te entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.

**Fuente:** Estudio de mercado, (2023).

**Realizado por:** León, E. 2023.

#### 5.5.3.1. *Obtención de permisos municipales Trámite:*

En el municipio de la ciudad donde se crea la empresa, se deberá:

- Pagar la patente municipal
- Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones.

#### 5.5.3.2. *Inscripción de la compañía*

Con todos los documentos antes descritos, se recurre al Registro Mercantil del cantón donde es constituida la empresa, para inscribir la sociedad.

**Tabla 5-8:** Trámite

Pasos	Detalles
a) Conformar la Junta General de Accionistas.	Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.
b) Obtener los documentos habilitantes Trámite:	Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

c) Inscripción del nombramiento del representante Trámite:	Nuevamente en el Registro Mercantil, se inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.
--	--

**Fuente:** Estudio de mercado, (2023).

**Realizado por:** León, E. 2023.

#### 5.5.3.3. *RUC Trámite:*

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Original y copia de la escritura de constitución
- Original y copia de los nombramientos
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite

#### 5.5.4. *Estudio administrativo*

##### 5.5.4.1. *Nombre del centro de acopio*

Se propone el nombre de “MEGA GRANO S.A”. para el centro de copio haciendo referencia que mega significa grande y grano representa la cebada, es decir el nombre refleja que el centro de acopio ofrecerá grano de cebada de calidad. Por lo tanto, el centro de acopio tiene como propósito la comercialización de cebada adquirida de los agricultores de la parroquia Cacha del cantón Riobamba a fin de brindar un servicio de control y cuidado de la producción para su distribución y comercialización en el mercado local y nacional.

#### **Slogan**

Nutritivo y calidad

#### 5.5.4.2. Logo del centro de acopio



**Ilustración 5-2:** Logo del centro de acopio

**Fuente:** Estudio de mercado, (2023).

**Realizado por:** León, E. 2023.

El logo constituye la imagen del centro de acopio siendo un elemento llamativo para los consumidores, por lo tanto, se detalla a continuación el significado de cada parte que conforma el mismo.

- **Espiga color mostaza:** Representa la cebada que se pretende acopiar en grano para ejercer un adecuado control de limpieza y comercialización.
- **Manos unidas:** Es la asociatividad del grupo de personas que son parte del centro de acopio y que se encuentran direccionados hacia un mismo objetivo.
- **Letras verdes:** Simboliza el campo y la naturaleza, lugar donde se cosecha el producto ofertado.

#### 5.5.4.3. Misión

**Tabla 5-9:** Preguntas directrices

DIRECTRICES	RESPUESTAS
¿Quiénes somos?	Somos un centro de acopio de cebada referente a nivel local
¿Qué hacemos?	Dedicados al acopio, distribución y comercialización directa llegando a empresas, supermercados, mercados, tiendas y personas naturales
¿Por qué estamos aquí?	Para contribuir en el desarrollo y crecimiento económico- productivo de la parroquia Cacha brindando un producto de calidad acorde a las demandas del mercado nacional.

**Fuente:** Estudio de mercado, (2023).

**Realizado por:** León, E. 2023.

## Misión propuesta

*“Somos un centro de acopio de cebada, dedicados a la, distribución y comercialización directa brindando un producto de calidad a comerciantes, tiendas, mercados, supermercados y empresas a fin de contribuir en el desarrollo y crecimiento económico- productivo de la parroquia Cacha”.*

### 5.5.4.4. Visión

**Tabla 5-10:** Preguntas directrices

DIRECTRICES	RESPUESTAS
<b>¿En qué tiempo?</b>	Para el 2028 ser un centro de acopio
<b>¿En qué nos convertiremos?</b>	Sólido en el mercado nacional que brinda apoyo agrícola a los productores de cebada de la Parroquia Cacha con responsabilidad social
<b>¿Por qué lo haremos?</b>	Promoviendo la comercialización del producto a precios justos e impulsar el desarrollo socio económico mediante la innovación y cuidado del medio ambiente.

**Fuente:** Estudio de mercado, (2023).

**Realizado por:** León, E. 2023.

## Visión propuesta

*“Para el 2028 ser un centro de acopio sólido en el mercado nacional brindando servicio a los productores de cebada de la Parroquia Cacha con responsabilidad social, promoviendo la comercialización del producto a precios justos e impulsar el desarrollo socio económico mediante la innovación y cuidado del medio ambiente”.*

### 5.5.4.5. Objetivos del centro de acopio

- Competir en el mercado local y nacional ofreciendo productos de calidad a precios razonables satisfaciendo las exigencias de los clientes.
- Mejorar de manera continua los procesos de selección, ensacado, distribución y comercialización de la cebada a nivel local y nacional.
- Mantenerse en el mercado comercial impulsando el crecimiento de ventas a través de una imagen positiva del centro de acopio a fin de acceder a nuevos mercados.

#### 5.5.4.6. Valores organizacionales

<b>Liderazgo</b>	Motivar con liderazgo ante los proveedores del producto para brindar confianza.
<b>Responsabilidad</b>	Mostrar responsabilidad y puntualidad al entregar los productos.
<b>Compromiso</b>	Mantener el compromiso con el proveedor y cliente.
<b>Trabajo en equipo</b>	Generar el compañerismo bajo una misma dirección que permita cumplir los objetivos organizacionales.

#### Ilustración 5-3: Valores


Fuente: Estudio de mercado, (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

#### 5.5.4.7. Políticas del centro de acopio

#### Políticas de administrativas

Tabla 5-11: Políticas administrativas


 <b>MEGA GRANO S.A.</b> <b>POLÍTICAS ADMINISTRATIVAS</b>	
<b>Objetivo</b>	Crear una guía de procedimientos que debe seguir todo el personal del centro de acopio para desarrollar sus actividades asignadas de manera eficiente de modo que se cumpla con los objetivos propuestos y el direccionamiento de la misma.
<b>Políticas</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar reuniones periódicas con el personal para evaluar su desempeño y conocer sus necesidades.</li> <li>• Pagar los impuestos de acuerdo con la normativa tributaria vigente con puntualidad.</li> <li>• Evaluar los aspectos financieros, así como los balances de manera mensual y corregir los posibles problemas.</li> <li>• El personal recibirá todos los beneficios de la ley lo otorga.</li> <li>• Los sueldos al personal serán establecidos por el Gerente General.</li> <li>• Los pagos se lo realizaran mediante una cuenta bancaria.</li> <li>• Para la contratación de personal seguir el proceso de selección de personal.</li> <li>• Actualizar mensualmente una base de datos de proveedores.</li> <li>• Realizar permanentemente anuncios publicitarios del centro de acopio.</li> <li>• Escuchar las sugerencias de clientes para mejorar el servicio prestado.</li> <li>• Intervenir cuando la organización se encuentre en problemas.</li> <li>• Supervisar que la administración del centro de acopio sea adecuada.</li> <li>• Mantener la confidencialidad de la información interna de la organización.</li> <li>• Precautelar la seguridad del personal del centro de acopio.</li> </ul>	

Fuente: Estudio de mercado, (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

## Políticas de recepción de materia prima

Tabla 5-12: Políticas de recepción de materia prima


 <b>MEGA GRANO S.A.</b> <b>POLÍTICAS DE RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA</b>	
<b>Objetivo</b>	Adquirir materia prima que cuenten con los requerimientos necesarios de calidad y se establezca un control adecuado de su adquisición.
<b>Políticas</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jefa de Producción decide las características técnicas de la materia prima.</li> <li>• Realiza la requisición de acuerdo con las necesidades.</li> <li>• Responde básicamente a la recepción y constatación física de la materia prima.</li> <li>• Apoyan las actividades del guardalmacén para la organización y almacenaje de la materia prima.</li> <li>• Revisar cautelosamente cada producto antes de proceder con el almacenamiento.</li> <li>• Contar con documentos de respaldo sobre el ingreso de la materia prima.</li> <li>• Ubicar cada producto en su respectivo lugar o percha asignada.</li> <li>• Considerar normas de clasificación, higiene y seguridad que permitan la</li> <li>• Conservación de la materia prima.</li> <li>• Corregir las deficiencias encontradas en las áreas de almacenamiento.</li> </ul>	

Fuente: Estudio de mercado, (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

## Políticas de calidad

Tabla 5-13: Políticas de calidad

 <b>MEGA GRANO S.A.</b> <b>POLÍTICAS DE CALIDAD</b>	
<b>Objetivo</b>	Generar orientaciones generales, intenciones y objetivos de la organización a fin de facilitar la toma de decisiones con respecto a los procesos que con lleva el acopio, distribución y comercialización de cebada.
<b>Políticas</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplimiento de parámetros y normativas que garanticen productos aptos para su comercialización.</li> <li>• Implementar y tener canales de comunicación para la comercialización del producto.</li> <li>• Implementación y mantenimiento de sistemas de aseguramiento de la calidad del producto.</li> <li>• Adecuación de diferentes capacitaciones de acuerdo con las necesidades actuales y futuras que involucren las actividades del centro de acopio.</li> <li>• Eficiencia de la gestión de los recursos de la organización.</li> <li>• Satisfacer al 100% las expectativas del cliente con respecto a nuestro producto.</li> </ul>	


Fuente: Estudio de mercado, (2023).

Realizado por: León, E. 2023.



## Políticas de proveedores

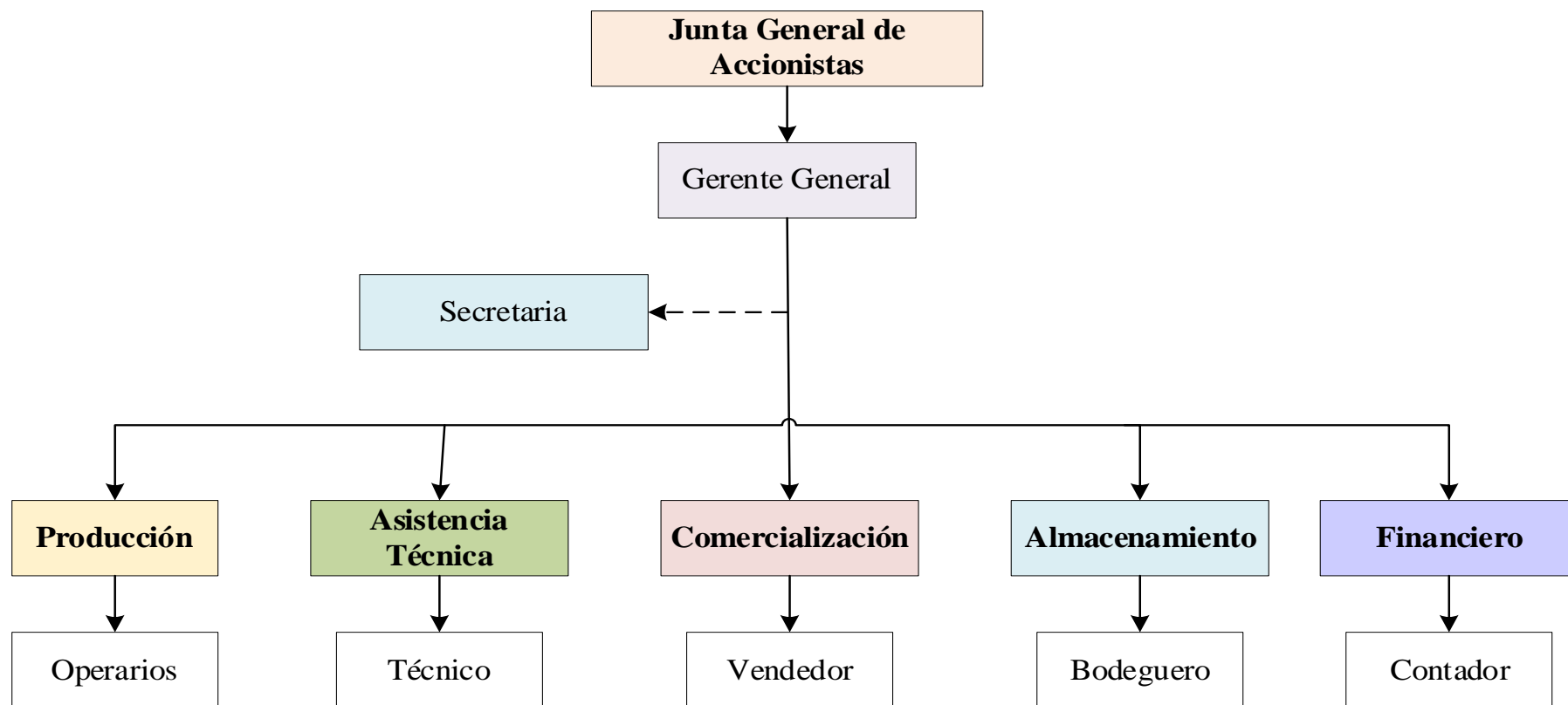
Tabla 5-14: Políticas de proveedores

	<b>MEGA GRANO S.A.</b> <b>POLÍTICAS DE PROVEEDORES</b>
<b>Objetivo</b>	Direccionar el cumplimiento de procesos de pago a proveedores por la adquisición de materia prima en un plazo determinado al igual que mantener buenas relaciones comerciales con proveedores.
<b>Políticas</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Los cronogramas de pago son conforme a las fechas especificadas en la Orden de Compra.</li><li>• Todos los pagos se desarrollarán en los términos acordados con el proveedor. (ocho, quince días).</li><li>• Los pagos a proveedores se desarrollarán en horarios de 08:00 am a 04:00 pm de lunes a viernes.</li><li>• El proveedor deberá enviar previamente una copia del monto a adeudar vía correo electrónico.</li><li>• La entrega de dinero, transferencias bancarias o documentos legales a pagar a proveedores sólo se desarrollará con el sello del centro de acopio.</li><li>• Quedan excluidos aquellos pagos por condiciones especiales de su naturaleza, transporte, transporte o procesamiento por parte del proveedor.</li></ul>	

**Fuente:** Estudio de mercado, (2023).

**Realizado por:** León, E. 2023.

5.5.4.8. Estructura organizacional



**Ilustración 5-4:** Estructura organizacional


**Fuente:** Estudio de mercado, (2023).

**Realizado por:** León, E. 2023.

#### 5.5.4.9. Manual de funciones

### Manual de funciones del gerente general

**Tabla 5-15:** Manual de funciones del gerente general

		<b>MEGA GRANO S.A.</b> <b>Manual de Funciones</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>			
<b>Código del puesto:</b>	MGGG-001	<b>Supervisa a:</b>	Todo el personal
<b>Cargo:</b>	Gerente General	<b>Depende de:</b>	N/A
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
Planear, organizar, dirigir, controlar las actividades de la organización controlando el presupuesto, estableciendo objetivos y asegurando el crecimiento organizacional con eficiencia.			
<b>PERFIL DE COMPETENCIAS</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flexibilidad mental y destrezas de negociación</li> <li>• Capacidad de análisis de información</li> <li>• Orientación al cliente interno/externo</li> <li>• Liderazgo</li> </ul>			
<b>EXPERIENCIA</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mínimo 3 años en cargos similares</li> <li>• Poseer título en Administración de empresa o carreras afines</li> </ul>			
<b>FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proponer, evaluar y supervisar el Plan Anual Financiero del centro de acopio.</li> <li>• Plantear estrategias y opciones de inversión que maximice la rentabilidad minimicen el riesgo.</li> <li>• Representa legalmente al centro de acopio.</li> <li>• Planifica, organiza, dirige y controla las actividades generales y específicas para cada área de trabajo.</li> <li>• Motivar al equipo de trabajo.</li> <li>• Toma decisiones adecuadas para el centro de acopio.</li> <li>• Supervisar el movimiento de recursos e inversiones.</li> <li>• Liderar al capital humano</li> <li>• Controlar y reorganizar los procesos</li> <li>• Evaluar las operaciones y los resultados obtenidos</li> <li>• Cumplir y hacer cumplir los reglamentos, políticas, principios valores establecidos por el centro de acopio.</li> </ul>			

**Fuente:** Estudio de mercado, (2023).

**Realizado por:** León, E. 2023.

## Manual de funciones secretaria

Tabla 5-16: Manual de funciones de la secretaria


	<b>MEGA GRANO S.A.</b> <b>Manual de Funciones</b>		
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>			
<b>Código del puesto:</b>	MGSC-002	<b>Supervisa a:</b>	N/A
<b>Cargo:</b>	Secretaria	<b>Depende de:</b>	Gerente
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
Supervisar asuntos de confidencialidad, realizar trámites administrativos o mantener en orden asuntos básicos de oficina			
<b>PERFIL DE COMPETENCIAS</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Habilidades numéricas</li><li>• Liderazgo</li><li>• Conocimientos en computación</li><li>• Conocimientos tributarios</li><li>• Capacidad comunicativa</li></ul>			
<b>EXPERIENCIA</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Mínimo 1 año en cargos similares</li><li>• Poseer título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría (CPA)</li></ul>			
<b>FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Atención al cliente y proveedores</li><li>• Velar por la seguridad de los documentos del centro de acopio.</li><li>• Realizar el rol de pagos para los empleados.</li><li>• Realizar las respectivas declaraciones tributarias e impuestos.</li><li>• Llevar correctamente los archivos.</li><li>• Registrar las ventas diarias del producto</li><li>• Programar y organizar el control de las actividades contables</li><li>• Presentar los informes respectivos cuando requiera el gerente para tomar decisiones.</li><li>• Realizar los roles de pagos respectivos de cada empleado</li><li>• Elaborar los estados financieros de los meses que correspondan</li></ul>			

**Fuente:** Estudio de mercado, (2023).

**Realizado por:** León, E. 2023.

## Manual de funciones de operarios

Tabla 5-17: Manual de operarios

	<b>MEGA GRANO S.A.</b> <b>Manual de Funciones</b>		
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>			
<b>Código del puesto:</b>	MGOP-003	<b>Supervisa a:</b>	N/A
<b>Cargo:</b>	Operario	<b>Depende de:</b>	Gerente
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
Garantiza un adecuado almacenamiento del producto a fin de verificar la calidad acorde al mercado local			
<b>PERFIL DE COMPETENCIAS</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Liderazgo</li><li>• Proactivo</li><li>• Competitivo</li><li>• Eficiente</li><li>• Conocimientos básicos de office</li></ul>			
<b>EXPERIENCIA</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Mínimo 1 año en cargos similares</li><li>• Poseer título de bachiller</li></ul>			
<b>FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Encargado de la recepción de los productos que se pretende acopiar.</li><li>• Manejo de tarjetas Kardex con registro de entradas y salidas de los productos del centro de acopio.</li><li>• Manejo de equipos de secado para el tratamiento y almacenamiento adecuado de los productos.</li><li>• Mantener el centro de acopio en estados adecuados limpio, ordenado y accesible a los productos.</li><li>• Seguimiento a acopio y distribución de producto</li><li>• Realiza el control de calidad del producto a recibir</li><li>• Informar al jefe inmediato superior sobre stock del producto</li><li>• Verificar que el producto a comparar este en buen estado</li></ul>			

Fuente: Estudio de mercado, (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

## Manual de funciones de técnico

Tabla 5-18: Manual de funciones de técnico

	<b>MEGA GRANO S.A.</b> <b>Manual de Funciones</b>		
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>			
<b>Código del puesto:</b>	MGAT-004	<b>Supervisa a:</b>	N/A
<b>Cargo:</b>	Técnico	<b>Depende de:</b>	Gerente
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
Capacitar, informar y direccionar al personal y a los clientes con respecto al proceso de acopio, características, beneficios, cosechas con la finalidad de comprender el funcionamiento del mismo.			
<b>PERFIL DE COMPETENCIAS</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Trabajo bajo presión</li><li>• Proactivo</li><li>• Amable</li><li>• Buenas relaciones laborales</li><li>• Facilidad de palabras</li></ul>			
<b>EXPERIENCIA</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Mínimo 3 años en cargos similares</li><li>• Poseer título en Administración de empresa, O carreras afines</li></ul>			
<b>FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Desarrollar un cronograma de las actividades, eventos y reuniones a cumplir</li><li>• Presentar informes de manera periódica</li><li>• Supervisar el estado de maquinaria</li><li>• Reportar a inmediato superior en casos de existir algún problema</li><li>• Cumplir con las normas de seguridad del personal involucrado</li><li>• Coordinar capacitaciones para el personal del área</li><li>• Velar por la seguridad del personal</li><li>• Mantener en orden el sitio de trabajo libres de conflictos.</li></ul>			

Fuente: Estudio de mercado, (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

## Manual de funciones del vendedor

Tabla 5-19: Manual de funciones del vendedor


		<b>MEGA GRANO S.A.</b> <b>Manual de Funciones</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>			
<b>Código del puesto:</b>	MGV-005	<b>Supervisa a:</b>	N/A
<b>Cargo:</b>	Vendedor	<b>Depende de:</b>	Gerente
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
Responsable de realizar estrategias comerciales con la finalidad de incrementar las ventas y aumentar las utilidades cumpliendo metas y objetivos propuestos			
<b>PERFIL DE COMPETENCIAS</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> <li>• Facilidad de comunicación</li> <li>• Eficiente</li> <li>• Razonamiento lógico</li> <li>• Conocimiento en ventas y marketing</li> </ul>			
<b>EXPERIENCIA</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mínimo 1 año en cargos similares</li> <li>• Poseer título de Bachiller, tercer nivel en comercio o carreras afines.</li> </ul>			
<b>FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar el registro de ventas de forma ordenada.</li> <li>• Analizar los precios del producto cada mes y al año para asegurar que sea precios justos.</li> <li>• Atención eficiente y eficaz</li> <li>• Elaboración de estrategias de ventas.</li> <li>• Identificar clientes potenciales.</li> <li>• Visitar clientes, entregar el producto.</li> <li>• Preparar pronóstico de ventas en temporadas altas</li> <li>• Buscar nuevos mercados a nivel local, provincial y nacional</li> <li>• Presentar informes a los jefes inmediatos sobre las actividades realizadas.</li> <li>• Aplicar estrategias de ventas para el despacho rápido del producto.</li> </ul>			

**Fuente:** Estudio de mercado, (2023).

**Realizado por:** León, E. 2023.

## Manual de funciones del bodeguero

Tabla 5-20: Manual de funciones del bodeguero

		<b>MEGA GRANO S.A.</b> <b>Manual de Funciones</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>			
<b>Código del puesto:</b>	MGBD-006	<b>Supervisa a:</b>	N/A
<b>Cargo:</b>		<b>Depende de:</b>	Gerente
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
<p>Es el responsable de custodiar la bodega a través de un registro de entradas y salidas del producto con el que podrá conocer con exactitud la disponibilidad del producto haciendo que las actividades comerciales sean más eficientes.</p>			
<b>PERFIL DE COMPETENCIAS</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizado</li> <li>• Ágil</li> <li>• Proactivo</li> <li>• Amable</li> <li>• Habilidad numérica</li> </ul>			
<b>EXPERIENCIA</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mínimo 1 año en cargos similares</li> <li>• Poseer título de Bachiller</li> </ul>			
<b>FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clasificar el producto según corresponda</li> <li>• Cuidar que el producto no se maltrate al ser almacenado</li> <li>• Cumplir con las indicaciones para el proceso de ensacado</li> <li>• Asegurar que el producto se encuentre bien sellado para su almacenamiento.</li> <li>• Realizar actividades inherentes al proceso de acopio.</li> <li>• Informar al jefe inmediato superior sobre stock del producto</li> <li>• Revisa que el producto sea despachado conforme a la nota de venta.</li> <li>• Asistir a las reuniones de responsables y reportar los problemas a suscitar.</li> <li>• Archivar el orden de pedidos</li> <li>• Llevar el control del inventario, las facturas y el sistema informático de la bodega.</li> <li>• Llevar el inventario de bodega y el ingreso y salida de mercadería.</li> </ul>			


**Fuente:** Estudio de mercado, (2023).

**Realizado por:** León, E. 2023.



## Manual de funciones director financiero

Tabla 5-21: Manual de funciones director financieros

	<b>MEGA GRANO S.A.</b> <b>Manual de Funciones</b>		
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>			
<b>Código del puesto:</b>	MGSC-002	<b>Supervisa a:</b>	N/A
<b>Cargo:</b>	Director financiero	<b>Depende de:</b>	Gerente
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
Garantizar la salud financiera especializándose en supervisar y proporcionando información relevante de los estados financieros que permita tomar decisiones oportunas al Gerente.			
<b>PERFIL DE COMPETENCIAS</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Habilidades numéricas</li><li>• Liderazgo</li><li>• Conocimientos en computación</li><li>• Conocimientos tributarios</li><li>• Capacidad comunicativa</li></ul>			
<b>EXPERIENCIA</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Mínimo 5 año en cargos similares</li><li>• Poseer título de Ingeniería o licenciada en finanzas</li></ul>			
<b>FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Garantizar el uso correcto de los recursos de la empresa.</li><li>• Diseñar y supervisar el presupuesto anual.</li><li>• Estimar los ingresos y gastos mediante proyecciones.</li><li>• Realizar periódicamente informes de resultados.</li><li>• Prevenir adversidades económicas que puedan afectar productos y servicios.</li><li>• Dar seguimiento a compromisos financieros (impuestos, nómina, deudas, pagos a proveedores, etc.).</li><li>• Identificar oportunidades de inversión beneficiosas para la organización.</li><li>• Supervisar auditorías internas.</li><li>• Gestionar la comunicación financiera.</li><li>• Evaluar y obtener métodos de financiación</li></ul>			

Fuente: Estudio de mercado, (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

## Manual de funciones contador

Tabla 5-22: Manual de funciones contador

		<b>MEGA GRANO S.A.</b> <b>Manual de Funciones</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>			
<b>Código del puesto:</b>	MGSC-002	<b>Supervisa a:</b>	N/A
<b>Cargo:</b>	Contadora	<b>Depende de:</b>	Director financiero
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
Establecer un sistema ordenado y sistemático del ámbito contable			
<b>PERFIL DE COMPETENCIAS</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Habilidades numéricas</li><li>• Liderazgo</li><li>• Conocimientos en computación</li><li>• Conocimientos tributarios</li><li>• Capacidad comunicativa</li></ul>			
<b>EXPERIENCIA</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Mínimo 3 año en cargos similares</li><li>• Poseer título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría (CPA)</li></ul>			
<b>FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Administrar el flujo de efectivo.</li><li>• Elaboración de estados financieros.</li><li>• Proyecciones y variaciones contables.</li><li>• Cumplimiento de las obligaciones fiscales.</li><li>• Realización de auditorías internas.</li><li>• Registro del libro contable.</li></ul>			

**Fuente:** Estudio de mercado, (2023).

**Realizado por:** León, E. 2023.

### 5.5.5. Marketing Mix

#### 5.5.5.1. Producto

La cebada es un producto altamente reconocido por las propiedades nutritivas es rica fibra, minerales y vitaminas B, A y C aportando grandes beneficios para la salud, el producto se puede utilizar para la elaboración de cerveza, whisky, en sopas, harinas y otras formas de consumo. Por lo que el Centro de Acopio Mega Grano S.A. toma la cebada como un producto sobresaliente en el mercado ecuatoriano debido a los gustos y preferencias de sus consumidores por adquirirlo.



**Ilustración 5-5:** Presentación del producto

**Fuente:** Estudio de mercado, (2023).

**Realizado por:** León, E. 2023.

#### Características del producto

- Posee etiqueta llamativa conforme al producto ofrecido
- Se comercializará en quintales
- Su contenido es 100% natural
- Contiene propiedades nutritivas
- Proporciona beneficios para la salud

#### 5.5.3.1. Precio

El precio que se le asignará al producto está basado en los resultados obtenidos por la encuesta debido que el precio de compra es de \$30,00 dólares en donde el centro de acopio brindará con el valor agregado que será de \$35,00 para la comercialización del quintal de cebada debido que el

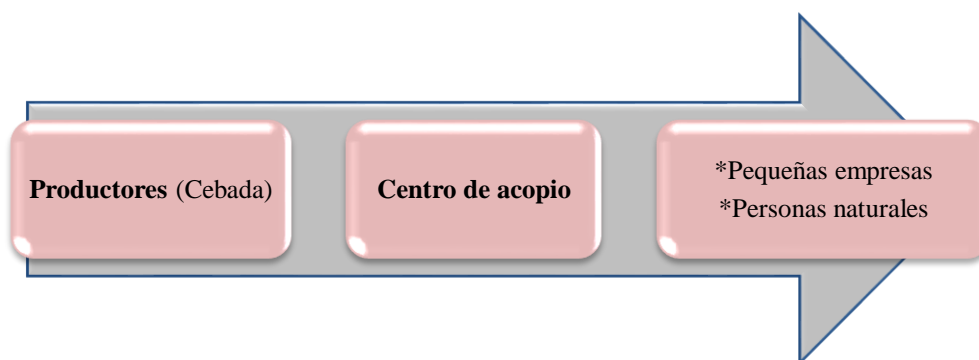
beneficio será de \$5,00 por la clasificación, limpieza y algo adicional que se le pueda dar al producto.

### 5.5.3.2. *La plaza*

El producto que Mega Grano S.A. ofertará en el mercado será comercializado a empresas consumidoras de cebada, a quienes se proporcionará información necesaria con respecto al producto y llegar a un acuerdo comercial que beneficie a los socios del centro de acopio y al cliente. También se comercializará a locales, personas naturales o jurídicas que deseen adquirir el producto directamente del centro de acopio en si este estará ubicado en la parroquia Cacha.

El centro de acopio se enfocará en acoger y distribuir la cebada de la parroquia Cacha ubicada en el cantón Riobamba, mediante la implementación de estrategias de comercialización de inducción a nuevos mercados a precios justos para llegar a ser líderes en el mercado nacional para ello se aplicará los Canales de comercialización siendo eje fundamental para la comercialización ya que, se encarga desde la producción, almacenamiento, distribución y comercialización poniendo en contacto al fabricante con los consumidores, estos pueden ser empresas y personas naturales o jurídicas.

Para la comercialización de cebada se realizará a través de los siguientes canales de distribución:



### **Ilustración 5-6:** Canales de comercialización

**Fuente:** Estudio de mercado, (2023).

**Realizado por:** León, E. 2023.

### 5.5.3.3. *Promoción*

Se dará a conocer a los posibles consumidores el producto que ofrece el Centro de Acopio Mega Grano S.A. a través de los diferentes medios de publicidad y otras formas de comunicación que

favorecen el comercio. El medio por el cual se dará a conocer el centro de acopio es por gigantografía ubicada al ingreso de la ciudad de Riobamba siendo un punto estratégico para captar nuevos clientes, el precio de la publicidad será de \$100.



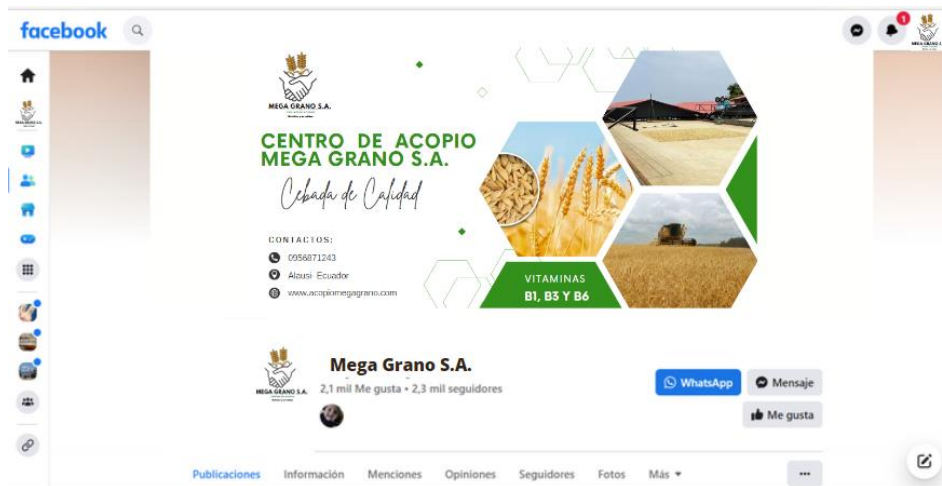
### **Ilustración 5-7: Gigantografía**

**Fuente:** Estudio de mercado, (2023).

**Realizado por:** León, E. 2023.

### **Pasos para crear página web**

1. Insertar [facebook.com/pages/create](https://facebook.com/pages/create).
2. Escribe un nombre para la página e indica la categoría. También puedes agregar una presentación de la página.
3. Haz clic en Crear página.
4. Si quieres personalizar tu página, puedes agregar una presentación, una foto del perfil y una foto de portada.
5. Haz clic en Listo.



**Ilustración 5-8:** Publicidad en Facebook

**Fuente:** Estudio de mercado, (2023).

**Realizado por:** León, E. 2023.

#### 5.5.3.4. Estrategias de mercado

El centro de acopio tiene como finalidad acopiar la producción de cebada en donde brindará apoyo a los productores de la parroquia Cacha en cuanto al asesoramiento técnico de la producción, distribución y comercialización en el cual se estipule precios accesibles para proveedores y clientes. A continuación, se presenta las siguientes estrategias:

- Realizar convenios con tiendas, supermercados , empresas y otros puntos de venta para que el producto pueda ser comercializado.
- Impulsar la comercialización de cebada en los diferentes mercados nacionales generando una competitividad favorable para el centro de acopio.
- Dar a conocer al cliente las características y beneficios que se adquiere al adquirir el producto.
- Renovación de la presentación del producto y su diseño, de modo que sea más atractivo para el cliente o consumidor.
- Ofertar nuestro producto a empresas, microempresas e instituciones que utilicen como un producto complementario para la producción de otros productos.

## 5.5.6. Estudio técnico

### 5.5.6.1. Macro localización

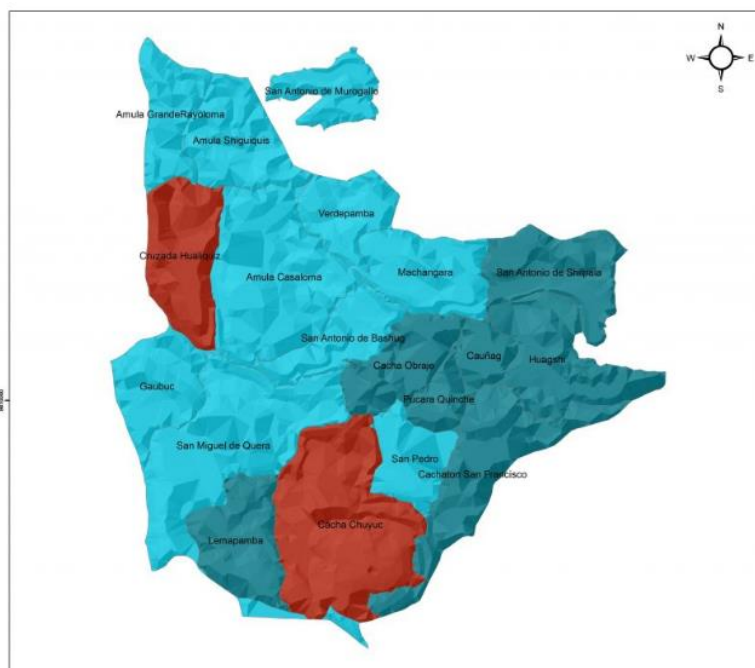
#### Limite político

**Norte:** Comunidad Chípate Alto

**Sur:** Comunidades Pardo, San José, Parroquia Santiago de Quito, comunas de Alabado Grande, Monjas Alto.

**Este:** Las comunidades de Tungurahuilla, Tzalarón y Parroquia de San Luis.

**Oeste:** Gatazo Chico, Murunguil, Curiquina, Rinconada, Gatazo Zambrano, Alchabug y Santo Domingo de Ugshapamba



**Ilustración 5-9:** Macro localización

**Fuente:** Estudio de mercado, (2023).

**Realizado por:** León, E. 2023.

#### Clima

Las comunidades de Cacha se encuentran en la parte alta de la cuenca Hidrográfica del río Pastaza, cuyo afluente principal es el río Chambo. Estas zonas son de precipitaciones variables, mal distribuidas en el año (entre 410 hasta los 615mm de precipitación anual) (GAD Parroquial Cacha, 2023).

## Agrícola

En la actualidad en la Parroquia de Cacha se práctica la agricultura de subsistencia ya que la mayor parte de la producción se destina para el autoconsumo, para la preparación del suelo se emplea tractor en las zonas, usa la yunta y azadón, el abono orgánico proveniente de las especies menores se lo incorpora como fuente de nutrientes para los cultivos, se usan plaguicidas sin asesoramiento (GAD Parroquial Cacha, 2023).

El comercio es una actividad de importante desarrollo en la Provincia, principalmente la de cemento, alfombras, artesanías de cuero, conservas y productos agrícolas (papas, maíz, frejol, cebolla, entre otras). Entre los principales cultivos transitorios de la provincia de Chimborazo se encuentran: arveja tierna, cebada, cebolla blanca, cebolla colorada, centeno, chocho, fréjol seco, fréjol tierno, haba seca, haba tierna, lenteja, maíz suave choclo, maíz suave seco, papa, trigo y zanahoria amarilla (GAD Parroquial Cacha, 2023).

### 5.5.6.2. *Micro localización*

La micro localización es un punto importante en el cual se determina el lugar exacto en donde se ubicará el centro de acopio para ello se considera los siguientes aspectos:

**Tabla 5-23:** Factores de la micro localización

Factor	Detalle
Competencia	En el sector de influencia del proyecto no existen empresas que ofrezcan un servicio de acopio de cebada, por tal razón se ha visto la oportunidad de crear un Centro de Acopio que ofrezca un servicio diferenciado orientado a satisfacer los requerimientos del cliente.
Canales de Distribución	La nueva unidad productiva, distribuirá este producto a los fabricantes de derivados de cebada, para que los consumidores puedan tener una amplia gama donde puedan ir a comprar la cebada.
Materia prima	En este producto no se transformará, se venderá la cebada como un producto terminado, pero si mejorando su presentación. Quienes proveerán los productos a este centro de acopio serán los agricultores del lugar, que tienen una gran trayectoria en la



	producción agrícola, lo cual permitirá entregar al cliente un producto de calidad.
Mano de Obra	La nueva unidad productiva requiere de una mano de obra capacitada en el área de agricultura, administración y mercadeo, para asegurar de esta forma la producción.
Servicios Básicos	El sector es de rápido y fácil acceso, cuenta con la infraestructura adecuada y necesaria para la implementación del proyecto, dispone con todos los servicios básicos necesarios

**Fuente:** Estudio de mercado, (2023).

**Realizado por:** León, E. 2023.

El presente proyecto será ejecutado detrás de la Iglesia Católica Cristo Obrero como referencia debida que existe una extensión de terreno amplio y este tendrá las vías de acceso y recurso que son de libre acceso y se mantiene un gran turística debido que existe el monumento de Shiry Cacha.

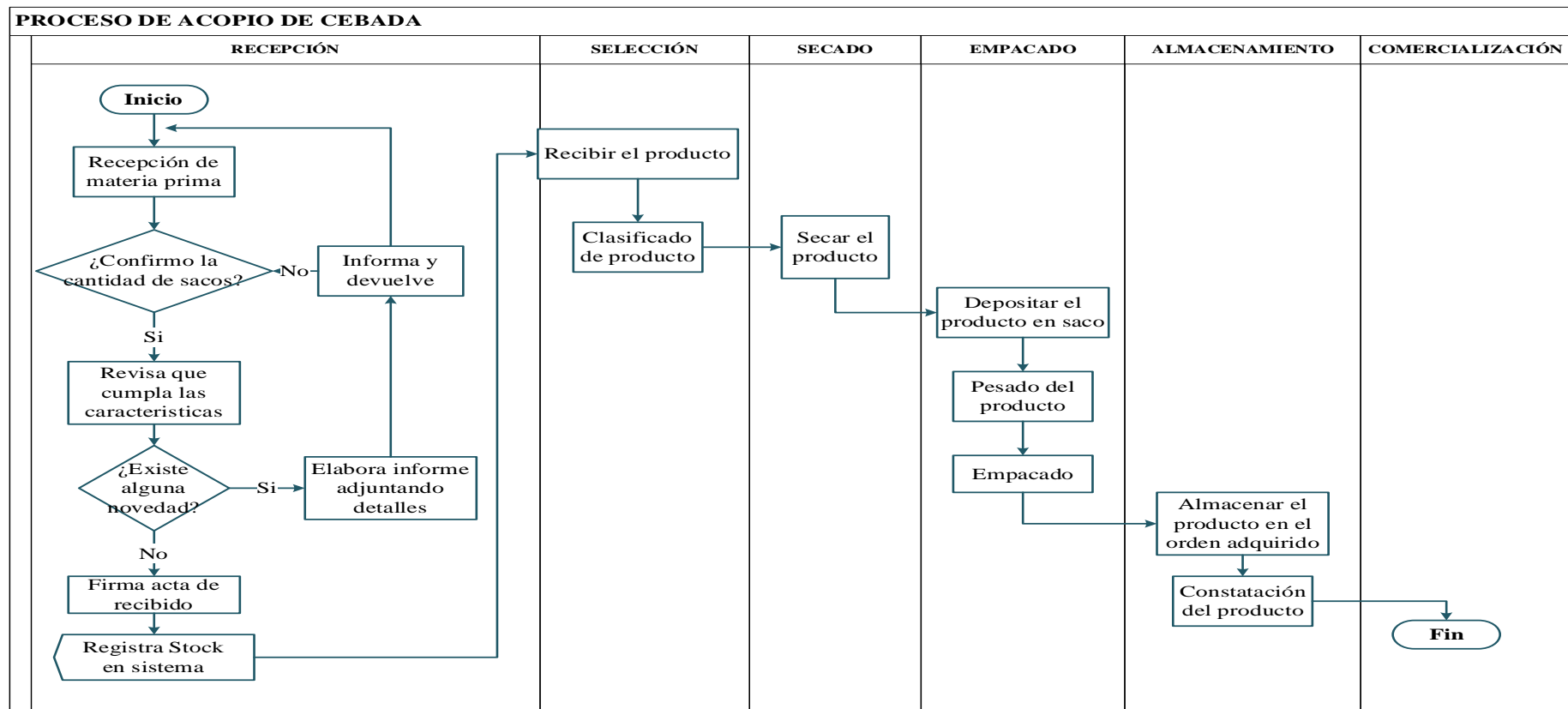


### **Ilustración 5-10:** Micro localización

**Fuente:** Estudio de mercado, (2023).

**Realizado por:** León, E. 2023.

5.5.6.3. Flujograma de procesos



**Ilustración 5-11:** Proceso de acopio de cebada.

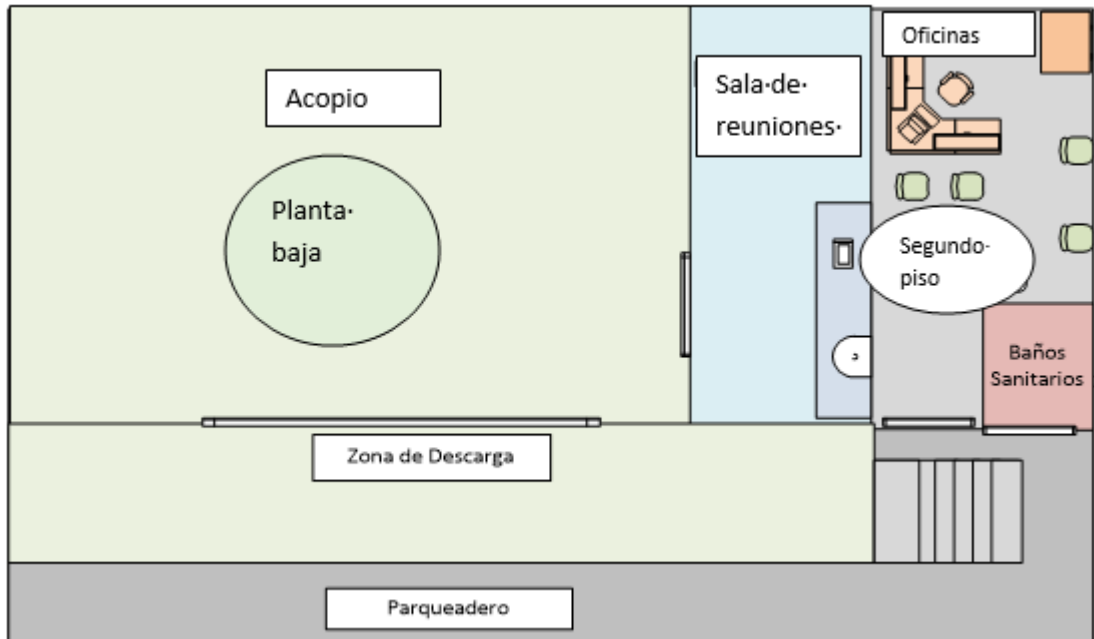
Fuente: Estudio de mercado, (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

#### 5.5.6.4. Distribución de planta

Se presenta la distribución de planta mediante un esquema el cual ayudara a tomar decisiones para el buen funcionamiento de centro de acopio por tal motivo este está dividido en áreas del proceso de acopio y comercialización del mismo, cumpliendo estándares de calidad óptimos para que el cliente pueda satisfacer sus expectativas.

#### Diseño



#### Expectativa



**Ilustración 5-12:** Distribución de planta

Fuente: Estudio de mercado, (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

#### 5.5.6.5. Capacidad de planta

Dentro del proyecto se evidencia un análisis de la cantidad que se pretende acopiar y satisfacer en el mercado, de igual manera dentro del proyecto hace énfasis a cubrir el 14% de la demanda insatisfecha debido que el centro de acopio buscara comercializar la cebada de forma directa a los procesadores esto hace referente que el producto que se oferta se cultiva una vez al año haciendo énfasis que la cebada para proceso de derivados siendo esto que el centro de acopio debe almacenar para poder satisfacer la demanda insatisfecha cada día del año, por este motivo se aplica dicho porcentaje que ayuda a canalizar la capacidad dependiendo todos los factores políticos, legales, mano de obra, infraestructura por tal motivo queda de la siguiente forma.

**Tabla 5-24:** Capacidad instalada

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha.	a cubrir
1	65.496	1.703	63.792	14%
2	69.032	1.727	67.305	8.931
3	72.760	1.751	71.009	9.423
4	76.689	1.776	74.913	9.941
5	80.830	1.801	79.030	10.488
				11.064

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

#### 5.5.7. Estudio financiero

El estudio económico analiza la información obtenida tanto en el estudio de mercado como el estudio técnico para así poder definir la cantidad de las inversiones que se necesita para realizar este proyecto. A más de ellos nos permite realizar la proyección del flujo de caja, estado de resultados, balance general, así también nos permitirá analizar las diferencias alternativas de financiamiento y los índices financieros para tener mayor claridad sobre la creación para la asociación “MEGA GRANO S.A.”.

##### 5.5.7.1. Inversiones iniciales

Se deben analizar los aspectos importantes de la tecnología, precios, infraestructura y costos de inversión de producción para determinar los costos y gastos del proyecto.

### 5.5.7.2. Inversión fija

Para la creación de la asociación “MEGA GRANO S.A.” las inversiones fijas para el presente proyecto se consideran a todo tipo de activos que se desean implementar para el funcionamiento de la misma y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la institución lleve a cabo sus actividades desde el inicio al fin de forma correcta.

**Tabla 5-25:** Inversión fija

Descripción	Valor Total
EDIFICIOS Y OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL	\$ 33.514,63
TERRENO	\$ 12.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS (PRODUCCIÓN)	\$ 29.160,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2.190,00
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 1.600,00
ÚTILES DE OFICINA	\$ 5.100,00
VEHÍCULO	\$ 31.000,00
<b>TOTAL INVERSIONES FIJAS</b>	<b>\$ 114.564,63</b>

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

Las Inversiones fijas se evidencia en la tabla anterior lo que se necesita para construir y equipar el centro de acopio lo cual son detalladas como las maquinarias y equipos, edificios, muebles y enseres, vehículos, obras civiles, instalaciones y otros, siendo principales para poder estructurar una edificación correcta a su vez el funcionamiento, para ello se valorizó mediante licitaciones que determinan costos reales para el proyecto, dando un monto de inversiones de \$ 114.564,63 lo cual cada uno de las cuentas se evidencia en el **anexo A**.

### 5.5.7.3. Inversión diferida

Las inversiones se realizan un análisis de los servicios intangibles que son indispensables para iniciar el centro de acopio, estos activos están sujetas a amortización y se recuperan a largo plazo una vez que la empresa se encuentre cimentada y funcionando.

**Tabla 5-26:** Inversión diferida

Descripción	Precio Unitario	Valor Total
Trámites en MAE	120,00	\$ 120,00
Patente	50	\$ 50,00
Marca	150	\$ 150,00
Capacitación	100	\$ 100,00
Permiso bomberos (año 2020)	54,23	\$ 54,23
Instalación de equipos	100,00	\$ 100,00
<b>TOTAL INVERSIONES DIFERIDAS</b>		<b>\$ 574,23</b>

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

Las inversiones diferidas dentro del proyecto son consideradas los permisos, patentes y las instalaciones de forma correcta donde un debido funcionamiento de orden legal, como resultado de datos investigados se considera un monto de \$ 574,23 dólares para estructurar la empresa de forma legal

#### 5.5.7.4. Capital de trabajo

El capital de trabajo se considera un conjunto de recursos necesarios para poder iniciar las funciones empresariales durante un tiempo mientras esta tiene rentabilidad.

**Tabla 5-27:** Capital de trabajo

<b>MATERIALES</b>	<b>\$ 51.097,48</b>
Costo Materia Prima	\$ 51.097,48
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	<b>\$ 13.804,20</b>
MOD	\$ 13.804,20
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>\$ 20.100,00</b>
CIF	\$ 20.100,00
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 4.200,00</b>
Gerente general	\$ 900,00
Secretaria	\$ 450,00
Director financiero	\$ 700,00
Contadora	\$ 550,00
Vendedores	\$ 450,00
Asistencia técnica	\$ 700,00
Bodeguero	\$ 450,00
<b>GASTOS DE PUBLICITARIOS</b>	<b>\$ 100,00</b>
Redes sociales	\$ 0,00
Valla Publicitaria	\$ 100,00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 89.301,68</b>

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

El capital de trabajo con que iniciará el centro de acopio es un valor de \$ 89.301,68 para cubrir deudas del primer o primeros meses de ejecución de la empresa de esta forma la empresa funcionará de manera correcta dando cumplimiento a sus obligaciones.

#### 5.5.7.5. Resumen de la inversión

**Tabla 5-28:** Resumen de la inversión

Rubro	Valor
Inversión Fija	\$ 114.564,63
Inversión Diferida	\$ 574,23
Capital de Trabajo	\$ 89.301,68
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>\$ 204.440,54</b>

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

El resumen de las inversiones en el total de la inversión para la construcción y el funcionamiento del centro de acopio para la asociación “MEGA GRANO S.A.” para su debido funcionamiento el monto asciende a \$ 204.440,54 dólares.

#### *5.5.7.6. Ventas de mercaderías anuales*

Los ingresos dentro del proyecto son considerados la cantidad de cebada acopiada y procesada con altos estándares de calidad, para determinar esa cantidad se calcula multiplicando el precio establecido por la cantidad de capacidad y planta, para este proyecto estos montos son de acorde a la necesidad del cliente como se muestra en la tabla siguiente.

## Proyección de las ventas anuales

**Tabla 5-29:** Proyección de las ventas anuales

Productos	Precio Unitario	Proyección Ingresos (Demanda Insatisfecha)				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cebada	35,00	8.931	9.423	9.941	10.488	11.064
		\$312.582,32	\$329.795,60	\$347.943,08	\$367.075,25	\$387.245,37
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 312.582,32</b>	<b>\$ 329.795,60</b>	<b>\$ 347.943,08</b>	<b>\$ 367.075,25</b>	<b>\$ 387.245,37</b>

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

## Interpretación de ventas de mercaderías

La asociación “MEGA GRANO S.A.” ofrece su producto con un precio establecido en 35 dólares dando cumplimiento a las Leyes de Agro calidad que no se puede especular precios o elevar, de esta forma es de 5,00 dólares lo cual, ayudará a la comercialización de forma directa a las personas que se dedican a brindar derivados de la cebada es por ello que la venta de este producto en el primer año asciende a \$ 312.582,32 de las ventas anuales de cebada del primer año en comparación al quinto año que se evidencia un incremento alcanzando un monto de \$ 387.245,37.

### 5.5.7.7. Compra de mercaderías proyectadas

**Tabla 5-30:** Compra de mercaderías proyectadas

Descripción	Precio Unitario	Proyección Ingresos (Demanda Insatisfecha)				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cebada	30	1.703	1.727	1.751	1.776	1.801
		\$51.090,00	\$51.810,00	\$52.530,00	\$53.280,00	\$54.030,00
<b>Total:</b>		<b>\$51.090,00</b>	<b>\$51.810,00</b>	<b>\$52.530,00</b>	<b>\$53.280,00</b>	<b>\$54.030,00</b>

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: León, E. 2023.



## Interpretación de compra de mercaderías

El volumen de las compras es la cantidad total de oferta que los productores están dispuestos a vender al centro de acopio, dicha cantidad se expresa en términos monetarios, considerando las unidades (quintales) de inventario del producto, por tal motivo la compra de mercadería es de \$51.090,00 para el primer año y esto se eleva de acorde a la tasa de inflación para los próximos 5 años, donde se evidencia que el último año proyectado asciende a \$54.030,00 este monto puede variar debido que el cambio de políticas o algún desastre natural, social, de salud o plagas que se pueda presentar en el funcionamiento empresarial.

### 5.5.7.8. Costos Directos

**Tabla 5-31:** Rol de pagos

	FONDOS DE RESERVA:		8,33%	luego de un año de servicio							
<b>ROL DE PAGOS</b>											
CARGO	SALARIO BASICO	TOTAL ANUAL BASICO	APORTE IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL ANUAL 1	PROMEDIO MENSUAL	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
Gerente general	\$900,00	\$ 10.800,00	\$ 1.204,20	\$ 900,00	\$ 450,00	\$ 13.354,20	\$ 1.205,55	\$ 14.559,75	\$ 15.765,30	\$ 16.970,85	\$ 18.176,40
Secretaria	\$450,00	\$ 5.400,00	\$ 602,10	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 6.902,10	\$ 623,09	\$ 7.525,19	\$ 8.148,27	\$ 8.771,36	\$ 9.394,45
Director financiero	\$700,00	\$ 8.400,00	\$ 936,60	\$ 700,00	\$ 550,00	\$ 10.586,60	\$ 955,71	\$ 11.542,31	\$ 12.498,01	\$ 13.453,72	\$ 14.409,42
Contadora	\$550,00	\$ 6.600,00	\$ 735,90	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 8.435,90	\$ 761,55	\$ 9.197,45	\$ 9.959,00	\$ 10.720,55	\$ 11.482,10
Vendedores	\$450,00	\$ 5.400,00	\$ 602,10	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 6.902,10	\$ 623,09	\$ 7.525,19	\$ 8.148,27	\$ 8.771,36	\$ 9.394,45
Asistencia técnica	\$700,00	\$ 8.400,00	\$ 936,60	\$ 700,00	\$ 450,00	\$ 10.486,60	\$ 946,68	\$ 11.433,28	\$ 12.379,96	\$ 13.326,63	\$ 14.273,31
Bodeguero	\$450,00	\$ 5.400,00	\$ 602,10	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 6.902,10	\$ 623,09	\$ 7.525,19	\$ 8.148,27	\$ 8.771,36	\$ 9.394,45
Obreros	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 602,10	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 6.902,10	\$ 623,09	\$ 7.525,19	\$ 8.148,27	\$ 8.771,36	\$ 9.394,45
Obreros	\$450,00	\$ 5.400,00	\$ 602,10	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 6.902,10	\$ 623,09	\$ 7.525,19	\$ 8.148,27	\$ 8.771,36	\$ 9.394,45

**Fuente:** Investigación de campo (2023).

**Realizado por:** León, E. 2023.

## Interpretación de Costos Directos

La mano de obra es lo primordial dentro del funcionamiento del centro de acopio ya sea este directo o indirecto para el funcionamiento de la asociación “MEGA GRANO S.A.” de la parroquia Cacha se pagará el sueldo de acorde a los cargos que estos sean ocupados y lo que estipula el código de trabajo siendo el de menor rango un sueldo de \$450,00 dólares en el año 2023 al igual se considera todos los beneficios de ley por esta razón la empresa cuenta con este personal y el valor total anual a pagar por concepto de mano de obra es de \$ 77.373,80 en el primer año considerando los beneficios mencionados en la tabla anterior se observa que la proyección va aumentando ya que año tras año el sueldo básico unificado aumenta por políticas de estado por ende los beneficios de cada trabajador aumentara y los valores serán alto.

### 5.5.7.9. Costos Indirectos

**Tabla 5-32:** Costos Indirectos

Tasa de Inflación: 0,12%

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>	<b>\$ 51.097,48</b>	<b>\$ 51.875,02</b>	<b>\$ 52.601,27</b>	<b>\$ 53.337,69</b>	<b>\$ 54.084,41</b>
Costo Materia Prima	\$ 51.097,48	\$ 51.875,02	\$ 52.601,27	\$ 53.337,69	\$ 54.084,41
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	<b>\$ 13.804,20</b>	<b>\$ 13.820,77</b>	<b>\$ 13.837,35</b>	<b>\$ 13.853,95</b>	<b>\$ 13.870,58</b>
MOD	\$ 13.804,20	\$ 13.820,77	\$ 13.837,35	\$ 13.853,95	\$ 13.870,58
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>	<b>\$ 14.100,00</b>	<b>\$ 14.116,92</b>	<b>\$ 14.116,92</b>	<b>\$ 14.116,92</b>	<b>\$ 14.116,92</b>
CIF	\$ 14.100,00	\$ 14.116,92	\$ 14.116,92	\$ 14.116,92	\$ 14.116,92
<b>DEPRECIACIONES</b>	<b>\$ 12.350,73</b>	<b>\$ 12.350,73</b>	<b>\$ 12.350,73</b>	<b>\$ 12.350,73</b>	<b>\$ 12.350,73</b>
DEPRECIACIONES EQUIPOS	\$ 12.350,73	\$ 12.350,73	\$ 12.350,73	\$ 12.350,73	\$ 12.350,73
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 91.352,41</b>	<b>\$ 92.163,43</b>	<b>\$ 92.906,27</b>	<b>\$ 93.659,29</b>	<b>\$ 94.422,64</b>

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

## Interpretación de costos indirectos

Para analizar los costos se analiza la valoración de la tasa de inflación los cuales al inicio del año 2023 se evidencio que es de 0,12% para ello se analiza los costos de materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación siendo una tarea fundamental a la hora de planificar la comercialización de cebada mostrando los costos para el primer año es de \$ 91.352,41 y el quinto \$ 94.422,64 incrementando de acorde a la inflación y políticas de estado siendo fundamental para tomar dediciones para el funcionamiento del centro de acopio.

### 5.5.7.10. Costos Administrativos

**Tabla 5-33:** Costos Administrativos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente general	13354,20	14559,75	15765,30	16970,85	18176,40
Secretaria	6902,10	7525,19	8148,27	8771,36	9394,45
Director financiero	10586,60	11542,31	12498,01	13453,72	14409,42
Contadora	8435,90	9197,45	9959,00	10720,55	11482,10
Vendedores	6902,10	7525,19	8148,27	8771,36	9394,45
Asistencia técnica	10486,60	10486,60	10486,60	10486,60	10486,60
Bodeguero	6902,10	6902,10	6902,10	6902,10	6902,10
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 63.569,60</b>	<b>\$ 67.738,58</b>	<b>\$ 71.907,56</b>	<b>\$ 76.076,54</b>	<b>\$ 80.245,52</b>

**Fuente:** Investigación de campo (2023).

**Realizado por:** León, E. 2023.

## Interpretación de costos administrativo

En nuestro caso los gastos administrativos dentro del centro de acopio se analiza el pago a los funcionarios administrativos que no intervienen directamente con el proceso del acopio de cebada, pero son parte de la asociación para un buen funcionamiento y la toma de decisiones, los gastos de la tabla anterior se pueden decir que para el primer año se toma el básicos anual con todos los beneficios de ley, para el año 2 se incremente de acorde a la inflación del 0,12%

### 5.5.7.11. Costos de Publicidad proyectada

**Tabla 5-34:** Publicidad

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Redes sociales	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Valla Publicitaria	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 100,00</b>

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

## Interpretación de la publicidad

Para nuestra empresa la publicidad será una inversión, en redes sociales esto se evidencia que no tiene costo debido que será pago del internet, pero la valla publicitaria mantiene un costo de \$ 100,00, como se puede observar en la tabla anterior, con el fin de atraer más clientes para captar nuevos clientes los cuales ayuden a elevar la venta de cebada y por ende la rentabilidad de la empresa.

### 5.5.7.12. Costos Financieros

Para la estructura del financiamiento se considera el análisis del monto de inversión para el funcionamiento de la empresa este asciende a \$ 204.441 del total lo cual el 50% será capital de aportaciones de los socios y el monto de \$ 102.220 dólares que será realizado un crédito a la corporación financiera.

**Tabla 5-35:** Costos Financieros

Capital Propio	\$ 102.220	50%
Capital de Terceros	\$ 102.220	50%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 204.441</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

## Amortización del préstamo

La amortización del prestamos son los pagos uniformes (anualidad) que el centro de acopio debe ir cancelado de acorde a lo que indica la institución financiera hay las políticas emitidas para el pago de intereses sobre el capital para ello se considérese la siguiente tabla:

**Tabla 5-36:** Tabla de amortización del préstamo

Préstamo:	\$ 102.220
Tasa Interés:	11,26%
Plazo:	5

**TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO**

Período	Pago Capital	Pago Interés	Cuota	Saldo
0				\$ 102.220,27
1	\$ 16.328,89	\$ 11.510,00	\$ 27.838,89	\$ 85.891,38
2	\$ 18.167,52	\$ 9.671,37	\$ 27.838,89	\$ 67.723,85
3	\$ 20.213,19	\$ 7.625,71	\$ 27.838,89	\$ 47.510,67
4	\$ 22.489,19	\$ 5.349,70	\$ 27.838,89	\$ 25.021,48
5	\$ 25.021,48	\$ 2.817,42	\$ 27.838,89	\$ 0,00

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

### 5.5.7.13. Gastos financieros

**Tabla 5-37:** Gastos financieros

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses del Préstamo	\$ 11.510,00	\$ 9.671,37	\$ 7.625,71	\$ 5.349,70	\$ 2.817,42
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 11.510,00</b>	<b>\$ 9.671,37</b>	<b>\$ 7.625,71</b>	<b>\$ 5.349,70</b>	<b>\$ 2.817,42</b>

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

Los gastos financieros es el pago que se desarrollara por el préstamo adquirido a la corporación financiera el cual asciende a 11,26% de acorde a la tabla de amortizaciones en la tabla anterior.

5.5.7.14. Estado de Resultados Proyectado

**Tabla 5-38:** Estado de Resultados Proyectado

<b>RUBROS / AÑOS DE VIDA</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas Netas	\$ 312.582,32	\$ 329.795,60	\$ 347.943,08	\$ 367.075,25	\$ 387.245,37
- Costo de Producción	-\$ 91.352,41	-\$ 92.163,43	-\$ 92.906,27	-\$ 93.659,29	-\$ 94.422,64
<b>= Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 221.229,91</b>	<b>\$ 237.632,17</b>	<b>\$ 255.036,81</b>	<b>\$ 273.415,96</b>	<b>\$ 292.822,73</b>
- Gastos de Administración	-\$ 63.569,60	-\$ 67.738,58	-\$ 71.907,56	-\$ 76.076,54	-\$ 80.245,52
- Gastos de Ventas	-\$ 100,00	-\$ 100,00	-\$ 100,00	-\$ 100,00	-\$ 100,00
- Gastos Financieros	-\$ 11.510,00	-\$ 9.671,37	-\$ 7.625,71	-\$ 5.349,70	-\$ 2.817,42
<b>= Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$ 146.050,31</b>	<b>\$ 160.122,22</b>	<b>\$ 175.403,54</b>	<b>\$ 191.889,72</b>	<b>\$ 209.659,79</b>
- 15% Participación Trabajadores	-\$ 21.907,55	-\$ 24.018,33	-\$ 26.310,53	-\$ 28.783,46	-\$ 31.448,97
- Impuesto a la Renta	-\$ 36.512,58	-\$ 40.030,56	-\$ 43.850,89	-\$ 47.972,43	-\$ 52.414,95
<b>= Utilidad Neta</b>	<b>\$ 87.630,19</b>	<b>\$ 96.073,33</b>	<b>\$ 105.242,12</b>	<b>\$ 115.133,83</b>	<b>\$ 125.795,87</b>

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

El estado de resultados es un documento que detalla los ingresos, los gastos que se adquiere por la venta de la cebada que genera durante un período de tiempo para cada año de vida útil del proyecto considerando el pago del 15% de participación de trabajadores y el 25% de impuesto a la renta dando como resultado para el primer año \$ 87.630,19 y para el quinto año de \$ 125.795,87 considerando un ingreso nítido e incremento paulatino.

5.5.7.15. Balance General Proyectado

**Tabla 5-39:** Balance General Proyectado

RUBROS / AÑOS DE VIDA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 89.301,68</b>	<b>\$ 173.068,55</b>	<b>\$ 263.439,94</b>	<b>\$ 360.934,45</b>	<b>\$ 466.044,67</b>	<b>\$ 579.284,64</b>
Caja	\$ 89.301,68	\$ 173.068,55	\$ 263.439,94	\$ 360.934,45	\$ 466.044,67	\$ 579.284,64
<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ 117.474,63</b>	<b>\$ 105.123,90</b>	<b>\$ 92.773,17</b>	<b>\$ 80.422,44</b>	<b>\$ 68.071,70</b>	<b>\$ 55.720,97</b>
Edificios y Obras de Ingeniería civil	\$ 45.514,63	\$ 45.514,63	\$ 45.514,63	\$ 45.514,63	\$ 45.514,63	\$ 45.514,63
Maquinaria y equipos (Producción)	\$ 29.160,00	\$ 29.160,00	\$ 29.160,00	\$ 29.160,00	\$ 29.160,00	\$ 29.160,00
Muebles y Enseres	\$ 5.100,00	\$ 5.100,00	\$ 5.100,00	\$ 5.100,00	\$ 5.100,00	\$ 5.100,00
Equipo de computo	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
Útiles de oficina	\$ 5.100,00	\$ 5.100,00	\$ 5.100,00	\$ 5.100,00	\$ 5.100,00	\$ 5.100,00
Vehículo	\$ 31.000,00	\$ 31.000,00	\$ 31.000,00	\$ 31.000,00	\$ 31.000,00	\$ 31.000,00
- Depreciaciones	\$ 0,00	-\$ 12.350,73	-\$ 24.701,46	-\$ 37.052,19	-\$ 49.402,93	-\$ 61.753,66
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>\$ 574,23</b>	<b>\$ 459,38</b>	<b>\$ 344,54</b>	<b>\$ 229,69</b>	<b>\$ 114,85</b>	<b>\$ 0,00</b>
Gastos diferidos	\$ 574,23	\$ 574,23	\$ 574,23	\$ 574,23	\$ 574,23	\$ 574,23
- Amortizaciones	\$ 0,00	-\$ 114,85	-\$ 229,69	-\$ 344,54	-\$ 459,38	-\$ 574,23
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>\$ 207.350,54</b>	<b>\$ 278.651,83</b>	<b>\$ 356.557,64</b>	<b>\$ 441.586,58</b>	<b>\$ 534.231,22</b>	<b>\$ 635.005,62</b>
<b>PASIVO</b>	<b>\$ 102.220,27</b>	<b>\$ 85.891,38</b>	<b>\$ 67.723,85</b>	<b>\$ 47.510,67</b>	<b>\$ 25.021,48</b>	<b>\$ 0,00</b>
Corriente	\$ 16.328,89	\$ 18.167,52	\$ 20.213,19	\$ 22.489,19	\$ 25.021,48	\$ 0,00
No Corriente	\$ 85.891,38	\$ 67.723,85	\$ 47.510,67	\$ 25.021,48	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 105.130,27</b>	<b>\$ 192.760,46</b>	<b>\$ 288.833,79</b>	<b>\$ 394.075,91</b>	<b>\$ 509.209,74</b>	<b>\$ 635.005,62</b>
Capital	\$ 105.130,27	\$ 105.130,27	\$ 105.130,27	\$ 105.130,27	\$ 105.130,27	\$ 105.130,27
Resultados del Ejercicio	\$ 0,00	\$ 87.630,19	\$ 96.073,33	\$ 105.242,12	\$ 115.133,83	\$ 125.795,87
Resultados Acumulados	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 87.630,19	\$ 183.703,52	\$ 288.945,64	\$ 404.079,47
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 207.350,54</b>	<b>\$ 278.651,83</b>	<b>\$ 356.557,64</b>	<b>\$ 441.586,58</b>	<b>\$ 534.231,22</b>	<b>\$ 635.005,62</b>

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

El balance general es un documento donde muestro los activos, pasivos y el patrimonio con que cuenta el centro de acopio de forma detallada en el cual se puede evidenciar la cantidad en cada cuenta siendo parte de la empresa.

5.5.7.16. Flujo neto de objetivo

**Tabla 5-40:** Flujo neto de objetivo

RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas		\$ 312.582,32	\$ 329.795,60	\$ 347.943,08	\$ 367.075,25	\$ 387.245,37
- Costo de Producción		-\$ 91.352,41	-\$ 92.163,43	-\$ 92.906,27	-\$ 93.659,29	-\$ 94.422,64
= Utilidad Bruta		\$ 221.229,91	\$ 237.632,17	\$ 255.036,81	\$ 273.415,96	\$ 292.822,73
- Gastos de Administración		-\$ 63.569,60	-\$ 67.738,58	-\$ 71.907,56	-\$ 76.076,54	-\$ 80.245,52
- Gastos de Ventas		-\$ 100,00	-\$ 100,00	-\$ 100,00	-\$ 100,00	-\$ 100,00
- Gastos Financieros (Intereses)		-\$ 11.510,00	-\$ 9.671,37	-\$ 7.625,71	-\$ 5.349,70	-\$ 2.817,42
= Utilidad antes de Impuestos		\$ 146.050,31	\$ 160.122,22	\$ 175.403,54	\$ 191.889,72	\$ 209.659,79
- 15% Participación Trabajadores		-\$ 21.907,55	-\$ 24.018,33	-\$ 26.310,53	-\$ 28.783,46	-\$ 31.448,97
- Impuesto a la Renta		-\$ 36.512,58	-\$ 40.030,56	-\$ 43.850,89	-\$ 47.972,43	-\$ 52.414,95
= Utilidad Neta		\$ 87.630,19	\$ 96.073,33	\$ 105.242,12	\$ 115.133,83	\$ 125.795,87
+ Depreciaciones		\$ 12.350,73	\$ 12.350,73	\$ 12.350,73	\$ 12.350,73	\$ 12.350,73
+ Amortizaciones		\$ 114,85	\$ 114,85	\$ 114,85	\$ 114,85	\$ 114,85
- Pago Préstamo (Capital)		-\$ 16.328,89	-\$ 18.167,52	-\$ 20.213,19	-\$ 22.489,19	-\$ 25.021,48
+ Valor de Salvamento						\$ 40.810,97
- Inversiones						
Fija	-\$ 114.564,63					
Diferida	-\$ 574,23					
Capital de Trabajo	-\$ 89.301,68					
<b>= Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>-\$ 204.440,54</b>	<b>\$ 83.766,87</b>	<b>\$ 90.371,39</b>	<b>\$ 97.494,51</b>	<b>\$ 105.110,22</b>	<b>\$ 154.050,95</b>

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

El flujo neto de efectivo describe los movimientos de efectivo (ingresos y gastos) en un periodo determinado de acorde al funcionamiento del centro de acopio, durante los 5 años proyectado para verificar el movimiento de dinero y tomar mejores decisiones.



### 5.5.8. Evaluación económica financiera

Esta es una parte fundamental del proyecto y determina su factibilidad dentro del contexto financiero que ayuda a determinar los niveles de aceptación. Para hacer esto, se realizan algunos cálculos como se muestra a continuación.

#### 5.5.8.1. Valor Actual Neto

**Tabla 5-41:** Cálculo de la tasa de descuento

	Estructura de financiamiento	% BanEcuador	Ponderación
Capital propio	50%	7,05%	3,53%
Crédito	50%	11,26%	5,63%
Riesgo de Inversión			20%
Total			29,16%

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

Para el cálculo correspondiente se ha utilizado una tasa de descuento del 29,16% con un riesgo del 20% ya que este proyecto no tiene un alto riesgo y para el cálculo de la VAN se ha tomado la siguiente fórmula.:

$$VAN = (-)Inversión Inicial + \frac{FNA \text{ año } 1}{(1+i)^1} \dots \dots \frac{FNA \text{ año } n}{(1+i)^n}$$

**Tabla 5-42:** Valor actual neto

TASA DE DESCUENTO: 29,16%

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 204.440,54	1,000000	-\$ 204.440,54	-\$ 204.440,54
1	\$ 83.766,87	0,774263	\$ 64.857,63	-\$ 139.582,91
2	\$ 90.371,39	0,599484	\$ 54.176,19	-\$ 85.406,71
3	\$ 97.494,51	0,464159	\$ 45.252,91	-\$ 40.153,80
4	\$ 105.110,22	0,359381	\$ 37.774,61	-\$ 2.379,19
5	\$ 154.050,95	0,278256	\$ 42.865,54	<b>\$ 40.486,35</b>

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

Una vez que se complete el proceso de determinación del VAN, el valor resultante reflejará un valor de \$ 40.486,35 y se determinará que el proyecto es mayor que cero y estos valores sirven para las comparaciones entre los periodos en los que el proyecto tiene diferentes flujos de efectivo para determinar si conviene o no invertir en él para que no existan pérdidas económicas a futuro.

### 5.5.8.2. Tasa Interna de Retorno

$$TIR = i1 + (i2 - i1) \frac{VAN 1}{VAN 1 - VAN 2}$$

$$TIR = 38,15\%$$

La tasa interna de retorno es de 38%, ya que es superior a la tasa de descuento para el cálculo de esta tasa interna de retorno se ha tenido en cuenta el método de interpolación en la anterior formula, se puede decir que este es uno de los ejes que ayudan a la rentabilidad de un proyecto de inversión, y sirve para que los socios decidan implementar el proyecto, ya que su cálculo permite comparar el valor actual de los gastos con los ingresos que se han proyectado para el futuro.

### 5.5.8.3. Período de Recuperación de la Inversión

**Tabla 5-43:** Período de recuperación de la inversión

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 204.440,54	1,000000	-\$ 204.440,54	-\$ 204.440,54
1	\$ 83.766,87	0,774263	\$ 64.857,63	-\$ 139.582,91
2	\$ 90.371,39	0,599484	\$ 54.176,19	-\$ 85.406,71
3	\$ 97.494,51	0,464159	\$ 45.252,91	-\$ 40.153,80
4	\$ 105.110,22	0,359381	\$ 37.774,61	-\$ 2.379,19
5	\$ 154.050,95	0,278256	\$ 42.865,54	\$ 40.486,35

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

$$PRI = \text{Año Últ. Neg. FNE Act. y Acum.} \wedge \left\{ \left( \frac{\text{Último Negativo FNE Act. y Acum.}}{\text{FNE Actualizado del año siguiente}} \right) * 12 \right\}$$

$$PRI = 4 \wedge \{ | - 2.379,19 / 42.865,54 | * 12 \}$$

$$PRI = 4,1$$

El periodo de recuperación de la inversión es de 4 años 1 mes, dentro del tiempo de vida útil del proyecto (5 años), lo que representa la recuperación del capital invertido inicialmente, considerándose beneficioso para el centro de acopio adopten nuevas estrategias de marketing y obtengan una nueva captación de nichos de mercado el cual consiste en medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo en un tiempo adecuado.

#### 5.5.8.4. Relación Costo – Beneficio

**Tabla 5-44:** Relación Costo-Beneficio

AÑOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	1,000000	\$ 0,00	<b>-\$ 204.440,54</b>	\$ 0,00	-\$ 204.440,54
1	0,774263	\$ 83.766,87		\$ 64.857,63	\$ 0,00
2	0,599484	\$ 90.371,39		\$ 54.176,19	\$ 0,00
3	0,464159	\$ 97.494,51		\$ 45.252,91	\$ 0,00
4	0,359381	\$ 105.110,22		\$ 37.774,61	\$ 0,00
5	0,278256	\$ 154.050,95		\$ 42.865,54	\$ 0,00
				\$ 244.926,89	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

$$RB/C = \frac{\text{Valor actual de los Ingresos}}{\text{Valor actual de los Costos}}$$

$$RB/C = \frac{\$ 244.926,89}{204.440,54}$$

$$RB/C = 1.20$$

Al calcular la relación costo-beneficio, se puede afirmar que, por cada dólar invertido en el proyecto, se obtiene una ganancia de 0,20 centavos. Este es el valor que se considera rentable para un proyecto específico en el que las estrategias aplicadas en cada etapa son beneficiosas para el centro de acopio y pueden generar más ingresos mediante la captación de nichos de mercado.

#### 5.5.9. Resumen del estudio económico financiero y evaluación económica

**Tabla 5-45:** Resumen del estudio económico financiero y evaluación económica

Rubro	Cantidad
Inversión total	\$ 204.440,54
Venta	\$ 312.582,32
Costo de Producción	\$ 91.352,41
Gastos de Administración	\$ 63.569,60
Gastos de Ventas	\$ 100,00
Capital Propio	\$ 102.220
Capital de Terceros	\$ 102.220
Gastos Financieros	\$ 11.510,00
VAN	\$ 40.486,35
TIR	38,15
PRI	4,1
RB/C	1,20

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: León, E. 2023.

## CONCLUSIONES

- EL desarrollo del marco teórico es fundamental para poder aclarar el esquema que se va a utilizar para realizar el estudio de mercado considerando la apreciación de varios de los autores que estipulan una guía práctica del desarrollo investigativo.
- Al realizar el estudio de mercado se conoce la cantidad de productores que cultivan la cebada dentro de la parroquia Cacha, para el estudio se analizó mediante las encuestas a 100 productores y a 50 propietarios de los cuales son 10 molinos y 40 bodegas que transforma la cebada en derivados, mediante este análisis se determina la construcción de estrategias de comercialización para poder comercializar la cebada en un tiempo establecido.
- Al aplicar cada una de las fases del estudio de mercado el proyecto determina ser viable debido que a la evaluación económica financiera determinó el VAN \$ 40.486,35, el TIR 38,15, Periodo de Recuperación de la Inversión 4 años 1 meses y Relación Beneficio Costo 1,20 determinado que el proyecto es aplicable sin riesgo de inversión.

## **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda a los emprendedores siempre buscar la forma correcta de guiarse en teoría para poder aplicar un estudio de mercado y este sea correcto, determinando una guía coherente para demostrar la factibilidad.
- Se recomienda a las personas involucradas en la creación del centro de acopio desarrollar canales de comercialización correctos considerando el monto de producción debido que el producto se cultiva una vez al año y puede escanciar o sufrir algún deterioro.
- Se recomienda aplicar el estudio de mercado para la creación del centro de acopio de cebada considerando las estrategias en cada fase para no elevar los costos, gastos y determinar los ingresos de forma paulatina, desarrollando un beneficio tanto para el cliente como para el productor.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acemoglu, D., & James, R. (2019). *Persistencia del poder, élites e instituciones*. American Economic Association, 98(101257), 93. Recuperado de: <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/aer.98.1.267>
- Andrade, F., Alejo, O., & Armendariz, C. (2018). *Método inductivo y su refutación deductista*. Recuperado de: <http://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado>
- Aramendi, A., Zubillaga, M., & Zaldua, E. (2020). *The food hub sareko: Learnings from the upscaling governance processes of alternative agro-food networks*. Recuperado de: <https://doi.org/10.3989/ESTGEOGR.202066.066>
- Arias, J. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Recuperado de: [www.tesisconjosearias.com](http://www.tesisconjosearias.com)
- Avellán, G., Torres C. (2022). *Informe de resultados cuentas nacionales trimestrales cuarto trimestre de 2022*. Recuperado de: [www.bce.ec](http://www.bce.ec)
- Blanco, A., Vásquez, Á., García, R., & Melamed, E. (2020). *Estructura organizacional como determinante competitivo en pequeñas y medianas empresas del sector alimentos*. 133–147. Recuperado de: <https://produccioncientificaluz.org/index.php/racs/article/view/32429>
- Cadena, M., la Cruz, F., & Ma, D. (2017). *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=263153520009>
- Cardona, J. (2018). *Notas y clase: Formulación y Evaluación de* Recuperado de: <https://unilibros.co/gpd-formulacion-y-evaluacion-de-proyectos-notas-y-clase.html>
- Carrillo, E., Rojas, L., & Novoa, T. (2021). *Determinación de la demanda insatisfecha de miel de abeja en el cantón morona, provincia de Morona Santiago*. Recuperado de: <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v4i3.2.1845>
- Castro, J., Gómez, L., & Camargo, E. (2023). *La investigación aplicada y el desarrollo experimental en el fortalecimiento de las competencias de la sociedad del siglo XXI*. Recuperado de: <https://doi.org/10.14483/22487638.19171>
- Cevallos, V., Esparza, F., Balseca, J., & Chafla, J. (2022). *Formulación y Evaluación de Proyectos para financiamiento* Recuperado de:
- Córdoba, M. (2018). *Formulación y Evaluación de proyectos*. México: Ecoe Ediciones.
- Echeverría, C. (2018). *Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto*. Colombia: RML Consultores CIA.LTDA.
- Fernández, V. (2018). *Punto de equilibrio y su incidencia en las decisiones financieras de empresas editoras en lima*. Recuperado de: <https://doi.org/10.15381/quipu.v26i52.15507>
- Gaitán, J. (2020). *Microeconomía básica en siete lecciones*. Colombia: Communitas Colombia S.A.S.

- Garzón, D., Sarmiento, J., & Gutiérrez, Ó. (2019a). *Formulación y Evaluación de proyectos de Ingeniería México*: Ecoe Ediciones.
- Garzón, D., Sarmiento, J., & Gutiérrez, Ó. (2019b). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Ingeniería México*: Ecoe Ediciones.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Cacha, & GADPCH. (2019). *Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Chimborazo Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Cacha*. Recuperado de: [https://archivos.chimborazo.gob.ec/lotaip/ANEXOS/ANEXOS\\_11/1\\_2019/23.%20Proy.%20Agrodiversidad.pdf](https://archivos.chimborazo.gob.ec/lotaip/ANEXOS/ANEXOS_11/1_2019/23.%20Proy.%20Agrodiversidad.pdf)
- Granados, R. (2020). *Theoretical review of methodological tools applied in criminological research*. Recuperado de: [www.derechoycambiosocial.com](http://www.derechoycambiosocial.com)
- Guagua, Q., Cabeza, C., Nelson, S., Jaime, B., Ernesto, C., & Ibarra, O. (2020). *Gestión y comercialización: Pequeñas y medianas empresas de servicios en Ecuador*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7565476>
- López, G., Mata, M. de la C., Becerra, F., & Cabrera, H. (2018). *Planificación de empresas*. Recuperado de: <https://universosur.ucf.edu.cu/?p=975>
- Méndez, R. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos: enfoque para emprendedores México*: Ecoe Ediciones.
- Moncayo, C. (2018). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que brinde el servicio de gestión documental en la ciudad de Guayaquil*. (Tesis de pregrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil). Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10412/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-460.pdf>
- Monroy, M., & Nava, N. (2018). *Metodología de la Investigación Colombia*: Lapsilázuli, ediciones.
- Morales, R., Carrasco, G., & Terranova, G. (2019). *La evaluación de proyectos de inversión: una perspectiva financiera*. Recuperado de: <https://orcid.org/0000-0002-5075->
- Ortega, E. (2018). *Tipos de proyecto y árbol de problemas*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/944/94443423006.pdf>
- Orús, A. (2020). *Ranking de los principales países productores de cebada en el mundo en 2020*. *Statista*, 23. Recuperado de: <https://es.statista.com/estadisticas/1124490/principales-paises-productores-de-cebada-en-el-mundo/>
- Pacheco, C., & Pérez, G. (2018). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. Instituto. México: Mexicano de Contadores Públicos.
- Pilataxi, E. (2021). *“Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de maíz (zea mayz) para disminuir las pérdidas poscosechas en las comunidades de la parroquia Licto*.

- (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo). Recuperado de:  
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/7639>
- Pozzo, M., Borgobello, A., & Pierella, M. (2018). *Uso de cuestionarios en investigaciones sobre universidad; análisis de experiencias desde una perspectiva situada*. Recuperado de:  
<https://doi.org/10.24215/18537863e046>
- Puentes, G., Prieto, D., & Caro, L. (2019). *Formulación y evaluación de proyectos agropecuarios*. México: ECOE ediciones.
- Ramírez, J. (2019). *Evaluación Financiera de Proyectos*. México: Ediciones de la U.
- Robles, B. (2019). *Población y muestra*. Recuperado de:  
<https://doi.org/10.22497/PuebloCont.301.30121>
- Rodríguez, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyecto de inversión: una propuesta de metodológica*. Colombia: Bosques de las Lomas.
- Santos, G. (2019). *Formulación y evaluación de proyectos*. México: IPAP.
- Sepúlveda, L. (2019). *Manual para la asignatura de costos: Empresas de producción y servicios*. Colombia: Corporación Universitaria Remington.
- Solano, L. (2018). *El proceso de visualización desde la perspectiva de la responsabilidad social corporativa*. Recuperado de: <https://doi.org/10.15178/va.2009.104.1-13>
- Tavera, I. (2020). *Panorámica de la Macroeconomía*. Colombia: Grupo Editorial Éxodo.
- Velásquez, B., Hoyos, J., Hernández, D., Sayado, L., Sayago, J., & Vargas, J. (2020). Modelo para el diseño de ideas de emprendimiento. Recuperado de:  
<https://doi.org/10.47847/fagropec.v12n1a5>
- Vélez, P., & Álava, A. (2021). *Análisis de los canales de comercialización del brócoli en Ecuador*. Recuperado de: <https://doi.org/10.37815/rte.v33n3.857>
- Wächter, L. (2020). *El marketing mix como estrategia de posicionamiento*. Recuperado de:  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926929>
- Yépez, G., Quimis, N., & Sumba, R. (2021). *Ciencias económicas y empresariales*. Recuperado de: <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2492/html>
- Yucra, T., & Bernedo, L. (2020). *Epistemología e Investigación Cuantitativa*.  
<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2492/html>  
<https://doi.org/10.47865/igob.vol3.2020.88>

**Total 43 referencias bibliográfica**



## ANEXOS

### ANEXO A: PROFORMAS DE LA INVERSIÓN INICIAL

Costo del terreno

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANT x UNID	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Valor comercial del terreno (m2)	M2	400	30,00	12.000,00

Costo de construcción de la infraestructura

<i>Rubro / descripción</i>	UNIDADES	CANT x UNID	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Replanteo y nivelación	M2	450,00	1,21	544,50
Excavación a máquina incluye desalojo	M3	100,00	3,64	364,00
Relleno compactado de mejoramiento, capas de 20cm	M3	100,00	7,76	776,00
S.c sub-base clase 3	M3	469,70	6,90	3240,93
Base clase 2	M3	219,70	15,10	3317,47
Contrapiso de hormigón simple f'c=210kg/cm2 e=5cm maquina paleteadora	M2	100,00	12,64	1264,00
Sum.+ inst. Malla electrosoldada para contrapiso 15*15*5.5mm	M2	70,00	6,04	422,80
Porcelanato de piso 50*50cm	M2	100,00	18,43	1843,00
Cimiento de h. Ciclopeo 60% h.s 40% p f'c=180kg/cm2	M3	57,30	145,68	8347,46
Hormigón simple en vigas f'c=210kg/cm2, incl encofrado y desencofrado	M3	6,00	120,90	725,40
Hormigón simple en muro f'c=240kg/cm2 inc. Encofrado y desencofrado	M3	7,00	140,00	980,00
Cerámica de pared 30*30cm	M2	48,40	14,94	723,10
Contrapiso de hormigón simple f'c=210kg/cm2, incluye masillado con grano lavado para piso	M2	32,00	30,72	983,04
Bordillos de h.s, f'c=210 kg/cm2 b=0.15 h = 40 cm	M	67,63	10,85	733,79
Colocación + inst. Y puesta en marcha de cuarto de máquinas	U	4,00	40,00	160,00
Bordillos de h.s ,f'c=210 kg/cm2 b=0.15 h = 40 cm	M	114,00	6,85	780,90
Aceras de h.s. f'c=180kg/cm2 e=7cm,	M2	200,00	10,15	2030,00

incluye pigmento de piso y molde				
Cimiento de h. Ciclopeo 60% h.s 40% p f'c=180kg/cm2	M3	34,20	35,68	1220,26
Cerramiento tubo h.g 2"-malla electrosoldada h=2.00m	M2	228,00	13,60	3100,80
Hormigón simple en columnas f'c=210kg/cm2, incl encofrado y desencofrado	M3	4,20	168,40	707,28
Relleno con material de kilo	M3	78,20	12,78	999,40
Hierro estructural fy=4200 kg/cm2	Kg	102,25	2,45	250,51
<b>Total:</b>		503,458		<b>33514,63</b>

#### Maquinaria y equipos

DETALLE	CANT	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Medidor de humedad	2	95,00	190,00
Balanza Gramera	2	800	1600,00
Banda transportadora sacos	3	8.000	24000,00
Cosedora de saco	3	700	2100,00
Ventiladores	2	100	200,00
Maquina banda	1	750,00	750,00
Maquina etiquetadora	1	200,00	200,00
Balanza Electrónica	1	120	120,00
<b>Total</b>			<b>29.160,00</b>

#### Suministro de oficina

DETALLE	CANT	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
<b>Sillas para para reunión</b>	50	55,00	2.750,00
<b>Mesas</b>	2	100,00	200,00
<b>Tachos de basura</b>	4	8,00	32,00
<b>Botiquín médico</b>	1	918,00	918,00
<b>Mesón</b>	1	1.200,00	1.200,00
<b>Total</b>			<b>5.100,00</b>

Vehículo

DETALLE	CANT	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Montacarga	1	16.000,00	16.000,00
<b>Camioneta</b>	1	15.000,00	15.000,00
<b>Total</b>			31.000,00

Muebles y enseres

DETALLE	CANT	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
<b>Archivador</b>	12	60,00	720,00
<b>Aspiradora</b>	3	150,00	450,00
Escritorios	5	80,00	400,00
Archivadores	12	20,00	240,00
Sillas ejecutivas	2	40,00	80,00
Sillones de espera	6	50,00	300,00
<b>Total</b>			2.190,00



Equipo de computo

DETALLE	CANT	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
<b>Computadora e impresora</b>	2	800,00	1600,00
<b>Total</b>			1600,00



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO DE LA GUÍA PARA**  
**NORMALIZACIÓN DE TRABAJOS DE FIN DE GRADO**

**Fecha de entrega:** 26/07/2024

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> MARÍA ELIZABETH LEÓN CABAY
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>Carrera:</b> FINANZAS
<b>Título a optar:</b> LICENCIADA EN FINANZAS
<div style="text-align: center;"> Ing. Fausto Francisco Navarrete Chávez <b>Director del Trabajo de Titulación</b></div> <div style="text-align: center;"> Lcdo. Hugo Santiago Trujillo Chávez <b>Asesor del Trabajo de Titulación</b></div>