



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO
EXTERIOR**

CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del título de:

Ingeniera en Comercio Exterior

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE
ACOPIO DE CEBOLLA BLANCA EN EL BARRIO LA LIBERTAD, PARROQUIA
SAN JUAN DE PASTOCALLE DEL CANTÓN LATACUNGA, PARA EL PERIODO
2014 - 2015”**

Sandra Elizabeth Iza Rivera

Riobamba - Ecuador

2014

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de investigación sobre el tema “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE CEBOLLA BLANCA EN EL BARRIO LA LIBERTAD, PARROQUIA SAN JUAN DE PASTOCALLE DEL CANTÓN LATACUNGA, PARA EL PERIODO 2014-2015” previo a la obtención del título de Ingeniera en Comercio Exterior, ha sido desarrollado por Sandra Elizabeth Iza Rivera, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Juan Alberto Ávalos Ramos

DIRECTOR DE TESIS

Ing. Ramón Balanzateguá Jervis

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Sandra Elizabeth Iza Rivera, estudiante de la Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior, declaro que la tesis que presento es auténtica y original. Soy responsable de las ideas expuestas y los derechos de autoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

SANDRA ELIZABETH IZA RIVERA

DEDICATORIA

La gran experiencia de la vida nos enseña que la constancia y el esfuerzo son armas valiosas, con las que podemos vencer cualquier obstáculo que se nos presenta y que con sacrificio y amor propio se sale airoso en el camino que nos depara Dios.

A través de este trabajo investigativo quiero expresar mi especial dedicatoria al creador, así como a mis padres Ángel Miguel Iza y Mercedes Rivera Yáñez, que permanentemente con su amor, apoyo incondicional y voz de aliento me han estimulado para cumplir mis objetivos; y con su sacrificio diario y sabiduría han logrado hacer de mí, una persona con excelente formación moral y profesional.

A mis hermanos Stalin, Franklin y Diana por su apoyo incondicional en los buenos y malos momentos.

A mi esposo, Diego por su amor y comprensión para seguir adelante y culminar mis estudios.

A mi hija, Ingrid Jasmín que con su ternura, inocencia y felicidad, se ha convertido en la inspiración y motivación de mi vida.

Para ellos y por ellos este mi trabajo.

Sandra Elizabeth Iza Rivera

AGRADECIMIENTO

Me queda Agradecer a Dios mi fiel compañero por permitirme cumplir con esta meta propuesta, sin tu mano nunca lo hubiese logrado.

Expreso mi más sinceros agradecimiento a la “Escuela Superior Politécnica de Chimborazo” lugar donde me han abierto las puertas en el cual he adquirido grandes conocimientos y en donde he forjado mi futuro profesional.

Agradezco a mis maestros, quienes ademas de compartir sus conocimientos han inculcado valores éticos y morales demostrandonos asi que cada dia podemos ser mejores seres humanos.

De manera muy especial al Ing. Juan Alberto Ávalos director del presente proyecto, un excelente profesional que supo guiarme de manera acertada en la realización y culminación del presente proyecto.

A todas las personas que confiaron en mi a todos aquellos que con su apoyo y paciencia me han ayudado a finalizar esta importante etapa de mi vida.

ÍNDICE GENERAL

Portada	
Certificación del tribunal	ii
Certificación de responsabilidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de cuadros	ix
Índice de gráficos.....	ix
Resumen ejecutivo	x
Summary.....	xi
Introducción	1
Capítulo I: El problema.....	2
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.1.1. Formulación del problema	2
1.1.2. Delimitación del problema.....	2
1.2. Justificación	2
1.3. Objetivos	4
1.3.1. Objetivo general.....	4
1.3.2. Objetivos específicos	4
Capítulo II: Marco teórico	5
2.1. Fundamentación teórica	5
2.1.1. Proyecto de factibilidad.....	5
2.1.2. Estructura de un proyecto.....	6
2.1.3. Objetivos de un proyecto	7
2.1.4. Estudios fundamentales a desarrollar.....	7
2.1.5. Empresa.....	9
2.1.6. Microempresa.....	14
2.1.7. Centro de acopio	18
2.1.7.1. Concepciones básicas generales acerca de un centro de acopio	21
2.2. Idea a defender	22
2.3. Variables	22
2.3.1. Variable independiente.....	22
2.3.2. Variable dependiente.....	22
Capítulo III: Marco metodológico	23
3.1. Modalidad de la investigación	23

3.2.	Tipos de investigación.....	23
3.3.	Población y muestra	23
3.4.	Métodos, técnicas e instrumentos	24
3.5.	Resultados	26
3.6.	Verificación de la idea a defender	34
Capítulo IV: Marco propositivo.....		36
4.1.	Título.....	36
4.2.	Contenido de la propuesta.....	36
4.2.1.	Estudio de mercado.....	36
4.2.1.1.	Definición del producto.....	36
4.2.1.1.1	Cebolla blanca.....	36
4.2.1.1.2	Su recolección	38
4.2.1.1.3	Su mejor época.....	38
4.2.1.1.4	Cómo elegirla y conservarla.....	39
4.2.1.1.5	Propiedades nutritivas	39
4.2.2.	Oferta	40
4.2.2.1.	Superficie, producción de la cebolla blanca en el Ecuador	41
4.2.2.2.	Producción histórica de cebolla blanca en el país y en Cotopaxi.....	42
4.2.3.	Demanda	43
4.2.3.1.	Proyección de la demanda.....	47
4.2.4.	Demanda insatisfecha.....	47
4.2.5.	Determinación del precio de los productos	47
4.2.5.1.	Comercialización de los productos	48
4.2.6.	Estrategias de productos.....	49
4.2.7.	Estrategias de precios.....	49
4.2.8.	Logotipo del centro de acopio	50
4.3.	Estudio técnico.....	51
4.3.1.	Tamaño del proyecto.....	51
4.3.1.1	Presupuesto inicial para el centro de acopio	53
4.3.1.2	Mano de obra	54
4.3.1.3	Disponibilidad de insumos y materia prima.....	54
4.3.1.4	Disponibilidad de tecnología.....	54
4.3.1.5.	Sistema de selección	55
4.3.1.6	Capacidad de producción	56
4.3.2.	Localización del proyecto	56
4.3.2.1.	Macro localización	56
4.3.2.2.	Micro localización.....	56

4.3.2.3.	Justificación	56
4.3.3.	Proceso de producción	57
4.3.4.	Diagrama de flujo y procesos.....	61
4.3.5.	Distribución en planta de la maquinaria y equipo.....	62
4.3.6.	Organización de la empresa	63
4.3.6.1.	Base legal	63
4.3.6.2.	Nombre o razón social	64
4.3.6.3.	Titularidad de propiedad de la empresa	65
4.4.	Tipo de empresa	65
4.5.	Filosofía empresarial.....	66
4.5.1.	Misión	66
4.5.2.	Visión.....	66
4.5.3.	Objetivos empresariales	67
4.5.4.	Estrategias empresariales	67
4.5.5.	Principios	68
4.5.6.	Valores	68
4.6.	Organización administrativa	68
4.6.1	Funciones	70
4.7	Costos e inversiones.....	73
4.7.1.	Costos.....	73
4.7.2.	Inversiones	78
4.7.3.	Punto de equilibrio	81
4.7.4.	Estados de resultados	83
4.7.5.	Flujo de efectivo.....	85
4.8.	Evaluación del proyecto.....	85
4.8.1.	Financiera.....	85
4.8.2.	VAN.....	86
4.8.3.	TIR	89
4.8.4.	RB/C.....	90
4.8.5.	PRI	91
4.8.6.	Evaluación social, técnica e impacto del proyecto.....	92
4.8.6.1.	Análisis de los impactos.....	93
	Conclusiones.....	96
	Recomendaciones	97
	Bibliografía	98
	Anexo.....	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE CUADROS

No.	Título	pág.
1.	Productos que se cultiva	26
2.	Venta de productos agrícolas	27
3.	Lugares de comercialización de productos	28
4.	Pago por producto	29
5.	Agricultores asociados	30
6.	Problemas de comercialización	31
7.	Agricultores dispuestos a formar parte del centro de acopio.....	32
8.	Agricultores dispuestos a comercializar a través de un centro de acopio....	33

ÍNDICE DE GRÁFICOS

No.	Título	pág.
1.	Productos que se cultiva.....	26
2.	Venta de productos agrícolas	27
3.	Lugares de comercialización de productos	28
4.	Pago por producto	29
5.	Agricultores asociados	30
6.	Problemas de comercialización	31
7.	Agricultores dispuestos a formar parte del centro de acopio.....	32
8.	Agricultores dispuestos a comercializar a través de un centro de acopio.....	33
9.	Cadena de valor	58

RESUMEN EJECUTIVO

La realización del “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE CEBOLLA BLANCA EN EL BARRIO LA LIBERTAD, PARROQUIA SAN JUAN DE PASTOCALLE DEL CANTÓN LATACUNGA, PARA EL PERIODO 2014 - 2015”, utiliza la información secundaria (encuestas, entrevistas y observación directa) y con ella se establecen conclusiones trascendentales; como, la predisposición de los agricultores para ser parte de este centro de acopio, apoyo de la comunidad para la realización del proyecto y deseos de superación por parte de los agricultores. En el estudio de mercado se obtienen como resultado una demanda del producto así como la aceptación de la colectividad por comprar los productos en el centro de acopio. El centro de acopio contará equipado tanto material como con talento humano acorde a los requerimientos del mismo, satisfaciendo las necesidades de los demandantes y generando utilidad para los inversionistas. En función a varios factores se seleccionó la alternativa más óptima de localización del proyecto, misma que se concentró en la Parroquia San Juan de Pastocalle. El centro de acopio será constituido como Sociedad Anónima conformada por contar con tres accionistas los cuales aportarán con el 64% de capital requerido. En el estudio técnico se obtiene una inversión total de 148701,22, de los cuales el 36% que representan 54332,78 serán a través de financiamiento con la Corporación Financiera Nacional a 5 años. Seguidamente se efectuó el estudio económico financiero, obteniendo un VAN positivo de 51075,71 que demuestra que el proyecto es factible de realizarlo, un TIR de 25,79% que sobrepasa a la tasa mínima vigente en el mercado y un beneficio costo de 1,34, que nos quiere decir que por cada dólar que se invierta se tendrá como rentabilidad 0,34 centavos de dólar. Finalmente se realiza un análisis de impacto social, ya que es el más representativo en el presente proyecto debido al aporte de nueva mano de obra directa e indirecta.

SUMMARY

This investigation was carried out Feasibility Project for the creation of clearinghouse White onion at Libertad neighborhood, parish from San Juan de Pastocalle, Latacunga city, to period 2014-2015, using secondary information (surveys, interviews and direct observation) and down-reaching conclusions; as willingness farmers to be part of this collection center, community support for Project and desire to Excel by farmers. In the study of market demand of the product and the acceptance of the community to buy the products in the collection center are obtained as a result. The collection center will be equipped with both material and human talent according to requirements thereof, meeting the needs of the applicants and meeting the requirements useful to investors. The function of several factors the most optimal alternative location of the Project, which focused on same Parish is selected. The collection center will be established as a corporation formed by having three shareholders, which contribute to 64% required capital. The technical study is obtained a total investment 148,701.22 with 36% will be representing 54,332.78 with funding through the National Financial Cooperation to 5 years. Then the financial economic study was carried out, obtaining a positive NPV of 51,075.71 that shows the Project is feasible to realize an IRR of 25.79%, which exceeds the current minimum rate at the market, and benefit cost 1, 34 which means that for every dollar invested returns will be considered as 0.34 cents. Finally social impact analysis is done, as it is the most representative in this Project due to the contribution of new hand direct and indirect labor.

INTRODUCCIÓN

El proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio de cebolla blanca en el Barrio La Libertad, Parroquia San Juan de Pastocalle del Cantón Latacunga, para el periodo 2014 - 2015” consta de los siguientes capítulos: El Problema, Marco Teórico, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Financiero, Organización de la Empresa, y los Impactos del mismo.

Dentro del problema, se establece el porqué de llevar a cabo el presente estudio, sus objetivos y justificación.

En el capítulo correspondiente al marco teórico, se realiza la investigación documental sobre proyectos y empresas, para dar paso a cada uno de los estudios particulares que encierra la propuesta

Estudio de mercado contempla el análisis de la oferta y la demanda y el análisis minucioso de las encuestas realizadas tanto a productores como compradores de cebolla blanca en los mercados de Latacunga.

El estudio técnico detalla el tamaño del proyecto, la micro localización y la macro localización, la ingeniería, la distribución del centro de acopio, la tecnología a utilizar.

La organización de la empresa, es abordada desde el punto de vista jurídico-legal, define los requisitos para su conformación, y detalla las funciones del directorio y del personal técnico.

El estudio económico financiero, parte de la proyección de ingresos y egresos durante los primeros cinco años, detalla los estados financieros proforma y determina la evaluación financiera.

Posteriormente se define los impactos social, y medioambiental que se generan durante la ejecución del proyecto, dándonos el proyecto global resultados positivos.

Y para finalizar se realizó las conclusiones y recomendaciones que deben ser tomadas en cuenta en la puesta en práctica del proyecto.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El sector agropecuario del Ecuador enfrenta nuevos y más complejos desafíos. El proceso de globalización de la economía impone a cada país la necesidad de la especialización en aquellas producciones que le permitan una inserción estable al comercio nacional e internacional.

El Barrio La Libertad no cuenta hasta la fecha con un sistema de capacitación que brinde apoyo idóneo al sector productivo de cebolla blanca para lograr cultivos sanos, que oriente a la utilización de métodos de comercialización, trayendo como resultado la desmotivación y poco interés de los agricultores, puesto que se ven en la necesidad de mover sus productos donde los costos de transporte se les incrementan y los niveles de utilidad obtenidos son irrelevantes en relación a su inversión.

1.1.1 Formulación del Problema

¿En qué medida el proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio de cebolla blanca en el Barrio La Libertad, Parroquia San Juan de Pastocalle del Cantón Latacunga, facilitará la generación de cambios en el empleo, producción, distribución e ingresos para los involucrados?

1.1.2 Delimitación del Problema

El presente trabajo de investigación se lo realizará en el Barrio La Libertad, Parroquia San Juan de Pastocalle del Cantón Latacunga, para el periodo 2014 – 2015.

1.2 JUSTIFICACIÓN

La investigación se efectúa con el propósito definido de conocer si es viable o no desde el punto de vista financiero llevar acabo inversiones que permitan a un centro de acopio de cebolla blanca en el Barrio La Libertad del Cantón San Juan de Pastocalle de la

Ciudad de Latacunga, ya que hoy en día no podemos aventurarnos con iniciativas productivas que requieren volúmenes considerables de inversión.

Es conveniente llevar a cabo la investigación ya que con ella se conocerá aspectos importantes como: organización empresarial, capacidad productiva, mercado, localización de la empresa, distribución y costos que serán necesarios para que la idea se haga realidad, pero algo muy importante si la idea empresarial será rentable más que los créditos que brindan las inversiones en la banca y cooperativas de ahorro y crédito de la región.

La creación del centro de acopio, pretende el crecimiento del Barrio La Libertad de forma equitativa, a través del acopio de cebolla blanca y su posterior comercialización, de este modo minimizar los problemas de carácter socio-económico de la Parroquia San Juan.

Los criterios que permiten evaluar el valor potencial de la investigación son:

- Conveniencia, las personas no colocarán dinero en una idea, que no tenga sustento técnico, es decir que no se conozca cómo se llevará a cabo, tendrá o no éxito en el mercado, será o no rentable y tendrá o no aporte social.
- Implicaciones prácticas, el proyecto como instrumento técnico nos ayudará a resolver algunos problemas prácticos como: tamaño, localización, distribución en planta y estructura organizacional que deberá tener la nueva empresa, así como de donde provendrán los recursos económicos para impulsar la idea.
- Relevancia social, toda idea productiva que promueva, impulse e incremente el empleo en todas las localidades del Ecuador, será bien vista por la comunidad, el presente proyecto pretende hacerle más dinámica y activa la producción de cebolla blanca con la participación de cada vez más productores en la Parroquia San Juan.

- Utilidad metodológica, todos los estudios que integran un proyecto pueden ayudar a crear un nuevo instrumento para recolectar o analizar información a la vez que apoyan con diferentes conceptos y sugieren cómo estudiar adecuadamente una idea productiva.
- Valor teórico, con la aplicación del proyecto propuesto se espera tener una exploración fructífera sobre lo que representa la creación de una empresa en la práctica.

De modo general el proyecto justifica su realización en la generación de empleo, beneficio a sectores como: proveedores, trabajadores e inversionistas.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Desarrollar un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio de cebolla blanca en el Barrio La Libertad, Parroquia San Juan de Pastocalle del Cantón Latacunga.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Establecer el problema de la investigación.
- Construir el marco teórico correspondiente al proyecto.
- Establecer el marco metodológico que tendrá el desarrollo del proyecto en cuestión.
- Desarrollar la propuesta para el proyecto de factibilidad propuesto.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1 Proyecto de factibilidad

El proyecto es un caso ideal, una serie óptima de actividades orientadas hacia la inversión, fundadas en una planificación sectorial completa y coherente, mediante la cual se espera que un conjunto específico de recursos humanos y materiales produzca un grado determinado de desarrollo económico y social.

Los elementos componentes del proyecto deben definirse con precisión en cuanto a carácter, lugar y tiempo. Se han de calcular de antemano los recursos necesarios de financiación, materiales y de mano de obra, y los beneficios creados en forma de economía de costos, mayor producción y desarrollo institucional. Los costos y beneficios se calculan en términos financieros y económicos o se definen (si no es posible cuantificarlos) con precisión suficiente para permitir que pueda formularse un juicio razonado acerca de la serie óptima de actividades.

Por razones administrativas y de planificación, cada proyecto constituye una unidad independiente de operación, con su propia evaluación, negociación de condiciones y términos, documentos legales, presentación ante la junta, procedimientos de desembolso, supervisión, etc. Según los fines y las circunstancias, el préstamo del Banco puede financiar una parte secundaria o principal de las partidas incluidas en un proyecto, y el propio proyectador puede limitarse a una pequeña parte del programa de desarrollo correspondiente al sector, o abarcar la totalidad del programa”.
(ARBOLEDA 2008)

2.1.2 Estructura de un proyecto

Un proyecto se compone de tres estudios fundamentales y la evolución que son: Estudio de mercado, técnico, financiero y la evaluación financiera, económica y social.

a.- Estudio de mercado

- Mercado consumidor
- Mercado competidor
- Mercado proveedor
- Mercado distribuidor

b.- Estudio técnico

- Tamaño
- Localización
- Ingeniería o proceso productivo.
- Maquinaria y equipo
- Distribución física
- Estructura organizacional

c.- Estudio económico

- Costo de producción
- Costo total
- Inversión total
- Estructura de costos fijos y variables
- Ingresos
- Punto de equilibrio
- Estado de pérdidas y ganancias
- Flujo neto de efectivo
- Estado de situación

d.- Evaluación

- Financiera
- Social (ARBOLEDA 2008)

2.1.3 Objetivos de un proyecto

Dentro de los objetivos de un proyecto se encuentran:

1. Aprender de la experiencia.
2. Asignar eficientemente los recursos(rentabilidad)
3. Contribuir a la sostenibilidad ambiental y desarrollar cultura ambiental
4. Formar ciudadanía
5. Formar equipo
6. Sembrar procesos y asegurar sostenibilidad
7. Ser un instrumento de participación
8. Solucionar el problema (Objetivo específico)

2.1.4 Estudios fundamentales a desarrollar

a. El estudio de mercado

Al estudio de mercado se lo considera como la parte más importante del proyecto. Un buen estudio del mercado, permitirá desarrollar eficientemente todos los demás estudios; técnico, financiero y llevar a cabo una real evaluación del proyecto. De allí la importancia que se le debe dar y que de hecho tiene en todo sentido el estudio de mercado dentro de un proyecto.

Antes de iniciar el estudio de un proyecto, es conveniente tener una idea general del tamaño del mercado.

Si la demanda potencial se presenta mayor que la oferta, es posible empezar a ver la factibilidad de llevar adelante el proyecto. Algunos proyectos no se han culminado porque el mercado no cubre los requerimientos de demanda proyectados o simplemente no existe mercado para nuestro bien o servicio.

El concepto de mercado debe ser amplio. Debe incluir a todas las variables en el cual la empresa va a participar: consumidores (demanda), competencia (oferta), proveedores

(insumos), distribuidores (comercialización), tanto en tiempo histórico, actual como futuro.

En otro contexto al estudiar el mercado comprenderemos que “no hay dos consumidores iguales”, y que es difícil satisfacerlos a todos de la misma manera, de ahí nace la inquietud de saber cómo llegar a todos ellos y satisfacer las necesidades de los consumidores y los inversionistas.

b. El estudio técnico

Este estudio está compuesto por el análisis de:

1. Tamaño
2. Localización
3. Ingeniería o proceso productivo.
4. Maquinaria y equipo
5. Distribución de la planta
6. Estructura organizacional

c. Estudio financiero

En este estudio se pretende determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, el costo total de operación de la planta que abarca los costos de producción, gastos administración y ventas, así como una serie de indicadores que servirán como base para la siguiente fase que es la evaluación.

d. Evaluación financiera y económica

La evaluación financiera estudia los aspectos monetarios del proyecto y la contribución al inversionista.

La evaluación económica en cambio analiza la contribución del proyecto a la economía es su conjunto.

2.1.5 Empresa

Concepto. Según Joaquín Rodríguez Valencia (2006), Administración I, “La empresa es un término nada fácil de definir, ya que a este concepto se le dan diversos enfoques (económico, jurídico, social, etc.)”

Desde el punto de vista económico empresa es una entidad económica destinada a producir bienes o servicios, venderlos, satisfacer un mercado y obtener un beneficio. “Desde el punto de vista social, Caude la considera un conjunto de actividades humanas colectivas, organizadas con el fin de producir bienes o servicios y rendir beneficios” (p.53).

Juan Fco. Fuliá Igual y Ricardo J. Server Izquierdo (2005), Contabilidad Financiera Tomo I, manifiesta: “Es una entidad de órganos y organismos con funciones propias dentro de una determinada estructura de organización económica, jurídica y técnica”. Pág. 11.

De acuerdo a los autores antes expuestos, las empresas son entidades económicas que tienen como función principal el de utilizar y combinar todos los recursos existentes para la producción y/o transformación de los factores, materias primas en bienes y servicios dirigidos para la sociedad en general, y que buscan alcanzar la satisfacción de los clientes.

Las empresas siempre trabajan bajo un normativo legal el cual les permite desarrollarse bajo parámetros específicos para su normal desenvolvimiento.

Importancia de la empresa. Según lo que manifiesta Joaquín Rodríguez Valencia (2006), Administración I, “En la empresa se materializa la capacidad intelectual, responsabilidad y administración, condiciones o factores indispensables para la producción.”

Hay dos aspectos que recalcan la importancia de la empresa. En primer lugar, la empresa es una forma de realizar la producción y obtener ganancias. Las empresas producen bienes o servicios satisfacen las necesidades y deseos de la sociedad al

ponerse a la venta en un mercado, que es el lugar donde se reúnen compradores y vendedores. En segundo lugar, la organización administrativa y constitucional legal de una empresa la hacen un organismo que ofrecen garantías, por lo cual se recurre al crédito y puede hacer planes de mediano y largo plazo. Además, la empresa promueve el crecimiento y el desarrollo, por ejemplo, crear una empresa implica la compra de terreno, maquinaria, equipo, patentes, materia prima, etc.

La empresa también genera producción, que promueve el empleo y progreso general. Es importante la creación de empresas ya que así se puede crear puestos de trabajo para un sin número de personas, reduciendo así el desempleo en el país, a través de la generación de sus propios ingresos para poder mantenerse en el mercado, puesto que uno de los factores más importantes de evolución económica dentro de los países en vías de desarrollo es la creación de empresas.

Características de la empresa. Según lo que manifiesta Joaquín Rodríguez Valencia (2006), Administración I, Las empresas se han establecido sobre unas bases más o menos continuas como colectividades para la consecución de unos objetivos específicos, con independencia de su actividad productiva, titularidad y dimensión empresarial, responden a las siguientes características comunes.

Orientación hacia los objetivos.- Todas las empresas tienen propósitos que las movilizan y justifican su presencia en el sistema económico y social. Sin un objetivo que sea su razón de ser, no tiene sentido. La organización como un todo se esfuerza por alcanzar esos objetivos en términos de eficiencia.

Individuos o grupos.- Que dinamizan las capacidades y generan sinergias. Ya que la empresa facilita el hábitat idóneo para que el resultado sea mayor por el efecto combinado de las potencialidades.

Sistema de trabajo.- Es el conjunto de actividades que permiten diferenciar el flujo de trabajo en la medida necesaria para realizar con eficiencia las operaciones.

Cultura empresarial.- La cultura empresarial se configura a partir de ideas compartidas. Se ha comprobado que el conjunto de valores, creencias y actitudes que se instauran en las empresas, es lo que mantienen sus estructuras y procesos.

El valor de la cultura es inestimable al inducir las relaciones de poder, trato de personas, etc. De acuerdo a lo mencionado anteriormente todas las empresas cumplen con disímiles características que se las diferencian las unas de las otras, en donde cada una de ellas están orientadas a objetivos y metas, los mismos que son la razón principal de ser de la empresa porque existe, teniendo como prioridad el talento humano para la generación de sus recursos.

Clasificación de la empresa.- Según lo que manifiesta Joaquín Rodríguez Valencia (2006), Administración I, “La compleja realidad de las empresas como organismos compuestos de distintos elementos y diferentes funciones hace que se proponga varias clasificaciones.” Existen diversos criterios para clasificar a las empresas, según su: Actividad o giro, constitución patrimonial, magnitud, función económica.

Actividad o giro.- Por su actividad o giro las empresas se clasifican con base en la actividad que desarrollen.

Agropecuarias.- Son las empresas cuya función básica es la explotación de la agricultura; por ejemplo, empresas pasteurizadores de leche, tejidos y cooperativas, entre otras.

Empresas comerciales.- Son empresas que se dedican a adquirir cierta clase de bienes o artículos, con el propósito de venderlos en el mismo estado físico en que fueron adquiridos, aumentando al precio de costo o adquisición un porcentaje denominado “margen de utilidad”. Estas empresas son intermediarias entre el productor y el consumidor y se dividen en:

Mayoristas.- Realizan ventas a gran escala o empresas medio mayoristas, que a su vez distribuyen los productos al mercado de consumo.

Minoristas o detallistas.- Venden productos al menudeo o en pequeña cantidad, directamente al consumidor.

Comisionistas.- Son aquellos que se dedican a vender artículos de los fabricantes, quienes les dan mercancía a consignación a cambio de una comisión.

Empresas privadas.- Las empresas privadas están constituidas por capitales particulares. Son organizadas y dirigidas por sus propietarios y su finalidad puede ser o no lucrativa.

- **Lucrativas.-** Las empresas lucrativas pueden ser individuales, es decir, dirigidas por un solo propietario, o colectivas, en sociedad, es decir, pertenecientes a varios socios.

- **No lucrativas.-** Son empresas que satisfacen necesidades materiales o físicas de sus componentes. Entre estas empresas están las cooperativas, las asociaciones civiles.

Magnitud.- La magnitud es uno de los criterios más utilizados para la clasificación de las empresas. Efectivamente, de acuerdo con su tamaño estas organizaciones son microempresas o pequeñas, medianas o grandes empresas. Los aspectos más usuales para determinar la magnitud de una empresa son los siguientes: Capital invertido, giros de operación, es decir, ventas, personal empleado, potencia instalada, en caso de industrias, otros criterios.

La clasificación de las empresas por magnitud del personal empleado es la que mejor conviene desde el punto de vista de la administración, debido a que tanto la organización administrativa como la contable dependen de la importancia de la organización.

Según Francisco J. Cara (2007), Gestión de Empresas, argumenta que “El tamaño de la empresa va a tener importantes repercusiones en sus aspectos organizativos. El número de trabajadores es el criterio más importante a la hora de considerar a una empresa

grande, mediana o pequeña, aunque también se recomienda utilizar algún criterio financiero complementario como el volumen de negocio y el balance general.” Pág.28.

Por lo mencionado anteriormente existe una gran variedad de clasificación de las empresas, ya que cada una está estructurada de diferente manera y compuestas de distintos elementos y diferentes funciones por lo que se puede llegar a proponer varias clasificaciones entre las más importantes como son actividad o giro, constitución patrimonial, magnitud y función económica. Sin embargo, según en qué aspecto nos fijemos, podemos clasificarlas de varias formas. Dichas empresas, además cuentan con funciones, funcionarios y aspectos disímiles.

Según su función económica. De acuerdo a lo que expone Joaquín Rodríguez Valencia (2006), Administración I, las empresas se clasifican por su función económica que se detalla a continuación.

- **Primarias.-** Son aquellas que se dedican a las actividades extractivas o constructivas; por ejemplo: empresas mineras, agropecuarias, petrolíferas, etc.
- **Secundarias.-** Se dedican a la transformación de las materias primas; por ejemplo: industria papelera, plantas eléctricas, plantas gaseras, etc.
- **De servicios.-** Son empresas que se dedican a una actividad puramente de servicios, como por ejemplo: las compañías de seguros, hoteles, despachos de servicios profesionales, aerolíneas, centros recreativos.

Por lo antes expuesto se puede concluir que las empresas están determinadas por diferentes sectores de acuerdo a cada rama de actividad que desempeñan cada una de ellas, donde todas siguen un mismo objetivo que es el de satisfacer las necesidades de las personas.

Es importante mencionar que las empresas transforman, extraen o industrializan la materia prima y convertirla en bienes industrializados, en donde su principal componente es el factor humano.

2.1.6 Microempresa

Definición de microempresa.- Según lo que menciona Edgar Monteros E. (2005), “Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o prestación de servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación” (p.15).

Las microempresas son pequeñas unidades económicas o una asociación de personas destinadas a la elaboración de un bien o servicio, a través de la utilización de conocimientos tecnológicos y recursos humanos como económicos para obtener un margen de utilidad que permita cubrir todos sus costos.

Importancia de la microempresa.- Según Edgar Monteros E. (2005), La importancia del sector micro empresarial de un país, lo constituye su contribución desarrollo como medio para adelantar procesos eficientes de distribución del ingreso y generación de empleo. Las microempresas son vistas como una nueva y potente alternativa para enfrentar problemas de empleo, desigualdad y pobreza, a escala nacional y mundial. Es muy importante la creación de las microempresas, puesto que cumplen un papel muy importante como es el desarrollo del país a través de la generación de empleo, ya que así se reducirán los índices de pobreza y se mejorará el nivel de vida de la población.

Clasificación de la microempresa.- Según Edgar Monteros E. (2005), “Las microempresas se clasifican por actividades”: a) Alimenticio - Agroindustrial. b) Artesanales. c) Producción y comercialización de cuero y calzado. d) Metalmecánica e) Textiles y confecciones. f) Gráficas e impresiones. g) De la construcción. h) Maderero forestal. i) Servicios técnicos y profesionales.

Objetivos de la microempresa.- Según Edgar Monteros E. (2005), “son operativos y deben ser capaces de convertirse en metas y tareas específicas de todas las áreas de las que depende la supervivencia de la microempresa.” Según el mismo autor los objetivos de la microempresa son:

- **Objetivo de comercialización.**- La microempresa debe ser capaz de crear un cliente que constituya un soporte fundamental para su producción y mantenimiento.

- **Objetivo de innovación.**- Debe ser capaz de innovar, de lo contrario la competencia dejará relegada.

- **Objetivo sobre recursos humanos.**- Debe determinar objetivos relacionados con el suministro, empleo y desarrollo de los recursos humanos.

- **Objetivo de productividad.**- Debe emplearse adecuadamente los recursos y la productividad debe crecer para que la microempresa sobreviva. Los objetivos dentro de las empresas son muy importantes ya que son propósitos que pueden llegar a convertirse en metas y tareas en todas las 64 áreas de la organización, las mismas que ayudaran a fortalecer y mejorar cada uno de los departamentos con los que cuenta la microempresa, ya que de ello depende la supervivencia de la misma.

Características de la microempresa.- Según Gustavo Vargas Sánchez (2006), Introducción a la Teoría Económica, las características de la microempresa son:

- Organización de tipo familiar.
- Gran flexibilidad operativa.
- Aunque tiene problemas estructurales, su capacidad de subsistencia es muy grande.
- El dueño es quien proporciona el capital y quien dirige y maneja el negocio.
- El mercado que abastece es pequeño.
- Su producción no es automatizada.
- Cuenta con poco personal.

Este tipo de microempresas resulta más atractivo, en consideración de que montarlas es relativamente más fácil y porque los riesgos de sus operaciones son menores, inclusive tomando en cuenta que es uno de los sectores de la economía con más competidores y que normalmente deja menor margen de utilidades.

Como característica general de las microempresas podemos señalar que también carecen de una estructura formal en todas sus áreas. El trabajo que realiza el dueño se asemeja al de un “hombre-orquesta” y eventualmente recurre a la asesoría externa y en el mejor de los casos el manejo contable y financiero y en especial sobre aspectos legales de personal, finanzas y tributarios. Pág. 449.

Por lo mencionado anteriormente, las características más relevantes de las microempresas están determinadas por aspectos como; el dueño es el que aporta con todo el capital; crecen principalmente a través de la reinversión de sus utilidades; no cuentan con apoyo técnico financiero, no son financiadas por el gobierno, el tamaño de la empresa está relacionado con la industria en la cual se desenvuelve y por último el número de empleados no superan las 45 personas.

Ventajas y desventajas de la microempresa.

Ventajas de la microempresa.

Según Gustavo Vargas Sánchez (2006), Introducción a la Teoría Económica, algunas ventajas de la microempresa son:

- Sus necesidades de capital son mínimas.
- Se adaptan y asimilan con rapidez a los cambios estructurales y tecnológicos.
- Pueden dar una atención personalizada a los clientes.
- Sus procedimientos administrativos se pueden adaptar a las condiciones del mercado. Pág.450

Una de las ventajas más importantes de la microempresa es que son más flexibles a los cambios del mercado, puesto que no poseen una estructura rígida o ajustada a normas como lo son las grandes empresas.

Desventajas de la Microempresa

De acuerdo a lo que manifiesta Gustavo Vargas Sánchez (2006), Introducción a la Teoría Económica, las principales desventajas son:

- Sus operaciones son reducida, lo que ocasionan bajas ganancias.
- Les falta iniciativa y planeación de sus actividades a largo plazo.
- Tienen un rezago comparativo con otras empresas de mayor tamaño, en el plano tecnológico, productivo y administrativo.
- Enfrentan problemas de diversos tipos, como fiscales, de financiamiento, personal, de planta, transporte etc. Pág. 450

Con lo manifestado anterior mente se puede concluir que la microempresa representa un grado de perjuicios puesto que no desarrolla ni aumenta su productividad, lo que pasa al contrario de lo que son las empresas.

Niveles estructurales y funcionales de la microempresa.

Nivel ejecutivo. Según (<http://www.educacion.gob.pa/n-operat.htm>), la presidencia ejecutiva que ejerce la representación legal y tiene en su misión fijar estrategias y políticas específicas tendientes a lograr los objetivos institucionales, administrando los recursos disponibles (humanos, financieros y técnicos), coordinando las actividades de las diferentes unidades.

De acuerdo a lo establecido anteriormente el nivel ejecutivo se encarga de establecer una determinada persona que cumpla con el rol de presidente ejecutivo, el mismo que deberá implantar estrategias y políticas para el logro y cumplimiento de los objetivos, a través de la correcta administración de los recursos como son humanos, financieros y técnicos.

Nivel operativo. Según (<http://www.educacion.gob.pa/n-operat.htm>), ejecuta actividades para el cumplimiento de objetivos operativos establecidos y de coordinación administrativa y técnica de la compañía.

Está conformado por:

- a. Gerencia de ingeniería y construcción.
- b. Gerencia de operación y mantenimiento.

- c. Gerencia de comercialización.
- d. Gerencia administrativa – financiera.
- e. Gerencia de planificación.
- f. Gerencia de gestión ambiental.

En forma complementaria existen algunos reglamentos como: a) El orgánico funcional y b) El manual de clasificación y valoración de puestos, documentos que describen las funciones de cada una de las gerencias de área, así como también las funciones de cada cargo.

El nivel operativo está conformado por delegaciones que conforman las diferentes áreas y funciones de la alta Gerencia, los mismos que se encargan de ejecutar las actividades para lograr el pleno cumplimiento de los objetivos trazados por la institución.

2.1.7 Centro de acopio

El centro de acopio es una medida de mejoramiento de la comercialización de bienes, por lo que a continuación se cita lo siguiente:

Definición de centro de acopio.- Según Méndez Gladis (2010) define al centro de acopio: “a la instalación física permanente o temporal, destinada a la recepción de bienes o insumos adquiridos para la venta en donde se selecciona, empaca y prepara, para su venta.” Pág. 80.

El centro de acopio es un lugar físico que permite reunir una gran cantidad y variedad de productos agrícolas para mejorar la comercialización directa entre productores y consumidores, brindando así productos de mejor calidad y precios justos.

¿Qué son los Centros de Acopio? De acuerdo a la página <http://www.santacruz.gob.bo/productiva/apoyo/agricola/acopio/contenido.php?IdNoticia=2777&IdMenu=400110#ancla>) Son instalaciones administradas por un comité, que cumplen la función de concentrar o reunir la producción de hortalizas y frutas de pequeños productores, para que puedan competir en cantidad y calidad; los mismos

están equipados con máquinas de alta tecnología, que realizan el lavado sanitario, secado, selección, procesamiento y empaque de productos, para luego ser enviados a los mercados mayoristas urbanos, distritales, supermercados, etc.

El módulo incluye también: galpón con facilidad de carga y descarga de camiones, balanzas, mesa de selección, despulpadora, cámara frigorífica para congelar pulpa de frutas, depósito de empaques, muebles y equipos de oficina. Estos centros son resultado del proyecto denominado “Implementación centro de acopio - Mercadeo Agrícola” cuyo objetivo es mejorar las condiciones socioeconómicas de los pequeños productores de frutas y hortalizas en seis Municipios del departamento de Santa Cruz. Basado en el estudio de factibilidad, realizado por la Agencia de Cooperación Internacional del Japón – JICA, el Proyecto Mercadeo Agrícola, dependiente de la Secretaria de Desarrollo Productivo, en el periodo 2005-2007, se encargó de la construcción de seis centros de acopio, selección, empaque y procesamiento de hortalizas y/o frutas; cinco en Municipios de los valles cruceños (Mairana, Pampa grande, Comarapa, Saipina y Vallegrande) y uno en San Carlos (prov. Ichilo), los mismos que durante las gestiones 2008-2010 fueron implementados con maquinaria y equipos adecuados para el mejoramiento de la sanidad e inocuidad de los productos.

Características del centro de acopio.- Según Reinoso Jorge, Ramos Julio, y Torres Hugo (1979), las características del centro de acopio sirven para: “Organizar a los productores para la comercialización del centro de acopio. Elevar los niveles de ingreso de los productores a través del desarrollo del poder de negociación de los productores del centro de acopio.

Racionalizar los actuales canales de mercado a fin de lograr ventajas comparativas en los mercados finales. Ampliar la demanda efectiva ofreciendo el producto a precios racionales y más homogéneos.” Pág.24.

Las características más relevantes que brinda el centro de acopio son aquellas que ayudara a elevar el nivel de ingresos de los productores como también tener precios competitivos en el mercado, además de racionalizar los canales de distribución, con el fin de que los productos puedan salir de los lugares que sean de difícil acceso y así exista mayor diversificación de los productos.

Función del Centro de Acopio.- Según De Espada Aida, Torrealba Juan y Torres Hugo (1974), “La función de los centro de acopio debe entenderse como uno de los medios para mejorar el sistema de comercialización, estimulando el cambio hacia mejores niveles de productividad en las distintas etapas del mercadeo en que actúen estos centros.

Esto implica que estos centros de acopio deben entenderse como una red orgánica que abarque cierta zona, si se pretende impactar los mercados rurales y los mercados mayoristas urbanos.” Pág.13.

La función primordial del centro de acopio es mejorar el sistema de comercialización y distribución, estimulando el incremento en la productividad y así brindar un mayor abastecimiento y variedad de productos a todos los mercados locales y regionales.

Beneficiarios de los Centros de Acopio.- De acuerdo a lo que manifiestan De Espada Aida, Torrealba Juan y Torres Hugo (1974) los beneficiarios del centro de acopio son: Se trata de identificar a los beneficiarios directos e indirectos de los centro de acopio para conocer su número e ingresos antes y después de creado el centro de acopio, determinándose las acciones que se realizarían con ellos. Además se trataría de estimar los efectos sociales y económicos.

Comercialización de productos agrícolas.- Para la comercialización de los productos agrícolas se ha tomado en consideración lo siguiente:

Definición de productos agrícolas.- De acuerdo a lo que manifiesta la Enciclopedia Practica de la Agricultura y la Ganadería (2002), “El proceso de producción agrícola consolida una economía de exportación de materias primas agropecuarias. Puede realizarse un recorrido muy somero por la reciente historia agropecuaria latinoamericana.” Pág. 10

Según Muns Joaquim (2005) “Son productos agrícolas los productos del suelo, de la ganadería y de la pesca, al igual que los productos de primera transformación que estén en relación directa con sus productos de base.” Pág. 220-221 Los productos agrícolas son aquellos productos que se relacionan específicamente con el suelo, la ganadería y la

pesca que permite la explotación de materias primas de primera transformación para la satisfacción del ser humano.

2.1.7.1 Concepciones básicas generales acerca de un centro de acopio

Tratándose de una actividad destinada a ser desarrollada en un “AREA RURAL”, deberá adecuarse a la problemática específica y a los lineamientos.

En este sentido un centro de acopio, no es un fin en sí mismo, sino un medio para lograr objetivos superiores en conjunto con otros mecanismos e instrumentos creados para realizar acciones integradas.

El centro de acopio es un elemento dinámico que está concebido para influir positivamente en el mejoramiento de la capacidad negociadora de los pequeños y medianos productores de la zona. En consecuencia se espera que su funcionamiento genere:

- ❖ Mejoras en los ingresos de los productores.
- ❖ Incremento de producción
- ❖ Ordenamiento y planificación en la producción del área.
- ❖ Aumentos en la calidad y cantidad de la participación de los productores en el proceso producción-comercialización.
- ❖ Significativo mejoramiento de las organizaciones existentes o generación de nuevas, para integrarse al proceso.

El centro de acopio se concibe conceptualmente como un sistema que puede acopiar y/o despachar productos, en y desde diferentes lugares, según convenga a la optimización de las operaciones en lo referente a. eficiencia, costos, calidad y otros requerimientos. Este sistema se retroalimenta constantemente con la información que surge de sus mismas operaciones lo que permite corregir y reorientar su actividad para mejorar resultados.

En síntesis, el centro de acopio no debe entenderse únicamente como lugar físico donde se concentra la producción para ser comercializada, sino como un proceso flexible que

funciona de acuerdo a una realidad particular buscando integrar a su actividad a los productores organizados en grupos lo más homogéneos posibles.

2.2 IDEA A DEFENDER

El proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio de cebolla blanca en el Barrio La Libertad, Parroquia San Juan de Pastocalle del Cantón Latacunga, en el periodo 2014 - 2015, permitirá a los inversionistas enfrentar con éxito los retos de la inversión y dar mayor satisfacción de las necesidades y deseos de los clientes.

2.3 VARIABLES

2.3.1 Variable independiente

Proyecto de factibilidad para el centro de acopio de cebolla blanca

2.3.2 Variable dependiente

Éxito de los retos de la inversión en la empresa

Satisfacción de las necesidades y deseos de los clientes

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La Investigación tendrá la modalidad Cuanti-cualitativa

3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La investigación e de tipo exploratoria, descriptivo y longitudinal

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población constituyen los productores de cebolla blanca, en el Barrio La Libertad de la Parroquia San Juan de Pastocalle del Cantón Latacunga.

140 productores, que por ser una población amplia en especial la de los socios, es necesario el cálculo de una muestra representativa a través de la utilización de la siguiente fórmula:

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

$$n = \frac{(1.96^2) \times 140 \times 0,5 \times 0,5}{(0.005 \times (140-1)) + (1.96^2) \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{134,456}{1,3079}$$

n =

$$n = 103$$

Es decir se aplicaran los instrumentos de recolección de datos a 103 productores de cebolla blanca en San Juan de Pastocalle.

3.4. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Los métodos y técnicas a emplear en la presente investigación son:

Métodos

El método inductivo un método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares, para que de esta forma se pueda establecer la enunciación de posibles resultados.

Para el desarrollo de la siguiente investigación se ha seguido los pasos del método científico, ya que se basa en un conjunto de procedimientos lógicos, normas y estrategias que se utilizan científicamente para la comprobación de las hipótesis planteadas, está fundamentada en la ciencia.

Técnicas de investigación

Para la elaboración de este proyecto se utilizaran diferentes técnicas de investigación como.

Observación directa

(Achig, 2001), Como su nombre lo indica es un instrumento de recolección de información muy importante y consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos o conductas que manifiesta el cliente al recibir el servicio o bien cuando se determina los atributos que son importantes ya sea de productos o servicios.

La observación de campo es el recurso principal de la observación descriptiva; se realiza en los lugares donde ocurren los hechos o fenómenos investigados. La investigación social y la educativa recurren en gran medida a esta modalidad. La observación de laboratorio se entiende de dos maneras: por un lado, es la que se realiza en lugares pre-establecidos para el efecto tales como los museos, archivos bibliotecas y naturalmente los laboratorios; por otro lado también es investigación de laboratorio la

que se realiza con grupos humanos previamente determinados, para observar sus comportamientos y actitudes.

Encuesta

(Benalcázar, 2010), afirma que la mediante la encuesta se obtienen datos de interés sociológico interrogando a los miembros de un colectivo o de una población.

Como características fundamentales de una encuesta, Sierra Bravo destaca:

- 1) La encuesta es una observación no directa de los hechos sino por medio de lo que manifiestan los interesados.
- 2) Es un método preparado para la investigación.
- 3) Permite una aplicación masiva que mediante un sistema de muestreo pueda extenderse a una nación entera.
- 4) Hace posible que la investigación social llegue a los aspectos subjetivos de los miembros de la sociedad.

La entrevista

La entrevista es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, tiene importancia desde el punto de vista educativo; los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma. (Kerlinger, L. 1983).

Observación individual y de equipo

La observación individual es la que hace una persona, sea porque es parte de una investigación igualmente individual, o porque dentro de un grupo, se le ha encargado de una parte de la observación para que la realice sola.

3.5. RESULTADOS

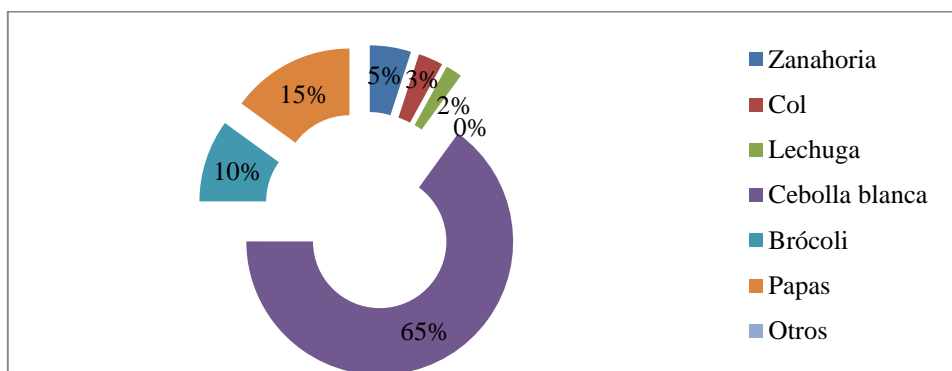
Una vez aplicado el instrumento de recolección de datos, la encuesta (ver anexo No.1) se ha obtenido los siguientes resultados.

1.- ¿Qué productos cultiva en su medio?

Cuadro 1. Productos que se cultiva

Categoría	Frecuencia	%
Zanahoria	5	5%
Col	3	3%
Lechuga	2	2%
Cebolla blanca	67	65%
Brócoli	11	10%
Papas	15	15%
Otros	0	0%
Total	103	100%

Gráfico 1. Productos que se cultiva



Fuente: Encuesta dirigida a agricultores, 2013

Elaborado por: La autora

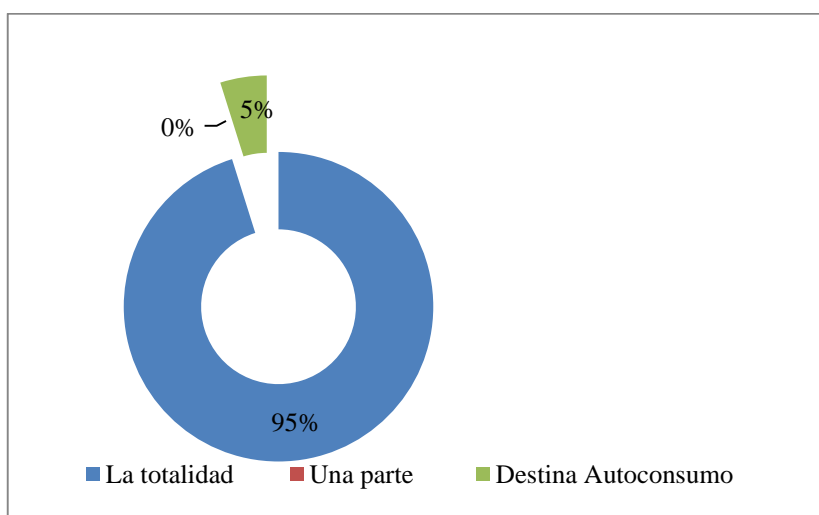
Análisis: En esta pregunta podemos observar que los agricultores de la Parroquia San Juan de Pastocalle en su mayoría se dedican al cultivo de cebolla blanca, un grupo menos considerable producen papas, así como brócoli y en pequeñas proporciones col, lechuga y zanahoria.

2. ¿Lo que usted produce, vende, y en qué cantidad?

Cuadro 2. Venta de productos agrícolas

Categoría	Frecuencia	%
La totalidad	98	95%
Una parte	0	0%
Destina Autoconsumo	5	5%
Total	103	100%

Gráfico 2. Venta de productos agrícolas



Fuente: Encuesta dirigida a agricultores, 2013

Elaborado por: La autora

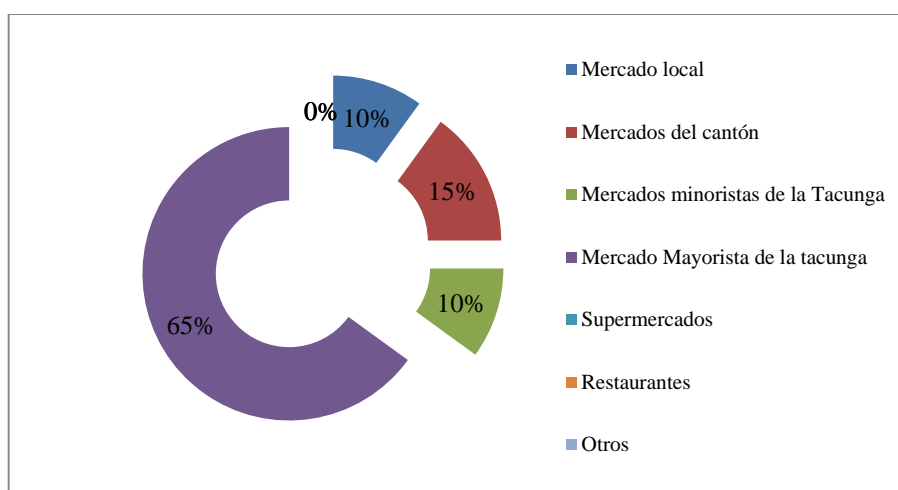
Análisis: Los agricultores venden sus productos agrícolas en su mayoría, eso quiere decir que existe una gran demanda de dichos productos de este sector que son muy pretendidos en el mercado, mientras que nadie responde que los agricultores consumen una parte o para el autoconsumo en pequeñas cantidades.

3. Escriba una x en el lugar o lugares donde usted comercializa sus productos:

Cuadro 3. Lugares de comercialización de productos

Categoría	Frecuencia	%
Mercado local	10	10%
Mercados del cantón	15	15%
Mercados minoristas de Latacunga	11	10%
Mercado Mayorista de Latacunga	67	65%
Supermercados	0	0%
Restaurantes	0	0%
Otros	0	0%
Total	103	100%

Gráfico 3. Lugares de comercialización de productos



Fuente: Encuesta dirigida a agricultores, 2013

Elaborado por: La autora

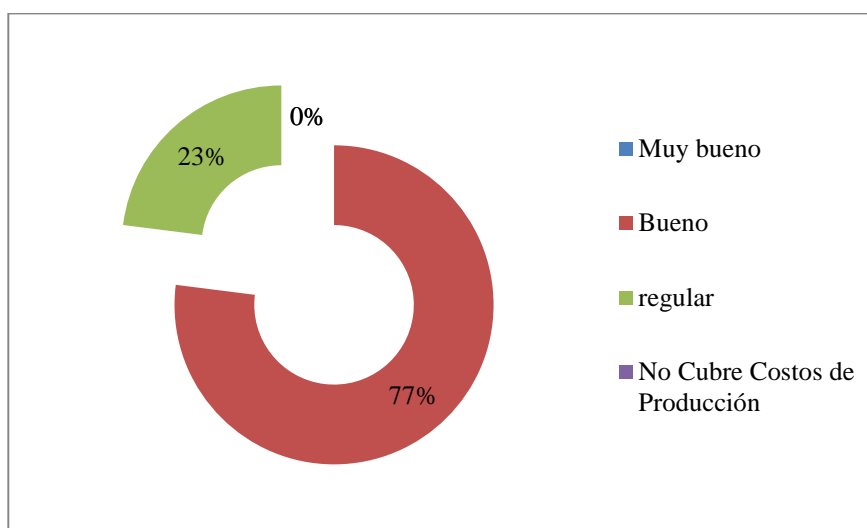
Análisis: La mayoría de los agricultores de cebolla blanca prefieren vender sus productos en el mercado Mayorista de la Ciudad de Latacunga puesto que en este lugar se realiza la compra venta al por mayor, un 15% lo hace en los mercados del cantón, muy pocos venden en el mercado minorista y el mercado local.

4. ¿El pago que recibe por la venta de sus productos es?

Cuadro 4. Pago por producto

Categoría	Frecuencia	%
Muy bueno	0	0%
Bueno	79	77%
Regular	24	23%
No Cubre Costos de Producción	0	0%
Total	103	100%

Gráfico 4. Pago por Producto



Fuente: Encuesta dirigida a agricultores, 2013

Elaborado por: La autora

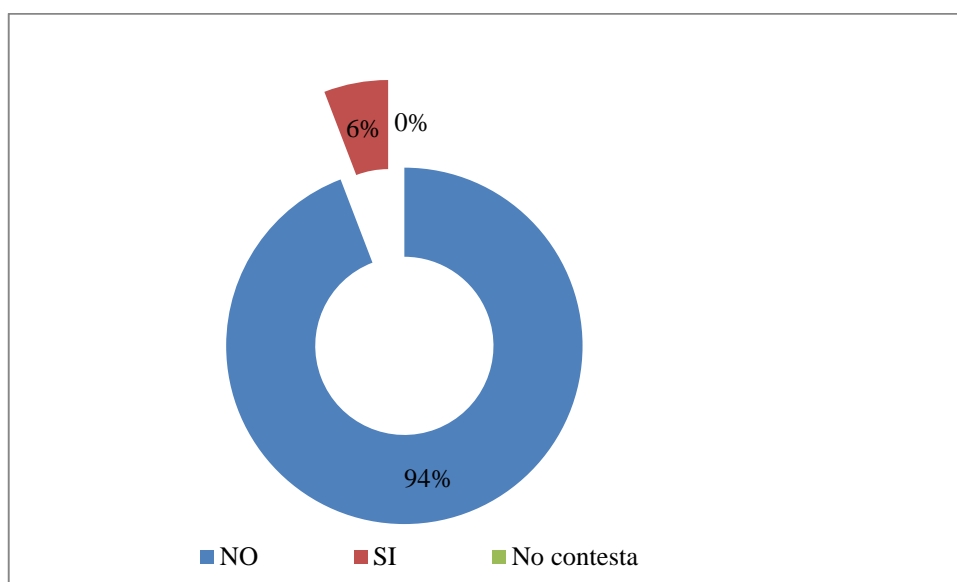
Análisis: Existe una mayoría de agricultores que afirman que el pago que reciben de sus productos es bueno, manifiestan que existen días buenos que se recupera la inversión en un par de cosechas, pero también declaran que existen días que el precio disminuye hasta que no cubren ni los costos de producción, es por ello que manifiestan que el precio es bueno ya que compensan lo uno con lo otro aunque esta respuesta no es tan correcta ni tampoco es analizada rigurosamente por que los productores no llevan contabilidad y su estimación es al azar. Mientras que apenas un 23% de los encuestados dicen que el pago por sus productos es regular.

5.- ¿Usted pertenece a una asociación de productores agrícolas?

Cuadro 5. Agricultores asociados

Categoría	Frecuencia	%
NO	97	94%
SI	6	6%
No contesta	0	0%
Total	103	100%

Gráfico 5. Agricultores asociados



Fuente: Encuesta dirigida a agricultores, 2013

Elaborado por: La autora

Análisis:

La gran mayoría de los encuestados no pertenecen a ninguna asociación de productores agrícolas, es decir son agricultores independientes, un pequeño grupo pertenece a alguna agrupación social de producción agrícola.

6. ¿Qué aspectos considera como problemas para la comercialización de los productos agrícolas?

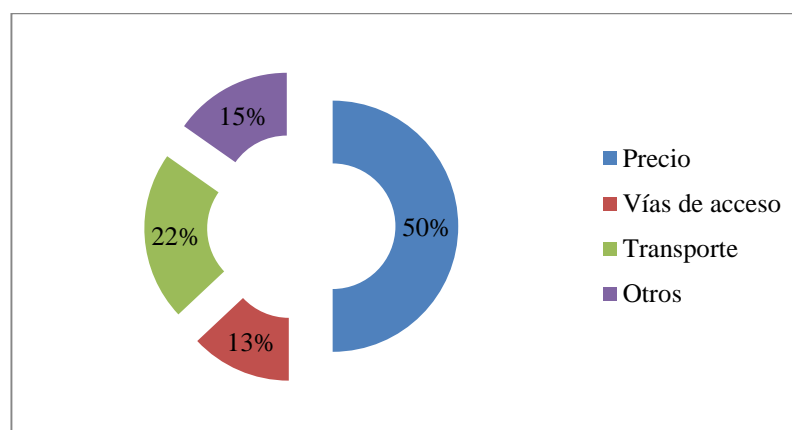
Cuadro 6. Problemas de comercialización

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Precio	52	50,0%
Vías de acceso	13	13,0%
Transporte	22	21,8%
Otros	16	15,3%
Total	103	100,0%

Fuente: Encuesta dirigida a agricultores, 2013

Elaborado por: La autora.

Gráfico 6. Problemas de comercialización



Fuente: Encuesta dirigida a agricultores, 2013

Elaborado por: La autora.

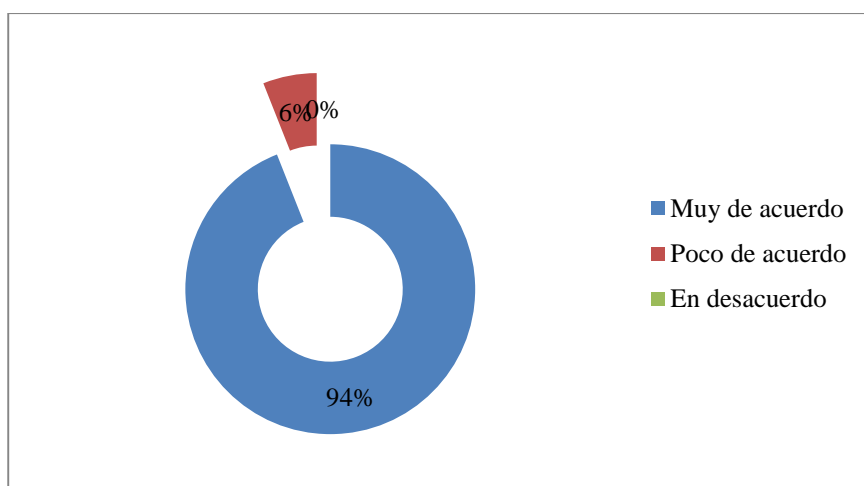
Análisis: El mayor problema que enfrentan los agricultores es el precio, debido a que en el mercado existen caídas de precios, los agricultores no pueden cubrir el costo de producción peor aún obtener una utilidad, además el transporte es escaso y se debe alquilar vehículos para la transportación lo que retrasa la llegada al mercado, así también las carreteras se encuentran en malas condiciones hasta la salida a la panamericana, esto también demora la transportación de la carga.

7. ¿Estaría dispuesto a formar parte de un centro de acopio como sociedad colectiva para productos agrícolas en el Barrio La Libertad?

Cuadro 7. Agricultores dispuestos a formar parte del centro de acopio

Categoría	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	97	94%
Poco de acuerdo	6	6%
En desacuerdo	0	0%
Total	103	100%

Gráfico 7. Agricultores dispuestos a formar parte del centro de acopio



Fuente: Encuesta dirigida a agricultores, 2013

Elaborado por: La autora

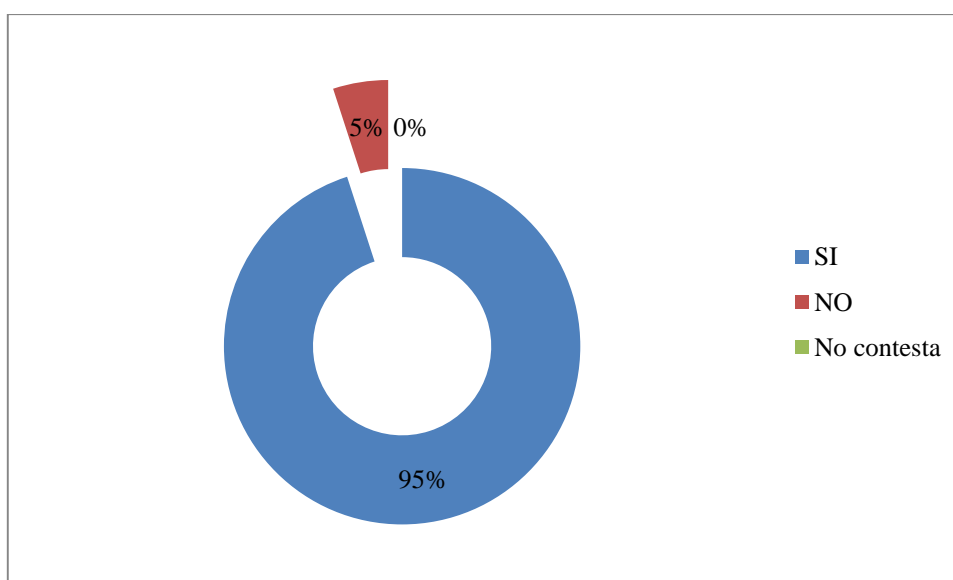
Análisis: La gran mayoría de los encuestados están de acuerdo en formar parte de un centro de acopio como sociedad colectiva para productos agrícolas en el Barrio La Libertad, Parroquia San Juan de Pastocalle, puesto que están muy consientes en los grandes beneficios como generación de empleo, mayores ingresos y estabilización laboral que acarrea la creación de este centro de acopio, además ayudaría a dinamizar la economía local, lo cual haría más atractivo al mercado, mientras que apenas el 6% de agricultores están poco de acuerdo en formar parte de este proyecto ya que desconocen de los beneficios que este puede brindar.

8.- ¿Estaría dispuesto a comercializar sus productos, a través de un centro de acopio?

Cuadro 8. Agricultores dispuestos a comercializar a través de un centro de acopio

Categoría	Frecuencia	%
SI	98	95%
NO	5	5%
No contesta	0	0%
Total	103	100%

Gráfico 8. Agricultores dispuestos a comercializar a través de un centro de acopio



Fuente: Encuesta dirigida a agricultores, 2013

Elaborado por: La autora

Análisis: La mayoría de los agricultores de San Juan de Pastocalle de la Ciudad de Latacunga, están dispuestos a comercializar sus productos a través de un centro de acopio, consideran que se obtendrán mejores precios o por lo menos se estabilizaran, un grupo muy reducido no considera necesario la comercialización de sus productos a través de un centro de acopio.

3.6. Verificación de la idea a defender

El proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio de cebolla blanca en el Barrio La Libertad, Parroquia San Juan de Pastocalle del Cantón de Latacunga, se sustenta en las preguntas 1,7,8 del cuestionario, las mismas que en su mayoría respaldan la idea propuesta y a ser defendida, y a esta se le presentan los siguientes argumentos:

1.- Aliados

- Los productores del Barrio La Libertad tienen toda la predisposición para participar dentro del proyecto, el cual les permita incrementar sus ingresos.
- El proyecto cuenta con los recursos humanos necesarios para poner en marcha su implementación.
- Existe apoyo comunitario por parte de la junta parroquial, el mismo que servirá para que los productores adquieran mayor conocimiento.

2.- Oponentes

- La falta de conocimiento por parte de los posibles demandantes sobre la existencia del centro de acopio en el sector del Barrio La Libertad.
- Los productores del Barrio La Libertad no cuentan con capacitación técnica que permita mejorar el proceso de distribución.
- Hace falta de calidad al momento de su comercialización.

3.- Oportunidades

- Los productos agrícolas de este sector tienen una gran demanda dentro de los mercados locales.
- Los productores del Barrio La Libertad producen una variedad de productos para el consumo, pero le ponen énfasis en la cebolla blanca.

- Crecimiento del mercado a través de la oferta de precios competitivos y productos de excelente calidad.
- Aprovechar la creciente demanda de productos agrícolas para abrir nuevos mercados en el extranjero.

4.- Riesgos

- La poca rentabilidad que se obtiene cuando existe una sobre oferta en el mercado causada por los mismos productores al dedicarse a sembrar un solo tipo de producto.
- Los cambios climáticos bruscos que se está experimentando estos últimos años han provocado pérdidas económicas ocasionando riesgo en las zonas de cultivo.
- Dificultades con la preservación de la calidad de los productos agrícolas puesto que este tipo de producción es perecible.
- Escasa inversión en proyectos agrícolas.

CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1. TÍTULO

Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio de cebolla blanca en el Barrio La Libertad, Parroquia San Juan de Pastocalle del Cantón de Latacunga, para el periodo 2014 - 2015.

4.2. CONTENIDO DE LA PROPUESTA

4.2.1. ESTUDIO DE MERCADO

4.2.1.1. Definición del producto

4.2.1.1.1 Cebolla blanca

Nombre científico: *Allium fistulosum* L

Nombre comunes: cebolla larga, cebolla junca, cebolla llorona

Otros idiomas: Welshonion (Ing)

Ciboule (**Francia**)

Schritwhel **Alemania**

La cebolla pertenece al género *Allium*, el más importante de la familia de las Liliáceas, que incluye más de 500 especies. En él se incluyen hortalizas tan conocidas como las cebolletas, el cebollino y el puerro. Muchas de sus especies, como es el caso de la cebolla, forman engrosamientos subterráneos del tallo, conocidos de forma popular como bulbos, y todas ellas son ricas en aceites esenciales sulfurados muy volátiles y picantes. Hortalizas y Verduras, 2013.



Se puede dividir las cebollas en diferentes grupos:

Tipo babosa: Variedad de consistencia tierna, dentro de la que se incluyen distintos tipos como la babosa temprana (sabor dulce, piel amarillenta y carne blanca), la cebolla de Figueras (color violáceo) y la Coler (variedad muy precoz y de buen tamaño).

Tipo grano de oro: Su piel es amarillenta y en algunos casos rojiza. La carne es blanca.

Tipo liria: Variedades de color amarillento y sabor dulce.

También se clasifican según su uso culinario:

Para cocinar: Son variedades de bulbo grande. Su sabor varía del suave al fuerte y su color del blanco al rojo. Las más blancas suelen consumirse en ensalada, además de ser utilizadas para la obtención de cebolla deshidratada.

Entre una y otra variedad garantizan la presencia de esta verdura en los mercados a lo largo de todo el año.

Para ensalada: Son las conocidas cebolletas de manojo o cebollas dulces, de sabor suave y de gran demanda en Estados Unidos.

Para encurtir: Pequeñas, blancas y de sabor picante.

Existe una variedad de cebolla denominada "cebolla morcillera", que se utiliza en la elaboración de morcillas. Es una cebolla de gran tamaño que consigue mejorar la calidad de los productos de charcutería.

Entre una y otra variedad garantizan la presencia de esta verdura en los mercados a lo largo de todo el año.

4.2.1.1.2 Su recolección

Existe una variedad de cebolla denominada "cebolla morcillera", que se utiliza en la elaboración de morcillas. Es una cebolla de gran tamaño que consigue mejorar la calidad de los productos de charcutería.


Comúnmente la cebolla recogida se lava y se le cortan las raíces, luego es empacada en sacos de yute o fique, formando bultos de unos 60 kg para venta al dedal, se suele cortar las hojas y formar paquetes de 1 kg envueltos en la base de polietileno transparente.


Es recomendable hacer en las plantaciones paquetes pequeños de unos 25 - 30 kg no ajustados mucho, y dejar los arrumes poco altos para evitar que el producto sufra lesiones y se dañe. La cebolla en rama puede almacenarse por unos ocho a 12 días a temperatura de 0° C y humedad relativa de 90 –95%.


4.2.1.1.3 Su mejor época


En el mercado se dispone de cebollas durante todo el año, si bien su mejor época es la que transcurre durante los meses de primavera.

Características

 **Forma:** Globosa, esférica o elipsoidal.

 **Tamaño y peso:** Su diámetro oscila entre los tres y los diez centímetros. Su peso medio se sitúa entre los 100 y los 250 gramos.

 **Color:** Blanco, amarillo, rojo intenso, violáceo o con o sin vetas.

 **Sabor:** En general picante, si bien según la variedad también las hay dulces.

4.2.1.1.4 Cómo elegirla y conservarla

Se han de seleccionarse los ejemplares duros, firme y de cuello corto, y rechazar las cebollas húmedas, con manchas o cuello muy blando. Esto indica que están pasadas o todavía están sin formar.

Para que las cebollas conserven en buenas condiciones todas sus cualidades organolépticas y nutricionales, es suficiente con almacenarlas en un lugar seco y fresco. Sin embargo, una vez cortadas han de envolverse con un film plástico y guardarlas en el frigorífico.

4.2.1.1.5 Propiedades nutritivas

Las cebollas son un alimento con un escaso aporte calórico porque su contenido en agua es de alrededor del 90%. En la composición de las cebollas se ha de tener en cuenta su apreciable aporte de fibra y su contenido mineral y vitamínico, que la convierten en un excelente alimento regulador del organismo.

Composición por 100 gramos de porción comestible

Energía (Kcal)	25,5
Agua (ml)	87,6
Hidratos carbono (g)	5,3
Proteínas (g)	1,4
Fibra (g)	1,8
Potasio (mg)	180
Magnesio (mg)	4,2
Vitamina B6 (mg)	0,13
Vitamina C (mg)	7
Folatos (mcg)	7

mcg = microgramos (millonésima parte de un gramo)

Las cebollas son una buena fuente de potasio, y presentan cantidades significativas de calcio, hierro, magnesio y fósforo. El calcio vegetal no se asimila tanto comparado con el de los lácteos u otros alimentos que se consideran buena fuente de este mineral. Algo similar ocurre con el hierro, cuya absorción es mucho mayor cuando procede de alimentos de origen animal.

El potasio es un mineral necesario para la transmisión y generación del impulso nervioso y para la actividad muscular normal, además de intervenir en el equilibrio de agua dentro y fuera de la célula. El fósforo, al igual que el magnesio, juega un papel importante en la formación de huesos y dientes, pero este último además se relaciona con el funcionamiento de intestino, nervios y músculos, mejora la inmunidad y posee un suave efecto laxante.

En cuanto a su contenido vitamínico, las cebollas son ricas en vitaminas del grupo B, como los folatos y las vitaminas B3 y B6. Presenta cantidades discretas de vitamina C y E, ambas con efecto antioxidante.

Los folatos intervienen en la producción de glóbulos rojos y blancos, en la síntesis de material genético y en la formación de anticuerpos del sistema inmunológico. La vitamina E, al igual que la C, tiene acción antioxidante, pero ésta última además interviene en la formación de colágeno, glóbulos rojos, huesos y dientes. También favorece la absorción del hierro de los alimentos y aumenta la resistencia frente a las infecciones.

No obstante, las propiedades salutíferas de las cebollas se deben, más que a su composición nutritiva, a su abundancia de antioxidantes, entre ellos los flavonoides y los compuestos azufrados. Estos últimos son sustancias precursoras de compuestos volátiles que son los que aportan a la cebolla ese olor y sabor tan característicos.

4.2.2. Oferta

Paschoal Rossetti José (2002), Manifiesta que “La oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y aptos para ofrecer

en el mercado, en función de varios niveles posibles de precios, en un período dado.” Pág. 386. De acuerdo a lo manifestado por los anteriores autores, la oferta es la cantidad de bienes o servicios que los vendedores están dispuestos a vender, y que los demandantes están dispuestos a comprar con el fin de satisfacer sus necesidades.

El Ecuador dispone de zonas que reúnen las condiciones apropiadas para el desarrollo exitoso del cultivo de cebolla blanca; especialmente en las zonas de las provincias de Chimborazo, Cotopaxi, Tungurahua, Pichincha y otros sitios de la Sierra.

4.2.2.1. Superficie, producción de la cebolla blanca en el Ecuador

Para determinar la superficie de la región de la Sierra que se dedica a la producción de cebolla blanca se recurrió al III Censo Nacional Agropecuario realizado por el INEC, MAG- SICA, donde se levanta información de superficie, producción y ventas de los cultivos transitorios, solos y asociados, que se sembraron para cosecharse en la UPA durante el año censal.

UPA: Unidad de producción Agropecuaria

Los datos están relacionados con las UPA, que son extensiones de tierra de 500 mt² o más, es toda finca, hacienda, quinta, granja, fundo o predio dedicado total o parcialmente a la producción agropecuaria.

Estas Upas se considerada como una unidad económica, que desarrolla su actividad bajo una dirección o gerencia única, manejada y administrada por su propietario, y comparten los mismos medios de producción como: mano de obra, maquinaria, etc.

La gerencia de los terrenos puede ser ejercida por una persona, un hogar, una empresa, una cooperativa o cualquier forma de dirección; independientemente de su ubicación geográfica.

Número de UPAS por tamaños y superficie sembrada, según cultivos transitorios solos. De 10 a -1 hectárea de terreno

CULTIVOS TRANSITORIOS SOLOS	TOTAL	Menos de 1 ha	De 1 hasta Menos 2 ha	De 2 hasta Menos 3 ha	De 3 has Menos de 5 ha	De 5 ha Menos de 10 Ha
Cebolla blanca UPA	16.088	6850	3192	1768	1741	1319
Hectáreas	4.405	503	688	625	937	715

Fuente: III Censo Nacional Agropecuario INEC- MAG – SICA

Por ser la cebolla blanca un producto que más se destina al consumo interno, los cuadros anteriores, demuestran que si existen una buena superficie y producción de hectáreas dedicadas a la siembra y producción, que nos garantice el abastecimiento de la cebolla blanca para dedicarlo una parte para la exportación. En cuanto a rendimiento, cada hectárea de cebolla blanca produce cerca de 20.000 kg y se cosecha cada cuatro meses durante todo el año.

4.2.2.2. Producción histórica de cebolla blanca en el país y en Cotopaxi

**SUPERFICIE COSECHADA DE CEBOLLA
BLANCA EN HECTÁRIAS**

PROVINCIA	2008	2009	2010	2011	2012
IMBABURA			3	4	16
PICHINCHA	1116	610	550	746	1140
COTOPAXI	470	480	680	590	876
TUNGURAHUA	1741	2265	2436	1330	1215
CHIMBORAZO	825	470	940	910	889
BOLIVAR	245	185	265	198	201
CAÑAR	48	10	22	18	14
AZUAY	110			215	260
LOJA	117	46	94	104	260
TOTALES	4672	4066	4987	4111	4855

Fuente: MAG – SIC

Realizado Por: La autora

Producción de cebolla blanca en la sierra en toneladas

PROVINCIA	2008	2009	2010	2011	2012
IMBABURA	1747		7	9	54
PICHINCHA	1240	468	628	4200	4430
COTOPAXI	8490	1670	2350	2150	2958
TUNGURAHUA	3189	10815	9242	12635	6840
CHIMBORAZO	989	1621	3243	3847	4658
BOLIVAR	150	648	847	865	1125
CAÑAR	236	35	68	58	83
AZUAY	408				1220
LOJA		143	310	343	632
TOTALES	14702	15400	16688	24098	21946

Fuente: MAG – SIC

Realizado Por: La autora

La producción de cebolla blanca en los dos últimos años tiene un crecimiento considerable en Cotopaxi en relación al decaimiento de la producción en el 2008. Si bien las hectáreas dedicadas a la producción no presentan un crecimiento igual, pero se justifica por el rendimiento de producción por hectárea.

El Centro de Acopio de cebolla blanca San Juan de Pastocalle, pretende poner en el mercado un promedio de 100 quintales (5Tn) mensuales de cebolla blanca en el Mercado Mayorista de la Ciudad de Latacunga.

4.2.3. Demanda

Parkin Michael (2009), manifiesta que “El término demanda se refiere a la relación completa entre el precio de un bien y la cantidad demandada del mismo.” Pág. 61 Por otro lado manifiesta Paschoal Rossetti José (2002), “La demanda de un producto específico se determina por las cantidades variables que los consumidores están dispuestos y aptos a adquirir, en función de diferentes niveles posibles de precios, en un periodo determinado.” Pág. 378

De lo manifestado anteriormente, la demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores están dispuestos a comprar, y que los oferentes están dispuestos a vender con el fin de satisfacer sus necesidades.

Para establecer la demanda de la cebolla blanca en los mercados de la Ciudad de Latacunga, se ha establecido la siguiente encuesta, la misma que está dirigida a los comerciantes compradores de este producto.

COMERCIANTES DE MERCADOS

Mercados Latacunga	No. De Comerciantes hortalizas
Mercado mayorista de Latacunga	215
Mercado El Salto	120
Mercado San Buenaventura	102
Mercado La Laguna	101
Mercado en Machachi:	
Mercado Virgen del Cisne	30
TOTAL	658

Fuente: Ilustre municipalidad de Latacunga

Elaborado por: La autora

Cálculo de la Muestra.

Para el cálculo de la muestra su fórmula es la siguiente:

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

$$n = \frac{(1.96^2) \times 658 \times 0,5 \times 0,5}{(0.005 \times (658-1)) + (1.96^2) \times 0,5 \times 0,5}$$

$$\frac{631,9432}{4,2454}$$

$$n = 149$$

Es decir se aplicaran los instrumentos de recolección de datos a 149 comerciantes de cebolla blanca en la Ciudad de Latacunga, en función de la siguiente distribución:

Mercados Latacunga	No. Comer encuest	%
Mercado mayorista de Latacunga	82	54%
Mercado El Salto	25	17%
Mercado San Buenaventura	18	12%
Mercado La Laguna	18	12%
Mercado en Machachi:		
Mercado Virgen del Cisne	6	5%
TOTAL	149	100%

Fuente: Ilustre municipalidad de Latacunga

Elaborado por: La autora

Cuestionario

1. ¿De dónde provienen los productos que usted adquiere?

2. Los precios en el mercado por saco es:
Máximo ()
Promedio ()
Mínimo ()

3. El suministro de cebolla blanca es: Estable, inestable, muy inestables

4. ¿Estaría dispuesto a adquirir productos agrícolas del Centro de Acopio SAN JUAN DE PASTOCALLE?

5. ¿Los productos que traen los productores al mercado llegan en buenas condiciones?

6. Que cantidad de producto compra usted diariamente?

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los comerciantes de productos agrícolas (cebolla blanca) se pudo concluir que existe una demanda considerable de este producto en el mercado, tenemos los resultados de estas entrevistas:

1. La cebolla blanca proviene de los lugares agrícolas de la Provincia de Cotopaxi.
2. Los precios en el mercado por saco de 100 lbs., se manejan en: Máximo (25) promedio (12) mínimo (8), depende de la época y de cómo este el mercado.
3. El suministro de cebolla blanca es estable en el mercado
4. Los comerciantes están dispuestos a adquirir productos agrícolas de un centro de acopio, con lo cual ellos comercializarían mejor el producto y no se arriesgarían en sus compras.
5. Ha veces cuando escasea el producto, o cuando el temporal esta malo al mercado no llegan en buenas condiciones los productos.
6. Al día por feria se compra un promedio de 298 dólares.

Demanda promedio de cebolla blanca en atados:

Detalle	Demanda diaria	Demanda semanal	Demanda mensual	Demanda anual
Cebolla Blanca	298	596	2384	28608

Fuente: Encuesta entrevista a comerciantes de cebolla en los distintos mercados de Cotopaxi.

Elaborado por: La autora

Los comerciantes de productos agrícolas de la Ciudad de Latacunga adquieren los productos 2 veces por semana en el mercado mayorista, toda la carga que los productores sacan al mercado es adquirida por dichos comerciantes.

4.2.3.1. Proyección de la Demanda

Fórmula:

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

Dónde:

D_p = Demanda proyectada

DA = Demanda actual

i = Valor constante

i = Tasa de crecimiento

n = Tiempo

Para el cálculo de la proyección de la demanda, se tomó la tasa de crecimiento del PIB agrícola correspondiente al año 2012, según el Banco Central es de 2,70%. Además el proyecto abarcara un 50% de la producción de San Juan de Pastocalle.

Año	Detalle	2,70% PIB AGR
2013	Cebolla Blanca	29380,416

Fuente: Demanda actual, porcentaje crecimiento del PIB agrícola 2012

Elaborado por: La autora.

4.2.4. Demanda insatisfecha

En el presente proyecto no se determinó la demanda insatisfecha debido a que no existen competidores en el sector de estudio, es por ello que la producción existente servirá de abastecimiento para el centro de acopio para la distribución a los comerciantes de San Juan de Pastocalle.

4.2.5. Determinación del precio de los productos.

“Al precio se lo define como la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero, que es necesario entregar para

adquirir un bien”.¹El precio está determinado por las relaciones entre oferta y demanda y sus fluctuaciones tienen como límite mínimo el costo de producción, el que podría ser rebasado solo en condiciones excepcionales y si se tiene capacidad de absorber la pérdida. Los factores que influyen en la fijación de precios están los siguientes:

- Objetivos de la empresa y costes
- Elasticidad de la demanda
- Valor del producto en los clientes
- Competencia

Para la determinación del precio de los productos, se analizó el comportamiento del mercado, llegando a la conclusión que los precios de los productos son muy inestables; de acuerdo al administrador del mercado mayorista los precios de los productos varían en horas, dependiendo de la cantidad que ingrese a dicho mercado, en base al comportamiento del mercado los comerciantes establecen los precios por atado en:

Máximo= 25

Promedio=12

Mínimo=8

El centro de acopio se encargará de adquirir los productos agrícolas a precio de mercado, estableciendo un margen de utilidad por producto de un 10%, y el costo de adquisición de la mercadería se lo proyectará en base a la inflación del Ecuador, de acuerdo al Banco Central a enero del 2014 es de 2,74%.

4.2.5.1. Comercialización de los productos

El mercadeo para el centro de acopio será buscar nuevos nichos de mercado una vez que se haya instaurado el centro de acopio y funcione correctamente, en tanto que la comercialización nos proporcionará las estrategias de producto, precio y distribución que resulten atractivos para captar clientes para el centro de acopio.

¹ Costales B, 2010, Diseño y elaboración de proyectos de inversión, Tercera edición, página 100

El proyecto contempla un mercado meta con las características basadas en las variables geográficas la cual contribuyo a determinar el segmento meta debido al contacto directo que se estableció con los potenciales clientes del servicio (supermercados del Distrito Metropolitano de Quito Zona sur y Centro), que percibieron de una u otra forma la idea de negocio, y mostraron una actitud positiva y deseosa de adquirir hortalizas. Se analizarán las estrategias que son las acciones con que se va a desarrollar la empresa de acopio de hortalizas, dentro del mercado con las cuales podrá alcanzar sus objetivos, para ello se establecen las siguientes estrategias:

4.2.6. Estrategias de productos

La estrategia de producto es el elemento central de la mezcla de marketing, poco importa si el establecimiento de precio, la promoción y distribución superan los requisitos y las expectativas del cliente cuando el producto no satisface las necesidades y deseos del mercado meta.

La estrategia de marca, se considerará dentro de este proyecto de esta forma el cliente final sabrá identificar la marca de la hortaliza que se manejará en el centro de acopio, lo que creará no solo reconocimiento sino también lealtad con la empresa.

4.2.7. Estrategias de precios

Se debe considerar que el precio a cobrar influye en las decisiones de compra, por ello la estrategia que ubica el precio real muchas veces pueden ser a través de precios de referencia, para el caso del centro de acopio, podremos observar que siempre se verá influenciado por un precio de referencia respecto de la tendencia del precio de las hortalizas en el mercado.

4.2.8. Logotipo del centro de acopio

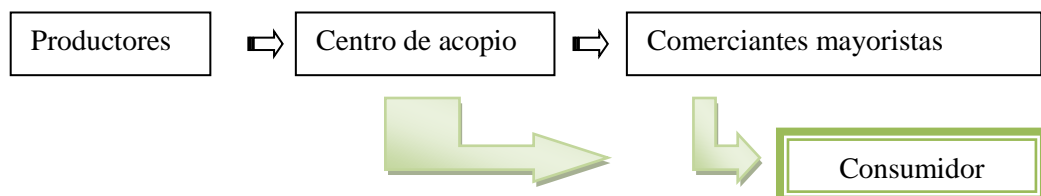
La siguiente ilustración será el logotipo que utilizará EL CENTRO DE ACOPIO SAN JUAN DE PASTOCALLE, para darse a conocer en el mercado local y provincial.



4.2.9. Estrategia de distribución

El éxito del proyecto está centrado en la estrategia de distribución proporcionando los productos (hortalizas) del centro de acopio hasta los supermercados, en las cantidades requeridas, por un precio aceptable, para ello se utilizará el siguiente sistema de comercialización:

Comercialización. La comercialización de los productos se lo realizará a través de los contactos con los comerciantes de la siguiente forma:



Fuente: Comercialización del producto en los mercados de Latacunga

Realizado Por: La autora

4.3. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico tiene como propósito fundamental determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para una empresa² En el presente proyecto para el centro de acopio de cebolla blanca.

Es así como el estudio técnico proveerá de información referente al tamaño y localización del centro de acopio, monto de inversiones y costos de operación, disponibilidad de mano de obra, insumos, materia prima y la tecnología que demandará el proyecto con la finalidad de establecer las condiciones adecuadas para que el proyecto sea más eficiente.

4.3.1. Tamaño del proyecto

El tamaño del presente proyecto busca determinar la capacidad del Centro de Acopio San Juan de Pastocalle en un periodo de tiempo determinado.

Así, el tamaño y capacidad del mismo se debe a: El tamaño de la demanda insatisfecha que se pretende satisfacer con el proyecto, y dimensión de la infraestructura establecida.

Por tanto el proyecto deberá ajustarse a las condiciones que se le presente aprovechando una serie de factores tales como: la distribución del centro de acopio y la demanda. El proyecto de acopio de hortalizas poseerá una capacidad de 5 tn métricas aproximadamente.

Factores determinantes del proyecto.- La determinación del tamaño del proyecto, depende del análisis de un grupo de variables las cuales son:

- Disponibilidad de los recursos financieros.
- Condicionamientos del mercado.
- Disponibilidad del recurso humano.
- Disponibilidad de materia prima e insumos.
- Disponibilidad de tecnología y equipos.

² SAPAG N., Preparación y Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill, Cuarta edición, 2000, Pág. 171

Condicionantes del mercado.- La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. El tamaño propuesto sólo puede aceptarse en caso de que la demanda sea claramente superior a dicho tamaño. El mercado al cual está enfocado el presente proyecto, tiene el privilegio de contar con una demanda medianamente alta en el servicio propuesto, por lo tanto el tamaño del proyecto estará en condiciones de cubrir con la demanda insatisfecha existente como se puede en el siguiente cuadro.

Disponibilidad de recursos financieros.- La disponibilidad de los recursos financieros es un limitante en la ejecución de un proyecto, que aunque exista la demanda suficiente para poder competir en el mercado, la falta de estos recursos ocasiona un gran conflicto en la ejecución del proyecto, es por esta razón que se hace indispensable el estudio y análisis que ayude a identificar la fuente de financiamiento mejor aplicable para el proyecto.

Para ello se tomó en cuenta las inversiones siguientes:

4.3.1.1 Presupuesto inicial para el centro de acopio

Activos fijos	Unidad	cantidad	valor	
			Unitario	Valores \$
Terreno	m2	4364,28	7	30.549,96
Edificio	m2	300	120	36.000,00
Vehículos Dmax	unidad	1	25000	25.000,00
Equipo de automatización básico (cinta receptora, mesa de lavado, mesa de selección, sistema de clasificación, empaque)		1	7500	7.500,00
Equipo de computación		1	780	780
Sistema de Control de Temperatura		1	2200	2.200,00
Montacarga TCM 2 Tn	unidad	1	25500	25.500,00
Balanza Digital 30	unidad	1	600	600,00
Suman				128.129,96
Activos Nominales				
Gastos de Constitución				800,00
Estudio Técnico				700,00
Gasto de Puesta en Marcha				1.500,00
Suman				3.000,00
Monto de Inversión (inicial)				131.129,96

El conocimiento preliminar de las inversiones en el proyecto ayuda a prevenir del financiamiento el cual puede provenir de dos fuentes:

- Del capital social suscrito y pagado por los accionistas de la empresa
- De los créditos que se pueden obtener de instituciones bancarias o financieras

El monto aproximado de inversión para el proyecto es de \$ 131.129,96 dólares, cuyo financiamiento se realizará en función de la política 60, 40, es decir el 60% será financiado a través de la CFN y el 40% por aportes de los socios, que en este caso son la Familia Iza.

4.3.1.2 Mano de obra

La población en el país crece y este tema se analizó en el capítulo anterior, indica que conforme crece la población, crece el consumo, situación que se constituye una buena oportunidad de generación de empleo, el centro de acopio ayudará a disminuir la tasa de desempleo en el sector donde se implementará el proyecto.

Cargo	Requerimiento	No. De puestos
Gerente	Ing. Adm. empresas	1
Jefe de calidad	Jefe de calidad	1
transportista	Chofer	1
Obreros	Obreros	5
Total		8

4.3.1.3 Disponibilidad de insumos y materia prima

La disponibilidad de materia prima para el presente proyecto, es óptima en cuanto a que la generación de materia prima se la obtendrá a través de los proveedores de hortalizas de la región, es decir los pequeños agricultores de la Parroquia de San Juan de Pastocalle serán los provengan de 5tn al centro de acopio.

4.3.1.4 Disponibilidad de tecnología

A continuación se puede observar el proceso por el cual pasarán las hortalizas desde su recolección en las distintas plantaciones, pasando hasta el centro de acopio a las fases de: recepción, pesado, lavado, selección, empaque y finalmente distribución hasta

supermercados. Para su ejecución el centro de acopio requiere de una sala de procesos con un sistema de temperatura controlada, conformada de la siguiente forma:

- Recepción y pesaje: Se requiere un montacargas manual y una báscula para el pesaje.
- Lavado y selección: Se requiere de un sistema de bandas, rodillos y rampas que permitan la circulación de las hortalizas sin que se estropeen,
- Adicionalmente se requiere de agua clorada para lavar las hortalizas, además se espera realizar la división de las hortalizas por tamaños y tipos de hortalizas.
- Empaque y rotulado: Se dispondrá de una mesa para esta fase y de cajas de madera que son el empaque a usar.
- Bodega de materiales: Tanto para materia prima como para procesados.

En base a estas puntualizaciones la tecnología requerida para este proyecto será a través de un sistema de bandas transportadoras.

Para el centro de acopio se han considerado los siguientes equipos como tecnología básica para su buen funcionamiento.

Detalle	P Unitario	Cantidad	Valor T
Camioneta de carga	25000	1	25000
Montacarga	25500	1	25500
Balanza digital 30	600	1	600
Total			51100

4.3.1.5. Sistema de selección

Descripción: Banda transportadora de rodillos de acero inoxidable para no estropear las hortalizas, 100 metros de equipo en diferentes secciones y configuraciones, incluye tina de acero inoxidable para el agua clorada y mesas de trabajo para obreros, el diseño es acorde al lugar.

4.3.1.6 Capacidad de producción

Para determinar la capacidad de producción con la cual se debe emprender el funcionamiento del proyecto, se debe tomar en cuenta la demanda insatisfecha que se pretende cubrir.

Para el proyecto en marcha se estableció colocar 5Tn métricas cada mes.

4.3.2. Localización del proyecto

“La decisión de localización de un proyecto es una decisión de largo plazo con repercusiones económicas importantes que deben considerarse con la mayor exactitud posible. Esto exige que su análisis se realice en forma integrada con las restantes variables del proyecto: demanda, transporte, competencia, entre otros”.³

4.3.2.1. Macro localización

El presente proyecto estará ubicado en la Provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga.

4.3.2.2. Micro localización

El presente proyecto estará ubicado específicamente en la Parroquia San Juan, Barrio La Libertad.

4.3.2.3. Justificación

Existen varias alternativas para establecer la ubicación en la cual se ejecutará el proyecto, pero no todas pueden ser las ideales para el mismo.

Para determinar la ubicación ideal en la que el proyecto pueda desempeñarse de mejor forma se lo realizaría mediante el estudio más detallado de todos los factores que pueden incidir su ubicación, así como:

³ SAPAG Y SAPAG Preparación y Evaluación de Proyectos”, McGRAW HILL cuarta edición, 2000

- La cercanía de las fuentes de materias primas y del mercado consumidor, así como la calidad de los accesos, por su efecto sobre el costo del transporte y de los sistemas de abastecimiento. Para el presente proyecto se pudo apreciar que la Parroquia de Pastocalle es idónea para la creación del centro de acopio por su cercanía a las fuentes de materias primas (hortalizas) y al mercado consumidor que será la zona sur y centro de los mercados de Quito.
- La disponibilidad de mano de obra y la cercanía de los mercados laborales calificados para utilizar la tecnología del proyecto.
- La disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo, tales como electricidad, agua potable, comunicaciones, etc.
- Las condiciones sociales y culturales para verificar, entre otros factores, la aceptabilidad que manifieste la comunidad hacia la instalación de la nueva empresa.
- Las consideraciones legales y políticas que dan el marco de restricciones, como, por ejemplo, cuando existen leyes sobre límites de contaminación, especificaciones para la construcción y franquicias tributarias y de otras clases.
- La topografía de los suelos, el costo del terreno y su disponibilidad. En general la topografía de Latacunga es bastante homogénea lo que permite la accesibilidad a las distintas plantaciones hortícolas.

4.3.3. Proceso de producción

Se entiende por proceso a toda actividad donde se ingresan materias primas, las cuales mediante la ayuda de maquinaria o personas son transformadas en producto. Conjunto de actividades relacionadas entre sí que, partiendo de uno o más inputs (entradas) los transforma, creando un output (resultados o salida), consumiendo unos recursos y siguiendo unas determinadas condiciones o guías.

Dentro del proceso productivo, el centro de acopio requerirá una sala de procesos mecanizada con control de niveles de temperatura, esto se da en el proceso de producción, en la sala de procesos se realizarán las fases de: recepción, pesado, lavado, selección y empaque de las hortalizas, para posteriormente ser distribuidas.

El proceso a través del cual el centro de acopio de hortalizas se crea y se entrega al cliente (supermercados) constituye un factor principal para el proyecto; los procesos implican horarios, rutinas y mecanismos que deben ser coordinados adecuadamente.

A continuación se detalla la cadena de valor para el centro de acopio de cebolla blanca en la Parroquia San Juan, Barrio La Libertad.



Gráfico 9. Cadena de Valor

Realizado por: La autora

En la gráfica se puede observar los procesos de:

Logística.- Que consta de las fases de:

- Adquisición de materia prima (cebolla blanca) a través del contacto con cada una de las plantaciones de acuerdo al cronograma de cosecha, para ello se toma en cuenta la calidad de la materia prima, lo ideal es que se tome en cuenta los períodos de cosecha de los productores, cuidando de que las condiciones de las materias primas a la cosecha sean las más adecuadas posibles.
- La fase de transporte de las hortalizas desde cada plantación hasta el centro de acopio.
- La fase de almacenamiento que es de un tiempo relativamente corto (horas) hasta que las hortalizas atraviesen las fases posteriores. Condiciones de almacenamiento, procurando en lo posible contrarrestar las condiciones ambientales con la implementación de lugares más frescos y protegidos de los insectos y otros animales dañinos

Producción.- Que consta de las fases de:

Recopilación de la cebolla: Esta es una operación que reviste una importancia grande en cualquier actividad productiva de la empresa agroindustrial. Consiste en recibir del proveedor la materia prima requerida, de acuerdo a las especificaciones entregadas de antemano por la empresa. El hecho de recibir implica la aceptación de lo entregado, es decir, la aceptación de que la condición del material está de acuerdo con las exigencias de la empresa y su proceso. Esta operación implica el compromiso de un pago por lo recibido y debe tenerse el cuidado de especificar claramente si lo que cumple con los requisitos es el todo o parte del lote que se recibe, en orden de fijar el monto a pagar por el mismo.

Pesado: Esta es una de las operaciones de mayor significación comercial en las actividades de la empresa, pues implica la cuantificación de varios aspectos, entre los cuales se cuenta, el volumen comprado, el volumen de la calidad adecuada para el proceso, los datos sobre el volumen para la cuantificación del rendimiento y, por último, lo más importante, el volumen por pagar al proveedor y el volumen que ha de ingresar al proceso.

Lavado: La limpieza de las materias primas, la eliminación de residuos de tierra, restos de contaminantes del cultivo, restos de plaguicidas, es una operación que debe realizarse en prácticamente todas las materias primas. Excepto algunas bayas, la mayoría de las frutas y hortalizas deben ser sometidas a un lavado y una sanitación mediante la inmersión en solución acuosa como el cloro. La cantidad de agua debe ser suficiente para remover la suciedad, sin agregar exceso de agua o producir una lixiviación o lavado de elementos nutritivos o de composición de la materia prima.

Selección y clasificación: Estas operaciones implican una separación. La selección corresponde a una separación bajo el criterio de "pasa o no pasa", es decir de aceptación o rechazo de un material cualquiera. La clasificación, por su parte, corresponde a un ordenamiento del material en categorías. La selección normalmente se realiza de acuerdo a criterios de tamaño, madurez, daños mecánicos, daños fitopatológicos, u otras características físicas como color, textura, etc.

Empaquetado: El empaque de la hortaliza debe satisfacer los requerimientos tanto del producto como del mercado, la naturaleza perecible de los productos frescos significa que el empaque es una inversión necesaria a fin de:

- Proteger el producto en todas las etapas del proceso de mercadeo desde el productor al consumidor;
- Eliminar la manipulación Individual del producto para de este modo, acelerar el proceso de mercadeo;
- Uniformizar el número de unidades del producto por tipo de envase, de modo que todos los comerciantes manejen cantidades estandarizadas.

Almacenamiento: En las condiciones de temperatura, humedad, entre otros factores apropiados para su correcto almacenamiento aun cuando el tiempo de almacenaje no sea extenso.

- Las cebollas son trasladadas a través de los montacargas hacia la sala de procesos para la recepción de materia prima.

- Pasa luego hacia el sistema de rodillos de acero inoxidable y a la primera mesa de trabajo para el pesado de las hortalizas.
- Las hortalizas son lavadas en la mesa a manera de tina con poca profundidad
- Continúa por el sistema de rodillo donde a través de la fase de selección se clasificarán las hortalizas de óptima calidad.
- Finalmente atraviesan el último tramo del sistema de rodillos hacia la mesa de empaque.
- Se almacenan por un corto tiempo, para luego pasar a,
- La distribución.

4.3.4. Diagrama de flujo y procesos

El diagrama de flujo y procesos es una forma gráfica de presentar las actividades involucradas en la elaboración de un bien y/o servicio terminado, como anteriormente se mencionó dentro del centro de acopio existen 4 procesos bien marcados.

○ **Operación.-** Las materias primas experimentan un cambio o transformación por medios físicos, mecánicos o químicos o alguna combinación de ellos.

⇒ **Transporte:-** Es la acción de movilizar las materias primas, los productos en proceso o productos terminados.

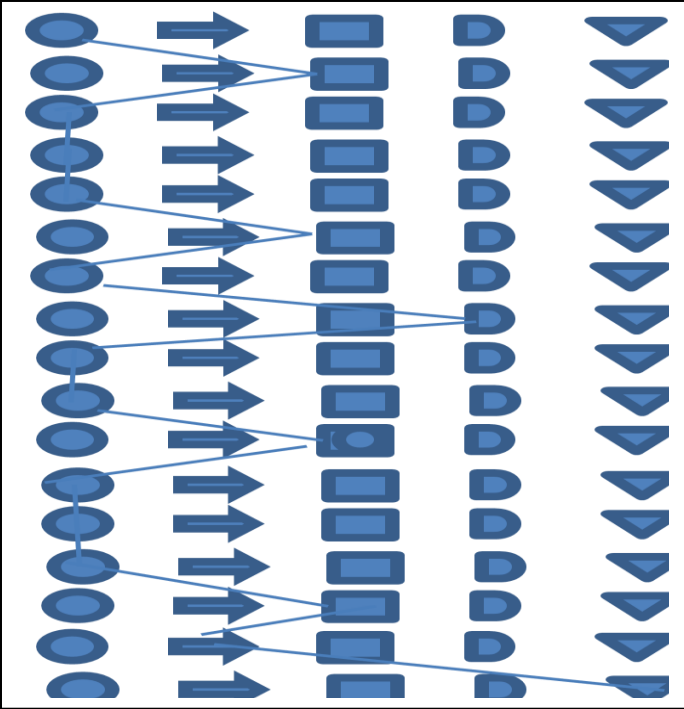
D **Demora.-** Cuando existe un “cuello de botella” hay que esperar turno o se está realizando.

▽ **Almacenamiento.-** De materias primas, materiales, productos en proceso o productos terminados.

□ **Inspección.-** Acción de controlar una operación o verificar la calidad del producto.

Todas las tareas u operaciones individuales deben realizarse en una secuencia tal que cada una contribuya a los objetivos finales del proyecto.

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE PRODUCCION

DETALLE						TIEMPO MIN
Recepción y Pesado						5
CONTROL DE CALIDAD						5
Pre limpieza:						15
CONTROL DE CALIDAD						5
Clarificación:						5
Evaporación:						25
Verificar tamaño y uniformidad						5
Lavado y secado:						2
Empaque:						0,5
CONTROL DE CALIDAD						1
Llevar a bodega						2
Almacenamiento:						
Total Tiempo						70,5

Fuente: Procesos productivos programados

Elaborado por: La autora

4.3.5. Distribución en planta de la maquinaria y equipo

Es necesario considerar la importancia que tiene la distribución del espacio físico, es así que se debe proporcionar condiciones de trabajo aceptables y sobre todo un ambiente adecuado a las características del cliente. En el caso del presente proyecto el área de terreno se encontrará distribuida de la siguiente manera:

Área del centro de acopio: El tamaño de la sala de procesos centro de acopio es de crucial importancia ya que de este dependerá el área en donde se acentuara la maquinaria que se requiere para el centro.

Oficina y área de servicios: La oficina es el lugar en donde se ubicara el personal administrativo. En esta área también se encontrarán servicios sanitarios.

A continuación se detallará la distribución en planta del centro de acopio acorde a los requerimientos para su buen desenvolvimiento:



- | | |
|------------------------------|----------------------------|
| 1.-Estacionamiento | 8.-Embalaje |
| 2.-Bodegas de almacenamiento | 9.-Bodega de limpieza |
| 3.-Pesado | 10.- Ducha |
| 4.-Lavado | 11.-Baño mujeres |
| 5.-Secado | 12.-Baño hombres |
| 6.-Selección | 13.- Vestidores |
| 7.-Clasificación | 14.-Oficina administrativa |

4.3.6. Organización de la empresa

4.3.6.1. Base legal

En el presente capítulo, se establecerán los lineamientos que se requieren para llevar a cabo un desempeño eficiente dentro de la organización, complementado éste con una estructura administrativa y funcional acorde con las necesidades de la empresa de centro de acopio, permitiendo además que cada miembro que se comprometa con el proyecto y con los objetivos que se persigue. El principal objetivo de este estudio, se orienta al

análisis en detalle de las exigencias administrativas de la organización, y que es lo que desea llegar a ser mediante su implementación.

Para definir la organización de una empresa, se debe plantear la administración y la estructura organizacional, así como la constitución legal y los permisos de funcionamiento. Según el marco jurídico, empresa de Centro de Acopio de Hortalizas “Hortalizas Sanas” es una empresa que es regida por el Ministerio de Agricultura, por lo tanto se requiere cumplir con los requisitos básicos de este. A parte de esto también se requiere cumplir los requerimientos de la localidad como son servicios básicos.

4.3.6.2. Nombre o razón social

El nombre de la empresa es la carta de presentación, reflejo de su imagen; por lo tanto para seleccionar el nombre de la empresa se deben considerar las siguientes características:

- Descriptivo: El nombre por sí mismo debe reflejar el giro de la empresa y sus características distintivas de especificación
- Original: El nombre tiene que ser único y representativo, nuevo y que no se repita.
- Atractivo: El nombre debe ser llamativo y fácil de recordar; visible, esto es que sea bien identificado en el lenguaje verbal común, para facilitar su aceptación y memorización.
- Claro y simple: No debe dar lugar a interpretaciones distintas a las que se pretende.
- Significado: Que se pueda asociar con formas o con significados positivos.
- Agradable: Es importante que el nombre sea agradable y de buen gusto

Considerando todas las características antes mencionadas; el nombre seleccionado por los socios para el Centro de Acopio es el siguiente:

CEBOLLAS SAN JUAN DE PASTOCALLE S.A.

4.3.6.3. Titularidad de propiedad de la empresa

Todas las operaciones mercantiles se encuentran reguladas por las leyes que rigen en el comercio y las empresas, las mismas que están sujetas a los reglamentos específicos. La empresa se identificara como persona jurídica, cumpliendo con las normas legales de iniciación del negocio. Como requisito indispensable la empresa tendrá un Registro Único de Contribuyentes (RUC) para realizar todo tipo de actividad en la prestación. Tomando en cuenta que la empresa en calidad de contribuyente deberá inscribirse en el SRI dentro de los treinta días hábiles siguientes a su inicio de actividades.

La empresa puede constituirse como persona natural (cuando no existe ninguna sociedad y la empresa está a nombre de una sola persona que es la dueña) o como persona jurídica, para el presente proyecto “CEBOLLAS SAN JUAN DE PASTOCALLE S. A.” se Constituirá como una Sociedad Anónima por contar con tres accionistas los cuales van a aportar con el 50% de capital requerido.

4.4. Tipo de empresa

Partiendo de que las empresas no son más que satisfactores de necesidades que además ofrecen un bien (hortalizas) o servicio a cambio de un beneficio lucrativo, las empresas se clasifican por:

- Según su actividad: Producción, comercio y de servicios
- Según su capital: Públicas, privadas y mixtas
- Por el número de personas: Unipersonales y pluripersonales

Después de haber descrito los siguientes datos podemos decir que la empresa “CEBOLLAS SAN JUAN DE PASTOCALLE S. A.” se clasifica de la siguiente manera:

- **Según su actividad:** Producción
- **Según su capital:** Mixta
- **Por el número de personas:** Pluripersonales

4.5. Filosofía empresarial

4.5.1. Misión

Son las actividades que realiza la empresa actualmente por medio del cumplimiento de ciertos objetivos, para esto se verán los elementos de la misión.

- Características generales del servicio
- Mercado al que sirve
- Naturaleza del negocio
- Posición deseada en el mercado
- Principios y valores
- Razón para existir

Contribuir al desarrollo social y económico del sector agrícola de San Juan de Pastocalle, brindando un servicio personalizado con procesos productivos certificados bajo normas Nacionales e internacionales y mano de obra calificada.

4.5.2. Visión

Es una imagen de lo que queremos que la empresa sea o llegue a ser en tiempo determinado, además es necesario tomar en cuenta los siguientes puntos:

- Posición en el mercado
- Principio organizacional
- Servicios y valores
- Tiempo /ámbito del mercado

Para lo cual se ha determinado una visión de tres años, la cual es la siguiente:

Ser uno de los mejores proveedores de cebolla blanca para los supermercados del sur del Distrito Metropolitano de Quito, con tecnología adecuada, talento humano calificado y trabajo en equipo sistémico y armónico.

4.5.3. Objetivos empresariales

El objetivo general de la empresa es ser uno de los mayores distribuidores de cebolla blanca dentro del sector sur del Distrito Metropolitano de Quito.

- Incrementar la participación de “Hortalizas Sanas” paulatinamente en el mercado de Cotopaxi y Pichincha.
- Maximizar las utilidades en un 25% a través del uso eficiente de los recursos disponibles a fin de mantener una estabilidad financiera empresarial.
- Crear fidelidad en la marca de la empresa.

4.5.4. Estrategias empresariales

- La empresa creará alianzas o convenios estratégicos con los productores de hortalizas de Latacunga.
- La empresa realizará cursos de capacitación a los agricultores sobre cuidados en los cultivos (niveles de fertilizantes y pesticidas), cuidados en la cosecha y temas relacionados con el buen manejo de las hortalizas y el buen aprovechamiento de las plantaciones.
- Para el presente proyecto se realizará una estrategia de liderazgo en costos, ya que por tratarse de un producto de alimentación básica, la empresa ofrecerá bajo costo con relación a sus competidores.
- La empresa ofrecerá a sus clientes un servicio personalizado, el cual se basará en distribución de las hortalizas hasta el cliente (supermercados) y sobre todo con una constancia de emisión del producto sin llegar a poner en riesgo las operaciones de nuestros clientes, la razón más importante para el proyecto.
- Se realizarán estudios de mercado para determinar cuáles son las tendencias del mercado consumidor, con la finalidad de cumplir con los requerimientos del mercado y de ésta forma ganar participación.
- El precio de las hortalizas juega un papel muy importante para que en los clientes se cree fidelidad, el precio que se usa como referencia es el precio que manejan a nivel de mayoristas, esta tendencia en precios nos ayudará a establecer el precio de las hortalizas en el centro de acopio, esto nos permitirá ser competitivos.

4.5.5. Principios

- ✓ Eficiencia en la prestación del servicio
- ✓ Reconocimiento e importancia hacia el cliente interno como externo
- ✓ Trabajo en equipo con profesionalismo
- ✓ Trabajo participativo

4.5.6. Valores

EXCELENCIA: En el servicio, una distribución constante y eficaz

LEALTAD: Con la empresa para la satisfacción de la demanda

RESPONSABILIDAD: En el cumplimiento de las obligaciones contractuales.

4.6. Organización administrativa

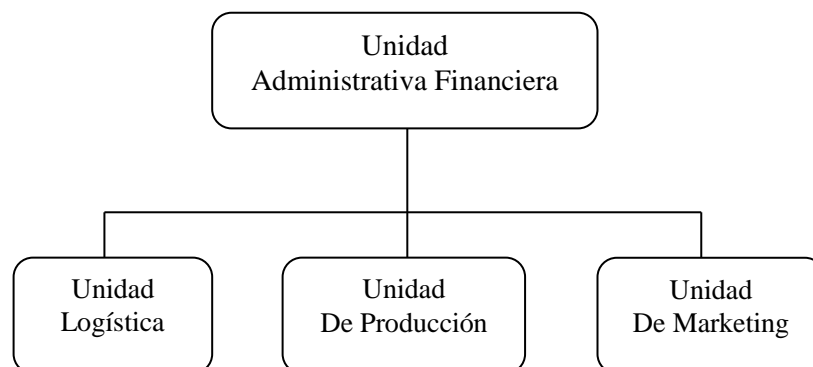
El principio organizacional es adecuado para el desempeño de las funciones, es así como él va a orientarse por el principio de unidad de los objetivos, el mismo que indica que una estructura organizacional es eficaz solo si el personal contribuye al cumplimiento de las metas y es comprometido con los objetivos globales que persigue la organización.

4.7. Estructura orgánica

La estructura orgánica es organizar el proceso mediante el cual se fragmenta el trabajo de una empresa para formar puestos de trabajo individuales y agruparlos después por afinidad de sus tareas. Es importante además establecer las relaciones que deben existir entre ellos. Consecuentemente los grupos o unidades departamentales resultantes y sus interrelaciones forman la estructura de la organización. La organización estructural del centro de acopio, deberá diseñarse atendiendo a las tareas y responsabilidades que demanda cada puesto. Con estos lineamientos se define la estructura orgánica del proyecto la cual es la siguiente:

- **Unidad administrativa financiero:** Se encargara básicamente de administrar el capital de la empresa, elaborar y llevar un presupuesto anual basado en el pronóstico de ventas.
- **Unidad logística:** Se encarga de planificar calendarios de cosecha, medios que califiquen los niveles óptimos de selección de hortalizas.
- **Unidad de producción/ procesos:** Se encarga de controlar el funcionamiento de la maquinaria y de la tecnología dentro del centro de acopio.
- **Unidad de marketing y comercialización:** Se encarga de desarrollar tanto las adquisiciones de insumos, maquinaria y materia prima que el proyecto necesita para desarrollar el giro del negocio así como la distribución y comercialización de las mismas a los distintos clientes (supermercados).

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL CENTRO DE ACOPIO

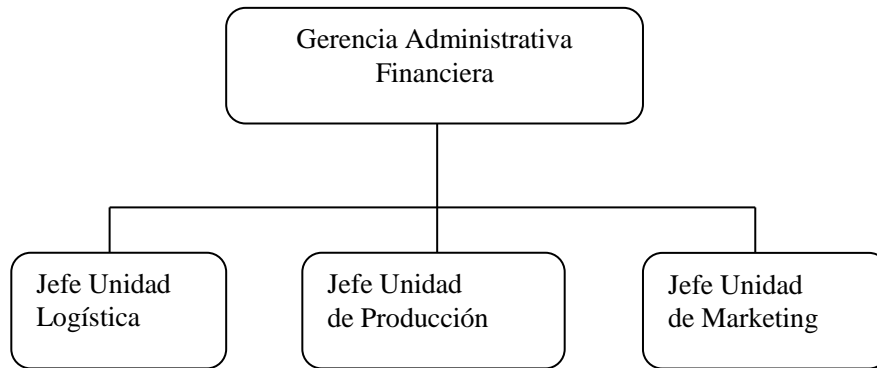


Fuente: Investigación directa

Elaborado Por: La autora

Organigrama funcional.- Indica las unidades y sus relaciones, las principales funciones de las unidades.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DEL CENTRO DE ACOPIO



Fuente: Investigación directa

Elaborado Por: La autora

4.6.1 Funciones

Gerente

Dentro de las funciones del gerente tendremos las siguientes:

- Designar todas las posiciones gerenciales.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.
- Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente.
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento del centro de acopio.

Secretaria

Debe ser una persona en la que se tenga plena confianza, y que cumpla con las siguientes características:

- Excelente redacción y ortografía.
- Facilidad de expresión verbal y escrita.
- Persona proactiva, y organizada
- Facilidad para interactuar en grupos.
- Dominio de Windows, Microsoft Office, Star Office, e Internet.
- Brindar apoyo a todas las unidades.
- Desempeñarse eficientemente en cualquier área administrativa.
- Conocimientos en el área de logística, créditos, cobranzas y atención al cliente.
- Aptitudes para la organización.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Dinámica y entusiasta.
- Habilidades para el planeamiento, innovación, motivación, liderazgo y toma de decisiones.
- Capacidad de trabajar en equipo y bajo presión.

Contabilidad

Dentro de las funciones tenemos:

- Las aperturas de los libros de contabilidad.
- Establecimiento de sistema de contabilidad.
- Estudios de estados financieros y sus análisis.
- Certificación de planillas para pago de impuestos.
- Aplicación de beneficios y reportes de dividendos.
- La elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones.

Producción

Dentro de las funciones básicas tenemos:

- Elaborar y dirigir los planes de producción, la política de compras y logística de materias primas.
- Cooperar con el departamento comercial para adaptar la producción a las necesidades del cliente.
- Planificar la fabricación según las especificaciones de materiales, procesos, plazos, instalaciones.
- Coordinar y supervisar el diseño, construcción y montaje de las nuevas instalaciones productivas, así como vigilar el mantenimiento de las existentes.

Bodega

Dentro de bodega se procederá llevar a cabo las siguientes funciones:

- Se debe diligenciar los formatos de entrada y salida del almacén. **ENTRADA DE ALMACEN:** Este documento debe contener la siguiente información: Fecha, cantidad, unidad, código de barras, descripción del artículo, proveedor, número de factura, número de orden de compra, tener un control de inventario diario, alimentación del inventario por medio de las planillas.
- Se realiza la recepción de productos que ingresan al almacén. Se llenan el anterior formato que certifica el recibo de la mercancía. **SALIDA DEL ALMACEN:** Este documento contiene la siguiente información:
- Fecha, cantidad, unidad, código de barras, descripción del artículo, cliente, N° de factura, N° de orden de compra, costo por unidad. Tener un control de inventario diario. Llenar el formato de salida del almacén Cada vez que se

realice estas actividades se debe realizar los reportes respectivos al jefe de compras y ventas y al contador. Todos los documentos deben ser firmados por el responsable del recibo y despacho de pedidos en este caso el jefe de bodega además de tener la firma de autorización del contador

Acopio

- Planificar las actividades de compra de cebolla, materiales y suministros
- Seleccionar la materia prima de calidad
- Realizar la compra oportuna y mantener los inventarios necesarios para el proceso productivo
- Llevar los libros de compra y adquisiciones

Ventas y distribución

- Coordinar las actividades de comercialización.
- Identificar a los clientes potenciales.
- Establecer canales de distribución
- Establecer estrategias de atención al cliente
- Realizar ventas al por mayor.
- Cumplir con toda las entregas y pedidos
- Elaborar el libro diario e informes de las ventas.
- Coordinar el trabajo con Gerencia.

4.7 COSTOS E INVERSIONES

4.7.1. Costos

La determinación de los costos surgen como consecuencia lógica del estudio técnico, puesto que este estudio permite estimar y distribuir los costos del proyecto en términos totales y unitarios es decir se calcula la cantidad de recursos monetarios que exige el proyecto en su vida útil.

Costos y gastos de un proyecto.

En el proyecto se distingue las cuatro funciones básicas:

Costos de producción los mismos que hacienden a:

HOJA DE COSTOS Y GASTOS PRODUCCION					
PRODUCTO: CEBOLLA BLANCA			UNIDADES PRODUCIDAS: 5 Tn		
COSTOS DE PRODUCCIÓN (PLANTA)					
DETALLE	DIA	CANTIDAD	UND MED	V/ UNIT	V. M
COSTO DIRECTO					8.420,51
MATERIA PRIMA DIRECTA					6.000,00
CEBOLLA BLANCA		100,00	Qq	60,00	6.000,00
MANO DE OBRA DIRECTA					2.420,51
Jefe de calidad		1,00	Trabajador	558,60	558,60
Trabajadores		2,00	Trabajador	930,95	1.861,91
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION					255,40
MATERIA PRIMA INDIRECTA					22,00
Embalaje		100,00	U	0,20	20,00
Etiquetado		100,00	U	0,02	2,00
SUMINISTROS Y MATERIALES					233,40
Insumos de oficina producción	30			0,32	9,60
Insumos de seguridad industrial	30			7,15	214,50
Insumos de limpieza	30			0,31	9,30
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN					8.675,91
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN					86,76

Costo de administración.

Aquellos que se incurren en la administración y son: Sueldos y salarios del Gerente, Secretaria, Contadores, útiles de oficina, utilería, servicios básicos, de la empresa y estos son:

Gastos de Administración					957,55
Gerente	30	31,92		957,55	
Suministros y Materiales					20,40
Material para oficina	30	0,5		15,00	
Impresos	30	0,09		2,70	
Útiles de aseo y limpieza	30	0,09		2,70	
Servicios Básicos	30	2		60,00	60,00
Total gastos administrativos					1.037,95

Costo de ventas.

Aquellos gastos en que incurre una empresa para vender su producción y son: entre los que tenemos sueldos y salarios, útiles de aseo, papelería, servicios básicos, entre otros que hacen:

Gastos de Ventas				75,00
Publicidad	30	2,50	75,00	

Costos financieros.

Gastos Financieros				543,33
Interese Bancarios	30	18,11	543,33	

Se consideran los intereses en un mes que se deben pagar por el préstamo obtenido y estos son:

$$CF = Dx \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

DX=	54332,78		
i=	12%		
n=	5		
CF=	54332,78	<u>0,2115</u>	
		0,7623	
CF=	15072,44		

Periodo	Deuda	Intereses	Amortización	Cuota fija
0	54332,78			
1	45780,28	6519,93	8552,51	15072,44
2	36201,46	5493,63	9578,81	15072,44
3	25473,20	4344,18	10728,27	15072,44
4	13457,54	3056,78	12015,66	15072,44
5	0,00	1614,90	13457,54	15072,44
TOTAL		21029,43	54332,78	75362,22

Costos totales

Estos valores serán proyectados para la vida útil del proyecto que será de cinco años como mínimo.

HOJA DE COSTOS Y GASTOS PRODUCCION					
PRODUCTO: CEBOLLA BLANCA		UNIDADES PRODUCIDAS: 5 Tn			
COSTOS DE PRODUCCIÓN (PLANTA)					
DETALLE	DIA	CANTIDAD	UND MED	V/ UNIT	V. M
COSTO DIRECTO					8.420,51
MATERIA PRIMA DIRECTA					6.000,00
CEBOLLA BLANCA		100,00	qq	60,00	6.000,00
MANO DE OBRA DIRECTA					2.420,51
Jefe de calidad		1,00	Trabajador	558,60	558,60
Trabajadores		2,00	Trabajador	930,95	1861,91
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION					255,40
MATERIA PRIMA INDIRECTA					22,00
Embalaje		100,00	u	0,20	20,00
Etiquetado		100,00	u	0,02	2,00
SUMINISTROS Y MATERIALES					233,40
Insumos de oficina producción	30			0,32	9,60
Insumos de seguridad industrial	30			7,15	214,50
Insumos de la limpieza	30			0,31	9,30
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN					8.675,91
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN					86,76
GASTOS OPERACIONALES					1.656,28
Gastos de Administración					1037,95
Gerente	30	31,92		957,55	
Suministros y Materiales					20,40
Material para oficina	30	0,5		15,00	
Impresos	30	0,09		2,70	
Útiles de aseo y limpieza	30	0,09		2,70	
Servicios Básicos	30	2		60,00	60,00
Gastos de Ventas					618,33
Publicidad	30	2,50		75,00	75,00
Gastos Financieros					543,33
Interese Bancarios	30	18,11		543,33	
TOTAL COSTO DE VENTA					10.332,18
COSTO UNITARIO DE VENTA					103,32
	50%				51,66
PRECIO DE VENTA DE UN qq					154,98

4.7.2. Inversiones

Para satisfacer las necesidades de la nueva línea de producción las necesidades de inversión son:

Inversión fija.- Es la parte de la inversión que se destina a la adquisición de todos los activos fijos que se requieren y esta es:

TER –OVRASC

DETALLE	AÑO	CANT.	V/U	V/COMPRA
TERRENO	2013	1	M2	30549,96
OBRAS CIVILES	2013	1	M2	36000,00
TOTAL				66549,96

MAQUINARIA Y EQUIPO

DETALLE	AÑO	CANT.	V/U	V/COMPRA
Vehículos Dmax C/S	2013	1	25.000,00	25.00000,
Montacarga TCM 2 Tn	2013	1	25.500,00	25.500,00
Balanza digital 30	2013	1	600,00	600,00
Equipo de automatización básico (cinta receptora, mesa de lavado, mesa de selección, sistema de clasificación, empaque)	2013	1	7.500,00	7.500,00
Sistema de Control de Temperatura	2013	1	2.200,00	2.200,00
				60.800,00

MUEBLES Y ENSERES

MUEBLES Y ENSERES				
DETALLE	AÑO	CANT.	V/U	V/COMPRA
Escritorios	2013	2	50,00	100,00
Sillas	2013	4	15,00	60,00
Archivador	2013	1	35,00	35,00
Teléfono	2013	1	7,00	7,00
Comput – impresora	2013	1	780,00	780,00
				982,00

Inversión diferida.- Constituye aquella parte de la inversión que se destina a la contratación de activos diferidos o intangibles y para el presente proyecto es de:

Activos Diferidos	
Gastos de Constitución	800
Estudio Técnico	700
Gasto de Puesta en Marcha	1.500,00
Total gastos nominales	3.000,00

Inversión en capital de trabajo.- Es aquella parte de la inversión que debe estar disponible, para la operación normal del proyecto durante el inicio de su funcionamiento, el cual se ha estimado en un mes de costos necesarios para operar y estos haciende a:

DETALLE	SUBPARCIAL	PARCIAL	TOTAL
COSTOS DE PRODUCCION			8.675,91
CEBOLLA BLANCA	6.000,00		
MANO DE OBRA DIRECTA	2.420,51		
Materia prima indirecta	22,00		
Suministros y materiales	233,40		
GASTOS OPERACIONALES			1.118,35
GASTOS ADMINISTRATIVOS		1.118,35	
Gerencia	1.037,95		
Suministros y Materiales	20,40		
Servicios	60,00		
GASTOS DE VENTA		75,00	75,00
Publicidad	75,00		
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO PARA UN MESES			9.869,26

TOTAL INVERSION

PRESUPUESTO DE INVERSION		
Items	Inversiones	Rubros
1	INVERSIONES FIJAS	135831,96
2	INVERSIONES INTANGIBLES	3000,00
3	CAPITAL DE TRABAJO	9869,26
TOTAL INVERSION		148701,22

Fuente de Financiamiento

El total de la inversión, tiene las siguientes fuentes de financiamiento:

FUENTE	Inversión Fija		Inversión Intangible		Capital de Trabajo		TOTAL	%
	Inversión	%	Inversión	%	Inversión	%		
Aporte propio	76999,176	60%	3000	100%	9869,26	100%	94368,43	64%
Préstamo	51332,784	40%					54332,78	36%
Total	128331,96	100%	3000	100%	9869,26	100%	148701,22	100,00%

4.7.3. Ingresos

Los ingresos constituyen la parte más importante del proyecto, provienen de la venta del producto en el primer mes, y año y estas están en función del tamaño del proyecto, el cual se ha estimado en 5tn métricas mensuales, lo que significa 20 quintales al mes que se pondrán en el mercado.

Los ingresos se calculan multiplicando la cantidad de productos por el precio de venta unitario

$$I = Q \times P$$

TOTAL COSTO DE VENTA	10.332,18
COSTO UNITARIO DE VENTA	103,32
50%	51,66
PRECIO DE VENTA DE UN qq	154,98

Los ingresos mensuales serán:

qq producidos por mes	100
Ingresos mensuales	15.498,28
Ingresos anuales	185.979,32

4.7.3. Punto de Equilibrio

El equilibrio de un proyecto constituye al volumen productivo que corresponde a una situación donde no se obtiene ganancias ni se incurre en pérdidas, es decir cuando los ingresos permiten cubrir los costos.

En el presente proyecto se ha procedido a calcularlo en función de la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{P - V}$$

CFT =Costos fijos totales

P = Precio de venta

V = Costo variable unitario

$$\begin{array}{r} \text{PE=} \\ \hline 3613,86 \\ 1 \quad 6255,4 \\ 15.498,28 \end{array}$$

$$\begin{array}{r} \text{PE=} \\ \hline 3613,85667 \\ 0,59638093 \end{array}$$

$$\text{PE=} \quad \mathbf{6059,64 \text{ USD}}$$

Es decir se deberán vender 6059,64 qq. Para que la actividad económica no pierda ni gane.

4.7.4. Estados de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS		
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014		
VENTAS		185.979,32
(-) COSTO DE PRODUCCION		111.527,88
COSTO DIRECTO		101.046,08
Materia Prima Directa	72.000,00	
Mano de Obra Directa	29.046,08	
COSTOS INDIRECTOS		10.481,80
Gastos Indirectos de Fabricación	264,00	
Suministros y Materiales	2.800,80	
Depreciación	6.817,00	
Amortización	600,00	
GANANCIA BRUTA		74.451,44
(-) GASTOS OPERACIONALES		20.750,82
GASTOS ADMINISTRATIVOS		13.420,20
Personal	12.455,40	
Suministros y Materiales	244,80	
Servicios	720,00	
GASTOS DE VENTAS		900,00
Publicidad	900,00	
GASTOS FINANCIEROS		6.430,62
Intereses Bancarios	6.430,62	
UTILIDAD OPERACIONAL		53.700,62
15% Participación trabajadores		8.055,09
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO		45.645,53
23% Impuesto a la Renta		10.498,47
UTILIDAD DEL EJERCICIO		35.147,06
RESERVAS		7.029,41
Reserva Legal	3.514,71	
Reserva Estatutaria	1.757,35	
Reserva Facultativa	1.757,35	
UTILIDAD NETA		28.117,65

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014

ACTIVO		PASIVO		75.362,22
ACTIVO CORRIENTE		91.759,56	PASIVO CORRIENTE	15.072,44
Caja	16.958,76			
Inventario de MPD	72.000,00			
Invent Suministros y Materiales	2.800,80		Prestamo	8.552,51
			Obligaciones por pagar	6.519,93
ACTIVO FIJO		117.745,96		
Terreno	30.549,96			
Obras Civiles	36.000,00		PASIVO A LARGO PLAZO	60.289,77
Vehiculos	25.000,00		Préstamo Bancario a Largo Plazo	45.780,28
Muebles y Enseres	982,00		obligaciones por pagar largo plazo	14.509,50
Maquinaria, Equipo e Instalaciones	7500		Otros pasivos	
Equipo de Computación	780,00			
Montacarga TCM 2 Tn	25.500,00			
Balanza Dig	600,00			
(-) Depreciación Acumulada Activo Fijo	-9.166,00		PATRIMONIO	136.544,90
			CAPITAL SOCIAL	94.368,43
ACTIVO DIFERIDO		2.400,00	Aporte de los Socios	94.368,43
Gastos de Constitución	800,00			
Estudio Técnico	700,00		UTILIDADES	35.147,06
Gasto de Puesta en Marcha	1.500,00		Utilidad	35.147,06
			RESERVAS	7.029,41
(-) Amortización Acumulada	-600,00		Reserva Legal	3.514,71
			Reserva Estatutaria	1.757,35
			Reserva Facultativa	1.757,35
TOTAL ACTIVOS		211.907,12	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	211.907,12

4.7.5. Flujo de efectivo

El flujo de fondos, son las entradas y salidas de dinero en efectivo, en oposición a la utilidad contable neta (ingreso contable neto) que puede fluir hacia adentro o hacia fuera de la nueva empresa durante algún período específico.

CENTRO DE ACOPIO SAN JUAN DE PASTOCALLE S.A.					
FLUJO NETO DEL EFECTIVO					
PERIODOS DEL 1 AL AÑO 5					
AÑOS	1	2	3	4	5
INGRESOS	185.979,32	185.979,32	185.979,32	185.979,32	185.979,32
EGRESOS	132.278,70	132.278,70	132.278,70	132.278,70	132.278,70
FLUJO DE CAJA	53.700,62	53.700,62	53.700,62	53.700,62	53.700,62

4.8. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

4.8.1. Financiera

La evaluación financiera estudia los aspectos monetarios del proyecto y la contribución al inversionista.

La evaluación económica en cambio analiza la contribución del proyecto a la economía en su conjunto y para ello se deberá determinar la tasa de rendimiento mínima aceptable (TREMA).

La tasa de rendimiento mínima aceptable para los inversionistas del proyecto está relacionada con la tasa de oportunidad a la cual se podrían aplicar los recursos en otras alternativas de inversión.

Para el cálculo de la TREMA se ha considerado la tasa de inflación anual prevista, más un premio por el riesgo de la inversión, así,

$$\text{TREMA} = \text{Tasa de inflación} + \% \text{ premio al riesgo}$$

$$\text{TREMA} = \text{Tasa pasiva} \quad 8\%$$

Inflación	2,74%
TREMA=	11%

La cual será la rentabilidad mínima que se exigirá al proyecto durante el período de evaluación (5 años).

La TREMA se constituye en la tasa de descuento a la cual se actualizará el flujo de efectivo del proyecto para efectos del cálculo del VAN.

4.8.2. VAN

El Valor Actual Neto mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

El VAN se calcula de la siguiente manera:

Se partió del resultado del FLUJO NETO DE EFECTIVO. Ese resultado se le actualiza al año CERO, utilizando una tasa de descuento se resta la inversión Inicial, ese resultado se constituye en el valor actual neto o valor presente neto, en función de la siguiente Fórmula.

$$VAN = - \text{Inversión inicial} + \text{Sumatoria FNE Actualizado}$$

$$VAN = -I_0 + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

En el caso del presente proyecto es:

**VALOR ACTUAL NETO EN
BASE A LA TREMA**

AÑOS	INVERSION	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR ACTUALIZACION $VA = 1/(1+i)^n$		INVERSION	INGRESOS	EGRESOS
					Fact. De Act			
0	148.701,22					148.701,22		
1		185.979,32	132.278,70	$1/(1+0.11)^1$	0,903016074		167.942,32	119.449,79
2		185.979,32	132.278,70	$1/(1+0.11)^2$	0,815438029		151.654,61	107.865,08
3		185.979,32	132.278,70	$1/(1+0.11)^3$	0,736353648		136.946,55	97.403,90
4		185.979,32	132.278,70	$1/(1+0.11)^4$	0,66493918		123.664,94	87.957,29
5		185.979,32	132.278,70	$1/(1+0.11)^5$	0,600450767		111.671,43	79.426,85
	148.701,22	929.896,61	661.393,50			148.701,22	691.879,84	492.102,91
						VAN1=	51.075,71	

Al ser su resultado 51.075,71 positivo significa que el rendimiento de la inversión es superior al requerimiento mínimo de los inversionistas. Sin embargo es necesario calcular un nuevo VAN con carácter de negativo con el ánimo de calcular posteriormente la TASA INTERNA DE RETORNO; el VAN negativo se lo calcula con un costo de oportunidad distinto al TREMA.

VALOR ACTUAL NETO EN BASE COSTO DE OPORTUNIDAD 60%

FACTOR ACTUALIZACION $VA = 1/(1+i)^n$		INVERSION	INGRESOS	EGRESOS
	1,00000	148.701,22		
$1/(1+60)^1$	0,62500		116.237,08	82.674,19
$1/(1+60)^2$	0,39063		72.648,17	51.671,37
$1/(1+60)^3$	0,24414		45.405,11	32.294,60
$1/(1+60)^4$	0,15259		28.378,19	20.184,13
$1/(1+60)^5$	0,09537		17.736,37	12.615,08
		148.701,22	280.404,92	199.439,37
		VAN2=	-67.735,67	

Al ser este resultado negativo, nos indica que la Inversión no producirá el rendimiento mínimo aceptable, por lo tanto no sería recomendable su implementación, sin embargo este resultado nos facilitará el cálculo de la tasa interna de retorno la misma que se encuentra mediante aproximaciones sucesivas entre un rango positivo y negativo .

4.8.3. TIR

Tasa interna de retorno, expresa el rendimiento de la inversión en términos de tasa de interés

CÁLCULO DE LA TIR.

Existen algunas formas de calcular, una de ellas es mediante el método de aproximaciones sucesivas o tanteo, para lo cual se ha calculado un VAN +, y un VAN con valor negativo, ya que la TIR estará ubicado al interior del intervalo y se ha utilizado la siguiente fórmula:

$$TIR = r_1 + (r_2 - r_1) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

r_1 = Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN_1

r_2 = Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN_2

VAN_1 = Valor positivo

VAN_2 = Valor negativo

Dentro del proyecto la tasa interna de retorno es la siguiente:

r1	11%	
r2	60%	
Van 1	51.075,71	
Van2	-67.735,67	
Tir	60%	0,42988906
Tir	0,258	
Tir	25,79%	

Análisis: Al ser la tasa interna de retorno $> i$ (11%) la tasa el proyecto se justifica desde el punto de vista financiero, por lo que la tasa del proyecto (25.79%) es conveniente para los inversionistas, justificando de esta forma las inversiones.

4.8.4 RB/C

Constituye el resultado de la división de la sumatoria del valor presente de los ingresos entre la sumatoria del valor presente de los egresos descontados a una tasa determinada (i), para el efecto se ha considerado la tasa del 11% y la siguiente fórmula para calcularlo.

$$RB / C = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

	1	2	3	4	5
R\$/BC=	<u>53700,62</u>	<u>53700,62</u>	<u>53700,62</u>	<u>53700,62</u>	<u>53700,62</u>
	1,11	1,23	1,36	1,50	1,67
R\$/BC=	48492,52	43789,53	39542,65	35707,65	32244,58
ING-ACT	199776,93				
EGRESOS	148701,22				
R\$/BC=	1,34	- 1 de prima			
R\$/BC=	0,34 CENTAVOS DE DÓLAR INVERTIDO				

El criterio de decisión es la siguiente:

Si $RBC > 1$, se acepta el proyecto.

Si $RBC = 1$, es indiferente entre realizar o rechazar el proyectos, los beneficios netos compensan el costo de oportunidad del dinero.

Si $RBC < 1$, se rechaza el proyecto ya que el valor presente de los beneficios es menor que el valor presente de los costos.

El indicador RB/C, señala qué utilidad tendremos con el costo que representa la inversión, es decir define la prima por cada dólar invertido en el proyecto, el cual en nuestro caso son 34 centavos de beneficio por dólar invertido.

Y al ser B/C) 1,34 > 1 El proyecto es atractivo financieramente.

4.8.5. PRI

Como resultado nos da el tiempo en que recupera la inversión más el costo del capital involucrado, es decir es el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial y para su cálculo se ha considerado la siguiente formula.

$$PRI = \frac{\text{Inversión neta}}{\text{Utilidad anual}}$$

	0	1	2	3	4	5	
		53.700,62	53.700,62	53.700,62	53.700,62	53.700,62	
	148.701,22						
			107.401,24	41.299,97	53.700,62		100%
AÑOS					41.299,97		X
	2						0,8
MESES		8					

Por lo tanto la inversión se recupera en dos años y ocho meses

4.8.6. Evaluación social, técnica e impacto del proyecto

A continuación se expone un análisis prospectivo de los impactos que el proyecto causará en diferentes ámbitos. En este análisis técnico y científico se ha utilizado la siguiente metodología:

Selección de los ámbitos donde se realizará el análisis de los impactos. En este caso se han establecido las áreas: social, educativo, ambiental y económico.

Selección de los niveles positivos y negativos de impactos de acuerdo a la siguiente tabla:

Niveles de Impactos

NIVEL	CARACTERÍSTICAS
3	IMPACTO ALTO POSITIVO
2	IMPACTO MEDIO POSITIVO
1	IMPACTO BAJO POSITIVO
0	NEUTRO
-1	IMPACTO BAJO NEGATIVO
-2	IMPACTO MEDIO NEGATIVO
-3	IMPACTO ALTO NEGATIVO

Elaboración de una matriz de impactos en la que se determinan indicadores para cada ámbito.

Determinación de un nivel de impacto positivo o negativo según el caso, previo al análisis de cada indicador.

- Realización de la sumatoria de los niveles de impacto, valor que se divide para el número de indicadores, obteniéndose así el nivel de impacto de cada área.
- Redacción del análisis o argumento bajo cada matriz de la razón del valor numérico asignado a cada indicador.
- Finalmente, elaboración de una matriz de impacto global o general en la que se establecen las áreas de impacto con su respectivo valor.

4.8.6.1. Análisis de los impactos

Impacto social

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
Mejoramiento de la calidad de vida							1	
Generación de beneficios sociales								1
Solución a problemas sociales						1		
Producción y comercialización asociada								1
Fortalecimiento organizacional								1
TOTAL						1	2	9

$$\Sigma = 12$$

$$\text{IMPACTO SOCIAL: } \Sigma = 12/5 = 2,4$$

Lo que significa que el proyecto pretende mejorar la calidad de vida de los participantes, esto se logrará, mediante el incremento de los ingresos familiares gracias a la venta de las la cebolla blanca, fortaleciendo la organización a los productores, de esta forma se podrán solucionar muchos de los problemas sociales que afectan a la Parroquia de San Juan de Pastocalle, con la producción y comercialización asociada, se verá fortalecida logrando ventas a las cadenas comerciales del sur y centro de Quito.

Impacto educativo

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
Mejoramiento de la calidad de vida								1
Generación de beneficios sociales								
Solución a problemas sociales								1
Producción y comercialización asociada							1	
Fortalecimiento organizacional						1		
TOTAL						1	2	6

$$\Sigma = 9$$

$$\text{IMPACTO SOCIAL: } \Sigma = 9/4 = 2,25$$

Lo que nos lleva a concluir que el presente proyecto pretende capacitar a los productores en la producción de cebolla blanca de la zona, conocimientos que una vez adquiridos serán de rigurosa aplicación en el campo.

Impacto Ambiental

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
Mejoramiento de la calidad de vida							1	
Generación de beneficios sociales						1		
Solución a problemas sociales						1		1
Producción y comercialización asociada							1	1
Fortalecimiento organizacional								1
TOTAL						2	4	9

$$\Sigma = 15$$

$$\text{IMPACTO SOCIAL: } \Sigma = 15/7 = 2,14$$

Uno de los principales beneficios que recibirán los participantes del proyecto, luego de producir cebolla blanca es el crédito que esta actividad genera por ello se deberá conseguir la certificación orgánica que es más cotizada que la producción con agro

químicos. Para producir abonos es necesario recurrir al compostaje, es decir se da un adecuado tratamiento a los desechos sólidos. Al proteger a las plantas nativas se permite la vida de otras especies animales y se logra convivir con ellas.

Impacto Económico

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
Mejoramiento de la calidad de vida							1	
Generación de beneficios sociales						1		
Solución a problemas sociales						1		
Producción y comercialización asociada							1	
Fortalecimiento organizacional						1	1	
TOTAL						3	6	0

$$\Sigma = 9$$

$$\text{IMPACTO SOCIAL: } \Sigma = 9/6 = 1,5$$

Con lo que se concluye que se crea fuentes de trabajo, las que son ocupadas el centro de acopio, mejorando de esta manera los ingresos económicos, logrando impedir que principalmente la fuerza joven salga a llenar los cinturones de pobreza de las grandes ciudades. Esto genera una estabilidad económica dentro de la familia, ya que disponen de liquidez fruto de su trabajo.

CONCLUSIONES

- El diseño y evaluación del proyecto de un centro de acopio de cebolla blanca con distribución a la zona sur y centro del Distrito Metropolitano de Quito establece la factibilidad de su implementación.
- El estudio de mercado demuestra que no existe entidad o persona que oferte producción agrícola en acopio dentro de la Parroquia de San Juan de Pastocalle.
- El estudio técnico indica que la ubicación óptima para el centro de acopio es en la Parroquia de San Juan de Pastocalle, específicamente en el Barrio La Libertad.
- El tamaño óptimo de la planta acepta el manejo de 5tn mensuales puesto que la capacidad instalada puede por su equipo y tecnología.
- La filosofía corporativa y el talento humano se mantienen bajo un hilo conductor de mejoramiento continuo y trabajo en equipo; además se sustenta bajo una estructura orgánica que le permite ser ágil y flexible para de esta forma responder oportunamente a las expectativas del mercado.
- El presente proyecto requiere de una inversión de \$148701,22, de los cuales el 36% que representan \$54332,78 serán a través de financiamiento con la Corporación Financiera Nacional a 5 años.
- El estudio financiero nos arroja un VAN de 51075,71, un TIR de 25,79% con una TREMA del 11%, lo que muestra que el proyecto es rentable, puesto que el TIR es mayor que el TREMA y su VAN es un valor positivo tanto para el proyecto con financiamiento como sin financiamiento.
- La evaluación de los impactos determina que el social es el más representativo en el estudio del presente proyecto, debido a que sus niveles son altamente positivos.

RECOMENDACIONES

- Implementar el proyecto de centro de acopio de hortalizas con distribución a la zona sur y centro del Distrito Metropolitano de Quito, debido a que se tiene una rentabilidad aceptable para el inversionista.
- Aplicar las estrategias de producto, de precio y de distribución que permitirán llegar al mercado meta tomando en cuenta los resultados de la investigación de mercado.
- Proporcionar a los demandantes productos de calidad que satisfagan sus necesidades, para evitar la disminución de las ventas y por ende la rentabilidad.
- Mantener la innovación tecnológica permanente para el negocio a fin de mantener la fidelidad del cliente, satisfacer sus expectativas y estar acorde con los nuevos estilos de vida.
- Invertir en este tipo de negocio ya que el VAN del inversionista es positivo tanto con financiamiento como sin financiamiento permite la factibilidad económica financiera, en consecuencia se recomienda invertir.
- Implementar el proyecto en el corto plazo para aprovechar de mejor forma los resultados de la investigación del presente proyecto en vista que la inversión se recuperara en un período relativamente corto de cuatro años.
- Presentar el proyecto al inversionista ya que cumple los parámetros que garantizan la rentabilidad y aseguran el pago oportuno.
- Poner en ejecución el presente proyecto ya que soporta un gran rango de variación ya sea por la inflación o por los costos de producción.

BIBLIOGRAFÍA

ARBOLEDA Vélez 2008. *Preparación, evaluación y control de proyectos*, México, pp.10

AUBERT, C. (2000). *Documentación Práctica de la Fertilización en Agricultura*.

AYALA, G. (2005). Ajo y Cebolla, *Fundación del servicio para el agricultor*. Serie A (39). pp.10

CASTELLANOS, P. (2009). *Manejo integrado del cultivo de cebolla de rama*. Para el departamento de Risaralda. Universidad de Caldas. Pereira. pp. 9-10

DANE, (2001), *1er Censo del Cultivo de Cebolla Larga*, Boyacá Región de la Laguna Tota. pp. 12.

GAJON, S. C. (2006). *Horticultura moderna*. (3ª ed). México. Editorial Bartolomé trucco. pp. 122-125

GUERRERO, T. (2004), Horticultura J. M. *Primer curso nacional sobre hortalizas*. Ambato – Ecuador. Memorias, Quito MAG. pp. 212-215

GUZMAN, Pérez Eduardo, *Cultivo del Ajo y la Cebolla*, Editorial Espasande, Caracas-Venezuela, (1ª ed), 2008.

INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACION, *Gestión y aseguramiento de la calidad*, Quito, junio 2.000.

INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACION, *Sistema de Gestión de calidad- Directrices para la mejora del desempeño*, ISO 2000.

(2ª ed), Argentina Editorial Trillas, pp. 25.

(2ª ed), Barcelona, Editorial Trillas, pp. 45-46.

INTERNET

<http://es.wikipedia.org/wiki/Salvaviduas>

www.biblioteca.co.cr/html/glosariofinanciero.shtml