



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

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DEL CENTRO DE
ACOPIO DE CEBOLLA BLANCA EN RAMA EN LA PARROQUIA
COCHAPAMBA, PROVINCIA DE COTOPAXI**

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para obtener el grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA:

WILMA GEORGINA VARGAS VELASQUE

Riobamba - Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA FINANZAS

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DEL CENTRO DE
ACOPIO DE CEBOLLA BLANCA EN RAMA EN LA PARROQUIA
COCHAPAMBA, PROVINCIA DE COTOPAXI**

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para obtener el grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA: WILMA GEORGINA VARGAS VELASQUE

DIRECTOR: ING. JOSÈ FERNANDO LOPEZ

Riobamba - Ecuador

2022

© 2022, Wilma Georgina Vargas Velasque

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

Yo, Wilma Georgina Vargas Velasque, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría, y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otras fuentes, están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 05 de enero del 2022



Wilma Georgina Vargas Velasque
C.C: 0550257984

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA: FINANZAS

El tribunal del trabajo de titulación certifica que. El trabajo de titulación: Tipo: Proyecto de Investigación: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DEL CENTRO DE ACOPIO DE CEBOLLA BLANCA EN RAMA EN LA PARROQUIA COCHAPAMBA, PROVINCIA DE COTOPAXI, realizado por la señorita. WILMA GEORGINA VARGAS VELASQUE, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del tribunal del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Ángel Bolívar Burbano Pérez PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	 Firmado electrónicamente por: ANGEL BOLIVAR BURBANO PEREZ	2022-01-04
Ing. José Fernando López Aguirre DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	Firmado digitalmente por JOSE FERNANDO LOPEZ AGUIRRE Nombre de reconocimiento (DN): cn=JOSE FERNANDO LOPEZ AGUIRRE, serialNumber=050521184127, ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE INFORMACION, o=SECURITY DATA S.A. 2, c=EC	2022-01-04
Ing. María Slusarczyk Antonsz MIEMBRO DEL TRIBUNAL	 Firmado electrónicamente por: MARIA SLUSARCZYK	2022-01-04

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación está dedicado a mis padres y hermanos, sobre todo, a los docentes de esta distinguida Facultad de Administración de Empresas de la Escuela de Comercio Exterior y Finanzas, quienes me acompañaron a lo largo de mi formación tanto profesional como humana.

Wilma.

TABLA DE CONTENIDO

INDICE DE TABLA	X
ÍNDICE DE GRAFICO	XII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XIII
RESUMEN.....	XV
ABSTRACT	XVI
INTRODUCCION	1

CAPITULO I

1. MARCO TEORICO REFERENCIAL	2
1.1. Antecedentes de investigación.....	2
1.2. Marco teórico.....	2
1.2.1. La empresa	2
1.2.1.1. Clasificación	3
1.2.2. Organización empresarial de pequeños productores en un ámbito de creciente globalización.....	4
1.2.3. Economía popular y solidaria	5
1.2.4. Comercialización	6
1.2.5. Estructura organizacional	7
1.2.6. Estudio de mercado	7
1.2.6.1. Oferta	7
1.2.6.2. Demanda	7
1.2.6.3. Demanda insatisfecha.	8
1.2.7. Tamaño del proyecto	8
1.2.7.1. Localización del proyecto	8
1.2.8. Estudio económico financiero.	9
1.2.9. Estudio de factibilidad.....	10
1.2.10. Centros de acopio	11
1.2.10.2. Clasificación de centros de acopio	12
1.2.10.3. Ventajas de un centro de acopio	13
1.2.10.4. Desventajas de un centro de acopio.....	14
1.2.11. La agricultura.....	14

1.2.12.	<i>La cebolla blanca en rama</i>	15
1.2.12.1.	<i>Información nutricional de la cebolla blanca en rama</i>	16

CAPITULO II

2.	MARCO METODOLOGÍA	17
2.1.	Enfoque de investigación	17
2.2.	Nivel de investigación	17
2.3.	Diseño de la investigación	18
2.4.	Tipo de estudio	18
2.5.	Población y muestra	18
2.5.1.	<i>Población</i>	18
2.5.2.	<i>Muestra</i>	19
2.6.	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	20
2.6.1.	<i>Método:</i>	20
2.6.2.	<i>Técnicas</i>	21
2.6.3.	<i>Instrumentos</i>	21

CAPITULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSION DE RESULTADOS	22
3.1.	Resultados	22
3.1.1.	<i>Aplicación de la encuesta a los agricultores de cebolla blanca en rama de la parroquia cochapamba.</i>	22
3.1.2.	<i>Aplicación de la encuesta a los centros de abastos y micro mercados de la provincia de cotopaxi</i>	41
3.1.3.	<i>Aplicación de la entrevista realizada al presidente del gad parroquial de cochapamba, sr. Jorge sivi</i>	51
3.2.	Discusión de resultados	52
3.3.	Propuesta	54
3.3.1.	<i>Estudio de mercado.</i>	54
3.3.1.4.	<i>Análisis de la demanda</i>	56
3.3.1.5.	<i>Análisis de la oferta</i>	57

3.3.1.6.	<i>Determinación de la demanda insatisfecha</i>	59
3.3.1.7.	<i>Marketing mix</i>	59
3.3.2.	<i>Estudio técnico</i>	63
3.3.2.1.	<i>Localización del proyecto</i>	63
3.3.2.2.	<i>Tamaño</i>	64
3.3.2.3.	<i>Distribución de planta</i>	64
3.3.2.4.	<i>Descripción del proceso productivo</i>	65
3.3.2.5.	<i>Flujograma del proceso de producción</i>	66
3.3.3.	<i>Organización de la empresa</i>	67
3.3.3.1.	<i>Nombre de la empresa o razón social</i>	67
3.3.3.2.	<i>Misión</i>	67
3.3.3.3.	<i>Visión</i>	67
3.3.3.4.	<i>Organigrama estructural</i>	67
3.3.3.5.	<i>Organigrama funcional</i>	68
3.3.3.6.	<i>Valores corporativos</i>	70
3.3.4.	<i>Estudio financiero</i>	70
3.3.4.1.	<i>Inversión inicial</i>	70
3.3.4.2.	<i>Costos de operación</i>	72
3.3.4.3.	<i>Depreciación</i>	74
3.3.4.4.	<i>Plan de financiamiento</i>	74
3.3.4.5.	<i>Resumen de costos</i>	77
3.3.4.6.	<i>Descripción de la producción</i>	77
3.3.4.7.	<i>Estado financieros</i>	77
3.3.5.	<i>Evaluación financiera</i>	81
3.3.5.1.	<i>Valor actual neto</i>	81
3.3.5.2.	<i>Tasa interna de retorno</i>	82
3.3.5.3.	<i>Relación beneficio/ costo</i>	82
3.3.5.4.	<i>Periodo de recuperación de la inversión</i>	83
3.3.6.	<i>Impactos</i>	83
3.3.6.1.	<i>Impacto social</i>	84
3.3.6.2.	<i>Impacto económico</i>	85
3.3.6.3.	<i>Impacto ambiental</i>	86
3.3.6.4.	<i>Impacto empresarial</i>	87
3.3.7.	<i>Impacto general del proyecto</i>	88

CONCLUSIONES	90
RECOMENDACIONES	91
GLOSARIO	
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

INDICE DE TABLA

Tabla 1-3:	Información Nutricional	16
Tabla 2-3:	Genero de los agricultores	22
Tabla 3-3:	Edad de los agricultores.....	23
Tabla 4-3:	Socio de alguna asociación.....	24
Tabla 5-3:	Conocimiento del centro de acopio	25
Tabla 6-3:	Socios para la creación de una asociación	26
Tabla 7-3:	Superficie de terreno destinado al cultivo	27
Tabla 8-3:	Origen de la superficie de terreno para el cultivo.....	28
Tabla 9-3:	Constancia del terreno con riego	29
Tabla 10-3:	Forma de cultivo de la cementsera.....	30
Tabla 11-3:	Participantes en el cultivo y producción del producto.....	31
Tabla 12-3:	Familiares participantes en el cultivo	32
Tabla 13-3:	Destino de la producción	33
Tabla 14-3:	Entrega de cargas de cebolla semanal al centro de acopio	34
Tabla 15-3:	Producción semestral del producto.....	35
Tabla 16-3:	Venta actual del producto	36
Tabla 17-3:	Costo de producción.....	37
Tabla 18-3:	Precio común del producto.....	38
Tabla 19-3:	Mejoramiento de la economía de la Parroquia	39
Tabla 20-3:	Decisión de venta	40
Tabla 21-3:	Género de dueños de los centros de abastos y micro mercados	41
Tabla 22-3:	Edad de los dueños de los centros de abastos y micro mercados	42
Tabla 23-3:	Adquisición de cebolla para la venta.....	43
Tabla 24-3:	Satisfacción de la adquisición del producto	44
Tabla 25-3:	Adquisición de un nuevo proveedor.....	45
Tabla 26-3:	Atributos importantes al adquirir el producto.....	46
Tabla 27-3:	Frecuencia de abastecimiento	47
Tabla 28-3:	Adquisición de los atados de cebolla blanca en rama	48
Tabla 29-3:	Peso del producto	49
Tabla 30-3:	Precio al pagar del producto	50
Tabla 31-3:	Segmento de mercado.....	55
Tabla 32-3:	Adquisición de la cebolla blanca en rama	56
Tabla 33-3:	Demanda Proyectada	57

Tabla 34-3:	Producción de cebolla blanca en rama.....	57
Tabla 35-3:	Oferta Proyectada	58
Tabla 36-3:	Demanda insatisfecha.....	59
Tabla 37-3:	Descripción del logotipo.....	60
Tabla 38-3:	Proyección del precio	61
Tabla 39-3:	Volumen de producción	64
Tabla 40-3:	Inversión Inicial Fija.....	71
Tabla 41-3:	Inversión Inicial.....	72
Tabla 42-3:	Costo de operación	73
Tabla 43-3:	Depreciación.....	74
Tabla 44-3:	Plan de financiamiento	74
Tabla 45-3:	Tabla de amortización de la deuda	75
Tabla 46-3:	Resumen de costos	77
Tabla 47-3:	Descripción de la producción	77
Tabla 48-3:	Flujo Neto.....	81
Tabla 49-3:	Flujo Neto.....	82
Tabla 50-3:	Ingresos y Egresos anuales.....	82
Tabla 51-3:	Recuperación de inversión	83
Tabla 52-3:	Impacto social.....	84
Tabla 53-3:	Impacto económico.....	85
Tabla 54-3:	Impacto ambiental	86
Tabla 55-3:	Impacto empresarial	87
Tabla 56-3:	Impacto general del proyecto	88

ÍNDICE DE GRAFICO

Gráfico 1-3:	Género de los agricultores.....	22
Gráfico 2-3:	Edad de los agricultores	23
Gráfico 3-3:	Socio de alguna asociación.....	24
Gráfico 4-3:	Conocimiento del centro de acopio	25
Gráfico 5-3:	Socios para la creación de una asociación.....	26
Gráfico 6-3:	Superficie de terreno destinado al cultivo	27
Gráfico 7-3:	Origen de la superficie de terreno para el cultivo.....	28
Gráfico 8-3:	Constancia del terreno con riego	29
Gráfico 9-3:	Forma de cultivo de la cementera.....	30
Gráfico 10-3:	Participantes en el cultivo y producción del producto.....	31
Gráfico 11-3:	Familiares participantes en el cultivo	32
Gráfico 12-3:	Destino de la producción	33
Gráfico 13-3:	Entrega de cargas de cebolla semanal al centro de acopio	34
Gráfico 14-3:	Producción semestral del producto.....	35
Gráfico 15-3:	Venta actual del producto.....	36
Gráfico 16-3:	Costo de producción.....	37
Gráfico 17-3:	Precio común del producto.....	38
Gráfico 18-3:	Mejoramiento de la economía de la Parroquia	39
Gráfico 19-3:	Decisión de venta	40
Gráfico 20-3:	Género de dueños de los centros de abastos y micro mercados	41
Gráfico 21-3:	Edad de los dueños de los centros de abastos y micro mercados	42
Gráfico 22-3:	Adquisición de cebolla para la venta.....	43
Gráfico 23-3:	Satisfacción de la adquisición del producto	44
Gráfico 24-3:	Adquisición de un nuevo proveedor.....	45
Gráfico 25-3:	Atributos importantes al adquirir el producto	46
Gráfico 26-3:	Frecuencia de abastecimiento.....	47
Gráfico 27-3:	Adquisición de cebolla blanca en rama	48
Gráfico 28-3:	Peso del producto	49
Gráfico 29-3:	Precio al pagar del producto.....	50
Gráfico 30-3:	Demanda proyectada	57
Gráfico 31-3:	Oferta proyectada	58
Gráfico 32-3:	Proyección del precio	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-2:	Calculo de la muestra - población 1.....	19
Figura 2-2:	Calculo de la muestra - población 2.....	20
Figura 3-3:	Logotipo.....	60
Figura 4-3:	Macro localización.....	63
Figura 5-3:	Micro localización	64
Figura 6-3:	Distribución de planta.....	65
Figura 7-3:	Flujograma de procesos para la obtención de los atados de cebolla.....	66
Figura 8-3:	Diagrama del Centro de acopio PRODSAN S.A.	67

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ANEXO A: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE CEBOLLA BLANCA EN RAMA

ANEXO B: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CENTROS DE ABASTOS Y MICROMERCADOS

ANEXO C: ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIAL DE COCHAPAMBA

RESUMEN

La presente investigación se enfoca en el estudio de factibilidad para la creación del centro de acopio de cebolla blanca en rama en la Parroquia Cochapamba, Cantón Saquisilí, Provincia de Cotopaxi, con la finalidad de ayudar a mejorar la cadena de comercialización de los agricultores ofreciendo a las pequeñas y grandes empresas los atados de cebolla blanca en rama sin pasar por los intermediarios que ofrecen precios bajos. A partir del estudio de mercado se determina la demanda, oferta, demanda insatisfecha positiva existente en el mercado estudiado y la aceptación de la creación del centro de acopio por parte de los productores; para lo cual se realizó una entrevista al presidente del GAD Parroquial y se aplicó encuestas a los agricultores de la parroquia para analizar la problemática que atraviesa al comercializar el principal producto del sector a igual que a los centros de abastecimiento y micro mercados de la provincia. En el estudio técnico se analizó todos los factores que influyen para determinar el lugar más apropiado para la construcción de la infraestructura, tomando en cuenta la afluencia de los proveedores y el tamaño del centro de acopio. A igual, en el estudio organizacional de la empresa se analizó la base legal y se establece la misión, visión, valores, principio, organización estructural y funcional de la entidad. Además, mediante la evaluación del estudio económico-financiero se determina que el estudio de factibilidad es viable y rentable; ya que, se obtuvo un VAN de \$34.019,91, TIR de 23%, beneficio-costo de \$1,14 y el periodo de recuperación de inversión de 3 años, 1 mes y 27 días. Por lo cual, es meritorio poner en marcha el emprendimiento en la parroquia Cochapamba que permitirá mejorar el desarrollo socio-económico del sector.

Palabras clave: <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <CENTRO DE ACOPIO>, <COCHAPAMBA (PARROQUIA)>, <CEBOLLA BLANCA EN RAMA (ALLIUM FISTULOSUM)> <COMERCIALIZACION>



05-04-2022

0594-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

This research focuses on the feasibility study for the creation of a white onion storage center in the Cochapamba Parish, Saquisilí Canton, Cotopaxi Province, to help improve the marketing chain of farmers by offering small and large companies bundles of white onion without going through intermediaries that offer low prices. The market study determined the demand, supply, positive unsatisfied demand existing in the market studied, and the acceptance of the creation of the collection center by the producers; for which an interview was conducted with the president of the GAD Parroquial, and surveys were applied to the farmers of the parish to analyze the problems they face when marketing the main product of the sector as well as the supply centers and micro-markets of the province. The technical study analyzed all the factors that influence determining the most appropriate place for the construction of the infrastructure, taking into account the influx of suppliers and the size of the collection center. Also, the organizational study of the company analyzed the legal basis and established the mission, vision, values, principles, and structural and functional organization of the entity. In addition, through the evaluation of the economic-financial study, it was determined that the feasibility study is viable and profitable since an NPV of \$34,019.91, IRR of 23%, benefit-cost of \$1.14, and the investment recovery period of 3 years, 1 month and 27 days were obtained. Therefore, it is worthwhile to implement the project in the Cochapamba parish that will improve the socioeconomic development of the sector.

Key words: <FACTIVITY STUDY>, <CAPTION CENTER>, <COCHAPAMBA (PARISH)>, <WHITE BEET IN BRANCH (ALLIUM FISTULOSUM)>, <COMMERCIALIZATION>

CARINA
FERNANDA
VALLEJO
BARRENO



Firmado
digitalmente por
CARINA FERNANDA
VALLEJO BARRENO

INTRODUCCIÓN

La producción de cebolla blanca en rama en el Ecuador mayormente se cultiva en la región Costa y Sierra, por la gran demanda en el mercado, sus propiedades nutritivas, cualidades medicinales y por ser una hortaliza imprescindible en la dieta alimenticia de la población. Además en el país los agricultores cultivan cada vez más por ser de fácil manejo en pequeños espacios, como lo realizan el 80% de los habitantes de la parroquia Cochapamba como el principal producto agrícola que se produce y se comercializa en la zona con baja rentabilidad, por no dedicarse a la venta directa.

La mayor oferta del producto permite que la investigación se enfoque en el estudio de factibilidad para la creación del centro de acopio de cebolla blanca en rama en la parroquia Cochapamba, cantón Saquisilí, con la finalidad de ayudar a mejorar la cadena de comercialización de los agricultores mediante alianzas estratégicas ofreciéndole a los pequeños y grande empresas que requieren grandes cantidades de mercadería sin pasar por intermediarios, reduciendo costos y tiempo; además de compartir economía de escala tanto en el transporte como en la adquisición de suministros y fertilizantes que se utilizan en el proceso de producción; de esta manera lograr precios más competitivos a negociar.

Para determinar la factibilidad del estudio se aplicará los métodos de investigación necesarios que permita recopilar información y datos reales sobre el producto y su cadena de comercialización, sustentado en fundamentos teóricas proporcionadas por artículos científicos, libros, sitios web, etc. Esto permitirá realizar el marco propositivo de la investigación en el que se detallara la estructura organizacional, estudio financiero y técnico.

La importancia que representa este proyecto se fundamenta en las distintas posibilidades de desarrollo económico y social que se pueden generar mediante la creación del centro de acopio de cebolla blanca en rama en la Parroquia Cochapamba, ya que el mismo ayudará a buscar la unión de los productores para alcanzar una misma meta, el consolidar sus recursos en una actividad que les proporcionará mejorar la productividad de las actividades agrícolas que hasta el momento vienen desarrollando y de manera indirecta contribuirá al desarrollo económico de la parroquia en genera

CAPITULO I

1. MARCO TEORICO REFERENCIAL

1.1. Antecedentes de Investigación.

Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería (2019), alude que los productos como cebolla blanca en rama y yuca son comercializados directamente por productores de la Agricultura Familiar Campesina a empresas privadas sin pasar por intermediarios, generando un incremento de productividad y economía en diferentes sectores de Cotopaxi, direccionados a través del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), para concretar estos acuerdos comerciales con cadenas de supermercados a nivel nacional.

En la parroquia de Pastocalle, cantón Latacunga, por ejemplo, la Asociación Agrícola Estrella de Belén, conformada por 20 agricultores, lograron concretar la venta de 6.250 atados de cebolla blanca en rama, la misma que fue enviada a la empresa privada RED GLOVAL MARKET lo que representa un ingreso económico de 3.750 dólares. Además, la presidenta de la Asociación alude que la idea es trabajar para el bienestar de todos los asociados en el rubro de cebolla en rama, caracterizada por una cadena productiva articulando el trabajo con los agricultores y así optimizar los procesos de producción, ya que es la fuente principal de empleo del sector que permite obtener mejores ingresos económicos. Quienes conforman el centro de acopio, son grupos muy unidos que aportan con ideas y utensilios para la entidad, donde le dan valor agregado, clasificación y envoltura a la cebolla y cada atado tiene un valor de 0.80 centavos (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2019).

Por otra parte, en la parroquia Moraspungo, perteneciente al cantón Pangua, ubicado en el sub trópico de Cotopaxi, se realizó la comercialización de 800 kilos de yuca, misma que será entregada semanalmente a los supermercados nacionales, beneficiando de manera directa a 10 familias productoras por la mejoría de precios en este rubro. A través de los Circuitos Alternativos de Comercialización, los técnicos del MAG ayudan en la búsqueda de mercados para ingresar los productos cumpliendo parámetros y estándares de calidad en clasificación, lavado y pelado, aspectos requeridos por la empresa privada, menciona Carrasco, M. citado en Ministerio de Agricultura y Ganadería (2019).

1.2. Marco teórico

1.2.1. *La Empresa*

Entidad dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción o distribución de bienes o servicios, enmarcada en un objeto social determinado (López, Mata, Becerra, & Cabrera, 2018).

El mismo es fundamental porque es un creador de riqueza económica, con la finalidad de lograr su desarrollo sostenible, por lo que es necesario estudiar su entorno y capacidades para predecir sus operaciones recientes durante sus operaciones.

1.2.1.1. Clasificación

Para García, Soriano & Torrents (2015, p. 15-16), las empresas en función a los criterios se clasifican en:

Según la naturaleza de la actividad económica

- Empresa del sector primario: Generan utilidad al colocar los recursos naturales donde se pueden utilizar. En otras palabras, minería de recursos naturales.
- Empresa del sector secundario: Transforman físicamente elementos en productos, lo que les da una mayor capacidad para satisfacer la demanda.
- Empresa del sector terciario: Constituyen un grupo heterogéneo porque incluye actividades de muy diversa índole.

Según su tamaño

- Multinacionales: Son empresas comerciales con políticas claras, estándares uniformes y objetivos específicos que pueden implementarse en cualquier parte del mundo sin obstáculos políticos.
- Grandes: Instituciones que tienen más de 250 trabajadores
- Medianas: Entidad que tienen entre 50 y 250 trabajadores
- Pequeñas: empresa que cuenta con menos de 50 trabajadores

Según su forma jurídica

- Unipersonal: Una persona es responsable de apoyar a su empresa con todos sus activos y tiene capacidad legal para ejecutar el ejercicio económico en la entidad.
- Sociedad colectiva: Está compuesto por dos o más personas que aportan capital y realizan el trabajo necesario para completar su actividad empresarial, comparten los beneficios, pérdidas o deudas que crea la entidad.

- Cooperativas: No tienen ánimo de lucro y están integrados por miembros de la cooperativa, también pueden ser clientes, proveedores o trabajadores que se benefician del funcionamiento de la cooperativa.
- Comanditarias: Se compone de dos tipos de socios: colectivos y socio comanditario, los colectivos tiene el distintivo de responsabilidad ilimitada, mientras que el socio comanditario tiene la característica de solo aportar capital
- Sociedad de responsabilidad limitada: Está compuesto por socios exclusivos con responsabilidad limitada porque son los únicos responsables del capital o activos que aportan a la empresa.
- Sociedad anónima: Entidad jurídica independiente o persona jurídica que puede: comprar, producir bienes y servicios, solicitar crédito, vender o firmar un contrato.

Según el grado de desarrollo técnico de la organización de la producción:

- Empresas artesanales: Es una entidad pequeña, local o regional basado en el trabajo a mano.
- Empresas capitalistas: Son entidades con capital alto, mercados diversos y especializados en trabajo mecánico.

1.2.2. Organización Empresarial de Pequeños Productores en un Ámbito de Creciente Globalización.

Para Junkin, Donovan, Stoian & Vargas (2005), los productores rurales suelen perseguir estrategias de vida que combinan la agricultura para fines de subsistencia orientada en el mercado a otras actividades realizadas dentro y fuera de su labor si bien la generación de ingresos en este sector es primordial para satisfacer las necesidades básicas de los hogares rurales y la resistencia de sus estrategias de vida depende también de su producción para el autoconsumo. En la actualidad entre las reacciones de subsistencia y las orientadas al mercadeo esta sujetado a grandes desafíos por el avance de la globalización económica y el aumento de la competitividad del sector rural en general y los pequeños productores y productoras en particular. Además los pequeños productores y productoras no solo enfrentan crecientes opciones para la exportación de productos agropecuarios y forestales, sino también una progresiva competencia por su importancia a precios más accesibles para los consumidores, con el fin que los pequeños productores y productoras puedan aprovechar las ventajas creadas por la globalización económica y hacer frente a las amenazas generadas por las mismas es crucial identificar mercancías viables para su organización empresarial

La organización empresarial aumenta los beneficios económicos y sociales de las actividades productivas orientadas al mercado, puesto que permite reducir costos de producción y comercialización crear vínculos con otros actores de cadenas productivas y proveedores de servicios generar conocimientos y agregar valor a los productos. En el caso que los productos se dirijan a determinar nichos de mercado, la organización empresarial es imprescindible para cumplir con los requisitos de certificaciones tales como orgánica forestales o de comercio justo. A la vez admite definir de forma eficaz su demanda por servicios técnicos empresariales y financieros para aumentar sus capacidades técnicas gerenciales y financieras (Junkin, Donovan, Stoian & Vargas, 2005).

- **Factores claves para la organización empresarial exitosa**

- Liderazgo con sentido empresarial
- Impulso a la autogestión con capacidades gerenciales mínimas (planificación y administración mercadeo control de la calidad monitoreo y evaluación).
- Capacidad financiera mínima para efectuar las inversiones básicas
- Visión empresarial común con estatuto y reglamento del juego claramente definidas
- Tamaño y forma óptima de un grupo a organizarse
- Disponibilidad de servicios técnicos empresariales y financieros

La forma óptima de organización empresarial para un grupo dado dependerá entre otras de las oportunidades de mercadeo identificadas y de las metas y estrategias de la vida de los hogares que conforman el grupo. En este contexto es vital que los facilitadores y facilitadoras de la organización empresarial entiendan que las actividades empresariales de pequeños productores y productoras organizados deben ser compatibles con sus estrategias de vida en muchos casos existen disyuntivas y altos costos de oportunidades al desarrollar nuevas acciones a expensas de labores actuales (Junkin, Donovan, Stoian & Vargas, 2005).

1.2.3. Economía Popular y Solidaria

Permite a sus integrantes organizar o desarrollar individual o colectivamente los procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de vino y servicios, como una forma de organización económica para atender la demanda y generar ingresos, y disfrutar de un trabajo basado en la solidaridad, la cooperación y la mutuobeneficio y el privilegio del ser humano como sujeto y finalidad de sus actividades (SRI, 2012).

Las formas de organización de la producción en la economía que reconoce la Constitución de la República del Ecuador son diversas, entre otras las comunitarias, cooperativa, empresas públicas o privadas, asociativas familiares, domesticas, autónomas y mixtas. Además la Economía Popular y Solidaria está integrada por las formas de organización de los sectores que son (SRI, 2012):

- a) **Sector comunitario.-** Es un conjunto de entidades vinculadas por relaciones territoriales, familiares, étnicas, culturales, de género, naturaleza, identidad urbana o rural; o comunas, comunidades, pueblos y etnias, a través del trabajo conjunto, bajo los principios del derecho, con unidad y autoconfianza. El método de gestión produce, comercializa, distribuye y consumo de bienes o servicios que son legal y socialmente necesarios.
- b) **Sector asociativo.-** Conjunto de asociaciones compuesto por personas naturales que se dedican a actividades económicas productivas similares o complementarias para producir, comercializar y consumir bienes y servicios legales y socialmente necesarios, autosuficiencia de materias primas, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes o comercializar su fabricación en forma responsable y auto gestionada regidos en los principios de la Ley.
- c) **Sector cooperativo.-** Esta conformado por grupo de cooperativas, entidades donde las personas se incorporan voluntariamente para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales comunes, a través de empresas copropietarias y gestión democrática, que tienen personalidad jurídica de derecho privado e intereses sociales.
- d) **Unidades económicas y populares.-** Los que se dedican a la economía de cuidado, las empresas unipersonales, familias, hogares, comerciantes minoristas y talleres artesanales, que realizan actividades económicas como la producción, comercialización de bienes y prestación de servicios, actividades que se promoverán promoviendo la unidad y la solidaridad. También son consideradas dentro de este grupo, el sistema organizativo, asociativo promovido por los ecuatorianos en el exterior con sus familiares en el territorio nacional y con los ecuatorianos retornados, así como de los inmigrantes extranjeros, cuando el fin de dichas organizaciones genere trabajo y empleo entre sus integrantes en el territorio nacional.

1.2.4. Comercialización

La comercialización permite a los productores llevar su bien, producto o servicio hacia el consumidor, generando beneficios extra (ahorro del tiempo y movilización) para el mismo. (Guacanes, 2016).

- **Canales de comercialización:** Son los medios de distribución de productos, que ayuda a diseñar, elaborar y ejecutar programas y estrategias de ventas.

1.2.5. Estructura Organizacional

Para Guacanes (2016), la estructura organizacional es un proceso por medio de la cual se designa roles y tareas a los trabajadores y empleados de una manera organizada manteniendo la jerarquía con las autoridades dentro de una entidad.

Para cumplir objetivos y metas fácilmente por medio de un proceso es recomendable establecer una estructura organizacional que le permita agilizar y distribuir actividades específicas a los diferentes trabajadores.

1.2.6. Estudio de mercado

El estudio de mercado puede analizar el entorno del proyecto, la oferta y la demanda, la estrategia de marketing y la investigación de productos, los precios, los canales de distribución y las actividades de promoción y publicidad (Cruz, 2017).

1.2.6.1. Oferta

Determina la cantidad de productos o servicios que cada empresa o entidad brinda a sus clientes y consumidores, utilizando como herramienta para investigar en profundidad los factores de su implementación y entorno económico en la investigación de campo (Cruz, 2017).

- **Ley de la oferta**

Determinada según la variación de la oferta de productos y el precio; ya que si la oferta disminuye, el precio del bien o servicio sube en el mercado mientras que si la oferta aumenta el precio disminuye.

Determinantes de la oferta (Guacanes, 2016).

- El precio del bien: A medida que aumenta su precio, también lo hace su oferta.
- Precio de los recursos e insumos usados para la producción de cierto bien: Si estos precios suben, la oferta disminuirá, entre ellos tenemos los precios de las materias primas, salarios, energía, tasas de interés, etc.
- Tecnología utilizada: Si la tecnología utilizada es la más reciente y su uso es óptimo, el precio aumentará.
- Cantidad de oferentes: Si el número de oferentes aumenta, la oferta de un bien o servicio igual incrementa.

1.2.6.2. Demanda

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores desean consumir para satisfacer sus necesidades.

- **Ley de la demanda**

Determinada según la variación de la demanda los productos y el precio; ya que si el precio del bien o servicio sube en el mercado, la demanda disminuye, mientras que si el precio disminuye, la demanda aumenta.

Determinantes de la demanda (Guacanes, 2016):

- Precio del bien: Si el precio incrementa, la demanda disminuye, si el precio incrementa la demanda aumenta.
- Ingreso de los consumidores: Si el ingreso de los clientes incrementa la demanda de los bienes normales incrementa, pero si la demanda de los bienes normales disminuye los ingresos de los clientes disminuyen.
- Población: Si la población aumenta la demanda de ciertos bienes o servicios aumentara de la misma forma.

1.2.6.3. Demanda insatisfecha.

Demanda insatisfecha permite establecer el número de bienes servicios que un mercado específico pueda consumir en un futuro y que los actuales productores no hayan podido ni pueden satisfacer según el cálculo realizado (Cruz, 2017).

Es fundamental acotar que la demanda insatisfecha demuestra un nuevo mercado que no es satisfecho por los oferentes, demostrando como un nicho más para la creación de una nueva empresa.

1.2.7. Tamaño del proyecto

Esta investigación es fundamental porque determinará el monto de inversión requerido para ejecutar el proyecto y el nivel de operación, lo que permitirá pronosticar los costos operativos para los ingresos proyectados (Guacanes, 2016)

1.2.7.1. Localización del proyecto

La localización del proyecto debe ser establecido dependiendo la influencia de los oferentes y demandantes; ya que la decisión que se tome afectara al éxito o fracaso del estudio, porque el personal que trabaje en la entidad deben trasladarse al lugar. Además, se debe tener en cuenta

que el centro de acopio no esté muy alejado de los productores porque si fuera así el costo de acopio incrementaría. Por lo que se establece la micro localización y macro localización (Guacanes, 2016).

- **Macro localización**

Se determina como la localidad donde se ubicara el estudio de factibilidad, dependiendo la frecuencia del mercado de consumidores y proveedores.

- **Micro localización**

Después de determinar la macro localización, se establece el punto específico o lugar donde se construirá y se pondrá en marcha el proyecto.

1.2.8. Estudio económico financiero.

- **Costos Fijos**

Son valores que la entidad debe cancelar de una manera fija todo el tiempo, sin tomar en cuenta la cantidad de producción del bien o servicio.

- **Costos Variables**

Son cantidades que varían de acuerdo al volumen de la producción y otros factores que intervienen en el proceso de elaboración del producto.

- **Costos Indirectos de fabricación**

Son valores que no se relacionan directamente en el proceso de producción del bien o servicio de la entidad.

- **Gastos administrativos**

Son los gastos incurridos en el departamento de administración (arriendo, agua, luz, teléfono, sueldos, ect)

- **Gastos financieros**

Valores generados por los intereses de préstamos, cuentas por pagar, bonos y pérdida de valor de los activos financiero.

- **Capital de trabajo**

Fondo económico que una entidad u organización establece para invertir y reinvertir con la finalidad de obtener utilidades, crecer como entidad y mantener la operación del mismo.

- **Presupuesto de inversión**

Son los valores designados para la inversión en activos fijos y efectivo necesario para poner en marcha el proyecto, tomando en cuenta el volumen de comercialización que tendrá en un futuro la entidad.

- **Inversión fija**

Son los activos tangibles como: edificios, vehículos, maquinaria, ect. (Guacanes, 2016).

- **Inversión diferida**

Activos intangibles que pertenecen a una entidad como: gastos de constitución, gastos de patentes, adquisición de derechos, ect. (Guacanes, 2016).

- **Ingresos**

Valores que la empresa obtiene a cambio de las ventas que realiza en un plazo determinado, cabe mencionar que en un centro de acopio se denomina ingresos al flujo económico que permite incrementar la productividad y comercialización del negocio (Guacanes, 2016).

- **Egresos**

Valores que generan en la entidad por pagar gastos y que no se toman como ganancias. Para establecer el buen funcionamiento del centro de acopio se debe evitar generar gastos innecesarios mediante un estudio específico

1.2.9. Estudio de factibilidad

Estudio direccionado a determinar si el proyecto o negocio es bueno o mal, para luego elaborar estrategias que lleven al negocio al éxito y crecimiento permanente.(Guacanes, 2016). Alguno de sus objetivos es:

- Cumplir con todos los objetivos marcados por los recursos disponibles en los sectores económicos técnicos y operativos.

- Aumentar la eficiencia en los procesos mediante la reducción de los fallos.
- Reducción en los costos disminuyendo la utilización de recursos.
- Motivar el cumplimiento de los objetivos de la entidad.

El análisis de los siguientes aspectos es necesario para determinar si los recursos son indispensables en el estudio de factibilidad (Guacanes, 2016).

- Factibilidad operativa: Analizar el uso de recursos en las actividades necesarias para lograr la meta, que depende de los recursos humanos requeridos para completar el proyecto (Guacanes, 2016).
- Factibilidad técnica: Se analizan las herramientas, habilidades y conocimientos necesarios para completar el proceso de finalización del proyecto, en esta parte de la investigación se analiza si los recursos disponibles son suficientes o deben incrementarse (Guacanes, 2016).
- Factibilidad económica: Se analizan los recursos económicos y financieros necesarios para realizar el proceso de ejecución del proyecto.

1.2.10. Centros de acopio

Estructura física equipada con recurso humano, financiero y materiales de una manera organizada para acopiar los productos de los agricultores. Cabe mencionar que en el lugar, se tiene el primer contacto de la producción agrícola - ganadero con el proceso de comercialización porque generalmente se ubican en zonas rurales de las cuales se distribuye a las zonas urbanas (Guacanes, 2016).

Los principales roles de los centros de acopios es la concentración de la oferta rural en la que interviene directamente las unidades productoras en su dispersión, el incremento de la producción que incentiva a los agricultores por su ingresos y el mejoramiento de la calidad del producto mediante el procedimiento que se elabora en el acopio y el valor agregado y comercial que se establece. Otra de los beneficios que la entidad puede brindar son capacitaciones a los agricultores para el mejoramiento de su proceso de producción y dinamización del tiempo y recursos económicos (Guacanes, 2016). El cumplimiento de todo los roles y objetivos de la entidad es primordial en su creación ya que ayudara a establecer un incremento sistemático en la producción del sector, mejorara la calidad de vida de los agricultores mediante el incremento de los ingresos económicos y se creara algunas plazas de empleo para los habitantes de la zona. Además el precio del producto será mucho más competitivo por no pasar ya por los intermediarios.

Es fundamental que la infraestructura de la entidad este establecido en un lugar estratégico y adecuado que permita realizar las actividades empresariales de forma óptima; además debe contar con áreas mínimas como las de la oficina administrativa, parqueadero con espacios convenientes para el ingreso y salida de vehículos, espacios amplios para la movilización del producto en pos cosecha y área para el almacenamiento del producto en etapas antes de su comercialización (Alban & Arcoas, 2017). A igual, se destaca que en los centros de acopios actuales deben contar con áreas de selección, calibrado y deterioro de los productos para dar tratamientos específicos y proceder con su empaque.

Para tener éxito el centro de acopio no solo se basara en su infraestructura sino en las estrategias para mejorar el mercado a través del empuje de la oferta y atracción de la demanda.

La idea de la creación del centro de acopio llega con la finalidad de establecer como un medio para el mejoramiento de los sistemas de comercialización, mediante mejoras en los niveles de productividad en diversas etapas en el mercado. Esto involucra que los centros de acopio se establezcan como una red orgánica abarcando un cierto sector para impactar los mercados rurales y los mayoristas urbanos.

1.2.10.1. *Tipos de acopio*

Los tipos de acopio según las prácticas cotidianas son las siguientes:

- Núcleo de acopio primario: Son aquellos que acopian productos agrícolas después de su cosecha desde la propiedad de cultivo hacia la entidad ahorrando a los agricultores tiempo y dinero.
- Núcleo de acopio secundario: Aquellos que se encargan de todo el proceso de pos cosecha como es: acopiar, seleccionar, empacar, almacenar; ya sea esta proveniente de núcleo artesanal o industrial para distribuir en el mercado interno o externo.
- Núcleo de acopio residual: Conformados por personas naturales o grupos asociativos, que recolectan residuos de la transformación de productos agrícolas y en entregan en entidades de reciclaje.

1.2.10.2. *Clasificación de centros de acopio*

Los centros de acopio se clasifican según diversos aspectos como:

- **Productos acopiados**

- Especializados: Entidades dedicadas a la concentración de un solo tipo de producto o grupos, según su direccionamiento.
 - Diversificados: Centros dedicadas a acopiar diversos tipos de productos en una sola entidad y al mismo tiempo.
- **Según el periodo de acopio**
 - Permanentes: Entidades que recolectan o acopian durante todo el ciclo económico en forma continua.
 - Eventuales: Centros que acopian en recolectan eventualmente en diferentes periodos en el año.
- **Según la ubicación geográfica**
 - Rurales: Centros de acopio ubicado en el sector rural en el lugar de producción. Para su comercialización se traslada en camiones adecuadas para el mismo.
 - Peri-urbanos: Clasifican según los centros de acopio que están en el perímetro de la ciudad.
 - Urbanos: Son aquellas que se encuentran en el centro de la ciudad, como almacenes, mayoristas, ect.
- **Según el tipo de a administración:**
 - Privados: el capital del centro de acopio es privado y el gerente general administra toda la empresa.
 - Comunales: la junta administrativa es designada por la comunidad y los mismos se encargan de administrar y se capitalizan paulatinamente con interacción de los comuneros.
 - Familiares: La administración del centro de acopio está encargada por personas pertenecientes al entorno familiar.

1.2.10.3. Ventajas de un centro de acopio

- Los precios se estabilizaron durante el año.
- Mayores ingresos durante el año.
- El pago del producto es más seguro.
- Los clientes no son temporales, buscan una relación estable durante muchos años.
- Recolecta la producción agrícola en el centro de acopio.

- Productos de valor agregado. Ventas y producción conjuntas.
- Relevancia entre productores.
- Proponer soluciones conjuntas a problemas comunes.
- Promover actividades agrícolas en la comunidad.

1.2.10.4. Desventajas de un centro de acopio

- Producir y vender a intermediarios.
- El precio de venta es más bajo que el costo de producción.
- Falta de un mercado maduro. Pérdida de producción.

1.2.11. La agricultura

La agricultura está comprendida por las actividades que realizan directamente en la tierra como: sembrar, cultivar, cosechar y la primera enajenación de los productos que se obtienen, las mismas que no sean ya objetos a transformación industrial (Pérez & Fol, 2020). Actualmente a nivel mundial la agricultura la principal actividad de ingresos económicos en el sector primario.

La agricultura familiar por lo general se practica en zonas rurales como un hábito cultural dentro de un contexto social y económico particular, en la que se desarrolla trabajo personal en el campo con su núcleo familiar. Las familias campesinas están más relacionadas con los mercados informales intervenidas por intermediarios que dificulta la introducción de la tecnología para su avance; a pesar de ello algunas productores lo adaptan en su mínima parte disminuyendo costos en su producción y deslizándose poco a poco del sistema tradicional (Acevedo & Jimenez 2019). Pero es recomendable y estratégico para los agricultores utilizar la agroecología que es un programa establecido por la ONG para las comunidades rurales en la que intervienen algunos países.

La agroecología es una ciencia moderna que se pretende adaptar en la actualidad para la transformación productiva de los productos agrícolas a la par con el conocimiento científico. Cabe mencionar que la agroecología promueve una agricultura con menos insumos aumentando los procesos de coproducción con la naturaleza generando autonomía de insumos a los agricultores deslindándose de la dependencia del mercado de insumos (Acevedo & Jimenez 2019). Además, establece grandes ayudas a los productores a través del desarrollo de sistemas productivos en la que se establece ajustes al tradicional.

1.2.11.1. La agricultura en el Ecuador

En el Ecuador los agricultores son fundamentales para la población en general, ya que ellos son los que generan alimentos saludables y de calidad día a día. Además cultivan productos para la exportación y por medio de ello generan ingreso de divisas para la economía ecuatoriana. A igual, el sector agrícola aporta el 80% al Producto interno bruto (PIB) y generan fuentes de empleo mediante su trabajo, generalmente en el sector rural disminuyendo con ello la pobreza en el campo.

Por la ardua labor de los agricultores el Ministerio de Agricultura y Ganadería ayuda a gestionar y solucionar los problemas del sector. En lo principal establecen asistencia técnica y capacitaciones para el manejo de agua, plagas y enfermedades de los cultivos y además ayudan a adquirir financiamientos para la obtención de capital semilla especialmente a las áreas rurales. Actualmente el MAG incentiva a los productores a la asociatividad con el fin de cooperativismo moderno, incremento de producción almacenamiento, valor agregado, buenas prácticas agropecuarias y mejorar la comercialización. Además las estrategias Jóvenes Rurales y Super Mujeres Rurales incentiva a los adolescentes y madres a generar empleo con la utilización de tecnologías en los cultivos.

1.2.12. La cebolla blanca en rama

La cebolla blanca en rama es una hortaliza fundamental en el Ecuador y en el mundo por su utilidad en la alimentación diaria de los seres humanos. Su origen se establece desde la existencia de los primeros individuos en la tierra. Cabe mencionar que es muy importante para la economía mundial después del tomate; ya que, su producción aproximadamente es de 180.243.000 t que tiene un rendimiento promedio de 11,7t/ha y un consumo per cápita de 4,4 kg/año (Caiza, 2016).

En el Ecuador la producción de cebolla blanca en rama es considerada, pero mayormente comercializada es en plazas, mercados mayoristas y otros lugares donde intervienen los intermediarios. La práctica de esta actividad afecta en su gran mayoría a los productores por el pago de precios bajos por sus productos. Además el desconocimiento de los agricultores en zonas rurales permite establecer conformismo de los rubros recibidos de su producción, sin tener en cuenta los beneficios que pierden por no innovar e investigar para el mejoramiento en su cultivo y comercialización.

La cebolla blanca en rama tiene tres partes fundamentales que es el tallo, raíz y las hojas que complementa todo el producto. La producción de la hortaliza se establece dentro de la tierra en una superficie aproximada entre 35 a 40 centímetros dependiendo la humedad que tenga el suelo

a igual al clima que lo enfrenta que debe ser cálido, templado o frío y no húmedo porque puede ingresar alguna plaga fácilmente y echarla a perder toda la producción.

1.2.12.1. Información nutricional de la cebolla blanca en rama

La información nutricional de la cebolla blanca en rama que se detallara a continuación se establece para 100 gramos del producto.

Tabla 1-3: Información Nutricional

Componente	Contenido	% valor diario
Grasa Total	0,6 g	1 %
Grasa Saturada	0,02 g	0 %
Colesterol	0 mg	0 %
Sodio	4 mg	0 %
Carbohidrato totales	4,7 mg	2 %
Fibra dietaria	3,5 mg	14 %
Azúcares	4,24 g	
Proteínas	1,8 mg	4 %
Vitaminas y minerales		
Vitamina A: 4%	Calcio: 4%	
Vitamina C: 65%	Hierro: 19%	

Fuente: Guiadelacocina.com, (s/f)

Realizado por: Vargas, W. 2021

La cebolla blanca en rama es rica en nutrientes y bueno para combatir algunas enfermedades. Contiene carbohidratos en su abundancia, la fibra y es rica en fitoquímicos que tiene propiedades antiinflamatorias, antialérgicas frente al cáncer especialmente de mama, colon y próstata (Al día Online, 2019).

CAPITULO II

2. MARCO METODOLOGÍA

2.1. Enfoque de investigación

- **Investigación cualitativa**

El enfoque que se va a utilizar para la elaboración del estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio comunitario de cebolla en rama en la parroquia Cochabamba, cantón Saquisilí, va ser la cualitativa que permitirá desarrollar entrevistas abiertas, encuestas, discusiones o técnicas de observación a las autoridades y habitantes del sector. Además ayudara a establecer a la indagación completa de la producción y cultivo de los agricultores de la parroquia para poder elaborar a posteriori el análisis y la interpretación según la aplicación de su cultura.

- **Investigación cuantitativa**

En la investigación también se utilizara la investigación cuantitativa, la misma que se aplicara en la tabulación de datos, variación porcentual de precios entre la venta directa y con los intermediarios y en la valoración financiera del proyecto.

2.2. Nivel de investigación

- **Descriptivo**

En el presente trabajo se utilizara el nivel de investigación descriptivo, ya que se buscara describir o identificar detalladamente los elementos claves y esenciales para la interpretación y análisis del estudio.

Cualitativa cuantitativa Descriptivo Explicativo

Para Castillero (2018), es una descripción lo más completa posible de un fenómeno, situación o elemento concreto, sin buscar ni causas ni consecuencias de éste. Mide las características y observa la configuración y los procesos que componen los fenómenos, sin pararse a valorarlos.

- **Explicativo**

Se identificarán la fuente o causas de la ineficiencia de la comercialización de la cebolla en rama y la inexistencia de un centro de acopio en el sector, que ayude a generar valor agregado y

mejoramiento en las ventas del producto con precios justos para contribuir y mejorar la economía de la zona y el nivel de vida de los agricultores.

2.3. Diseño de la investigación

- **Investigación no experimental**

El proyecto de investigación se basara en un diseño de investigación no experimental, ya que no se realizara manipulación de variables en condiciones altamente controladas implícitas en el estudio de factibilidad.

2.4. Tipo de estudio

- **Investigación Bibliográfica**

La presente investigación se respaldara en base a una investigación bibliográfica, mediante la búsqueda, indagación y recopilación de información o datos que ayuden a la resolución de la problemática encontrada y creación del centro de acopio en la parroquia Cochapamba.

- **Investigación de Campo**

La investigación que se desarrollara en el trabajo será la de campo porque aplicará encuestas, entrevistas y la observación directa a los agricultores del sector, que permitirá conocer la situación real en la que viven con sus productos.

2.5. Población y muestra

2.5.1. Población

En el presente trabajo de investigación sobre el estudio de Factibilidad para la creación de un centro de acopio de cebolla blanca en rama, la población se direccionara a dos mercados, que son:

- Las personas que se dedican a la producción agrícola de la Parroquia Cochapamba, cantón Saquisilí que son aproximadamente de 2.151 con rango de edad de 20 a 65 años, las mismas fueron obtenidos mediante proyecciones realizadas de datos verídicos del INEC, menos el porcentaje de migración existente en el sector, con el fin de conocer la situación actual de la comercialización del producto y el proceso productivo. Para determinar la cantidad de productores de cebolla blanca en rama se realizó una entrevista al presidente del GAD de la Parroquia Cochapamba, en la que alude que del total de los agricultores,

el 80% se dedica al cultivo de cebolla blanca en rama por lo que el universo para la investigación representa 1.721 personas que serán objetos de estudio.

- La segunda población lo conforma el mercado al que se va a vender la cebolla blanca en rama, segmentando el mismo para la investigación se establecerán los micromercados y centros de abastos de la Provincia de Cotopaxi que en su totalidad actualmente existen 215, con el fin de conocer la viabilidad del proyecto. Cabe mencionar que los datos se determinaron mediante la segmentación de la nómina arrojada de catastros de la página del SRI (SRI, 2021)

2.5.2. Muestra

La muestra es el subconjunto de elementos que se determina previamente de una población para realizar el estudio.

Tema: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE CEBOLLA BLANCA EN RAMA EN LA PARROQUIA COCHAPAMBA, CANTÓN SAQUISILÌ”

- El segmento establecido en la investigación son los productores de cebolla blanca en rama de la parroquia Cochapamba, que tiene una población de 1.721; con una muestra de 231

Fórmula de la población-muestra

Donde:

- n = Tamaño de la muestra;
- Z = Nivel de confianza 95% constante 1,96;
- p = Variabilidad positiva;
- q = Variabilidad negativa;
- N = Tamaño de la población;
- E = Precisión o el error.

$$n = \frac{Z^2 pq N}{NE^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(1721)}{((1721)(0,06)^2) + ((1,96)^2(0,5)(0,5))}$$

$$n = \frac{1655,8484}{7.156}$$

$$n = 231,3930128563$$

$$n = 231$$

Figura 1-2: Calculo de la muestra - población 1
Realizado por: Vargas, W. 2021

- El segundo segmento establecido en la investigación son los micro mercados y centros de abastos de la provincia de Cotopaxi, que tiene una población de 215; con una muestra de 119.

Fórmula de la población-muestra

Donde:

- n = Tamaño de la muestra;
- Z = Nivel de confianza 95% constante 1,96;
- p = Variabilidad positiva;
- q = Variabilidad negativa;
- N = Tamaño de la población;
- E = Precisión o el error.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(215)}{((215)(0,06)^2) + ((1,96)^2(0,5)(0,5))}$$

$$n = \frac{206,486}{1,7344}$$

$$n = 119,0532749077$$

$$n = 119$$

Figura 2-2: Calculo de la muestra - población 2
Realizado por: Vargas, W. 2021

2.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

2.6.1. Método:

- **Método inductivo**

Proceso de conocimiento que se indica por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales que pueden ser aplicadas a situaciones similares a la observación (Méndez, 2001), la cual será aplicada en el análisis de los resultados obtenidos mediante las encuestas e entrevistas realizadas que ayuda a obtener datos de varias

personas y recopilar información primordial de la parroquia determinando el estudio de mercado, legal, técnica y administrativo con la finalidad de establecer la factibilidad y limitaciones para la entidad en creación.

- **Método deductivo**

“Proceso de conocimientos que se inicia con la observación de fenómenos generales con el propósito de señalar las verdades particulares contenidas explícitamente en la situación general” (Méndez, 2001), la misma que servirá para la realización del marco teórico y la evaluación financiera del estudio mediante la aplicación de las formulas de la Tasa Interna de Retorno, Valor Actual Neta y Periodo de Recuperación de la Inversión.

2.6.2. *Técnicas*

Las técnicas a utilizarse en la investigación para la recolección de datos serán las siguientes:

- **Encuesta:** Son técnicas más manejadas por parte del investigador al momento de recopilar información primordial y la más fácil de aplicar, la cual están destinadas a obtener datos de varias personas por medio de un listado de preguntas.
- **Entrevistas:** Se aplicara en la investigación para adquirir información de forma personal al presidente del GAD Parroquial.

2.6.3. *Instrumentos*

- **Cuestionario:** Consiste en un conjunto de preguntas en base a una o más variables, arrojando una respuesta por escrito. En esta investigación se realizará un solo tipo de cuestionario, en el cual contendrá preguntas cerradas dicotómicas (respuesta de si o no), y preguntas cerradas con alternativas.
- **Guía de entrevista:** Es un documento que contiene preguntas sugeridas y aspectos a analizar que mediante el cual permitirá recolectar información y opiniones sobre hechos específicos.
- **Instrumentos tecnológicos.-** Se utilizara para recabar información en fuentes web confiables como bibliotecas virtuales y portal de instituciones.

CAPITULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSION DE RESULTADOS

3.1. Resultados

3.1.1. Aplicación de la encuesta a los agricultores de cebolla blanca en rama de la parroquia Cochapamba.

- Datos generales
 - Género

Tabla 2-3: Genero de los agricultores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	87	37,66%
Femenino	144	62,34%
TOTAL	231	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de Cochapamba

Realizado por: Vargas, W. 2021

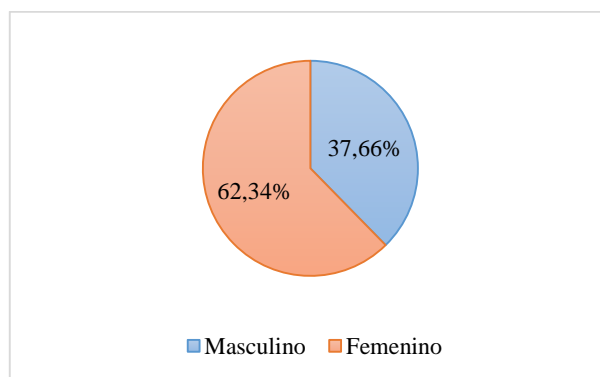


Gráfico 1-3: Género de los agricultores

Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

Del total de las encuestas realizadas a los agricultores de la parroquia Cochapamba- cantón Saquisilí, en cuanto al género el 62,34% que cultivan la cebolla blanca en rama es de sexo femenino y el 37,66% restante de sexo masculino.

Esta población rural en su mayoría las mujeres se dedican a la actividad agrícola mientras que sus esposos salen a laborar en otras actividades.

- Edad:

Tabla 3-3: Edad de los agricultores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
20-35	51	22,08%
36-45	97	41,99%
46-60	72	31,17%
60 años en adelante	11	4,76%
TOTAL	231	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de Cochapamba
Realizado por: Vargas, W. 2021

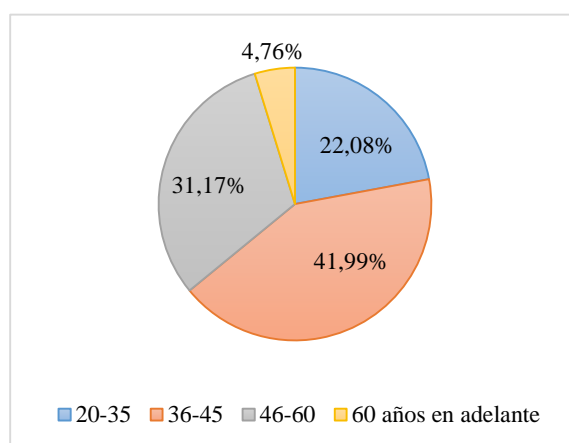


Gráfico 2-3: Edad de los agricultores
Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

De las 130 encuestas realizadas en la parroquia Cochapamba, se determina que el 41,99% de los agricultores de cebolla blanca en rama están entre 36 a 45 años de edad, tomándole como el resultado más relevante; seguido del 31,17% entre 46 a 60 años; el 22,08% entre 20 a 35 años y tan solo el 4,76% restante de 60 años en adelante. Esto debido a que actualmente los padres de familia labran sus tierras para poder recaudar ingresos para sus hijos.

1. ¿Usted como productor de cebolla blanca en rama, pertenece a alguna asociación de productores de cebolla?

Tabla 4-3: Socio de alguna asociación

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	221	95,67%
NO	10	4,33%
TOTAL	231	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de Cochapamba
Realizado por: Vargas, W. 2021

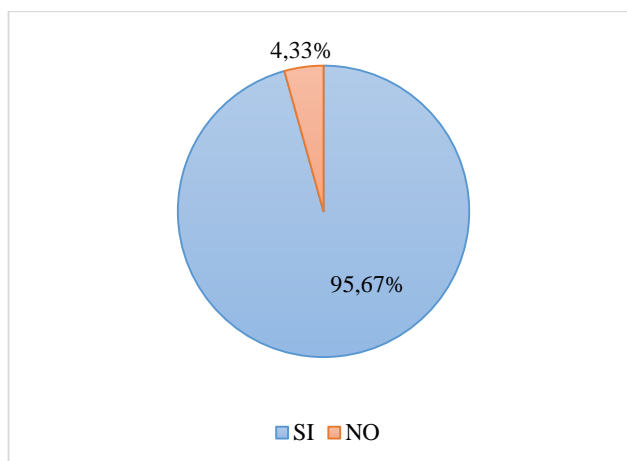


Gráfico 3-3: Socio de alguna asociación

Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

Como productor de cebolla blanca en rama, del total de los encuestados el 95,67% no pertenecen a ninguna asociación y en un porcentaje mínimo del 4,33% son miembros de alguno de ellos.

Las asociaciones existentes en la parroquia Cochapamba en su mayoría son informales y estas son creadas para acoger algún beneficio por un momento.

2. ¿Conoce usted, que es un centro de acopio?

Tabla 5-3: Conocimiento del centro de acopio

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	97	41,99%
NO	134	58,01%
TOTAL	231	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de Cochapamba
Realizado por: Vargas, W. 2021

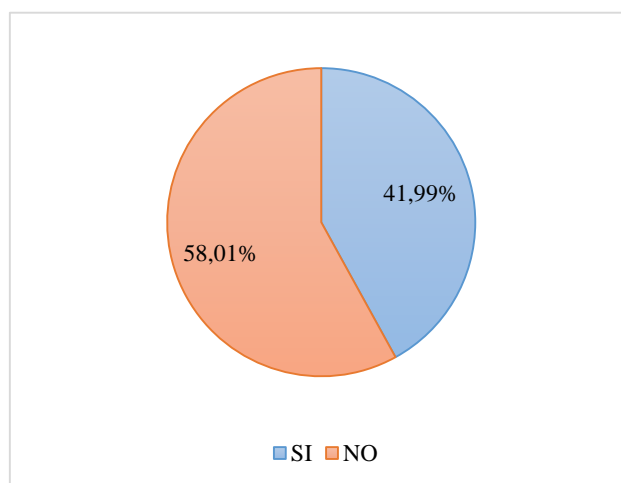


Gráfico 4-3: Conocimiento del centro de acopio

Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

El resultado de las encuestas realizadas arroja que el 58,01% no conocen lo que es un centro de acopio y peor aún los beneficios que estos brindan, mientras que el 41,99% si tienen conocimiento del mismo; lo cual en un futuro podría servir como una base para expandir conocimiento respecto al tema.

El desconocimiento acerca del centro de acopio se genera por falta de charlas, incentivos al emprendimiento en las reuniones comunales y curiosidad e investigación por el tema.

3. ¿Estaría usted de acuerdo en formar parte de una asociación de productores de cebolla para crear un centro de acopio dentro de la parroquia?

Tabla 6-3: Socios para la creación de una asociación

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	224	96,97%
NO	7	3,03%
TOTAL	231	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de Cochapamba
Realizado por: Vargas, W. 2021

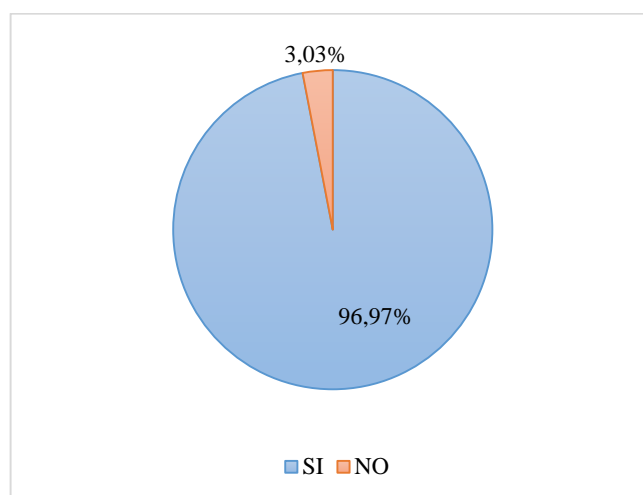


Gráfico 5-3: Socios para la creación de una asociación
Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

Acogiendo del total de las encuestas realizadas, se puede aludir que en su mayoría representado por el 96,97% están de acuerdo en formar parte de una asociación de productores de cebolla para crear un centro de acopio dentro de la parroquia, para que en el futuro beneficie en el crecimiento económico del sector; mientras que el 3,03% opinan lo contrario, esto ya sea por realizar todo el proceso productivo de forma individual o por desconociendo de los beneficios y funciones del centro de acopio.

4. ¿Aproximadamente, que superficie de terreno destina usted para el cultivo de cebolla blanca en rama?

Tabla 7-3: Superficie de terreno destinado al cultivo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1-5 cuadras	62	26,84%
6-10 cuadras	137	59,31%
más de 11 cuadras	32	13,85%
TOTAL	231	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de Cochapamba

Realizado por: Vargas, W. 2021

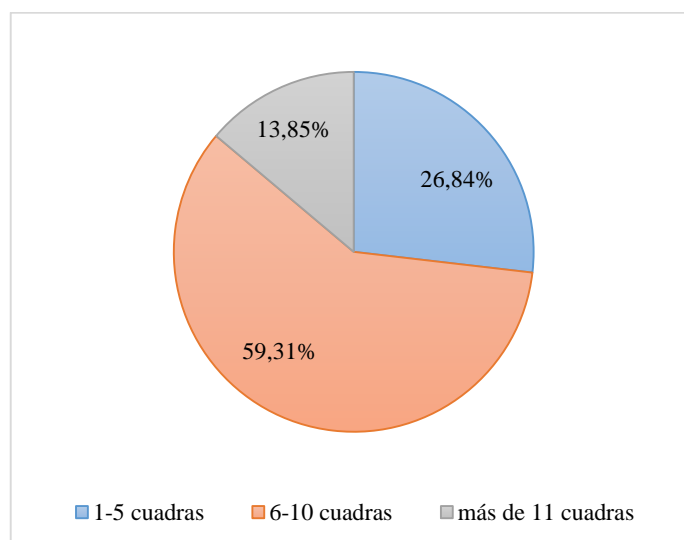


Gráfico 6-3: Superficie de terreno destinado al cultivo

Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

De acuerdo a los resultados de la encuesta realizada en la parroquia Cochapamba, el 59,31% de los productores destinan de 6 a 10 cuadras de terreno para el cultivo de cebolla blanca en rama, el 26,84% conceden de 1 a 5 cuadras y tan solo el 13,85% de los agricultores asignan más de 11 cuadras.

Permitiendo con ello determinar que en su gran mayoría los terrenos se utilizan para el cultivo del principal producto de la parroquia.

5. La superficie de terreno en la que cultiva la cebolla blanca en rama es:

Tabla 8-3: Origen de la superficie de terreno para el cultivo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Propio	79	34,20%
Arrendado	43	18,61%
Herencia	109	47,19%
Otros	0	0,00%
TOTAL	231	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de Cochapamba

Realizado por: Vargas, W. 2021

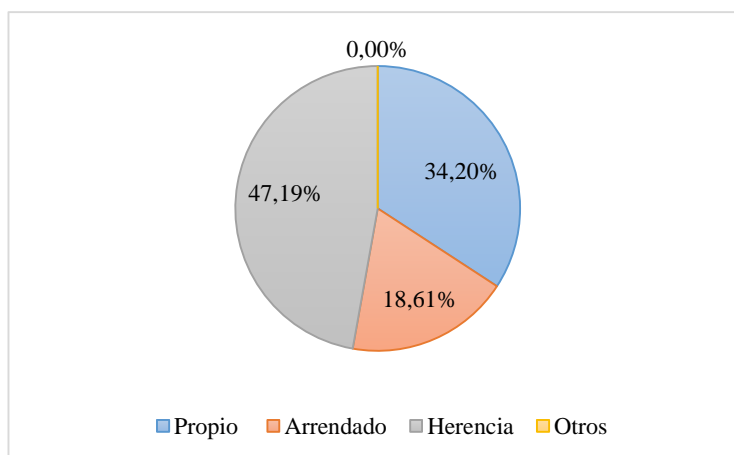


Gráfico 7-3: Origen de la superficie de terreno para el cultivo

Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

La superficie de terreno en el cultivan la cebolla los agricultores de la parroquia, en su mayoría con el 47,19% aluden que son herencias dadas por los padres, el 34,20% mencionan que son propias y solo el 18,61% indican que son arrendados.

Constatando con ellos que la mayor parte de las propiedades están al poder del productor y no generaran gasto en este aspecto, cabe mencionar que las herencias en los sectores rurales aún existen con grandes superficie de terrenos a los herederos, ya que en la antigüedad la mayor parte de población trabajaba para adquisición de terrenos sin importar la deficiencia de alimento que tenían en sus hogares y la otra forma de adquisición en aquella época fue por donación de los grandes hacendados.

6. El terreno en el que cultiva la cebolla blanca en rama, cuenta con riego:

Tabla 9-3: Constancia del terreno con riego

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0,00%
NO	231	100,00%
TOTAL	231	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de Cochapamba
Realizado por: Vargas, W. 2021

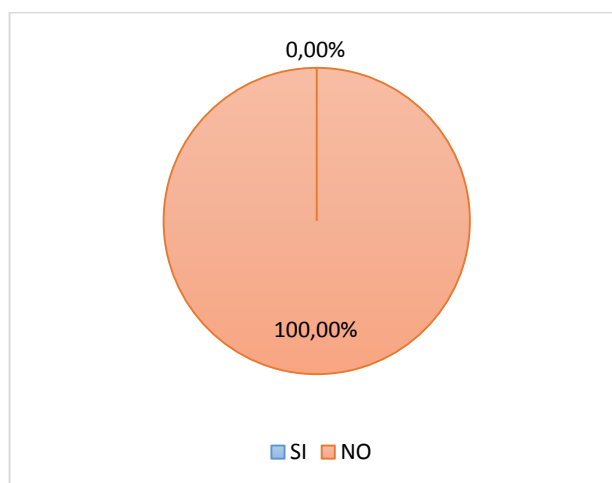


Gráfico 8-3: Constancia del terreno con riego

Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

En la Parroquia Cochapamba según las encuestas realizadas se determina que en el 100% de los terrenos en el que se cultiva la cebolla blanca en rama no consta con riego y solo dependen del agua de la lluvia. Los campesinos pasan esperanzados de la naturaleza, a pesar de que el producto antes mencionado no requiere de mucha agua y les aventaja tener terrenos de alta montaña en el que la humedad tiene larga durabilidad.

7. El cultivo de la cementsera de la cebolla blanca en rama lo realiza de forma:

Tabla 10-3: Forma de cultivo de la cementsera

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Propio	108	46,75%
Partido	123	53,25%
Otros	0	0,00%
TOTAL	231	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de Cochapamba
Realizado por: Vargas, W. 2021

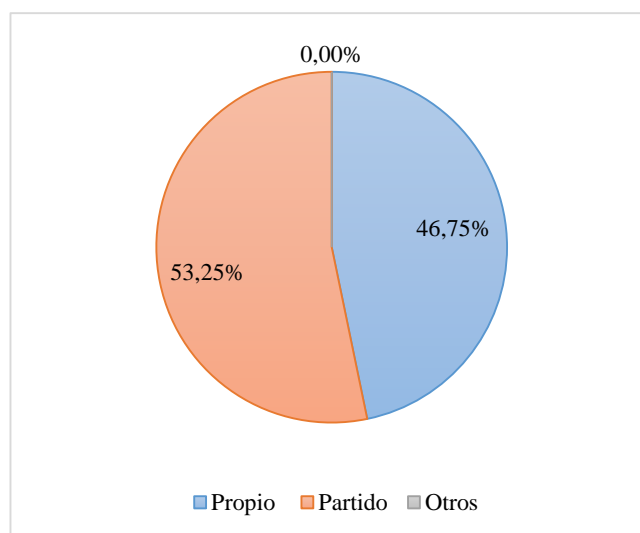


Gráfico 9-3: Forma de cultivo de la cementsera
Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas en la parroquia se determina que el 53,25% de los agricultores de cebolla blanca en rama cultivan sus cementseras de forma propia o individualmente y el 46,75% lo realizan de forma partido, es decir, los dueños de la cementsera son dos o más personas quienes comparten los costos, gastos y beneficios que genere el mismo.

Los productores en el sector solo practican las dos formas de cultivo, tratando de obtener ganancias para la sobrevivencia de la familia.

8. ¿Quiénes participan en el cultivo y producción de la cebolla blanca en rama?

Tabla 11-3: Participantes en el cultivo y producción del producto

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Núcleo Familiar	47	20,35%
Peones (personas ajenas)	101	43,72%
Peones (familiares)	83	35,93%
TOTAL	231	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de Cochapamba
Realizado por: Vargas, W. 2021

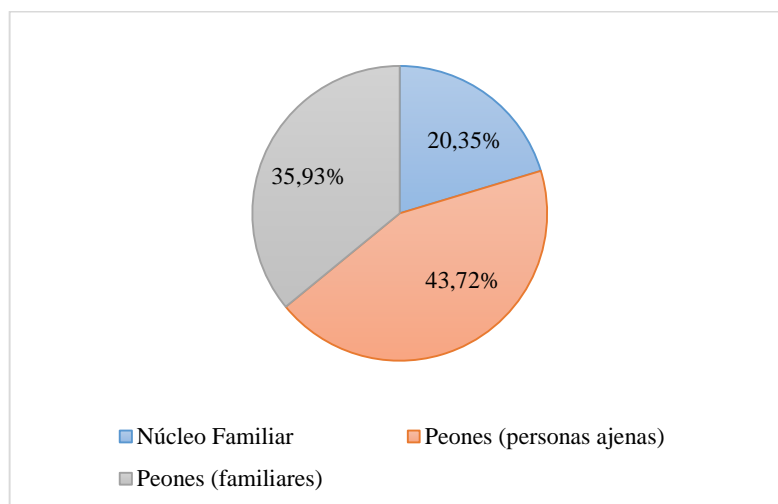


Gráfico 10-3: Participantes en el cultivo y producción del producto
Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

Los resultados que arroja de la encuesta realizada en la parroquia Cochapamba, demuestra que en el cultivo y producción de la cebolla blanca en rama, el 43,72% participan peones que son personas ajenas a la familia por una remuneración diaria; el 35,93% participan peones que son familiares para el dueño de la cementera por una retribución del día y tan solo el 20,35% participa el núcleo familiar que lo conforma la esposa/o e hijos/as.

La plaza de empleo existente en las zonas agrícolas es aprovechada por personas ajenas a la familia por la responsabilidad que demuestran en el trabajo. A veces involucrarse en lo laboral con los familiares es causar problemas u obtener menor rendimiento a lo esperado por no exigir como se debe por miedo a resentimientos.

En caso, en que la respuesta de la pregunta anterior fuese núcleo familiar o peones (familiares), describa quienes participan: (hijos, esposa/o), padre, madre, abuela/o), prima/o, tía/o, ect.)

Tabla 12-3: Familiares participantes en el cultivo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Hijos/as	145	62,77%
Esposa/o	122	52,81%
Cuñada/o	176	76,19%
Padre/Madre	87	37,66%
Tio/a	108	46,75%
Primo/a	95	41,13%
Abuela/o	19	8,23%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de Cochapamba
Realizado por: Vargas, W. 2021

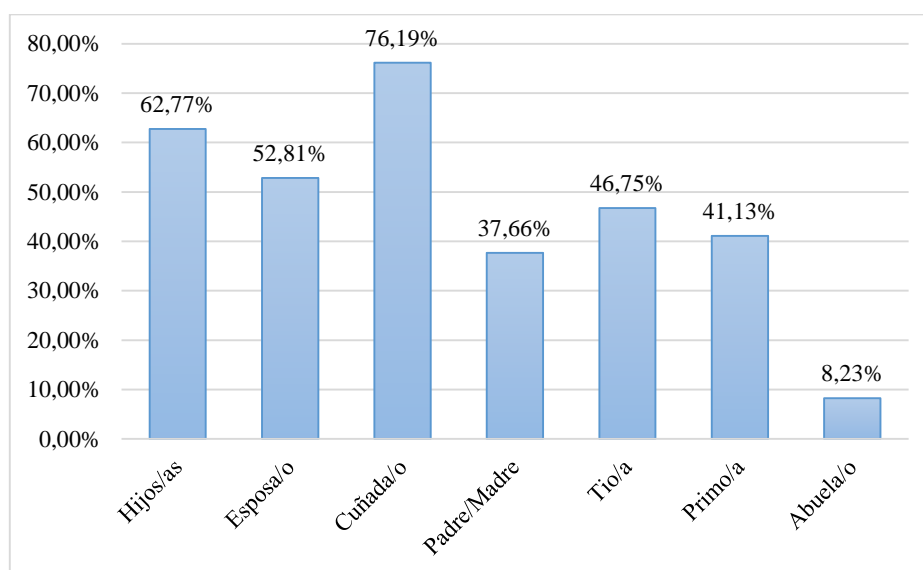


Gráfico 11-3: Familiares participantes en el cultivo

Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

Según los resultados de la encuesta, el 76,19% de los cuñados/as participan en el cultivo y producción del producto, seguido del 62,77% de los hijos/as; el 52,81% del esposa/o; el 46,75% del tío/a, el 41,13% del primo/a, el 37,66% el padre o madre y el 8,23% tiene la participación del abuelo/a; estos ya sean como peones o ayudantes en el proceso tanto los familiares externos como los del núcleo familiar.

9. ¿Usted, a donde destina la producción de cebolla blanca en rama que obtiene?

Tabla 13-3: Destino de la producción

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Venta	104	45,02%
Consumo familiar	0	0,00%
Venta y consumo	127	54,98%
Donaciones	0	0,00%
Otros	0	0,00%
TOTAL	231	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de Cochapamba

Realizado por: Vargas, W. 2021

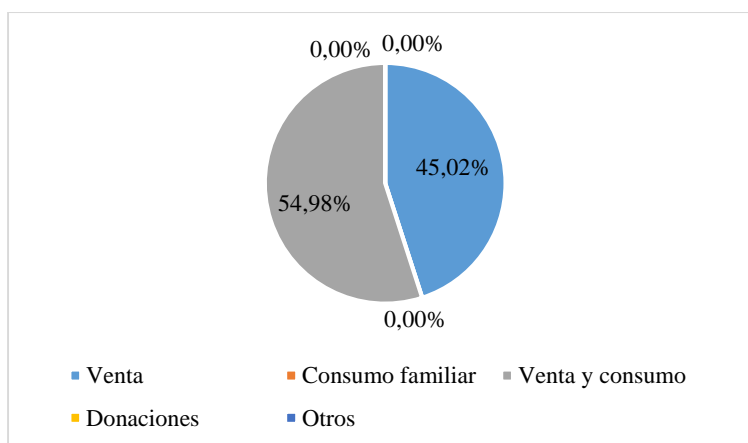


Gráfico 12-3: Destino de la producción

Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

Los agricultores de cebolla blanca en rama según las encuestas realizadas, el 54,98% destinan sus productos a la venta y consumo del mismo, el 45,02% solo lo envían a la venta. Esto puede ser por necesidades económicas que sufren las familias campesinas del sector; cabe mencionar que los productores no utilizan el producto solo para el consumo familiar, donaciones ni otros destinos extras a los antes mencionados. En su mayoría aluden que el cultivo de la cebolla es la principal fuente económica para su subsistencia.

10. ¿Cuántas cargas de cebolla blanca en rama está dispuesto a entregar semanalmente al centro de acopio?

Tabla 14-3: Entrega de cargas de cebolla semanal al centro de acopio

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
6 a 12 cargas	129	55,84%
13 a 18 cargas	87	37,66%
18 a 24 cargas	11	8,46%
más de 24 cargas	4	3,08%
TOTAL	231	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de Cochapamba
Realizado por: Vargas, W. 2021

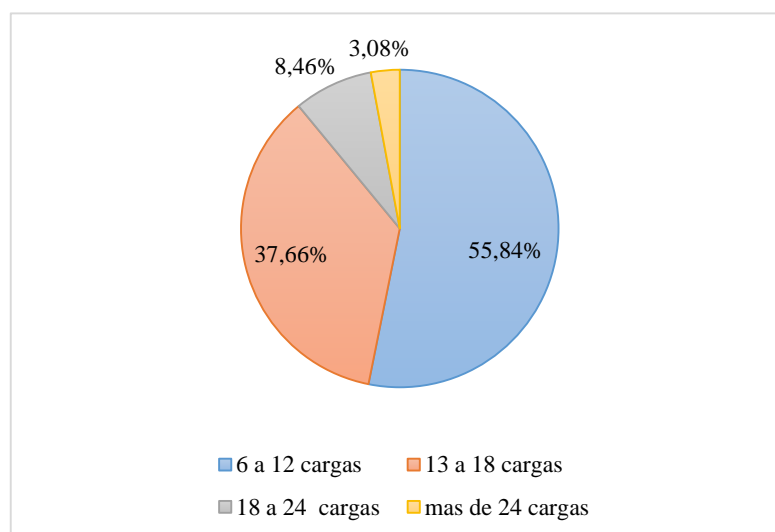


Gráfico 13-3: Entrega de cargas de cebolla semanal al centro de acopio
Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

Los resultados de las encuestas realizadas a los agricultores de cebolla, permitió determinar que el 55,84% de los productores están dispuestos a entregar de 6 a 12 cargas semanales al centro de acopio, el 37,66% de 13 a 18 cargas, el 8,46% de 18 a 24 cargas y el 3,08% más de 24 cargas. Esto ayuda a conocer que en el sector existe el abastecimiento suficiente para la creación de un centro de acopio.

11. ¿Aproximadamente, cuántas cargas de cebolla blanca en rama produce semestralmente?

Tabla 15-3: Producción semestral del producto

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
40 a 80 cargas	167	72,29%
81 a 120 cargas	56	24,24%
121 a 140 cargas	6	2,60%
141 a 300 cargas	2	0,87%
TOTAL	231	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de Cochapamba
Realizado por: Vargas, W. 2021

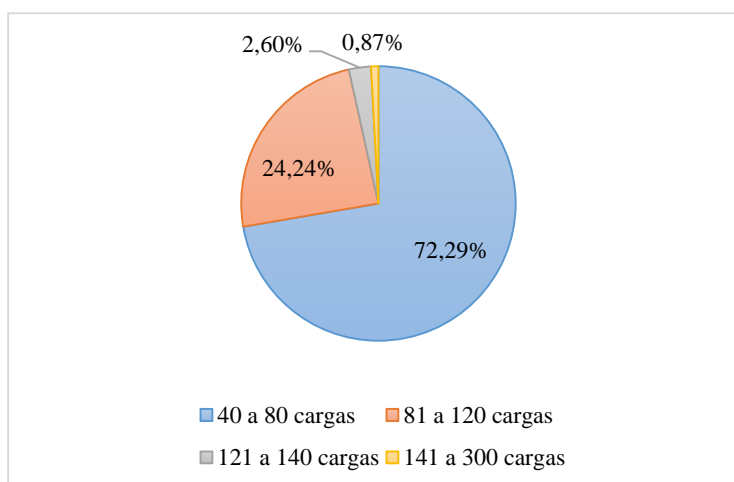


Gráfico 14-3: Producción semestral del producto
Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

Los resultados de las encuestas aplicadas, arrojaron que el 72,29% de los agricultores de cebolla blanca en rama de la parroquia Cochapamba producen aproximadamente 40 a 80 cargas semestralmente, el 24,24% de 81 a 120 cargas, el 2,60% de 121 a 140 cargas y por último el 0,87% cosechan de 141 a 300 cargas.

Englobándolo en términos generales, se asume que el cultivo lo realizan de forma aleatoria para que en determinado periodo alcancen a producir ciertas cargas totales.

12. ¿Actualmente, donde vende la cebolla blanca en rama y por qué?

Tabla 16-3: Venta actual del producto

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Ferias	108	46,75%
Intermediario	37	16,02%
Mayorista	86	37,23%
TOTAL	231	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de Cochapamba

Realizado por: Vargas, W. 2021

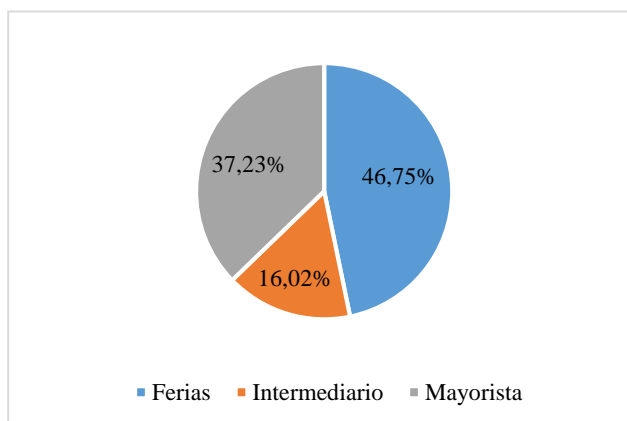


Gráfico 15-3: Venta actual del producto

Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

El total de encuestas realizadas a los agricultores en la parroquia Cochapamba arroja que el 46,75% de los productores de cebolla, realizan la venta del producto en ferias actualmente, el 37,23% en mercados mayoristas y el 16,02% a intermediarios.

Las ventas lo realizan en los tres lugares mencionados porque en su mayoría son los únicos mercados en los que pueden ofertar sus productos a pesar de no recibirlos precios justos que se merecen por el producto, además por la cercanía al sector y porque no conocen otro lugar donde vender.

13. ¿Cuánto le cuesta producir la carga de cebolla blanca en rama?

Tabla 17-3: Costo de producción

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
\$0 a \$2	29	12,55%
\$3 a \$4	95	41,13%
\$5 a \$6	103	44,59%
\$6 a \$8	4	1,73%
Más de \$8	0	0,00%
TOTAL	231	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de Cochapamba
Realizado por: Vargas, W. 2021

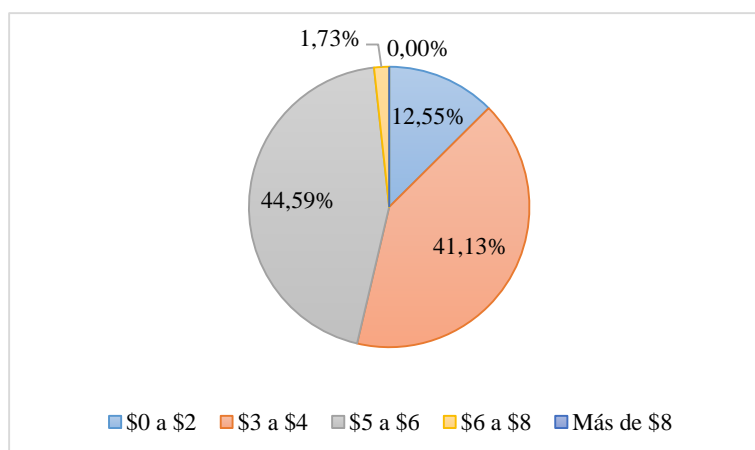


Gráfico 16-3: Costo de producción

Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

Los agricultores de cebolla de la parroquia Cochapamba mediante la encuesta aplicada, el 44,59% aluden que el costo de producción del producto aproximadamente es de 5 a 6 dólares la carga, el 41,13% mencionan que es de 3 a 4 dólares, el 12,55% indican que es de 6 a 8 dólares y por último el 1,73% dicen que su costo es de 0 a 2 dólares. Cabe mencionar que algunos agricultores para constatar su costo de producción no toman en cuenta la mano de obra del propietario y el costo de transporte si el vehículo es propio y en otros casos solo toman en cuenta lo invertido en el cultivo y no hasta su venta.

14. Comúnmente, cuanto es el precio al que vende la carga de cebolla que produce usted?

Tabla 18-3: Precio común del producto

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
\$0 a \$6	10	4,33%
\$7 a \$10	167	72,29%
\$10 a \$13	51	22,08%
\$14 a \$17	3	1,30%
\$17 en adelante	0	0,00%
TOTAL	231	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de Cochapamba

Realizado por: Vargas, W. 2021

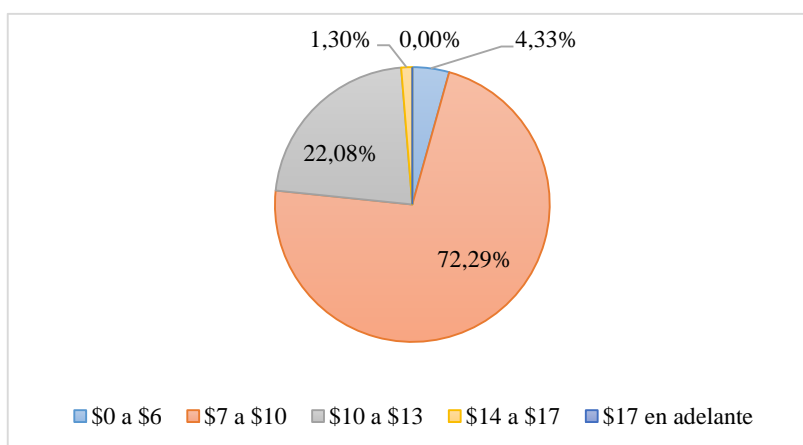


Gráfico 17-3: Precio común del producto

Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

Al aplicar los 130 encuestas en la parroquia Cochapamba a los agricultores, muestra que el 72,29% de los productores comúnmente vende sus productos de 7 a 10 dólares dependiendo la temporada en el que se encuentre, el 22,08% de 10 a 13 dólares, el 4,33% de 0 a 6 dólares, el 1,30% de 14 a 17 dólares la carga y nadie alude que vende mayor de 28 dólares.

El precio en los mercados varía dependiendo la aglomeración de la cantidad del producto en el lugar, así el producto tenga precios altos en super maxis, micro mercado o centros de abastos. Otro de los casos es que los intermediarios se aprovechan viendo que los agricultores son de los sectores rurales y no tienen estrategias de venta y otros mercados

15. Cree usted que se mejoraría la economía en la Parroquia Cochapamba una vez que se implemente el centro de acopio?

Tabla 19-3: Mejoramiento de la economía de la Parroquia

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	189	81,82%
Poco	38	16,45%
Nada	4	1,73%
TOTAL	231	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de Cochapamba

Realizado por: Vargas, W. 2021

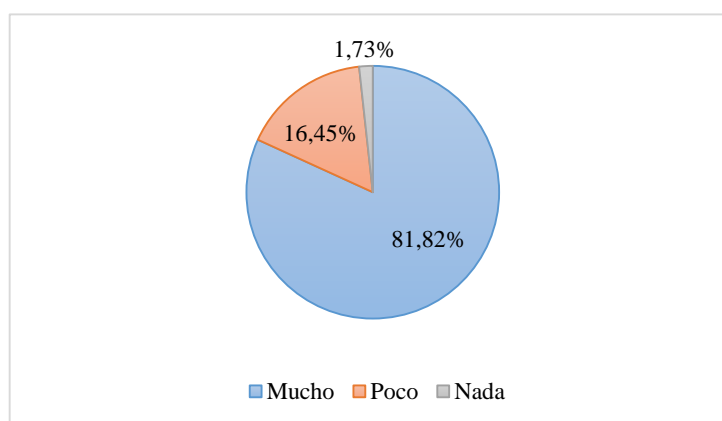


Gráfico 18-3: Mejoramiento de la economía de la Parroquia

Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

Los productores de cebolla mediante la encuesta realizada, el 81,82% aluden que existiría mucho mejoramiento de la economía en la Parroquia Cochabamba una vez que se implementara el centro de acopio porque daría mayor viabilidad al producto principal de sector, aumento de empleo e indirectamente ayudaría al comercio general de todos los productos; el 16,45% mencionan que solo existirá un poco y el 1,73% opinan que no variaría nada. Por lo cual es recomendable incentivar el comercio comunitario a igual que buscar por medio de instituciones públicas capacitaciones para el mejoramiento de los productos que cultivan a igual que la inversión y administración idónea que deben realizar en los mismos.

16. ¿Por qué razón decidiría vender su producción de cebolla a un centro de acopio y no a un intermediario?

Tabla 20-3: Decisión de venta

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Precio justo	147	63,64%
Venta segura	40	17,32%
Facilidad de transporte	13	5,63%
Pago al contado	31	13,42%
TOTAL	231	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de Cochapamba
Realizado por: Vargas, W. 2021

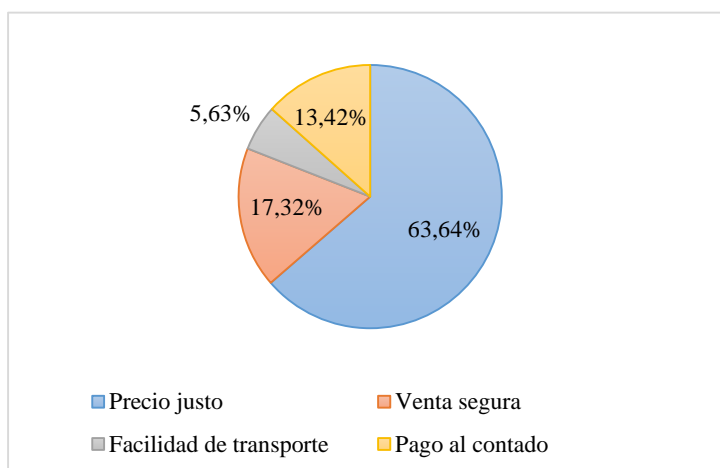


Gráfico 19-3: Decisión de venta

Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

Los resultados de las encuestas aplicadas en la parroquia Cochapamba, arroja que el 63,64% de los productores de cebolla blanca decidirían vender su producto en un centro de acopio por obtener un precio justo por la carga de cebolla, el 17,32% lo haría por la venta segura, el 13,42% por pago al contado y el 5,63% por facilidad de transporte.

Los agricultores por las actividades duras que realizan para obtener y vender su producto, por este medio quisieran agilizar y tener facilidad en su venta, disminuir sus costos y mejorar la calidad del producto.

3.1.2. Aplicación de la encuesta a los centros de abastos y micro mercados de la provincia de Cotopaxi

- **Datos generales**
 - **Género**

Tabla 21-3: Género de dueños de los centros de abastos y micro mercados

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	54	45,38%
Femenino	65	54,62%
TOTAL	119	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los centros de abastos y micro mercados
Realizado por: Vargas, W. 2021

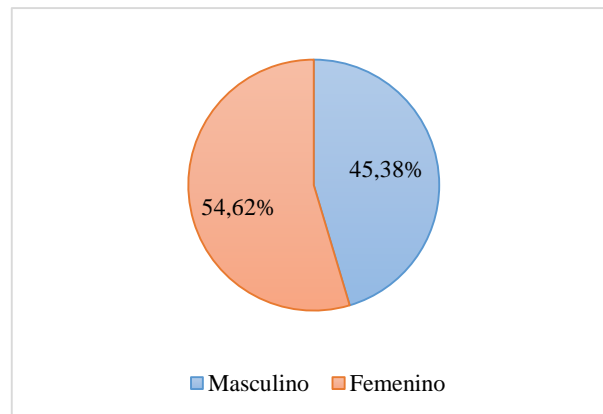


Gráfico 20-3: Género de dueños de los centros de abastos y micro mercados
Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

El resultado de las encuestas aplicadas a los centros de abastos y micro mercados de la provincia de Cotopaxi arrojó que el 54,62% de los dueños de la entidad son de género femenino y el 45,38% restante de sexo masculino. En la actualidad por las aptitudes demostradas por las mujeres se evidencia que es mejor administrada un negocio por ellas, además que busque mejoras en su vida.

○ **Edad:**

Tabla 22-3: Edad de los dueños de los centros de abastos y micro mercados

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
20-35	39	32,77%
36-45	52	43,70%
46-60	23	19,33%
60 años en adelante	5	4,20%
TOTAL	119	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los centros de abastos y micro mercados
Realizado por: Vargas, W. 2021

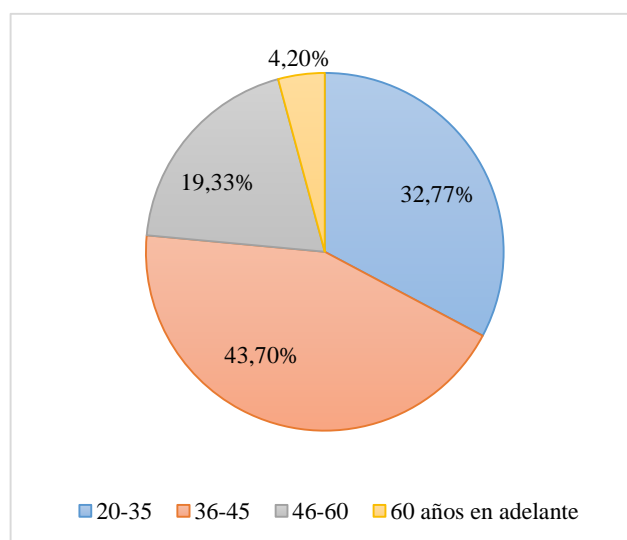


Gráfico 21-3: Edad de los dueños de los centros de abastos y micro mercados

Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

Del total de las encuestas realizadas a los centros de abastos y micro mercados de la provincia de Cotopaxi, en cuanto a la edad de los dueños de las entidades se determinó que el 43,70% están entre 36 a 45 años; el 32,77% de 20 a 35 años; el 19,33% está de 46 a 60 años; y tan solo el 4,20% están en una edad de 60 años en adelante.

En edades medias en la madures las personas se establecen y se construyen su propio negocio por no ser dependientes.

1. ¿Usted adquiere cebolla blanca en rama para su venta?

Tabla 23-3: Adquisición de cebolla para la venta

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	119	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	119	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los centros de abastos y micro mercados
Realizado por: Vargas, W. 2021

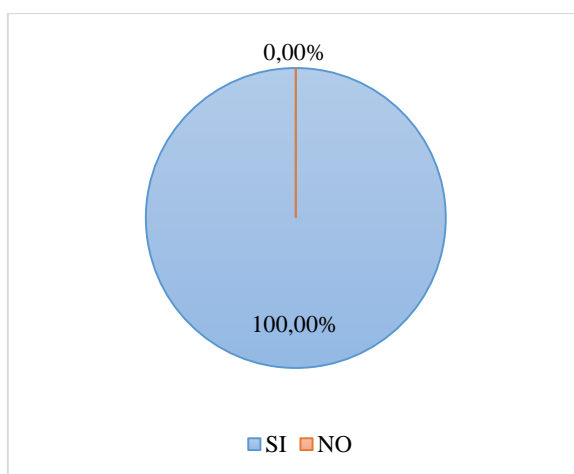


Gráfico 22-3: Adquisición de cebolla para la venta
Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

Según las encuestas realizadas a los centros de abastos y micro mercados, en su totalidad aluden que adquieren la cebolla blanca en rama para la venta de los mismos a los consumidores. Ya que es la actividad a la que se dedican para generar ingresos y utilidad a su empresa

2. ¿Está usted totalmente satisfecho con la cebolla blanca en rama que adquiere para su venta?

Tabla 24-3: Satisfacción de la adquisición del producto

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	14	11,76%
NO	105	88,24%
TOTAL	119	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los centros de abastos y micro mercados
Realizado por: Vargas, W. 2021

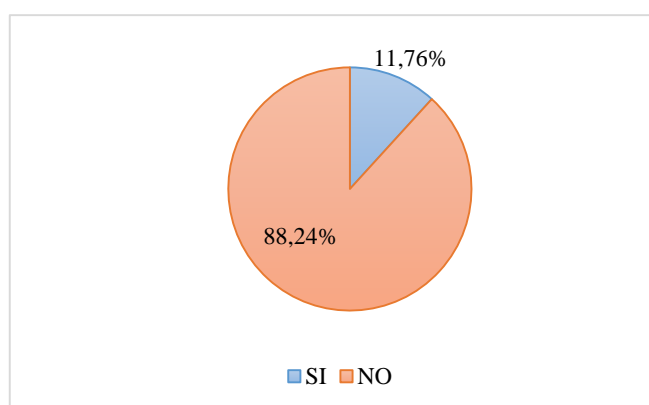


Gráfico 23-3: Satisfacción de la adquisición del producto
Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

Al concluir con las aplicaciones de las encuestas a los centros de abastos y micro mercados de la provincia de Cotopaxi, se puede mencionar que el 84,24% no están satisfechos en su totalidad con el producto que adquieren, ya sea esto por la calidad, precio o peso del mismo; mientras que el 11,76% si están satisfecho. Esto se debe a la falta de atención y la calidad del producto que reciben los clientes.

3. ¿Le gustaría adquirir la cebolla blanca en rama de un nuevo proveedor con una presentación que satisfaga las necesidades de sus clientes?

Tabla 25-3: Adquisición de un nuevo proveedor

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	96	80,67%
NO	23	19,33%
TOTAL	119	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los centros de abastos y micro mercados
Realizado por: Vargas, W. 2021

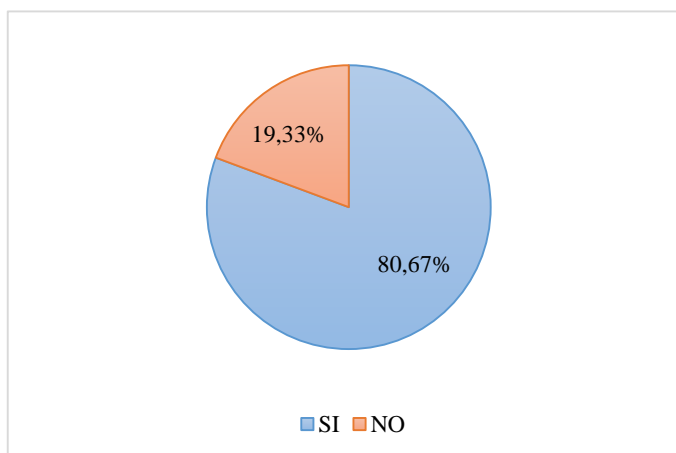


Gráfico 24-3: Adquisición de un nuevo proveedor
Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

Del total de los centros de abastos y micro mercados encuestados, el 80,67% les gustaría adquirir la cebolla blanca en rama de un nuevo proveedor con una presentación que satisfaga las necesidades de sus clientes y el 19,33% no les gustaría adquirir. Esto ya sea por desconocimiento del producto que se va a ofertar o por fidelidad a sus proveedores, sin tener en cuenta que es mejor ir renovando y poniendo valor agregado cada vez más a los productos.

4. ¿Cuál de los siguientes atributos es el más importante para usted al momento de adquirir la cebolla blanca en rama?

Tabla 26-3: Atributos importantes al adquirir el producto

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Precio	46	38,66%
Presentación	6	5,04%
Calidad	67	56,30%
Marca	0	0,00%
TOTAL	119	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los centros de abastos y micro mercados

Realizado por: Vargas, W. 2021

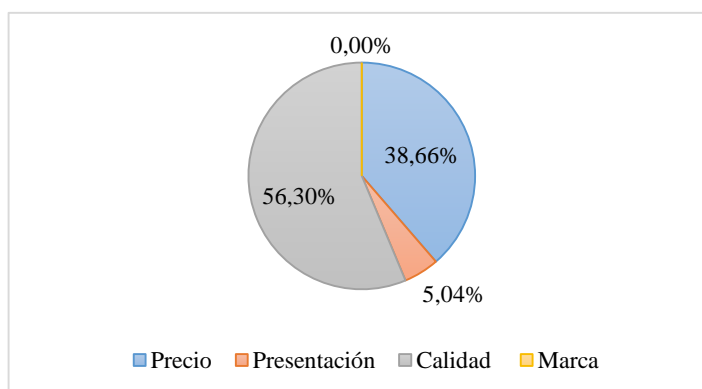


Gráfico 25-3: Atributos importantes al adquirir el producto

Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

En la adquisición de la cebolla blanca en rama los centros de acopios y micro mercados de la provincia de Cotopaxi según las encuestas, el 56,30% toman con mayor importancia la calidad del producto, el 38,66% el precio, el 5,04% observan la presentación y ninguno alude que le toma importancia a la marca.

Lo que permite deducir que el producto que se oferte debe ser de calidad, con un precio competitivo y buena presentación sin importar a la marca a la que pertenezca.

5. ¿Con que frecuencia usted se abastece de cebolla blanca en rama?

Tabla 27-3: Frecuencia de abastecimiento

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Una vez a la semana	11	9,24%
Dos veces a la semana	35	29,41%
Tres veces a la semana	73	61,34%
Una vez al mes	0	0,00%
Dos veces al mes	0	0,00%
Tres veces al mes	0	0,00%
TOTAL	119	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los centros de abastos y micro mercados
Realizado por: Vargas, W. 2021

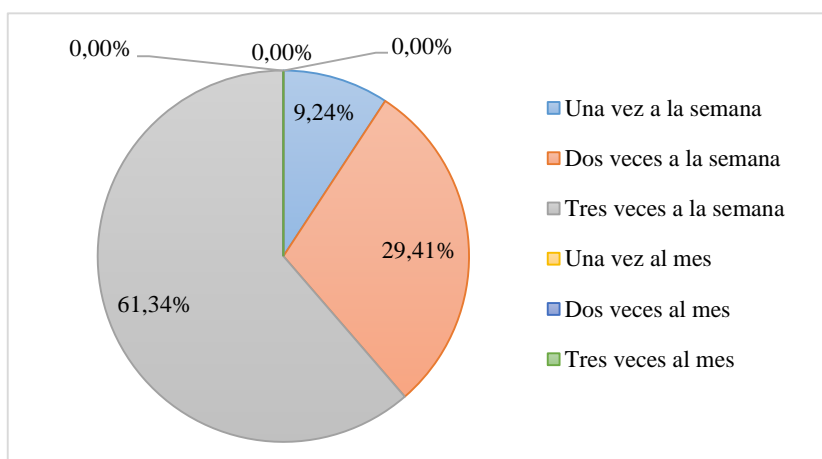


Gráfico 26-3: Frecuencia de abastecimiento
Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

A través de los resultados de las encuestas aplicadas se determina que el 61,34% de los centros de abastos y micro mercados de la provincia de Cotopaxi se abastecen tres veces a la semana, el 29,41% dos veces a la semana, el 9,24% una vez a la semana y ninguno manifiesta que se provee tres, dos ni una vez al mes.

En los negocios de abarrotes es necesario a abastecerse frecuentemente ya que se debe ofrecer productos frescos a los clientes.

6. ¿Cuántos atados de cebolla blanca en rama adquiere a la semana?

Tabla 28-3: Adquisición de los atados de cebolla blanca en rama

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
200 a 400 atados	3	2,52%
401 a 600atados	7	5,88%
601 a 800 atados	26	21,85%
801 a 1400 atados	83	69,75%
TOTAL	119	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los centros de abastos y micro mercados

Realizado por: Vargas, W. 2021

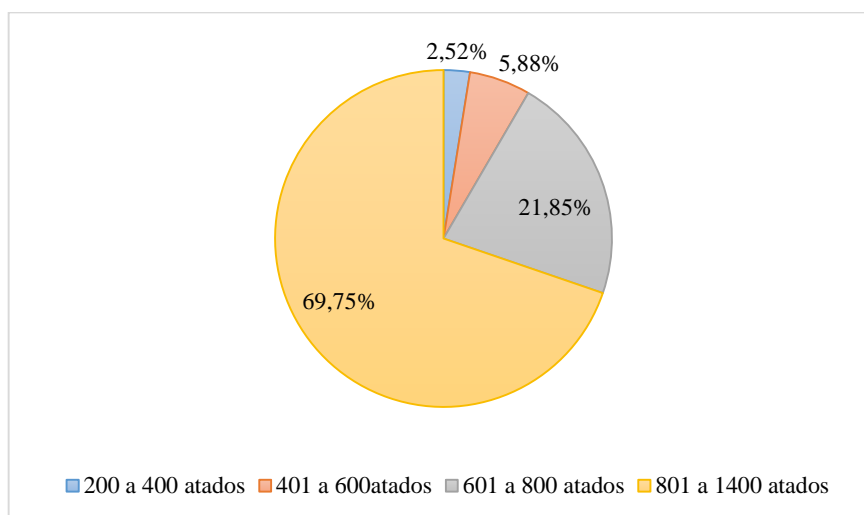


Gráfico 27-3: Adquisición de cebolla blanca en rama

Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

Los resultados de las encuestas aplicadas arroja que el 69,75% de los centros de abastos y micro mercados adquieren de 801 a 1400 atados de cebolla blanca en rama semanalmente, el 21,85% de 601 a 800 atados, el 5,88% de 401 a 600 atados y solo el 2,52% lo compran de 200 a 400 atados.

La cantidad de adquisición de los micro mercados y centros de abastos se establece por la gran demanda que los mismos tienen.

7. ¿Cuánto desearía que pese el atado de cebolla blanca en rama?

Tabla 29-3: Peso del producto

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
150 gr	0	0,00%
300gr	35	29,41%
450 gr	84	70,59%
Otros	0	0,00%
TOTAL	119	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los centros de abastos y micro mercados
Realizado por: Vargas, W. 2021

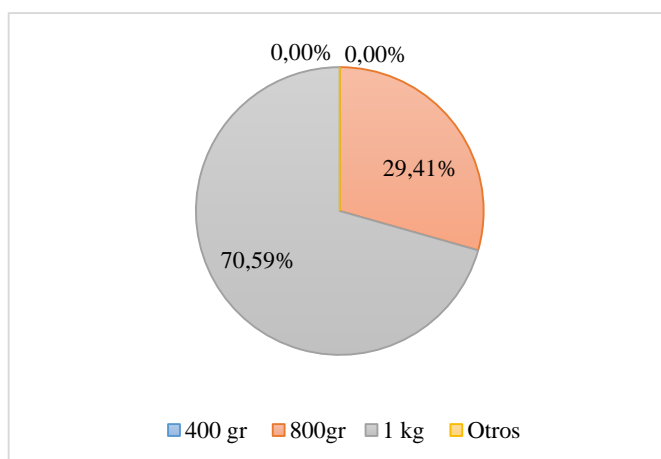


Gráfico 28-3: Peso del producto
Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

Los resultados de las encuestas aplicadas arroja que el 70,59% de los centros de abastos y micro mercados desearía que el atado de cebolla blanca en rama pese 1kg, el 29,41% querían 800gr y en el porcentaje del 0% esta 400gr y otros. Permitiendo deducir que las entidades, mayor les beneficia adquirir un producto con un peso alto para ellos poder ofertar mayormente y tener mejores beneficios.

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el atado de cebolla blanca en rama?

Tabla 30-3: Precio al pagar del producto

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
0,75ctv	91	76,47%
0,85ctv	24	20,17%
\$1,00	4	3,36%
Otros	0	0,00%
TOTAL	119	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los centros de abastos y micro mercados
Realizado por: Vargas, W. 2021

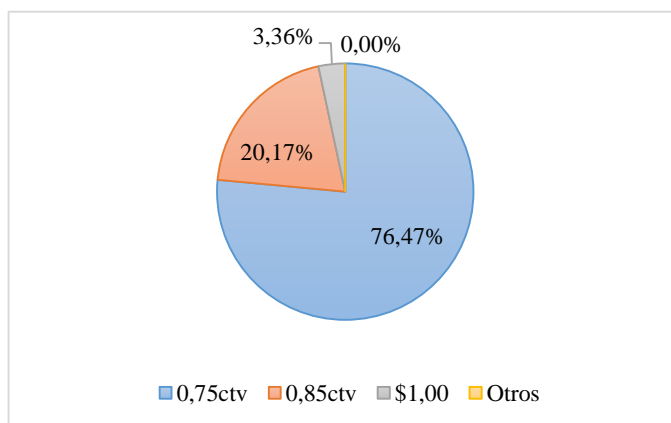


Gráfico 29-3: Precio al pagar del producto

Realizado por: Vargas, W. 2021

Interpretación y análisis:

Los centros de abastos y micro mercados de la provincia de Cotopaxi según la encuesta, el 76,47% están dispuesto a pagar 0,75 ctvs. por el atado de cebolla blanca en rama, el 20,17 % pagarían 0,85 ctvs. y solo el 3,36% estarían de acuerdo en cancelar 1 dólar.

Las entidades que demandarían el producto en este caso dan a entender que pagarían el rubro más bajo para tener mayor utilidad. En el Ecuador sigue la noción de querer algo bueno de calidad con bajos precios sin considerar el esfuerzo que hacen los agricultores al cultivar y proveerles.

3.1.3. Aplicación de la entrevista realizada al presidente del GAD Parroquial de Cochapamba, Sr. Jorge Sivi

- **¿Estaría usted dispuesta a apoyar el proyecto para la creación del centro de acopio de cebolla blanca en rama?**

Si estaría dispuesto a apoyar el proyecto para la creación del centro de acopio porque toda actividad que ayude a mejorar el bienestar económico y social del sector es muy importante para el GAD. Por lo cual sería muy factible en un futuro ponerlo en práctica la investigación que lo realiza conjuntamente con otras instituciones.

- **¿Cuáles son los productos que se cultivan transitoriamente en la Parroquia?**

Transitoriamente en la parroquia se cultiva diferentes productos como: papa, habas, melloco, oca, mashua, cebada y la cebolla blanca en rama que siembra en mayores cantidades, la misma que es considerada como el producto principal de la parroquia.

- **¿Cuál es la oferta productiva de la cebolla blanca en rama de cada comunidad de la parroquia Cochapamba?**

La oferta productiva de cebolla blanca en rama por cada comunidad con exactitud se desconoce. La comunidad que cultiva mayormente la cebolla es Chulcotoro que aproximadamente al año cosecharan 550 a 650 mulas a la par con la cabecera parroquial, seguido de Sara Hugsha con 400 a 500 mulas, después Ninin Cochapamba con 350 a 450 mulas y las demás comunidades restantes lo cultivan en cantidades considerables, pero las más resaltables son las antes mencionadas

- **¿Cuáles son los meses de siembras y cosecha de la cebolla blanca en rama en la parroquia?**

Todas las comunidades que pertenecen a la parroquia y cultivan cebolla blanca en rama no tienen meses o temporadas de sembríos específicos, ellos lo realizan todos los meses de forma alternada y lo cosechan en 6 meses. Esto permite que todo el año haya producción y oferta del producto y provean de ingresos para su sobrevivencia los agricultores del sector.

- **¿Los precios de la cebolla blanca en rama en el mercado son estables?**

Normalmente los precios del producto no son estables; ya que depende de la temporada. Cuando la oferta es alta los precios bajan y cuando la oferta es baja los precios suben dependiendo

- **¿Cuántos productores de cebolla blanca en rama hay en la parroquia Cochapamba?**

No se conoce con exactitud la cantidad de productores existentes. Pero la mayor parte de la parroquia que representa un 80% siembra la cebolla blanca en rama y viven de la agricultura

- **Estaría dispuesta a adquirir el producto agrícola del centro de acopio en la Parroquia Cochapamba?**

Sí, porque la adquisición del producto será en mejores condiciones y en la misma parroquia, que permite ahorrar los gastos del transporte que se incurre al ir al comprar en la cabecera cantonal o ferias que se encuentran lejos. Además al aportar en el centro de acopio ayudaría a mejorar las condiciones de vida de los productores y a la actividad económica dentro del sector.

3.2. Discusión de resultados

El estudio de mercado realizado mediante la aplicación de entrevistas y encuestas, permite determinar que en su mayoría las mujeres son las que se dedican a cultivar la cebolla blanca en rama en la parroquia Cochapamba, a pesar que en la población económicamente activa (PEA) del sector participan mayormente los hombres según León, F. (2020), esto puede deberse a la dedicación de otras actividades secundaria y terciarias. Cabe mencionar que el 41,99% de los productores están entre 36 a 45 años de edad, en caso de los jóvenes solo un porcentaje considerado se dedica a la agricultura porque el restante destina su tiempo al estudio.

Los productores de cebolla blanca en rama de la parroquia casi en su totalidad no pertenecen a ninguna asociación y si lo están lo realizan de una manera informal por adquirir capacitaciones o algún beneficio a futuro. A pesar de ello, de las socializaciones y trabajo comunitario en minga no tienen conocimiento pleno de que es el centro de acopio y sus beneficios que en el transcurso puede forjarse como una organización empresarial que ayudará a perseguir estrategias de vida combinados con la agricultura para la subsistencia y enfrentar el avance de la globalización económica y el aumento de la competitividad en las zonas rurales como lo alude Junkin, Donovan, Stoian, & Vargas (2005). Por lo cual están de acuerdo formar parte de una asociación para crear un centro de acopio con visiones, metas claras y capacidad financiera que permitirá

generar un incremento en la productividad, mejorar la cadena de comercialización y así optimizar los procesos de producción, además de mejorar los ingresos económicos del sector como lo hacen en la parroquia Patocalle según el Ministerio de Agricultura y Ganadería (2019).

Para llevar a cabo el estudio, se destaca el destino de 6 a 10 cuadras de terreno de extensiones considerables para el cultivo de cebolla, que tiene procedencias herederas en su mayoría que están al poder del productor y mínimamente arriendan generando costos en este aspecto, además que las propiedades no cuentan con riego, que beneficia al cultivo de cebolla, ya que este producto es resistente a heladas, climas de altura que su humedad tiene larga durabilidad y no necesita muchos cuidados fitosanitarios León, F(2020). Los agricultores mayormente realizan sus sembríos de forma partida y reciben ayuda y participación en todo el proceso productivo de los peones tanto ajenos como familiares (hijos/as, esposo/a, cuñados/as, tías/os, sobrinos/as, ect) y del núcleo familiar. Al cosechar el producto lo destinan a la venta y consumo; mayormente lo comercializan en ferias y mayoristas (mercados mayoristas) porque son los únicos mercados en los que pueden ofertar sus productos a pesar de no recibirlos precios justos por el mismo y por la cercanía al sector; comúnmente cada carga vende entre 7 a 10 dólares dependiendo en la temporada en el que se encuentre (mayor oferta precios bajos – menor oferta precios altos), a pesar que el costo de producción para la mayoría está entre 5 a 6 dólares pese que algunos no toman en cuenta la mano de obra propia.

Por otro lado, los productores de cebolla blanca en rama entregarían de 6 a 12 cargas semanalmente si se creara el centro de acopio, ya que semestralmente la mayoría producen de 40 a 80 cargas por realizar cultivos de forma aleatoria y venderían su producto al centro de acopio por la obtención de un precio justo y venta segura. Cabe mencionar que según Sivi (2021) alude que la oferta productiva por comunidades, en el primer rango lo lleva Chulcotoro que cosechan aproximadamente 550 a 650 mulas de cebolla por año, seguida por Sara Hugsha de 400 a 500 mulas y las demás comunidades a igual cultivan en cantidades considerables; ellos no tienen temporadas de sembrío ni cosecha, lo realizan en todos los meses del año, la cual permite que exista oferta consecutiva.

En cuanto a la demanda del centro de acopio en estudio, en este caso de los centros de abastos y micro mercados de la provincia de Cotopaxi que están dirigidos por hombre y mujeres mayormente de 36 a 45 años, en el 88,24% no están totalmente satisfechos con el producto que adquieren actualmente y están de acuerdo en adquirir la cebolla blanca en rama de un nuevo proveedor que satisfaga las necesidades del cliente que cada vez más va variando por la globalización. Se abastecen en su mayoría tres veces a la semana aproximadamente de 801 a 1400 atados, en la que toman en cuenta la calidad y el precio del producto, además desean que el atado de cebolla blanca en rama pese 450gr, por la cual están dispuesto a pagar 0,75 centavos por cada

uno, en la que acoge la noción ecuatoriana de querer adquirir productos de calidad con bajos precios. Mientras que RED GLOVAL MARKET paga por cada atado de cebolla blanca en rama a 0,80 centavos a la Asociación Agrícola Estrella de Belén según Ministerio de Agricultura y Ganadería (2019).

Por lo que se puede concluir que es viable la implementación del estudio en la Parroquia Cochapamba que tendrá el apoyo del presidente del GAD Parroquial, ya que la creación del centro de acopio ayudara a mejorar la cadena de comercialización, generar valor agregado al producto, compartir economías de escala y otros beneficios más. También permitirá mejorar mucho la economía del sector como lo alude el 81, 82% de los agricultores por la viabilidad del principal producto, aumento de empleo e indirectamente ayudaría al comercio general de todos los productos; mejorando la calidad de vida de la población.

3.3. Propuesta

Tema: Estudio de factibilidad para la creación del centro de acopio de cebolla blanca en rama en la parroquia Cochapamba, provincia de Cotopaxi.

3.3.1. Estudio de mercado.

3.3.1.1. Finalidad del estudio de mercado

El estudio de mercado permite determinar la oferta y la demanda que tiene la cebolla blanca en rama en la parroquia Cochapamba y en los centros de abastos y micro mercados de la provincia de Cotopaxi. El cual, mediante una comparación entre los dos aspectos del producto se conoce la demanda insatisfecha del mercado. Además posteriormente, se puede identificar la cantidad de producto necesario, el número de clientes a los que se va a otorgar el producto y otros aspectos como: las fortalezas, debilidades del mismo.

3.3.1.2. Objetivos del estudio de mercado

Objetivo general

Realizar el estudio de mercado encaminada a la creación del centro de acopio de cebolla blanca en rama en la parroquia Cochapamba, cantón Saquisilí, Provincia de Cotopaxi, mediante la investigación de campo para determinar la oferta y la demanda.

Objetivos específicos

- Segmentar el mercado meta de la cebolla blanca en rama mediante los datos de investigación.
- Analizar y determinar la oferta del producto.
- Determinar y analizar la demanda de la cebolla blanca en rama del centro de acopio.
- Establecer la demanda insatisfecha del producto en el mercado segmentado.

3.3.1.3. Segmentación de mercado

Para la segmentación del mercado se tomara en cuenta algunos aspectos; como la población global, en este caso los supermercados, micro mercados, centros de abastos y tiendas de la provincia de Cotopaxi. En base a ello según la nómina arrojada de catastros de la página del SRI, haciendo una segmentación solo de micro mercados y centros de abastos existentes actualmente se tiene un total de 215 locales. Además según la encuesta realizada todos los locales venden cebolla blanca en rama.

Tabla 31-3: Segmento de mercado

CRITERIO DE SEGMENTO	SEGMENTO DE MERCADO
Geografía <ul style="list-style-type: none">• Región• Provincia Demografía <ul style="list-style-type: none">• Locales comerciales de alimentos Conductuales <ul style="list-style-type: none">• Producto	<ul style="list-style-type: none">• Sierra• Cotopaxi• Micro mercados y centros de abastos• Cebolla blanca en rama

Fuente: Catastros, SRI (2021)
Realizado por: Vargas, W. 2021

3.3.1.4. Análisis de la demanda

Demanda Real

La demanda real del centro de acopio PRODSAN se obtiene tomando como referencia la cantidad de adquisición de atados de cebolla blanda en rama por los centros de abastos y micro mercados.

Tabla 32-3: Adquisición de la cebolla blanca en rama

Categoría	Frecuencia		Semanal	Consumo mensual	Consumo anual
200 a 400 atados	3	400,00	1.200,00	4.800,00	57.600,00
401 a 600 atados	7	500,50	3.503,50	14.014,00	168.168,00
601 a 800 atados	26	700,50	18.213,00	72.852,00	874.224,00
801 a 1400 atados	83	1.100,50	91.341,50	365.366,00	4.384.392,00
TOTAL	119,00	2.701,50	114.258,00	457.032,00	5.484.384,00

Fuente: Encuesta aplicada a los centros de abastos y micro mercados

Realizado por: Vargas, W. 2021

Proyección de la demanda

La demanda proyectada se obtiene mediante un cálculo utilizando el crecimiento del Valor Agregado Bruto (VAB) en el sector agrícola del año 2020 según el Banco Central del Ecuador que representa el 0,10% en otros cultivos menos en banano, café y cacao. (BCE, 2021)

Formula:

$$Q_n = Q_0(1+i)^n$$

Donde

- Q_n = Consumo futuro
- Q_0 = Consumo inicial
- 1 = Valor constante
- i = Tasa de crecimiento
- n = Tiempo.

Tabla 33-3: Demanda Proyectada

Año	Demanda proyectada
2021	5.484.384,00
2022	5.495.358,25
2023	5.500.853,61
2024	5.506.354,46
2025	5.511.860,82

Fuente: Encuesta aplicada a los centros de abastos y micro mercado
Realizado por: Vargas, W. 2021

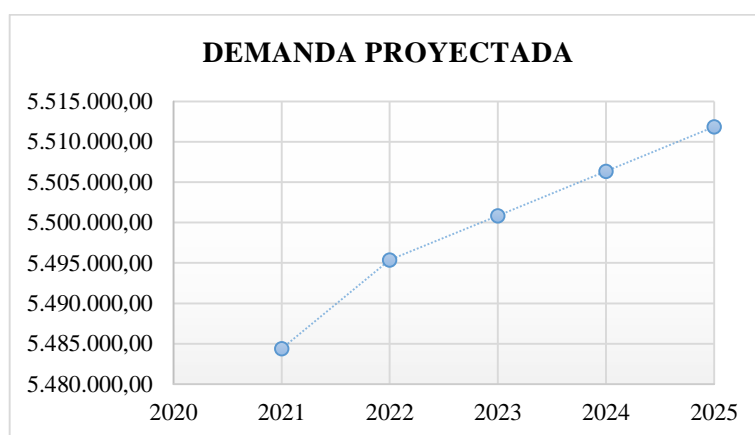


Gráfico 30-3: Demanda proyectada
Realizado por: Vargas, W. 2021

3.3.1.5. Análisis de la oferta

Oferta

Para el cálculo de la oferta real se tomó como referencia la producción semestral de los agricultores de la parroquia Cochapamba.

Tabla 34-3: Producción de cebolla blanca en rama

Categoría	Frecuencia		Cargas	Atados semestrales	Atados Mensual	Atados Anual
40 a 80 cargas	167	60,00	10.020,00	120.240,00	240.480,00	2.885.760,00
81 a 120 cargas	56	100,50	5.628,00	67.536,00	135.072,00	1.620.864,00
121 a 140 cargas	6	130,50	783,00	9.396,00	18.792,00	225.504,00
141 a 300 cargas	2	220,50	441,00	5.292,00	10.584,00	127.008,00
TOTAL	231	511,50	16872,00	202464,00	404928,00	4859136,00

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de Cochapamba
Realizado por: Vargas, W. 2021

Proyección de la oferta

La oferta proyectada se determina mediante un cálculo tomando como referencia del porcentaje del Valor Agregado Bruto (VAB) agrícola del año 2020 según el Banco Central del Ecuador que representa el 0,10% en otros cultivos menos en banano, café y cacao. (BCE, 2021)

Formula:

$$Q_n = Q_0(1+i)^n$$

Donde

- Q_n = Consumo futuro
- Q_0 = Consumo inicial
- 1 = Valor constante
- i = Tasa de crecimiento
- n = Tiempo

Tabla 35-3: Oferta Proyectada

Año	Oferta Proyectada
2021	4.859.136,00
2022	4.868.859,13
2023	4.873.727,99
2024	4.878.601,72
2025	4.883.480,32

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de Cochapamba

Realizado por: Vargas, W. 2021

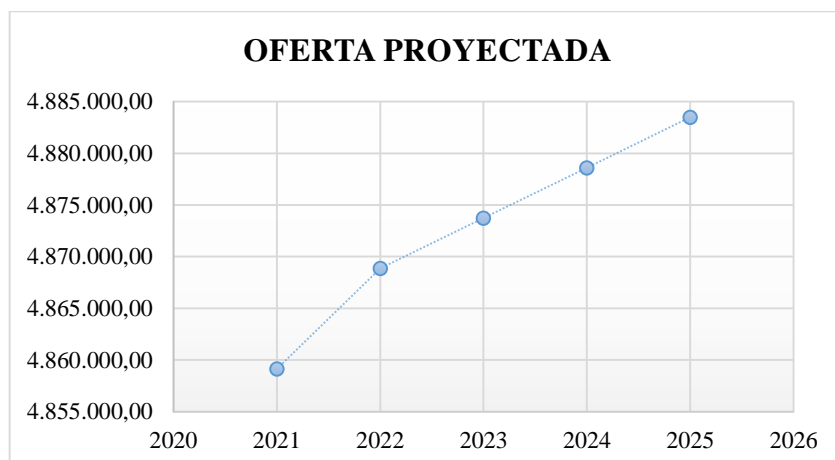


Gráfico 31-3: Oferta proyectada

Realizado por: Vargas, W. 2021

3.3.1.6. Determinación de la demanda insatisfecha

Mediante los datos obtenidos de la oferta y la demanda proyectada para cinco años, se determina los resultados de la demanda insatisfecha.

Tabla 36-3: Demanda insatisfecha

Año	Demanda proyectada	Oferta Proyectada	Demanda insatisfecha
2021	5.484.384,00	4.859.136,00	625.248,00
2022	5.495.358,25	4.868.859,13	626.499,12
2023	5.500.853,61	4.873.727,99	627.125,62
2024	5.506.354,46	4.878.601,72	627.752,75
2025	5.511.860,82	4.883.480,32	628.380,50

Realizado por: Vargas, W. 2021

3.3.1.7. Marketing Mix

- **El producto**

El centro de acopio tiene como producto, la cebolla blanca en rama, el cual brinda beneficios nutritivos como el carbohidrato en su abundancia y la fibra. También es rica en fitoquímicos que tiene propiedades antiinflamatorias, antialérgicas frente al cáncer especialmente de mama, colon y próstata (Al día Online, 2019).

Por lo cual, la hortaliza es uno de principales ingredientes indispensables en la cocina de los ecuatorianos y para los pueblos indígenas que habitan en climas de alta montaña como en la parroquia Cochapamba es considerado como el principal producto de cultivo y generador de ingresos para las familias que se dedican a la agricultura desde hace siglos atrás. Cabe recalcar que la cebolla blanca en rama al cultivar consume en mínima cantidad fertilizantes y no se utilizan funguicidas.

El producto será comercializado en atados con una presentación de 1 kg empacados en mallas verdes con su respectiva etiqueta. La misma que tendrá su proceso para la obtención del producto final con calidad.

- **Eslogan**

Lema que identifica al centro de acopio de su competencia mediante una frase corta y precisa que permite posesionar al producto en el mercado. Además de captar a los clientes que les

guste consumir la cebolla blanca en rama, que ayuda a reducir la fatiga, ansiedad y depresión. También es un producto muy saludable.

“Come lo sano, disfruta la vida”


- **Logotipo**

Muestra la imagen corporativa y la marca mediante la forma, colores, figuras y texto que lleva el logotipo.



Figura 3-3: Logotipo
Realizado por: Vargas, W. 2021

Tabla 37-3: Descripción del logotipo

Diseño	Significado
	<p>La marca del centro de acopio es “PRODSAN” que significa productos sanos; debidos al origen del producto agrícola (cebolla blanca en rama) que se comercializara en el lugar. Ya que el mismo es cultivado de forma natural, sin la utilización de fungicidas y pesticidas. Además el nombre de la entidad será “CENTRO DE ACOPIO PRODSAN”</p>
	<p>La imagen hace referencia al paisaje, la naturaleza y las tierras montañosas que se utiliza para el cultivo de productos agrícolas en la parroquia Cochapamba.</p>
<p><i>“Come lo sano, disfruta la vida”</i></p>	<p>Eslogan del centro de acopio</p>

Realizado por: Vargas, W. 2021

- **Etiqueta**

Permite identificar y distinguir el producto ofertado en el mercado. En el que estará detallada el logotipo, eslogan, nombre de la empresa, fecha de elaboración y expiración, entre otros; todo esto por cumplir todas las leyes y normativas establecidas para el funcionamiento.

- **Precio**

El precio de la cebolla blanca en rama determinada por medio de las encuestas realizadas a los centros de abastos y supermercados de la provincia de Cotopaxi es de 0,78 ctvs por el atado de cebolla blanca en rama de 1 kg empacado en malla verde. El mismo que es accesible al bolsillo de los consumidores y un valor competitivo en relación a las empresas que ofertan el mismo producto, permitiendo con ello el crecimiento de la demanda. El cálculo de la proyección del precio se realiza tomando en cuenta la inflación de 0,35% correspondiente al mes de abril del 2021. (INEC, 2021)

Formula:

$$P_n = P_o(1 + i)^n$$

Donde

- P_n = Precio futuro
- P_o = Precio inicial
- 1 = Valor constante
- i = Tasa de crecimiento
- n = Tiempo

Tabla 38-3: Proyección del precio

Año	Precio proyectado
2021	0,78
2022	0,79
2023	0,79
2024	0,80
2025	0,82

Fuente: Encuesta aplicada a los centros de abastos y micro mercado

Realizado por: Vargas, W. 2021

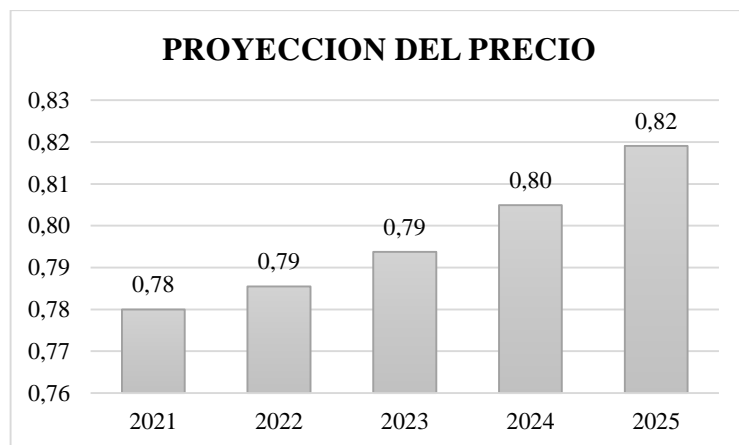


Gráfico 32-3: Proyección del precio
Realizado por: Vargas, W. 2021

- **Plaza**

Para la comercialización de los atados de cebolla blanca en rama, se realizara por medio de dos canales existente en el mercado.

- De forma directa al consumidor, el mismo que podrán adquirir en el centro de acopio que estará ubicada en la parroquia Cochapamba.
- A través de los intermediarios (centros de abastos y supermercados) que serán los clientes del centro de acopio, los mismos venderán el producto en sus locales comerciales, permitiendo así llegar al consumidor final.

- **Promoción**

La promoción del producto se realizara por medio de redes sociales, páginas web, trípticos y radio, con la finalidad de dar a conocer en el mercado y captar clientes.

- **Redes sociales:** Se creara cuentas en Facebook, Twitter y Whatsapp con el logotipo del centro de acopio y se mostrara el producto ofertado con su empaque y su etiqueta; con la finalidad de dar a conocer a los usuarios que visitan a nivel mundial.
- **Páginas web:** Se ofertara el producto del centro de acopio por este medio dando a conocer los beneficios y lo saludable que es consumirlo.
- **Trípticos:** Contendrá información específica del centro de acopio y del productos, como es la visión, misión, valores institucionales, los beneficios, precio y presentación del producto. Los mismos serán entregados en puntos estratégicos en la provincia.

3.3.2. Estudio Técnico

El estudio técnico contempla todos los aspectos operativos indispensables del centro de acopio, permitiendo determinar datos significativos para la producción y factibilidad del estudio. Englobándose en sí, lo que se necesita para el funcionamiento de la entidad; es decir, las maquinarias, instalaciones, el capital, la localización, entre otros. Es muy importante focalizar la ubicación y el tamaño donde se realizara el estudio, para que cumpla la necesidad de la población y abarque toda la oferta y demanda insatisfecha.

3.3.2.1. Localización del proyecto

La ubicación del centro de acopio esta direccionado en el macro y micro localización, en el que se toma en cuenta ciertos aspectos que debe cumplir el mismo, como: un terreno adecuado, fácil acceso, disponibilidad de agua y servicios básicos, entre otros.

- **Macro localización**

El centro de acopio estará ubicada en Ecuador, provincia de Cotopaxi, cantón Saquisilí, parroquia Cochapamba



Figura 4-3: Macro localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Vargas, W. 2021

- **Micro localización**

El centro de acopio estará ubicada en la cabecera de la parroquia Cochapamba, a 100 metros del parque central, vía a la comunidad Salamalag Atapulo.



Figura 5-3: Micro localización

Fuente: Google Earth

Elaborado por: Vargas, W. 2021

3.3.2.2. Tamaño

Para la estabilización del tamaño del proyecto, se relaciona el estudio de mercado en función a la demanda insatisfecha y el nivel de inversión que se necesita para producir la cebolla blanca en rama que será ofertada. Para el mismo, se considera el 70% de la demanda insatisfecha, que será detalla en el siguiente cuadro.

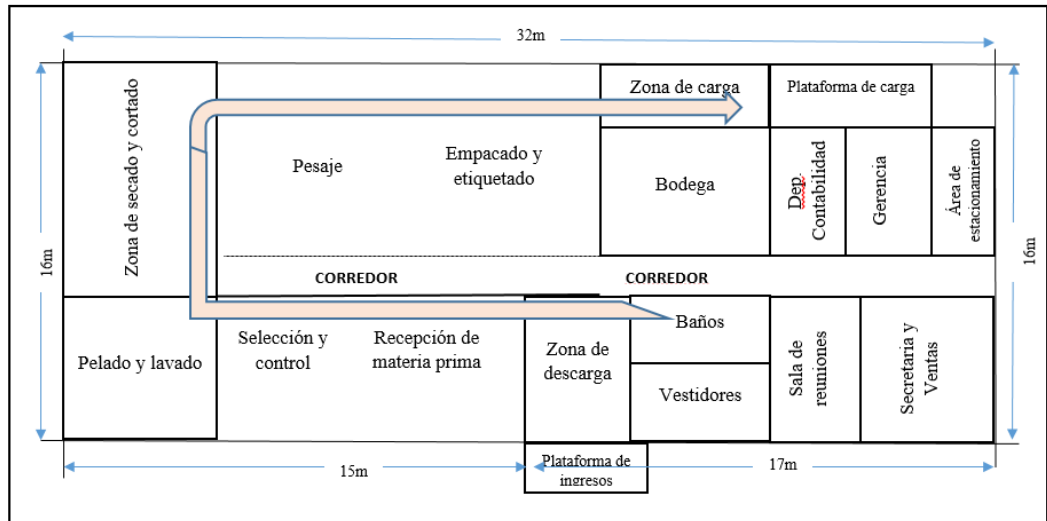
Tabla 39-3: Volumen de producción

Año	Demanda insatisfecha	Nivel de producción escogido 70%	Producción en atados
2019	625.248,00	0,80	500.198,40
2020	626.499,12	0,85	532.524,25
2021	627.125,62	0,85	533.056,78
2022	627.752,75	0,85	533.589,83
2023	628.380,50	0,85	534.123,42

Realizado por: Vargas, W. 2021

3.3.2.3. Distribución de planta

La distribución de planta permite adecuar de forma apropiada las áreas de la empresa y el equipo de trabajo, encaminando a ahorrar tiempo y recursos con eficiencia, eficacia y efectividad. Además de establecer un buen clima laboral.



Activar V

Figura 6-3: Distribución de planta

Realizado por: Vargas, W. 2021

3.3.2.4. Descripción del proceso productivo

- **Recepción.-** Se realizara pedidos y se receptara el producto en el centro de acopio de acuerdo al peso y grosor establecido por el mismo; para abastecerse de materia prima.
- **Selección y control.-** Se verificara la calidad de la cebolla blanca en rama de una manera minuciosa. Es decir; que el producto debe estar en buen estado, fresco sin afectación de alguna enfermedad. Si fuera así, la mercadería tendría que ser devuelto.
- **Pelado.-** Se pelara la cebolla blanca en rama de forma manual, de uno en uno, tratando de sacar la primera capa del mismo que en su mayoría está rodeado de tierra
- **Lavado.-** El lavado del producto se realizara de forma manual, adecuadamente cumpliendo con todas las normas de sanidad; con medias tinas de agua limpia de plástico de 380 litros ovalado.
- **Secado.-** El secado de la cebolla blanca en rama se realizara en un área adecuada para el mismo, en el que ingrese indirectamente los rayos del sol. Tratando de dejar sin residuos de agua el producto para evitar la pudrición en corto o largo tiempo.
- **Cortado y pesaje.-** Se procederá a cortar las hojas del producto, dejando 10cm desde el tallo. Verificando que el tamaño y grosor de la cebolla sea uniforme entre ellas, para luego pesar el mismo e ir estableciendo el peso de distribución en cada atado, en este caso es de 450gr.
- **Empaquetado y etiquetado.-** Los atados se empaquetaran en mallas verdes adecuados para los mismos. Además después se procederá a etiquetar en cada atado, en la parte inferior del producto de forma manual.

- **Almacenado.-** El almacenado de los atados de cebolla blanca en rama se realizara en cubetas plásticas para su posterior comercialización y distribución, en un área adecuada con temperatura ambiente y protegido contra la luz solar.

3.3.2.5. Flujograma del proceso de producción

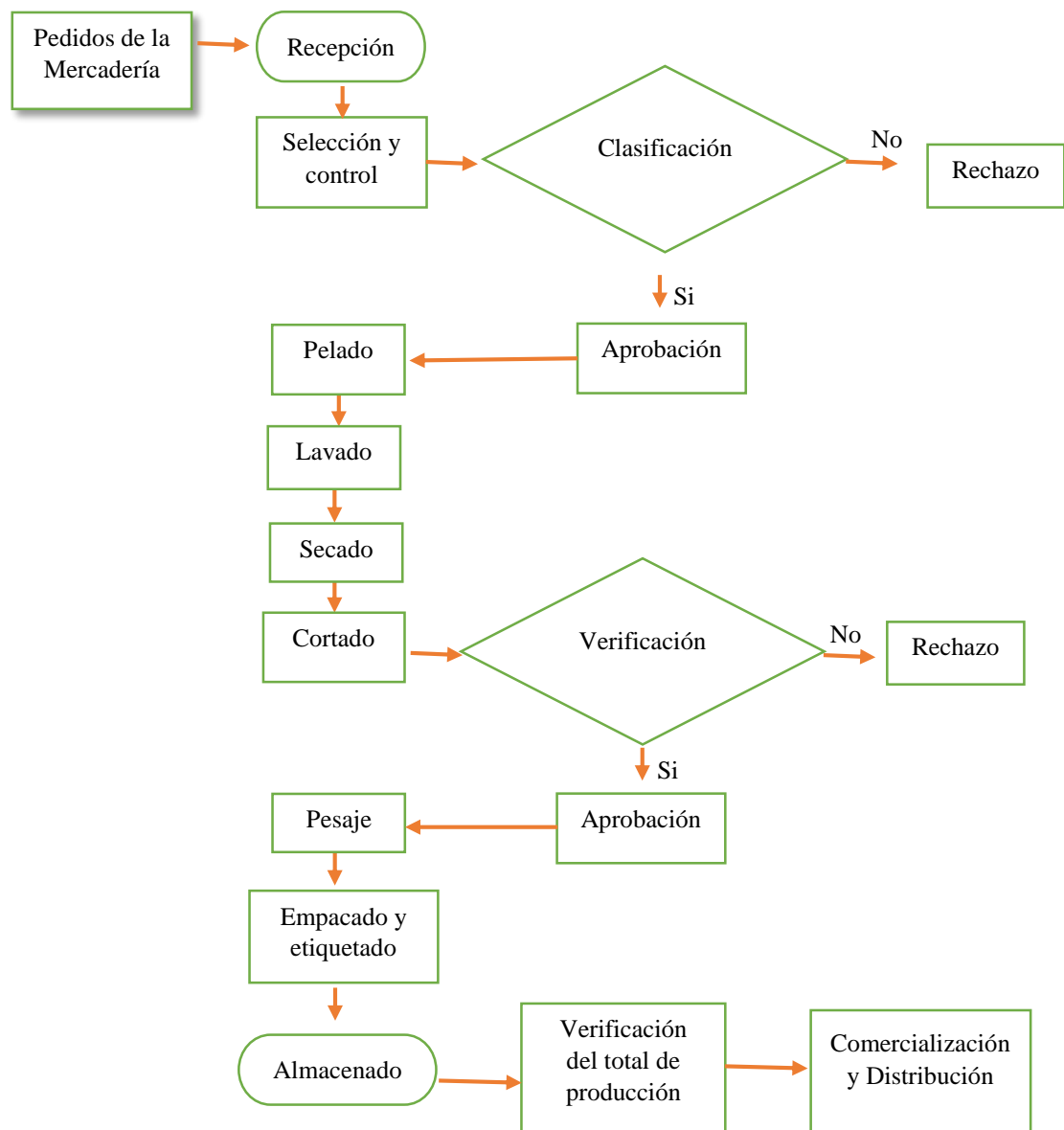


Figura 7-3: Flujograma de procesos para la obtención de los atados de cebolla
 Elaborado por: Vargas, W. 2021

3.3.3. Organización de la empresa

3.3.3.1. Nombre de la empresa o razón social

El centro de acopio productora de la cebolla blanca en rama es asociativa, se llamara **CENTRO DE ACOPIO PRODSAN S.A.** (productos sanos), por el origen del producto que se va acoplar.

3.3.3.2. Misión

Promover el desarrollo socios-económico a través de un proceso de comercialización más justo, implementación de economía de escala, ofreciendo productos saludables, frescos distinguidos por la calidad, presentación y precio con la finalidad de mejorar la actividad agrícola y la calidad de vida de los productores del sector.

3.3.3.3. Visión

Ser un centro de acopio líder en la comercialización de cebolla blanca en rama del cantón Saquisilí, ofreciendo productos sanos y de calidad que permita obtener un alto reconocimiento en tres años mediante la innovación, mejoramiento continuo, desarrollo sostenible e implementación de tecnología adecuada en la entidad que permita satisfacer las necesidades del cliente. Y en un futuro lograr ser reconocido en el mercado internacional, garantizando el desarrollo socio-económico de la parroquia Cochapamba.

3.3.3.4. Organigrama estructural

En el organigrama estructural del centro de acopio PRODSAN, se establecerá los niveles y cargos que cada personal de la entidad tendrá.

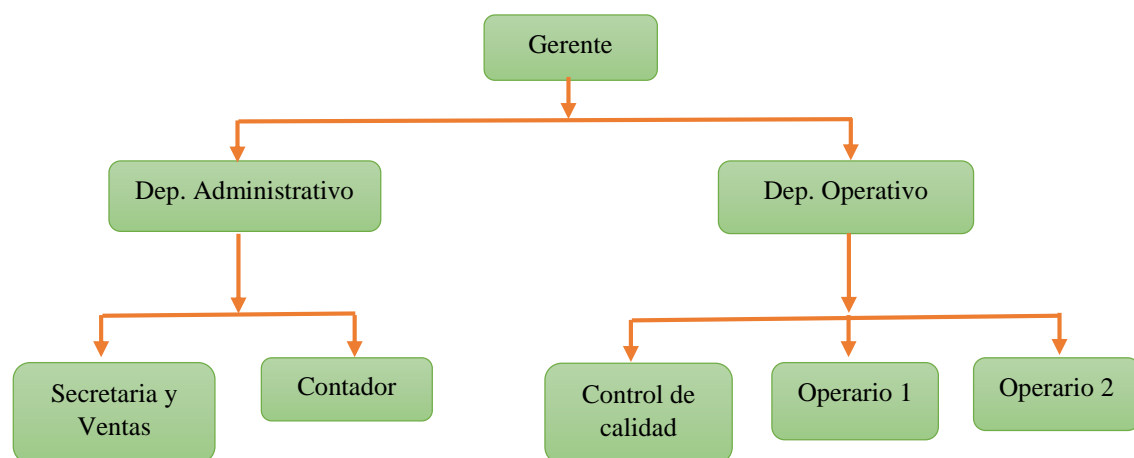


Figura 8-3: Diagrama del Centro de acopio PRODSAN S.A.

Elaborado por: Vargas, W. 2021

3.3.3.5. Organigrama Funcional

En el centro de acopio, se establecerá un organigrama funcional, al cual el personal de la entidad se debe acoger y cumplir con las funciones establecidas dependiendo en la jerarquía en el que se encuentre tratando con ello establecer un buen ambiente laboral.

Gerente

El gerente actuara como representante legal del centro de acopio PRODSAN, responsable de los resultados de las operaciones y desempeño de la entidad, planificando, organizando, dirigiendo, controlando y coordinando las actividades que se ejecutan dentro del mismo.

Funciones

- Representante legal del Centro de Acopio.
- Dirige, controla y coordina el trabajo dentro de la entidad.
- Establece normas y políticas administrativas y operacionales de la empresa
- Verifica y controla el cumplimiento de las normas, políticas y reglamentos de la entidad.
- Ejecuta y mantiene relaciones con entidades de control y otros, para el cumplimiento de las obligaciones y adquisición de beneficios para la entidad.

Secretaria y ventas

El personal que trabaje en esa área es la encargada de receptor documentos, responder los mismos y atender al cliente con eficiencia, eficacia y efectividad. Ofreciendo un buen trato (amable), con el fin de que se sienta a gusto el cliente. Además se encarga de realizar ventas y asesoramiento del producto con una comunicación clara y entendible.

Funciones

- Responsable de la recepción y emisión de documentos de la entidad.
- Elabora oficios, solicitudes e informes que se requiera.
- Asesoramiento al cliente
- Realiza estrategias de venta.
- Controla y verifica el almacenamiento del producto.
- Registra inventario de mercaderías.
- Establece convenios y nexos con otras entidades y clientes.
- Realiza pedidos a los proveedores.
- Convoca a capacitaciones y socializaciones a los proveedores.

Contador

El contador es el responsable de manejar e interpretar la contabilidad del centro de acopio, con la finalidad de registrar todos los movimientos de la entidad y la realización de todos los estados financieros. Para que los mismos sirvan como herramienta de apoyo a la gerencia, para la toma de decisiones y análisis financieros.

Funciones:

- Registrar y realizar los estados financieros de los movimientos de la entidad.
- Establecer análisis de los estados financieros
- Preparar informes sobre el estado en el que se encuentra la entidad mediante los movimientos contables.
- Ejecutar el sistema contable establecido por la entidad.
- Realizar declaraciones y trámites contables con el SRI y otras instituciones.
- Controlar los gastos, costos e ingresos del centro de acopio.

Control de calidad.

Control de calidad es la persona encargada de controlar y verificar que el producto ingrese en buen estado y cumpla con todas los requerimientos establecidos a igual que en su salida. El atado de cebolla blanca en rama debe ser de calidad dando cumplimiento con las normas sanitarias.

Funciones:

- Controlar y verificar la calidad de cebolla blanca en rama y su clasificación en su ingreso.
- Registra la cantidad de producto ingresada por cada proveedor.
- Verifica el cumplimiento de la calidad del producto en la salida.
- Controla el almacenamiento y la salida del producto.

Operarios

Los operarios son encargados de realizar las actividades de pos cosecha en el que incluye todo el proceso de producción en el centro de acopio desde su ingreso hasta s almacenamiento.

Funciones:

- Verifican el estado del producto y proceden a realizar el proceso de pos cosecha.
- Encargados de dar cumplimiento a las normas sanitarias en el proceso de pos cosecha.

- Empacan y etiquetan el producto.
- Almacenan el producto.
- Realizan informe de la cantidad del producto con el que cuenta cada día.

3.3.3.6. *Valores Corporativos*

Los valores corporativos son establecidos por la entidad dependiendo las condiciones de su entorno, expectativas de los clientes y competitividad. El centro de acopio PRODSAN acoge como las principales normas conductuales y principios las siguientes:

- Compromiso laboral
- Innovación constante
- Comunicación e información clara y verídica.
- Resolución de conflictos o problemas con eficiencia, eficacia y efectividad.
- Demostrar actitudes positivas, optimistas y emprendedoras en todas las áreas del centro de acopio.
- Perseverancia y disciplina

3.3.4. *Estudio Financiero*

El estudio financiero permite determinar y analizar el monto económico necesario para la creación y la puesta en marcha del centro de acopio. Además mediante el mismo, se establece el tiempo de recuperación de la inversión, el margen de utilidad y se evalúa mediante los indicadores financieros principales la factibilidad o viabilidad del estudio.

3.3.4.1. *Inversión Inicial*

La inversión inicial es el monto total que se requiere para la creación y puesta en marcha del centro de acopio. Se constituye por la inversión inicial fija y el capital de trabajo.

- Inversión inicial fija

La inversión inicial fija está establecida por los activos tangibles e intangibles que va ser constituida el centro de acopio; como es: la infraestructura del centro de acopio, mobiliario y equipo de oficina, maquinaria, entre otros.

Tabla 40-3: Inversión Inicial Fija

Concepto	Unidad Medida	Cantidad	Precio Unitario	Total	Propio
Infraestructura del centro de acopio				40.425,00	40.425,00
Terreno	M2	600,00	1,50	900,00	900,00
Medidor de luz 110	Medidor	1,00	85,00	85,00	85,00
Construcción del centro de acopio	M2	320,00	122,00	39.040,00	39.040,00
Constitución del centro de acopio			400,00	400,00	400,00
Maquinaria				1.600,00	1.600,00
Pesadora automatizada	Pesadora	2,00	800,00	1.600,00	1.600,00
Mobiliario y Equipo de Oficina				2.288,00	1.168,00
Escritorio	Escritorio	2,00	80,00	160,00	160,00
Sillas de oficina	Sillas	6,00	10,00	60,00	60,00
Calculadora	Calculadora	2,00	7,00	14,00	14,00
Archivador	Archivador	1,00	60,00	60,00	60,00
Impresora	Impresora	1,00	260,00	260,00	260,00
Impresora de etiquetas	Impresora de etiquetas	1,00	174,00	174,00	174,00
Útiles de oficina			270,00	270,00	270,00
Útiles de aseo			170,00	170,00	170,00
Computadora	Computadora	2,00	560,00	1.120,00	1.120,00
Accesorios adicionales				1.184,00	1.184,00
Mesa de acero inoxidable	Mesa	3,00	350,00	1.050,00	1.050,00
Cubetas plásticas	Cubetas	10,00	4,00	40,00	40,00
Tinas plásticas	Tinas	4,00	15,00	60,00	60,00
Jarras plásticas	Jarras	4,00	1,00	4,00	4,00
Valdes plásticos	Valdes	4,00	2,50	10,00	10,00
Cuchillos de acero inoxidable	Cuchillo	2,00	10,00	20,00	20,00
TOTAL				45.497,00	44.377,00

Fuente: Investigación propia

Realizado por: Vargas, W. 2021

- Capital de trabajo

El capital de trabajo es el monto necesario para cubrir el costo de operación del centro de acopio; es decir; el dinero requerido para la inversión en compra de materia prima, pago de mano de obra y costos indirectos de fabricación. Se recapitalizara de forma bimensual, por lo que su capital inicial para sus primeros dos meses es de \$ 57.025,00

Total de inversión Inicial

El monto total para la inversión inicial del centro de acopio que se requiere, consta de la sumatoria de la inversión fija inicial y el capital de trabajo.

Tabla 41-3: Inversión Inicial

CONCEPTO	MONTO
INVERSIÓN FIJA INICIAL	45.497,00
CAPITAL DE TRABAJO INICIAL	57.025,00
TOTAL INVERSION INICIAL	102.522,00

Fuente: Investigación propia
Realizado por: Vargas, W. 2021

3.3.4.2. Costos de Operación

Los costos de operación se establecen por los costos fijos y variables que requiere el centro de acopio para desarrollar la actividad del mismo.

Tabla 42-3: Costo de operación

CONCEPTO	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIA	TOTAL	SUB TOTAL ANUAL				
					AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. COSTOS FIJOS				123.600,00	24.720,00	24.600,00	24.600,00	24.600,00	24.600,00
1.1 Sueldos									
Gerente General	Mes	60,00	500,00	30.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Contador	Mes	60,00	250,00	15.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Secretaria y ventas	Mes	60,00	450,00	27.000,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00
Operario 1	Mes	60,00	400,00	24.000,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
Operario 2	Mes	60,00	400,00	24.000,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
1.3 Servicios Básicos	Mes	60,00	50,00	3.000,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
1.4 Mantenimiento Maquinaria	Mes	60,00	10,00	600,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
2. COSTOS VARIABLES				1.587.150,00	317.430,00	317.430,00	317.430,00	317.430,00	317.430,00
Cebolla blanco en rama	Carga	140.250,00	11,00	1.542.750,00	308.550,00	308.550,00	308.550,00	308.550,00	308.550,00
Malla cintatex	Rollo	2.000,00	18,00	36.000,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00
Transporte		60,00	140,00	8.400,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00
TOTAL COSTOS OPERATIVOS				1.710.750,00	342.150,00	342.030,00	342.030,00	342.030,00	342.030,00

Fuente: Código de trabajo, investigación a los agricultores, investigación propia

Realizado por: Vargas, W. 2021

3.3.4.3. Depreciación

La depreciación determina el deterioro del activo durante la vida útil del mismo.

Tabla 43-3: Depreciación

Concepto	Costo	% Depreciación Anual	SUB TOTAL					SUB TOTAL	Valor residual
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5		
Infraestructura del centro de acopio	40.425,00	5%	2.021,25	2.021,25	2.021,25	2.021,25	2.021,25	10.106,25	30.318,75
Maquinaria	1.600,00	10%	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	800,00	800,00
Mobiliario y equipo de oficina									
Escritorio	160,00	10%	16,00	16,00	16,00	16,00	16,00	80,00	80,00
Archivador	60,00	10%	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	30,00	30,00
Computadora	1.120,00	33%	369,60	369,60	369,60			1.108,80	11,20
Accesorios Adicionales									
Mesa de acero inoxidable	1.050,00	10%	105,00	105,00	105,00	105,00	105,00	525,00	525,00
Cuchillos de acero inoxidable	350,00	10%	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	175,00	175,00
TOTAL	44.765,00		2.712,85	2712,85	2712,85	2343,25	2343,25	12825,05	31.939,95

Realizado por: Vargas, W. 2021

3.3.4.4. Plan de Financiamiento

El plan de financiamiento para llevar a cabo el estudio de factibilidad de la creación del centro de acopio de cebolla blanca en rama en la parroquia Cochapamba se financiará mediante el aporte de capital propio de algunos miembros del GAD Parroquial Cochapamba y empleados del MAGAD que son oriundos del sector y el 40% que es la diferencia de la inversión necesaria se obtendrá por medio de un préstamo al BanEcuador que da mayores posibilidades y tiene tasas de interés bajas en el Ecuador.

Tabla 44-3: Plan de financiamiento

Concepto	Monto
Aporte propio	61.513,20
Credito BanEcuador	41.008,80
TOTAL	102.522,00

Realizado por: Vargas, W. 2021

Servicio de la deuda

El monto del préstamo se adquirirá para 5 años (60 meses), en cuotas pagaderos de forma mensual, con una tasa de interés del 11,25% (BanEcuador, 2021).

Tabla 45-3: Tabla de amortización de la deuda

Característica del Crédito	Meses	Desembolso	Amortización	K Reducido	Interés	Cuota a pagar
MICROCREDITO PARA PYMES EN EL BANECUADOR 11,25% DE INTERÉS A 60 MESES PLAZO	1	41.008,80	683,480	41.008,80	384,458	1067,938
	2	41.008,80	683,480	40325,320	378,050	1061,530
	3	41.008,80	683,480	39641,840	371,642	1055,122
	4	41.008,80	683,480	38958,360	365,235	1048,715
	5	41.008,80	683,480	38274,880	358,827	1042,307
	6	41.008,80	683,480	37591,400	352,419	1035,899
	7	41.008,80	683,480	36907,920	346,012	1029,492
	8	41.008,80	683,480	36224,440	339,604	1023,084
	9	41.008,80	683,480	35540,960	333,197	1016,677
	10	41.008,80	683,480	34857,480	326,789	1010,269
	11	41.008,80	683,480	34174,000	320,381	1003,861
	12	41.008,80	683,480	33490,520	313,974	997,454
	13	41.008,80	683,480	32807,040	307,566	991,046
	14	41.008,80	683,480	32123,560	301,158	984,638
	15	41.008,80	683,480	31440,080	294,751	978,231
	16	41.008,80	683,480	30756,600	288,343	971,823
	17	41.008,80	683,480	30073,120	281,936	965,416
	18	41.008,80	683,480	29389,640	275,528	959,008
	19	41.008,80	683,480	28706,160	269,120	952,600
	20	41.008,80	683,480	28022,680	262,713	946,193
	21	41.008,80	683,480	27339,200	256,305	939,785
	22	41.008,80	683,480	26655,720	249,897	933,377
	23	41.008,80	683,480	25972,240	243,490	926,970
	24	41.008,80	683,480	25288,760	237,082	920,562
	25	41.008,80	683,480	24605,280	230,675	914,155

26	41.008,80	683,480	23921,800	224,267	907,747
27	41.008,80	683,480	23238,320	217,859	901,339
28	41.008,80	683,480	22554,840	211,452	894,932
29	41.008,80	683,480	21871,360	205,044	888,524
30	41.008,80	683,480	21187,880	198,636	882,116
31	41.008,80	683,480	20504,400	192,229	875,709
32	41.008,80	683,480	19820,920	185,821	869,301
33	41.008,80	683,480	19137,440	179,414	862,894
34	41.008,80	683,480	18453,960	173,006	856,486
35	41.008,80	683,480	17770,480	166,598	850,078
36	41.008,80	683,480	17087,000	160,191	843,671
37	41.008,80	683,480	16403,520	153,783	837,263
38	41.008,80	683,480	15720,040	147,375	830,855
39	41.008,80	683,480	15036,560	140,968	824,448
40	41.008,80	683,480	14353,080	134,560	818,040
41	41.008,80	683,480	13669,600	128,153	811,633
42	41.008,80	683,480	12986,120	121,745	805,225
43	41.008,80	683,480	12302,640	115,337	798,817
44	41.008,80	683,480	11619,160	108,930	792,410
45	41.008,80	683,480	10935,680	102,522	786,002
46	41.008,80	683,480	10252,200	96,114	779,594
47	41.008,80	683,480	9568,720	89,707	773,187
48	41.008,80	683,480	8885,240	83,299	766,779
49	41.008,80	683,480	8201,760	76,891	760,372
50	41.008,80	683,480	7518,280	70,484	753,964
51	41.008,80	683,480	6834,800	64,076	747,556
52	41.008,80	683,480	6151,320	57,669	741,149
53	41.008,80	683,480	5467,840	51,261	734,741
54	41.008,80	683,480	4784,360	44,853	728,333
55	41.008,80	683,480	4100,880	38,446	721,926
56	41.008,80	683,480	3417,400	32,038	715,518
57	41.008,80	683,480	2733,920	25,630	709,111

	58	41.008,80	683,480	2050,440	19,223	702,703
	59	41.008,80	683,480	1366,960	12,815	696,295
	60	41.008,80	683,480	683,480	6,408	689,888
TOTAL			41.008,80		11.725,95	52.734,75

Fuente: BanEcuador

Realizado por: Vargas, W. 2021

3.3.4.5. Resumen de Costos

Tabla 46-3: Resumen de costos

CONCETO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INVERSION INICIAL	102.522,00	-	-	-	-	-	-
Inversión fija inicial	45.497,00						-
Capital de trabajo inicial	57.025,00						-
COSTOS DE OPERACIÓN	-	342.150,00	342.030,00	342.030,00	342.030,00	342.030,00	1.368.120,00
Costos Fijos		24.720,00	24.600,00	24.600,00	24.600,00	24.600,00	123.120,00
Costos Variables		317.430,00	317.430,00	317.430,00	317.430,00	317.430,00	1.587.150,00
DEPRECIACIÓN		2712,85	2712,85	2712,85	2343,25	2343,25	12.825,05
Sub totales anuales		2712,85	2712,85	2712,85	2343,25	2343,25	12.825,05
COSTOS FINANCIEROS		4190,587	3267,889	2345,191	1422,493	499,795	11.725,95
Interés crédito		4190,587	3267,889	2345,191	1422,493	499,795	11.725,95
TOTAL	102.522,00	349.053,44	348.010,74	347.088,04	345.795,74	344.873,04	1.734.821,00

Realizado por: Vargas, W. 2021

3.3.4.6. Descripción de la producción

Tabla 47-3: Descripción de la producción

Años	Cargas de cebolla /año	Rendimiento de los atados de cebolla	# Atados producidos/año
1	26.326	19,00	500.198
2	28.028	19,00	532.524
3	28.056	19,00	533.057
4	28.084	19,00	533.590
5	28.112	19,00	534.123

Realizado por: Vargas, W. 2021

3.3.4.7. Estado Financieros

Los estados financieros muestran la situación económica y financiera que tendrá el centro de acopio en el transcurso de su funcionamiento.

- **Estado de Situación Inicial**

El estado de situación Inicial del centro de Acopio “PRODUCTSAN” S.A. el siguiente:

CENTRO DE ACOPIO PRODUCTSAN S.A.
ESTADO DE SITUACION INICIAL
(Miles de dólares)

ACTIVO			PASIVO		
Corriente		57.025,00	Corriente a largo plazo		
Caja-bancos	57.025,00		Préstamo	41.008,80	
			TOTAL PASIVO		41.008,80
No corriente		45.097,00	PATRIMONIO		
Terreno	900,00		Capital	61.513,20	
Edificio	39.125,00		TOTAL PATRIMONIO		61.513,20
Mobiliario y equipo de oficina	2.288,00				
Maquinaria	1.600,00				
	1.184,00				
Diferidos		400,00			
Gastos de constitución	400,00				
TOTAL ACTIVO		<u>102.522,00</u>	TOTAL PASIVO + PATR.		<u>102.522,00</u>

- **Estado de resultados**

Los ingresos, egresos y la utilidad que tendrá el centro de acopio durante los cinco años consecutivos se muestra mediante el siguiente estado de resultados:

CENTRO DE ACOPIO PRODUCSAN S.A.					
ESTADO DE RESULTADOS					
(Miles de dólares)					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL INGRESOS	390.154,75	418.281,59	423.111,62	429.495,42	437.501,46
Venta de atados de cebolla	500.198,40	532.524,25	533.056,78	533.589,83	534.123,42
Precio de venta	0,78	0,79	0,79	0,80	0,82
(-) Costos Variables	317.430,00	317.430,00	317.430,00	317.430,00	317.430,00
UTILIDAD BRUTA (C. Variables - Ingresos)	72.724,75	100.851,59	105.681,62	112.065,42	120.071,46
(-) Costos Fijos	24.720,00	24.600,00	24.600,00	24.600,00	24.600,00
UTILIDAD OPERACIONAL (Utilidad Bruta- C. Fijos)	48.004,75	76.251,59	81.081,62	87.465,42	95.471,46
(-) Costos Financieros	4.190,59	3.267,89	2.345,19	1.422,49	499,79
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	43.814,17	72.983,70	78.736,43	86.042,93	94.971,66
(-)15% Participación trabajadores	6.572,12	10.947,55	11.810,46	12.906,44	14.245,75
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	37.242,04	62.036,14	66.925,97	73.136,49	80.725,91
(-)25% Impuestos a la renta	9.310,51	15.509,04	16.731,49	18.284,12	20.181,48
UTILIDA NETA	<u>27.931,53</u>	<u>46.527,11</u>	<u>50.194,48</u>	<u>54.852,37</u>	<u>60.544,43</u>

- **Flujo de Caja**

El flujo de caja permite expresar los ingresos y egresos efectuados, que influyen directamente en la producción y comercialización del centro de acopio.

CENTRO DE ACOPIO PRODUCSAN S.A.						
FLUJO DE CAJA						
(Miles de dólares)						
	PRO-OPERATIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES						
Ventas		390.154,75	418281,5881	423111,6235	429.495,42	437.501,46
EGRESOS OPERACIONALES						
Costos fijos		24.720,00	24.600,00	24.600,00	24.600,00	24.600,00
Costos variables		317.430,00	317.430,00	317.430,00	317.430,00	317.430,00
SUB TOTAL		342.150,00	342.030,00	342.030,00	342.030,00	342.030,00
<u>FLUJO OPERACIONAL</u>	-	48.004,75	76.251,59	81.081,62	87.465,42	95.471,46
INGRESOS NO OPERACIONALES						
Aporte inicial propio		61.513,20				
Crédito		41.008,80				
SUB TOTAL		102.522,00	-	-	-	
EGRESOS NO OPERACIONALES						
Inversión fija inicial		45.497,00				
Capital de trabajo inicial		57.025,00				
Costos financieros proyectados		4190,587	3267,889	2345,191	1422,493	499,795
Amortización crédito proyectado		8201,760	8201,760	8201,760	8201,760	8201,760
Participación trabajadores		6.572,12	10.947,55	11.810,46	12.906,44	14.245,75
Impuesto a la renta		9.310,51	15.509,04	16.731,49	18.284,12	20.181,48
Requerimiento de capital de trabajo		102.522,00				
SUBTOTAL		205.044,00	28.274,98	37.926,24	39.088,91	40.814,82
<u>FLUJO NO OPERACIONAL</u>	-	102.522,00	-28.274,98	-37.926,24	-39.088,91	-40.814,82
FLUJO NETO	-	102.522,00	19.729,77	38.325,35	41.992,72	46.650,61
SALDO INICIAL DE CAJA	-	-	-102.522,00	-82.792,23	-44.466,88	-2.474,17
<u>SALDO FINAL DE CAJA</u>		<u>-102.522,00</u>	<u>-82.792,23</u>	<u>-44.466,88</u>	<u>-2.474,17</u>	<u>44.176,44</u>
			<u>96.519,12</u>			

3.3.5. Evaluación Financiera

La evaluación financiera permite conocer la factibilidad y la viabilidad del estudio; mediante el TIR, VAN, B/C

3.3.5.1. Valor Actual Neto

El valor actual neto resulta de los flujos netos actualizados del proyecto de inversión. Para la obtención del resultado se utilizó como tasa de descuento el 11,25%. Tasa de interés establecida para el crédito según el BanEcuador (2021).

Formula:

$$VAN = -V_0 + \frac{Fn(1)}{(1+i)^1} + \dots + \frac{Fn(n)}{(1+i)^n}$$

Donde:

- **Vo:** Capital total inicial de inversión
- **Fn:** Flujo neto
- **I:** Tasa de descuento
- **n:** número de periodo

Tabla 48-3: Flujo Neto

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO NETO	-102.522,00	19.729,77	38.325,35	41.992,72	46.650,61	52.342,67
SALDO INICIAL DE CAJA		-102.522,00	-82.792,23	-44.466,88	-2.474,17	44.176,44
SALDO FINAL DE CAJA	-102.522,00	-82.792,23	-44.466,88	-2.474,17	44.176,44	96.519,12

Realizado por: Vargas, W. 2021

$$VAN = -V_0 + \frac{Fn(1)}{(1+i)^1} + \dots + \frac{Fn(n)}{(1+i)^n}$$

$$VAN = \$31.787,10$$

Se determina que el VAN de la investigación resulta positivo y mayor que cero, el cual da a entender que el estudio de factibilidad para la creación del centro de acopio es viable y rentable porque su rentabilidad después de recuperar su inversión inicial es de \$ 31.787,10.

3.3.5.2. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno permite determinar la rentabilidad que regresa de la inversión del estudio; es decir, el porcentaje de rendimiento (pérdida o ganancia) que dará el proyecto. Para el cálculo del TIR se utiliza los valores del flujo neto de los 5 años consecutivos y el valor de desembolso inicial.

Tabla 49-3: Flujo Neto

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO NETO	-102.522,00	19.729,77	38.325,35	41.992,72	46.650,61	52.342,67
SALDO INICIAL DE CAJA		-102.522,00	-82.792,23	-44.466,88	-2.474,17	44.176,44
SALDO FINAL DE CAJA	-102.522,00	-82.792,23	-44.466,88	-2.474,17	44.176,44	96.519,12

Realizado por: Vargas, W. 2021

$$TIR = 23,16\%$$

El TIR determinado del estudio de factibilidad es del 23,16% que demuestra que el proyecto es rentable; ya que, es mayor a la tasa de descuento considerado que es de 11, 25%.

3.3.5.3. Relación Beneficio/ Costo

La relación beneficio costo permite determinar el valor que se recupera de cada dólar de inversión.

Formula:

$$Beneficio/Conto = \frac{Total\ ingresos}{Tatal\ egresos}$$

Tabla 50-3: Ingresos y Egresos anuales

AÑO	INGRESOS	EGRESOS
1	\$ 390.154,75	342.150,00
2	\$ 390.154,75	342.150,00
3	\$ 390.154,75	342.150,00
4	\$ 390.154,75	342.150,00
5	\$ 390.154,75	342.150,00
TOTAL	\$ 1.950.773,76	1.710.750,00

Realizado por: Vargas, W. 2021

$$\text{Beneficio/Conto} = \frac{1950.773,76}{1710.750,00}$$

$$\text{Beneficio/Conto} = 1,14$$

En el estudio, por cada dólar que invierta recuperara \$ 1,14; la misma que genera su ganancia.

3.3.5.4. Periodo de recuperación de la inversión

El periodo de recuperación de inversión es el tiempo que se demorara en recuperar el capital invertido en la creación del centro de acopio y el capital adquirido para dar andar el proyecto.

Formula:

$$PRI = 1 + \frac{\text{Inversion Año 0} - \text{Inversion Año 1}}{\text{Inversion Año 2}}$$

Datos:

Tabla 51-3: Recuperación de inversión

Año	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	102.522,00	19.729,77	38.325,35	41.992,72	46.650,61	52.342,67

Realizado por: Vargas, W. 2021

$$PRI = 1 + \frac{102.522,00 - 19.729,77}{38.325,35}$$

$$PRI = 3,1602$$

$$PRI = 3 \text{ años}$$

$$PRI = 1 \text{ mes}$$

$$PRI = 27 \text{ dias}$$

El capital de inversión del estudio de factibilidad lo recuperara en 3años calendarios, 1 mes, 27 días.

3.3.6. Impactos

Los impactos son los cambios que puede generar al desarrollar un proyecto o estudio de factibilidad determinándose en distintos ámbitos.

Nivel de impacto

- -3 Alto negativo
- -2 Medio negativo
- -1 Bajo negativo
- 0 Neutro
- 1 Bajo positivo
- 2 Medio positivo
- 3 Alto positivo

Formula:

$$N. Impacto = Total N. Impacto / \# de Indicadores$$

3.3.6.1. Impacto social

El estudio de factibilidad tiene como fin incrementar el desarrollo social mediante el fortalecimiento de nuevas plazas de empleo para los habitantes de la parroquia

Tabla 52-3: Impacto social

		NIVEL DE IMPACTO							
		-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
INDICADORES	Mejor condición de vida							x	3
	Oportunidades de empleo estable							x	3
	Mejoramiento de la organización del sector						x		2
	Perfeccionamiento en el proceso de producción						x		2
	Reputación comunitaria							x	3
TOTAL							4	9	13

Realizado por: Vargas, W. 2021

Desarrollo:

$$N. Impacto = Total N. Impacto / \# de Indicadores$$

$$N. Impacto = 12/5$$

$$N. Impacto = 2,4$$

$$N. Impacto = 3$$

El impacto social del estudio de factibilidad se determina que es positivo alto, ya que la ejecución del proyecto ayudara a mejorar la calidad de vida, establecer oportunidades de trabajos estables y mejorar la reputación comunitaria de la parroquia. Además en el futuro con el incremento de mercado se incrementara la producción agrícola que permitirá adquirir mejores ingresos en el hogar.

3.3.6.2. Impacto económico

La ejecución del estudio de factibilidad permitirá activar la economía del sector y del centro de acopio.

Tabla 53-3: Impacto económico

		NIVEL DE IMPACTO							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
INDICADORES	Desarrollo económico del sector							x	3
	Incremento de ingresos en los hogares							x	3
	Estabilidad económica						x		2
	Incremento de la producción agrícola y comercialización.						x		2
	Disminución del porcentaje de pobreza en el sector					x			1
TOTAL						1	4	6	11

Realizado por: Vargas, W. 2021

Desarrollo:

$$N. Impacto = Total N. Impacto / \# de Indicadores$$

$$N. Impacto = 11/5$$

$$N. Impacto = 2,2$$

$$N. Impacto = 2$$

El impacto económico del estudio de factibilidad es medio positivo, que demuestra que el proyecto va aporta consideradamente para el desarrollo económico del sector mediante el incentivo para el incremento de la producción agrícola que indirecta, aumento de ingresos de los hogares e indirectamente aportara para la disminución del porcentaje de la pobreza del sector que es un indicador de medición económica muy importante

3.3.6.3. Impacto ambiental

El objetivo del impacto ambiental es disminuir la contaminación y obtener un desarrollo sostenible en el sector.

Tabla 54-3: Impacto ambiental

		NIVEL DE IMPACTO							
		-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
INDICADORES	Impulso del manejo de desechos							x	3
	Disminución de uso de fertilizantes en la producción						x		2
	Minimización de generación de residuos en las actividades						x		2
	Tratamiento de suelo							x	3
	Fomento de economía circular							x	3
TOTAL							4	9	13

Realizado por: Vargas, W. 2021

Desarrollo:

$$N. Impacto = Total N. Impacto / \# de Indicadores$$

$$N. Impacto = 12/5$$

$$N. Impacto = 2,4$$

$$N. Impacto = 3$$

El impacto ambiental del estudio tiene un nivel alto positivo, porque se propone incentivar a los agricultores dar un tratamiento de suelo y disminuir la utilización de fertilizante mediante la transformación de desechos que obtener nuevos productos que se podrían utilizar en el proceso de producción, con ello fomentar la economía circular en la parroquia y minimizar la de generación de residuos en las actividades cotidianas.

3.3.6.4. Impacto empresarial

El centro de acopio mediante el impacto empresarial lograra una estabilidad económica adecuada relacionando efectivamente las actividades administrativas y productivas en la entidad.

Tabla 55-3: Impacto empresarial

		NIVEL DE IMPACTO							
		-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
INDICADORES	Eficiente y eficaz							x	3
	Organización							x	2
	Viable y rentable						x		2
	Compartimiento de economías de escala						x		3
	Direccionamiento al crecimiento económico-social							x	3
TOTAL							4	9	13

Realizado por: Vargas, W. 2021

Desarrollo:

$$N. Impacto = Total N. Impacto / \# de Indicadores$$

$$N. Impacto = 12/5$$

$$N. Impacto = 2,4$$

$$N. Impacto = 3$$

El impacto empresarial tiene un nivel de impacto positivo alto, ya que al ejecutar el estudio de la creación del centro de acopio se realizara de una manera organizada con eficiencia y eficaz en el desarrollo de todas las actividades obteniendo como resultado viabilidad y rentabilidad en la entidad que indirectamente direcciona al crecimiento-económico-social.

3.3.7. Impacto general del proyecto

El impacto general del proyecto demuestra el resultado total que arrojara al ejecutar el estudio en todos los ámbitos.

Tabla 56-3: Impacto general del proyecto

		NIVEL DE IMPACTO							
		-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
INDICADORES	Impacto social							x	3
	Impacto económico						x		2
	Impacto ambiental							x	3
	Impacto empresarial							x	3
TOTAL							2	9	11

Realizado por: Vargas, W. 2021

Desarrollo:

$$N. Impacto = Total N. Impacto / \# de Indicadores$$

$$N. Impacto = 12/5$$

$$N. Impacto = 2,4$$

$$**N. Impacto = 3**$$

El impacto general del proyecto dio como resultado un impacto positivo alto, ya que el estudio de factibilidad ayudara al crecimiento positivo en todos los ámbitos como socia, económico, ambiental y empresarial.

CONCLUSIONES

- Para la creación del centro de acopio fue necesario realizar una investigación teórica en la que se basa el estudio de factibilidad que permite conocer la viabilidad operativa, técnica y económica que en un futuro de resultados positivos. El centro de acopio permite mejorar el sistema de comercialización y compartir economías de escala entre los productores (disminución de costos de producción), mediante la concentración y almacenamiento de la oferta de cebolla blanca en rama de las comunidades para el proceso de pos-cosecha en la que se controla, clasifica, elimina impurezas y añade un valor comercial obteniendo un producto de calidad con precio competitivo, estableciendo de esta manera como una estrategia para mejorar el mercado y acoger una atractiva demanda. Además, la entidad indirectamente promueve el incremento de la producción agrícola, plazas de empleo y mejora la calidad de vida de los agricultores en el sector.
- El estudio de mercado arroja que la parroquia cuenta con una producción alta de cebolla blanca en rama que es su principal producto, y esta es comercializada a través de intermediación recibiendo un precio que no es justo. Además, actualmente la oferta del producto en la parroquia es de 4.859.136 atados y una demanda en los centros de abastos y micro mercados de 5.484.384 atados anuales y esto dando como resultado de una demanda insatisfecha de 625.248 atados que es viable para el proyecto.
- El estudio de factibilidad desarrollada en la provincia de Cotopaxi, cantón Saquisilí, parroquia Cochapamba permitió determinar que es un lugar estratégico y adecuado para la creación y establecimiento del centro de acopio. Cabe mencionar que la inversión necesaria para poner en marcha el estudio de factibilidad es de \$102.522,00 de las cuales con el aporte de los accionistas se cuenta con un capital propio de \$61.513,20 que representa el 60% del total y el restante se financiera con un crédito del BanEcuador de \$41.008,80 con un interés del 11,25%. Además, al finalizar el estudio financiero se pudo determinar que el estudio de factibilidad es viable. Ya que la evaluación económica-financiera de las proyecciones de los estados financieros muestran como resultado un VAN positivo de \$34.019,91, TIR de 23%, beneficio-coste de \$1,14 y el periodo de recuperación de inversión de 3 años, 1 mes y 27 días.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los lectores que si necesitan mayor investigación teórica al que ya está plasmado en el estudio para su mayor comprensión, realícelo en sitios confiables y comparen con la realidad existente actualmente en la parroquia, que dará fe a la importancia de la creación del centro de acopio que brinda beneficios positivos tanto para el productor como para los habitantes de la parroquia. Además, con las indagaciones frecuentes se podrá en un futuro forjar un producto nuevo industrializado que venga de la cebolla blanca en rama.
- Los productores del principal producto de la parroquia deben acoger nuevas estrategias que ayuden a compartir economías de escala y de esta forma disminuir los costos de producción. Además de forjar la creación del centro de acopio para recibir precios justos por el producto y aprovechar la demanda insatisfecha existente en el mercado.
- Se recomienda a las autoridades parroquiales del sector que incentiven y ejecuten el estudio de factibilidad de la creación del centro de acopio de cebolla blanca en rama en la parroquia Cochapamba, estableciéndolo en un lugar estratégico que provea a los agricultores precio justo por la cebolla blanca en rama y servicio de calidad por parte de la entidad al momento de acopiar el producto e indirectamente ayude a dinamizar costos y tiempo a los productores.
- Cabe mencionar que el proyecto es viable según los estudios financieros; por lo tanto, se recomienda a los accionistas invertir en la realización del centro de acopio porque se obtendrá utilidades relevantes que a la vez ayudara a mejorar la economía del sector y a crear plazas de empleo.

GLOSARIO

Alianzas estratégicas: Unión de personas, empresas o países, mediante la cual se da un compromiso de ayuda o apoyo mutuo para lograr un fin determinado, con beneficios similares para las partes que la conforman (Orellana, P. sf)

Cash-flows: Magnitud que mide la capacidad que tiene una Empresa de generar liquidez, y por lo tanto, de ser capaz de hacer frente a sus pagos (Edufinet, 2005)

Desarrollo sostenible: Satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones, garantizando el equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe -CEPAL, 2018)

Economía de escala: Capacidad que tiene una empresa de producir mayor cantidad de productos a un menor costo de producción, debido a que a medida que la producción la entidad crece (APD, 2019)

BIBLIOGRAFÍA:

- Acevedo, A., & Jimenez, N. (2019). *Agroecología: experiencias comunitarias para la agricultura familiar en Colombia*. Corporación Universitaria Minuto de Dios. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/esepoch/126038?page=26>
- Al día Online. (1 de Marzo de 2019). *Se fortalece la comercialización en Pastocalle con la empresa privada Tía*. Recuperado de: <https://aldiaonline.com/?p=107510>
- Albán, L. & Arcos, J. (2017). *Proyecto de investigación para la creación de un centro de acopio para el desarrollo económico financiero de la comunidad Tamia Urku de la parroquia Ahuano del cantón Tena*. (Tesis de progrado, Universidad Central del Ecuador). Recuperado de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/11216/1/T-UCE-0005-144-2017.pdf>
- ALTERFINANCE, (<https://www.alterfinancegroup.com/blog/diccionario/que-es-el-cash-flow/>)
- APD, (2019). *¿Qué es economía de escala y qué tipos existen?* Recuperado de: <https://www.apd.es/que-es-economia-de-escala-y-tipos/>
- Banco Central del Ecuador. (2021). *La pandemia incidió en el crecimiento 2020: la economía ecuatoriana decreció 7,8%*. Recuperado de: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1421-la-pandemia-incidio-en-el-crecimiento-2020-la-economia-ecuatoriana-decrecio-7-8>
- BanEcuador. (2021). *Tasas de interés*. Recuperado de: <https://www.banecuador.fin.ec/informacion-general/tasas-de-interes/>
- Caiza, I. (2016). *Evaluación del efecto de índices de pos cosecha con tres temperaturas y dos atmósferas modificadas en el cultivo de cebolla blanca (allium fistulosum l.) en la provincia de Cotopaxi 2015*. Recuperado de: <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3260/1/T-UTC-00527.pdf>
- Castillero, O. (2018). *Los 15 tipos de investigación (y características)*. Recuperado de <https://psicologiyamente.com/miscelanea/tipos-de-investigacion>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe -CEPAL, (2018). Desarrollo Sostenible. Recuperado de: <https://www.cepal.org/es/temas/desarrollo-sostenible/acerca-desarrollo-sostenible>

Cruz, F. (2017). *Estudio de mercado para la comercialización de jugo de Naranja en el cantón Esmeraldas, ciudad Esmeraldas*. (Tesis de posgrado, Universidad Católica del Ecuador). Recuperado de: <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/985/1/CRUZ%20JACHO%20FERNANDO%20ANDRES.pdf>

Edufinet, (2005). *Cash – Flows*. Recuperado de: <https://www.edufinet.com/inicio/indicadores/financieros/que-es-el-cash-flow>

FAO. (2002). *Horticultura Científica e Industrial*. Zaragoza

Freire, D. (2015). *Efecto de Ecojambi en el rendimiento y en la incidencia de enfermedades en el cultivo de cebolla de rama (Allium fistulosum L.)*. Recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/18286/1/Tesis-105%20%20%20Ingenier%C3%ADa%20Agron%C3%B3mica%20-CD%20342.pdf>

GAD de la Parroquia Cochapamba, (2020). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial*

GAD Saquisilí. (2018). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Cantón Saquisilí*.

García, M., Soriano, J. & Torrenta, J. (2015). *Economía de la Empresa*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/52179?page=12>

Google Earth. (2021). *Ubicación de la Parroquia Cochapamba*. Recuperado de: https://earth.google.com/web/search/parroquia+cochapamba+cotopaxi/@-0.8383715,-78.752822,3658.58172145a,1056.4156688d,35y,0h,0t,0r/data=CigiJgokCbN8xdBNFeU_EUjoFfHAuQ3AGXWW8-ETf1LAic7CTqbhxITA

Google Maps. (2021). *Ubicación de la parroquia Cochapamba*. Recuperado de: <https://www.google.com.ec/maps/place/Cochapamba/@-0.8478005,-78.8387478,12z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91d4f39f1280532f:0x137e5b803dcf93fe!8m2!3d-0.8322105!4d-78.7702895?hl=es>

- Guacanes, M. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio para la compra y venta de leche en estado natural en la parroquia de pioter en el cantón Tulcán de la provincia del Carchi*. (Tesis de pregrado, Universidad Técnica del Norte). Recuperado de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/6051/1/02%20ICA%201297%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>
- INEC. (2021). *Boletín Técnico N°04-2021-IPC Base: 2014*. Recuperado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2021/Abril-2021/Boletin_tecnico_04-2021-IPC.pdf
- INFRAAGRO. (2020). *Cultivo de la cebolla blanca en rama*. Recuperado de: <https://infoagro.com/hortalizas/cebolla.htm>
- Junkin, R., Donovan, J., Stoian, D. & Vargas, E. (2005). *Organización empresarial de los pequeños productores y productoras. Guía para Facilitadores de las Etapas Iniciales del Desarrollo Empresarial Rural*. Recuperado de: <https://books.google.com.ec/books?id=myAOAQAIAAJ&pg=PA5&dq=organizacion+empresarial&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiG2fjRpuzsAhXuE7kGHAM1BAwQ6AEwAHoECAMQA#v=onepage&q=organizacion%20empresarial&f=false>
- López, G., Mata, M., Becerra, F. & Cabrera, H. (2018). *Planificación de empresas*. Editorial Universo Sur. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/espoch/120837?page=14>
- Mendez, C. (2001). *Metodología, diseño y desarrollo del proceso de investigación*. Bogotá. Tercera edición.
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2019). *Agricultura, la base de la economía y la alimentación*. Recuperado de: <https://www.agricultura.gob.ec/agricultura-la-base-de-la-economia-y-la-alimentacion/>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2019). *MAG Cotopaxi facilita enlaces comerciales en rubros de cebolla y yuca a supermercados nacionales*. Recuperado de: <https://www.agricultura.gob.ec/mag-cotopaxi-facilita-enlaces-comerciales-en-rubros-de-cebolla-y-yuca-a-supermercados-nacionales/>
- Orellana, P. (sf). *Alianza estratégica*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/alianza-estrategica.html>

Pérez, J. & Fol, R. (2020). *Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca: régimen fiscal*. Tax Editores Unidos. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/espoch/128896?page=22>

SRI. (2012). *Preguntas Frecuentes Economía Popular y Solidaria y Sector Financiero Popular y Solidario*. Recuperado de [file:///C:/Users/aNDINA/Downloads/Inquietudes%20EPS%20y%20SFPS%20\(18-abr-12\).pdf](file:///C:/Users/aNDINA/Downloads/Inquietudes%20EPS%20y%20SFPS%20(18-abr-12).pdf)

SRI. (2021). *Catastros*. Recuperado de: <https://www.sri.gob.ec/catastros>





espoch

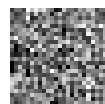
Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

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

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 14 / 04 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: WILMA GEORGINA VARGAS VELASQUE
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: LICENCIADA EN FINANZAS
E. Analista de Biblioteca responsable: Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.



Escaneado con el código QR
JHONATAN RODRIGO
PARREÑO UQUILLAS



14 / 04 / 2022

0594-DBRA-UTP-2022

ANEXOS

ANEXO A: ANEXO A: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE CEBOLLA BLANCA EN RAMA



ACREDITADA

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE FINANANZAS Y COMERCIO EXTERIOR**



ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE CEBOLLA BLANCA EN RAMA

OBJETIVO: Obtener información necesaria para evaluar la factibilidad de establecer un centro de acopio de cebolla blanca en rama mediante la aplicación de las encuestas a los agricultores de la parroquia Cochapamba.

MARQUE SOLO UNA RESPUESTA

- 1. ¿Usted como productor de cebolla blanca en rama, pertenece a alguna asociación de productores de cebolla?**
 - a. Si ()
 - b. No ()
- 2. ¿Conoce usted, que es un centro de acopio?**
 - a. Si ()
 - b. No ()
- 3. ¿Estaría usted de acuerdo en formar parte de una asociación de productores de cebolla para crear un centro de acopio dentro de la parroquia?**
 - a. Si ()
 - b. No ()

4. ¿Aproximadamente, que superficie de terreno destina usted para el cultivo de cebolla blanca en rama?

- a. 1-5 cuadras ()
- b. 6-10 cuadras ()
- c. más de 11 cuadras ()

5. La superficie de terreno en la que cultiva la cebolla blanca en rama es:

- a. Propio ()
- b. Arrendado ()
- c. Herencia ()
- d. Otros

6. El terreno en el que cultiva la cebolla blanca en rama, cuenta con riego:

- a. SI ()
- b. NO ()

En caso de que la respuesta de la pregunta anterior fuese (SI), ¿con que tipo de riego cuenta?

- Aspersión ()
- Inundación ()
- Goteo ()
- Otros----- ()

7. El cultivo de la cementsera de la cebolla blanca en rama lo realiza de forma:

- a. Propio ()
- b. Partido ()
- c. Otros

8. ¿Quiénes participan en el cultivo y producción de la cebolla blanca en rama?

- a. Núcleo Familiar ()
- b. Peones (personas ajenas) ()
- c. Peones (familiares) ()

En caso, en que la respuesta de la pregunta anterior fuese núcleo familiar o peones (familiares), describa quienes participan. (hijos, esposa/o), padre, madre, abuela/o, prima/o), tía/o), etc.)

.....
.....

9. ¿Usted, a donde destina la producción de cebolla blanca en rama que obtiene?

- a. Venta ()
- b. Consumo familiar ()
- c. Venta y consumo ()
- d. Donaciones ()
- d. Otros

10. ¿Cuántas cargas de cebolla blanca en rama está dispuesto a entregar semanalmente al centro de acopio?

- a. 6 a 12 cargas ()
- b. 13 a 18 cargas ()
- c. 18 a 24 cargas ()
- d. mas de 24 cargas ()

11. ¿Aproximadamente, cuántas cargas de cebolla blanca en rama produce semestralmente?

- a. 50 a 100 cargas ()
- b. 100 a 150 cargas ()
- c. 150 a 200 cargas ()
- d. Más de 200 cargas ()

12. ¿Actualmente, donde vende la cebolla blanca en rama y por qué?

- a. Ferias ()
- b. Intermediario ()
- c. Mayoristas ()

Porque.....
.....

13. ¿Cuánto le cuesta producir la carga de cebolla blanca en rama?

- a. \$0 a \$2 ()
- b. \$3 a \$4 ()
- c. \$5 a \$6 ()
- d. \$6 a \$8 ()
- e. Más de \$8 ()

14. ¿Comúnmente, cuanto es el precio al que vende la carga de cebolla que produce usted?

- a. \$0 a \$6 ()
- b. \$7 a \$14 ()
- c. \$15 a \$21 ()
- d. \$22 a \$28 ()
- e. \$28 en adelante ()

15. ¿Cree usted que se mejoraría la economía en la Parroquia Cochapamba una vez que se implemente el centro de acopio?

- a. Mucho ()
- b. Poco ()
- c. Nada ()

16. ¿Por qué razón decidiría vender su producción de cebolla a un centro de acopio y no a un intermediario?

- a. Precio justo ()
- b. Venta segura ()
- c. Facilidad de transporte ()
- d. Pago al contado ()

Gracias por su colaboración!!!!!!!!!!!!

ANEXO B: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CENTROS DE ABASTOS Y MICROMERCADOS



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE FINANANZAS Y COMERCIO EXTERIOR**



ACREDITADA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CENTROS DE ABASTOS Y MICROMERCADOS

OBJETIVO: Realizar el estudio de mercado a los centros de abastos y mini mercados de la provincia de Cotopaxi por medio de encuestas para conocer el grado de aceptación de la venta de cebolla blanca en rama.

MARQUE SOLO UNA RESPUESTA

1. ¿Usted adquiere cebolla blanca en rama para su venta?

- a. Si ()
- b. No ()

2. ¿Está usted totalmente satisfecho con la cebolla blanca en rama que adquiere para su venta?

- a. Si ()
- b. No ()

3. ¿Le gustaría adquirir la cebolla blanca en rama de un nuevo proveedor con una presentación que satisfaga las necesidades de sus clientes?

- a. Si ()
- b. No ()

4. ¿Cuál de los siguientes atributos es el más importante para usted al momento de adquirir la cebolla blanca en rama?

- a. Precio ()
- b. Presentación ()
- c. Calidad ()
- d. Marca ()

5. ¿Con que frecuencia usted se abastece de cebolla blanca en rama?

- a. Una vez a la semana ()
- b. Dos veces a la semana ()
- c. Tres veces a la semana ()
- d. Una vez al mes ()
- e. Dos veces al mes ()
- f. Tres veces al mes ()

6. ¿Cuánto desearía que pese el atado de cebolla blanca en rama?

- a. 400 gr ()
- b. 800gr ()
- c. 1 kg ()
- d. Otros ()

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el atado de cebolla blanca en rama?

- e. 0,75ctv ()
- f. 0,85ctv ()
- g. \$1,00 ()
- h. Otros ()

Gracias por su colaboración!!!!!!!!!!!!

ANEXO C: ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIAL DE COCHAPAMBA



ACREDITADA

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE FINANANZAS Y COMERCIO EXTERIOR**



ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIAL DE COCHAPAMBA

Sr. Jorge Sivi

1. ¿Estaría usted dispuesta a apoyar el proyecto para la creación del centro de acopio de cebolla blanca en rama?
2. ¿Cuáles son los productos que se cultivan transitoriamente en la Parroquia?
3. ¿Cuál es la oferta productiva de la cebolla blanca en rama de cada comunidad de la parroquia Cochapamba?
4. ¿Cuáles son los meses de siembras y cosecha de la cebolla blanca en rama en la parroquia?
5. ¿Los precios de la cebolla blanca en rama en el mercado son estables?
6. ¿Cuántos productores de cebolla blanca en rama hay en la parroquia Cochapamba?
7. ¿Estaría dispuesta a adquirir el producto agrícola del centro de acopio en la Parroquia Cochapamba?