



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERÍA DE FINANZAS Y COMERCIO
EXTERIOR

CARRERA: INGENIERÍA FINANCIERA

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA EN FINANZAS

TEMA:

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD DE CREACIÓN DE UN CENTRO DE
ACOPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS
AGRÍCOLAS EN LA PARROQUIA SAN ANTONIO DE BAYUSHIG,
CANTÓN PENIPE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

AUTORA:

MARLENE HERLINDA ONCE JAYTIAG

RIOBAMBA – ECUADOR

2018

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación, ha sido desarrollado por la Srta. MARLENE HERLINDA ONCE JAYTIAG, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido se autoriza su presentación.

.....

Eco. Jenny Isabel Chávez Rojas
DIRECTORA TRIBUNAL

.....

Ing. Marcelo Eduardo Sánchez Salazar
MIEMBRO TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, MARLENE HERLINDA ONCE JAYTIAG, declaro que le presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son originales, los textos utilizados en el presente trabajo de titulación, mismas que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de este trabajo de titulación.

Riobamba, 8 de noviembre de 2018

MARLENE HERLINDA ONCE JAYTIAG

C.C: 060481558-9

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación dedico a Dios y a las personas más importantes en mi vida a mis padres Félix y Teresa, a mi esposo Walter y a mi hijo Maykel por todo el apoyo incondicional que me han brindado durante el trayecto de mi vida ya que ellos han sido mi inspiración mi motivo de luchar contra las dificultades, adversidades y obstáculos que se presentaron en mi camino.

AGRADECIMIENTO

Agradecida inmensamente con mi Dios todo Poderoso por todas las bendiciones que ha derramado sobre mí, con mis padres por darme la vida y darme la oportunidad de crecer como persona por todo ese ejemplo y valores que mi madre me ha inculcado en mi persona día tras día, para ser una persona luchadora contra los obstáculos que se presentaron en la vida, de ser valiente para perder todos los miedos que he tenido.

Agradecida también con mi esposo y con mi hijo por brindarme ese cariño y apoyo desde que llegaron a mi vida, han sido mi motivo, mi motor de lucha contra todo para salir adelante, para llegar a ser ejemplo para mi hijo.

Y como no agradecer a las instituciones que me han formado desde la primaria, secundaria y como no mencionar a mi querida ESPOCH por todos esos sabios conocimientos que he adquirido durante todo este tiempo que ha sido mi segundo hogar 10 semestres de compartir junto a mis estimados maestros, compañeros, autoridades, gratitud inmensa con todos.

Agradecida con el GAD Parroquial de San Antonio de Bayushig por abrirme las puertas para realizar mis prácticas y por darme el apoyo para realizar mi tema de investigación en la Parroquia puesto que me brindaron la carta de auspicio que es mi respaldo para poder desarrollar mi propuesta, así como también de querer colaborar para poner en marcha mi proyecto.

INDICE DE CONTENIDO

Portada.....	i
Certificación del tribunal.....	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenido.....	vi
Índice de tablas.....	xvi
Índice de gráficos.....	xix
Índice de ilustraciones.....	xix
Índice de cuadros.....	xx
Índice de anexos.....	xx
Resumen... ..	xxi
Abstract.. ..	xxii
Introduccion.....	1
1. CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	3
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1.1. Formulación del problema	4
1.1.2. Delimitación del problema.....	4
1.2. JUSTIFICACIÓN	4
1.3. OBJETIVOS	5
1.3.1. Objetivo general.....	5
1.3.2. Objetivos específicos	5
2. CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	6
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	6
2.1.1. Antecedentes históricos	6
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	7
2.2.1. Concepto de proyecto	7
2.2.2. Importancia de la elaboración de proyectos.....	7
2.2.3. Tipos de proyectos	7

2.2.4.	Proyecto de inversión.....	8
2.2.5.	Estudio de factibilidad	8
2.2.6.	Ciclo de vida de los proyectos	8
2.2.7.	Estudios que integran un proyecto de inversión	8
2.2.7.1.	Estudio de mercado	8
2.2.7.1.1.	Definición de mercado	9
2.2.7.1.2.	Demanda	9
2.2.7.1.3.	Segmentación del mercado	9
2.2.7.1.4.	Oferta.....	9
2.2.7.1.5.	Determinación de la demanda potencial insatisfecha	9
2.2.7.1.6.	El producto	9
2.2.7.1.7.	El precio	10
2.2.7.1.8.	La promoción	10
2.2.7.1.9.	Canales de distribución y su naturaleza	10
2.2.7.2.	Estudio técnico	10
2.2.7.2.1.	Tamaño óptimo del proyecto	10
2.2.7.2.2.	Localización óptima del proyecto	10
2.2.7.2.3.	Macro localización	11
2.2.7.2.4.	Micro localización.....	11
2.2.7.2.5.	Ingeniería del proyecto.....	11
2.2.7.2.6.	El proceso de producción	11
2.2.7.2.7.	Descripción del proceso de producción	11
2.2.7.2.8.	Diagrama del proceso.....	12
2.2.7.2.9.	Distribución de la planta	12
2.2.7.2.10.	Valorización de obras físicas	12
2.2.7.3.	Estudio legal y organizacional.....	12
2.2.7.3.1.	La organización	12

2.2.7.3.2.	Misión	12
2.2.7.3.3.	Visión	13
2.2.7.3.4.	Política.....	13
2.2.7.3.5.	Reglas	13
2.2.7.3.6.	Valores corporativos	13
2.2.7.3.7.	Organigrama estructural.....	13
2.2.7.3.8.	Organigrama funcional.....	14
2.2.7.3.9.	Objetivos	14
2.2.7.3.10.	Estrategia.....	14
2.2.7.3.11.	Logotipo	14
2.2.7.3.12.	Marco legal del proyecto.....	14
2.2.7.4.	Estudio financiero.....	15
2.2.7.4.1.	Inversiones de un proyecto.....	15
2.2.7.4.2.	Inversión fija o tangible	15
2.2.7.4.3.	Inversiones diferidas o intangibles.....	15
2.2.7.4.4.	Capital de trabajo inicial	16
2.2.7.4.5.	Inversión total.....	16
2.2.7.4.6.	Costos del proyecto	16
2.2.7.4.7.	Gastos del proyecto	16
2.2.7.4.8.	Gastos administrativos	16
2.2.7.4.9.	Gastos de ventas	17
2.2.7.4.10.	Gastos financieros	17
2.2.7.4.11.	Depreciación	17
2.2.7.4.12.	Ingresos	17
2.2.7.4.13.	Punto de equilibrio	17
2.2.7.4.14.	Flujo de caja proyectado	18
2.2.7.4.15.	Balance de situación inicial.....	18

2.2.7.4.16.	Estado de resultados	18
2.2.7.5.	Evaluación financiera	18
2.2.7.5.1.	Costo de oportunidad	18
2.2.7.5.2.	Valor actual neto (VAN)	19
2.2.7.5.3.	Tasa interna de retorno.....	19
2.2.7.5.4.	Relación beneficio costo	19
2.2.7.5.5.	Periodo de recuperación de la inversión	19
2.2.7.6.	Estudio de impacto ambiental	19
2.2.7.6.1.	Matriz de Leopold	20
2.2.8.	Empresa	21
2.2.8.1.	Importancia.....	21
2.2.8.1.1.	Centro de acopio	21
2.2.8.1.2.	Compañía de responsabilidad limitada	21
2.2.9.	Comercialización	22
2.2.10.	Historia de la Parroquia.....	22
2.3.	HIPÓTESIS o IDEA A DEFENDER	23
2.4.	VARIABLES	23
2.4.1.	Variable independiente	23
2.4.2.	Variable dependiente	23
3.	CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	24
3.1.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	24
3.2.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	24
3.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	25
3.4.	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	25
3.4.1.	Métodos	25
3.4.2.	Técnicas	26
3.4.3.	Instrumentos.....	26

3.5.	RESULTADOS	26
3.5.1.	Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia San Antonio de Bayushig	27
3.5.2.	Entrevista dirigida al presidente de la sección de papas del mercado mayorista de San Pedro de Riobamba	38
3.5.3.	Entrevista dirigida al presidente de la sección de choclos del mercado mayorista de San Pedro de Riobamba	39
3.5.4.	Entrevista dirigida al presidente de la sección de habas y frejol del mercado mayorista de San Pedro de Riobamba	40
3.5.5.	Entrevista dirigida al presidente de la sección de frutas del mercado mayorista de San Pedro de Riobamba	41
3.5.6.	Entrevista al propietario de la bodega “Comercial Alvear” en la ciudad de Riobamba.....	42
3.5.7.	Entrevista al propietario de la bodega comercial Alvear Uvidía en la ciudad de Riobamba	43
3.5.8.	Observación en las bodegas de San Alfonso para determinar la capacidad de compra y precios que tienen las bodegas	44
4.	Capítulo IV: MARCO PROPOSITIVO.....	45
4.1.	TÍTULO	45
4.2.	ESTUDIO DE MERCADO	45
4.2.1.	Mercado meta	45
4.2.2.	Análisis de la demanda	45
4.2.2.1.	Demanda actual de los productos (productos verdes, tubérculos y frutas)	46
4.2.2.2.	Proyección de la demanda	47
4.2.3.	Análisis de oferta	48
4.2.3.1.	Oferta del producto.....	48
4.2.3.2.	Proyección de la producción	48
4.2.4.	Demanda insatisfecha	49

4.2.4.1.	Proyección de la demanda insatisfecha	51
4.2.5.	Análisis de los precio de los productos.....	52
4.2.5.1.	Proyección de los precios	52
4.2.6.	Canales de comercialización.....	53
4.2.7.	Logotipo de la empresa.....	54
4.2.7.1.	Ilustraciones que intervienen en el logotipo.....	54
4.2.8.	Promoción y publicidad	55
4.3.	Estudio técnico.....	56
4.3.1.	Determinación del tamaño del proyecto	56
4.3.2.	Localización del proyecto	56
4.3.2.1.	Macro localización	56
4.3.2.2.	Factores generales que influyen en la macro localización	57
4.3.2.2.1.	Disponibilidad de materias primas en la región	57
4.3.2.2.2.	Análisis preliminar del costo del transporte.....	57
4.3.2.2.3.	Deseo del inversionista en promover la economía de determinada región	57
4.3.3.	Micro localización	57
4.3.3.1.	Factores que influyen en el micro localización	59
4.3.3.1.1.	Disponibilidad de medios de transporte.....	59
4.3.3.1.2.	Disponibilidad e Mano de Obra	59
4.3.3.1.3.	Facilidad para la construcción.....	60
4.3.3.1.4.	Condiciones climatológicas	60
4.3.3.1.5.	Contaminación ambiental.....	60
4.3.3.1.6.	Comportamiento de la comunidad	60
4.3.3.1.7.	Competencia.....	60
4.3.4.	Ingeniería del proyecto	60
4.3.4.1.	Procesos.....	60

4.3.4.1.1.	Flujograma del proceso interno de los productos (frutas).....	61
4.3.4.1.2.	Proceso de abastecimiento de frutas	62
4.3.4.1.3.	Flujograma del proceso interno de choclo, fréjol verde, habas verdes y papas	63
4.3.4.1.4.	Proceso de abastecimiento de choclo, fréjol verde, habas verdes y papas	64
4.3.4.1.5.	Flujograma del proceso interno granos secos maíz, fréjol y habas	65
4.3.4.1.6.	Proceso de abastecimiento de la mercadería	66
4.3.5.	Tecnología	67
4.3.5.1.	Selección De Maquinaria Y Equipo	67
4.3.6.	Infraestructura física	68
4.3.6.1.	Diseño de infraestructura física	69
4.3.7.	Presupuesto técnico.....	69
4.3.7.1.	Inversión fija.....	69
4.3.7.1.1.	Terreno	70
4.3.7.1.2.	Infraestructura física.....	70
4.3.7.1.3.	Presupuesto de maquinaria y equipos de operación.....	70
4.3.7.1.4.	Presupuesto de muebles y enseres.....	71
4.3.7.1.5.	Presupuesto de equipo de oficina	71
4.3.7.1.6.	Presupuesto de equipo de cómputo	72
4.3.7.1.7.	Presupuesto de vehículo	72
4.3.7.1.8.	Resumen de inversión fija.....	72
4.3.7.2.	Capital de trabajo o pre operativo	73
4.3.7.2.1.	Mercadería.....	73
4.3.7.2.2.	Mano de obra directa.....	74
4.3.7.2.3.	Costos indirectos	74
4.3.7.3.	Inversión diferida.....	75

4.3.7.4.	Inversión del proyecto	76
4.4.	Estudio legal y organizacional	76
4.4.1.	Aspectos administrativos legales	76
4.4.1.1.	Estudio legal	76
4.4.1.2.	Domicilio de ubicación.....	76
4.4.1.3.	Su fin	77
4.4.1.4.	Base legal.....	77
4.4.2.	Organización de la empresa	78
4.4.2.1.	La empresa.....	78
4.4.2.2.	Misión.....	78
4.4.2.3.	Visión	78
4.4.2.4.	Políticas	79
4.4.2.5.	Valores corporativos.....	79
4.4.2.6.	Reglamentos	80
4.4.2.7.	Objetivos de la empresa.....	81
4.4.2.7.1.	Objetivo general	81
4.4.2.7.2.	Objetivos específicos	81
4.4.2.8.	Logotipo	81
4.4.2.9.	Organigrama estructural	82
4.4.2.10.	Organización funcional	82
4.4.2.10.1.	Gerente general	82
4.4.2.10.2.	Contador/secretaria	83
4.4.2.10.3.	Empacadores	83
4.4.2.10.4.	Bodeguero	84
4.4.2.11.	Vendedores.....	84
4.4.2.12.	Perfil del puesto.....	84
4.4.2.12.1.	Perfil de gerente general.....	85

4.4.2.12.2.	Perfil del contador/ secretaria (o).....	86
4.4.2.12.3.	Perfil de los empacadores.....	87
4.4.2.12.4.	Perfil de personal de bodega	88
4.4.2.12.5.	Perfil del personal de ventas	89
4.5.	ESTUDIO FINANCIERO	90
4.5.1.	Plan de inversiones	90
4.5.2.	Financiamiento.....	90
4.5.3.	Estructura del financiamiento	91
4.5.4.	Determinación de ingresos proyectados	92
4.5.5.	Determinación de los egresos	95
4.5.5.1.	Costos de producción	95
4.5.5.1.1.	Mercadería.....	95
4.5.5.1.2.	Mano de obra directa.....	98
4.5.5.1.3.	Costos indirectos de producción	99
4.5.5.1.4.	Resume de los costos de producción.....	100
4.5.5.2.	Gastos de operación.....	101
4.5.5.2.1.	Gastos administrativos	101
4.5.5.2.2.	Gastos de venta	103
4.5.5.2.3.	Depreciaciones de activos fijos	106
4.5.6.	Gasto financiero.....	108
4.5.7.	Resumen de egresos proyectados	108
4.5.8.	Estado de resultados.....	109
4.5.9.	Flujo de caja proyectado	110
4.5.10.	Balance general	111
4.6.	Evaluación financiera	112
4.6.1.	Indicadores de evaluación financiera.....	112
4.6.2.	Costo de oportunidad	112

4.6.3.	Valor actual Neto	112
4.6.3.1.	Tasa de descuento.....	112
4.6.4.	Tasa interna de retorno	113
4.6.5.	Periodo de recuperación de la inversión	115
4.6.6.	Relación beneficio costo.....	116
4.6.7.	Punto de equilibrio.....	116
4.7.	ESTUDIO DEL IMPACTO AMBIENTAL	117
5.	CONCLUSIONES	120
6.	RECOMENDACIONES.....	121
7.	BIBLIOGRAFÍA	122
8.	Anexos	124

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Tipos de Productos Agrícolas Cultivados.....	27
Tabla 2.	Épocas del año de la producción	28
Tabla 3.	Cantidad en sacos y cajas de productos verdes vendidos	29
Tabla 4.	Cantidad granos secos vendidos	30
Tabla 5.	¿En dónde vende usted sus productos?.....	31
Tabla 6.	Quien establecen los precios.....	32
Tabla 7.	Precio promedio de los productos verdes y frutos.....	33
Tabla 8.	Precio promedio del saco de granos secos.....	34
Tabla 9.	¿Sabe usted que es un centro de Acopio?.....	35
Tabla 10.	¿Estaría de acuerdo que se creará una organización que le facilite la venta de sus productos en la Parroquia?.....	36
Tabla 11.	¿Estaría usted de acuerdo en vender sus productos agrícolas a esta organización evitando costos de transporte y viajes?.....	37
Tabla 12.	cantidad de sacos de papas vendidos por los comerciantes.....	38
Tabla 13.	Cantidad de sacos de choclo vendidos por los comerciantes	39
Tabla 14.	Cantidad de sacos de habas y frejol vendidos por los comerciantes	40

Tabla 15. Cantidad de productos vendidos a los comerciantes	41
Tabla 16. Cantidad en sacos de maíz, frejol y habas venden los comerciantes	42
Tabla 17. Cantidad en sacos de maíz, frejol y habas venden los comerciantes.....	43
Tabla 18.Cantidad de Productos mediante Observación a Bodegas.....	44
Tabla 19. Demanda actual de los productos (verdes, papas y frutas).....	46
Tabla 20. Demanda actual de los productos (granos secos)	46
Tabla 21. Proyección de la Demanda (productos verdes, papas, y frutas)	47
Tabla 22. Proyección de la demanda (granos secos)	47
Tabla 23. Oferta de Productos (productos verdes, papas y frutas)	48
Tabla 24.oferta del producto (granos secos).....	48
Tabla 25. Proyección de la producción (productos verdes, papas y frutas).....	49
Tabla 26. Proyección de la producción (granos secos).....	49
Tabla 27. Segregación.....	50
Tabla 28. Demanda Insatisfecha actual de productos verdes tubérculos y frutos	50
Tabla 29. Demanda Insatisfecha de granos secos.....	50
Tabla 30. Proyección de la demanda insatisfecha de productos verdes, tubérculo y frutas	51
Tabla 31. Proyección de la demanda insatisfecha granos secos	51
Tabla 32.Precio de venta de los productos verdes, papas y frutas	52
Tabla 33. Precio de venta de Grano secos	52
Tabla 34. Precio de venta de productos verde, papas y frutas	53
Tabla 35.Precio de venta de Granos secos.....	53
Tabla 36. Infraestructura física	70
Tabla 37.Presupuesto de maquinaria y equipo de operación.....	71
Tabla 38. Presupuesto de muebles y enseres	71
Tabla 39.Presupuesto de equipo de Oficina.....	71
Tabla 40. Presupuesto de equipo de cómputo.....	72
Tabla 41. Presupuesto de vehículo	72
Tabla 42.Resumen de Inversión Fija	72
Tabla 43.Presupuesto de mercadería (productos verdes, papa, y frutas)	73
Tabla 44. Presupuesto de mercadería (granos secos).....	73
Tabla 45. Suelo de mano de obra directa correspondiente a un mes	74
Tabla 46. Servicios Básicos	74
Tabla 47. Materiales Indirectos correspondientes a una semana.....	74

Tabla 48. Imprevistos	75
Tabla 49. Resumen de capital de trabajo separado	75
Tabla 50. Inversión Deferida detallada	75
Tabla 51. Resumen de Inversión diferida	75
Tabla 52. Cuadro de Inversión	76
Tabla 53. Inversión del Proyecto	90
Tabla 54. Detalle del Financiamiento de la inversión	91
Tabla 55. Estructura del Financiamiento de la Inversión	91
Tabla 56. Amortización del crédito	92
Tabla 57. Ingresos Proyectados por productos verdes, papa y frutas	93
Tabla 58. Ingresos Proyectados por la venta de granos secos	94
Tabla 59. Resumen de Ingresos Proyectados (productos verdes, papas y frutas)	94
Tabla 60. Resumen de Ingresos proyectados (granos secos)	95
Tabla 61. Total Ingresos Mercaderías	95
Tabla 62. Detalle por la compra de Mercadería (productos verdes, papa, y frutas)	96
Tabla 63. Detalle por la compra de Mercaderías (granos secos)	97
Tabla 64. Resume de la compra de mercaderías (productos verdes, papas, frutas)	97
Tabla 65. Resumen por la compra de mercaderías (Granos secos)	97
Tabla 66. resumen total egresos de mercadería	98
Tabla 67. Sueldo correspondiente a un mes	98
Tabla 68. Sueldo correspondiente al primer año	98
Tabla 69. Sueldo correspondiente al segundo año	98
Tabla 70. Proyección de los sueldos de mano de obra directa	99
Tabla 71. Costos Indirectos de producción	99
Tabla 72. Materiales Indirectos de producción	99
Tabla 73. Proyección de los Costos Indirectos de producción	100
Tabla 74. Resumen de Costos de producción	100
Tabla 75. Sueldo correspondientes al primer mes del personal administrativo	101
Tabla 76. Sueldo correspondiente al primer año del personal administrativo	101
Tabla 77. Sueldo correspondiente al segundo año del personal administrativo	101
Tabla 78. Proyección de sueldos administrativos	101
Tabla 79. Detalle de Gastos Útiles de Oficina	102
Tabla 80. Proyección de gastos útiles de oficina	102
Tabla 81. Detalle de gastos generales de administración	102

Tabla 82. Proyección de gastos generales de administración	103
Tabla 83. Resumen de gastos administrativos	103
Tabla 84. Sueldo correspondiente a un mes del personal de ventas	103
Tabla 85. Sueldos correspondientes al primer año del personal de ventas	103
Tabla 86. Sueldo correspondiente al segundo año correspondiente al personal de ventas	104
Tabla 87. Sueldos proyectados correspondientes al personal de ventas	104
Tabla 88. Detalle gasto publicidad	104
Tabla 89. Proyección de gastos publicidad	104
Tabla 90. Detalle de gastos de movilización y transporte	105
Tabla 91. Proyección de los gastos de movilización y transporte	105
Tabla 92. Detalle de gasto arriendo	105
Tabla 93. Proyección de gasto arriendos	105
Tabla 94. Cuadro de resumen de gastos de ventas	106
Tabla 95. Cuadro de detalle para depreciar	106
Tabla 96. Depreciación de activos fijos	107
Tabla 97. Gasto Interés crédito	108
Tabla 98. Resumen de Egresos proyectados	108
Tabla 99. Estado de Resultado	109
Tabla 100. Flujo de caja	110
Tabla 101. Balance General	111
Tabla 102. Costo de Oportunidad	112
Tabla 103. Tasa de descuento	113
Tabla 104. VAN	113
Tabla 105. VAN tasa inferior	114
Tabla 106. VAN tasa inferior	114
Tabla 107. Periodo de recuperación de la inversión	115
Tabla 108. Punto de equilibrio	117

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Tipos de Productos Agrícolas Cultivados	27
Gráfico 2. Épocas del año de la Producción	28
Gráfico 3. Cantidad en sacos y cajas de productos verdes vendidos	29
Gráfico 4. Cantidad granos secos vendidos	30
Gráfico 5. Lugar donde se vende los productos.....	31
Gráfico 6. Quien establecen los precios.....	32
Gráfico 7. Precio promedio de los productos verdes y frutos.....	33
Gráfico 8. Precio promedio del saco de granos secos.....	34
Gráfico 9. ¿Sabe usted que es un centro de Acopio?	35
Gráfico 10. ¿Estaría de acuerdo que se creará una organización que le facilite la venta de sus productos en la Parroquia San Antonio de Bayushig?.....	36
Gráfico 11. ¿Estaría usted de acuerdo en vender sus productos agrícolas a esta organización evitando costos de transporte y viajes?	37
Gráfico 12. Áreas de la empresa.....	69
Gráfico 13. Organigrama Estructural.....	82

ÍNDICE DE ILUSRACIONES

Ilustración 1. Número de familias en la Parroquia San Antonio Bayushig	25
Ilustración 2. Presentación del Logotipo “Baycenter”	54
Ilustración 3. Mapa del Ecuador	56
Ilustración 4. Mapa de la Provincia Chimborazo.....	58
Ilustración 5. Mapa del Cantón Penipe	59
Ilustración 6. Logotipo "Baycenter"	81

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Canales de Comercialización	53
Cuadro 2. Ilustraciones del que interviene en el Centro de Acopio	54
Cuadro 3. Flujograma del proceso Interno de los productos como: manzana, pera, durazno y claudia.....	61
Cuadro 4. Flujograma del Proceso Interno de choclos, frejol verde, y habas verdes	63
Cuadro 5. Flujograma del proceso interno de productos secos	65
Cuadro 6. Trámites para la constitución Lega del Centro de Acopio "Baycenter"	77
Cuadro 7. Perfil del gerente general	85
Cuadro 8. Perfil del contador/secretaria (o).....	86
Cuadro 9. Perfil de los empacadores	87
Cuadro 10. Perfil del personal de bodega	88
Cuadro 11. Perfil del personal de ventas	89
Cuadro 12. Matriz de Leopold.....	118

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos 1. Carta de Auspicio Otorgada por el GAD Parroquial de San Antonio de Bayushig	124
ANEXOS 2. Encuesta dirigida a los agricultores de la parroquia	125
ANEXOS 3. Entrevista dirigida a los comerciantes del mercado mayorista y propietarios de bodegas.....	126
Anexos 4. Fotografías de evidencias de encuestas y entrevistas	128
Anexos 5. Listado de comerciantes del mercado mayorista de San Pedro de Riobamba	129

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo realizar un proyecto de factibilidad de creación de un centro de acopio en la Parroquia San Antonio de Bayushig, Cantón Penipe, Provincia de Chimborazo, el cual cuenta con el auspicio del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial. Mediante un estudio de mercado, se aplicó encuestas y entrevistas a agricultores y comerciantes para determinar demanda, oferta y precios. Se llevó a cabo el estudio técnico, estudio legal y organizacional, estudio financiero para determinar el financiamiento de la inversión, estado de resultado, flujos de caja y balance general, mismo que permitieron el cálculo de los indicadores de evaluación arrojando como resultado un costo de oportunidad que de 9,36%, un VAN positivo de \$25.250,86, TIR de 27.65%, un beneficio costo de 1,15, el periodo de recuperación de la inversión que sería en 4 año, 1 mes y 29 días y el punto de equilibrio en dólares que es de \$1.327.877,48, la evaluación ambiental refleja las consecuencias y aceptación del proyecto por parte de los involucrados. Se concluye, que el proyecto ayudará al desarrollo económico de la Parroquia y del país, puesto que se creará fuentes de empleo así como también facilitará la venta de los productos a los agricultores dentro de la misma zona. En vista que los resultados arrojados fueron positivos se recomienda ejecutar el proyecto.

Palabras claves: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>
<PROYECTO DE FACTIBILIDAD> <TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)>
<COSTO DE OPOTUNIDAD> <VALOR ACTUAL NETO (VAN) > <BAYUSHIG (PARROQUIA) >

Eco. Jenny Isabel Chávez Rojas

DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

ABSTRACT

The objective of this research is to carry out a feasibility project for the creation of a collection center in San Antonio de Bayushig Parish, Penipe City, and Chimborazo Province, which is sponsored by the Autonomous Parochial Decentralized Government. Through a market study, surveys and interviews were applied to farmers and traders to determine demand, supply, unsatisfied and precious demand. The technical study, legal and organizational study, financial studies to determine the investment financing, income statement, cash flows and balance sheet, allowed the calculation of the evaluation indicators which reflected the following result: an opportunity cost of 9,36%, positive NPV of \$25.250,86, IRR of 27,65%, a cost benefit of 1,15, the period of recovery of the investment that would be in 4 years, 1 months and 29 days and the point of equilibrium in dollars which is \$1.327.877,48, the environmental evaluation reflects the consequences and acceptance of the project by those involved. It is concluded that the project will help the economic development of the Parish and the country, since it will create sources of employment as well as facilitate the sale of products to farmers within the same area. Since the results were positive, it is recommended to execute the project

Keywords: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, < FEASIBILITY PROJECT>, <INTERNAL RATE OF RETURN (IRR)>, < COST OF OPPORTUNITY>, <NET PRESENT VALUE (NPV)>, <BAYUSHIG (PARISH)>

INTRODUCCIÓN

El proyecto de factibilidad de creación de un centro de acopio para la comercialización de productos agrícolas en la Parroquia San Antonio de Bayushig, Cantón Penipe, provincia de Chimborazo, está compuesto por los siguientes capítulos: capítulo del problema, marco teórico, marco metodológico, marco propositivo, conclusiones y recomendaciones

En el capítulo del problema se detallará el planteamiento del problema en el cual se describirá las principales causas por las cuales se desea realizar esta investigación, así como también la pregunta que delimitará el problema, su respectiva justificación y los objetivos tanto general como específico, por los cuales se desea realizar el trabajo de investigación.

En el marco teórico se conceptualizará cada uno de los conceptos que intervendrá en el desarrollo del proyecto así, como también se determinará la hipótesis o idea a defender, variables dependiente e independiente, ya que dichas variables ayudaran de una manera u otra a la población bayuseña.

En el marco metodológico se detallará la modalidad que utilizaré en la investigación, tipos de investigación, población y muestra así como también los métodos técnica e instrumentos que facilitará el trabajo, por medio de los cuales se hallan los resultados aplicando las respectivas encuestas, entrevista a los agricultores y los comerciantes de la Parroquia, del mercado y bodegas de Riobamba.

El marco propositivo abarca 6 subcapítulos puesto que en este capítulo se desarrollará la propuesta, que consta del estudio de mercado, estudio técnico, estudio legal y organizacional, estudio financiero, evaluación financiera y evaluación del impacto ambiental.

En el estudio mercado se determinará la demanda del producto para dichos datos se pretende realizar encuestas a los agricultores del sector, la oferta del producto para dichos datos se realizara entrevistas a los comerciantes del mercado mayorista y propietarios de bodegas, demanda insatisfecha, y los precios.

En el estudio técnico detallará la macro y micro localización de la organización, los respectivos procesos internos de los productos, así como también se determinará el tamaños del terreno, los planos de la infraestructura, la maquinaria que se requiere para el funcionamiento con los valores respectivos, determinando la inversión inicial del proyecto.

En el estudio legal y organizacional de la empresa se determinará qué tipo de organización será la empresa sus respectivos tramites, así como también definirá cuales serán su valores, políticas, reglamentos, logotipo, organigramas estructural y funcional y los perfiles de puestos de los trabajadores.

En el estudio financiero se analizará cómo va a ser financiado la inversión, se determinará ingresos, costos y gastos para formar estados de resultado, flujo de caja proyectos y balance general para posterior ir a una evaluación financiera para la evaluación del costo de oportunidad, VAN, TIR, Periodo de Recuperación, beneficio costo, Punto de equilibrio.

En la evaluación ambiente se determinará cuáles serán los principales factores positivos o negativos que ayudaran o afectaran al centro de acopio utilizando la matriz de Leopold, y el ultimo capítulos detallará conclusiones, recomendaciones.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Bayushig es una Parroquia ubicada en el Cantón Penipe, Provincia de Chimborazo según el PDOT cuenta con un área de mayor superficie ocupada según el uso del suelo es: (323,28 hectáreas), siendo los principales cultivos (maíz, frejol, papa, manzana) con una superficie de (260 hectáreas) que tiene uso agrícolas, cuyo promedio de siembra por familia es de (2,72 hectáreas para maíz, frejol, papas, 2.03 hectáreas de manzana) cuyo rendimiento respectivamente para los cultivos antes descritos es (rendimientos 3.18 en maíz frejol toneladas métricas/hac 0. 45 manzana toneladas métricas/hac y papas 5,66 toneladas métricas/hac), cuya oferta productiva de la parroquia es de (maíz y frejol 423,54 toneladas métricas/hac manzana 42.72 toneladas métricas/hac papas 306.5 toneladas métricas/hac), producidos de manera (no tecnificado determinado por cultivo) contando con 319 familias, por lo que se puede decir que dichos recursos no han sido aprovechados correctamente dentro de la Parroquia.(PDOT, 2015. Pág.137)

La inexistencia de un centro de acopio dentro de la Parroquia es uno de los principales problema que ha afectado de forma directa a los agricultores ya que para poder comercializar sus productos tienen que viajar alrededor de 26 km de distancia correspondiente a 1 hora y 20 minutos aproximadamente desde la Parroquia hasta sus destinos que es el mercado mayorista de la ciudad de Riobamba ocasionando que se golpeen los productos como es el caso de la manzana y por ende los comerciantes bajen los precios de los productos.

El costo de transporte es otro factor que afecta a los agricultores debido a que algunos habitantes hace dobles trasbordo es decir llevan sus productos en camiones hasta la puerta del mercado mayorista y bodegas posterior a esto tiene que pagar carretas o a personas que brindan sus servicio como cargadores hacia los diferentes sectores de cada productos, otra persona hacen triple trasbordo es decir que llevan sus productos en buses que prestan sus servicios a la parroquia los cuales los llevan hasta el ex terminal de Baños, luego coger carreras ya sea servicio de taxi o camionetas dependiendo el número de bultos que lleven a la venta hasta la puerta del mercado y posterior a esto pagan carretas o servicio de cargadores para que los lleve a sus diferentes sectores de cada producto

1.1.1. Formulación del problema

¿De qué manera incide la factibilidad de creación de un centro de acopio para la comercialización de productos agrícolas en la Parroquia San Antonio de Bayushig?

1.1.2. Delimitación del problema

Objeto: Proyecto de Factibilidad de creación de un centro de Acopio

Campo de acción: Aspecto Económico

Delimitación especial: Parroquia San Antonio de Bayushig

Delimitación temporal: Año 2018

1.2. JUSTIFICACIÓN

Por lo expuesto anteriormente es apropiado llevar a cabo un Proyecto de Factibilidad para la creación de un Centro de Acopio de productos agrícolas en la Parroquia San Antonio de Bayushig, puesto que este centro contribuirá al desarrollo parroquial ayudando de una forma u otra a los agricultores a comercializar sus productos dentro de la misma zona así como también a crea fuentes de empleo para sus habitantes.

El realizar un estudio de factibilidad de una empresa de acopio es debido a las necesidades que se ha detectado en los agricultores, esto permitirá ayudarlo a vender sus productos en la misma área, evitando trasbordos, permitiendo llevar con facilidad al centro ya que estará cerca a sus propiedades, evitando costos de transporte y perdida en productos.

El centro de acopio también beneficiará a la población creando fuentes de empleo puesto que se necesitará personal para lo que es clasificado, lavado, secado, embalado en el caso de las frutas, en caso del maíz, papas y frejol, los respectivos pesos, sea por saco si son productos tiernos o por libra en el caso que los granos sean secos, posterior a esto su respectivo, embodegado, transporte y venta hacia sus diferentes destinos como es el mercado mayorista, o bodegas si los granos son secos.

La creación de esta organización es con fines lucrativos personales ya que se pretende crear entre familia, lo que quiere decir que no estaríamos trabajando con otra institución

asociada contando con capital propio, créditos bancarios, y con el apoyo por parte del GAD Parroquial de San Antonio de Bayushig.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo general

Realizar un proyecto de factibilidad para la creación de un Centro de acopio destinado a la comercialización de productos agrícolas en la Parroquia San Antonio de Bayushig, Cantón Penipe, Provincia de Chimborazo.

1.3.2. Objetivos específicos

- Construir el marco teórico referencial que permita el desarrollo de la propuesta.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda, oferta y la diferencia a esto nuestra demanda insatisfecha, así como también los precios y el análisis de comercialización.
- Realizar un estudio técnico, legal y Organizacional para determinar el tamaño óptimo de la planta, localización optima del proyecto, ingeniería del proyecto, así como también el marco legal de la empresa y el organigrama general.
- Realizar un estudio financiero para determinar la inversión inicial, costos, ingresos y estado financieros
- Realizar una evaluación financiera para analizar sus respectivos indicadores, costo de oportunidad, VAN, TIR, periodo de recuperación, relación beneficio costo y punto de equilibrio para determinar si el proyecto es factible o no.
- Realizar un estudio del impacto ambiental para determinar cuál será las consecuencias positivas o negativas al crear la empresa.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1.1. Antecedentes históricos

Proyecto Factible, consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos necesidades de organizaciones o grupos sociales que pueden referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos, o procesos. El proyecto debe tener el apoyo de una investigación de tipo documental, y de campo, o un diseño que incluya ambas modalidades. (Blanco, 2010 pág.18)

De lo antes planteado, para llevar a cabo el proyecto factible, lo primero que debe realizarse es un diagnóstico de la situación planteada; en segundo lugar, es plantear y fundamentar con basamentos teóricos la propuesta a elaborar y establecer, tanto los procedimientos metodológicos así como las actividades y los recursos necesarios, para llevar a delante la ejecución. Aunado a esto, se realizará el estudio de factibilidad del proyecto y, por último, la ejecución de la propuesta con su respectiva evaluación. Entre algunos ejemplos de la modalidad del proyecto factible destacan: programas de actualización, capacitación, planes, manuales de organización, perfiles profesionales, curso de gerencias, creación de instituciones y carreras, modelos innovadores de estrategias obstruccionales de evaluación y administración curricular de un plan de estudio. (Sapag Ch, 2011 pág.23)

Hay muchas formas de clasificar las etapas de un proyecto de inversión. Una de las más comunes, y que se empleará en este texto, identifica cuatro etapas básicas: la generación de la idea, los estudios de preinversión para medir la conveniencia económica de llevar a cabo la idea, la inversión para la implementación del proyecto, y la puesta en marcha y operación. (Sapag Ch, 2011 pág.23)

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1. Concepto de proyecto

Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana. En este sentido puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etcétera. (Baca U, 2010, pág. 2)

2.2.2. Importancia de la elaboración de proyectos

La ejecución de proyectos productivos constituye el motor del desarrollo de una región o país, razón por la cual las instituciones financieras del orden regional, nacional e internacional tienen como objetivos la destinación de recursos para la financiación de inversiones que contribuyen a su crecimiento económico y beneficios sociales. (Padilla, 2011, pág. 5)

2.2.3. Tipos de proyectos

Existen diferentes tipos de proyectos, cada uno se dirige a solucionar determinadas barreras al desarrollo, y tiene costos y beneficios específicos asociados, así:

- Dependientes
- Independientes
- Mutuamente excluyentes
- Productivos
- De infraestructura económica
- De infraestructura social
- Proyectos de inversión privada
- Proyectos de inversión pública.
- Proyectos de inversión social
- Creación de nuevas unidades de negocios o empresas
- Cambios en las unidades de negocios existentes

- Proyectos de infraestructura
- Proyectos de fortalecimiento de capacidades sociales o gubernamentales (Padilla C, 2011, págs. 5-15)

2.2.4. Proyecto de inversión

Un proyecto de inversión es una propuesta técnica y económica para resolver un problema de la sociedad utilizando los recursos humanos, materiales y tecnológicos disponibles, mediante un documento escrito que comprende una serie de estudios que permiten al inversionista saber si es viable su realización (Padilla C, 2011, pág. 2)

2.2.5. Estudio de factibilidad

Según Sapag (2011) manifiesta que “El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto”. (pág. 20)

2.2.6. Ciclo de vida de los proyectos

El ciclo de vida de un proyecto de inversión se inicia con un problema originado en una necesidad, a la cual debe buscársele solución coherente, generalmente, los proyectos de inversión atraviesan por cuatro grandes fases: pre inversión, inversión operación, y evaluación de resultados. (Padilla C, 2011, pág. 2)

2.2.7. Estudios que integran un proyecto de inversión

- Estudio de mercado
- Estudio de técnico
- Estudio administrativo – legal
- Estudio financiero
- Evaluación económica.
- Evaluación ambiental (Lara, 2011, págs. 19-20)

2.2.7.1. Estudio de mercado

Con el nombre de estudio de mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. (Baca U, 2010, pág. 7)

2.2.7.1.1. Definición de mercado

Según Lara (2011) manifiesta que “ el mercado es el lugar físico o virtual donde se reúnen compradores llamados demandantes y vendedores denominados ofertantes, para realizar transacciones de compra y venta de bienes y servicios que satisfagan necesidades” (p.29).

2.2.7.1.2. Demanda

Según Lara (2011) “es la suma de las adquisiciones de un bien o servicio por parte de las personas físicas y/o jurídicas, para satisfacer sus necesidades” (pag.31)

2.2.7.1.3. Segmentación del mercado

Es determinar las características (edad .sexo, raza, ubicación, ingresos) de los mercados y dividirlos en varias variables. Es una de las herramientas de mercadotecnia que nos permite realizar un análisis del mercado, en donde, un universo heterogéneo, es dividido en grupos con al menos una característica homogénea. Ejemplo: mujeres, ecuatorianas, que vivan en ciudades de más de 1 millón de personas, que tengan entre los 15 a 49 años. (Lara, 2011, pág.48)

2.2.7.1.4. Oferta

Según Baca (2010) “La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (p.41).

2.2.7.1.5. Determinación de la demanda potencial insatisfecha

Es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo. (Baca U, 2010, pág. 43)

2.2.7.1.6. El producto

Según Lara (2011) manifiesta que “se lo puede definir como todo aquello que satisface una necesidad sea esta física y psicológica. Esto puede referirse a un objeto o servicio, también puede estar disponible para la venta, de lo cual no puede ser considerado como tal” (p.84).

2.2.7.1.7. El precio

Según Baca (2010) manifiesta que “Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (p.44).

2.2.7.1.8. La promoción

Se refiere al tipo de publicidad y promoción, que se incluirá en el proyecto. Es vital incluir un determinado valor de gasto de publicidad o promoción y examinar su viabilidad pues esto va a afectar a los flujos de efectivo de cada año de vida del proyecto. (Lara, 2011, pág. 86)

2.2.7.1.9. Canales de distribución y su naturaleza

Según Baca (2010) manifiesta que “ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria” (p.49).

2.2.7.2. Estudio técnico

El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿cuánto, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o un servicio. (Padilla C, 2011, pág. 106)

2.2.7.2.1. Tamaño óptimo del proyecto

Según Baca (2010) “el tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica” (pág., 75).

2.2.7.2.2. Localización óptima del proyecto

Según Padilla (2011) manifiesta que “Es el análisis de las variables que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo” (pág., 112).

2.2.7.2.3. Macro localización

Según Padilla (2011) “se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto”. (pág. 119)

2.2.7.2.4. Micro localización

Según Padilla (2011) “indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida”. (pág. 121)

2.2.7.2.5. Ingeniería del proyecto

El estudio de ingeniería es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto, este estudio no se realiza en forma aislada del resto de estudios del proyecto. (Padilla C, 2011, pág. 122)

2.2.7.2.6. El proceso de producción

El proceso de producción se define como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo (combinación de la mano de obra, maquinaria, materia prima, sistemas y procedimientos de operación). Un proceso de producción se puede clasificar en función de su flujo productivo o del tipo de producto a manufacturar y, en cada caso particular, se tendrán diferentes efectos sobre el flujo de fondos del proyecto. (Padilla C, 2011, pág. 123)

2.2.7.2.7. Descripción del proceso de producción

Según Padilla (2011) “define la forma como una serie de insumos se transforman en productos o servicios, mediante la participación de una determinada tecnología que combina mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación” (pág. 131).

2.2.7.2.8. Diagrama del proceso

Diagrama de bloques. Consistente en que cada operación unitaria ejercida sobre los insumos se encierra en un rectángulo; cada rectángulo o bloque se coloca en forma continua y se une con el anterior y el posterior por medio de flechas que indican tanto la secuencia de las operaciones como la dirección del flujo. (Padilla C, 2011, pág. 132 y 133)

2.2.7.2.9. Distribución de la planta

Conocidos los equipos principales y las instalaciones de servicio necesarias (por ejemplo, si deben llegar camiones de despacho de productos, se deberá considerar el área necesaria para su entrada, salida y maniobras de carga o descarga), se desarrolla un diagrama que especifique dónde está cada equipo y dónde está cada instalación (estacionamiento de ejecutivos, garaje, caldera, subestación eléctrica, casino, sala cuna, etc.). (Padilla C, 2011, pág. 135)

2.2.7.2.10. Valorización de obras físicas

Consiste en la valorización de las variables económicas que se relacionan con el aspecto técnico del proyecto, cuya inversión es común a las variables de producción, administración y ventas. En relación con la obra física, la valorización incluye desde la construcción o remodelación de edificios, oficinas de ventas, hasta la construcción de caminos, cercos o estacionamientos. (Padilla C, 2011, pág. 141)

2.2.7.3. Estudio legal y organizacional

2.2.7.3.1. La organización

Según Padilla (2011) manifiesta que “La Organización es la institución en la que las personas se unen en sus esfuerzos, realizando tareas complejas, para lograr objetivos comunes (individuales y colectivos)” (pág. 158).

2.2.7.3.2. Misión

Según Lara (2011) dice “es una declaración duradera del propósito de la organización, que la diferencia de otras empresas similares. Es una declaración de la razón de ser” (pag.143)

2.2.7.3.3. Visión

Es la más significativa ambición empresarial, que se construye día a día, a través del esfuerzo planeado y coordinado de todas las personas que colaboran en la empresa. Esto aplica la diseño del proyecto significa, el cómo se ve el proyecto a través del paso del tiempo y donde quiere llegar con la implementación del mismo. (Lara, 2011, pág. 144)

2.2.7.3.4. Política

La política de empresa es un conjunto de normas establecidas por la dirección de la misma, para regular diferentes apartados del funcionamiento de la empresa, Una política es un concepto en forma general sobre la forma de actuar de los empleados, o de la empresa en una situación que es común o imprevista. (López, 2011)

2.2.7.3.5. Reglas

Una regla ordena que se realice o no una acción específica y definida, con respecto a una situación. Una regla puede ser o no parte de un procedimiento, una regla es algo muy específico y rígido que se debe de hacer o no. Además el incumplimiento de las reglas ocasionas sanciones y castigos. (López, 2011)

2.2.7.3.6. Valores corporativos

Según Ceballos (2013) manifiesta que “son elementos propios de cada negocio y corresponden a su cultura organizacional, es decir, a las características competitivas, condiciones del entorno y expectativas de sus grupos de interés como clientes proveedores, junta directiva y los empleados”.

2.2.7.3.7. Organigrama estructural

Según Lara (2011) “es un gráfico de la organización del proyecto y permite representar a la estructura organizativa de este. El organigrama señala la vinculación que existe entre los departamentos diseñado en el estudio de factibilidad del proyecto” (Lara, 2011, pág. 145).

2.2.7.3.8. Organigrama funcional

Según Fajardo (2015) “El organigrama funcional incluye las principales funciones que se tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general”.

2.2.7.3.9. Objetivos

Según Córdova (2011) manifiesta que “Un objetivo se refiere a un resultado que se desea o necesita lograr dentro de un periodo de tiempo específico” (pag.163).

2.2.7.3.10. Estrategia

La estrategia abarca los medios que utiliza la organización para el logro de sus objetivos, lo que le confiere gran importancia. En su concepción se debe partir de las ventajas competitivas en un proceso dinámico e integrador que debe someterse a la permanente evaluación y a ajustes. (Padilla C, 2011, pág. 164)

2.2.7.3.11. Logotipo

Es un diseño gráfico que es utilizado como una continuación del símbolo por una compañía, organización o marca, y es a menudo, la forma de una adaptación del nombre de la compañía o de la marca, o es utilizado conjuntamente con el nombre. (Morales, 2007)

2.2.7.3.12. Marco legal del proyecto

Este se refiere a todos los requerimientos de orden legal y tributario necesario para el funcionamiento del proyecto diseñado y elaborado. Este análisis es indispensable pues se debe verificar la factibilidad legal de la constitución y operación de proyecto. (Lara, 2011, pág. 148)

2.2.7.4. Estudio financiero

En el estudio económico financiero se especifican las necesidades de recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma de financiación (aporte propio y créditos) y las estimaciones de ingresos y egresos para el período de vida útil del proyecto. El estudio económico financiero permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generará y la manera como se financiará. (Padilla C, 2011, pág. 186)

2.2.7.4.1. Inversiones de un proyecto

Se denomina inversiones a todos los gastos que se efectúan por unidad de tiempo para poder adquirir los factores productivos (mano de obra, materias primas y capital productivo y otros), necesarios para poder implementar el proceso productivo del bien o servicio, el mismo que generara beneficios, en el periodo establecido como vida útil del proyecto. (Lara, 2011, pág. 163)

2.2.7.4.2. Inversión fija o tangible

según Lara (2011) manifiesta que “son todo tipo de inversiones realizadas en bienes tangibles y duraderos para la operación y durante la vida útil del proyecto” (pag.164)., así tenemos compra de terrenos, construcción de obras físicas, compra de maquinaria, equipos, aparatos, instrumentos, herramientas, muebles, enseres y vehículos.

2.2.7.4.3. Inversiones diferidas o intangibles

Según Padilla (2011) manifiesta que “Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, etc.” (pág. 192).

2.2.7.4.4. Capital de trabajo inicial

Contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para que funcione una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos: materias primas, sueldos y salarios, cuentas por cobrar, almacén de productos terminados y un efectivo mínimo necesario para sufragar los gastos diarios de la empresa. (Padilla C, 2011, pág. 192)

2.2.7.4.5. Inversión total

Aquí se debe hacer una adecuada presentación de la información financiera teniendo en cuenta la realización de un cómputo de los costos correspondientes a la inversión fija, la inversión diferida y al capital de trabajo necesario para la instalación y operación del proyecto. (Padilla C, 2011, pág. 192)

2.2.7.4.6. Costos del proyecto

Según Lara (2011) manifiesta que “los costos son todo aquellos egresos de dinero que se deben realizar en un proyecto en el proceso de producción de un bien o servicio” (pag.177).

2.2.7.4.7. Gastos del proyecto

Según Lara (2011) manifiesta que “Son todos los egresos que se realizan en un proyecto y que no pertenecen al procesos de producción, si no como elemento de apoyo a mismo, y también para la distribución y comercialización del mismo” (pag.183).

2.2.7.4.8. Gastos administrativos

Son todos los egresos que se realizan en la normal operación del proyecto y se refieren a todos los que se identifique con los procesos de administración del proyecto. Esto significa tomar en cuenta los gastos de planificación, control, evaluación, otro. Entre estos tipos de gastos tenemos: personal servicios contratados, impuestos fiscales y municipales, multas e interese, mantenimiento y reparaciones, seguros, amortizaciones, alquiler, gastos generales, comisiones, honorarios, otros. (Lara, 2011, pág. 184)

2.2.7.4.9. Gastos de ventas

Son todos los egresos que se destinan al proceso de vender los bienes y servicios producidos por las actividades propias del proyecto que se realiza en la normal operación del mismo. Comprende las siguientes subcuentas: los costos de planificación y programación de ventas, promoción administración de ventas, publicidad, propaganda, marketing, expedición y envío, reclamos, atención al cliente, comisiones a vendedores. (Lara, 2011, pág. 188)

2.2.7.4.10. Gastos financieros

Según Córdova (2011) manifiesta que “contempla aquellos intereses que se originan en la financiación de las inversiones de la empresa y los resultados deficitarios durante la vida útil del proyecto” (pag.203).

2.2.7.4.11. Depreciación

Según Lara (2011) manifiesta que “es la pérdida del valor agregado de los activos fijos que sufren de su vida útil, por su desgaste normal, debido al uso de los mismos en el proceso de producción de un proyecto” (pag.193).

2.2.7.4.12. Ingresos

Según Lara (2011) manifiesta que “Son las entradas de dinero que el proyecto tiene, principalmente por las actividades normales de sus operaciones y a veces por otras actividades” (pag197).

Ingresos operacionales: son los ingresos que se producen por las actividades normales del proyecto

Ingresos no operacionales: son aquellos producidos por actividades no operacionales del proyecto y generalmente son; intereses ganados por inversiones de tipo financiera, ventas de activos fijos a través del valor del salvamento. (Lara, 2011, pág. 198)

2.2.7.4.13. Punto de equilibrio

Según Baca (2010) manifiesta que “El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables” (pág. 148).

2.2.7.4.14. Flujo de caja proyectado

Según Padilla (2011) manifiesta que “Es un estado financiero que mide los movimientos de efectivo, excluyendo aquellas operaciones que como la depreciación y amortización, constituyen una salida de dinero”. (pág. 210)

2.2.7.4.15. Balance de situación inicial

Según Lara (2011) manifiesta que “Es importante establecer un balance de situación inicial proyectado al primer año de vida del proyecto, así como el estado de resultados, aunque no indispensable” (pag.213).

2.2.7.4.16. Estado de resultados

La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar. Esta definición no es muy completa, pues habrá que aclarar que los ingresos pueden provenir de fuentes externas e internas y no sólo de la venta de los productos. (Baca U, 2010, pág. 150)

2.2.7.5. Evaluación financiera

Este tipo de evaluación mide el grado de rendimiento de la inversión a precios de mercados. Es la más común en todos los proyectos y muchas veces se confunde con la evaluación económica. La evaluación financiera se realiza específicamente en proyectos de inversión privada. (Lara, 2011, pág. 240)

2.2.7.5.1. Costo de oportunidad

El coste de oportunidad es el coste de la alternativa a la que renunciamos cuando tomamos una determinada decisión, incluyendo los beneficios que podríamos haber obtenido de haber escogido la opción alternativa. Por lo tanto, el coste de oportunidad son aquellos recursos que dejamos de percibir o que representan un coste por el hecho de no haber elegido la mejor alternativa posible, cuando se tienen unos recursos limitados (generalmente dinero y tiempo). El término coste de oportunidad también es denominado como “el valor de la mejor opción no seleccionada. (Pedrosa, 2017)

2.2.7.5.2. Valor actual neto (VAN)

Según Lara (2011) manifiesta que “Es la suma algebraica de la inversión total con signo negativo, más los flujos de cada año, pero actualizados a una tasa referencial” (pag.143)

Según Lara (2011) en otra definición dice que “el VAN es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”. (pag.143)

2.2.7.5.3. Tasa interna de retorno

Es la tasa que convierte al VAN en cero, esto significa que la totalidad de los flujos positivos actualizados son exactamente igual a la totalidad de los flujos negativos actualizados, lo que significa que es la tasa más alta que los inversionistas pueden pagar sin perder su dinero. (Lara, 2011, pág. 252)

2.2.7.5.4. Relación beneficio costo

Según Lara (2011) manifiesta que “Es la relación entre todos los ingreso en efectivo actualizado del proyecto dividido para los egresos de efectivo actualizados incluyendo la inversión. Este indicador se utiliza para medir el éxito del proyecto” (pág. 255).

Según Lara (2011) en otra conceptualización manifiesta que “La relación beneficio costo es el cociente entre los flujos descontados y la inversión inicial, a diferencia del VAN en lugar de restar o sumar los flujos de inversión realiza un cociente, por lo tanto este indicador es un número” (pág. 255).

2.2.7.5.5. Periodo de recuperación de la inversión

Según Padilla (2011)manifiesta que “el PRI Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial”. (Padilla C, 2011, pág. 234)

2.2.7.6. Estudio de impacto ambiental

Es un conjunto de estudios ambientales, técnico-científicos, sistemáticos, interrelacionados entre sí, cuyo objetivo es la identificación, predicción y evaluación de los efectos positivos o negativos que puede producir una o un conjunto de acciones de origen antrópico sobre el medio ambiente físico, biológico o humano. (Naturales, 2010)

2.2.7.6.1. Matriz de Leopold

Según Cotán & Arroyo (2007) “La matriz de Leopold es un método cualitativo, muy apropiado para valorar diversas alternativas de un mismo proyecto, esta matriz es el primer método que se utilizó para las evaluaciones del impacto ambiental”.

Un primer paso para la utilización de la matriz de Leopold, consiste en la identificación en la identificación de las interacciones existentes, para lo cual se consideran primero todas las acciones (columnas) que puedan tener lugar dentro del proyecto, en cuestión. Posteriormente y para cada acción, se consideran todos los factores ambientales (filas) que pueden quedar afectados significativamente, trazando una diagonal en la cuadrícula correspondiente a la columna (acción) y fila (factor) considerados. Una vez hecho esto para todas las acciones, tendremos marcadas las cuadrículas que representen interacciones (o efectos) a tener en cuenta. (Cotán & Arroyo, 2007)

Según Cotán & Arroyo (2007) “**Magnitud**: según el número de 1 a 10, en el que el 10 corresponde a la alternativa máxima provocada en el factor ambiental considerando 1 a la mínima”.

Cotán & Arroyo (2007) “**Importancia (ponderación)**: que da el precio relativo que el factor ambiental considerado tiene dentro del proyecto, o la posibilidad que se presenten alteraciones”.

Los valores de magnitud van precedido con un signo + o con un signo -, según trate el efecto positivo o negativos sobre el medio ambiente.

Una vez llena las cuadrículas, el próximo paso consiste en evaluar o interpretar los números en ella colocado, para simplificar el trabajo es aconsejable operar con una matriz reducida, en el que también se disponen en columnas las acciones y en filas los factores ambientales entre los cuales existe interacción. (Cotán & Arroyo, 2007)

La evaluación de los parámetros “magnitud” e “importancia” ha de hacerse, en lo posible, sobre la base de datos, cuyo sistema de procesamiento o interpretación para llegar a definir los valores de la magnitud e importancia, debe ir acompañada a la matriz, con lo cual esta se convierte en un macro resumen del texto o estudio de impacto ambiental adjunto. (Cotán & Arroyo, 2007)

2.2.8. Empresa

Según Urueña (2008) manifiesta que “Una empresa es una unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios, cuya razón de ser, es satisfacer una necesidad existente en la sociedad”

2.2.8.1. Importancia

La importancia de la empresa como institución laboral, de negocios, económica tiene que ver directamente con el hecho de que es ella, la empresa, la que funciona como unión de todos aquellos que están destinados a trabajar por ese objetivo común. Una empresa, además, puede dar trabajo a un sinnúmero de empleados y asegurar el bienestar de muchas familias. Pero para que esto ocurra es necesario que quienes la dirigen y trabajan en ella pongan como elemento central el crecimiento de la misma y no las acciones ilegales que puedan perjudicarla. Todas las áreas que forman parte de ella deben tener en claro su rol y sus tareas. (Urueña B, 2008, pág. 13)

2.2.8.1.1. Centro de acopio

Según Cadena (2016) manifiesta que “Son instalaciones administradas por un comité, que cumplen la función de concentrar o reunir la producción de hortalizas y frutas de pequeños productores, para que puedan competir en cantidad y calidad”. (pag. 7)

2.2.8.1.2. Compañía de responsabilidad limitada

La Compañía de Responsabilidad Limitada, es la que se contrae con un mínimo de dos personas, y pudiendo tener como máximo un número de quince. En ésta especie de compañías sus socios responden únicamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, es decir que si la empresa llegase a contraer deudas, los socios no responderán con su patrimonio personal y hacen el comercio bajo su razón social o nombre de la empresa acompañado siempre de una expresión peculiar para que no pueda confundirse con otra compañía. . Y en donde el capital social se encuentra dividido en participaciones sociales indivisibles y acumulables. (Gonzales H, 2010)

2.2.9. Comercialización

Según Lara (2011) manifiesta que “la comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar” (pag.89).

2.2.10. Historia de la Parroquia

La parroquia Bayushig, se creó aproximadamente en el año 1535, sus primeros pobladores fueron don Andalicio Paguay, quien llegó con 7 mujeres y unos 35 hijos y don Juanario Chunata.

Bayushig pertenecía a la entonces Parroquia Penipe, un grupo de moradores que querían ver a su cuna natal libre y soberana, se reunieron en la casa de Don Manuel López y sesionaron para realizar los trámites para su parroquialización. A Bayushig, de acuerdo al sentido etimológico de la palabra, se le han dado dos significados: Bayu = subir una pendiente por un sendero, Shig = llegar a una llanura sorprendente de amplio verdor. El otro significado de Bayushig es: Bayu = barro y shig = tierra: “Tierra de barro”.

Sus festividades son: las del barrio San Antonio, Patrono del lugar, cuya fiesta se lleva a cabo en el mes de junio; barrio el Quinche, con el nombre de la Patrona del barrio, la Santa Virgen del Quinche, cuya fiesta es la más pomposa por las romerías que realizan moradores de la región oriental. No podría faltar el homenaje a la fruta del lugar, que tantas divisas deja en las familias, instituyéndose entonces la fiesta denominada “El Festival de la Manzana”, que desde el año 1965 atrae a los turistas de todo el país por el derroche de alegría durante 4 días. Esta fiesta nació por iniciativa de los señores profesores Carlos Coello C y Marina Velarde de Velasco, que en aquellos años prestaban sus servicios docentes en esta parroquia. Este festival se realiza en el mes de abril. (Samaniego, 2010, pág. 12)

2.3. HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

El Proyecto de factibilidad de creación de un centro de acopio para la comercialización de productos agrícolas en la parroquia san Antonio de Bayushig, Cantón Penipe, provincia de Chimborazo, ayudará a mejorar las condiciones de vida de los habitantes del sector.

2.4. VARIABLES

2.4.1. Variable independiente

Proyecto de factibilidad

2.4.2. Variable dependiente

Mejorar las condiciones de vida de los habitantes.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

De campo: La investigación se realizará en la parroquia San Antonio de Bayushig, Cantón Penipe, Provincia de Chimborazo

Bibliográfica: La investigación se apoyará en documentos, textos y otros que se refieren en sus investigaciones al tema, sirviendo esto para sustentar la teoría de la presente investigación.

3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Cuantitativa: En esta investigación aplicaré la investigación cuantitativa puesto que me ayudará a determinar datos numéricos durante todo el trayecto del mismo, desde el análisis del estudio de mercado para determinar muestras, demanda, oferta, demanda insatisfecha, precios, producción así como también en el estudios técnico, estudio de constitución y legal, estudio financiero y la evaluación financiera, debido a que se realizará los respectivos cálculos matemáticos y financieros para verificar si el proyecto es factible para su respectiva aplicación.

Descriptiva: La aplicación de este método permitirá realizar una descripción objetiva de la realidad actual por la que está atravesando la parroquia San Antonio de Bayushig para poder llegar a proponer una alternativa de solución para contribuir con su desarrollo económico de sus habitantes.

Explicativa: La investigación estará dirigida a observar, definir y relacionar fenómenos para ver la relación que existe entre las variables desde un proceso metodológico hasta la inclusión de actividades para mejorar el desarrollo económico del sector.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

La Parroquia San Antonio de Bayushig cuenta con un total de 319 familias tomando en consideración el número de jefes de familia según el PDOT de la Parroquia. (PDOT, 2015, pág.33).

En vista que la población es finita se realizará encuestas a toda las familias de la Parroquia mencionada.

Ilustración 1. Número de familias en la Parroquia San Antonio Bayushig

Comunidad	Jefes de familia hombres		Jefes de familia mujeres		Total de jefes de familia
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje	
Cabecera de Bayushig	100	49.26%	60	51.72%	160
Naguantus	40	19.70%	20	17.24%	60
Colaitus	20	9.85%	10	8.62%	30
La libertad	33	16.26%	20	17.24%	53
Santa Vela	10	4.93%	6	5.17%	16
	203	100%	116	100%	319

Fuente: PDOT de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2015

3.4. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.4.1. Métodos

Método Inductivo: Está basado en el análisis sobre los procesos que se viene realizando en la parroquia San Antonio de Bayushig con el objeto de partir de un caso o de casos particulares y observaciones de la realidad.

Método Deductivo: Se inicia desde las premisas generales, para sacar conclusiones del tema que se está investigando y poner énfasis en la teoría y su aplicabilidad. Se parte del marco teórico, se plantea la hipótesis mediante el razonamiento deductivo.

3.4.2. Técnicas

Encuesta: Mediante la encuesta se logrará obtener información de interés sociológico, a través de un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración de los agricultores de la Parroquia mencionada.

Entrevista: La entrevista ayuda a obtener información de los comerciantes del mercado mayorista de Riobamba y propietarios de bodegas del sector de San Alfonso.

3.4.3. Instrumentos

Cuestionarios: En este tipo de proyecto se aplicará un cuestionario para identificar nuestras variables en estudio.

3.5. RESULTADOS

3.5.1. Encuesta aplicada a los agricultores de la parroquia San Antonio de Bayushig

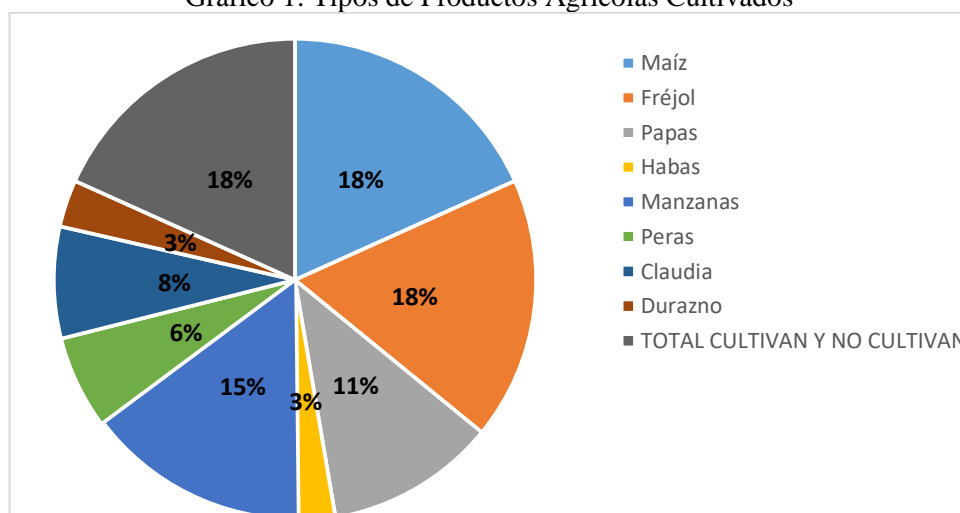
1.- ¿Qué tipo de productos agrícolas cultiva usted?

Tabla 1. Tipos de Productos Agrícolas Cultivados

Alternativa	SI	NO	Porcentaje de SI	Porcentaje de NO	Total
Maíz	312	7	98%	2%	100%
Frejol	301	18	94%	6%	100%
Papas	195	124	61%	39%	100%
Habas	43	276	13%	87%	100%
Manzanas	256	63	80%	20%	100%
Peras	107	212	34%	66%	100%
Clàudia	128	191	40%	60%	100%
Durazno	54	265	17%	83%	100%
Total cultivan y no cultivan	312	7	98%	2%	100%

Fuente: Encueta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018
Elaborado por: Marlene Once

Gráfico 1. Tipos de Productos Agrícolas Cultivados



Fuente: Encueta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018
Elaborado por: Marlene Once

Interpretación: Se aplicaron 319 de las cuales 98% de la población si cultivan Maíz y el 2% no cultivan, el 94% si cultivan fréjol y el 6% no, el 61% si cultivan papas y el 39% no, el 13% si cultivan habas y el 87% no, el 80% si cultivan manzanas y el 20% no, el 34% si cultivan peras y el 66% no, el 40% si cultivan claudias y el 60% no, el 17% si cultivan durazno y el 83% no, el 2% corresponde a personas que no cultivan ningún producto ya que manifestar que no cuentan con terrenos para hacerlo.

2.- ¿Durante que épocas del año saca sus productos a la venta?

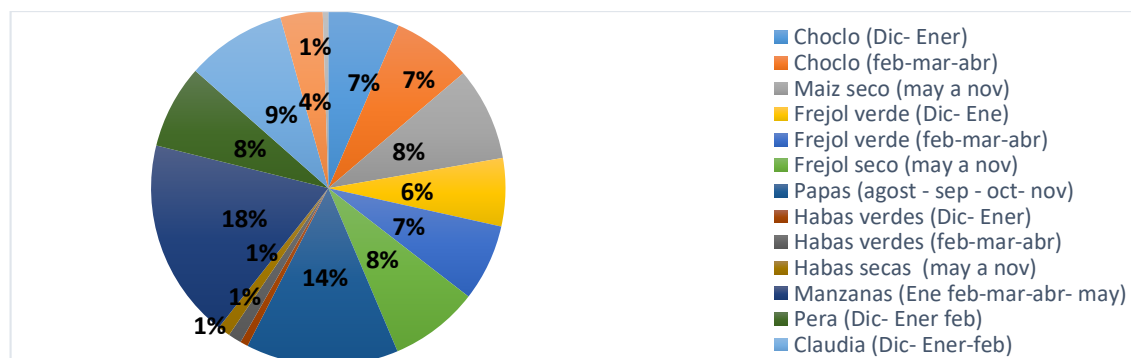
Tabla 2. Épocas del año de la producción

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Choclo (Dic- Ener)	91	29%
Choclo (feb-mar-abr)	102	32%
Maíz seco (may a nov)	119	37%
Fréjol verde (Dic- Ene)	87	27%
Fréjol verde (feb-mar-abril)	98	31%
Fréjol seco (may a nov)	114	36%
Papas (agost - sep- oct- nov)	195	61%
Habas verdes (Dic- Ener)	10	3%
Habas verdes (feb-mar-abr)	17	5%
Habas secas (may a nov)	16	5%
Manzanas (Ene - feb-mar-abril- may)	256	80%
Pera (Dic- Ener feb)	107	34%
Claudia (Dic- Ener-feb)	128	40%
Durazno (mar- abr)	54	17%
No cultivan	7	2%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018

Elaborado por: Marlene Once

Gráfico 2. Épocas del año de la Producción



Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018

Elaborado por: Marlene Once

Interpretación: la época en la cual los agricultores sacan a la venta su productos es; en el caso del choclo, maíz seco, frejol verde y seco, habas verdes y secas, hay dos épocas de siembra, por tal lo tanto no todos los agricultores cosecharan al mismo tiempo; el 29% de los agricultores venden el choclo en (dic; ene), el 32% vende el choclo en (feb; mar; abr), el 37% venden el maíz seco de (may a nov); en el caso del fréjol verde el 27% (ene; feb),el 31% vende el fréjol verde (feb; mar; abr), el 36% venden el fréjol seco de (may; a nov); respecto a las papas el 61% venden de (agost a nov); en el caso de la habas verde el 3% venden en (dic; ene), el 5% vende las habas verdes en (feb; mar; abr), las habas seca el 5% de (mayo a junio); el 80% venden las manzanas de (ene a may); el 34% venden las peras en (dic – ene - feb); el 40% venden las claudias en (ene a feb) en el caso de los duraznos e 17% venden en (mar y abr) y el 2% a los agricultores que no venden.

3.- ¿Cuántos sacos o cajas de productos verdes, tubérculos y frutas vende por semana?

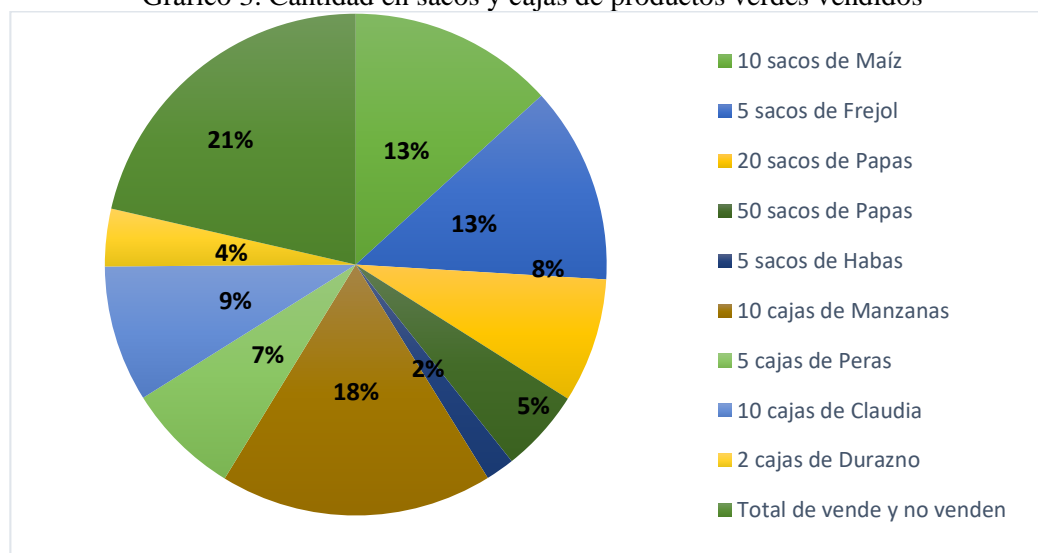
Tabla 3. Cantidad en sacos y cajas de productos verdes vendidos

Alternativa	SI venden	NO venden	% de SI venden	% de NO venden	Total
10 sacos de Maíz	193	126	61%	39%	100%
5 sacos de Frejol	185	134	58%	42%	100%
20 sacos de Papas	117	202	37%	63%	100%
50 sacos de Papas	78	241	24%	76%	100%
5 sacos de Habas	27	292	8%	92%	100%
10 cajas de Manzanas	256	63	80%	20%	100%
5 cajas de Peras	107	212	34%	66%	100%
10 cajas de Claudia	128	191	40%	60%	100%
2 cajas de Durazno	54	265	17%	83%	100%
Total de venden y no venden	312	7	98%	2%	100%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018

Elaborado por: Marlene Once

Gráfico 3. Cantidad en sacos y cajas de productos verdes vendidos



Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018

Elaborado por: Marlene Once

Interpretación: de las 319 encuestas planteada en la pregunta en la pregunta ¿Cuántos sacos o cajas de productos verdes vende por semana?, los agricultores respondieron que el 61% vende 10 sacos de cholos por semana, el 58% vende 5 sacos de fréjol por semana, el 37% vende 20 sacos de papas, 24% vende 50 sacos de papas, 8% vende 5 sacos de habas, el 80% vende 10 cajas de manzanas, el 34% vende 5 cajas de peras, el 40% vende 10 cajas de claudias, el 17% ven 2 cajas de durazno y un 2% corresponde a 7 personas que no cuentan con terrenos para cultivar.

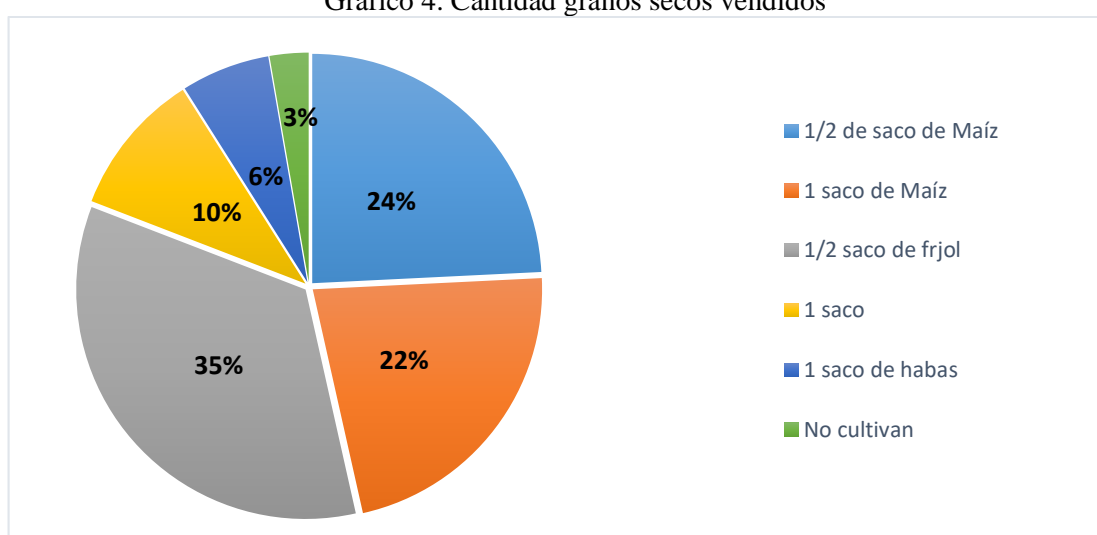
4.- ¿Qué cantidad de granos secos como él (maíz, fréjol, habas) vende por semana?

Tabla 4. Cantidad granos secos vendidos

Alternativa	SI Venden	NO Venden	% de SI venden	% NO Venden	TOTAL
1/2 de saco de Maíz	62	257	19%	81%	100%
1 saco de Maíz	57	262	18%	82%	100%
1/2 saco de fréjol	88	231	28%	72%	100%
1 saco	26	293	8%	92%	100%
1 saco de habas	16	303	5%	95%	100%
Total de venden y no venden	312	7	98%	2%	100%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018
Elaborado por: Marlene Once

Gráfico 4. Cantidad granos secos vendidos



Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018
Elaborado por: Marlene Once

Interpretación: en este caso el 19% de las familias venden medio saco de maíz por semana, el 18% venden 1 saco de maíz; en el caso del fréjol el 28% vende medio saco por semana y el 8% vende 1 saco de fréjol; el 5% vende un saco de habas; y el 2% corresponde a agricultores que no cultivan

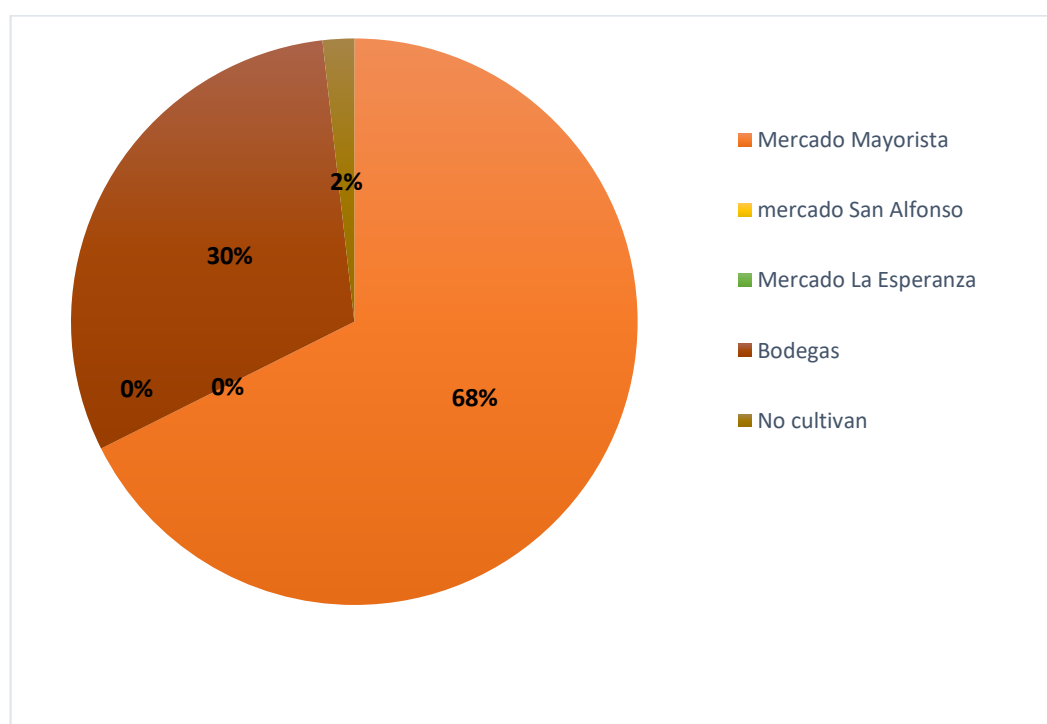
5.- ¿En dónde vende usted sus productos?

Tabla 5. ¿En dónde vende usted sus productos?

ALTERNATIVAS	SI	NO	% de SI	% de NO	TOTAL
Mercado Mayorista	263	56	82%	18%	100%
mercado San Alfonso	0	319	0%	100%	100%
Mercado La Esperanza	0	319	0%	100%	100%
Bodegas	119	200	37%	63%	100%
Total de vendedores y no vendedores	312	7	98%	2%	100%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018
Elaborado por: Marlene Once

Gráfico 5. Lugar donde se vende los productos



Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018
Elaborado por: Marlene Once

Interpretación: de acuerdo a la pregunta que he planteado sobre el lugar donde venden los productos los agricultores, puede decir que el 82% de los agricultores venden en el mercado mayorista sus frutos y productos verdes como el choclo, frejol, habas y papas, el 37% correspondientes a los agricultores llevan sus productos secos como el maíz, frejol y habas en bodegas De San Alfonso el 2% corresponde a personas que no cultivan productos agrícolas.

6.- ¿Quién establece los precios a sus productos?

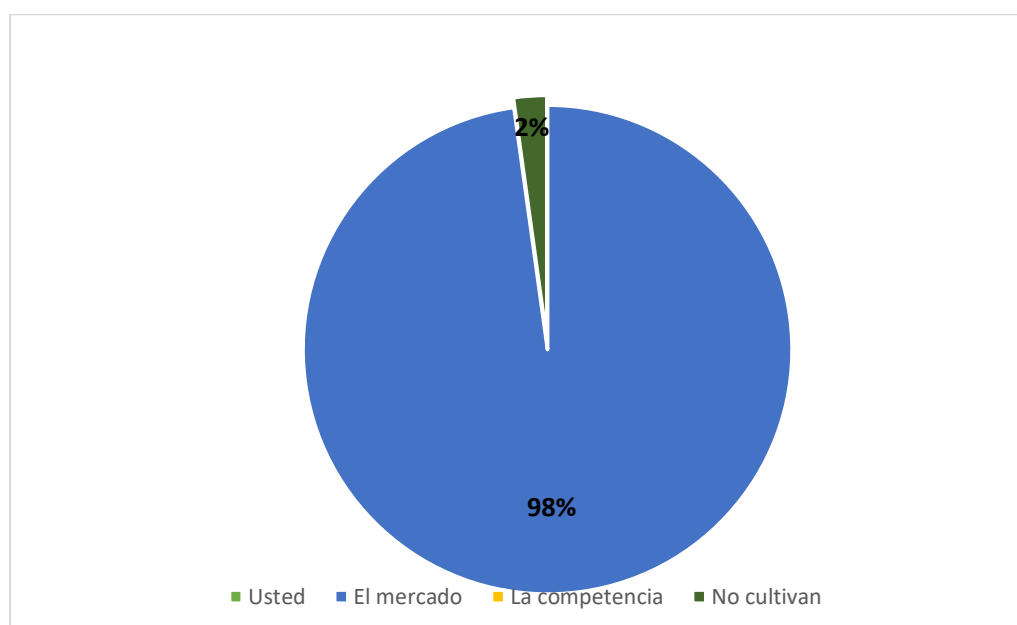
Tabla 6. Quien establecen los precios

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Usted		0%
El mercado	312	98%
La competencia	0	0%
No cultivan	7	2%
Total	319	100%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018

Elaborado por: Marlene Once

Gráfico 6. Quien establecen los precios



Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018

Elaborado por: Marlene Once

Interpretación: en la pregunta que se estableció en la encuesta de quien establece los precios de los productos de los agricultores todos coincidieron que ya dependía mucho del mercado, un 98% de los agricultores coinciden que los precios lo establece el mercado y 2% corresponde a personas que no cultivan productos.

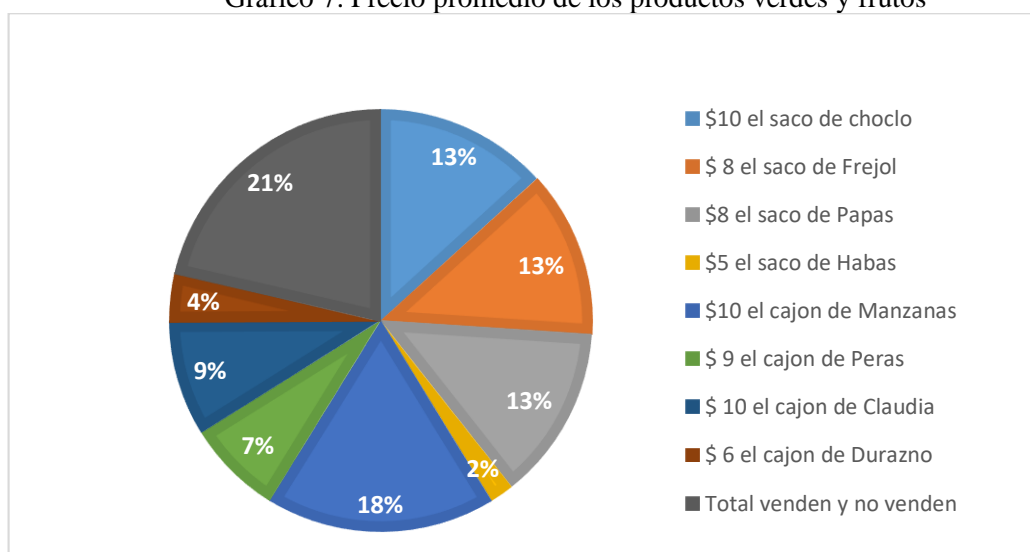
7.- ¿A qué precios promedio vende sus productos verdes y frutas sea por saco o caja a los comerciantes?

Tabla 7. Precio promedio de los productos verdes y frutos

ALTERNATIVA	SI	NO	% de SI	% de NO	Total
\$10 el saco de choclo	193	126	61%	39%	100%
\$ 8 el saco de Frejol	187	132	59%	41%	100%
\$8 el saco de Papas	195	124	61%	39%	100%
\$5 el saco de Habas	27	292	8%	92%	100%
\$10 el cajón de Manzanas	256	63	80%	20%	100%
\$ 9 el cajón de Peras	107	212	34%	66%	100%
\$ 10 el cajón de Claudia	128	191	40%	60%	100%
\$ 6 el cajón de Durazno	54	265	17%	83%	100%
Total venden y no venden	312	7	98%	2%	100%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018
Elaborado por: Marlene Once

Gráfico 7. Precio promedio de los productos verdes y frutos



Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018
Elaborado por: Marlene Once

Interpretación: respecto a los precios de venta de los productos puede decir que el 61% de los agricultores venden el saco de choclo a \$10, el 59% de los agricultores venden a \$8 el saco de fréjol verde, el 61% de los agricultores venden a \$8 el saco de papas, el 8% de los agricultores venden a \$5 el saco de habas, el 80 % venden a \$10 el cajón de manzanas, 34% venden a \$7 el cajón de peras, 40% venden a \$10 el cajón de manzanas , 17% venden a \$6 el cajón de duraznos y el 2% corresponde a agricultores que no cultivan.

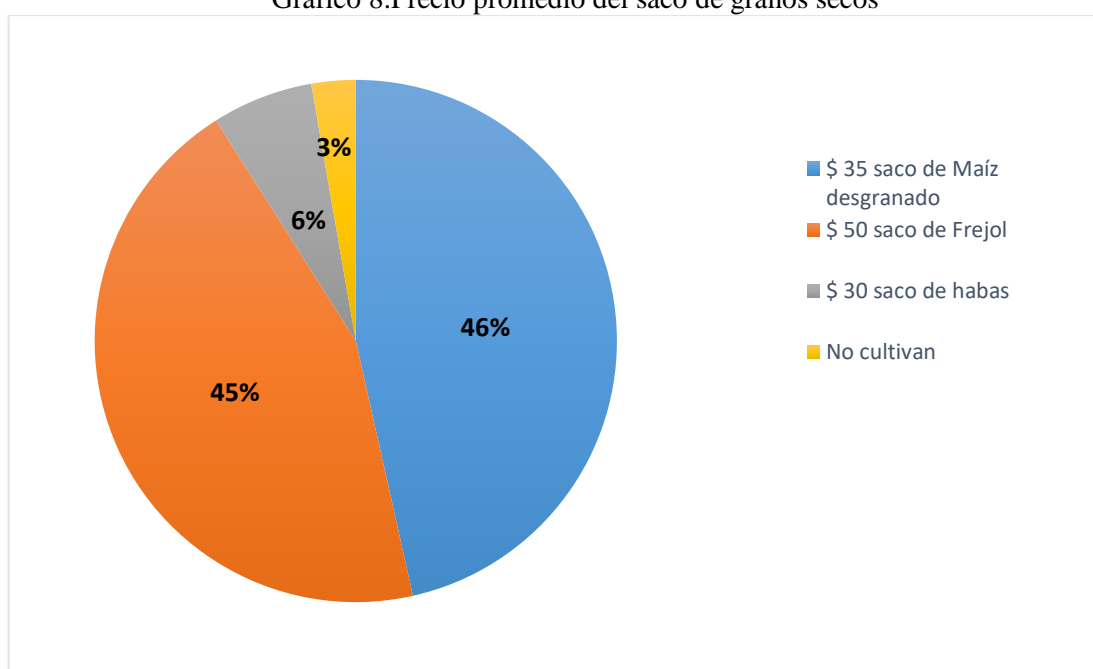
8. ¿A qué precio promedio vende los sacos de granos secos?

Tabla 8. Precio promedio del saco de granos secos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$ 35 saco de Maíz desgranado	119	37%
\$ 50 saco de Fréjol	114	36%
\$ 30 saco de habas	16	5%
No cultivan	7	2%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018
Elaborado por: Marlene Once

Gráfico 8. Precio promedio del saco de granos secos



Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018
Elaborado por: Marlene Once

Interpretación: respecto a los precios de los productos secos como es el caso del maíz, fréjol y habas se puede decir que el 37% de los agricultores venden el saco de maíz seco a \$35, el 36% corresponde a los agricultores que venden el saco de fréjol a \$50, el 5% venden a \$ 30 el saco de habas y el 2% corresponde a agricultores que no cultivan.

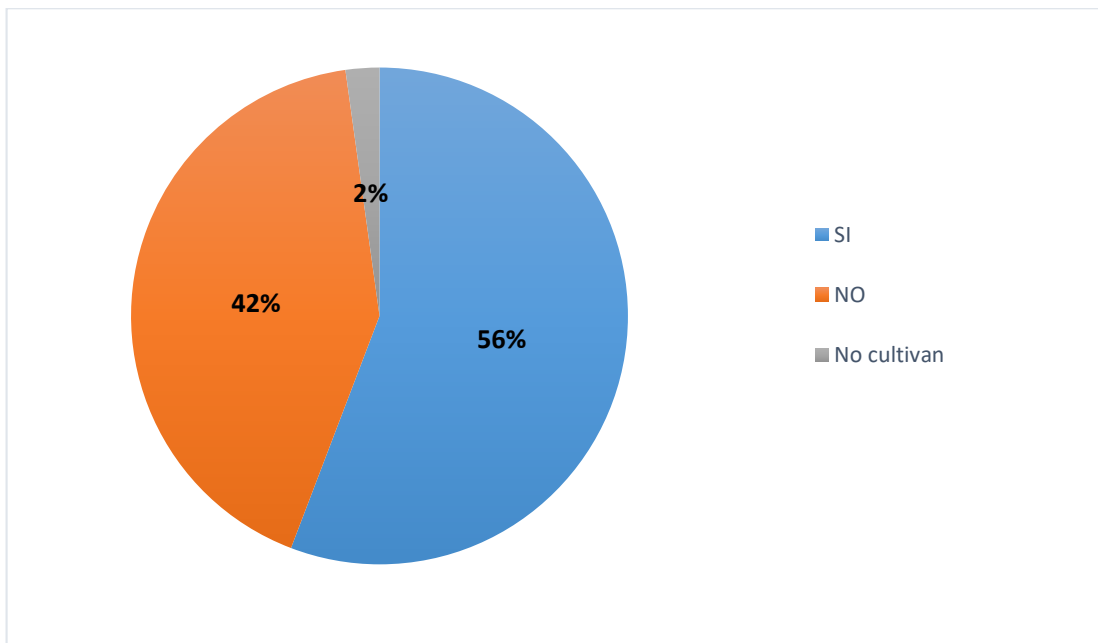
9. ¿Sabe usted lo que es un centro de acopio?

Tabla 9. ¿Sabe usted que es un centro de Acopio?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	178	56%
No	134	42%
No cultivan	7	2%
Total	319	100%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018
Elaborado por: Marlene Once

Gráfico 9. ¿Sabe usted que es un centro de Acopio?



Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018
Elaborado por: Marlene Once

Interpretación: se puede decir que el 56% los agricultores saben que es un centro de acopio, el 42% no saben el significado y el 2% corresponde a agricultores que no se aplicó la encuesta puesto que manifestaron que no cultivan.

10.- ¿Estaría de acuerdo que creará una organización que le facilite la venta de sus productos en la Parroquia?

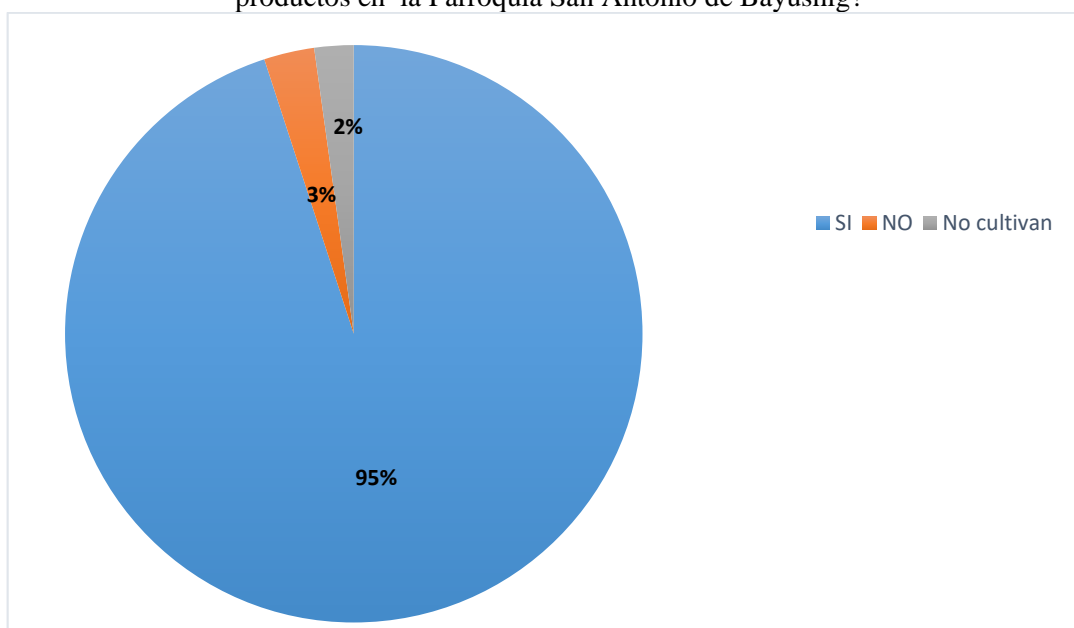
Tabla 10. . ¿Estaría de acuerdo que se creará una organización que le facilite la venta de sus productos en la Parroquia?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	312	98%
No	0	0%
No cultivan	7	2%
Total	319	100%

Fuente: Encueta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018

Elaborado por: Marlene Once

Gráfico 10. ¿Estaría de acuerdo que se creará una organización que le facilite la venta de sus productos en la Parroquia San Antonio de Bayushig?



Fuente: Encueta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018

Elaborado por: Marlene Once

Interpretación: respecto a esta pregunta los agricultores manifestaron lo siguiente: el 98% de los habitantes si les gustaría que se creara una organización que les ayude en la parroquia con sus productos, el no corresponde a un 0% y el 2% corresponde a personas que no cultivan productos ya que no cuentan con terrenos para su fin.

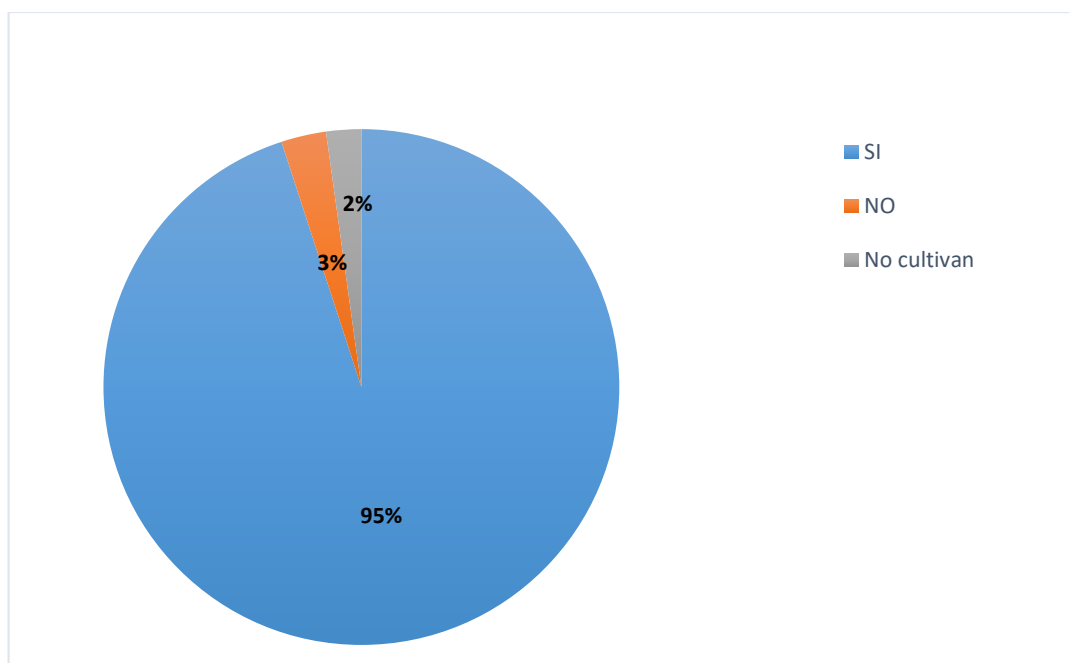
11.- ¿Estaría usted de acuerdo en vender sus productos agrícolas a esta organización evitando costos de transporte y viajes?

Tabla 11. ¿Estaría usted de acuerdo en vender sus productos agrícolas a esta organización evitando costos de transporte y viajes?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	303	95%
No	9	3%
No cultivan	7	2%
Total	319	100%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018
Elaborado por: Marlene Once

Gráfico 11. ¿Estaría usted de acuerdo en vender sus productos agrícolas a esta organización evitando costos de transporte y viajes?



Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018
Elaborado por: Marlene Once

Interpretación: de acuerdo a la pregunta planteada a los agricultores sobre si estarían de acuerdo en vender los productos a un centro de acopio se puede decir que el 95% están dispuestos a vender sus productos a la empresa, el 3% no estarían dispuestos ya que cuentan con transporte propio, y el 2% corresponde a agricultores que no se aplicó las encuestas por motivos que no cultivan.

3.5.2. Entrevista dirigida al presidente de la sección de papas del mercado mayorista de San Pedro de Riobamba

1.- ¿Conoce usted cuantos comerciantes existen en la sección de papas?

Si, como presidente llevo nóminas de mis compañeros de esta sección los cuales incluida mi persona somos 74 comerciantes legales.

2.- ¿De qué lugares provienen con más frecuencia los productos que usted y sus compañeros comercializa en esta sección?

Las papas provienen de diferentes lugares de la Provincia así como también de algunos sectores de Tungurahua, siendo más específico del Cantón Chambo, Penipe, Guano, Colta, Guamote entre los principales.

3.- ¿Usted considera que los precios son estables?

Por lo general aquí en el mercado mayorista los precios jamás van a ser estables puesto que los precios varían dependiendo las temporadas, lo que quiere decir que cuando hay abundancia de producto los precios bajan, y cuando hay escases de productos los precios suben.

4.- ¿Cuáles son sus principales clientes?

Las personas a quienes vendemos los productos son a los comerciantes de los mercados de aquí de Riobamba, comerciantes informales, comerciantes que llevan productos a venderlos fuera de la provincia como el Guayas, Pastaza etc., y a consumidores finales.

5.- ¿Cuántos sacos de papa vende usted y cuantos cree que sus compañeros venden por semana?

Tabla 12 cantidad de sacos de papas vendidos por los comerciantes.

Nº de comerciantes	Cantidad de sacos vendidos por semana
8	1000 (sacos de papa)
15	500 (sacos de papa)
51	300 (sacos de papa)
Total sacos semanales	30800 (sacos aproximadamente)

Fuente: entrevista dirigida al presidente de la sección de papas del mercado mayorista San Pedro de Riobamba 2018

Elaborado por: Marlene Once

6.- ¿A qué precio promedio venden sus productos?

El precio promedio podría decir que es de \$10

3.5.3. Entrevista dirigida al presidente de la sección de choclos del mercado mayorista de San Pedro de Riobamba

1.- ¿Conoce usted cuantos comerciantes existen en la sección de choclos?

Como presidente a nosotros nos entregan los listados de los compañeros comerciantes de esta sección y somos 49 comerciantes legales.

2.- ¿De qué lugares provienen con más frecuencia los productos que usted comercializa en esta sección?

El choclo proviene de diferentes sectores de la Provincia, así como también de Bolívar, siendo más específico del Cantón Chambo, Penipe, Guano, Colta, Guamote entre los principales, y de Bolívar de Guaranda

3.- ¿Usted considera que los precios son estables?

Los precios jamás van a ser estables puesto que los precios varían dependiendo temporadas, lo que quiere decir que cuando hay abundancia de producto los precios bajan, y cuando hay escases de productos los precios suben.

4.- ¿Cuáles son sus principales clientes?

Las personas a quienes vendemos los productos son a los comerciantes de los mercados de aquí de Riobamba, comerciantes informales, comerciantes que llevan productos a venderlos fuera de la provincia como el Guayas, Pastaza etc., y consumidores finales.

5.- ¿Cuántos sacos de choclos vende usted y cuantos cree que sus compañeros venden por semana?

Tabla 13. Cantidad de sacos de choclo vendidos por los comerciantes

Nº de comerciantes	Cantidad de sacos vendidos por semana
7	800 (sacos de choclo)
21	500 (sacos de choclo)
21	400 (sacos de choclo)
Total sacos semanales	24500 (sacos aproximadamente)

Fuente: entrevista dirigida al presidente de la sección de choclos del mercado mayorista San Pedro de Riobamba 2018

Elaborado por: Marlene Once

6.- ¿A qué precio promedio venden sus productos?

El precio promedio del sac del choclo podría decir que es de \$13

3.5.4. Entrevista dirigida al presidente de la sección de habas y frejol del mercado mayorista de San Pedro de Riobamba

1.- ¿Conoce usted cuantos comerciantes existen en la sección de habas y frejol y arveja?

En la sección existimos 59 comerciantes que nos dedicamos a la venta de habas, fréjol y arveja de los culés 10 se dedican a vender solo arveja y los de más fréjol y habas.

2.- ¿De qué lugares provienen con más frecuencia los productos que usted comercializa en esta sección?

Las habas y fréjol provienen de diferentes sectores de Chimborazo siendo más específico del Cantón Columbe, Alausí Chambo, Penipe, Guano, Colta, Guamote etc.

3.- ¿Usted considera que los precios son estables?

Los precios en los mercados no son estable ya que precios varían dependiendo temporadas, lo que quiere decir que cuando hay abundancia de producto los precios bajan, y cuando hay escases de productos los precios suben.

4.- ¿Cuáles son sus principales clientes?

Las personas a quienes vendemos los productos son a los comerciantes de los mercados de aquí de Riobamba, comerciantes informales, comerciantes que llevan productos a venderlos fuera de la provincia como el Guayas, Pastaza etc., y a consumidores finales.

5.- ¿Cuántos sacos de habas y fréjol vende usted y cuantos cree que sus compañeros venden por semana?

Tabla 14. Cantidad de sacos de habas y frejol vendidos por los comerciantes

Nº de comerciantes	Cantidad de sacos habas vendidos por semana	Cantidad de sacos frejol vendidos por semana
20	100 (sacos de habas)	100 (sacos de frejol)
20	75 (sacos de habas)	80 (sacos de frejol)
9	50 (sacos de habas)	60 (sacos de frejol)
Total sacos	3950 (sacos aproximadamente)	4140 (sacos aproximadamente)

Fuente: entrevista dirigida al presidente de la sección de habas y frejol del mercado mayorista San Pedro de Riobamba 2018

Elaborado por: Marlene Once

6.- ¿A qué precio promedio venden sus productos?

El precio promedio de las habas es de \$7 y del fréjol es de \$10

3.5.5. Entrevista dirigida al presidente de la sección de frutas del mercado mayorista de San Pedro de Riobamba

1.- ¿Conoce usted cuantos comerciantes existen en la sección de frutas nacionales?

En esta sección existimos 53 comerciantes que nos dedicamos a la venta de frutas.

2.- ¿De qué lugares provienen con más frecuencia las frutas como (manzana, pera, durazno y Claudia)?

Estos frutos provienen de Penipe de las Parroquias Bayushig, El Altar, Puela, así como también de la provincia de Tungurahua.

3.- ¿Usted considera que los precios son estables?

Los precios en los mercados no son estable ya que los precios varían dependiendo las temporadas, lo que quiere decir que cuando hay abundancia de producto los precios bajan, y cuando hay escases de productos los precios suben.

4.- ¿Cuáles son sus principales clientes?

Las personas a quienes vendemos los productos son a los comerciantes de los mercados de aquí de Riobamba, comerciantes informales, comerciantes que llevan productos a venderlos fuera de la provincia como el Guayas, Pastaza etc., y por ende a consumidores finales.

5.- ¿Cuántos cajones de manzana, pera durazno y claudia venden por semana usted y sus compañeros?

Tabla 15. Cantidad de productos vendidos a los comerciantes

Nº de comerciantes	Cantidad de cajas manzana	Cantidad de cajas peras	Cantidad de cajas claudias	Cantidad de cajas durazno
23	200 (cajas)	30 (cajas)	100 (cajas)	100(cajas)
30	150 (cajas)	25(cajas)	50 (cajas)	50 (cajas)
Total cajas semanales	9100 (cajas)	1440 (cajas)	3800 (cajas)	3800 (cajas)

Fuente: entrevista dirigida al presidente de la sección de frutas del mercado mayorista San Pedro de Riobamba 2018

Elaborado por: Marlene Once

6.- ¿A qué precio promedio venden sus productos?

El precio promedio de la manzana es de \$12, pera \$11, Claudia \$12 y durazno \$8

3.5.6. Entrevista al propietario de la bodega “Comercial Alvear” en la ciudad de Riobamba

1.- ¿De qué lugares provienen con más frecuencia los granos como el maíz, fréjol y hablas?

Estos productos provienen de los cantones de Chimborazo como es Chambo, Guano, Penipe etc., así como también de Guaranda, Perú

2.- ¿Usted considera que los precios son estables?

Los precios en los mercados no son estables ya que los precios varían dependiendo temporadas, lo que quiere decir que cuando hay abundancia de producto los precios bajan, y cuando hay escases de productos los precios suben.

3.- ¿Cuáles son sus principales clientes?

Bueno puedo decir que al hablar de clientes estamos hablando de propietarios de molinos, restaurantes, tiendas, supermercados, consumidores finales, así como también comerciantes que llevan a comercializar en otras provincias donde los precios son mejores al de la provincia

4.- ¿Cuántos sacos de maíz, frejol y habas usted vende por semana?

Tabla 16. Cantidad en sacos de maíz, frejol y habas venden los comerciantes

Productos	Cantidad semanal
Maíz	70 (sacos)
Fréjol	50 (sacos)
Habas	40 (sacos)

Fuente: entrevista dirigida al propietario de la bodega “Comercial Alvear” en la ciudad de Riobamba

Elaborado por: Marlene Once

5.- ¿A qué precio promedio venden el saco de maíz frejol y habas?

Aproximadamente los precios promedios a los cuales vendemos los granos secos es de \$45 el saco de maíz desgranado, el saco de frejol a \$60 y el saco del habas a \$40

3.5.7. Entrevista al propietario de la bodega comercial Alvear Uvidia en la ciudad de Riobamba

1.- ¿De qué lugares provienen con más frecuencia los granos como el maíz, fréjol y habas?

Estos productos provienen de los cantones de Chimborazo como es Chambo, Guano, Penipe, etc., así como también de Guaranda, Perú

2.- ¿Usted considera que los precios son estables?

Los precios en los mercados no son estable ya que los precios varían dependiendo temporadas, lo que quiere decir que cuando hay abundancia de producto los precios bajan, y cuando hay escases de productos los precios suben.

3.- ¿Cuáles son sus principales clientes?

Se puede nombrar a propietarios de molinos, restaurantes, tiendas, supermercados, consumidores finales, así como también comerciantes que llevan a comercializar en otras provincias donde los precios son mejores al de la provincia

4.- ¿Cuántos sacos de maíz, fréjol y habas usted vende por semana?

Tabla 17. Cantidad en sacos de maíz, fréjol y habas venden los comerciantes

Productos	Cantidad semanal
Maíz	80
Fréjol	65
Abas	45

Fuente: entrevista dirigida al propietario de la bodega “Comercial Alvear Uvidia” en la ciudad de Riobamba

Elaborado por: Marlene Once

5.- ¿A qué precio promedio venden el saco de maíz fréjol y habas?

El precio promedio del saco de maíz desgranado se vende a \$45, el saco de fréjol a \$60 y el saco de habas se vende a \$40, cabe recalcar que los precios no son estables.

3.5.8. Observación en las bodegas de San Alfonso para determinar la capacidad de compra y precios que tienen las bodegas

En el sector de San Alfonso se pudo determinar que existen 6 bodegas de las cuales 2 bodegas me entregaron información verídica, las 4 bodegas restantes pude determinar la capacidad de compra y los diferentes precios de la siguiente manera mediante observación.

Tabla 18. Cantidad de Productos mediante Observación a Bodegas

Producto	Cantidad
Maíz	300 (sacos)
Fréjol	240(sacos)
Haba	200 (sacos)

Fuente: Observación en Bodegas del sector de San Alfonso
Elaborado por: Marlene Once

Mediante mi observación puedo decir que en el caso del maíz en las cuatro bodegas pongo un promedio de 75 sacos los cuales son vendidos cada semana en el caso del fréjol un promedio de 60 sacos por semana, y en el caso de las habas un promedio de 50 sacos por semana.

Precio promedio por saco de los siguientes productos

En vista que los propietarios de los comerciales de granos secos no colaboraron con información, procedí a levantar información mediante la observación, en la cual puede determinar que el precio promedio del saco de maíz desgranado coincide con el de los demás comerciales que es de \$45 el saco de fréjol seco es de \$60 y el saco de habas es de \$40 aproximadamente.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1. TÍTULO

Proyecto de factibilidad de creación de un centro de acopio para la comercialización de productos agrícolas en la parroquia san Antonio de Bayushig, Cantón Penipe, Provincia de Chimborazo.

4.2. ESTUDIO DE MERCADO

4.2.1. Mercado meta

El mercado meta del proyecto estará constituido por todos los comerciantes de los mercados de la ciudad de Riobamba, comerciantes informales, comerciantes que llevan productos a otras provincia y consumidores finales en el caso de aquellos productos que se venderán en el mercado de mayorista “San Pedro de Riobamba” .

En el caso de granos secos el mercado meta estará constituido por propietarios de molinos, restaurantes, tiendas, supermercados, consumidores finales, así como también comerciantes que llevan a comercializar en otras provincias donde los precios son mejores al de la provincia

4.2.2. Análisis de la demanda

Para el respectivo análisis se ha realizado una encuesta a los agricultores de la Parroquia San Antonio para determinar la cantidad de producción que existe en el sector, pudiendo decir que es cantidad que los agricultores vender a sus principales clientes.

4.2.2.1. Demanda actual de los productos (productos verdes, tubérculos y frutas)

Tabla 19. Demanda actual de los productos (verdes, papas y frutas)

Producto	Demanda semanal	Demanda mensual	Demanda anual
Choclo	1930 (sacos)	7720 (sacos)	19520 (sacos)
Fréjol verde	925 (sacos)	3700 (sacos)	9360 (sacos)
Papas	6240 (sacos)	24960 (sacos)	74880 (sacos)
Habas verdes	135 (sacos)	540 (sacos)	1420 (sacos)
Manzana	2560 (cajas)	10240 (cajas)	51200 (cajas)
Pera	535 (cajas)	2140 (cajas)	6420 (cajas)
Claudia	1280 (cajas)	5120 (cajas)	15360 (cajas)
Durazno	108 (cajas)	432 (cajas)	864 (cajas)
Total producción	13713 (sacos y cajas)	54852 (sacos y cajas)	179024 (sacos y cajas)

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018
Elaborado por: Marlene Once

La demanda actual de los productos verdes como el choclo, fréjol, habas, papas y frutas se ha tomado en cuenta la encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig, para dichos cálculos vale la pena mencionar que la producción no es durante todo el año puesto que para cada producto existe una temporada de cosecha.

Demanda actual de los productos (granos secos)

Tabla 20. demanda actual de los productos (granos secos)

Producto	Demanda semanal	Demanda mensual	Demanda anual
Maíz seco	88 (sacos)	352 (sacos)	2464 (sacos)
Fréjol seco	70 (sacos)	280 (sacos)	1960 (sacos)
Habas secas	16 (sacos)	64 (sacos)	448(sacos)
Total producción	174 (sacos)	696 (sacos)	4872 (sacos)

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018
Elaborado por: Marlene Once

Para el caso de granos secos se tomó en consideración la encuesta que se aplicó a los agricultores de la Parroquia mencionada, considerando que estos productos no es durante todo el año siendo productos duraderos los agricultores manifestaron que ellos sacan a la venta durante 7 meses del año en cantidades pequeña puesto que es un ingreso que les ayuda a sobrevivir.

4.2.2.2. Proyección de la demanda

Se aplicará la siguiente fórmula, así como también se tomará en consideración la tasa del PIB agrícola del Ecuador del año 2017 que es de 0,15% según información del Banco Central del Ecuador.

Fórmula:

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

Donde:

DP= Demanda proyectada

OA= oferta Actual

i= constante

i= tasa de crecimiento

n= Tiempo

Tabla 21. Proyección de la Demanda (productos verdes, papas, y frutas)

Producto	Demanda anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Choclo	19520 (sacos)	19549	19608	19696	19815	19964
Fréjol verde	9360 (sacos)	9374	9402	9445	9501	9573
Papas	74880 (sacos)	74992	75217	75556	76011	76583
Habas verdes	1420 (sacos)	1422	1426	1433	1441	1452
Manzana	51200 (cajas)	51277	51431	51663	51973	52364
Pera	6420 (cajas)	6430	6449	6478	6517	6566
Claudia	15360 (cajas)	15383	15429	15499	15592	15709
Durazno	864 (cajas)	865	868	872	877	884
Total producción	179024 (sacos y caja)	179293	179831	180641	181728	183095

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018

Elaborado por: Marlene Once

Tabla 22. proyección de la demanda (granos secos)

Producto	Demanda anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maíz seco	2464 (sacos)	2468	2475	2486	2501	2520
Fréjol seco	1960 (sacos)	1963	1969	1978	1990	2005
Habas secas	448 (sacos)	449	450	452	455	458
Total producción	4872 (sacos)	4879	4894	4916	4946	4983

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018

Elaborado por: Marlene Once

4.2.3. Análisis de oferta

Para el análisis de la oferta se aplicó entrevistas a los presidentes de las secciones del mercado mayorista “San Pedro de Riobamba”, así como también a dos bodegas de San Alfonso y mediante observación para determinar la cantidad de productos secos que ofertan las bodegas, siendo nuestros principales competidores dentro del mercado local.

4.2.3.1. Oferta del producto

A continuación se muestra el siguiente cuadro de oferta del producto:

Tabla 23. Oferta de Productos (productos verdes, papas y frutas)

Producto	Oferta semanal	Oferta mensual	Oferta anual
Choclo	24500 (sacos)	98000 (sacos)	1176000 (sacos)
Fréjol verde	4140 (sacos)	16560 (sacos)	198720 (sacos)
Papas	30800 (sacos)	123200 (sacos)	1478400 (sacos)
Habas verdes	3950 (sacos)	15800 (sacos)	189600 (sacos)
Manzana	9100 (cajas)	36400 (cajas)	182000 (cajas)
Pera	1440 (cajas)	5760 (cajas)	17280 (cajas)
Claudia	3800 (cajas)	15200 (cajas)	45600 (cajas)
Durazno	3800 (cajas)	15200 (cajas)	30400 (cajas)
Total producción	81530 (sacos y cajas)	326120 (sacos y cajas)	3318000 (sacos y cajas)

Fuente: entrevistas aplicadas a los presidentes de las secciones del mercado mayorista de “San Pedro de Riobamba”.

Elaborado por: Marlene Once

Tabla 24. oferta del producto (granos secos)

Producto	Oferta semanal	Oferta mensual	Oferta anual
Maíz seco	450 (sacos)	1800 (sacos)	21600 (sacos)
Fréjol seco	355 (sacos)	1420 (sacos)	17040 (sacos)
Habas secas	285 (sacos)	1140 (sacos)	13680 (sacos)
Total producción	1090 (sacos)	4360(sacos)	52320(sacos)

Fuente: entrevistas aplicadas a propietario de bodegas, y observación.

Elaborado por: Marlene Once

4.2.3.2. Proyección de la producción

Para este cálculo se aplicará la siguiente fórmula, así como también se tomará en consideración la tasa del PIB agrícola del Ecuador del año 2017 que es de 0,15% según información del Banco Central del Ecuador.

Fórmula:

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

Donde:

OP= Oferta proyectada

OA= oferta Actual

l= constante

i= tasa de crecimiento y n= Tiempo

Tabla 25. Proyección de la producción (productos verdes, papas y frutas)

Producto	Oferta anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Choclo	1176000 (sacos)	1177764	1181300	1186624	1193760	1202740
Fréjol verde	198720 (sacos)	199018	199616	200515	201721	203238
Papas	1478400 (sacos)	1480618	1485063	1491756	1500726	1512016
Habas verdes	189600 (sacos)	189884	190454	191313	192463	193911
Manzana	182000 (cajas)	182273	182820	183644	184749	186138
Pera	17280 (cajas)	17306	17358	17436	17541	17673
Claudia	45600 (cajas)	45668	45806	46012	46289	46637
Durazno	30400 (cajas)	30446	30537	30675	30859	31091
Total producción	3318000 (sacos y cajas)	3322977	3332953	3347974	3368107	3393444

Fuente: entrevistas aplicadas a los presidentes de las secciones del mercado mayorista de “San Pedro de Riobamba”.

Elaborado por: Marlene Once

Tabla 26. Proyección de la producción (granos secos)

Producto	Oferta anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maíz seco	21600 (sacos)	21632	21697	21795	21926	22091
Fréjol seco	17040 (sacos)	17066	17117	17194	17297	17427
Habas secas	13680 (sacos)	13701	13742	13804	13887	13991
Total producción	52320 (sacos)	52398	52556	52793	53110	53510

Fuente: entrevistas aplicadas a propietario de bodegas, y observación.

Elaborado por: Marlene Once

4.2.4. Demanda insatisfecha

En vista que en la parroquia San Antonio de Bayushig no hay competencia se procederá a realizar segregación sumando los porcentajes de las respuestas negativas correspondientes a agricultores que no cultivan productos como maíz, frejol, papa y manzanas siendo los principales productos, esta información se la tomará de la primera pregunta de la encuesta realizada que dice ¿Qué tipo de productos agrícolas cultiva usted?, dicho resultado porcentual se procederá a multiplicar por cada resultado de los productos de la demanda obtenida anteriormente, para obtener la producción que el centro comercializará.

Tabla 27. Segregación

Productos Principales	% de personas que no cultivan
Maíz	2%
Frejol	6%
Papas	39%
Manzanas	20%
Total segregación	66%

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018

Elaborado por: Marlene Once

Tabla 28. Demanda Insatisfecha actual de productos verdes tubérculos y frutos

Producto	Demanda insatisfecha semanal	Demanda insatisfecha mensual	Demanda insatisfecha anual
Choclo	1283 (sacos)	5131 (sacos)	12973 (sacos)
Frejol verde	615 (sacos)	2459 (sacos)	6220 (sacos)
Papas	4147 (sacos)	16588 (sacos)	49764 (sacos)
Habas verdes	90 (sacos)	359 (sacos)	944 (sacos)
Manzana	1701 (cajas)	6805 (cajas)	34026 (cajas)
Pera	356 (cajas)	1422 (cajas)	4267 (cajas)
Claudia	851 (cajas)	3403 (cajas)	10208 (cajas)
Durazno	72 (cajas)	287 (cajas)	574 (cajas)
Total	9113 (sacos y cajas)	36453 (sacos y cajas)	118975(sacos y cajas)

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018

Elaborado por: Marlene Once

Tabla 29. Demanda Insatisfecha de granos secos

Producto	Demanda insatisfecha semanal	Demanda insatisfecha mensual	Demanda insatisfecha anual
Maíz seco	58 (sacos)	234 (sacos)	1638 (sacos)
Fréjol seco	47 (sacos)	186 (sacos)	1303 (sacos)
Habas secas	11 (sacos)	43 (sacos)	298 (sacos)
Total producción	116 (sacos)	463 (sacos)	3238 (sacos)

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018

Elaborado por: Marlene Once

Para este cálculo se procedió a multiplicar el 66% de la segregación por cada valor de la demanda total anual obteniendo nuestra demanda insatisfecha para cada producto.

4.2.4.1. Proyección de la demanda insatisfecha

Para el cálculo de la proyección de la demanda insatisfecha se aplicará la siguiente fórmula, así como también se tomará en consideración la tasa del PIB agrícola del Ecuador del año 2017 que es de 0,15% según información del Banco Central del Ecuador.

Fórmula:

$$DIP = DIA (1+i)^n$$

Donde:

DIP= Demanda insatisfecha proyectada

DIA= Demanda insatisfecha actual

1= constante

i= tasa de crecimiento y n= Tiempo

Tabla 30. Proyección de la demanda insatisfecha de productos verdes, tubérculo y frutas

Producto	Demanda insatisfecha actual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Choclo	12973 (sacos)	12992	13031	13090	13168	13268
Fréjol verde	6220 (sacos)	6230	6248	6277	6314	6362
Papas	49764 (sacos)	49838	49988	50213	50515	50895
Habas verde	944 (sacos)	945	948	952	958	965
Manzanas	34026 (cajas)	34077	34180	34334	34540	34800
Peras	4267 (cajas)	4273	4286	4305	4331	4364
Claudia	10208 (cajas)	10223	10254	10300	10362	10440
Durazno	574 (cajas)	575	577	579	583	587
Total producción	118975(sacos y cajas)	119154	119511	120050	120772	121680

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018
Elaborado por: Marlene Once

Tabla 31. Proyección de la demanda insatisfecha granos secos

Producto	Demanda insatisfecha actual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maíz seco	1638 (sacos)	1640	1645	1652	1662	1675
Fréjol seco	1303 (sacos)	1305	1308	1314	1322	1332
Habas secas	298 (sacos)	298	299	300	302	305
Total producción	3238 (sacos)	3243	3252	3267	3287	3311

Fuente: Encuesta realizada a los agricultores de la Parroquia San Antonio de Bayushig 2018
Elaborado por: Marlene Once

4.2.5. Análisis de los precios de los productos

El análisis de los precios se los hará, de aquellos precios a los cuales el centro de acopio venderá los productos agrícolas mismos que se tomará en consideración los valores obtenidos en las entrevistas aplicadas a los comerciantes del mercado mayorista y a propietarios de bodegas de San Alfonso.

Tabla 32. Precio de venta de los productos verdes, papas y frutas

Producto	Precio de venta
Choclo	\$13,00
Frejol verde	\$10,00
Papas	\$10,00
Habas verdes	\$7,00
Manzana	\$12,00
Pera	\$11,00
Claudia	\$12,00
Durazno	\$8,00

Fuente: Entrevista a los comerciantes del Mercado Mayorista de Riobamba y a propietarios de bodegas del sector de San Alfonso
Elaborado por: Marlene Once

Tabla 33. Precio de venta de Grano secos

Producto	Precio de venta
Maíz seco	\$45,00
Frejol seco	\$60,00
Habas secas	\$40,00

Fuente: Entrevista a los comerciantes del Mercado Mayorista de Riobamba y a propietarios de bodegas del sector de San Alfonso
Elaborado por: Marlene Once

4.2.5.1. Proyección de los precios

Para realizar la proyección de los precios se utilizará la tasa de inflación, según el INEC Ecuador alcanzó una tasa de 0,06% en el mes de marzo del 2018.

A continuación se presentará la proyección de los precios

Tabla 34. Precio de venta de productos verde, papas y frutas

Producto	Precio de venta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Choclo	\$13,00	\$13,01	\$13,02	\$13,02	\$13,03	\$13,04
Frejol verde	\$10,00	\$10,01	\$10,01	\$10,02	\$10,02	\$10,03
Papas	\$10,00	\$10,01	\$10,01	\$10,02	\$10,02	\$10,03
Habas verdes	\$7,00	\$7,00	\$7,01	\$7,01	\$7,02	\$7,02
Manzana	\$12,00	\$12,01	\$12,01	\$12,02	\$12,03	\$12,04
Pera	\$11,00	\$11,01	\$11,01	\$11,02	\$11,03	\$11,03
Claudia	\$12,00	\$12,01	\$12,01	\$12,02	\$12,03	\$12,04
Durazno	\$8,00	\$8,00	\$8,01	\$8,01	\$8,02	\$8,02

Fuente: Entrevista a los comerciantes del Mercado Mayorista de Riobamba y a propietarios de bodegas del sector de San Alfonso
Elaborado por: Marlene Once

Tabla 35. Precio de venta de Granos secos

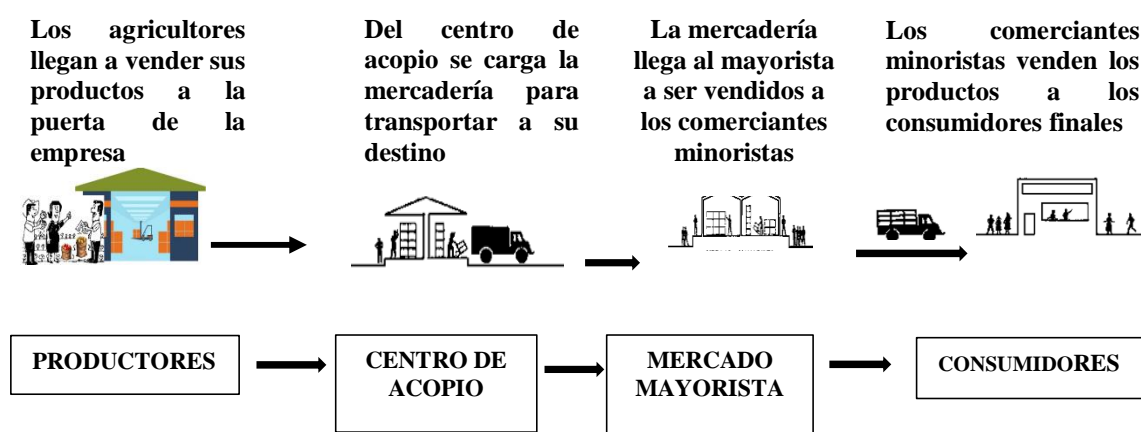
Producto	Precio de venta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maíz seco	\$45,00	\$45,03	\$45,05	\$45,08	\$45,11	\$45,14
Frejol seco	\$60,00	\$60,04	\$60,07	\$60,11	\$60,14	\$60,18
Habas secas	\$40,00	\$40,02	\$40,05	\$40,07	\$40,10	\$40,12

Fuente: Entrevista a los comerciantes del Mercado Mayorista de Riobamba y a propietarios de bodegas del sector de San Alfonso
Elaborado por: Marlene Once

4.2.6. Canales de comercialización

Sutilizará el siguiente:

Cuadro 1. Canales de Comercialización



Fuente: Investigación documental
Elaborado por: Marlene Once

4.2.7. Logotipo de la empresa

La siguiente ilustración representaría al logotipo de la empresa.

Ilustración 2. Presentación del Logotipo “Baycenter”



Elaborado por: Marlene Once

4.2.7.1. Ilustraciones que intervienen en el logotipo

Cuadro 2. Ilustraciones del que intervienes en el Centro de Acopio

Nº	ILUSTRACIONES	SIGNIFICADO
1.		Bay, es las tres primeras letras del nombre del Bayushig,
2.		Center, es la palabra centro escrito en ingles
3.		Esta ilustración representa a lo que es la parroquia San Antonio de Bayushig
4.		Choclo: es el producto que más sobresale en la parroquia
5.		Frejol: es un producto que se siembra conjuntamente con el maíz
6.		Habas
7.		Papas

8.		Manzanas
9.		Peras
10.		Claudias
11.		Durazno
12.		Canasto: es una recipiente que se utiliza en la Parroquia para exhibir los productos

Elaborado por: Marlene Once

4.2.8. Promoción y publicidad

El centro de acopio se dará a conocer mediante los siguientes medios de comunicación:

- Se realizará propagandas a través de la Radio Volcán del Cantón Penipe, para hacer el llamado tanto a agricultores como a comerciantes quienes deseen vender y compras productos agrícolas, dando a conocer la ubicación de la empresa.
- Conjuntamente con la ayuda de GAD Parroquial se realizará charlas acerca de los beneficios que brindará la organización.
- Se creará una página en la web para que los interesados puedan conocer el servicio que brinda el centro.
- Se difundirá nuestro servicio a través de Facebook donde se dé a conocer los beneficios y servicio que el centro brindará a población y los comerciantes que adquieran los productos del centro.
- Se difundirá a través volantes

4.3. ESTUDIO TÉCNICO

4.3.1. Determinación del tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad instalada que se tendrá ya sea diaria, semanal, por mes o por año para el acopio de la mercadería.

4.3.2. Localización del proyecto

Se la realizará de acuerdo al lugar más cercano a la producción agrícola, misma que se realizará un estudio de macro y micro localización para ser más específica.

4.3.2.1. Macro localización

Para este punto se tomará en consideración a Ecuador como país, región sierra del país, Provincia de Chimborazo, Cantón Penipe, Parroquia San Antonio de Bayushig.

Ilustración 3. Mapa del Ecuador



Fuente: Investigación Google

4.3.2.2. Factores generales que influyen en la macro localización

4.3.2.2.1. Disponibilidad de materias primas en la región

La empresa tendrá cercanía a las propiedades de los agricultores puesto que el centro se abastecerá fácilmente con productos agrícolas, entre los principales productos tenemos, maíz, frejol, habas, papas, frutas como manzanas, peras, claudias, y duraznos.

4.3.2.2.2. Análisis preliminar del costo del transporte

El costo del transporte es un factor que ha afectado a los agricultores ya que mediante consultas a los agricultores manifiestan que llevar sus productos a sus diferentes destinos representa un costo por ejemplo el transporta en camión es de \$0,50 centavos por bulto, en el mercado se paga 0,25 centavos a personas que brinda servicio físicos o con carretas.

4.3.2.2.3. Deseo del inversionista en promover la economía de determinada región

Una de las finalidades del proyecto es crear fuentes de empleo para los habitantes del sector, puesto que se necesitará de personal para laborar en distintas áreas de la organización.

4.3.3. Micro localización

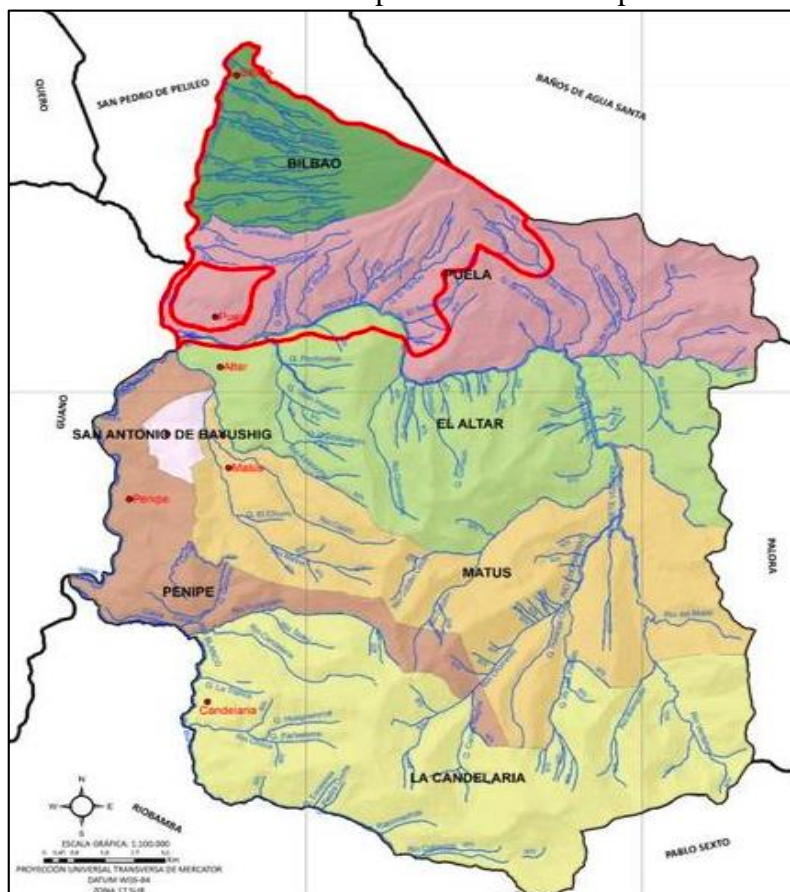
El centro de acopio funcionará en la Provincia de Chimborazo Cantón Penipe, Parroquia San Antonio de Bayushig, en el Barrio La Urdesa Junto al Estadio Parroquial, calle La Emilia Y Los Membrillos.

Ilustración 4. Mapa de la Provincia Chimborazo



Fuente: GAD Municipal de Riobamba

Ilustración 5. Mapa del Cantón Penipe



Fuente: GAD Municipal del Cantón Penipe

4.3.3.1. Factores que influyen en el micro localización

4.3.3.1.1. Disponibilidad de medios de transporte

Se contará con un camión que facilitará el traslado de los productos que se compra a los agricultores de la Parroquia, el cual transportará hasta al Mercado Mayorista y bodega

4.3.3.1.2. Disponibilidad e Mano de Obra

En vista que el centro de acopio se pretende ponerlo en marcha en la Cabecera Parroquial la disponibilidad de mano de obra será más fácil de adquirirla ya que se contará con los servicios de los moradores de la misma parroquia, considerando la normativa legal que el Estado requiere.

4.3.3.1.3. Facilidad para la construcción

Una de las ventajas que se tendría, es que la infraestructura ya se encuentra construida, puesto que el GAD Parroquial se ofreció a apoyarnos por el desarrollo de la Parroquia con una escuela que ya no se encuentra en función dándola en comodato.

4.3.3.1.4. Condiciones climatológicas

La población se encuentra a una altitud de 2500 msnm, cuenta con una temperatura de 11°C a 14°C, con una precipitación pluviométrica de 500 a 750 mm lo que significa que es el comportamiento de las lluvias a lo largo del año, promediando el monto de las precipitaciones (lluvias, nieve, granizo convertidas a mm de lluvia) obtenidas a lo largo de un número considerable de años.

4.3.3.1.5. Contaminación ambiental

En vista que el centro de acopio no es un empresa industrializadora no habrá problema de afectar al ambiente.

4.3.3.1.6. Comportamiento de la comunidad

Por lo general la gente de la Parroquia es muy respetuosa, honrada, amigable, etc. por lo que no habría dificultades para plantear diálogos con los moradores para llegar a acuerdos.

4.3.3.1.7. Competencia

Al hablar de la competencia en sí, en el sector no existe competencias debido a que no existe una empresa similar a la que se desea impulsar, pero si se saca a la venta los productos a la ciudad en el mercado mayorista ahí encontramos nuestros primeros competidores que serían los comerciantes mayoristas y en el caso de los granos secos tenemos las bodegas.

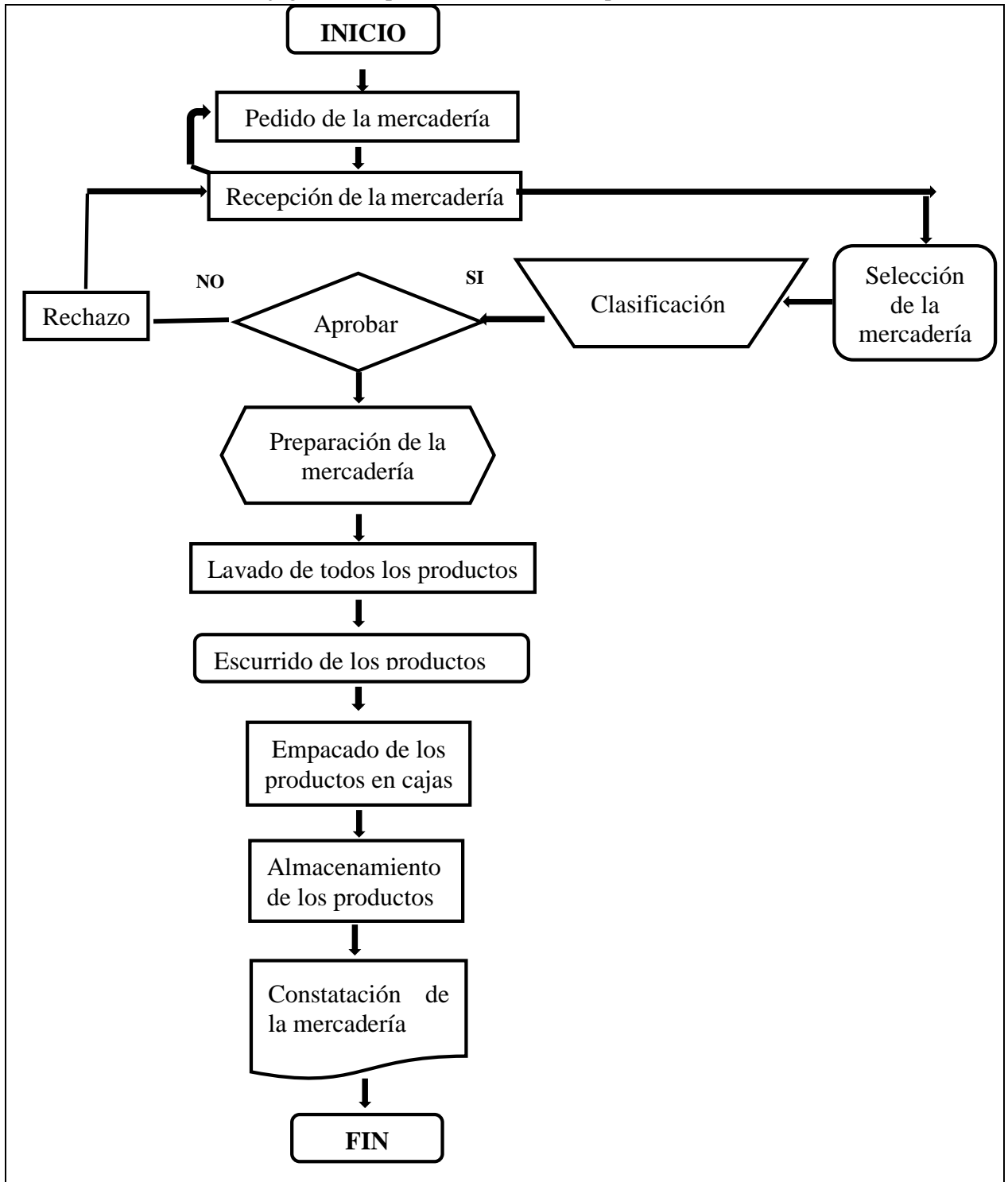
4.3.4. Ingeniería del proyecto

4.3.4.1. Procesos

Existirán tres tipos de procesos para frutas, para productos verdes como el maíz, frejol, habas y tubérculos, y por ende para granos secos.

4.3.4.1.1. Flujograma del proceso interno de los productos (frutas)

Cuadro 3. Flujograma del proceso Interno de los productos (frutas)



Fuente: Investigación bibliográfica

Elaborado por: Marlene Once

Este tipo de flujograma será utilizado en el caso de los frutos como es las manzanas, peras, claudias y duraznos.

4.3.4.1.2. Proceso de abastecimiento de frutas

- **Recepción de mercadería**

En esta fase se realizará la adquisición o compra de los productos a los agricultores, los cuales llegarán a la puerta del centro con sus diferentes productos, esto se realizará con el fin de abastecer el centro de acopio.



- **Selección**

En esta fase se realizará la respectiva selección de los productos que nos entreguen los agricultores para verificar su buen estado y posterior a esto se hará la respectiva clasificación de acuerdo al tamaño del producto debido a que habrá tres clases de producto que será, producto grueso, mediano, y pequeño.



- **Lavado**

El lavado de los productos se los hará siguiendo normas de higiene establecidos en la organización, puesto que se evitaría multas o sanciones por parte de la agencia nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria



- **Escurredo y secado**

En esta fase se procederá a escurrir el residuo de agua que quede en los productos para posterior a esto secarlos para que no dañe el envase a la hora del empaque.

- **Empacado**

Una vez pasado por las fases anteriores, se procederá al respectivo empaque, en los diferentes envases dependiendo el tipo de producto.



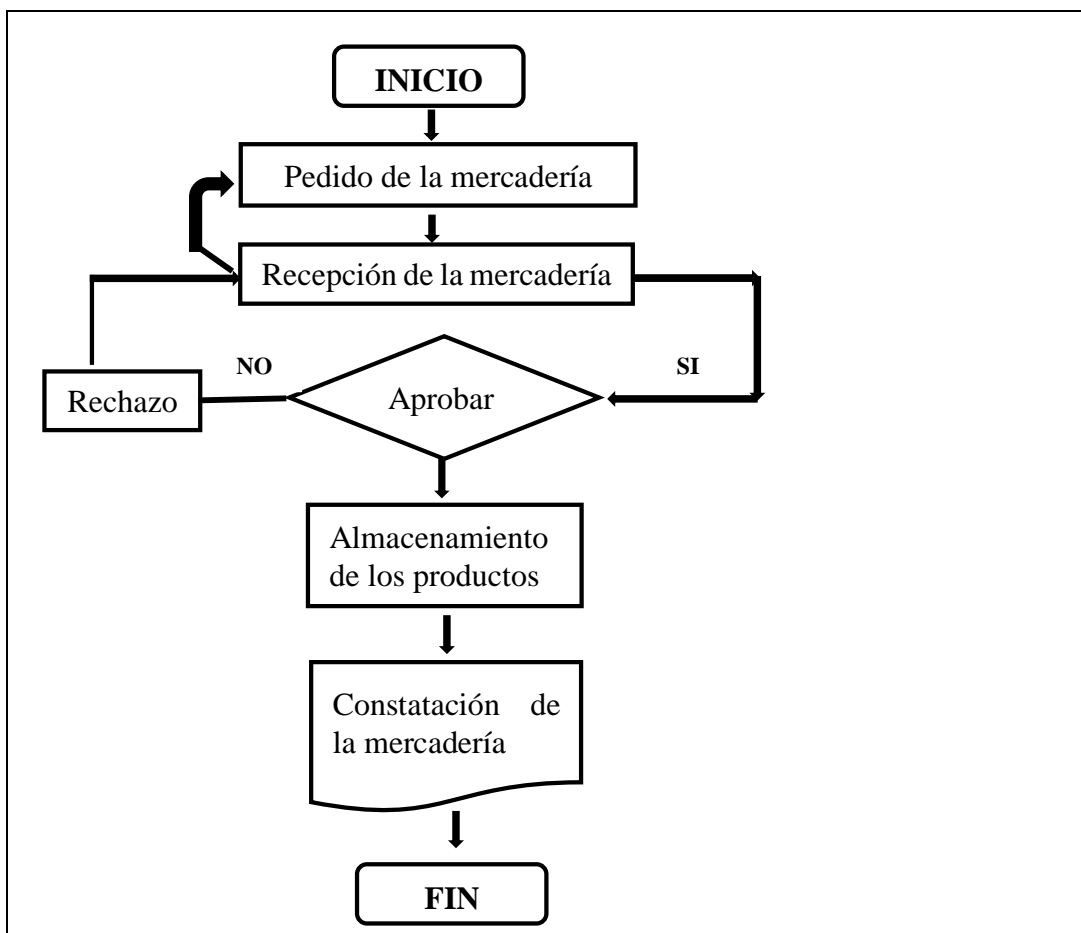
○ **Almacenado**

Realizado el respectivo empaque de los productos los ayudantes del centro se encargaran de llevar los productos a los respectivos espacios o áreas que corresponda a cada producto.



4.3.4.1.3. Flujograma del proceso interno de choclo, fréjol verde, habas verdes y papas

Cuadro 4. Flujograma del Proceso Interno de choclos, frejol verde, y habas verdes



Fuente: Investigación bibliográfica
Elaborado por: Marlene Once

Este será el flujograma del proceso interno de la empresa que se utilizará para el choclo, frejol verde, habas verdes y papas, puesto que se pretende compra estos productos debidamente empacados y clasificados para la venta, debido a que los moradores del sector manifestaron que ellos mismo se encargaban de clasificarlos para venderlos, pues se optó por esta alternativa.

4.3.4.1.4. Proceso de abastecimiento de choclo, fréjol verde, habas verdes y papas

○ Recepción de mercadería

En esta fase se realizará la adquisición o compra de los productos a los agricultores los cuales llegarán a la puerta del centro con sus diferentes productos, esto se realizará con el fin de abastecer el centro de acopio.



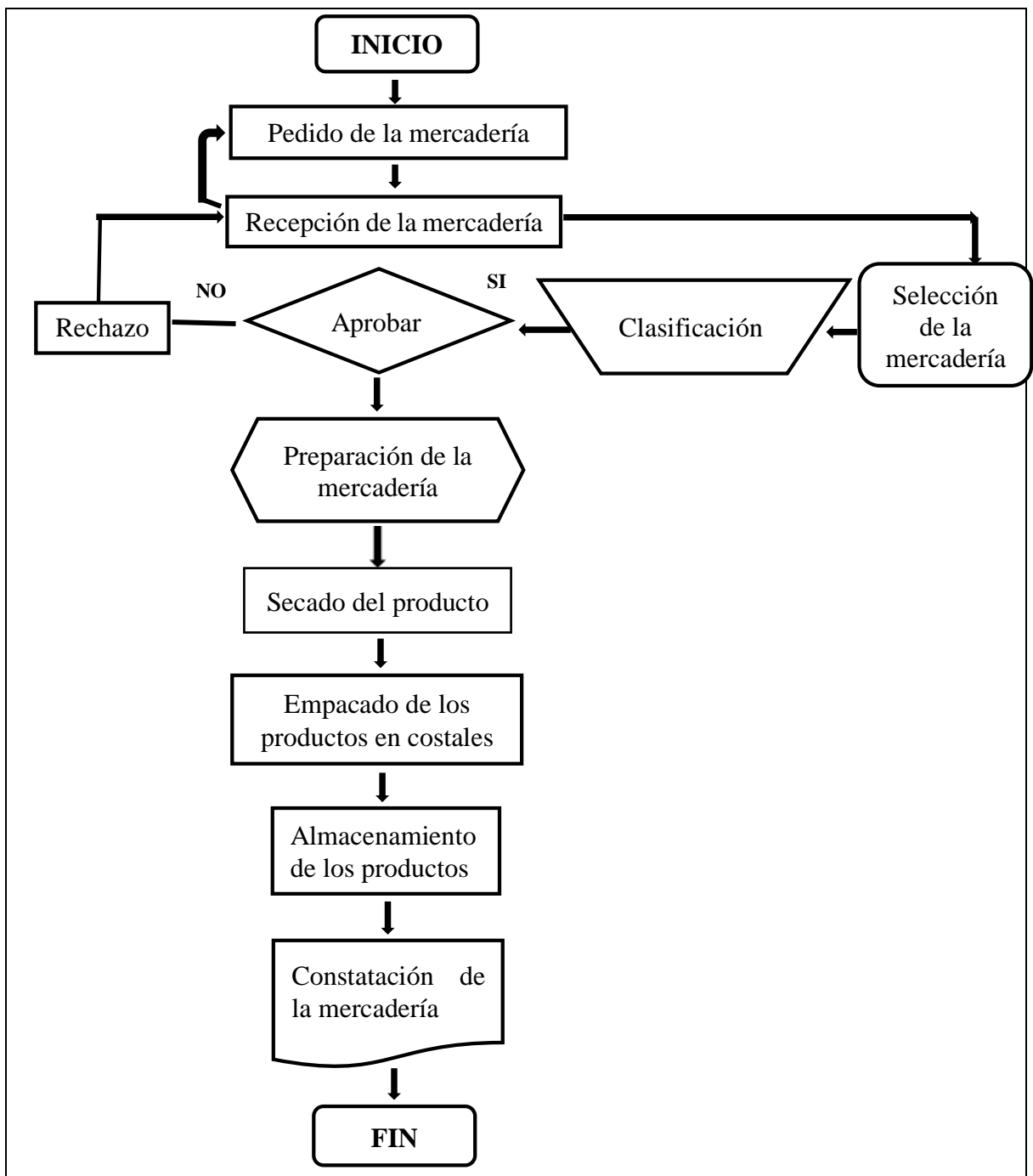
○ Almacenado

La adquisición o compra de choclos, fréjol verde, habas verdes y papas será directa ya que no se hará, selección, lavado, escurrido, empacado como el caso de las fruta puesto que los mismos agricultores se encargaran de entregar al centro en las condiciones mencionadas.



4.3.4.1.5. Flujograma del proceso interno granos secos maíz, fréjol y habas

Cuadro 5. Flujograma del proceso interno de productos secos



Fuente: Investigación bibliográfica

Elaborado por: Marlene Once

Este flujograma es diferente al anterior puesto que es un tratamiento diferente a los anteriores.

4.3.4.1.6. Proceso de abastecimiento de la mercadería

El proceso de abastecimiento de la mercadería que se realizará en el centro de acopio de será la siguiente:

- **Recepción de mercadería**

En esta fase se realizará la adquisición o compra de los productos a los agricultores los cuales llegaran a la puerta del centro con sus diferentes productos, esto se realizará con el fin de abastecer el centro de acopio.



- **Selección**

En esta fase se realizará la respectiva selección de los producto que nos entreguen los agricultores para verificar su buen estado que no esté muy húmedo o en estado podrido, dependiendo el estado del producto se hará el respectivo pago.



- **Secado**

En esta fase se procederá a secar los granos para eliminar la humedad ya que los granos deben estar totalmente secos y así poder conservarlos



- **Empacado**

Una vez pasado por las fases anteriores, se procederá al respectivo empaque en sacos para el respectivo almacenamiento.



- **Almacenado**

Una vez hecho el respectivo empaque de los productos los ayudantes del centro se encargaran de llevar los productos a los respectivos espacios o áreas que corresponda a cada producto.



4.3.5. Tecnología

En este punto se realizará la respectiva selección de los equipos, maquinarias para el respectivo funcionamiento de la empresa, buscando la tecnología más sofisticada entre los mejores proveedores del sector.

4.3.5.1. Selección De Maquinaria Y Equipo

- **Cinta transportadora para Carga y descarga de Camiones**

Este tipo de cinta nos ayudará a ahorra tiempo a la hora de subir la carga al camión, ya que es un sistema de elevación Automática. (Modelo: EL-02), logrando así mayor rapidez del proceso



- **Mesa de selección a motor**

Esta mesa ayudará a dar más facilidad a clasificar los productos en este caso los frutos, tiene una dimensión de 4m de largo por 1 metro de ancho, motor 1 hp.



- **Balanza digital**

Este tipo de balanza facilitará el pesado de los productos secos al mismo tiempo se regulará, para que automáticamente brinde el precio do cuerdo a la cantidad sea en libras o en kilos.



- **Carretilla hidráulica**

Este tipo de carretilla facilitara al personal para trasladar de un lugar a otro los productos.



- **Perchas bilaterales**

Este tipo de perchas es de aproximadamente de 1.5m de largo por 1.6 de alto, el cual nos servirá como mostrador para la venta de las frutas en el mercado y bodega



- **Cosedora de saco**

Esta maquinaria nos servirá para coser los sacos de productos secos, ayudando a ahorrar tiempo a los trabajadores del centro, agilizando rapidez a la hora de entregar los productos las características de la maquina es: Marca orient Brand, color gris con negro.



- **Sacos**

Los sacos nos servirán los productos secos como es el caso del maíz, frejol, y habas dependiendo su temporada de cosecha.



- **Gavetas**

Las gavetas nos servirán para poner los frutos una vez lavados los productos cuyas medidas serán de 40 cm ancho x 60 largo x 32 de alto



- **cartones**

En este tipo de cartones se embalará los frutos, con el propósito de realizar la venta de los frutos y que el envase no se devuelva.



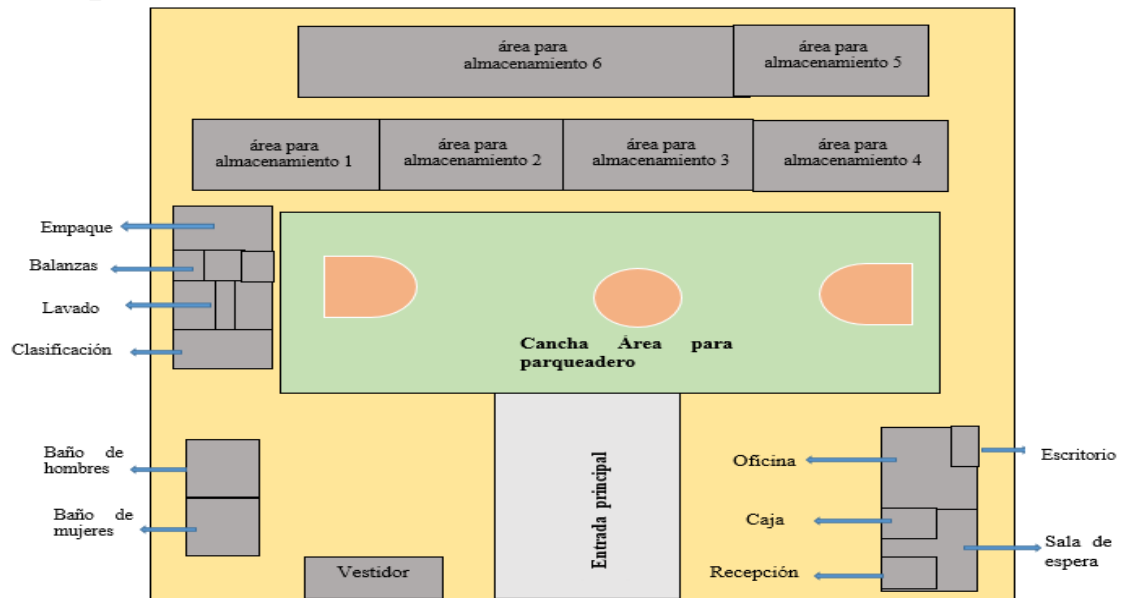
4.3.6. Infraestructura física

El centro de acopio “Bayceter” contará con el apoyo del GAD Parroquial de San Antonio de Bayushig, puesto que los miembros de la institución manifestaron que podemos contar con una ex escuela que se encuentra deshabilitada hace aproximadamente 5 años debido a que se cerró por causa que se unió a otras institución dentro de la misma zona, por tal razón quedó a cargo del GAD Parroquial, misma que ofrecen en comodato durante 5 años para fines del proyecto, al hablar de comodato se puede decir que es un contrato entre dos partes en la que una parte entrega un bien a otra gratuitamente para que se haga uso de ella durante un periodo de tiempo estipulado.

4.3.6.1. Diseño de infraestructura física

Como se mencionó anteriormente que la infraestructura física será entregada en comodato por parte de GAD Parroquial de San Antonio de Bayushig se procedió a medir las respectivas áreas o instalaciones existentes dentro de la ex escuela ubicada en el Barrio “La Urdesa” Junto al Estadio Parroquial, calle La Emilia Y Los Membrillos para determinar el área total utilizada por las construcciones que es de 761m².

Gráfico 12. Áreas de la empresa



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Marlene Once

4.3.7. Presupuesto técnico

El presupuesto de inversión fija del proyecto estará constituida por los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

4.3.7.1. Inversión fija

En este punto se detallará cada uno de los rubros que intervendrán en el proyecto conociendo como activos fijos a los bienes tangibles que tendrán una vida útil mayor a un año, con un valor de adquisición representativo.

4.3.7.1.1. Terreno

Como se mencionó anteriormente el terreno y la instalación de la planta ya existe debido a que el GAD Parroquial se ofreció a apoyarnos, entregando en comodato una ex escuela que se encuentra deshabitada, cuya área dimensional es de 1739 m².

Según el avalúa catastral del GAD Cantonal de Penipe el metro cuadrado en el sector rural en la cabecera parroquial es de \$12,00 el metro cuadrado dando un avalúa de \$20868 por los 1739 m² que tiene la ex escuela.

4.3.7.1.2. Infraestructura física

Del mismo modo que el terreno la infraestructura física será dado en comodato por el GAD Parroquial.

Tabla 36. Infraestructura física

Detalle	Nº De Unidades	Dimensiones	Área cuadrada
Bodega grande	1	4m* 18m	72m ²
Bodegas medianas	5	4m * 9 m	180 m ²
área para lavado, secado , clasificado de los productos	1	5m * 12	60m ²
Oficinas	2	3m *5m	30m ²
Baños	2	1,5m* 2m	6m ²
Vestidor	1	2m * 2.5m	5m ²
Cancha para parqueadero	1	12 * 34	408m ²
Total De Áreas De Infraestructura	13	-	761m²

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Marlene Once

Según información del GAD Parroquial el costo de la infraestructura abarca alrededor de los \$85.000, puesto que son instalaciones ya utilizadas y ya ha sufrido desgastes.

4.3.7.1.3. Presupuesto de maquinaria y equipos de operación

En este punto se detallará cada uno de la maquinaria y equipo que el centro necesitará para el funcionamiento del mismo siendo adquiridos en el mercado nacional.

Tabla 37. Presupuesto de maquinaria y equipo de operación

DETALLE	METROS CAUDRADOS	P.UNITARIO	P.TOTAL
Lote de Terreno	1739	\$12,00	\$20.868,00
TOTAL	\$20.868,00		
edificioz			
DETALLE	CANTIDAD	P.TOTAL	
Infraestructura		1	\$85.000,00

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: Marlene Once

4.3.7.1.4. Presupuesto de muebles y enseres

En el presupuesto de muebles y enseres se detallará cada una de las subcuentas que intervendrán, para verificar cual es la cantidad de dinero que se necesita para su respectivo adquisición

Tabla 38. Presupuesto de muebles y enseres

Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Escritorio ejecutivo	1	\$260,00	\$260,00
Silla ejecutiva	1	\$163,00	\$163,00
Sillas de espera	8	\$32,00	\$256,00
Escritorio	1	\$160,00	\$160,00
Archivadores de oficina	1	\$170,00	\$170,00
Total			\$1.009,00

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: Marlene Once

4.3.7.1.5. Presupuesto de equipo de oficina

Este rubro nos ayudará a detallar cada una de las subcuentas que intervienen las oficinas del centro, puesto que nos ayudará a llevar cuentas y a recibir o enviar información verbal.

Tabla 39. Presupuesto de equipo de Oficina

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			

Escritorio ejecutivo	1	\$260,00	\$260,00
-----------------------------	----------	----------	----------

Fuente: Varios Proveedores
Elaborado por: Marlene Once

4.3.7.1.6. Presupuesto de equipo de cómputo

El equipo de cómputo permitirá al centro, llevar de una manera organizada los procesos financieros, administrativos y de venta, así como también facilitará el control de los procesos de producción y comercialización.

Tabla 40. Presupuesto de equipo de cómputo

Detalle	Cantidad	P. unitario	P. total
Computador de mesa	1	\$650,00	\$650,00
Laptop HP	1	\$829,00	\$829,00
Impresora multifunción	1	\$210,00	\$210,00
Total			\$1.689,00

Fuente: Varios Proveedores
Elaborado por: Marlene Once

4.3.7.1.7. Presupuesto de vehículo

El vehículo será el medio en el cual se transportará los productos hacia sus destinos sea el mercado mayorista o a la bodega que se pretende alquilar.

Tabla 41. Presupuesto de vehículo

Detalle	Cantidad	P. unitario	P. total
Camión Chevrolet, color blanco	1	\$48.990,00	\$48.990,00
Total			\$48.990,00

Fuente: Casas Comerciales Chevrolet
Elaborado por: Marlene Once

4.3.7.1.8. Resumen de inversión fija

Tabla 42. Resumen de Inversión Fija

Detalle	Valor
Maquinaria y equipo	\$11.297,00
Muebles y enseres	\$1.009,00
Equipo de oficina	\$275,00
Equipo de computo	\$1.689,00
Vehículo	\$48.990,00
Total inversión fija	\$63.260,00

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Marlene Once

4.3.7.2. Capital de trabajo o pre operativo

El requerimiento del capital de trabajo inicial para la operación de la empresa, es necesario considerar ciertos gastos antes de recibir ingresos, para lo cual debemos considerar una cantidad de efectivo para cubrir las obligaciones de la empresa, por lo que se ha considerado 1 semana de compra de mercadería, 1 mes de sueldos al , 1 mes de servicios básico del personal de que he considerado como mano de obra directa, un mes de costos indirecto como la luz y el agua y una cantidad de dinero para imprevistos mismo que se consideró un 3% del total de inversión fija

4.3.7.2.1. Mercadería

Para la adquisición de la mercadería se tomará en consideración la producción correspondiente a una semana de compra de productos agrícolas obtenidos en la demanda insatisfecha, considerando el precio de compra el cual se obtuvo de las encuestas que se realizó a los agricultores se la Parroquia.

Tabla 43. Presupuesto de mercadería (productos verdes, papa, y frutas)

Detalle	Cantidad en tiempo	Producción - cantidad	Valor unitario	Valor total
Choclo	1 semana	1283	\$10,00	\$12.826,33
Fréjol verde	1 semana	615	\$8,00	\$4.917,87
Papas	1 semana	4147	\$8,00	\$33.175,67
Habas verdes	1 semana	90	\$5,00	\$448,59
Manzana	1 semana	1701	\$10,00	\$17.013,17
Pera	1 semana	356	\$9,00	\$3.199,94
Claudia	1 semana	851	\$10,00	\$8.506,58
Durazno	1 semana	72	\$6,00	\$430,65
Total				\$80.518,80

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Marlene Once

Tabla 44. Presupuesto de mercadería (granos secos)

Detalle	Cantidad en tiempo	Producción - cantidad	Valor unitario	Valor total
Maíz seco	1 semana	58	\$35,00	\$2.046,90
Fréjol seco	1 semana	47	\$50,00	\$2.326,02
Habas secas	1 semana	11	\$30,00	\$319,00
Total				\$4.691,91

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Marlene Once

4.3.7.2.2. Mano de obra directa

En mano de obra directa se ha considera a dos empacadores puestos que ellos estarán directamente relacionados con la mercadería, sus funciones será la de embalar y ensacar lo productos.

En este primer caso se tomará en cuenta el sueldo correspondiente al primer mes de trabajo.

Tabla 45. Sueldo de mano de obra directa correspondiente a un mes

Cargo	Sueldo	XIII sueldo	XIV sueldo	Aporte patronal	Total
Empacador 1	\$386,00	\$32,17	\$32,17	\$46,90	\$497,23
Empacador 2	\$386,00	\$32,17	\$32,17	\$46,90	\$497,23
Empacador 3	\$386,00	\$32,17	\$32,17	\$46,90	\$497,23
Sub total	\$1.158,00	\$96,50	\$96,50	\$140,70	\$1.491,70
Total					\$1.491,70

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

4.3.7.2.3. Costos indirectos

En los costos indirectos se incluirá agua y luz correspondientes a un mes de consumo.

Servicios básicos

Tabla 46. Servicios Básicos

Detalle	Tiempo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Luz	1 mes	1	\$14,00	\$14,00
Agua	1 mes	1	\$5,00	\$ 5,00
Total				\$19,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Materiales indirectos: Los materiales indirectos se consideraran a 1 semana de trabajo en el centro de acopio

Tabla 47. Materiales Indirectos correspondientes a una semana

Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. total (semana)
Cartones	4483	1	4.483,00
Sacos	174	0,25	43,5
Mantenimiento y reparación centro de acopio			929,75
Total			5456,25

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Imprevistos

Tabla 48. Imprevistos

Detalle	Valor base (inversión fija)	Porcentaje	Total
Imprevistos	\$169128	3%	\$5.073,84
Total			\$5.073,84

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Resumen de capital de trabajo

Tabla 49. Resumen de capital de trabajo separado

Detalle	Valor total
Mercadería	\$85.210,71
Mano de obra	\$1.491,70
Costos indirectos	\$5.475,25
Imprevistos	\$5.073,84
Total	\$97.251,50

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

4.3.7.3. Inversión diferida

Tabla 50. Inversión Diferida detallada

Detalle	Parcial	Valor total
Gastos de organización y puesta en marcha		\$500,00
Gastos de constitución		\$2.076,00
Licencias y patentes	\$90,00	
Bomberos	\$90,00	
Permisos del medio ambiente	\$750,00	
Permiso del MAGAP	\$46,00	
Escrituras	\$800,00	
Publicaciones en el Periódico	\$300,00	
Total		\$2.576,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Tabla 51. Resumen de Inversión diferida

Detalle	Valor total
Gastos de organización y puesta en marcha	\$500,00
Gastos de constitución	\$2.076,00
Total	\$2.576,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

4.3.7.4. Inversión del proyecto

Tabla 52. Cuadro de Inversión

Rubro	Valores
Inversión fija	
Maquinaria y equipo	\$11.297,00
Muebles y enseres	\$1.009,00
Equipo de oficina	\$275,00
Equipo de computo	\$1.689,00
Vehículo	\$48.990,00
Total inversión fija	\$63.260,00
Capital de trabajo	\$97.251,50
Inversión diferida	
Gastos de organización y puesta en marcha	\$500,00
Gastos constitución	\$2.076,00
Total inversión diferida	\$2.576,00
Total inversiones	\$163.087,50

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

4.4. ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL

4.4.1. Aspectos administrativos legales

4.4.1.1. Estudio legal

El centro de acopio “Baycenter” se constituirá con la participación de tres asociados como Compañía de Responsabilidad Limitada obligados a llevar contabilidad, mismos que contarán con el apoyo incondicional del GAG Parroquial de San Antonio de Bayushig

4.4.1.2. Domicilio de ubicación

Región: Sierra

Provincia: Chimborazo

Cantón: Penipe

Parroquia: San Antonio de Bayushig

Barrio: La Urdesa junto al estadio Parroquial

Dirección Parroquial: Calle La Emilia Y Los Membrillos.

4.4.1.3. Su fin

El centro de acopio “Baycenter” se creará con el fin de comercializar productos agrícolas, puesto que se comprará a los agricultores su producción para posterior venderlos en el mercado mayorista de San Pedro de Riobamba así como también en bodega. A más de brindar un servicio a los agricultores facilitando la venta de sus productos dentro de la misma zona.

4.4.1.4. Base legal

Se constituirá mediante un proceso para constitución legal como una organización.

Cuadro 6. Trámites para la constitución Legal del Centro de Acopio "Baycenter"

DOCUMENTOS		ENTIDAD DILIGENTE
1	Constitución de la compañía	
	Presentación de varias alternativas de nombres para la denominación de la Compañía de Responsabilidad Limitada	Superintendencia de Compañía
	Elaboración de la minuta del proyecto, que contienen los estatutos que ha de regir la Compañía de Responsabilidad Limitada	Asesoría profesional
	Aprobación de los estatutos	Departamento de Compañías
	Apertura de la cuenta de integración de capital	“Cooperativa 4 de Octubre” Ltda.
	Los estatutos aprobados por la Superintendencia de Compañías se transforman en una escritura pública.	Notaria 3 de San Pedro de Riobamba
	Ingreso de un ejemplar de la escritura pública de constitución de la compañía a la superintendencia para la obtención de la resolución de aprobación de la constitución	Superintendencia de compañías
	Publicación de un extracto de la escritura conferida por la Superintendencia de Compañías.	Diario La Prensa de Riobamba
	Inscripción de la escritura de constitución de la compañía.	Registro mercantil
	Obtención del RUC (Registro Único del Contribuyente)	SRI (Servicios de Rentas Internas)
	Reconocimiento designación administradores	Notaria
	Elaboración e inscripción de estos nombramientos	Registro Mercantil
	Adjuntar a la tercera copia certificada de constitución inscrita en el Registro Mercantil los nombramientos debidamente inscritos e ingresar a la Superintendencia de Compañías para el registro en el Departamento de Sociedades.	Superintendencia de compañías
	Obtener el certificado otorgado por la superintendencia, apertura de la cuenta corriente a nombre de la compañía	Superintendencia de compañías

	Reconocimiento de la compañía, de acuerdo al giro del negocio	Ministerio de ambiente
2	Legalización del contrato de arrendamiento	Notario
3	Patente municipal	GAD Cantonal de Penipe
4	Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos	Cuerpo de Bomberos de Penipe
5	Permiso Sanitario	Dirección Provincial de salud
6	Aprobación del Ministerio de Ambiente – Subsecretaría de Calidad Ambiental	Ministerio de Ambiente

Fuente: Investigación documental y de campo

Elaborado por: Marlene Once

4.4.2. Organización de la empresa

4.4.2.1. La empresa

Baycenter es una empresa del sector privada que tiene fines lucrativos personales, misma que se dedicará a la compra y venta de productos agrícolas, considerando que será una compañía de Responsabilidad Limitada misma que se formará con tres asociados de acuerdo al artículo 92 la ley de compañías que rige en el Ecuador.

4.4.2.2. Misión

Ser una empresa dedicado a la comercialización de productos agrícolas de la mejor calidad que se pueda ofrecer en el mercado mayorista y en bodega de San Pedro de Riobamba, a precios competitivos, contando con los servicios de personas competentes y comprometido con la visión de la empresa, buscando maximizar los beneficios de los socios.

4.4.2.3. Visión

Llegar a ser al 2022 una empresa líder en la comercialización de productos agrícolas llegando a diferentes mercados del País, obteniendo los mejores estándares de calidad, siendo innovadores con nuestros productos, además de contribuir con el desarrollo económico y social de la población así como también del País, generando empleo ya que se ampliará el centro, a más de obtenido confianza de los agricultores y clientes.

4.4.2.4. Políticas

Estas serán las políticas que se llevará:

- El centro de acopio “Baycenter” cumplirá con las cancelaciones por la compra de los productos a los agricultores el día y a la hora acordado.
- El centro de acopio “Baycenter” entregará los productos a los clientes en el mejor estado y calidad que se merecen.
- El centro de acopio “Baycenter” trabajará con el mayor respeto y ética posible.
- El centro de acopio “Baycenter” fomentará valores a los colaboradores para mejorar las relaciones laborales diarias.
- El centro de acopio “Baycenter” estará al servicio de los agricultores y de los clientes, comprometidos con la sociedad, el medio ambiente y la seguridad con los que conforman la empresa.

4.4.2.5. Valores corporativos

Los valores que el centro de acopio “Baycenter” aplicará serán los siguientes, los cuales será la cultura que la empresa aplique a diario:

Responsabilidad: es uno de los valores más importantes para la empresa puesto que es el compromiso que los colaboradores siempre deben llevar, ya que mostrará el desempeño diario de cada uno de ellos.

Puntualidad: este valor reflejará en cada uno de las personas que colaborarán en la organización sus respectivas fortalezas, puede ser en los pagos a los trabajadores o a los agricultores por la compra de sus productos.

Lealtad: la lealtad implica ser fieles por parte de los colaboradores en general buscando el desarrollo y permanencia en el tiempo de la organización.

Respeto: el respeto en la organización no solo será tratar bien a los demás si no también respetar la cosas ajenas, respetar la privacidad de cada integrante, respetar la ideologías al momento de opinar, etc.

Confianza: cumplir con lo comprometido al comprar y vender productos de buena calidad y precios acordados con los agricultores y con nuestros clientes.

Honestidad: realizar las cosas bien, con transparencia y rectitud en cada actividad diaria que se realice.

Trabajo en equipo: tener un buen ambiente de trabajo para unir las aptitudes de los miembros, ya que se potenciarán sus esfuerzos disminuyendo el tiempo en las labores y aumentando la eficiencia de los resultados diarios.

4.4.2.6. Reglamentos

Los reglamentos son específicos y rígidos para lo cual el centro de acopio establecerá los siguiente reglamentos en el caso de no cumplir habrá sus respectivas sanciones.

- Las horas de entrada y salida será acorde a los establecidos en el contrato de 8:00 am a 12pm y de 2pm a 6pm y deberán ser cumplidas rigurosamente por el personal.
- Los días laborables será de martes a sábado.
- Es obligación del personal cuando falten avisar, y solamente se justificaran la inasistencias por enfermedad o fuerza mayor
- Todo solicitud de permiso por parte de los colaboradores será pedido mediante oficio caso contrario no será considerado como permiso, el empleador no está obligado a pagar por dichas causas.
- El trabajo de los colaboradores será cancelado de acuerdo a lo establecido en el contrato de trabajo.
- Los sueldos y salarios deberán ser pagados directamente al trabajador o a la persona por él designada, en el lugar donde preste sus servicios, salvo convenio escrito en contrario (código de trabajo artículo 86)
- Obligarse a trabajar con la mayor eficiencia y compromiso a desempeñar de buena fe las funciones que se confíen.
- Cualquier hecho que constituya accidente de trabajo debe ser comunicado de inmediato por el trabajador afectado a su superior jerárquico.
- El trabajador debe aplicar las respectivas normas de higiene a la hora de empacar los respectivos productos.

4.4.2.7. Objetivos de la empresa

4.4.2.7.1. Objetivo general

Comercializar productos agrícolas de la más alta calidad que se pueda ofrecer en el mercado mayorista y en bodega de San Pedro de Riobamba, a precios competitivos, contando con los servicios de personas competentes y comprometidas con la empresa.

4.4.2.7.2. Objetivos específicos

- Contar con personal comprometido y entregado con el desarrollo del centro de acopio
- Crear una imagen organizativa funcional de la empresa para tener en claro las funciones correspondientes de cada colaborador.
- Buscar estrategias de innovación para que los productos salgan a nuevos mercados en el país.
- Contribuir al desarrollo parroquial creando fuentes de empleo y por ende disminuyendo el índice de desempleo del sector.
- Ayudar y facilitar a los agricultores a que vendan sus productos dentro del mismo sector evitando viajes y costos de transporte.

4.4.2.8. Logotipo

La presente ilustración representará a la organización, así como también a la bodega que se ubicará en el sector de san Alfonso.

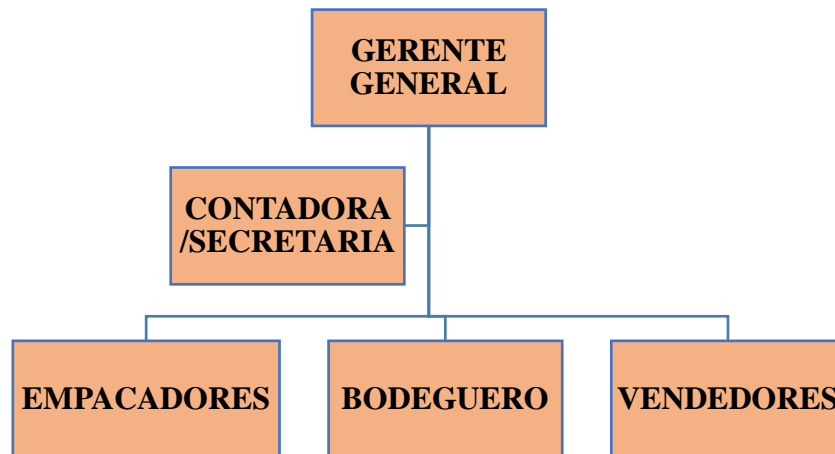
Ilustración 6. Logotipo "Baycenter"



Elaborado por: Marlene Once

4.4.2.9. Organigrama estructural

Gráfico 13. Organigrama Estructural



Elaborado por: Marlene Once

4.4.2.10. Organización funcional

4.4.2.10.1. Gerente general

El gerente general de la empresa será la persona quien esté al frente de la empresa puesto que del buen o mal funcionamiento dependerá el buen o mal funcionamiento, es la persona quien ejerce autoridad sobre el resto de cargos, contabilidad, operadores como empacadores, vendedores y bodeguero.

Funciones

- Representar legalmente a la empresa.
- Formular, cumplir y hacer cumplir las políticas y directrices que normaran el funcionamiento del centro de acopio “Baycenter”.
- Controlar el cumplimiento de los reglamentos y valores corporativo.
- Garantizar el adecuado manejo de los recursos de la empresa
- Seleccionar, capacitar y controlar al personal, determinar su permanencia en el cargo y fijar su remuneración.
- Autorizar los respectivos pagos a los colaboradores
- Pagar a los proveedores de productos agrícolas por el abastecimiento del centro de acopio.

4.4.2.10.2. Contador/secretaria

La persona que tome el cargo de contador también deberá tomar el papel de secretario/a puesto que hará las funciones de los dos perfiles.

Funciones

- Deberá velar por el cumplimiento de las disposiciones legales.
- Redactar las actas de las sesiones y custodiar los libros oficiales y el sello oficial.
- Redactar y firmar la correspondencia que deba mantener en el ejercicio de sus funciones.
- Organizar y dirigir el fichero y el archivo y todas las dependencias y ser responsable de la custodia de la documentación.
- Deberá realizar la respectiva declaración al SRI.
- Llevar un registro diario de las actividades de la empresa.
- Asegurar márgenes aceptables de rentabilidad mediante unas operaciones eficientes, eficaces y ética.
- Manejar la contabilidad, elaborar los estados financieros de la empresa, elaboración de presupuestos, manejo del crédito bancario, obligaciones tributarias.

4.4.2.10.3. Empacadores

Los empacadores serán las personas responsables de llevar un orden dentro del área de operación, ya que de ellos dependerá la presentación de los productos para la venta.

Funciones

- Responsables del orden operativo.
- Mantener un control para que los productos secos se encuentren en buen estado caso contrario se los de un tratamiento.
- Llevar los productos hacia sus diferentes lugares de almacenamiento.
- Ayudar a cargar al camión.
- Velar por la limpieza del área de producción.

4.4.2.10.4. Bodeguero

El bodeguero estará bajo el mando del gerente. Y será el responsable de la mercadería

Funciones

- Llevar un registro de control del inventario, las entradas y salidas de la mercadería
- Recibir y ordenar la mercadería que los empacadores llevaran a cada bodega.
- Despachar y subir la mercadería al camión para su respectivo transporte.
- Mantener la limpieza de las bodegas
- Realizará el papel de chofer quien transporte la mercadería.

4.4.2.11. Vendedores

Los vendedores son los responsables del intercambio producto y dinero, de las buenas funciones dependerá el crecimiento o ruina de la empresa.

Funciones


- Llevar un registro de control de ventas diarias
- Relacionarse verbalmente con los clientes.
- Establecer lasos o nexos, clientes y centro de acopio.
- Administrar el territorio de venta.
- Cuidar su propia imagen ya que es el primer contacto con el cliente.
- Entregar cuentas de ingresos al gerente general.

4.4.2.12. Perfil del puesto

El perfil del puesto detallará las características que debe cumplir el personal que labore en el centro de acopio.

4.4.2.12.1. Perfil de gerente general

Cuadro 7. Perfil del gerente general


	PERFIL/ DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
	NOMBRE DEL PUESTO: GERENTE GENERAL
PERFIL DEL PUESTO	
1. REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PERSONAL	
1.1 Perfil del personal	
Sexo: Indistinto	
Edad: 28 a 50 años	
Presencia personal: Buena presencia	
Estado civil: Indistito	
1.1.1 Cualidades/habilidades	
-Responsable	-Buena comunicación
-Innovador	-Buenas habilidades interpersonales
-Entusiasta	-Trabajo en equipo
-Creativo	-Honesto
-Tolerante	-Leal
-Puntual	
1.2 Escolaridad deseada	
Ingeniero en administración o equivalente en administración de empresas	
1.2 Conocimientos básicos	
-Conocimientos administrativos	
-Conocimiento en programas de office	
-Conocimiento de contabilidad básica	
2. EXPERIENCIA	
Mínimo 3 años de experiencia en puestos similares en empresas.	

Fuente: Investigación documental

Elaborado por: Marlene Once

4.4.2.12.2. Perfil del contador/ secretaria (o)

Cuadro 8. Perfil del contador/secretaria (o)


	PERFIL/ DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
	NOMBRE DEL PUESTO: CONTADOR/SECRETARIA(O)	
PERFIL DEL PUESTO		
1. REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PERSONAL		
1.1 Perfil del personal		
Sexo: Indistinto		
Edad: 28 a 50 años		
Presencia personal: Buena presencia		
Estado civil: Indistito		
1.2.1 Cualidades/habilidades		
-Responsable	-Buena comunicación	
-Innovador	-Buenas habilidades interpersonales	
-Entusiasta	-Trabajo en equipo	
-Creativo	-Honesto	
-Tolerante	-Leal	
-Puntual		
1.2 Escolaridad deseada		
Ingeniero (a) en contabilida y auditoria		
1.3 Conocimientos básicos		
- Realizar estados financieros		
-Realizar declaraciones		
- Presupuestos		
- Realiazar oficios y cuidado de documentación		
2. EXPERIENCIA		
Mínimo 4 años de experiencia llevando contabilidad de una organización.		

Fuente: Investigación documental

Elaborado por: Marlene Once

4.4.2.12.3. Perfil de los empacadores

Cuadro 9. Perfil de los empacadores


	PERFIL/ DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
	NOMBRE DEL PUESTO: EMPACADORES
PERFIL DEL PUESTO	
1. REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PERSONAL	
1.1 Perfil del personal	
Sexo: Indistinto	
Edad: 18 a 50 años	
Presencia personal: Indistinta	
Estado civil: Indistito	
1.3.1 Cualidades/habilidades	
-Responsable	-Buena comunicación
-Innovador	-Entusiasta
-Trabajo en equipo	-Creativo
-Honesto	-Tolerante
-Leal	-Puntual
1.2 Escolaridad deseada	
Ninguna	
1.4 Conocimientos básicos	
-saber embalar productos agrícolas	
2. EXPERIENCIA	
Mínimo 1 año de haber trabajado en agricultura con productos agrícolas	

Fuente: Investigación documental

Elaborado por: Marlene Once

4.4.2.12.4. Perfil de personal de bodega

Cuadro 10. Perfil del personal de bodega


	PERFIL/ DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
	NOMBRE DEL PUESTO: EMPACADORES
PERFIL DEL PUESTO	
1. REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PERSONAL	
1.1 Perfil del personal	
Sexo: Indistinto	
Edad: 18 a 45 años	
Presencia personal: Indistinto	
Estado civil: Indistito	
1.4.1 Cualidades/habilidades	
-Responsable	-Buena comunicación
-Innovador	-Entusiasta
-Trabajo en equipo	-Creativo
-Honesto	-Tolerante
-Leal	-Puntual
1.2 Escolaridad deseada	
Bachiller	
1.5 Conocimientos básicos	
-Tener conocimientos en cardex	
-Control de inventarias	
2. EXPERIENCIA	
Mínimo 6 meses haber trabajado en bodegas como bodeguero.	

Fuente: Investigación documental

Elaborado por: Marlene Once

4.4.2.12.5. Perfil del personal de ventas

Cuadro 11. Perfil del personal de ventas

	PERFIL/ DESCRIPCIÓN DEL PUESTO NOMBRE DEL PUESTO: EMPACADORES
PERFIL DEL PUESTO	
1. REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PERSONAL	
1.1 Perfil del personal	
Sexo: Indistinto	
Edad: 28 a 50 años	
Presencia personal: Indistinta	
Estado civil: Indistito	
1.5.1 Cualidades/habilidades	
-Responsable	-Buena comunicación
-Innovador	-Entusiasta
-Trabajo en equipo	-Creativo
-Honesto	-Tolerante
-Leal	-Puntual
1.2 Escolaridad deseada	
Bachiller	
1.6 Conocimientos básicos	
-Saber de ventas de productos agrícolas	
-Tener conocimiento sobre comportamiento del mercado mayorista	
2. EXPERIENCIA	
Mínimo 1 año de ser comerciante o agricultores que hayan interactuado en mercados con productos agrícolas en ventas.	

Fuente: Investigación documental

Elaborado por: Marlene Once

4.5. ESTUDIO FINANCIERO

4.5.1. Plan de inversiones

El plan de inversión partirá con el cuadro de inversión del proyecto que se obtuvo en el estudio técnico.

Tabla 53. Inversión del Proyecto

Rubro	Valores
Inversión fija	
Maquinaria y equipo	\$11.297,00
Muebles y enseres	\$1.009,00
Equipo de oficina	\$275,00
Equipo de computo	\$1.689,00
Vehículo	\$48.990,00
Total inversión fija	\$63.260,00
Capital de trabajo	\$97.251,50
Inversión diferida	
Gastos de organización y puesta en marcha	\$500,00
Gastos constitución	\$2.076,00
Total inversión diferida	\$2.576,00
Total inversiones	\$163.087,50

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Marlene Once

4.5.2. Financiamiento

El financiamiento es el mecanismo por el cual el Centro de Acopio obtendrá recursos para cubrir la inversión inicial mismo que serán con recursos propios y ajenos es decir mediante un préstamo.

Tabla 54. Detalle del Financiamiento de la inversión

Descripción	Inversión requerida	Recursos propios	Recursos requeridos
Inversión fija			
Maquinaria y equipo	\$11.297,00		\$11.297,00
Muebles y enseres	\$1.009,00		\$1.009,00
Equipo de oficina	\$275,00		\$275,00
Equipo de computo	\$1.689,00		\$1.689,00
Vehículo	\$48.990,00	\$48.990,00	
Capital de trabajo	\$97.251,50		\$97.251,50
Inversión diferida			
Gastos de organización y puesta en marcha	\$500,00		\$500,00
Gastos constitución	\$2.076,00		\$2.076,00
Total inversión	\$163.087,50	\$48.990,00	\$114.097,50
Porcentaje	100%	30%	70%

Fuente: Estudio técnico y financiero

Elaborado por: Marlene Once

4.5.3. Estructura del financiamiento

Tabla 55. Estructura del Financiamiento de la Inversión

Detalle	Valor	Porcentaje
Recursos propios	\$48.990,00	30%
Recursos ajenos	\$114.097,50	70%
Total	\$163.087,50	100%

Fuente: Estudio técnico y financiero

Elaborado por: Marlene Once

Como se observa en la tabla 55 la inversión estará compuesta por el 30 % que se utilizará recursos propios con un valor de \$48.990,00 y el 70% corresponde a recursos ajenos es decir que se va a financiar, el cual se realizará un crédito al Banco del Pacifico por el valor de \$114.097,50, mismo que se pagará una tasa de interés del 11,23% a un plazo de 5 año, cuotas anuales.

Para este cálculo se utilizará el método de amortización cuota fija para lo cual se aplica la siguiente fórmula.

Fórmula:
$$K = \frac{(1+i)*i}{(1+i)^n-1}$$

K= Monto del préstamo

i= Interés

n= Número de años del plazo de la deuda

Tabla 56. Amortización del crédito

Monto: \$114.097,50		Tasa de interés: 11,23%		
Plazo: 5		Cuota: \$38.672,04		
Nº de Periodos	Cuota	Interés	Capital	Saldo por Pagar
0	-	-	-	\$114.097,50
1	\$31.050,21	\$12.813,15	\$18.237,06	\$95.860,43
2	\$31.050,21	\$10.765,13	\$20.285,08	\$75.575,35
3	\$31.050,21	\$8.487,11	\$22.563,10	\$53.012,25
4	\$31.050,21	\$5.953,28	\$25.096,93	\$27.915,32
5	\$31.050,21	\$3.134,89	\$27.915,32	\$0,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Marlene Once

4.5.4. Determinación de ingresos proyectados

Para determinar los ingresos se hará uso la producción del cálculo de la demanda insatisfecha por los precios que se obtuvo en las entrevistas a los comerciantes, los cuales se proyectó, en el caso de la producción utilizando el PIB agrícolas que fue de 0,15% según el Banco Central del Ecuador utilizando la fórmula de crecimiento de la población, y para lo precios se utilizó el porcentaje de inflación del mes de marzo que fue de 0,06% según el INEC.

Ingresos proyectados por productos verdes, papa y frutas

Tabla 57. Ingresos proyectados por productos verdes, papa y frutas

Ingresos por la venta de choclos			
Producción anual	Proyección de la producción	Proyección de los precios de venta	Ingresos
Año 1	12992 (sacos)	\$13,01	\$168.997,31
Año 2	13031 (sacos)	\$13,02	\$169.606,39
Año 3	13090 (sacos)	\$13,02	\$170.472,98
Año 4	13168 (sacos)	\$13,03	\$171.601,02
Año 5	13268 (sacos)	\$13,04	\$172.995,63
Ingresos por la venta de frejol verde			
Año 1	6230 (sacos)	\$10,01	\$62.335,07
Año 2	6248 (sacos)	\$10,01	\$62.559,73
Año 3	6277 (sacos)	\$10,02	\$62.879,38
Año 4	6314 (sacos)	\$10,02	\$63.295,46
Año 5	6362 (sacos)	\$10,03	\$63.809,86
Ingresos por la venta de papas			
Año 1	49838 (sacos)	\$10,01	\$498.680,59
Año 2	49988 (sacos)	\$10,01	\$500.477,86
Año 3	50213 (sacos)	\$10,02	\$503.035,03
Año 4	50515 (sacos)	\$10,02	\$506.363,68
Año 5	50895 (sacos)	\$10,03	\$510.478,92
Ingresos por la venta de habas verdes			
Año 1	945 (sacos)	\$7,00	\$6.619,77
Año 2	948 (sacos)	\$7,01	\$6.643,63
Año 3	952 (sacos)	\$7,01	\$6.677,58
Año 4	958 (sacos)	\$7,02	\$6.721,76
Año 5	965 (sacos)	\$7,02	\$6.776,39
Ingresos por la venta de manzanas			
Año 1	34077 (cajas)	\$12,01	\$409.173,82
Año 2	34180 (cajas)	\$12,01	\$410.648,50
Año 3	34334 (cajas)	\$12,02	\$412.746,69
Año 4	34540 (cajas)	\$12,03	\$415.477,89
Año 5	34800 (cajas)	\$12,04	\$418.854,50
Ingresos por la venta de peras			
Año 1	4273 (cajas)	\$11,01	\$47.031,01
Año 2	4286 (cajas)	\$11,01	\$47.200,52
Año 3	4305 (cajas)	\$11,02	\$47.441,69
Año 4	4331 (cajas)	\$11,03	\$47.755,61
Año 5	4364 (cajas)	\$11,03	\$48.143,72
Ingresos por la venta de claudias			
Año 1	10223 (cajas)	\$12,01	\$122.752,15
Año 2	10254 (cajas)	\$12,01	\$123.194,55
Año 3	10300 (cajas)	\$12,02	\$123.824,01
Año 4	10362 (cajas)	\$12,03	\$124.643,37
Año 5	10440 (cajas)	\$12,04	\$125.656,35
Ingresos por la venta de duraznos			
Año 1	575 (cajas)	\$8,00	\$4.603,21
Año 2	577 (cajas)	\$8,00	\$4.617,03
Año 3	579 (cajas)	\$8,01	\$4.643,40
Año 4	583 (cajas)	\$8,02	\$4.674,13
Año 5	587 (cajas)	\$8,02	\$4.712,11

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Marlene Once

Ingresos proyectados por la venta de granos secos

Tabla 58. Ingresos proyectados por la venta de granos secos

Ingresos por la venta de maíz seco			
Producción anual	Proyección de la producción	Proyección de los precios de venta	Ingresos
Año 1	1640 (sacos)	\$45,03	\$73.843,09
Año 2	1645 (sacos)	\$45,05	\$74.109,22
Año 3	1652 (sacos)	\$45,08	\$74.487,88
Año 4	1662 (sacos)	\$45,11	\$74.980,78
Año 5	1675 (sacos)	\$45,14	\$75.590,15
Ingresos por la venta de frejol seco			
Año 1	1305 (sacos)	\$60,04	\$78.318,43
Año 2	1308 (sacos)	\$60,07	\$78.600,69
Año 3	1314 (sacos)	\$60,11	\$79.002,30
Año 4	1322 (sacos)	\$60,14	\$79.525,06
Año 5	1332 (sacos)	\$60,18	\$80.171,37
Ingresos por la venta de habas secas			
Año 1	298 (sacos)	\$40,02	\$11.934,24
Año 2	299 (sacos)	\$40,05	\$11.977,25
Año 3	300 (sacos)	\$40,07	\$12.038,45
Año 4	302 (sacos)	\$40,10	\$12.118,11
Año 5	305 (sacos)	\$40,12	\$12.216,59

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Marlene Once

Resumen de Ingresos proyectados (productos verdes, papas y frutas)

Tabla 59. Resumen de Ingresos proyectados (productos verdes, papas y frutas)

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Choclo	\$168.997,31	\$169.606,39	\$170.472,98	\$171.601,02	\$172.995,63
Frejol verde	\$62.335,07	\$62.559,73	\$62.879,38	\$63.295,46	\$63.809,86
Papas	\$498.680,59	\$500.477,86	\$503.035,03	\$506.363,68	\$510.478,92
Habas verdes	\$6.619,77	\$6.643,63	\$6.677,58	\$6.721,76	\$6.776,39
Manzana	\$409.173,82	\$410.648,50	\$412.746,69	\$415.477,89	\$418.854,50
Pera	\$47.031,01	\$47.200,52	\$47.441,69	\$47.755,61	\$48.143,72
Claudia	\$122.752,15	\$123.194,55	\$123.824,01	\$124.643,37	\$125.656,35
Durazno	\$4.603,21	\$4.619,80	\$4.643,40	\$4.674,13	\$4.712,11
Total	\$1.320.192,93	\$1.324.950,98	\$1.331.720,76	\$1.340.532,91	\$1.351.427,49

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Marlene Once

Resumen de ingresos proyectados (Granos secos)

Tabla 60. Resumen de Ingresos proyectados (granos secos)

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maíz seco	\$73.843,09	\$74.109,22	\$74.487,88	\$74.980,78	\$75.590,15
Fréjol seco	\$78.318,43	\$78.600,69	\$79.002,30	\$79.525,06	\$80.171,37
Habas secas	\$11.934,24	\$11.977,25	\$12.038,45	\$12.118,11	\$12.216,59
Total	\$164.095,75	\$164.687,16	\$165.528,62	\$166.623,94	\$167.978,11

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Marlene Once

Resumen de total ingresos mercaderías (productos verdes, tubérculos, frutos y granos secos)

Tabla 61. Total Ingresos Mercaderías

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por productos verdes, tubérculo y frutas	\$1.320.192,93	\$1.324.950,98	\$1.331.720,76	\$1.340.532,91	\$1.351.427,49
Ingresos por granos secos	\$164.095,75	\$164.687,16	\$165.528,62	\$166.623,94	\$167.978,11
Total mercadería	\$1.484.288,68	\$1.489.638,13	\$1.497.249,38	\$1.507.156,86	\$1.519.405,59

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Marlene Once

4.5.5. Determinación de los egresos

Se tomará en cuenta el costo de producción dentro de este costo se considerará la compra de mercadería, mano de obra directa y CIF, así como también el costo operativo dentro del cual tenemos los que es, los gastos administrativos de ventas, así como también, las depreciaciones de los activos fijos.

4.5.5.1. Costos de producción

Los costos de producción son los que esta relacionados de una forma directa con la producción de la organización, puesto que se hará un análisis de la compra de mercadería, mano de obra directa y los costos indirectos.

4.5.5.1.1. Mercadería

Dentro del costo de producción está la compra de mercadería a los agricultores, cuyos datos se obtuvo del estudio de mercado, lo cual se proyectó utilizando la fórmula de crecimiento de la población considerando la tasa del PIB agrícola de 0,15% según el Banco Central del Ecuador, dicho valores se multiplicará por el precio de compra de los productos, información que se obtuvo de la encuesta que se aplicó a los agricultores de la Parroquia proyectando los precios con un tasa de inflación de 0,06% según el INEC

Mercadería de productos verde, papas y frutas

Tabla 62. Detalle por la compra de Mercadería (productos verdes, papa, y frutas)

Egresos por compra de choclos			
Producción anual	Proyección de la producción	Proyección de los precios de compra	Egresos
Año 1	12992 (sacos)	\$10,01	\$129.997,93
Año 2	13031 (sacos)	\$10,01	\$130.466,45
Año 3	13090 (sacos)	\$10,02	\$131.133,06
Año 4	13168 (sacos)	\$10,02	\$132.000,79
Año 5	13268 (sacos)	\$10,03	\$133.073,56
Egresos por compra de frejol verde			
Año 1	6230 (sacos)	\$8,00	\$49.868,06
Año 2	6248 (sacos)	\$8,01	\$50.047,79
Año 3	6277 (sacos)	\$8,01	\$50.303,50
Año 4	6314 (sacos)	\$8,02	\$50.636,37
Año 5	6362 (sacos)	\$8,02	\$51.047,89
Egresos por compra de papas			
Año 1	49838 (sacos)	\$8,00	\$398.944,47
Año 2	49988 (sacos)	\$8,01	\$400.382,29
Año 3	50213 (sacos)	\$8,01	\$402.428,03
Año 4	50515 (sacos)	\$8,02	\$405.090,94
Año 5	50895 (sacos)	\$8,02	\$408.383,13
Egresos por compra de habas verdes			
Año 1	945 (sacos)	\$5,00	\$4.728,41
Año 2	948 (sacos)	\$5,01	\$4.745,45
Año 3	952 (sacos)	\$5,01	\$4.769,70
Año 4	958 (sacos)	\$5,01	\$4.801,26
Año 5	965 (sacos)	\$5,02	\$4.840,28
Egresos por compra de manzanas			
Año 1	34077 (cajas)	\$10,01	\$340.978,18
Año 2	34180 (cajas)	\$10,01	\$342.207,08
Año 3	34334 (cajas)	\$10,02	\$343.955,58
Año 4	34540 (cajas)	\$10,02	\$346.231,57
Año 5	34800 (cajas)	\$10,03	\$349.045,41
Egresos por compra de peras			
Año 1	4273 (cajas)	\$9,01	\$38.479,92
Año 2	4286 (cajas)	\$9,01	\$38.618,60
Año 3	4305 (cajas)	\$9,02	\$38.815,92
Año 4	4331 (cajas)	\$9,02	\$39.072,77
Año 5	4364 (cajas)	\$9,03	\$39.390,32
Egresos por compra de claudias			
Año 1	10223 (cajas)	\$10,01	\$102.293,45
Año 2	10254 (cajas)	\$10,01	\$102.662,13
Año 3	10300 (cajas)	\$10,02	\$103.186,67
Año 4	10362 (cajas)	\$10,02	\$103.869,47
Año 5	10440 (cajas)	\$10,03	\$104.713,62
Egresos por compra de claudias			
Año 1	575 (cajas)	\$6,00	\$3.452,40
Año 2	577 (cajas)	\$6,01	\$3.464,85
Año 3	579 (cajas)	\$6,01	\$3.482,55
Año 4	583 (cajas)	\$6,01	\$3.505,59
Año 5	587 (cajas)	\$6,02	\$3.534,08

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Marlene Once

Mercadería de granos secos

Tabla 63. Detalle por la compra de Mercaderías (granos secos)

Egresos por la venta de maíz seco			
Producción anual	Proyección de la producción	Proyección de los precios de venta	Ingresos
Año 1	1640 (sacos)	\$35,02	\$57.433,51
Año 2	1645 (sacos)	\$35,04	\$57.640,51
Año 3	1652 (sacos)	\$35,06	\$57.935,02
Año 4	1662 (sacos)	\$35,08	\$58.318,38
Año 5	1675 (sacos)	\$35,11	\$58.792,34
Egresos por la venta de frejol seco			
2018	1305 (sacos)	\$50,03	\$65.265,36
2019	1308 (sacos)	\$50,06	\$65.500,57
2020	1314 (sacos)	\$50,09	\$65.835,25
2021	1322 (sacos)	\$50,12	\$66.270,89
2022	1332	\$50,15	\$66.809,47
Egresos por la venta de habas secas			
Año 1	298 (sacos)	\$30,02	\$8.950,68
Año 2	299 (sacos)	\$30,04	\$8.982,94
Año 3	300 (sacos)	\$30,05	\$9.028,83
Año 4	302 (sacos)	\$30,07	\$9.088,58
Año 5	305 (sacos)	\$30,09	\$9.162,44

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Marlene Once

Resume de la compra de mercaderías (productos verdes, papas, frutas)

Tabla 64. Resume de la compra de mercaderías (productos verdes, papas, frutas)

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Choclo	\$129.997,93	\$130.466,45	\$131.133,06	\$132.000,79	\$133.073,56
Frejol verde	\$49.868,06	\$50.047,79	\$50.303,50	\$50.636,37	\$51.047,89
Papas	\$398.944,47	\$400.382,29	\$402.428,03	\$405.090,94	\$408.383,13
Habas verdes	\$4.728,41	\$4.745,45	\$4.769,70	\$4.801,26	\$4.840,28
Manzana	\$340.978,18	\$342.207,08	\$343.955,58	\$346.231,57	\$349.045,41
Pera	\$38.479,92	\$38.618,60	\$38.815,92	\$39.072,77	\$39.390,32
Claudia	\$102.293,45	\$102.662,13	\$103.186,67	\$103.869,47	\$104.713,62
Durazno	\$3.452,40	\$3.464,85	\$3.482,55	\$3.505,59	\$3.534,08
Total	\$1.068.742,83	\$1.072.594,64	\$1.078.075,01	\$1.085.208,77	\$1.094.028,31

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Marlene Once

Resumen por la compra de mercaderías (Granos secos)

Tabla 65. Resumen por la compra de mercaderías (Granos secos)

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maíz seco	\$57.433,51	\$57.640,51	\$57.935,02	\$58.318,38	\$58.792,34
Frejol seco	\$65.265,36	\$65.500,57	\$65.835,25	\$66.270,89	\$66.809,47
Habas secas	\$8.950,68	\$8.982,94	\$9.028,83	\$9.088,58	\$9.162,44
Total	\$131.649,54	\$132.124,02	\$132.799,10	\$133.677,85	\$134.764,25

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Marlene Once

Resumen del total de egresos de mercaderías

Tabla 66, resumen total egresos de mercadería

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Egresos por la compra de productos verdes, tubérculos y frutos	\$1.068.742,83	\$1.072.594,64	\$1.078.075,01	\$1.085.208,77	\$1.094.028,31
Egresos por la compra de granos secos	\$131.649,54	\$132.124,02	\$132.799,10	\$133.677,85	\$134.764,25
Total egresos mercaderías	\$1.200.392,38	\$1.204.718,65	\$1.210.874,11	\$1.218.886,61	\$1.228.792,56

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Marlene Once

4.5.5.1.2. Mano de obra directa

Tabla 67. Sueldo correspondiente a un mes

Cargo	Sueldo	XIII sueldo	XIV sueldo	Aporte patronal	Total
Empacador 1	\$386,00	\$32,17	\$32,17	\$46,90	\$497,23
Empacador 2	\$386,00	\$32,17	\$32,17	\$46,90	\$497,23
Empacador 3	\$386,00	\$32,17	\$32,17	\$46,90	\$497,23
Sub total	\$1.158,00	\$96,50	\$96,50	\$140,70	\$1.491,70
Total					\$1.491,70

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Tabla 68. Sueldo correspondiente al primer año

Cargo	Sueldo anual	XIII sueldo	XIV sueldo	Fondos de reserva	Aporte patronal	Total
Empacador 1	\$4.632,00	\$386,00	\$386,00		\$562,79	\$5.966,79
Empacador 2	\$4.632,00	\$386,00	\$386,00		\$562,79	\$5.966,79
Empacador 3	\$4.632,00	\$386,00	\$32,17		\$562,79	\$5.612,95
Sub total	\$13.896,00	\$1.158,00	\$804,17		\$1.688,36	\$17.546,53
Total						\$17.546,53

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Tabla 69. Sueldo correspondiente al segundo año

Cargo	Sueldo anual	XIII sueldo	XIV sueldo	Fondos de reserva	Aporte patronal	Total
Empacador 1	\$4.632,00	\$386,00	\$386,00	\$385,85	\$562,79	\$6.352,63
Empacador 2	\$4.632,00	\$386,00	\$386,00	\$385,85	\$562,79	\$6.352,63
Empacador 3	\$4.632,00	\$386,00	\$386,00	\$385,85	\$562,79	\$6.352,63
Sub total	\$13.896,00	\$1.158,00	\$1.158,00	\$1.157,54	\$1.688,36	\$19.057,90
Total						\$19.057,90

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Tabla 70. Proyección de los sueldos de mano de obra directa

Sueldos Anuales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empacador 1	\$5.966,79	\$6.352,63	\$6.352,63	\$6.352,63	\$6.352,63
Empacador 2	\$5.966,79	\$6.352,63	\$6.352,63	\$6.352,63	\$6.352,63
Empacador 3	\$5.612,95	\$6.352,63	\$6.352,63	\$6.352,63	\$6.352,63
Total	\$17.546,53	\$19.057,90	\$19.057,90	\$19.057,90	\$19.057,90

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

4.5.5.1.3. Costos indirectos de producción

Tabla 71. Costos Indirectos de producción

Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total (mes)	P. Total (anual)
Energía eléctrica	1	\$14,00	\$14,00	\$168,00
Agua potable	1	\$5,00	\$5,00	\$60,00
Mantenimiento maquinaria y equipo	1	\$100,00	-	\$100,00
Mantenimiento y reparación centro de acopio	1	\$929,75	-	\$929,75
Total			\$19,00	\$1.257,75

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Materiales indirectos

Tabla 72. Materiales Indirectos de producción

Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total (mes)	P. Total (año)
Cartones	17932	\$1,00	\$17.932,00	\$73.844,00
Guantes de caucho	4	\$1,50	\$6,00	\$72,00
Gavetas	20	\$4,00	\$80,00	\$80,00
Sacos	696	\$0,25	\$174,00	\$2.088,00
Rollos de Piola	10	\$1,00	\$10,00	\$120,00
Hilos poliéster	2	\$1,99	\$3,98	\$47,76
Suministros de Limpieza		\$50,00	\$50,00	\$50,00
TOTAL			\$18.255,98	\$76.301,76

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Proyección de costos indirectos

Tabla 73. Proyección de los Costos Indirectos de producción

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Indirectos de Operación					
Energía eléctrica	\$168,00	\$168,00	\$168,00	\$168,00	\$168,00
Agua potable	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00
Mantenimiento maquinaria y equipo	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00
Mantenimiento y reparación centro de acopio	\$929,75	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00
Materiales Indirectos					
Cartones	\$73.844,00	\$73.844,00	\$73.844,00	\$73.844,00	\$73.844,00
Guantes de caucho	\$72,00	\$72,00	\$72,00	\$72,00	\$72,00
gavetas	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00
Sacos	\$2.088,00	\$2.088,00	\$2.088,00	\$2.088,00	\$2.088,00
Rollos de Piola	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00
Hilos poliéster para cocedora de sacos	\$47,76	\$47,76	\$47,76	\$47,76	\$47,76
Suministros de Limpieza	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00
TOTAL	\$77.559,51	\$76.729,76	\$76.729,76	\$76.729,76	\$76.729,76

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

4.5.5.1.4. Resume de los costos de producción

Tabla 74. Resumen de Costos de producción

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mercadería	\$1.200.392,38	\$1.204.718,65	\$1.210.874,11	\$1.218.886,61	\$1.228.792,56
Sueldos	\$17.546,53	\$19.057,90	\$19.057,90	\$19.057,90	\$19.057,90
Costos indirectos	\$77.559,51	\$76.729,76	\$76.729,76	\$76.729,76	\$76.729,76
Total	\$1.295.498,42	\$1.300.506,32	\$1.306.661,77	\$1.314.674,28	\$1.324.580,22

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

4.5.5.2. Gastos de operación

4.5.5.2.1. Gastos administrativos

Sueldos del personal administrativo

Tabla 75. Sueldo correspondientes al primer mes del personal administrativo

Cargo	Sueldo	XIII sueldo	XIV sueldo	Aporte patronal	Total
Gerente	\$700,00	\$58,33	\$32,17	\$85,05	\$901,72
Contador	\$500,00	\$41,67	\$32,17	\$60,75	\$644,08
Bodeguero	\$386,00	\$32,17	\$32,17	\$46,90	\$497,23
Sub total	\$1.586,00	\$132,17	\$96,51	\$192,70	\$2.043,03
Total					\$2.043,03

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Tabla 76. Sueldo correspondiente al primer año del personal administrativo

Cargo	Sueldo anual	XIII sueldo	XIV sueldo	Fondos de reserva	Aporte patronal	Total
Gerente	\$8.400,00	\$700,00	\$386,00		\$1.020,60	\$10.506,60
Contador	\$6.000,00	\$500,00	\$386,00		\$729,00	\$7.615,00
Bodeguero	\$4.632,00	\$386,00	\$386,00		\$562,79	\$5.966,79
Sub total	\$19.032,00	\$1.586,00	\$1.158,00		\$2.312,39	\$24.088,39
Total						\$24.088,39

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Tabla 77. Sueldo correspondiente al segundo año del personal administrativo

Cargo	Sueldo anual	XIII sueldo	XIV sueldo	Fondos de reserva	Aporte patronal	Total
Gerente	\$8.400,00	\$700,00	\$386,00	\$699,72	\$1.020,60	\$11.206,32
Contador	\$8.400,00	\$700,00	\$386,00	\$499,80	\$729,00	\$8.114,80
Bodeguero	\$6.000,00	\$500,00	\$386,00	\$385,85	\$562,79	\$6.352,63
Sub total	\$22.800,00	\$1.900,00	\$1.158,00	\$1.585,37	\$2.312,39	\$25.673,75
TOTAL						\$25.673,75

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Proyección de los sueldos del personal administrativo

Tabla 78. Proyección de sueldos administrativos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	\$10.506,60	\$11.206,32	\$11.206,32	\$11.206,32	\$11.206,32
Contador	\$7.615,00	\$8.114,80	\$8.114,80	\$8.114,80	\$8.114,80
Bodeguero	\$5.966,79	\$6.352,63	\$6.352,63	\$6.352,63	\$6.352,63
Total	\$24.088,39	\$25.673,75	\$25.673,75	\$25.673,75	\$25.673,75

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Gastos útiles de oficina

Tabla 79. Detalle de Gastos Útiles de Oficina

Detalle	Cantidad	P. unitario	P. Unitario
Caja de resmas de papel	1	\$26,30	\$26,30
Grapadoras	2	\$8,10	\$16,20
Perforadoras	2	\$1,96	\$3,92
Carpetas folders archivadoras	3	\$2,00	\$6,00
Caja de esferos bic 24 unidades	2	\$5,00	\$10,00
Portaminas rotring 0.5	2	\$4,00	\$8,00
Tijeras	2	\$0,50	\$1,00
Quita grapas	2	\$0,80	\$1,60
Total			\$73,02

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Proyección de útiles de oficina

Tabla 80. Proyección de gastos útiles de oficina

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Caja de resmas de papel	\$26,30	\$26,30	\$26,30	\$26,30	\$26,30
Grapadoras	\$16,20	\$16,20	\$16,20	\$16,20	\$16,20
Perforadoras	\$3,92	\$3,92	\$3,92	\$3,92	\$3,92
Carpetas folders archivadoras	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00
Caja de esferos bic 24 unidades	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00
Portaminas rotring 0.5	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00
Tijeras	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00
Quita grapas	\$1,60	\$1,60	\$1,60	\$1,60	\$1,60
Total	\$73,02	\$73,02	\$73,02	\$73,02	\$73,02

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Gastos generales de administración

Tabla 81. Detalle de gastos generales de administración

Detalle	Cantidad	P. total (mes)	P. total (anual)
Energía eléctrica	1	\$6,00	\$72,00
Agua	1	\$4,00	\$48,00
Mantenimiento equipo de computo	1		\$40,00
Teléfono e internet	1	\$24,00	\$288,00
Total		\$34,00	\$448,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Proyección de gastos generales de administración

Tabla 82. Proyección de gastos generales de administración

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía eléctrica	\$72,00	\$72,00	\$72,00	\$72,00	\$72,00
Agua	\$48,00	\$48,00	\$48,00	\$48,00	\$48,00
Mantenimiento equipo de computo	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00
Teléfono e internet	\$288,00	\$288,00	\$288,00	\$288,00	\$288,00
Total	\$448,00	\$448,00	\$448,00	\$448,00	\$448,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Resumen de gastos Administrativos

Tabla 83. Resumen de gastos administrativos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	\$24.088,39	\$25.673,75	\$25.673,75	\$25.673,75	\$25.673,75
Gastos útiles de oficina	\$73,02	\$73,02	\$73,02	\$73,02	\$73,02
Gastos generales de administración	\$448,00	\$448,00	\$448,00	\$448,00	\$448,00
Total	\$24.609,41	\$26.194,77	\$26.194,77	\$26.194,77	\$26.194,77

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

4.5.5.2.2. Gastos de venta

Gasto Sueldos del personal de ventas

Tabla 84. Sueldo correspondiente a un mes del personal de ventas

Cargo	Sueldo	XIII tercero	XIV cuarto	Aporte patronal	Total
Vendedor 1	\$386,00	\$32,17	\$32,17	\$46,90	\$497,23
Vendedor 2	\$386,00	\$32,17	\$32,17	\$46,90	\$497,23
Vendedor 3	\$386,00	\$32,17	\$32,17	\$46,90	\$497,23
Sub Total	\$772,00	\$64,33	\$64,33	\$93,80	\$1.491,70
Total					\$1.491,70

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Tabla 85. Sueldos correspondientes al primer año del personal de ventas

Cargo	Sueldo mensual	Sueldo anual	XIII Tercero	XIV cuarto	Fondos de reserva	Aporte patronal (11,15)	Total
Vendedor 1	\$386,00	\$4.632,00	\$386,00	\$386,00		\$562,79	\$5.966,79
Vendedor 2	\$386,00	\$4.632,00	\$386,00	\$386,00		\$562,79	\$5.966,79
Vendedor 3	\$386,00	\$4.632,00	\$386,00	\$386,00		\$562,79	\$5.966,79
Sub Total		\$9.264,00	\$772,00	\$772,00		\$1.125,58	\$17.900,36
Total							\$17.900,36

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Tabla 86. Sueldo correspondiente al segundo año correspondiente al personal de ventas

Cargo	Sueldo mensual	Sueldo anual	XIII Tercero	XIV cuarto	Fondos de reserva	Aporte patronal (11,15)	Total
Vendedor 1	\$386,00	\$4.632,00	\$386,00	\$386,00	\$385,85	\$562,79	\$6.352,63
Vendedor 2	\$386,00	\$4.632,00	\$386,00	\$386,00	\$385,85	\$562,79	\$6.352,63
Vendedor 3	\$386,00	\$4.632,00	\$386,00	\$386,00	\$385,85	\$562,79	\$6.352,63
Sub Total		\$9.264,00	\$772,00	\$772,00	\$771,69	\$1.125,58	\$19.057,90
Total							\$19.057,90

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Proyección de sueldo al personal de ventas

Tabla 87. Sueldos proyectados correspondientes al personal de ventas

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vendedor 1	\$5.966,79	\$6.352,63	\$6.352,63	\$6.352,63	\$6.352,63
Vendedor 2	\$5.966,79	\$6.352,63	\$6.352,63	\$6.352,63	\$6.352,63
Vendedor 3	\$5.966,79	\$6.352,63	\$6.352,63	\$6.352,63	\$6.352,63
Total	\$17.900,36	\$19.057,90	\$19.057,90	\$19.057,90	\$19.057,90

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Gasto Publicidad

Tabla 88. Detalle gasto publicidad

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Cuñas publicitarias Radio Volcán	90	\$2,50	\$225,00	\$2.700,00
Volantes	300	\$0,25	\$75,00	\$900,00
Rótulos	2	\$250,00	\$500,00	\$500,00
Total			\$78,00	\$3.600,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Proyección de gastos publicidad

Tabla 89. Proyección de gastos publicidad

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuñas publicitarias Radio Volcán	\$2.700,00	\$2.700,00	\$2.700,00	\$2.700,00	\$2.700,00
Volantes	\$900,00	\$900,00	\$900,00	\$900,00	\$900,00
Rótulos	\$500,00	-	-	-	-
Total	\$4.100,00	\$3.600,00	\$3.600,00	\$3.600,00	\$3.600,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Gastos de movilización y transporte

Tabla 90 Detalle de gastos de movilización y transporte

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Combustible	20	\$25,00	\$500,00	\$6.000,00
Mantenimiento vehículo	1	\$300,00	-	\$300,00
Cambio de neumáticos	1	\$1.200,00	-	\$1.200,00
Total			\$500,00	\$7.500,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Proyección de los gastos de movilización y transporte

Tabla 91. Proyección de los gastos de movilización y transporte

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Combustible	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00
Mantenimiento vehículo	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00
Cambio de neumáticos	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00
Total	\$7.500,00	\$7.500,00	\$7.500,00	\$7.500,00	\$7.500,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Gasto arriendo

Tabla 92. Detalle de gasto arriendo

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Arriendo	1	\$120,00	\$120,00	\$1.440,00
Total			\$120,00	\$1.440,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Tabla 93. Proyección de gasto arriendos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00
Total	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Resumen de gasto de ventas

Tabla 94. Cuadro de resumen de gastos de ventas

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	\$17.900,36	\$19.057,90	\$19.057,90	\$19.057,90	\$19.057,90
Gasto publicidad	\$4.100,00	\$3.600,00	\$3.600,00	\$3.600,00	\$3.600,00
Movilización y transporte	\$7.500,00	\$7.500,00	\$7.500,00	\$7.500,00	\$7.500,00
Arriendo	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00
Total	\$30.940,36	\$31.597,90	\$31.597,90	\$31.597,90	\$31.597,90

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

4.5.5.2.3. Depreciaciones de activos fijos

Para realizar la depreciación se considera aquellos activos fijos cuyo valor supera los \$100 dólares, puesto que los inferiores se los considera como mobiliario, para la cual se aplicara la ecuación de línea recta cuya fórmula es la siguiente.

Fórmula:

$$D = \frac{\text{Valor de adquisición} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida Útil}}$$

A continuación se presenta un cuadro en el cual se describe los años de vida útil del activo y el porcentaje de depreciación.

Tabla 95. Cuadro de detalle para depreciar

Concepto	Años de vida útil	% de depreciación
Maquinaria y equipo	10	10%
Muebles y enseres	10	10%
Equipo de oficina	10	10%
Equipo de cómputo	3	33%
Vehículo	5	20%

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

Tabla 96. Depreciación de activos fijos

Detalle	Valor del activo	Año 1	Año 2	Año 3	año 4	Año 5
Dep. maquinaria y equipo						
Cinta transportadora	\$4.000,00	\$360,00	\$360,00	\$360,00	\$360,00	\$360,00
Mesa de selección a motor	\$4.000,00	\$360,00	\$360,00	\$360,00	\$360,00	\$360,00
Balanza digital	\$310,00	\$27,90	\$27,90	\$27,90	\$27,90	\$27,90
Perchas	\$500,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00
Carretilla hidráulica	\$2.175,00	\$195,75	\$195,75	\$195,75	\$195,75	\$195,75
Cosedora de sacos	\$312,00	\$28,08	\$28,08	\$28,08	\$28,08	\$28,08
Total Dep. Maquinaria y equipo	\$11.297,00	\$1.016,73	\$1.016,73	\$1.016,73	\$1.016,73	\$1.016,73
Dep muebles y enserere						
Escritorio ejecutivo	\$260,00	\$23,40	\$23,40	\$23,40	\$23,40	\$23,40
Silla ejecutiva	\$163,00	\$14,67	\$14,67	\$14,67	\$14,67	\$14,67
Sillas de espera	\$256,00	\$23,04	\$23,04	\$23,04	\$23,04	\$23,04
Escritorio	\$160,00	\$14,40	\$14,40	\$14,40	\$14,40	\$14,40
Archivadores de oficina	\$170,00	\$15,30	\$15,30	\$15,30	\$15,30	\$15,30
Cajones de madera	\$7.500,00	\$675,00	\$675,00	\$675,00	\$675,00	\$675,00
Total Dep. Muebles y enseres	\$8.509,00	\$765,81	\$765,81	\$765,81	\$765,81	\$765,81
Dep. Equipo de oficina						
Caja registradora	\$225,00	\$20,25	\$20,25	\$20,25	\$20,25	\$20,25
Total	\$225,00	\$20,25	\$20,25	\$20,25	\$20,25	\$20,25
Dep. Equipo de cómputo						
Computador de mesa	\$650,00	\$144,45	\$144,45	\$144,45	\$144,45	\$144,45
Laptop hp	\$829,00	\$184,23	\$184,23	\$184,23	\$184,23	\$184,23
Impresora multifunción	\$210,00	\$46,67	\$46,67	\$46,67	\$46,67	\$46,67
Total	\$1.689,00	\$375,35	\$375,35	\$375,35	\$375,35	\$375,35
Dep. Vehículo						
Camión Chevrolet,	\$48.990,00	\$7.838,40	\$7.838,40	\$7.838,40	\$7.838,40	\$7.838,40
Total	\$48.990,00	\$7.838,40	\$7.838,40	\$7.838,40	\$7.838,40	\$7.838,40
Total		\$10.016,54	\$10.016,54	\$10.016,54	\$10.016,54	\$10.016,54

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Marlene Once

4.5.6. Gasto financiero

Tabla 97. Gasto Interés crédito

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto interés	\$12.813,15	\$10.765,13	\$8.487,11	\$5.953,28	\$3.134,89
Total	\$12.813,15	\$10.765,13	\$8.487,11	\$5.953,28	\$3.134,89

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Marlene Once

4.5.7. Resumen de egresos proyectados

Tabla 98. Resumen de Egresos proyectados

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de ventas	\$1.295.498,42	\$1.300.506,32	\$1.306.661,77	\$1.314.674,28	\$1.324.580,22
Gastos administrativos	\$24.609,41	\$26.194,77	\$26.194,77	\$26.194,77	\$26.194,77
Gastos de ventas	\$30.940,36	\$31.597,90	\$31.597,90	\$31.597,90	\$31.597,90
Gastos financieros	\$12.813,15	\$10.765,13	\$8.487,11	\$5.953,28	\$3.134,89
Depreciaciones	\$10.016,54	\$10.016,54	\$10.016,54	\$10.016,54	\$10.016,54
Total	\$1.373.877,88	\$1.379.080,66	\$1.382.958,10	\$1.388.436,77	\$1.395.524,33

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Marlene Once

4.5.8. Estado de resultados

Tabla 99.Estado de Resultado

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta	\$1.484.288,68	\$1.489.638,13	\$1.497.249,38	\$1.507.156,86	\$1.519.405,59
(-) costo de venta	\$1.295.498,42	\$1.300.506,32	\$1.306.661,77	\$1.314.674,28	\$1.324.580,22
(=) utilidad bruta en ventas	\$188.790,26	\$189.131,82	\$190.587,60	\$192.482,58	\$194.825,37
(-) gastos operacionales	\$78.379,46	\$78.574,34	\$76.296,33	\$73.762,49	\$70.944,11
Gastos administrativos	\$24.609,41	\$26.194,77	\$26.194,77	\$26.194,77	\$26.194,77
Gastos de ventas	\$30.940,36	\$31.597,90	\$31.597,90	\$31.597,90	\$31.597,90
Gastos financieros	\$12.813,15	\$10.765,13	\$8.487,11	\$5.953,28	\$3.134,89
Gasto depreciación	\$10.016,54	\$10.016,54	\$10.016,54	\$10.016,54	\$10.016,54
Utilidad operacional antes de repartición utilidad e impuestos	\$110.410,80	\$110.557,48	\$114.291,27	\$118.720,09	\$123.881,26
(-) 15% participación trabajadores	\$16.561,62	\$16.583,62	\$17.143,69	\$17.808,01	\$18.582,19
(=) utilidad antes de impuestos	\$93.849,18	\$93.973,85	\$97.147,58	\$100.912,08	\$105.299,07
(-)22% impuesto a la renta	\$20.646,82	\$20.674,25	\$21.372,47	\$22.200,66	\$23.165,80
Utilidad neta	\$73.202,36	\$73.299,61	\$75.775,12	\$78.711,42	\$82.133,28

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Marlene Once

4.5.9. Flujo de caja proyectado

Tabla 100. Flujo de caja

Detalle	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		\$1.484.288,68	\$1.489.638,13	\$1.497.249,38	\$1.507.156,86	\$1.519.405,59
(-)costo de ventas		\$1.295.498,42	\$1.300.506,32	\$1.306.661,77	\$1.314.674,28	\$1.324.580,22
(-) gastos administrativos		\$24.609,41	\$26.194,77	\$26.194,77	\$26.194,77	\$26.194,77
(-)gastos de ventas		\$30.940,36	\$31.597,90	\$31.597,90	\$31.597,90	\$31.597,90
(-)gastos financieros		\$12.813,15	\$10.765,13	\$8.487,11	\$5.953,28	\$3.134,89
(-)gasto depreciación		\$10.016,54	\$10.016,54	\$10.016,54	\$10.016,54	\$10.016,54
(=) utilidad antes de rep. Utilidades e impuestos		\$110.410,80	\$110.557,48	\$114.291,27	\$118.720,09	\$123.881,26
(-) 15% participación trabajadores		\$16.561,62	\$16.583,62	\$17.143,69	\$17.808,01	\$18.582,19
(=)utilidad antes de impuestos		\$93.849,18	\$93.973,85	\$97.147,58	\$100.912,08	\$105.299,07
(-)22% impuesto a la renta		\$20.646,82	\$20.674,25	\$21.372,47	\$22.200,66	\$23.165,80
(=)utilidad neta		\$73.202,36	\$73.299,61	\$75.775,12	\$78.711,42	\$82.133,28
(+) depreciación		\$10.016,54	\$10.016,54	\$10.016,54	\$10.016,54	\$10.016,54
Capital propio	(\$48.990,00)					
Crédito	(\$114.097,50)					
(-)amortización del préstamo		\$18.237,06	\$20.285,08	\$22.563,10	\$25.096,93	\$27.915,32
(=)flujo de caja anual proyectado	(\$163.087,50)	\$64.981,84	\$63.031,07	\$63.228,56	\$63.631,03	\$64.234,50

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Marlene Once

4.5.10. Balance general

CENTRO DE ACOPIO “BAYCENTER” BALANCE GENERAL

Tabla 101. Balance General

Activo			Pasivo		
Activo corriente			Pasivo corriente		
Bancos	\$64.981,84		Provisión sueldos	\$11.376,49	
Total activo corriente		\$64.981,84	Total pasivo corriente		\$11.376,49
Activo no corriente			Pasivo no corriente		
Terreno	\$20.868,00		Préstamo bancario l/p	\$114.097,50	
Instalaciones	\$85.000,00		Total pasivos no corriente		\$125.473,99
Vehículo	\$48.990,00		Total pasivo		\$136.850,48
Maquinaria y equipo	\$11.297,00				
Equipo de computo	\$1.689,00				
Equipo de oficina	\$275,00				
Muebles y enseres	\$1.009,00				
Gastos organización	\$500,00				
Gastos constitución	\$2.076,00				
Depreciaciones	(\$10.016,54)		Patrimonio		\$89.818,81
Total activo no corriente		\$161.687,46	Capital social	\$89.818,81	
Total activo		<u>\$226.669,30</u>	Total pasivo + patrimonio		<u>\$226.669,30</u>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Marlene Once

4.6. EVALUACIÓN FINANCIERA

4.6.1. Indicadores de evaluación financiera

4.6.2. Costo de oportunidad

Para el cálculo del costo de oportunidad se tomará en consideración tasa pasiva para la inversión propia que es de 4,99% según el Banco Central del Ecuador y la tasa activa de la inversión financiada que es de 11,23% tasa que cobra el Banco del Pacifico por el crédito.

Tabla 102. Costo de Oportunidad

Detalle	Inversión	Porcentaje de reparto de la inversión	Tasa de rendimiento	Valor ponderado
Inversión propia	\$48.990,00	30%	4,99%	1,50%
Inversión financiada	\$114.097,50	70%	11,23%	7,86%
Total inversión	\$163.087,50	100,00%	16,22%	9,36%

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Marlene Once

El costo de oportunidad nos indica que deberá rendir un 9,36% en el caso de ser financiada con una tasa de interés del 11,23%.

4.6.3. Valor actual Neto

Para el cálculo del VAN utilizaremos la tasa de descuento la cual detallaremos a continuación.

4.6.3.1. Tasa de descuento

Para el cálculo de la tasa de descuento se tomará en consideración la tasa de inflación que según el INEC fue de 0,06%, costo de oportunidad del dinero de 9,36% según el cálculo realizado anteriormente, tasa activa del préstamo realizado de 11,23%.

Tabla 103. Tasa de descuento

Inflación	0,06%
Costo de Oportunidad	9,36%
Tasa Activa Préstamo	11,23%
Total tasa de descuento	21,61%

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Marlene Once

Calculo del VAN en Excel

Tabla 104.VAN

Periodo	Inversión	Flujo de caja	Factor de actualización		Inversión actualizada	Flujo de caja actualizada
0	(\$163.087,50)		$1/(1+i)^n$	1	\$163.087,50	
1		\$64.981,84	$1/(1+0,2065)^1$	0,828874261		\$53.861,78
2		\$63.031,07	$1/(1+0,2065)^2$	0,68703254		\$43.304,39
3		\$63.228,56	$1/(1+0,2065)^3$	0,569463589		\$36.006,36
4		\$63.631,03	$1/(1+0,2065)^4$	0,472013711		\$30.034,72
5		\$64.234,50	$1/(1+0,2065)^5$	0,391240016		\$25.131,11
Total					(\$163.087,50)	\$188.338,36
					Van =	\$25.250,86

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Marlene Once

Al ser él va positivo con un valor de \$25.250,86 nos está demostrando que si queremos invertir en el centro de acopio en un futuro sería un éxito para quienes deseamos invertir.

4.6.4. Tasa interna de retorno

Para calcular el TIR se procede a calcular con una tasa superior y una inferior para poder interpolas a continuación.

Van utilizando una tasa inferior de 21,61%

Tabla 105.VAN tasa inferior

Periodo	Inversión	Flujo de caja	Factor de actualización		Inversión actualizada	Flujo de caja actualizada
0	(\$163.087,50)		$1/(1+i)^n$	1	\$163.087,50	
1		\$64.981,84	$1/(1+0,2065)^1$	0,828874261		\$53.861,78
2		\$63.031,07	$1/(1+0,2065)^2$	0,68703254		\$43.304,39
3		\$63.228,56	$1/(1+0,2065)^3$	0,569463589		\$36.006,36
4		\$63.631,03	$1/(1+0,2065)^4$	0,472013711		\$30.034,72
5		\$64.234,50	$1/(1+0,2065)^5$	0,391240016		\$25.131,11
Total					(\$163.087,50)	\$188.338,36
					Van =	\$25.250,86

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Marlene Once

Van utilizando una tasa de superior de 25%

Tabla 106.VAN tasa inferior

Periodo	Inversión	Flujo de caja	Factor de actualización		Inversión actualizada	Flujo de caja actualizada
0	(\$163.087,50)		$1/(1+i)^n$		(\$163.087,50)	
1		\$64.981,84	$1/(1+0,25)^1$	0,8		\$51.985,47
2		\$63.031,07	$1/(1+0,25)^2$	0,64		\$40.339,88
3		\$63.228,56	$1/(1+0,25)^3$	0,512		\$32.373,02
4		\$63.631,03	$1/(1+0,25)^4$	0,4096		\$26.063,27
5		\$64.234,50	$1/(1+0,25)^5$	0,32768		\$21.048,36
Total					(\$163.087,50)	\$171.810,01
					Van =	\$8.722,51

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Marlene Once

$$TIR = \text{tasa inferior} + \text{diferencia de tasas} \left(\frac{\text{van tasa inferior}}{\text{diferencia absoluta del VAN}} \right)$$

$$TIR = 0,2065 + (0,25 - 0,2065) \left(\frac{25.250,86}{25.250,86 - 8.722,51} \right)$$

$$TIR = 0,2065 + (0,0435)(1,53)$$

$$TIR = 0,2065 + 0,07$$

$$TIR = 0,2765$$

$$TIR = 27,65\%$$

Siendo una tasa superior a la de actualización puedo decir que el proyecto es factible para su aplicación o puesta en marcha.

4.6.5. Periodo de recuperación de la inversión

Tabla 107. Periodo de recuperación de la inversión

Periodo	Flujo	Flujo ajustado $f/(1+i)^n$	Flujo acumulado ajustado
0	-163.087,50		-163.087,50
1	64.981,84	53.263,80	-109.823,69
2	63.031,07	42.348,20	-67.475,49
3	63.228,56	34.820,40	-32.655,08
4	63.631,03	28.722,99	-\$3.932,10
5	64.234,50	23.766,72	19.834,62

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Marlene Once

PRI= Ultimo Flujo negativo acumulado ajustado/ Flujo ajustado

Años =4

PRI =3.932,10/ 23.766,72= 0,7307

Meses = 12* 0,1654= 1,98

Días = 30* 0,98= 29

El PRI sería en 4 años, 1 mes y 29 días.

4.6.6. Relación beneficio costo

Para el cálculo la relación beneficio costo se utilizara la siguiente formula:

$$B/C = \Sigma \text{ Flujo de ingresos y egresos actualizados} / \text{inversión actualizada}$$

$$B/C = \$188.338,36 / \$163.087,50$$

$$B/C = 1,15$$

El beneficio costos es mayor que 1, se puede decir que se puede considerar el proyecto. En otros términos puedo decir que por cada dólar invertido se obtiene un beneficio de \$0,15.

4.6.7. Punto de equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio utilizaremos la siguiente formula.

Fórmula:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{I}}$$

Donde:

PE= Punto de equilibrio

CF=Costos Fijo

CV= Costos variables

I= Ingresos

$$PE = \frac{\$160.672,35}{1 - \frac{\$1.304.690,67}{\$1.484.288,68}}$$

$$PE = \$1.327.877,48$$

Tabla 108. Punto de equilibrio

Detalla	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
Ingresos ventas	\$1.484.288,68	\$1.489.638,13	\$1.497.249,38	\$1.507.156,86	\$1.519.405,59
Costos fijos					
Mano de obra directa	\$17.546,53	\$19.057,90	\$19.057,90	\$19.057,90	\$19.057,90
Costos indirectos	\$77.559,51	\$76.729,76	\$76.729,76	\$76.729,76	\$76.729,76
Gastos administrativos	\$24.609,41	\$26.194,77	\$26.194,77	\$26.194,77	\$26.194,77
Gastos de venta	\$30.940,36	\$31.597,90	\$31.597,90	\$31.597,90	\$31.597,90
Gasto depreciación	\$10.016,54	\$10.016,54	\$10.016,54	\$10.016,54	\$10.016,54
Total costo fijos	\$160.672,35	\$163.596,88	\$163.596,88	\$163.596,88	\$163.596,88
Costos variables					
Mercadería	\$1.291.877,52	\$1.296.533,51	\$1.303.158,10	\$1.311.781,25	\$1.322.442,16
Gastos financiero	\$12.813,15	\$10.765,13	\$8.487,11	\$5.953,28	\$3.134,89
Total costos variables	\$1.304.690,67	\$1.307.298,64	\$1.311.645,21	\$1.317.734,53	\$1.325.577,05
Punto de equilibrio	\$1.327.877,48	\$1.336.518,69	\$1.319.718,89	\$1.301.674,16	\$1.282.422,11

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Marlene Once

4.7. ESTUDIO DEL IMPACTO AMBIENTAL

Para este estudio se aplicará la matriz de Leopold ya que permitirá medir cualitativamente las acciones positivas y negativas que el centro va a desarrollar, misma que estarán en contacto con el medio ambiente.

Cuadro 12. Matriz de Leopold

MEDIO AMBIENTE			ACCIONES CON POSIBLES EFECTOS																
			Recepción de productos agrícolas					2. Conservación de productos agrícolas en las bodegas				3. Comercialización de productos agrícolas en el centro, en puestos del mercado mayorista y bodega							
MEDIO	COMPONENTE	FACTORES AMBIENTALES	Compra de productos agrícolas a agricultores	Traslado de productos agrícolas desde el centro de acopio hasta la ciudad	Traslado de productos dentro de la ciudad	Descarga de productos en el mercado mayorista o bodega	Mantenimiento de vehículo propio para distribución	Total Acción 1	Lavado de productos frutales	Energía eléctrica consumida por maquinarias	Mantenimiento de maquinaria y equipo del área operación	Total Acción 2	Mantenimiento de la bodega y puestos de venta en el mercado mayorista (pintura, consumo de papel y cartones para oficina y venta)	Afluencia de personas en puestos del mercado mayorista y bodega	Uso de fundas plásticas para empaquetar los productos de clientes	Autos donde se transportan los clientes	Total Acción 3	Total Acciones	
Medio físico y químico	Tierra	Suelos						0				0						-12	-12
	Agua	Superficial						0	-3/4	-3/5		-27	-1/3					-3	-30
	Atmósfera	Calidad del aire		-2/3	-2/3		-1/2	-14			-2/3	-6	-1/4				-2/3	-6	-26
	Procesos	Avenidas		6/8	-2/5			38				0					-3/4	-12	26
Medio Biótico	Flora	Árboles						0				0		-5/6				-30	-30
		Cobertura vegetal	9/10					90				0						0	90
Medios culturales	Uso de la tierra	Área Comercial						0						7/8		-2/3	50	50	
		Bosques						0					-5/6				-30	-30	
		Agricultura	9/10					90										90	90
	Calidad de Vida	Empleo	5/6	1/3		1/3	1/3	39	3/4		1/2	14	3/4					12	65
		Salud y seguridad						0	5/6			30						0	30
Facilidades y actividades humanas	Red de transporte		6/7	-2/5			32				0					-2/3	-6	26	
Relaciones Ecológicas	Aumento de área arbustiva						0						-4/5				-20	-20	
Total							275				11						-57	229	

Elaborado por: Marlene Once

Comentario

Como se observa en el cuadro 12 los valores que resaltan de color rojo son los valores con más alto puntaje negativo ya que, son una amenaza directa para el medio ambiente, dentro de estas amenazas tenemos, el uso del agua que se utilizará para llevar a cabo el proceso interno de los frutos, respecto a los bosques la empresa hará uso del papel para impresiones y de cartones para embalar los frutos, esto afectaría al medio ambiente debido a que estos materiales son procesados de la madera por lo que habría más talas de árboles, en caso de los bosques si hay más tala de árboles los bosques disminuyen.

Como se observa en el cuadro anterior las casillas resaltada de color verde, son los valores con más alto puntaje positivo para la empresa, debido a que ayudaría a que el proyecto pueda ejecutarse, en el caso de la cobertura vegetal se ha considerado un valor positivo debido que la parroquia es una zona productora lo que ayudaría al abastecimiento de la organización, en el caso de la agricultura, que es otro valor positivo vale la pena recalcar que dentro de la zona la mayoría de habitantes se dedican a la labor de cultivar que es favorable para la empresa, y en el caso del empleo se puede decir que al llegar a ejecutar este proyecto sería favorable tanto para la parroquia como para su habitantes debido que se crearan fuentes de empleo.

Por lo expuesto anteriormente se puede decir que al analizar la matriz está demostrando, que en gran parte de la valoración, los resultados positivos superan a los negativos por lo que sería considerable que el proyecto se ejecute.

CONCLUSIONES

El estudio realizado en la Parroquia San Antonio de Bayushig permitió determinar que es un lugar adecuado para la instalación y creación del centro de acopio, debido al estudio técnico que se llevó a cabo dentro del sector.

Mediante el estudio de mercado se pudo determinar una demanda de productos de 179024 sacos y cajas de productos verdes, tubérculos y frutas, 4872 sacos de granos secos; una oferta de productos de 3318000 sacos y cajas, 52320 sacos de granos secos, una demanda insatisfecha de 118975 sacos y cajas de productos verdes, tubérculos, frutas y 3311sacos de granos secos para dicha información se aplicaron encuestas a agricultores y entrevistas comerciantes.

Para realizar el estudio técnico cabe recalcar que se cuenta con el apoyo del GAD Parroquial de San Antonio de Bayushig, mismo que se ofreció a facilitarnos unas instalaciones de una ex escuela que se encuentra abandonada, entregándonos en comodato, contado una inversión inicial de \$163.087,50, lo cual será asumido, el 30% que será aportación de los socios, y el 70% sería financiado por el Banco del Pacifico.

Mediante el estudio financiero y la evaluación económica permitió conocer la inversión total necesario para la ejecución del proyecto, determinado de esta manera que el proyecto es rentable, realizando proyecciones a los estados financieros como es al flujo de caja el cual ayudo a determinar un VAN positivo de \$25.250,86, TIR de 27,65 %, beneficio costo de 1,15, y un PRI sería 4 años, 1 mes y 29 días, pudiendo determinas que el proyecto es viable para la puesta en marcha.

Mediante el estudio del impacto ambiental se pudo determinar que en los resultados de las valoraciones existe un alto puntaje positivo de 229, lo que es favorable para la empresa, por lo que puedo decir que el proyecto si se puede ejecutar.

RECOMENDACIONES

- Se recomiendan a los socios que desean invertir en el proyecto se ejecute, puesto que en los estudios realizados tanto financiero como económico, los resultados son positivos lo cual genera rentabilidad, de esta manera se podrá contribuir al desarrollo económico del sector.
- Se recomienda dar capacitaciones al personal administrativo y operativo con profesionales que tengan experiencias en el campo, con el fin de asesorar y ayudar a mejorar los conocimientos y por ende ayudar al progreso de la empresa.
- Se recomienda buscar nuevas estrategias de comercialización, para abrirse a nuevos mercados del país con el fin de mejorar la situación económica y financiera.
- Se recomienda que la empresa debe tener una buena organización contable, financiera, y operativa para tener un buen manejo de los recursos disponibles, buscando siempre el desarrollo de la organización.
- Se recomienda a los habitantes del sector productivo tomar en cuenta las oportunidades que ofrecerá la organización, con el funcionamiento del mismo.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca , G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw-Will.
- Blanco, C. (2008). *Epistemología del Proyecto Factible*. Recuperado de:
<https://entorno-empresarial.com/epistemologia-del-proyecto-factible/>
- Cadena , A. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de productos orgánicos en el centro agrícola Cantonal de Riobamba* (Tesis de pregrado). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba.
- Ceballos, V. (2013). *Fomentar valores corporativos es esencial para la empresa*. Recuperado de <http://www.eempleo.com/co/noticias/mundo-empresarial/fomentar-valores-corporativos-es-esencial-para-la-empresa-4384>
- Cordova, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Cotán, S., & Arroyo, P. (2007). *Valoración de Impactos Ambientales*. Recuperado de http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:48150/componente48148.pdf
- Fajardo, B. (29 de septiembre de 2015). *Organigrama Funcional: Definición, características y ejemplo*. Recuperado, de <http://dorganizacionaluni.blogspot.com/2015/09/organigrama-funcional-definicion.html>
- Lara, B. (2011). *Como elaborar Proyectos de Inversión paso a paso*. Quito: Oseas Espin.
- López, F.(2011). *Políticas y reglas*. Recuperado: de <https://soyroiver.wordpress.com/2011/09/17/politicas-y-reglas/>
- Morales, A., & Morales, J. (2009). *Proyectos de Inversión Evaluación y Formulación*. México: McGraw-Hill.
- Morales, C. (2007). *Conceptos de logotipo isotipo e imagotipo*. Recuperado, de <http://propuestagrafika.blogspot.com/2007/05/conceptos-de-logotipo-isotipo-e.html>
- Gestión en Recursos Naturales. (2010). *Estudios Ambientales*. Recuperado, de <https://www.grn.cl/estudios-ambientales.html>
- Padilla, M. (2011). *Formulación Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Pedrosa, S. (2017). *Coste de oportunidad*. Recuperado de:
<http://economipedia.com/author/s-jorge>
- Reyes, A. (2007). *Administración Moderna*. México: Limusa S.A.

Samaniego, P. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia San Antonio de Bayushig*.

Recuperado de: [http://app.sni.gob.ec/sni-](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0660820750001_DIAGNOSTICO%20GAD%20BAYUSHIG%202015_14-05-2015_21-16-19.pdf)

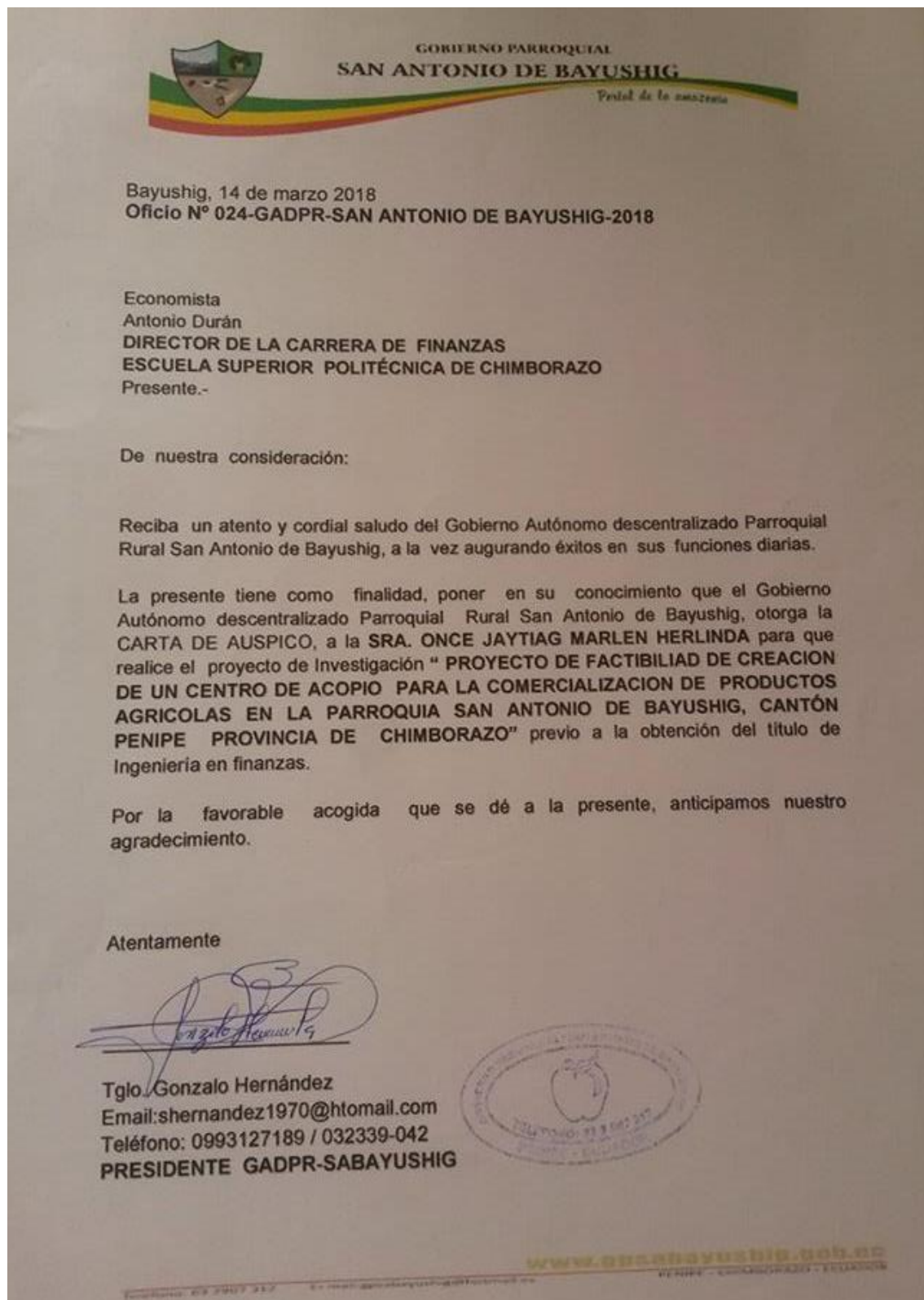
[link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0660820750001_DIAGNOSTICO%20GAD%20BAYUSHIG%202015_14-05-2015_21-16-19.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0660820750001_DIAGNOSTICO%20GAD%20BAYUSHIG%202015_14-05-2015_21-16-19.pdf).

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

Urueña , O. (2008). *Contabilidad Básica*. Bogotá: FUS.

ANEXOS

Anexos 1. Carta de Auspicio Otorgada por el GAD Parroquial de San Antonio de Bayushig



ANEXOS 2. Encuesta dirigida a los agricultores de la parroquia

OBJETIVO: Determinar la factibilidad que tendrá la Creación de un Centro de Acopio dedicado a la comercialización de Productos Agrícolas, con el fin de mejorar las condiciones de vida de los habitantes de la Parroquia

SÍRVASE A MARCAR CON UNA X LAS SIGUIENTES PREGUNTAS

1.- ¿Qué tipo de productos agrícolas cultiva usted?

Maíz	<input type="checkbox"/>	Manzanas	<input type="checkbox"/>
Frejol	<input type="checkbox"/>	Peras	<input type="checkbox"/>
Papas	<input type="checkbox"/>	Clàudia	<input type="checkbox"/>
Abas	<input type="checkbox"/>	Durazno	<input type="checkbox"/>

Otros ¿Cuántas? _____

2.- ¿Durante que épocas del año saca sus productos a la venta?

Maíz	Ene	<input type="checkbox"/>	Feb	<input type="checkbox"/>	Marz	<input type="checkbox"/>	Abr	<input type="checkbox"/>	May	<input type="checkbox"/>	Jun	<input type="checkbox"/>	Jul	<input type="checkbox"/>	Agos	<input type="checkbox"/>	Sep	<input type="checkbox"/>	Oct	<input type="checkbox"/>	Nov	<input type="checkbox"/>	Dic	<input type="checkbox"/>
Frejol	Ene	<input type="checkbox"/>	Feb	<input type="checkbox"/>	Marz	<input type="checkbox"/>	Abr	<input type="checkbox"/>	May	<input type="checkbox"/>	Jun	<input type="checkbox"/>	Jul	<input type="checkbox"/>	Agos	<input type="checkbox"/>	Sep	<input type="checkbox"/>	Oct	<input type="checkbox"/>	Nov	<input type="checkbox"/>	Dic	<input type="checkbox"/>
Papas	Ene	<input type="checkbox"/>	Feb	<input type="checkbox"/>	Marz	<input type="checkbox"/>	Abr	<input type="checkbox"/>	May	<input type="checkbox"/>	Jun	<input type="checkbox"/>	Jul	<input type="checkbox"/>	Agos	<input type="checkbox"/>	Sep	<input type="checkbox"/>	Oct	<input type="checkbox"/>	Nov	<input type="checkbox"/>	Dic	<input type="checkbox"/>
Abas	Ene	<input type="checkbox"/>	Feb	<input type="checkbox"/>	Marz	<input type="checkbox"/>	Abr	<input type="checkbox"/>	May	<input type="checkbox"/>	Jun	<input type="checkbox"/>	Jul	<input type="checkbox"/>	Agos	<input type="checkbox"/>	Sep	<input type="checkbox"/>	Oct	<input type="checkbox"/>	Nov	<input type="checkbox"/>	Dic	<input type="checkbox"/>
Manzanas	Ene	<input type="checkbox"/>	Feb	<input type="checkbox"/>	Marz	<input type="checkbox"/>	Abr	<input type="checkbox"/>	May	<input type="checkbox"/>	Jun	<input type="checkbox"/>	Jul	<input type="checkbox"/>	Agos	<input type="checkbox"/>	Sep	<input type="checkbox"/>	Oct	<input type="checkbox"/>	Nov	<input type="checkbox"/>	Dic	<input type="checkbox"/>
Peras	Ene	<input type="checkbox"/>	Feb	<input type="checkbox"/>	Marz	<input type="checkbox"/>	Abr	<input type="checkbox"/>	May	<input type="checkbox"/>	Jun	<input type="checkbox"/>	Jul	<input type="checkbox"/>	Agos	<input type="checkbox"/>	Sep	<input type="checkbox"/>	Oct	<input type="checkbox"/>	Nov	<input type="checkbox"/>	Dic	<input type="checkbox"/>
Clàudia	Ene	<input type="checkbox"/>	Feb	<input type="checkbox"/>	Marz	<input type="checkbox"/>	Abr	<input type="checkbox"/>	May	<input type="checkbox"/>	Jun	<input type="checkbox"/>	Jul	<input type="checkbox"/>	Agos	<input type="checkbox"/>	Sep	<input type="checkbox"/>	Oct	<input type="checkbox"/>	Nov	<input type="checkbox"/>	Dic	<input type="checkbox"/>
Durazno	Ene	<input type="checkbox"/>	Feb	<input type="checkbox"/>	Marz	<input type="checkbox"/>	Abr	<input type="checkbox"/>	May	<input type="checkbox"/>	Jun	<input type="checkbox"/>	Jul	<input type="checkbox"/>	Agos	<input type="checkbox"/>	Sep	<input type="checkbox"/>	Oct	<input type="checkbox"/>	Nov	<input type="checkbox"/>	Dic	<input type="checkbox"/>

3.- ¿Cuántos sacos o cajas de productos verdes vende por semana?

Maíz	2 sacos	<input type="checkbox"/>	5 sacos	<input type="checkbox"/>	10 sacos	<input type="checkbox"/>	20 sacos	<input type="checkbox"/>	25 sacos	<input type="checkbox"/>	50 sacos	<input type="checkbox"/>	100 sacos	<input type="checkbox"/>
Frejol	2 sacos	<input type="checkbox"/>	5 sacos	<input type="checkbox"/>	10 sacos	<input type="checkbox"/>	20 sacos	<input type="checkbox"/>	25 sacos	<input type="checkbox"/>	50 sacos	<input type="checkbox"/>	100 sacos	<input type="checkbox"/>
Papas	2 sacos	<input type="checkbox"/>	5 sacos	<input type="checkbox"/>	10 sacos	<input type="checkbox"/>	20 sacos	<input type="checkbox"/>	25 sacos	<input type="checkbox"/>	50 sacos	<input type="checkbox"/>	100 sacos	<input type="checkbox"/>
Abas	2 sacos	<input type="checkbox"/>	5 sacos	<input type="checkbox"/>	10 sacos	<input type="checkbox"/>	20 sacos	<input type="checkbox"/>	25 sacos	<input type="checkbox"/>	50 sacos	<input type="checkbox"/>	100 sacos	<input type="checkbox"/>
Manzanas	2 cajas	<input type="checkbox"/>	5 cajas	<input type="checkbox"/>	10 cajas	<input type="checkbox"/>	20 cajas	<input type="checkbox"/>	25 cajas	<input type="checkbox"/>	50 cajas	<input type="checkbox"/>	100 cajas	<input type="checkbox"/>
Peras	2 cajas	<input type="checkbox"/>	5 cajas	<input type="checkbox"/>	10 cajas	<input type="checkbox"/>	20 cajas	<input type="checkbox"/>	25 cajas	<input type="checkbox"/>	50 cajas	<input type="checkbox"/>	100 cajas	<input type="checkbox"/>
Clàudia	2 cajas	<input type="checkbox"/>	5 cajas	<input type="checkbox"/>	10 cajas	<input type="checkbox"/>	20 cajas	<input type="checkbox"/>	25 cajas	<input type="checkbox"/>	50 cajas	<input type="checkbox"/>	100 cajas	<input type="checkbox"/>
Durazno	2 cajas	<input type="checkbox"/>	5 cajas	<input type="checkbox"/>	10 cajas	<input type="checkbox"/>	20 cajas	<input type="checkbox"/>	25 cajas	<input type="checkbox"/>	50 cajas	<input type="checkbox"/>	100 cajas	<input type="checkbox"/>

4.- ¿Cuántos kilos de productos agrícolas secos vende por semana?

Maíz	25	<input type="checkbox"/>	50	<input type="checkbox"/>	100	<input type="checkbox"/>
Frijol	25	<input type="checkbox"/>	50	<input type="checkbox"/>	100	<input type="checkbox"/>
Abas	25	<input type="checkbox"/>	50	<input type="checkbox"/>	100	<input type="checkbox"/>

Otro ¿Cuál? _____

5.- ¿En dónde vende usted sus productos?

Mercado Mayorista	<input type="checkbox"/>
mercado San Alfonso	<input type="checkbox"/>
Mercado La Esperanza	<input type="checkbox"/>
Bodegas	<input type="checkbox"/>

Otro ¿cuál? _____

6.- ¿A qué precios promedio vende sus productos verdes sea por saco o caja a los comerciantes?

Maíz	\$4	<input type="checkbox"/>	\$5	<input type="checkbox"/>	\$6	<input type="checkbox"/>	\$7	<input type="checkbox"/>	\$8	<input type="checkbox"/>	\$9	<input type="checkbox"/>	\$10	<input type="checkbox"/>	\$12	<input type="checkbox"/>
Frejol	\$4	<input type="checkbox"/>	\$5	<input type="checkbox"/>	\$6	<input type="checkbox"/>	\$7	<input type="checkbox"/>	\$8	<input type="checkbox"/>	\$9	<input type="checkbox"/>	\$10	<input type="checkbox"/>	\$12	<input type="checkbox"/>
Papas	\$4	<input type="checkbox"/>	\$5	<input type="checkbox"/>	\$6	<input type="checkbox"/>	\$7	<input type="checkbox"/>	\$8	<input type="checkbox"/>	\$9	<input type="checkbox"/>	\$10	<input type="checkbox"/>	\$12	<input type="checkbox"/>
Abas	\$4	<input type="checkbox"/>	\$5	<input type="checkbox"/>	\$6	<input type="checkbox"/>	\$7	<input type="checkbox"/>	\$8	<input type="checkbox"/>	\$9	<input type="checkbox"/>	\$10	<input type="checkbox"/>	\$12	<input type="checkbox"/>
Manzanas	\$4	<input type="checkbox"/>	\$5	<input type="checkbox"/>	\$6	<input type="checkbox"/>	\$7	<input type="checkbox"/>	\$8	<input type="checkbox"/>	\$9	<input type="checkbox"/>	\$10	<input type="checkbox"/>	\$12	<input type="checkbox"/>
Peras	\$4	<input type="checkbox"/>	\$5	<input type="checkbox"/>	\$6	<input type="checkbox"/>	\$7	<input type="checkbox"/>	\$8	<input type="checkbox"/>	\$9	<input type="checkbox"/>	\$10	<input type="checkbox"/>	\$12	<input type="checkbox"/>
Clàudia	\$4	<input type="checkbox"/>	\$5	<input type="checkbox"/>	\$6	<input type="checkbox"/>	\$7	<input type="checkbox"/>	\$8	<input type="checkbox"/>	\$9	<input type="checkbox"/>	\$10	<input type="checkbox"/>	\$12	<input type="checkbox"/>
Durazno	\$4	<input type="checkbox"/>	\$5	<input type="checkbox"/>	\$6	<input type="checkbox"/>	\$7	<input type="checkbox"/>	\$8	<input type="checkbox"/>	\$9	<input type="checkbox"/>	\$10	<input type="checkbox"/>	\$12	<input type="checkbox"/>

Otros ¿Cuántas? _____

7.- ¿A qué precio promedio vende el kilo de sus productos secos?

Maíz	\$0,60	<input type="checkbox"/>	\$0,80	<input type="checkbox"/>	\$1	<input type="checkbox"/>	\$2	<input type="checkbox"/>
Frijol	\$0,60	<input type="checkbox"/>	\$0,80	<input type="checkbox"/>	\$1	<input type="checkbox"/>	\$2	<input type="checkbox"/>
Abas	\$0,60	<input type="checkbox"/>	\$0,80	<input type="checkbox"/>	\$1	<input type="checkbox"/>	\$2	<input type="checkbox"/>

8.- ¿Sabe usted lo que es un centro de acopio?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

9.- ¿Estaría de acuerdo que creará una organización que le facilite la venta de sus productos en la Parroquia?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

10.- ¿Estaría usted de acuerdo en vender sus productos agrícolas a esta organización evitando costos de transporte y viajes?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

ANEXOS 3. Entrevista dirigida a los comerciantes del mercado mayorista y propietarios de bodegas

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MAYORISTA DE RIOBAMBA

1. ¿De qué lugares provienen con más frecuencia los productos que usted y sus compañeros adquieren?
2. ¿Usted considera que los precios son estables en el mercado?
3. ¿Estaría dispuesta a adquirir productos agrícolas de un centro de acopio de la Parroquia San Antonio de Bayushig Ubicado en el Cantón Penipe?
4. ¿Los productos que vienen a ser comercializados en este mercado llegan en buen estado?
5. ¿Cuántos sacos o cajas de productos agrícolas compra por semana?

PRODUCTOS	CANTIDAD SEMANAL
Maíz	
Frejol	
Papas	
Abas	
Manzanas	
Peras	
Clàudia	

- 6.- ¿A qué precios promedio vende los productos sea por saco o caja?.

PRODUCTOS	PRECIO
Maíz	
Frejol	
Papas	
Abas	
Manzanas	
Peras	
Clàudia	

GRACIAS

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DE GRANOS SECOS DE LAS BODEGAS DE RIOBAMBA

1. ¿De qué lugares provienen con más frecuencia los productos que usted y sus compañeros adquieren?

2. ¿Usted considera que los precios son estables en el mercado?

3. ¿Cuántos sacos compra por semana de los siguientes productos?

PRODUCTOS	CANTIDAD SEMANAL
Maíz	
Frejol	
Abas	

6.- ¿A qué precios promedio vende los productos sea por saco o caja?.

PRODUCTOS	PRECIO
Maíz	
Frejol	
Abas	

GRACIAS

Anexos 4. Fotografías de evidencias de encuestas y entrevistas

Encuestas a los agricultores



Entrevista a propietarios de bodegas



Entrevista, sección papas



Entrevista en la sección choclos



Entrevista en la sección habas y frejol



Entrevista en la sección frutas



Anexos 5. Listado de comerciantes del mercado mayorista de San Pedro de Riobamba

Lista de comerciantes de la sección papas

1	0603325838	PAGUAY QUISI CARMELA		3.11.15.002	PAPAS		4,4	7,26	3,91
2	0602563702	PAGUAY QUISI ROSA ELENA		3.11.15.012.013	PAPAS		8,8	14,52	4,69
3	0601416621	GUAMAN ISIN NICOLAS		3.11.15.001	PAPAS		4,4	7,26	3,91
4	0602049678	MORALES SAMANIEGO MARTHA GERMANIA		3.11.15.023.024	PAPAS		8,8	14,52	4,69
5	0602549750	MORALES SAMANIEGO WILSON ARTURO		3.11.15.034.035	PAPAS		8,8	14,52	4,69
6	0600244198	YUMICELA MULLO FRANCISCA		3.11.15.045.046	PAPAS		8,8	14,52	4,69
7	0604385302	MANOTOA TOTOY MLMA ZORAIDA		3.11.15.067.78.79	PAPAS		14,08	23,23	6,25
8	0602632515	QUISPE CUZQUILLO SANDRA ELISABETH		3.11.15.003.014	PAPAS		8,78	14,63	4,69
9	0603116930	TOTOY GUANANGA MIRYAN ALICIA		3.11.15.004.015	PAPAS		8,58	14,16	4,69
10	0601499361	QUISPE SEGUNDO JOSE		3.11.15.025.036	PAPAS		8	13,2	4,69
11	0604074690	MANOTOA TOTOY CARLOS VINICIO		3.11.15.026.037	PAPAS		8,58	14,16	4,69
12	0602780736	GUANGAJE PANCHES MAYRA ROGELIA		3.11.15.070.081	PAPAS		8,95	14,77	4,69
13	0603226887	ESTRADA LEMA MARIA FERNANDA		3.11.15.005.016	PAPAS		8,58	14,16	4,69
14	0601239767	CARRILLO CARGUA GLADY S AURORA		3.11.15.006.017	PAPAS		8,77	14,47	4,69
15	0602604431	GUAMAN UGEÑO MANUEL MESIAS		3.11.15.028.039	PAPAS		8,77	14,47	4,69
16	0601948243	MUYOLEMA YANES SEGUNDO ARSENIO		3.11.15.049.060	PAPAS		8,95	14,77	4,69
17	0600657092	BRAVO CAIZA ROSARIO		3.11.15.071.082	PAPAS		8,95	14,77	4,69
18	0602462053	PEREZ REAL FLOR BEATRIZ		3.11.15.007.018	PAPAS		8,77	14,47	4,69
19	1702538883	PAGUAY CHUPUD ALEJANDRO		3.11.15.008.019	PAPAS		8,8	14,52	4,69
20	1800109793	JARRIN LUIS GONZALO		3.11.15.029.040	PAPAS		8	13,2	4,69
21	0602362626	GUAMAN BALSECA CLEVER		3.11.15.009.020	PAPAS		9,36	15,44	4,69
22	0602118887	BUÑAY BUÑAY OLGER DANIEL		3.11.15.031.032.043	PAPAS		17,82	29,4	6,25
23	0603096884	GUAMAN CUTIUPALA LUZ MARIA		3.11.15.053.064	PAPAS		8	13,2	4,69
24	0602080947	CUZQUILLO GUANANGA MARIA ANGELA		3.11.15.055.066	PAPAS		8,58	14,16	4,69
25	060064135100	TENE LONDO MARIA		3.11.15.075.086	PAPAS		9,36	15,44	4,69
26	0601721772	CUZQUILLO GUANANGA MARIA		3.11.15.077.088	PAPAS		8	13,2	4,69
27	060063398600	BALSECA PARREÑO MARIA FABIOLA		3.12.15.012.013.024	PAPAS		13,52	22,31	6,25
28	0600584378	QUEVEDO YEPEZ GABRIEL		3.12.15.034.035	PAPAS		9,24	15,25	4,69
29	0600045843	SAMANIEGO AREVALO BLANCA ABIGAIL		3.12.15.046	PAPAS		4,62	7,62	3,91
30	0600902613	BALSECA PARREÑO LUIS MAXIMILIANO		3.12.15.067	PAPAS		4	6,6	3,91
31	0602366155	MENDEZ UMDIA FANNY NORMA		3.12.15.068	PAPAS		4,62	7,62	3,91
32	0602095424	TORRES FREIRE GLADY S PATRICIA		3.12.15.078	PAPAS		4,62	7,62	3,91
33	0603008970	ALTAMIRANO BALSECA BERTHA FABIOLA		3.12.15.079	PAPAS		4,62	7,62	3,91
34	1705134292	QUISI CAJILEMA FELIPE		3.12.15.047.058	PAPAS		9,77	16,12	4,69
35	0600498976	DAQUI LOPEZ CARMELINA		3.12.15.069.080	PAPAS		9,43	15,56	4,69
36	0602321358	TIUPUL YUMICEBA DOLORES		3.12.15.070.081	PAPAS		8	13,2	4,69
37	0601368327	SAIGUA ZUÑIGA JUAN OSWALDO		3.12.15.027.028.038	PAPAS		17,85	29,45	6,25
38	0600724355	CUZQUILLO GUANANGA MARIA DELIA		3.12.15.049.050.060	PAPAS		18,7	30,85	6,25

39	0601350341	CUZQUILLO GUANANGA HILDA	3.12.15.071.072.082	PAPAS	17,6	29,04	6,25
40	0602689697	QUISPE CUZQUILLO ELSA MARLENE	3.12.15.007.008.018	PAPAS	18,48	30,49	6,25
41	0602328643	CALI GARCIA ROSA FLORIPES	3.12.15.029.030.040	PAPAS	18,48	30,49	6,25
42	0603834573	VALLIN CUZQUILLO BLANCA NIEVES	3.12.15.051.062	PAPAS	9,14	15,08	4,69
43	0604178442	BUÑAY GUANANGA JOSE LUIS	3.12.15.063.052	PAPAS	9,33	15,39	3,91
44	0602733883	GUANANGA QUISPE JORGE	3.12.15.073.074.084	PAPAS	18,7	30,85	6,25
45	060332105000	BUÑAY CUSQUILLO ANA CONSUELO	3.12.15.009.010.020	PAPAS	16	26,4	6,25
46	1801811918	LLIGUIN JARRIN JULIA GRACIELA	3.12.15.011.022	PAPAS	8	13,2	4,69
47	0600266365	ESTRELLAGOMEZ DELIA MARIA	3.12.15.044	PAPAS	4	6,6	3,91
48	0603343757	VALLIN CUZQUILLO ELVA LOURDES	3.12.15.053.054.064	PAPAS	19,53	32,22	6,25
49	0604284877	BUÑAY GUANANGA NESTOR FABIAN	3.11.15.027.038	PAPAS	8,58	14,16	4,69
50	1801555465	LLIGUIN JARRIN WILSON ARIOLFO	3.11.15.010.021	PAPAS	8,58	14,16	4,69
51	0603607011	QUISPE CUZQUILLO MARIO RUBEN	3.12.15.048.059	PAPAS	9,35	15,43	4,69
52	0602737520	JARRIN AVALOS ROCIO MAGDALENA	3.11.15.011.022.033	PAPAS	16	26,4	6,25
53	0602162687	LEMA AGUAGALLO MARIA ROSA	3.11.15.052.063.074	PAPAS	17,59	29,02	6,25
54	0902928308	BALSECA PARREÑO LEONIDAS NICANOR	3.12.15.023	PAPAS	4,62	7,62	3,91
55	0603495953	USHCATENESACA MARIA JOSEFA	3.12.15.057	PAPAS	4	6,6	3,91
56	0602935498	AUCANCELA YAMBAY ALEX DARIO	3.12.15.042.031	PAPAS	10,08	16,63	4,69
57	0601413057	REMACHE ASADOBAY TERESA	3.12.15.001.002	PAPAS	9,24	15,25	4,69
58	0602790180	TOTOY GUANANGA ELSA VICTORIA	3.11.15.076-087-33	PAPAS	13,98	23,07	6,25
59	0602916306	ATI TACURI NANCY ROSARIO	3.12.15.056	PAPAS	4,4	7,26	3,91
60	0602678435	VALLIN CUZQUILLO JORGE LUIS	3.12.15.055.066	PAPAS	9,14	15,08	4,69
61	1701270942	GUANGAJE PILATASIG JOSE JULIO	3.12.15.005.006.016	PAPAS	17,6	29,04	6,25
62	0604090019	CAYAMBE HIPO MARTHA CECILIA	3.11.15.051.062	PAPAS	8	13,2	4,69
63	0604961656	GUAMAN LEMA HILDA PIEDAD	3.11.15.072.083	PAPAS	9	14,85	4,69
64	0603138678	NARANJO PEÑA DANIELA FERNANDA	3.11.15.073.084	PAPAS	8,38	13,83	4,69
65	0401217450	BONILLA GUILCA MARIA ZOILA	3.12.15.003.004.014	PAPAS	18,91	31,2	6,25
66	1801555465	LLIGUIN JARRIN WILSON ARIOLFO	3.11.15.030.041	PAPAS	8,77	14,47	4,69
67	0601382765	AVALOS INFANTE SARA PIEDAD	3.12.15.075.076.077	PAPAS	24	39,6	6,25
68	0604444430	PORTUGAL DAQUILEMA MORAY MA NATALY	3.12.15.032-043	PAPAS	9,35	15,43	4,69
69	0602653222	SORIA NAULA MARIA GERONIMA	3.12.15.045	PAPAS	4	6,6	3,91
70	1500484850	MORALES AYUQUINA MONICA DEL PILAR	3.11.15.056.057.068	PAPAS	12	19,8	6,25
71	0602895682	FLORES BUÑAY ANA INES	3.12.15.025.036	PAPAS	8	13,2	4,69
72	0601884562	GUANANGA QUISPE MARIA INES	3.11.15.048.059	PAPAS	8,8	14,52	4,69
73	0603515990	RUIZ GUALOTO JUAN CARLOS	3.11.15.054.065	PAPAS	8	13,2	4,69
74	0601570518	ORTIZ ORTEGA JUAN	3.11.15.050.061	PAPAS	8	13,2	4,69

Listados de la sección habas

1	0602186397	LEMA PARCO MARIA NATALIA	3.06.11.002.014	HABAS	9,02	14,88	3,91
2	0601109622	MAYORGA LUNA BERTHA LUCILA	3.06.11.023.034	HABAS	8,91	14,7	3,91
3	0600223952	MANZANO HERNANDEZ ROSA LASTENIA	3.06.11.45	HABAS	4	6,6	3,13
4	0603406422	CASTILLO MAYORGA MARIA JANETH	3.06.11.059	HABAS	4	6,6	3,13
5	0600241483	MAYORGA LUNA MARIO ODINO	3.06.11.073.074.089	HABAS	17,6	29,04	5,47
6	0600143721	GUZMAN GUAMAN LUIS	3.06.11.003.015	HABAS	8	13,2	3,91
7	0601781172	MOYANO CONLAGOS EDGAR JAIME	3.06.11.004.016	HABAS	9,02	14,88	3,91
8	0600456305	CASTILLO CASTILLO JORGE RODRIGO	3.06.11.026.037	HABAS	8	13,2	3,91
9	0602578668	ROMERO LEON MONICA ALEXANDRA	3.06.11.005.017	HABAS	8	13,2	3,91
10	0600877773	SALAZAR RAMOS FERNANDO SEGUNDO	3.06.11.006.018	HABAS	8,95	14,77	3,91
11	0600829337	OCAÑA CUELLO LUIS ABELARDO	3.06.11.007.019	HABAS	9,34	15,41	3,91
12	0602558405	QUINCHE PILAMUNGA MARIA ELENA	3.06.11.008.020	HABAS	8	13,2	3,91
13	0601364094	MAYORGA LUNA FERNANDO RAMIRO	3.06.11.029.040	HABAS	8,95	14,77	3,91
14	1801565084	CRIOLLO MOYOLEMA MARIA DIOSELINA	3.06.11.012.022	HABAS	8,8	14,52	3,91
15	0603108499	ROMERO LEON FAUSTO ALFREDO	3.06.11.031.042	HABAS	8	13,2	3,91
16	0600714620	LEON MAYACELA MARIA DEL CARMEN	3.06.11.032.043.044	HABAS	16	26,4	5,47
17	0603323403	LEMA PARCO MARIANITA DE JESUS	3.06.11.060	HABAS	4,4	7,26	3,13
18	0602133613	GUALI YUQUILEMA PAULA	3.06.11.001.013	HABAS	8,8	14,52	3,91
19	0603774613	YUQUILEMA SHIGLA MARIA JUANA	3.06.11.024.035	HABAS	9,34	15,41	3,91
20	0602640310	CALLACANDO GUACHAMBALA MARCIA MARIETHA	3.06.11.021	HABAS	4,4	7,26	3,13
21	0602148595	LLUGLLA DUCHI NATIVIDAD	3.06.11.009	HABAS	4,4	7,26	3,13
22	0600742043	CONLAGOS CEPEDA CARMEN AMELIA	3.06.11.027.038	HABAS	9,02	14,88	3,91
23	0602188054	MUYOLEMA YANES MARIA MERCEDES	3.06.11.028.039	HABAS	8	13,2	3,91
24	0602800286	MUYOLEMA MEJIA MARIA NARCISA	3.06.11.030.041	HABAS	8,8	14,52	3,91
25	0603812389	ANGUIETA FUENTES RONNY ARNALDO	3.06.11.010.011	HABAS	8,8	14,52	3,91
26	0602593824	MOYANO CONLAGOS BRIGIDA YOLANDA	3.06.11.025.036	HABAS	8,91	14,7	3,91

Listado de sección fréjol y arveja

1	0602119976	COLCHA CUSQUICUSHMA NOEMI SORAIDA	3.06.04.047.048	ARVEJAS Y FREJOL	4	6,6	3,13
2	0600846448	MAYORGA AVALOS ANA LUCIA	3.06.04.061	ARVEJAS Y FREJOL	2,34	3,86	3,13
3	0601154636	OCAÑA HERNANDEZ GLADYS JUDITH	3.06.04.062	ARVEJAS Y FREJOL	2,34	3,86	3,13
4	0602865743	GOMEZ TENELEMA LUZ MARIA	3.06.04.075	ARVEJAS Y FREJOL	2	3,3	3,13
5	0601737794	YUPA SOCOY ANA MARIA	3.06.04.076	ARVEJAS Y FREJOL	2,21	3,65	3,13
6	0601373319	OCAÑA HERNANDEZ ADELA YOLANDA	3.06.04.077	ARVEJAS Y FREJOL	2	3,3	3,13
7	0602345381	PAUCAR GUAMAN BLANCA ESTELA	3.06.04.092	ARVEJAS Y FREJOL	4,61	7,61	3,13
8	0602081457	PAUCAR T ZACAN MARIA MADGALENA	3.06.04.050	ARVEJAS Y FREJOL	2	3,3	3,13
9	0602618464	HUARACA COLCHA MARIA JOSEFINA	3.06.04.051	ARVEJAS Y FREJOL	2,16	3,56	3,13
10	0600236269	CASTILLO NORMA GEORGINA	3.06.04.053	ARVEJAS Y FREJOL	2	3,3	3,13
11	1702570860	PAUCAR TIAMA MARGARITA	3.06.04.052	ARVEJAS Y FREJOL	2	3,3	3,13
12	0602026353	COLCHA COLCHA ROSA	3.06.04.064	ARVEJAS Y FREJOL	2	3,3	3,13
13	0603030474	COLCHA GUARACA GLORIA JANETH	3.06.04.065	ARVEJAS Y FREJOL	2	3,3	3,13
14	1710936277	PACHACAMA QUISHPE MARIA INES	3.06.04.066	ARVEJAS Y FREJOL	2	3,3	3,13
15	0602463200	GUAMAN TACURI MARIA BALBINA	3.06.04.067	ARVEJAS Y FREJOL	2,2	3,63	3,13
16	0602310963	VALDEZ CHAGÑA Y MARIA ANGELINA	3.06.04.079	ARVEJAS Y FREJOL	2,21	3,65	3,13
17	0602738668	VALDEZ CHAGÑA Y MARIA ZENaida	3.06.04.080	ARVEJAS Y FREJOL	2,21	3,65	3,13
18	0600989164	CUSHQUICUSHMA SALGUERO MACLOMIA	3.06.04.082	ARVEJAS Y FREJOL	2,18	3,6	3,13
19	0600720601	PILLAJO ILBAY ZOILA ROSA	3.06.04.093	ARVEJAS Y FREJOL	2,2	3,63	3,13
20	0601244742	PILLAJO AYNAGUANO ROSA	3.06.04.094	ARVEJAS Y FREJOL	2,18	3,6	3,13
21	0603186883	CHISAGUANO AYNAGUANO ELSA PILAR	3.06.04.095	ARVEJAS Y FREJOL	2	3,3	3,13
22	0602957375	COLCHA COLCHA ELVIA ZENaida	3.06.04.096	ARVEJAS Y FREJOL	2	3,3	3,13
23	0602204505	BUÑAY DAMIAN GLADYS MERCEDES	3.06.04.054.068	ARVEJAS Y FREJOL	9,22	15,21	3,91
24	0600170344	GUAMAN CHILIGUANO DOLORES	3.06.04.055.069	ARVEJAS Y FREJOL	8	13,2	3,91
25	0600755813	LLANGA PILLAJO MELCHORA	3.06.04.084	ARVEJAS Y FREJOL	2	3,3	3,13
26	0600896021	PEÑAFIEL BARRERA SANTOS	3.06.04.083.085.098	ARVEJAS Y FREJOL	10,8	17,82	3,91
27	0603686007	CORREA GUAMAN BYRON ALBERTO	3.06.04.056.070	ARVEJAS Y FREJOL	8,8	14,52	3,91
28	0602244964	CALI CHULLI MARIA SONIA	3.06.04.046	ARVEJAS Y FREJOL	4,4	7,26	3,13
29	0603048513	ILLAPA GUARACA INES JACINTA	3.06.04.087.100	ARVEJAS Y FREJOL	9,02	14,88	3,91
30	0600625495	TACURI CUSHQUICULLMA LUZ MARIA	3.06.04.101	ARVEJAS Y FREJOL	2	3,3	3,13
31	0600773667	MOROCHO TITUAÑA UBALDINA	3.07.04.001	ARVEJAS Y FREJOL	4,4	7,26	3,13
32	0600776686	ALLAUCA GLORIA INES	3.07.04.012	ARVEJAS Y FREJOL	4,4	7,26	3,13
33	1801362508	MOROCHO ALLAUCA ANA LUCIA	3.07.04.003	ARVEJAS Y FREJOL	4	6,6	3,13
34	0602761645	MACASTO ABANDA MARTHA ROCIO	3.07.04.014	ARVEJAS Y FREJOL	4,6	7,59	3,13
35	0600703029	CALI VILEMA ROSA MARIA	3.07.04.004	ARVEJAS Y FREJOL	4	6,6	3,13

36	0602337164	SANCHEZ CALI FANNY BEATRIZ	3.07.04.015	ARVEJAS Y FREJOL	4	6,6	3,13
37	0602337156	SANCHEZ CALI BLANCA DIOSELINA	3.07.04.005	ARVEJAS Y FREJOL	9,02	14,88	3,91
38	0602282527	CORREA GUAMAN FELIX ANTONIO	3.07.04.006.018	ARVEJAS Y FREJOL	8,8	14,52	3,91
39	0602123283	SHAGÑAY COLCHA MARIA AURORA	3.07.04.007	ARVEJAS Y FREJOL	4,5	7,42	3,13
40	0602574014	COLCHA GUARACA MARTHA ELENA	3.07.04.008	ARVEJAS Y FREJOL	4	6,6	3,13
41	0601788334	PADILLA MARIA DEL CARMEN	3.07.04.010	ARVEJAS Y FREJOL	4,6	7,59	3,13
42	0501695860	YUPANQUI RUBIO MARIA SUSANA	3.07.04.011	ARVEJAS Y FREJOL	4,5	7,42	3,13
43	060198195400	VILLA ESTRELLA JOSE ANTONIO	3.07.04.046	ARVEJAS Y FREJOL	4	6,6	3,13
44	0602624819	SAGÑAY INGUILLAY MARIA TRANSITO	3.07.04.035	ARVEJAS Y FREJOL	4	6,6	3,13
45	0603451519	CABEZAS CORREA CARLOS JAVIER	3.06.04.057.071	ARVEJAS Y FREJOL	8,8	14,52	3,91
46	0602468225	ORTIZ AGUALSACA LUZ MARIA	3.07.04.058	ARVEJAS Y FREJOL	4	6,6	3,13
47	0600527733	OCAÑA OCAÑA LIDA TERESA	3.06.04.063	ARVEJAS Y FREJOL	4,64	7,66	3,13
48	0600526479	OROZCO PADILLA MARIA ISOLINA	3.06.04.049	ARVEJAS Y FREJOL	2	3,3	3,13
49	0602798910	COLCHA PILLAJO NORMA EUGENIA	3.06.04.049.2	ARVEJAS Y FREJOL	2	3,3	3,13
50	0603865544	CEPEDA NAULA MARIA MAGDALENA	3.06.04.086	ARVEJAS Y FREJOL	4,61	7,61	3,13
51	0601894918	ORTEGA CARMEN CELINDA	3.07.04.099	ARVEJAS Y FREJOL	4	6,6	3,13
52	0601783558	CUSHQUICUSHIMA SALGUERO MARIA PAULINA	3.06.04.081	ARVEJAS Y FREJOL	2	3,3	3,13
53	0601358492	MAYORGA AVALOS MARIA ISIDORA	3.06.04.097	ARVEJAS Y FREJOL	4,5	7,42	3,13
54	0601076805	MOROCHO ALLAUCA MARIANA DE LOURDES	3.06.04.091	ARVEJAS Y FREJOL	4,5	7,42	3,13
55	0601926512	MIRANDA MIRANDA VICTORIA FILOMENA	3.06.04.078	ARVEJAS Y FREJOL	2	3,3	3,13
56	0600720213	TOABANDA HIPO MANUELA	3.07.04.002.013	ARVEJAS Y FREJOL	9	14,85	3,91
57	0600005441	LEON CALDERON ANGEL GONZALO	3.07.04.009	ARVEJAS Y FREJOL	4,4	7,26	3,13
58	0302212980	FALCONI BORJA BERTHA ESTEFANIA	3.07.04.021	ARVEJAS Y FREJOL	4,4	7,26	3,13
59	060212789600	ALLAUCA PAGUAY MARIA OLGA	3.06.04.072.088	ARVEJAS Y FREJOL	8,8	14,52	3,91

Lista de la sección de choclos

1	0601831894	USHCATIUMA FRANCISCA	3.03.21.007	CHOCOS	4	6,6	2,34
2	0603018532	USHCATIUMA ROSA ELISA	3.03.21.014	CHOCOS	4	6,6	2,34
3	0601719297	LLANGA ZULA MARIA ERNESTINA	3.03.21.004	CHOCOS	4	6,6	2,34
4	0602175853	USHCATIUMA LUZ MARIA	3.03.21.009	CHOCOS	4	6,6	2,34
5	0601723307	GAGÑAY CANDO ROSA PIEDAD	3.03.21.005	CHOCOS	4	6,6	2,34
6	0602620858	GUNSHA GUAÑO GLADYS MARLENE	3.03.21.013	CHOCOS	4	6,6	2,34
7	0602394645	HUARACA COLCHA NORMA LUCIA	3.03.21.012	CHOCOS	4	6,6	2,34
8	0601816366	CHOTO QUISHPI MARIA JUANA	3.03.21.006	CHOCOS	4	6,6	2,34
9	0601320369	COLCHA SANI MARIA AMELIA	3.03.21.002	CHOCOS	4	6,6	2,34
10	0601943202	CHACHA GUAÑO MARIA TERESA	3.03.21.008	CHOCOS	4	6,6	2,34
11	0602218190	CHACHA GUAÑO MARIA OLGA	3.03.21.010	CHOCOS	4	6,6	2,34
12	0601394190	CHACHA GUAÑO MARIA JULIANA	3.03.21.003	CHOCOS	4	6,6	2,34
13	0602262156	ALLAUCA GUAÑO BERTHA YOLANDA	3.03.21.011	CHOCOS	4	6,6	2,34
14	0603969742	GUAMAN GUACHO DIGNA ISABEL	3.03.21.001	CHOCOS	4	6,6	2,34
15	0601496599	QUISILLO AMAGUAYA MARIA CARMEN	3.07.07.025.036	CHOCLOS	8,77	14,47	3,91
16	0601430945	LOPEZ DACTO LUZ AMERICA	3.07.07.026.037	CHOCLOS	8,8	14,52	3,91
17	0600738660	SHILQUIGUA COLCHA MARIA ET ELVINA	3.07.07.047.058	CHOCLOS	8,95	14,77	3,91
18	0601450943	LOPEZ DACTO ELVIA NICOLASA	3.07.07.048.059	CHOCLOS	9,02	14,88	3,91
19	0601920325	CHICAIZA GUAPULEMA BLANCA AZUCENA	3.07.07.070.081	CHOCLOS	8	13,2	3,91
20	0601128788	PADILLA PILLAJO ELVA IBELIA	3.07.07.092.103	CHOCLOS	8	13,2	3,91
21	0601215726	BONILLA CANDO GONZALO	3.07.07.027.038	CHOCLOS	8	13,2	3,91
22	0603196551	CAHUANA FLORES SALOMON HERNAN	3.07.07.028.039	CHOCLOS	8	13,2	3,91
23	0600145940	CARRASCO GUAPULEMA JULIO CESAR	3.07.07.049.060	CHOCLOS	8	13,2	3,91
24	0603063892	GUEVARA LOPEZ NANCY CECILIA	3.07.07.050.061	CHOCLOS	9,13	15,06	3,91
25	0600889117	CAHUANA FLORES MERCEDES	3.07.07.071.082	CHOCLOS	9,43	15,56	3,91
26	0601947708	TENEMAZA YASACA MARIA TERESA	3.07.07.072.083	CHOCLOS	9,22	15,21	3,91
27	0600196315	PALA TAIPE LAURA BEATRIZ	3.07.07.093.104	CHOCLOS	8,8	14,52	3,91
28	0600530810	FLORES BONILLA LUIS ALVINO	3.07.07.094.096.105	CHOCLOS	13,52	22,31	5,47
29	0601561434	LOPEZ DACTO VICTOR EUDORO	3.07.07.029.040.096	CHOCLOS	16	26,4	5,47
30	0600973804	GUEVARA VALDIMEZO PABLO ROGELIO	3.07.07.030.041	CHOCLOS	9,13	15,06	3,91
31	0600238190	CHAVARREA DACTO LUCAS MANUEL	3.07.07.051.062.073	CHOCLOS	16	26,4	5,47
32	0601920374	CHAVARREA DACTO GLORIA MAGDALENA	3.07.07.052.063	CHOCLOS	9,02	14,88	3,91
33	0602412082	CHAVARREA DACTO ELVIA NARCISA	3.07.07.074.085	CHOCLOS	9,02	14,88	3,91

34	0609711483	MACAS LEMA MARIA ELISA	3.07.07.095.106	CHOCLOS	8	13,2	3,91
35	0601215932	PILCO COLCHA ROSA ELENA	3.07.07.107	CHOCLOS	4,5	7,42	3,13
36	0602283756	COLCHA CHAFLA ELENA DIOSELINA	3.07.07.020.031.042	CHOCLOS	11	18,15	5,47
37	0601367204	PILCO PASMAY MARTHA MARLENE	3.07.07.032.043	CHOCLOS	8	13,2	3,91
38	0602009987	GUAPULEMA CANDO ANA JUDITH	3.07.07.053.064.075	CHOCLOS	17,6	29,04	5,47
39	0602275265	CHANGO YAUCEN CARMEN	3.07.07.054.065.076	CHOCLOS	16	26,4	5,47
40	0601057078	LEMA CARRASCO ANA LUCIA	3.07.07.033.044	CHOCLOS	8	13,2	3,91
41	0600629745	YANZA CARRASCO MARIA ISOLINA	3.07.07.034.045	CHOCLOS	8	13,2	3,91
42	0601565625	CHAVARREA DACTO ZOILA ISABEL	3.07.07.055.066.077	CHOCLOS	16	26,4	5,47
43	0603052713	QUITO IGLLON LUIS ENRIQUE	3.07.07.056.067	CHOCLOS	8,98	14,82	3,91
44	0604277400	PARREÑO GUEVARA MIGUEL ANGEL	3.07.07.069.080	CHOCLOS	8	13,2	3,91
45	0604551127	CALI CHICAIZA MILTON ISAAC	3.07.07.97.108	CHOCLOS	8	13,2	3,91
46	0603530528	GUALOTO GUAMAN ROSA OLIVIA	3.07.07.22.23.1	CHOCLOS	6	9,9	3,91
47	0604213355	SANCHEZ PILCO LUIS ORLANDO	3.07.07.24.23.02	CHOCLOS	6	9,9	3,91
48	0603328923	PARREÑO GUEVARA MOISES DAVID	3.07.07.091.102	CHOCLOS	8	13,2	3,91
49	0602994998	GRANIZO SALAZAR NELLY ROCIO	3.07.07.057	CHOCLOS	4,4	7,26	3,13

Lista de comerciantes de la sección frutas

1	0602551913	MACAS TIERRA ELVIA ALICIA	3.04.09.002.013	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8	13,2	4,69
2	0601671647	VILEMA MAJI VICTOR HERMEL	3.04.09.073.084	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,8	14,52	4,69
3	0602057804	MANYA CEPEDA LUZ MARIA	3.04.09.074.075	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,8	14,52	4,69
4	0602480394	SANI MOYOTA GLADYS ELIZABETH	3.04.09.085	FRUTAS NAC. E IMPORT.	6,6	10,89	4,69
5	0603186248	PADILLA PADILLA MARIA ENMA	3.04.09.076.087	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,8	14,52	4,69
6	0602625246	MAJI CAISAGUANO LIDA CARMITA	3.04.09.077.088	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,8	14,52	4,69
7	0604200201	TIBANQUIZA AMAGUAYA BETTY SUSANA	3.04.09.078.089	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,8	14,52	4,69
8	1711119766	GAGÑAY LOPEZ MARIA DOLORES	3.04.09.079.090	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,8	14,52	4,69
9	0602122855	QUIHUIRI RAMOS LUIS HERIBERTO	3.04.09.080.091	FRUTAS NAC. E IMPORT.	9	14,85	4,69
10	0601398308	NARVAEZ SANCHEZ MELIDA ODERAY	3.05.09.023.024	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,95	14,77	4,69
11	0600065148	GALLEGOS ABARCA ABEL IGNACIO	3.05.09.034	FRUTAS NAC. E IMPORT.	4,4	7,26	4,69
12	0600940282	TOAPANTA TOAPANTA ELSA MARIA	3.05.09.056.057	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,8	14,52	4,69
13	1001297165	MONCAYO BENAVIDEZ FANNY YOLANDA	3.05.09.067.068.078	FRUTAS NAC. E IMPORT.	17,2	28,38	6,25
14	0601144017	CAUJA MAJI OLGA LUZMILA	3.05.09.003.014	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,8	14,52	4,69
15	0603325028	TIBANQUIZA AMAGUAYA SONIA CECILIA	3.05.09.004.015	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,8	14,52	4,69
16	0600750186	ORNA ORTIZ MARIA DORINDA	3.05.09.025.026.036	FRUTAS NAC. E IMPORT.	17,6	29,04	6,25
17	0602657470	GUSQUI GUSHQUI ROSA ELVIRA	3.05.09.047.058	FRUTAS NAC. E IMPORT.	9	14,85	4,69
18	0601378755	AMAGUAYA ALLAUCA CARMEN	3.05.09.048.059	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,8	14,52	4,69
19	0600986822	MAIGUA TIERRA JULIO CESAR	3.05.09.069.080	FRUTAS NAC. E IMPORT.	9	14,85	4,69
20	0602235475	LAMIÑA PAGUAY CECILIA DEL CARMEN	3.05.09.070.081	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,8	14,52	4,69
21	0600608186	ORNA ORTIZ MARIANA	3.05.09.016	FRUTAS NAC. E IMPORT.	6,6	10,89	4,69
22	0602159410	AMAGUAYA VILLA MARIA GRIMANESA	3.05.09.006.017	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,8	14,52	4,69
23	0602534240	TIXI ORNA PATRICIA YOMARA	3.05.09.027.028.038	FRUTAS NAC. E IMPORT.	17,6	29,04	6,25
24	0602658064	AMAGUAYA COLCHA EMMA FABIOLA	3.05.09.050.061	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8	13,2	4,69
25	0602913063	PAGUAY BARAHONA MARIA DEL CARMEN	3.05.09.071	FRUTAS NAC. E IMPORT.	4,4	7,26	3,91
26	0601377948	MAGGI CAIZAGUANO BLANCA JUDITH	3.05.09.007.018	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,8	14,52	4,69
27	0602747602	MAJI CAISAGUANO GLADYS DEL ROCIO	3.05.09.008.019	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,8	14,52	4,69
28	0602766792	AREVALO PILCO JUAN CARLOS	3.05.09.029.040	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8	13,2	4,69
29	0602492555	AREVALO PILCO ALBA LEONOR	3.05.09.030.041	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8	13,2	4,69
30	0603022690	CALI LLAMUCA CARMEN AMELIA	3.05.09.074.085	FRUTAS NAC. E IMPORT.	9	14,85	6,25
31	0603160284	LAMIÑA PAGUAY ELVA DE LOURDES	3.05.09.010.021	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8	13,2	4,69

32	0602114886	RAMIREZ AMAGUAYA MARIA BLANCA	3.05.09.011.022	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8	13,2	4,69
33	0600149769	PILCO TIERRA INES MARIA	3.05.09.031.042	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8	13,2	4,69
34	0603607391	AREVALO PILCO ALEXANDRA ELIZABETH	3.05.09.032.043	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8	13,2	4,69
35	0602136715	LAMIÑA PAGUAY HILDA TERESA	3.05.09.033.044	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,8	14,52	4,69
36	1801565084	CRIOLLO MOYOLEMA MARIA DIOSELINA	3.05.09.055.066	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,95	14,77	4,69
37	0602465726	CORONADO CONRADO DANILO HERNAN	3.05.09.053.054.054	FRUTAS NAC. E IMPORT.	17,6	29,04	6,25
38	0600148035	CABEZAS CARVAJAL CARLOTA GERARDINA	3.05.09.064.065.075	FRUTAS NAC. E IMPORT.	17,2	28,38	6,25
39	0602669624	MACAS TIERRA MARIA BLANCA	3.05.09.076.087	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8	13,2	4,69
40	0601779929	AMAGUAYA VILLA MARTHA BEATRIZ	3.04.09.086	FRUTAS NAC. E IMPORT.	4,4	7,26	3,91
41	0604634600	RUCHICELA SISA ROSARIO ELIZABETH	3.04.09.070	FRUTAS NAC. E IMPORT.	4,5	7,42	3,91
42	0602409070	CARVAJAL MARIA MARGARITA	3.05.09.49.00	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,8	14,52	4,69
43	0600190227	RAMIREZ INCA MARTA YOLANDA	3.05.09.000	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,8	14,52	4,69
44	0600511109	RODRIGUEZ CHAVEZ AURELIA MARIANA	3.05.09.000	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,8	14,52	4,69
45	0604328229	AMAGUAYA TOAPANTA ALEXANDRA DEL PILAR	3.05.09.082	FRUTAS NAC. E IMPORT.	4,4	7,26	3,91
46	0603708512	ALLAUCA ALLAUCA MARIA ELSA	3.05.09.049.060.072	FRUTAS NAC. E IMPORT.	17,6	29,04	6,25
47	0604353565	PADILLA PADILLA MAYRA MERCEDES	3.05.09.077.088	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,95	14,77	4,69
48	0601034259	BARRETO PILCO EUCLIDES ANTONIO	3.04.09.081	FRUTAS NAC. E IMPORT.	4,4	7,26	3,91
49	0602774796	LAMIÑA PAGUAY BERTHA CONSUELO	3.05.09.045.046	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,8	14,52	4,69
50	0602011819	LAMIÑA PAGUAY MARTHA DEL ROCIO	3.05.09.001.012	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,8	14,52	4,69
51	0604773507	CHACAGUASAY QUISHPE VILMA SOFIA	3.05.09.010.021	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8	13,2	4,69
52	0604439943	SINCHI QUISHPE MARIA SILVIA	3.05.09.073.084	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,8	14,52	4,69
53	0602534240	TIXI ORNA PATRICIA YOMARA	3.05.09.051.062	FRUTAS NAC. E IMPORT.	8,8	14,52	6,25