



DOI: <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.343>

**Estudio Administrativo, Técnico, Financiero y Legal de la Empresa Municipal
Mercado de Productores Agrícolas "San Pedro De Riobamba"**

*Administrative, Technical, Financial and Legal Study of the Municipal Company
"Mercado de Productores Agrícolas San Pedro De Riobamba"*

*Estudo Administrativo, Técnico, Financeiro e Jurídico da Empresa Municipal "San
Pedro De Riobamba" Mercado dos Produtores Agrícolas*

Angelita Genoveva Tapia-Bonifaz ¹
genoveva.tapia@esPOCH.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-8668-8023>

María Fernanda Herrera-Chico ²
maria.herrerac@esPOCH.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-2286-5502>

Roberto Fabián Sánchez-Chávez ³
roberto.sanchez@esPOCH.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-3248-4359>

Correspondencia: genoveva.tapia@esPOCH.edu.ec

* **Recepción:** 10/ 12/2020 * **Aceptación:** 30/12/2020 * **Publicación:** 06/01/2021

1. Ingeniera en Administración de Empresas, Magister en Pequeñas y Medianas Empresas Mención Finanzas, Docente Investigador Facultad de Administración de Empresas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
2. Magister en Gestión de Proyectos de Desarrollo, Docente Investigador Facultad de Administración de Empresa, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
3. Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República del Ecuador Magíster en Derecho Civil y Procesal Civil, Docente Facultad de Administración de Empresas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.

Resumen

El presente artículo expone los resultados obtenidos de la investigación realizada a los arrendatarios de la Empresa Municipal Mercado de Productores Agrícolas "San Pedro de Riobamba" (EP-EMMPA). Siendo un actor importante en el desarrollo socio-comercial de actividades agro-productivas de la provincia de Chimborazo. La EP-EMMPA canaliza las actividades de 936 comerciantes, de los cuales 729 son arrendatarios que expenden hortalizas, vegetales, legumbres, tubérculos, entre otros; ofertan aproximadamente 50 productos de la región sierra y costa, para consumo local, regional y nacional; distribuida en 38 secciones. Actualmente, se exhibe un inadecuado sistema de abastecimiento alimentario, inestabilidad de precios, escasa seguridad alimentaria, e inconvenientes de logística. El estudio permitió examinar una muestra de 126 arrendatarios, donde se obtuvo como resultado que el 40% considera la reubicación como una alternativa para obtener espacios idóneos que mejoren el expendio de productos, carga, descarga y comercialización; brindando un servicio de calidad a los clientes y por ende incrementar sus ingresos. La investigación tiene un enfoque cuantitativo y cualitativo, las técnicas utilizadas son: la documental que permitió recabar información técnica y bibliográfica, la de campo que se apoyó de la encuesta realizada a los arrendatarios, donde se consiguió información para inferir sobre las variables de esta investigación.

Palabras Clave: EMMPA; estudio administrativo; financiero; legal; técnico.

Abstract

The present article presents the results obtained from the research carried out with the tenants of the Municipal Company Agricultural Producers Market "San Pedro de Riobamba" (EP-EMMPA). Being an important actor in the social-commercial development of agro-productive activities in the province of Chimborazo. The EP-EMMPA channels the activities of 936 merchants, of which 729 are tenants who sell vegetables, legumes, tubers, among others; they offer approximately 50 products from the highlands and coast region, for local, regional and national consumption; distributed in 38 sections. Currently, there is an inadequate food supply system, price instability, poor food security and logistical problems. The study examined a sample of 126 tenants, where it was obtained as a result that 40% consider relocation as an alternative to obtain suitable spaces to improve the sale of products, loading, unloading and marketing, providing quality service to



customers and thus increase their income. The research has a quantitative and qualitative approach, the techniques used are: the documentary one that allowed to gather technical and bibliographical information, the field one that was supported of the survey made to the tenants, where information was obtained to infer about the variables of this research.

Keywords: EMMPA; administrative; financial; legal, technical study.

Resumo

Este artigo apresenta os resultados obtidos na pesquisa realizada junto aos arrendatários da Empresa Municipal de Mercados dos Produtores Agrícolas "San Pedro de Riobamba" (EP-EMMPA). Ser um ator importante no desenvolvimento sócio-comercial das atividades agro-produtivas na província de Chimborazo. A EP-EMMPA canaliza a actividade de 936 comerciantes, dos quais 729 são inquilinos que vendem legumes, verduras, legumes, tubérculos, entre outros; Eles oferecem cerca de 50 produtos da serra e do litoral, para consumo local, regional e nacional; distribuído em 38 seções. Atualmente, existe um sistema de abastecimento alimentar inadequado, instabilidade de preços, falta de segurança alimentar e problemas de logística. O estudo permitiu examinar uma amostra de 126 inquilinos, onde se obteve como resultado que 40% consideram a realocação como alternativa para obter espaços adequados que melhorem a venda de produtos, carga, descarga e comercialização; prestar um serviço de qualidade aos clientes e consequentemente aumentar o seu rendimento. A pesquisa tem uma abordagem quantitativa e qualitativa, as técnicas utilizadas são: o documentário que permitiu recolher informação técnica e bibliográfica, o campo que se apoiou no inquérito realizado com os inquilinos, onde se obteve informação para inferir sobre as variáveis desta pesquisa .

Palavras-chave: EMMPA; estudo administrativo; financeiro; legal; técnico.

Introducción

En nuestra legislación el estado ecuatoriano formulará políticas comerciales tal como lo indica en su Artículo 304 de la Constitución que textualmente señala: La política comercial tendrá los siguientes objetivos: 1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo. 2. Regular, promover y ejecutar

las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial. 3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales. 4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas. 5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo. 6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

Según, el Artículo 336 hace referencia que el Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos; y de igual forma definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.

Así también, en su Artículo 336 indica que el Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley (Constitución de la República del Ecuador, 2017).

Se conoce el mercado como el sistema social en el que se producen intercambios de bienes y servicios entre compradores, que expresan una necesidad a través de la demanda, y vendedores, que satisfacen dicha demanda a través de la oferta. El concepto de mercado ha ido evolucionando desde la perspectiva del lugar físico donde se reúnen compradores y vendedores hasta el conjunto de agentes que negocian la compra-venta tanto de productos reales o tangibles (pan, alimentos) como de productos de carácter intangible, es decir, productos no reales pero con valor transaccional a otros valores tangibles y/o intangibles como el intercambio de títulos financieros que tiene lugar en la bolsa de valores.

El mercado es el marco en el que las empresas van a desenvolver su actividad empresarial, por lo que es necesario conocer al conjunto de características que lo definen. El marketing ayuda a la empresa a realizar tareas de comprensión de las necesidades de los mercados, eligiendo aquellos donde alcanzar objetivos comerciales. Para alcanzar dichos objetivos, en primer lugar se deben



delimitar las dimensiones del mercado en cuanto al ámbito geográfico de actuación, los distintos usos del producto y cómo se clasifica el mercado según los objetivos comerciales (Orador, M. 2013).

La Empresa Municipal Mercado de Productores Agrícolas “San Pedro de Riobamba” (EP-EMMPA), se administra principalmente por la Constitución, El Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización, el Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, la Ley Orgánica de Empresas Públicas, su Ordenanza que regula los Servicios Públicos, Manual de Clasificación y Valoración de Puestos Basados por Competencias para la Aplicación y Funcionamiento de la Estructura Orgánica por Procesos, y Manual de Funciones de los Trabajadores, que se encarga de establecer: escalas remunerativas, disposiciones de los reglamentos internos generales y específicos que se expiden y demás normas jurídicas aplicables (EMMPA, s.f.).

La EP-EMMPA tiene como visión “Garantizar una óptima comercialización de productos agrícolas, facilitando justas y transparentes transacciones de negocios entre los actores del proceso de comercialización, para satisfacer las expectativas de productores, comerciantes y consumidores, proporcionando servicios de calidad mediante el trabajo del personal capacitado y comprometido, manteniendo una infraestructura adecuada e instalaciones logísticamente diseñadas y usando tecnología moderna, que permita alcanzar el bienestar pleno de los clientes- usuarios así como el de la comunidad local, regional y nacional” (EMMPA, s.f.).

La EP-EMMPA, es un actor importante en el desarrollo socio-comercial de la ciudad de Riobamba, y actividades agro-productivas de la provincia de Chimborazo, debido a las facilidades para el acceso a mercados de consumo masivo y la transferencia comercial entre: productores, introductores agrícolas y comerciantes. Adicional a ello, cuenta con una afluencia de público importante es el principal centro de acopio de la ciudad (Salao, 2012).

La gestión del mercado se efectúa a través del manejo de plataformas de productos que procuran armonizar la demanda del consumo con la oferta de los productos, estas actividades están organizadas en secciones que agrupan determinados tipos de productos. A pesar de existir un proceso de organización y optimización del uso de infraestructura y recursos en la administración de la entidad; se presenta una problemática en su sistema de comercialización,

debido a la inadecuada distribución de puestos para la comercialización de productos agrícolas, influyendo de manera directa en el desarrollo de actividades.

Comerciantes

En nuestro Código Comercio en su Artículo 2 nos menciona sobre quienes son comerciantes esto es a) Las personas naturales que, teniendo capacidad legal para contratar, hacen del comercio su ocupación habitual; b) Las sociedades constituidas con arreglo a las leyes mercantiles; y, c) Las sociedades extranjeras o las agencias y sucursales de éstas, que dentro del territorio nacional ejerzan actos de comercio, según la normativa legal que regule su funcionamiento (Corporación de Estudios y Publicaciones (2019).

Comerciante mayorista y minorista

El tipo de comerciante mayorista que prevalece, es aquel que ejerce su rol adquiriendo la propiedad de las alimentos ofertadas por intermediarios, por las mercados mayoristas de origen o directamente por los productores.“ Así, la articulación entre productores y detallistas facilitada por el sector mayorista tiene dimensiones tanto de carácter comercial (formación de precios y transferencia de la propiedad de los productos) como de carácter físico (almacenamiento de los productos¹⁶ y, eventualmente, transporte y adecuación); además, el mayorista debe enfrentar la incertidumbre propia del mercado tradicional (Ramírez, J. 2017).

Consumidores

El consumidor ha pasado de ser un agente que apenas tenía relevancia en el mercado de consumo a ser el eje sobre el que giran tanto empresas industriales como de distribución. Así pues, el consumidor es un elemento clave e importante para las empresas. Es toda persona o colectivo que adquiere bienes o servicios a cambio de una contraprestación, con el fin de usarlos para satisfacer una necesidad (Escrivá, J. 2013).

Metodología

La metodología utilizada ha sido de tipo descriptivo ya que obtiene la información basada en las características de la población de estudio, a través de encuestas. La investigación descriptiva, se



fundamenta en obtener información específica de variables tales como: conducta, propósitos, cualidades, características demográficas, entre otros (Malhotra, 2014). El enfoque de la investigación fue cualitativo y cuantitativo. Además, se utilizaron entrevistas a profundidad como instrumentos que permiten conocer puntos de vista de informantes calificados del sector, además de ello, obtener información relevante del EP-EMMPA a través de experiencias, sentimientos, ideas y opiniones (Kvale, S. 2014). Además, es un método empírico que permite profundizar el tema de interés de forma no estructurada y natural. El aporte de esta técnica reside en los resultados inesperados que se obtienen de un proceso de comunicación, permitirá acercarse a las razones, actitudes y motivaciones de los participantes (García, 2016).

También se utilizaron encuestas como instrumentos cuantitativos para la recopilación de información mediante preguntas organizadas, con la finalidad de investigar hechos de forma general (Martinez, 2011). La investigación cuantitativa permite conocer percepciones y opinión respecto a los objetivos de estudio, la aplicación de esta técnica se basa en organizar las preguntas de acuerdo con requisitos determinados para despertar el interés de los encuestados. (García, 2016).

Cálculo del tamaño de la muestra

Se realiza el cálculo del tamaño de la muestra, para población finita de 729 arrendatarios del EMMPA de la ciudad de Riobamba, con la siguiente fórmula, según (Díaz Mata, 2019)

$$n = \frac{N * (\alpha_c * 0,5)^2}{1 + (e^2 * (N - 1))}$$

Donde:

N= Población (729)

α = Intervalo de confianza 85% = 1,44

e = error

$$n = \frac{729 * (1,44 * 0,5)^2}{1 + (0,05^2 * (729 - 1))} \quad n = \frac{729 * (0,7)^2}{1 + 1,82} \quad n = \frac{357,21}{2,82} \quad n = 126$$

Resultados

La EP-EMPPA canaliza la actividad de 936 comerciantes, quienes ofertan aproximadamente 50 productos de la región sierra y costa, para consumo local, regional y nacional. Sin embargo, los problemas de organización de los productos agropecuarios afectan a todo el proceso de comercialización, en este contexto, se exhibe un inadecuado sistema de abastecimiento alimentario, inestabilidad de los precios del mercado y de comerciantes, escasa seguridad alimentaria, e inconvenientes de logística.

Otro problema adicional a los mencionados en el párrafo anterior es la inconformidad de parte de los comerciantes, debido a que no cuentan con las instalaciones adecuadas, facilidades suficientes y necesarias para el desarrollo óptimo de la actividad de comercialización; así como, la existencia de malas prácticas productivas y de logística para el manejo de los productos alimenticios y residuos sólidos.

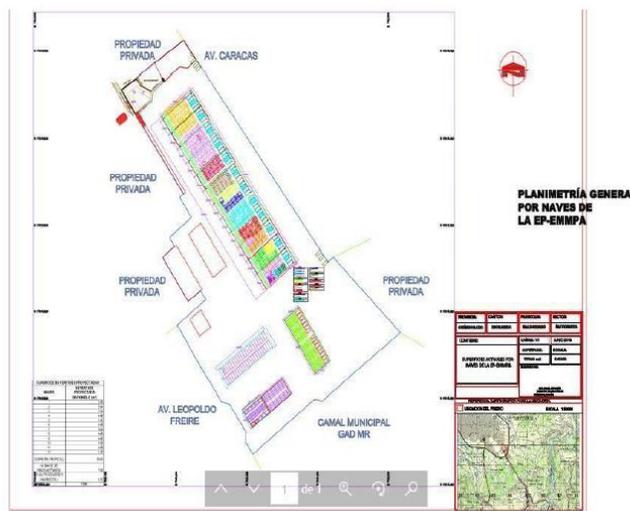
Estudio Técnico

La infraestructura, instalaciones y servicios de mercado son elementos esenciales de los sistemas de abastecimiento y distribución de alimentos, por lo que es necesaria la planificación, organización y gestión para que la comercialización se desarrolle adecuadamente, acorde al rápido crecimiento de las cantidades de alimentos que ingresan a las ciudades como factor primordial de la producción agrícola.

La EP-EMMPA, cuenta con una superficie de 77648m², se encuentra distribuida por naves, 38 secciones, 936 arrendatarios de los cuales 729 son comerciantes de hortalizas, vegetales, legumbres, tubérculos, entre otros, con un total de 14644 productores, de los cuales 1800 pertenecen a la Juntade Regantes de Río Blanco Quimiag, 1844 a la Junta de Regantes de Guargualla Licto y 1844 a la Junta de Regantes de Chambo Guano.

Gráfico 1: Distribución EP-EMMPA.

EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL MERCADO DE PRODUCTORES AGRÍCOLAS SAN PEDRO DE RIOBAMBA



FUENTE: EP-EMMPA

Fuente: EP-EMMPA

Descripción De La Situación Actual De La Ep-Emmpa ,Secciones, Arrendatarios Y Productos Que Se Expenden En La Ep-Emmpa (Comerciantes De Hortalizas, Vegetales, Legumbres, Tubérculos).

Tabla 1: Sección y número de arrendatarios.

N.	SECCIÓN	N. ARRENDATARIOS	PORCENTAJE
1	Agroecológicos	4	0.55%
2	Ajos	17	2.33%
3	Ajos con cáscara	10	1.37%
4	Ajos pelados	10	1.37%
5	Arvejas y frejol	59	8.09%
6	Cárnicos y Pollos	8	1.10%
7	Cebolla blanca	23	3.16%
8	Cebolla colorada	59	8.09%
9	Chochos	49	6.72%
10	Cilantro	19	2.61%
11	Fruta nacional e importada	51	7.00%
12	Frutas Trópicas	45	6.17%

13	Frutillas	7	0.96%
14	Habas	26	3.57%
15	Legumbres	41	5.62%
16	Mellico	15	2.06%
17	Papas	76	10.43%
18	Pescado y Mariscos	28	3.84%
19	Rábanos y Papanabos	18	2.47%
20	Tomate de árbol	73	10.01%
21	Tomate de carne	43	5.90%
22	Hierbas medicinales	6	0.82%
23	zanahoria y remolacha	38	5.21%
24	Zapallo	4	0.55%
TOTAL ARRENDATARIOS		729	100.00%

Fuente: EP-EMMPA

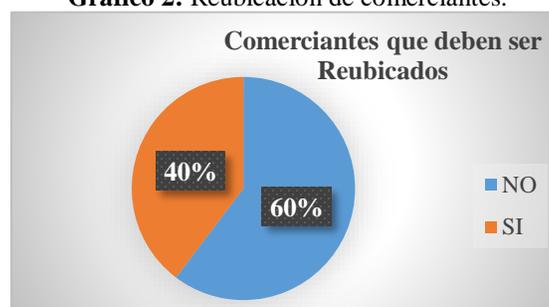
Criterios respecto a la reubicación de los comerciantes, y garantizar una adecuada distribución y secciones en la plataforma de comercialización.

Tabla 2: Reubicación de comerciantes.

Comerciantes que deben ser Reubicados	
NO	76
SI	50
Total de encuestas	126

Fuente: Encuestas

Gráfico 2: Reubicación de comerciantes.



Fuente: Investigación de campo.

Tabla 3: Tabla cruzada – frecuencias reubicación de comerciantes.

		Considera que debería ser reubicado					ni	Considera que debería ser reubicado					ni
		No						Si					
		Acceso adecuado para carga y descarga						Acceso adecuado para carga y descarga					
		No		Si				No		Si			
Tipo de Producto		Espacios adecuado para expendio de productos		Espacios adecuado para expendio de productos				Espacios adecuado para expendio de productos		Espacios adecuado para expendio de productos			
		No	Si	No	Si	Si		No	Si	No	Si		
	Abelga	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	
	Aguate	2	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	
	Aj	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	
	Ajo	0	2	1	4	7	7	0	0	1	0	1	
	Borojo y lenjibre	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	
	Cebolla	2	1	1	5	9	9	3	1	1	4	9	
	Cebolla Blanca	3	1	1	1	6	6	0	0	0	1	1	
	Chochos	0	0	1	0	1	1	1	0	0	1	2	
	Cilantro apio perejil	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	
	Frutas	5	0	1	4	10	10	8	1	5	6	20	
	Hierbas medicinales	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	2	
	Lechuga	1	1	0	2	4	4	0	0	0	0	0	
	Legumbres	1	0	0	2	3	3	1	0	1	1	3	
	Papas	0	0	1	5	6	6	0	1	0	3	4	
	Pimientos	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	
	Productos Chilenos	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	
	tomate de carne	2	4	2	1	9	9	2	1	0	0	3	
	Rabano y papanabo	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	
	Zanahoria	2	2	2	1	7	7	0	1	1	1	3	
	Habas	2	0	0	0	2	2	0	0	0	1	1	
	chochos	0	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	
	Verduras	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	
TOTAL		22	13	11	30	76	76	15	6	10	19	50	

Fuente: Investigación de campo.

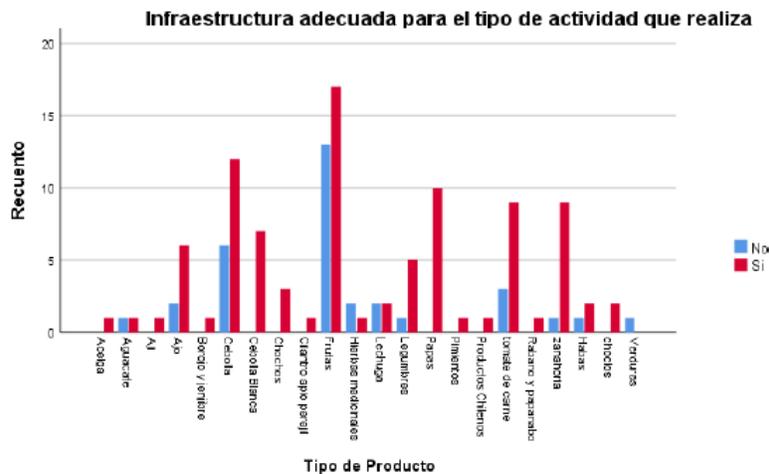
En la tabla 3, se indican las frecuencias de cada tipo de producto correspondiente a tres variables dicotómicas:

- considera si deberían ser reubicados;
- tiene acceso adecuado para cargar y descargar los productos;
- los espacios son adecuados para el expendio de productos;

De las 126 encuesta realizadas a los arrendatarios de la EMMPA, dio como resultado que 76 comerciantes que corresponde al 60%, no deben ser reubicados como se aprecia en el gráfico que antecede, frente al 40% , que exponen sus razones por la cuales hay la nesecidad de su reubicación. Del total de encuestados que manifestaron que no deben ser reubicados, 22 personas consideran que los espacios no son convenientes para la venta de sus productos, ni el acceso a carga y descarga son apropiados para desarrollar esta actividad. Del grupo de personas que, consideran que deberían

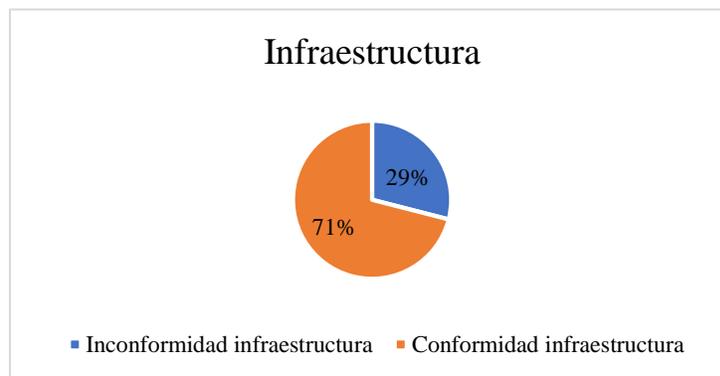
ser reubicados, 21 personas indicaron que el acceso para carga y descarga de productos no es adecuado; 29 personas mencionaron que existe un adecuado acceso para carga y descarga de productos, de ellos, 10 personas indicaron que el espacio para expendio de productos no es conveniente. Por lo expuesto, se considera importante una reubicación para ofertar de mejor manera los productos.

Gráfico 3: Infraestructura adecuada para el tipo de actividad que realiza.



Fuente: Investigación de campo.

Gráfico 4: Infraestructura adecuada para el tipo de actividad que realiza.



Fuente: Investigación de campo.

El 29% de los comerciantes no se sienten conformes con la infraestructura acorde con el producto que comercializa, algunos comerciantes creen que es un espacio demasiado reducido para ejercer su actividad. Sin embargo, el 71% de los vendedores se sienten cómodo con la infraestructura de asignada por parte de la EP – EMMPA. Por otro lado, los comerciantes que

ofertan frutas es el colectivo con mayor número de integrantes que menciona que si tienen una infraestructura adecuada.

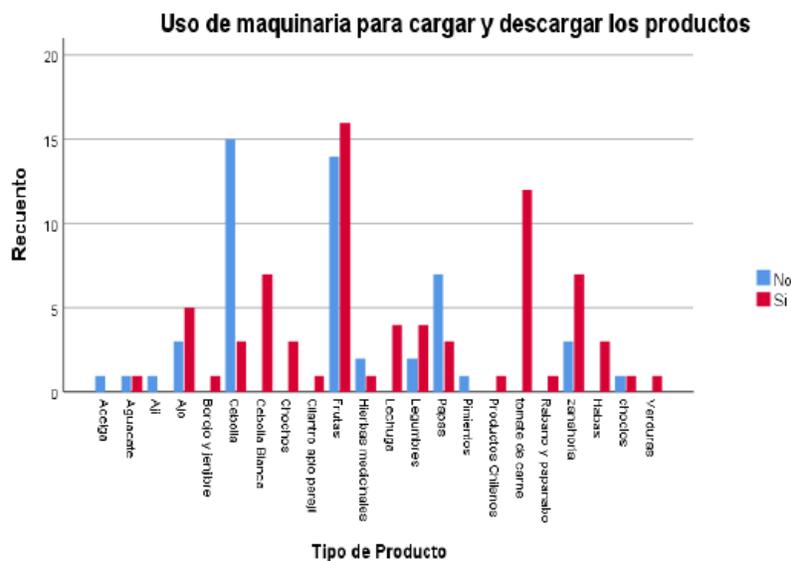
Gráfico 5: Los espacios adecuados para el expendio de productos.



Fuente: Investigación de campo.

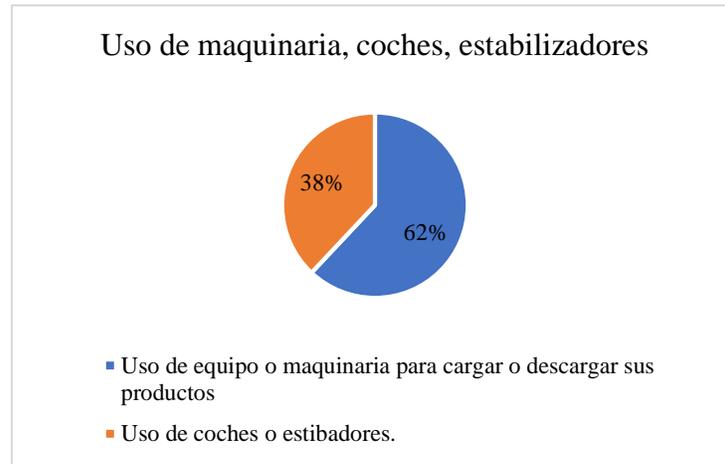
El 53.97% de los comerciantes, indicó que el espacio para el expendio de productos es adecuado para la correcta comercialización. Sin embargo, el 46,03% piensan que los espacios no son adecuados para ejercer actividades relacionadas al expendio de sus productos.

Gráfico 6: Uso de maquinaria para cargar y descargar los productos.



Fuente: Investigación de campo.

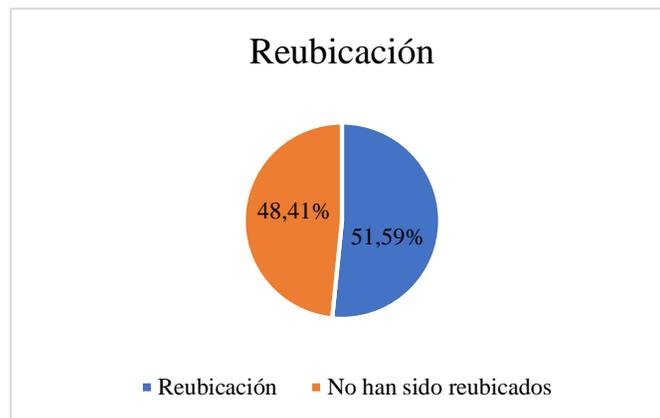
Gráfico 7: Uso de maquinaria para cargar y descargar los productos.



Fuente: Investigación de campo.

El 62% de los comerciantes ocupan algún equipo o maquinaria para cargar o descargar sus productos y el 38% lo hace por medio de coches o estibadores. El colectivo que más utiliza maquinaria son los vendedores de frutas, seguimos por los comerciantes de tomate de árbol.

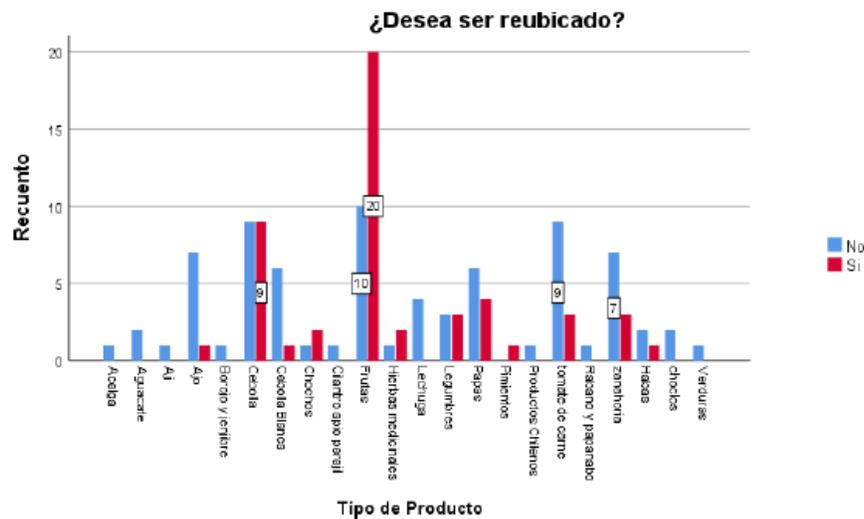
Gráfico 8: Reubicación de arrendatarios.



Fuente: Investigación de campo.

El 51.59% de los encuestados manifiestan que, si han sido reubicados, mientras que el 48,41% no les han cambiado de puesto. El colectivo que mayor número de veces ha sido reubicado, han sido los comerciantes vendedores de frutas y papas, seguido por los vendedores de apio, cilantro y zanahoria respectivamente.

Gráfico 9: Opinión de ser reubicado.



Fuente: Investigación de campo.

A pesar de que el colectivo de las frutas anteriormente manifestó que, si poseen un espacio adecuado para el expendio de productos y que han sido el grupo con mayor número de reubicaciones, desean ser reubicados para mejorar la venta de sus productos.

Estudio Financiero

Tabla 4: Precios referenciales de los principales productos que se comercializan en la EP-EMMPA.

Precio promedio y peso de los productos					Análisis horizontal	
Producto	Unidad	2017	2018	2019	Año 2018 - 2017	Año 2018 - 2019
Maíz suave choclo	Saco 65 lbs	21.42	18.29	22.02	-15%	20%
Mora de castilla	Caja 8 lbs	4.82	5.96	4.85	24%	-19%
Tomate de árbol	Caja 10 lbs	8.98	10.84	8.83	21%	-19%
Tomate de árbol	Caja 41 lbs	14.66	16.40	15.51	12%	-5%
Tomate de árbol	Saco 85,5 lbs	24.74	14.83	26.24	-40%	77%
Acelga	Carga 34 lbs	4.01	4.31	4.35	7%	1%
brócoli	Saco 71,5 lbs	5.19	4.78	4.81	-8%	1%
Cebolla blanca	Atado 4,25 lbs	1.03	2.73	1.11	165%	-59%

Cebolla blanca	Carga 23,5 lbs	5.48	7.92		45%	-100%
Cebolla colorada nacional	Saco 78 lbs	23.31	14.98	23.27	-36%	55%
Cebolla perla	Saco 95 lbs	30.05	18.32	30.05	-39%	64%
Cilantro	Carga 55 lbs	11.28	10.11	8.32	-10%	-18%
Cilantro embarque	Carga 95,5 lbs	12.02	6.26	8.00	-48%	28%
Col	Saco 107,5 lbs	7.39	10.12	5.69	37%	-44%
Coliflor	Saco 59,25 lbs	5.75	7.43	5.46	29%	-27%
Espinaca	Carga 35 lbs	4.06	5.62	4.17	38%	-26%
Lechuga	Saco 81,25 lbs	4.99	6.43	4.43	29%	-31%
Pimiento verde	Saco 27 lbs	11.99	12.79	12.46	7%	-3%
Rabano	Saco 84,5 lbs	7.20	8.44	7.04	17%	-17%
Remolacha	Saco 69,25 lbs	8.47	8.15	8.65	-4%	6%
Tomate aire libre	Caja 36,25 lbs	10.60	9.84	9.81	-7%	0%
Tomate riñon invernadero	Caja 36,25 lbs	10.87	11.46		5%	-100%
Zanahoria amarilla	Saco 64,25 lbs	12.95	7.35	7.15	-43%	-3%
Zanahoria blanca	Saco	23.66	13.47		-43%	-100%
Arveja tv	Saco 43 lbs	24.64	18.50	21.15	-25%	14%
Arveja geminis	Saco 43 lbs	23.67	19.53	21.64	-17%	11%
Arveja t. En vaina	Saco 93,75 lbs	38.45	25.35		-34%	-100%
Frejol canario	Saco 43 lbs	18.80	16.52	18.79	-12%	14%
Frejol canarillo	Saco 43 lbs	15.13	17.94	15.62	19%	-13%
Frejol calima	Saco 43 lbs	16.32	13.06	13.44	-20%	3%
Frejol cargabello	Saco 43 lbs	18.57	18.84	19.31	1%	2%
Frejol torta	Saco de 43 lbs	15.04	13.21	10.14	-12%	-23%
Frejol toa	Saco 135 lbs	27.93	28.60	38.42	2%	34%
Haba t. En vaina	Saco 64 lbs	10.65	10.26	9.97	-4%	-3%
Meloco blanco	Saco 99 lbs	20.84	15.58	15.43	-25%	-1%
Meloco rojo	Saco 99 lbs	16.24	10.13	11.87	-38%	17%
Meloco caramelo	Saco 99 lbs	19.17	11.04	11.24	-42%	2%
Meloco gallo	Saco 99 lbs	21.38	13.88	15.93	-35%	15%
Papa fripapa	Saco 107,5 lbs	16.11	12.21	16.85	-24%	38%



Papa gabriela	Saco 107,5 lbs	13.36	8.93	12.19	-33%	37%
Papa cecilia	Saco 107,5 lbs	15.21	12.08	16.05	-21%	33%
Papa pan	Saco 107,5 lbs	9.71	7.17	9.52	-26%	33%
Papa puña	Saco 107,5 lbs	10.62	8.19	11.96	-23%	46%
Papa rosita	Saco 107,5 lbs	8.51	5.64	8.16	-34%	45%
Papa semiuvilla	Saco 107,5 lbs	9.16	7.36	9.05	-20%	23%
Papa uvilla	Saco 107,5 lbs	14.29	10.86	16.58	-24%	53%
Papa super chola	Saco 107,5 lbs	15.28	11.33	16.75	-26%	48%
Papa chaucha	Saco 107,5 lbs	15.88	11.78	11.30	-26%	-4%

Fuente: Investigación de campo.

Análisis horizontal año 2017 – 2018, de los 48 productos analizados, el 66.67% de productos, es decir 32 bienes sufrieron una disminución en el precio; mientras que en el 33.33% (16 productos) surgió un incremento en el precio. Análisis horizontal año 2018 – 2019, del total de productos detallados, en el 43.75% (21 productos) existió un reducción en el precio; por otro lado, el 56.25% de los productos tuvo un incremento. Durante el periodo 2017 – 2018, el producto que sufrió el mayor incremento fue la cebolla blanca; para el ciclo 2018 – 2019, el bien fue el tomate de árbol.

Tendencia histórica para hallar el índice de incremento de la demanda de 48 productos del EMMPA

Se tomó como referencia, los datos obtenidos en las encuestas, considerando que no se conoce valores de una serie de tiempo. Se toma como referente un dato inicial que es el 2017 y un dato final el 2019 y se procede a realizar con la fórmula del índice de crecimiento de la demanda potencial de la siguiente forma:

Determinar el % de incremento (i) de los productos del EMPA

D f = Demanda final

D b = Demanda base

n = Periodo de tiempo.

$$i = \sqrt[n]{\frac{Df}{Db}} - 1$$

Proyectamos la Demanda con los ingresos de los productos de la EMMPA con la fórmula:

$$D_x = D_b (1 + i)^n$$

D_x = Demanda para el año proyectado.

D_b = Demanda base

n = número de Periodos de tiempo.

Tabla 5: Proyección de ingresos.

PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO DE INGRESOS DE 20 PRODUCTOS DE LA EMMPA								
PRODUCTOS	TOTAL, INGRESOS \$			INDICE CRECIMIENTO	PROMEDIO DE INGRESOS POR PRODUCTO	$D_x = D_b (1 + i)$	$D_x = D_b (1 + i)^2$	$D_x = D_b (1 + i)^3$
	2017	2018	2019	(-)		2020	2021	2022
FRUTILLA (Caja)	26,124	42,351	27,145	0.02	31,873.33	31,256.45	30,651.51	30,058.28
TOMATE RIÑON (Caja)	203,281	132,051	19,013	0.69	118,115.00	200,107.15	3	574,351.45
COL (unidades).	223,440	119,550	5,144	0.85	116,044.67	214,481.93	396,420.63	732,692.56
CILANTRO (Carga)	51,514	4,911	8,950	0.58	21,791.67	34,500.12	54,619.90	86,473.11
NABO	29,920	1,538	1,458	0.78	10,972.00	19,521.95	34,734.45	61,801.32
LECHUGAS (saco)	78,176	16,798	4,816	0.75	33,263.33	58,270.62	102,078.31	178,820.51
COLIFLOR (saco)	70,348	23,534	46,941.96	0.18	46,941.32	55,537.53	65,707.93	77,740.80
TOMATE DE ARBOL (saco)	20,233	6,431	1,493	0.73	9,385.67	16,221.78	28,037.01	48,457.93
CEBOLLA BLANCA EN RAMA (atado)	139,271	201,286	10,480	0.73	117,012.33	201,926.37	348,461.22	601,334.14
BROCOLI (saco)	137,712	165,957	5,660	0.80	103,109.67	185,315.70	333,061.98	598,601.64
MORA (caja)	7,062	3,143	5,102.5	0.15	5,102.50	5,867.79	6,747.86	7,759.92
MAIZ SUAVE CHOCLO (saco)	117,367	98,495	22,272	0.56	79,378.00	124,177.45	194,260.87	303,898.06
HABA TIERNA EN VAINA (saco)	26,391	38,365	5,285	0.55	23,347.00	36,246.18	56,272.14	87,362.41



FREJOL TIERNO EN VAINA (saco)	21,271	9,219	1,073	0.78	10,521.00	18,679.00	33,162.74	58,877.20
ARVEJA TIERNA EN VAINA (saco)	37,795	14,436	3,049	0.72	18,426.67	31,619.64	54,258.41	93,105.90
PAPAS (saco)	71,497	95,995	43,050	0.22	70,180.67	85,903.53	105,148.84	128,705.76
ZANAHORIA AMARILLA (saco)	106,809	292,563	13,796	0.64	137,722.67	225,948.42	370,691.99	608,158.94
MELLOCOS (saco)	9,140	3,292	2,470	0.48	4,967.33	7,352.41	10,882.70	16,108.06
CEBOLLA COLORADA (saco)	9,451	31,113	2,775	0.46	14,446.33	21,064.68	30,715.10	44,786.71
REMOLACHA (saco)	12,313	1,362	6,837.50	0.25	6,837.50	8,579.77	10,765.98	13,509.27

Fuente: Investigación de campo.

Como se aprecia en las proyecciones de los 20 productos, se puede estimar que en la totalidad de los mismos, existe un decrecimiento en los ingresos, siendo las razones principales:

Los intermediarios que tratan de acaparar la mayoría de productos, gustos y preferencias de los consumidores, cambios en los hábitos de consumo, entre otros.

Conclusiones

En la investigación realizada a los 729 arrendatarios de la Empresa Municipal Mercado de Productores Agrícolas “San Pedro de Riobamba”, distribuidos en naves de 38 secciones. Se exhibe un inadecuado sistema de abastecimiento alimentario, inestabilidad de precios, escasa seguridad alimentaria, e inconvenientes de logística. Del total de encuestados, el 40% considera que deben ser reubicados, de este porcentaje el 16% menciona que actualmente no existe un acceso adecuado para carga y descarga de productos, por consiguiente es importante obtener espacios idóneos para accesos de carga y descarga, los mismos que brinden seguridad y salubridad para ofrecer un servicio de calidad a los clientes que acuden a sus instalaciones. Así como, crear espacios propicios para mejor visualización de productos y por ende optimizar sus recursos. Por lo expuesto, no se

considera imprescindible la reubicación para los arrendatarios. A pesar que en los últimos años existe un decrecimiento de los ingresos de los mismos, siendo las razones principales: los intermediarios que tratan de acaparar la mayoría de productos, cambios en los hábitos de consumo y la situación socio-económica del país.

Referencias

1. Corporación de Estudios y Publicaciones (2017). Constitución de la República del Ecuador: comentarios, legislación conexas, concordancias. Quito, Corporación de Estudios y Publicaciones. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/115730?page=179,195196>.
2. Corporación de Estudios y Publicaciones (Ed.). (2019). Código de Comercio: legislación conexas, concordancias. Corporación de Estudios y Publicaciones. Pag 3,4.
3. Díaz Mata, A. (2019). Estadística inferencial aplicada a la Administración y la Economía (primera ed.). Recuperado el 2019, de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/122378>
4. EMMPA, E. (s.f.). <https://www.ep-emmpa.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.ep-emmpa.gob.ec/>: <https://www.ep-emmpa.gob.ec/>
5. Escrivá Monzó, J. (2013). Gestión de un pequeño comercio. Madrid, Spain: McGraw-Hill España. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/50248?page=195,196>.
6. García, D. (2016). Metodología de la investigación para administradores. Obtenido de Metodología de la investigación para administradores: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/70269>
7. Kvale, S. (2014). Las entrevistas en investigación cualitativa. Edición Morata. . Obtenido de Las entrevistas en investigación cualitativa. Edición Morata. : <https://elibro.net/es/ereader/epoch/51837>
8. Malhotra, N. (2014). Investigación de mercados: un enfoque aplicado.
9. Martínez, R. (2011). Investigación comercial: técnicas e instrumentos. Editorial Tébar Flores. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/51967>
10. Orador Márquez, J. A. D. (2013). Entorno e información de mercados. Antequera, Málaga, Spain: IC Editorial. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/44109?page=94,95>.



11. Ramírez Pascagaza, J. D. (2017). La implementación de la política de abastecimiento alimentario de Bogotá en el sector mayorista de la comercialización de alimentos: restricciones y dificultades. Bogotá, D.C. Colombia, Colombia: Universidad de los Andes. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/69479?page=39>.
12. Salao, L. C. (25 de febrero de 2012). Evaluación del Impacto y Plan de Mitigación de los Efectos de Ruido en el Mercado de Productores Mayoristas de Riobamba. Obtenido de Evaluación del Impacto y Plan de Mitigación de los Efectos de Ruido en el Mercado de Productores Mayoristas de Riobamba.: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/1635>

References

1. Corporation for Studies and Publications (2017). Constitution of the Republic of Ecuador: comments, related legislation, concordances. Quito, Corporation of Studies and Publications. Recovered from <https://elibro.net/es/ereader/epoch/115730?page=179,195196>.
2. Corporation for Studies and Publications (Ed.). (2019). Commercial Code: related legislation, concordances. Corporation for Studies and Publications. Page 3,4.
3. Díaz Mata, A. (2019). Inferential Statistics Applied to Administration and the Economy (first ed.). Retrieved 2019, from <https://elibro.net/es/ereader/epoch/122378>
4. EMMPA, E. (s.f.). <https://www.ep-emmpa.gob.ec/>. Retrieved from <https://www.ep-emmpa.gob.ec/>: <https://www.ep-emmpa.gob.ec/>
5. Escrivá Monzó, J. (2013). Management of a small business. Madrid, Spain: McGraw-Hill Spain. Recovered from <https://elibro.net/es/ereader/epoch/50248?page=195,196>.
6. García, D. (2016). Research methodology for administrators. Obtained from Research Methodology for Administrators: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/70269>
7. Kvale, S. (2014). Qualitative research interviews. Morata Edition. . Obtained from Interviews in qualitative research. Morata Edition. : <https://elibro.net/es/ereader/epoch/51837>
8. Malhotra, N. (2014). Market research: an applied approach.

9. Martínez, R. (2011). Commercial research: techniques and instruments. Editorial Tébar Flores. Obtained from <https://elibro.net/es/ereader/epoch/51967>
10. Speaker Márquez, J. A. D. (2013). Market environment and information. Antequera, Málaga, Spain: IC Editorial. Recovered from <https://elibro.net/es/ereader/epoch/44109?page=94>, 95.
11. Ramírez Pascagaza, J. D. (2017). The implementation of Bogotá's food supply policy in the wholesale food marketing sector: restrictions and difficulties. Bogotá, D.C. Colombia, Colombia: University of the Andes. Recovered from <https://elibro.net/es/ereader/epoch/69479?page=39>.
12. Salao, L. C. (February 25, 2012). Evaluation of the Impact and Mitigation Plan of the Effects of Noise in the Wholesale Producers Market of Riobamba. Obtained from the Impact Assessment and Mitigation Plan for the Effects of Noise in the Wholesale Producers Market of Riobamba .: <http://dspace.epoch.edu.ec/handle/123456789/1635>

©2020 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).