



# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

## **FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### **CARRERA FINANZAS**

#### **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE PAPAS EN LA PARROQUIA DE SAN ANDRÉS, CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**

**Trabajo de Integración Curricular**

Tipo: Proyecto de investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN FINANZAS**

**AUTORA:**

**EVELYN ALEXANDRA REINOSO MOSQUERA**

Riobamba – Ecuador

2022



# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

## **FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### **CARRERA FINANZAS**

#### **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE PAPAS EN LA PARROQUIA DE SAN ANDRÉS, CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**

**Trabajo de Integración Curricular**

Tipo: Proyecto de investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN FINANZAS**

**AUTORA: EVELYN ALEXANDRA REINOSO MOSQUERA**

**DIRECTORA: ING. JAZMÍN ISABEL GARCÍA GUERRA**

Riobamba – Ecuador

2022

© 2022, Evelyn Alexandra Reinoso Mosquera

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

Yo, Evelyn Alexandra Reinoso Mosquera declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 7 de Abril de 2022.



---

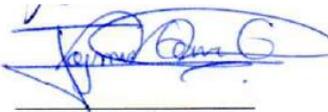
**Evelyn Alexandra Reinoso Mosquera**  
**C I: 060503120-2**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CARRERA FINANZAS**

El tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El trabajo de Titulación; tipo Proyecto de investigación, **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE PAPAS EN LA PARROQUIA DE SAN ANDRÉS, CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, realizando por la señorita: **EVELYN ALEXANDRA REINOSO MOSQUERA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales en tal virtud el tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
PhD. Liliana Alejandra Funes Samaniego <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNA</b>		<b>2022-04-07</b>
Ing. Jazmín Isabel García Guerra <b>DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN</b>		<b>2022-04-07</b>
Ing. Olga Maritza Rodríguez Ulcuango <b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b>		<b>2022-04-07</b>

## **DEDICATORIA**

Con mucho cariño dedico este trabajo primero a Dios por haberme brindado la oportunidad de la vida, a mis padres por haberme apoyado económica y emocionalmente y de manera especial a mi hijo Gael David por haber sido el pilar fundamental de motivación a seguir firme, demostrándome a cada momento la gran fe que tiene en mí y siendo su ejemplo para seguir.

Evelyn

## **AGRADECIMIENTO**

Culminada esta etapa de formación académica deseo agradecer en primera instancia a Dios por haberme permitido dar la luz a mi vida junto, de la misma manera a mis padre e hijo, además mi gratitud a las autoridades de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo en especial a la Ingeniera Jazmín García y la Ingeniera Maritza Rodríguez quienes guiaron este proyecto de investigación y haber aportado sus conocimientos durante todo el proceso del trabajo que Dios las bendiga por haberme ayudado en este proceso.

Evelyn

## TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	1

### CAPÍTULO I

<b>1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....</b>	<b>6</b>
<i>1.1 Antecedentes Investigativos.....</i>	<i>6</i>
<i>1.2 Fundamentación Teórica.....</i>	<i>7</i>
<i>1.2.1. Concepto de Proyecto.....</i>	<i>7</i>
<i>1.7.1.1 Tipos de Proyectos.....</i>	<i>8</i>
<i>1.7.1.2 Alcance del Proyecto.....</i>	<i>9</i>
<i>1.7.1.3 Ciclo de vida de un Proyecto.....</i>	<i>9</i>
<i>1.2.2 Factibilidad.....</i>	<b>10</b>
<i>1.7.2.1 Objetivos que determinan la Factibilidad.....</i>	<i>10</i>
<i>1.2.2.2 Estructura de la Factibilidad.....</i>	<i>11</i>
<i>1.2.2.3 Aspectos Básicos de la Factibilidad.....</i>	<i>13</i>
<i>1.2.2.4 Evaluación de la Factibilidad.....</i>	<i>13</i>
<i>1.2.3. Estudio de Factibilidad.....</i>	<b>14</b>
<i>1.2.3.1 Estructura del contenido de los Estudios de Factibilidad.....</i>	<i>15</i>
<i>1.2.4.1 Definición del Centro de Acopio.....</i>	<i>17</i>
<i>1.2.4.2 Características de un Centro de Acopio.....</i>	<i>17</i>
<i>1.2.4.3 Función del Centro de Acopio.....</i>	<i>17</i>
<i>1.2.4. Estudio de Mercado.....</i>	<b>17</b>
<i>1.2.5.1 Objetivos del Estudio de Mercado.....</i>	<i>17</i>
<i>1.2.5.2 Importancia del Estudio de Mercado.....</i>	<i>18</i>
<i>1.2.5. Demanda.....</i>	<b>19</b>
<i>1.2.6.1 Análisis de la Demanda.....</i>	<i>19</i>
<i>1.2.6.2 Tipos de Demanda.....</i>	<i>20</i>
<i>1.2.6.3 Demanda Insatisfecha.....</i>	<i>20</i>
<i>1.2.6.4 Demanda Proyectada.....</i>	<i>20</i>
<i>1.2.6 Oferta.....</i>	<b>20</b>

1.2.7.1	<i>Análisis de la Oferta</i> .....	21
1.2.7.2	<i>Tipos de Oferta</i> .....	21
1.2.7.3	<i>Oferta Proyectada</i> .....	22
<b>1.2.7</b>	<b><i>Marketing Mix</i></b> .....	<b>22</b>
<b>1.2.8</b>	<b><i>Comercialización</i></b> .....	<b>23</b>
<b>1.2.9</b>	<b><i>Canales de Comercialización</i></b> .....	<b>24</b>
<b>1.2.10</b>	<b><i>Estudio Técnico</i></b> .....	<b>25</b>
1.2.11.1	<i>Tamaño del Proyecto</i> .....	25
1.2.11.2	<i>Ingeniería del proyecto</i> .....	25
1.2.11.3	<i>Localización</i> .....	26
1.2.11.4	<i>Distribución de Planta</i> .....	26
<b>1.2.11</b>	<b><i>Estudio Legal</i></b> .....	<b>26</b>
<b>1.2.12</b>	<b><i>Estudio Administrativo</i></b> .....	<b>27</b>
1.2.13.1	<i>Organigrama Estructural</i> .....	27
1.2.13.2	<i>Empresa</i> .....	27
1.2.13.3	<i>Misión</i> .....	27
1.2.13.5	<i>Valores Institucionales</i> .....	28
1.2.13.6	<i>Políticas</i> .....	28
<b>1.2.13</b>	<b><i>Estudio Económico</i></b> .....	<b>28</b>
1.2.14.1	<i>Inversión</i> .....	28
1.2.14.2	<i>Punto de Equilibrio</i> .....	29
1.2.14.3	<i>Costo Fijo</i> .....	29
1.2.14.4	<i>Costo Variable</i> .....	29
<b>1.2.15</b>	<b><i>Evaluación Financiera</i></b> .....	<b>29</b>
1.2.15.1	<i>Valor Actual Neto (VAN)</i> .....	29
1.2.15.2	<i>Tasa Interna de Retorno</i> .....	30
1.2.15.3	<i>Razón Beneficio/Costo(B/C)</i> .....	30
1.2.15.4	<i>Estados Financieros</i> .....	31
1.2.15.5	<i>Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento</i> .....	32
<b>1.2.15</b>	<b><i>Estudio Ambiental</i></b> .....	<b>32</b>
<b>1.2</b>	<b><i>Centros de acopio</i></b> .....	<b>32</b>
<b>1.2.1</b>	<b><i>Beneficios del centro de acopio</i></b> .....	<b>33</b>
<b>1.8</b>	<b><i>Marco Conceptual</i></b> .....	<b>33</b>
<b>1.8.1</b>	<b><i>Producción</i></b> .....	<b>33</b>
<b>1.8.2</b>	<b><i>Papa</i></b> .....	<b>33</b>
<b>1.8.3</b>	<b><i>Calidad de Papa</i></b> .....	<b>33</b>
<b>1.8.3</b>	<b><i>Indicador de Ingresos</i></b> .....	<b>33</b>
<b>1.8.4.</b>	<b><i>Precio Justo</i></b> .....	<b>34</b>
<b>1.9</b>	<b><i>Idea a defender</i></b> .....	<b>34</b>

1.9.1	<i>Variable Independiente</i> .....	34
1.9.2	<i>Variable Dependiente</i> .....	34

## CAPÍTULO II

2.	<b>Marco Metodológico</b> .....	35
2.1	<b>Enfoque de la Investigación</b> .....	35
2.2	<b>Nivel de Investigación</b> .....	35
2.2.1	<i>Descriptiva</i> .....	35
2.3	<i>Diseño de la Investigación</i> .....	36
2.4	<i>Tipo de Investigación</i> .....	36
2.4.1	<i>Investigación de Campo</i> .....	36
2.4.2	<i>Investigación Documental</i> .....	36
2.3	<i>Población y Muestra</i> .....	37
2.3.1	<i>Población</i> .....	37
2.3.2	<i>Muestra</i> .....	37
2.4	Métodos, Técnicas e Instrumentos.....	38
2.4.1	<b>Método</b> .....	38
2.4.1.1	<i>Método Inductivo</i> .....	38
2.4.1.2	<i>Método Deductivo</i> .....	39
2.4.2	<b>Técnica</b> .....	39
2.4.2.1	<i>Encuestas</i> .....	39
2.4.2.2	<i>Entrevista</i> .....	39
2.4.3	<i>Instrumento</i> .....	40
2.4.3.1	<i>Cuestionario</i> .....	40
2.4.3.2	<i>Guía de Observación</i> .....	40
2.7	<b>Análisis e Interpretación de Resultados</b> .....	40
2.7.1	<i>Análisis e Interpretación de Resultados de los Agricultores de papas</i> .....	40
2.7.2	<i>Análisis e Interpretación de Resultados de los Consumidores de papas</i> .....	52
2.7.3	<i>Entrevista realizada al presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de San Andrés.</i> .....	63
2.7.4	<i>Diagnóstico</i> .....	65

## CAPÍTULO III

3.	<b>MARCO PROPOSITIVO</b> .....	66
3.1	<b>Estructura de la Propuesta</b> .....	66
3.2	<b>Título de la Propuesta</b> .....	67
3.3	Objetivo de la Propuesta.....	67
3.4	<b>Introducción</b> .....	67
3.5	<b>Contenido de la Propuesta</b> .....	68

<b>3.5.1</b>	<b><i>Estudio de Mercado</i></b> .....	<b>68</b>
3.5.1.1	<i>Análisis de la demanda</i> .....	68
3.5.1.2	<i>Análisis de la Oferta</i> .....	69
3.5.1.3	<i>Marketing Mix</i> .....	73
<b>3.5.2</b>	<b><i>Estudio Técnico</i></b> .....	<b>78</b>
3.5.2.1	<i>Determinación del tamaño del proyecto</i> .....	78
3.5.2.2	<i>Localización del proyecto</i> .....	78
3.5.2.3	<i>Macro Localización</i> .....	79
3.5.2.4	<i>Micro localización</i> .....	79
3.5.2.5	<i>Ingeniería del Proyecto</i> .....	81
<b>3.5.3</b>	<b><i>Estudio Legal</i></b> .....	<b>94</b>
3.5.3.1	<i>Ubicación</i> .....	94
3.5.3.2	<i>Base legal</i> .....	94
3.5.3.3	<i>Estatutos</i> .....	98
<b>3.5.4</b>	<b><i>Estudio Administrativo</i></b> .....	<b>99</b>
3.5.4.1	<i>Descripción de la empresa</i> .....	99
3.5.4.2	<i>Misión</i> .....	100
3.5.4.3	<i>Visión</i> .....	100
3.5.4.4	<i>Valores Institucionales</i> .....	100
3.5.4.5	<i>Políticas</i> .....	102
3.5.4.6	<i>Reglamentos</i> .....	103
3.5.4.7	<i>Estructura</i> .....	104
<b>3.5.5</b>	<b><i>Estudio Económico-Financiero</i></b> .....	<b>107</b>
<b>3.5.6</b>	<b><i>Estudio Financiero</i></b> .....	<b>108</b>
3.5.6.1	<i>Inversión del Proyecto</i> .....	108
3.5.6.2	<i>Capital de trabajo</i> .....	110
3.5.6.3	<i>Inversión diferida</i> .....	117
3.5.6.4	<i>Inversión Total</i> .....	118
3.5.6.5	<i>Determinación de costos</i> .....	118
3.5.6.6	<i>Determinación de ingresos- egresos proyectados</i> .....	125
3.5.6.7	<i>Punto de Equilibrio</i> .....	125
3.5.6.8	<i>Estado de Resultados</i> .....	126
3.5.6.9	<i>Evaluación Económica financiera</i> .....	129
<b>3.5.7</b>	<b><i>Estudio Ambiental</i></b> .....	<b>134</b>

## **GLOSARIO**

## **BIBLIOGRAFÍA**

## **ANEXOS**

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-2:</b>	Tipo de papa.....	41
<b>Tabla 2-2:</b>	Superficie del terreno .....	42
<b>Tabla 3-2:</b>	Producto de cultivo .....	43
<b>Tabla 4-2:</b>	Tiempo del cultivo .....	44
<b>Tabla 5-2:</b>	Producción en quintales .....	45
<b>Tabla 6-2:</b>	Producción para la venta .....	46
<b>Tabla 7-2:</b>	Distribución del producto.....	47
<b>Tabla 8-2:</b>	Precio de venta por quintal.....	48
<b>Tabla 9-2:</b>	Centro de acopio .....	49
<b>Tabla 10-2:</b>	Razón de venta.....	50
<b>Tabla 11-2:</b>	Método de cobro .....	51
<b>Tabla 12-2:</b>	Consumo de papa.....	52
<b>Tabla 13-2:</b>	Cantidad mensual de adquisición de papa.....	54
<b>Tabla 14-2:</b>	Rango de pago de adquisición de papas.....	55
<b>Tabla 15-2:</b>	Nivel de preferencia de adquisición de papa .....	56
<b>Tabla 16-2:</b>	Presentación del producto .....	57
<b>Tabla 17-2:</b>	Lugar de compra .....	58
<b>Tabla 18-2:</b>	Como le gustaría adquirir a la papa.....	59
<b>Tabla 19-2:</b>	Centro de acopio .....	60
<b>Tabla 20-2:</b>	Servicios adicionales.....	61
<b>Tabla 21 -2:</b>	Método de pago .....	62
<b>Tabla 1-3:</b>	Base legal .....	94
<b>Tabla 2-3:</b>	Presupuesto - Estudio legal.....	97
<b>Tabla 3-3:</b>	FODA.....	103
<b>Tabla 4-3:</b>	Activos Fijos.....	108
<b>Tabla 5-3:</b>	Maquinaria.....	108
<b>Tabla 6-3:</b>	Muebles y enseres .....	109
<b>Tabla 7-3:</b>	Equipo de oficina.....	109
<b>Tabla 8-3:</b>	Equipo de cómputo .....	109
<b>Tabla 9-3:</b>	Vehículo .....	110
<b>Tabla 10-3:</b>	Inversión Fija.....	110
<b>Tabla 11-3:</b>	Mercadería.....	111
<b>Tabla 12-3:</b>	Mano de obra directa .....	112
<b>Tabla 13-3:</b>	Costos directos.....	116

<b>Tabla 14-3:</b>	Capital de Trabajo.....	117
<b>Tabla 15-3:</b>	Inversión diferida.....	117
<b>Tabla 16-3:</b>	Inversión total .....	118
<b>Tabla 17-3:</b>	Depreciación de Activos.....	119
<b>Tabla 18-3:</b>	Presupuesto de costos anuales.....	120
<b>Tabla 19-3:</b>	Financiamiento del Proyecto.....	121
<b>Tabla 20-3:</b>	Gasto financiero del Corto y largo plazo.....	122
<b>Tabla 21-3:</b>	Ingresos.....	123
<b>Tabla 22-3:</b>	Desglose .....	124
<b>Tabla 23-3:</b>	Ingreso Proyectado .....	125
<b>Tabla 24-3:</b>	Egresos del Centro de Acopio.....	125
<b>Tabla 25-3:</b>	Punto de Equilibrio .....	126
<b>Tabla 26-3:</b>	Estado de Resultados .....	127
<b>Tabla 27-3:</b>	Flujo de Caja.....	128
<b>Tabla 28-3:</b>	Tasas Nacionales .....	129
<b>Tabla 29-3:</b>	Tasa de descuento .....	129
<b>Tabla 30-3:</b>	Flujos Netos de Caja.....	130
<b>Tabla 31-3:</b>	Cálculo del VAN .....	130
<b>Tabla 32-3:</b>	Tasa Interna de Retorno .....	130
<b>Tabla 33-3:</b>	PRI.....	131
<b>Tabla 34-3:</b>	Relación Costo Beneficio .....	131
<b>Tabla 35-3:</b>	Matriz de Leopold.....	134

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-1.</b>	Procedimiento de un proyecto .....	7
<b>Figura 2-1.</b>	Tipos de proyectos.....	8
<b>Figura 3-1.</b>	Ciclo de vida del producto .....	9
<b>Figura 4-1.</b>	Estructura del proyecto .....	11
<b>Figura 5-1.</b>	Proyecto de inversión .....	12
<b>Figura 6-1.</b>	Conjunto de ideas .....	12
<b>Figura 7-1.</b>	Estructura de un estudio de Factibilidad .....	15
<b>Figura 8-1.</b>	Marketing Mix.....	22
<b>Figura 9-1.</b>	Ventas y Distribución .....	24
<b>Figura 10-1.</b>	Estudio legal .....	27
<b>Figura 1-3.</b>	Estructura de la propuesta.....	67
<b>Figura 2-3.</b>	Canal de distribución.....	77
<b>Figura 3-3.</b>	Logo .....	77
<b>Figura 4-3.</b>	Ubicación .....	79
<b>Figura 5-3.</b>	Micro localización .....	80
<b>Figura 6-3.</b>	Cinta de transporte.....	87
<b>Figura 7-3.</b>	Mesa de selección a motor.....	88
<b>Figura 8-3.</b>	Balanza digital .....	88
<b>Figura 9-3.</b>	Máquina de coser.....	89
<b>Figura 10-3.</b>	Carretilla Hidráulica .....	89
<b>Figura 11-3.</b>	Perchas Bilaterales.....	90
<b>Figura 12-3.</b>	Sacos de yute .....	90
<b>Figura 13-3.</b>	Infraestructura.....	92

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-2:</b>	Tipo de papa .....	41
<b>Gráfico 2-2:</b>	Superficie del terreno .....	42
<b>Gráfico 3-2:</b>	Producto de cultivo .....	43
<b>Gráfico 4-2:</b>	Tiempo de cultivo .....	44
<b>Gráfico 5-2:</b>	Producción en quintales .....	45
<b>Gráfico 6-2:</b>	Producción para la venta .....	46
<b>Gráfico 7-2:</b>	Distribución del producto .....	47
<b>Gráfico 8-2:</b>	Precio de venta por quintal .....	48
<b>Gráfico 9-2:</b>	Centro de acopio .....	49
<b>Gráfico 10-2:</b>	Razón de venta .....	50
<b>Gráfico 11-2:</b>	Método de cobro .....	51
<b>Gráfico 12-2:</b>	Consumo de papa .....	52
<b>Gráfico 13-2:</b>	Cantidad mensual de adquisición de papa .....	54
<b>Gráfico 14-2:</b>	Rango de pago de adquisición de papas .....	55
<b>Gráfico 15-2:</b>	Nivel de preferencia de adquisición de papa .....	56
<b>Gráfico 16-2:</b>	Presentación del producto .....	57
<b>Gráfico 17-2:</b>	Lugar de compra .....	58
<b>Gráfico 18-2:</b>	Como le gustaría adquirir la papa .....	59
<b>Gráfico 19-2:</b>	Centro de acopio .....	60
<b>Gráfico 20-2:</b>	Servicios adicionales .....	61
<b>Gráfico 21-2:</b>	Método de pago .....	62

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A:** Encuesta a agricultores

**ANEXO B:** Encuesta a consumidores

**ANEXO C:** Entrevista

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como principal objetivo realizar un estudio de factibilidad para la apertura de un centro de acopio de papas en el sector de San Andrés provincia de Chimborazo. Es importante recordar que la reactivación económica ejerce una presión para todos los sectores económicos del país y más aún cuando se puede aprovechar los productos sustentables del sector agrícola; por tal motivo, el estudio buscó integrar las condiciones técnicas necesarias para conocer si es posible la comercialización de papas de forma sustentable y con valor agregado que ofrece el levantamiento de un centro de acopio. Para este propósito se contó con una metodología de enfoque mixto, con métodos inductivos-deductivos, analíticos-sintéticos a través de técnicas como la entrevista y la encuesta con sus respectivos instrumentos para la determinación y recolección de la información necesaria para el estudio. Una vez determinados las principales variables se procedió a estructurar la propuesta que contó con cinco fases para identificar los recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Así se logró determinar la demanda insatisfecha por el producto a comercializar, el nivel de inversión que se realizará, los costos y gastos incurridos y el nivel de comercialización que podrá realizarse. Todo esto, siendo en conjunto la forma en la cual se disponen los recursos humanos y físicos con un nivel monetario que fue evaluado en el estudio económico y financiero. Concluyendo así que el proyecto propuesto para la localidad es factible ya que cuenta con un VAN positivo de \$311,918.80 y una TIR de 24.07%. Siendo así, se recomienda hacer su implementación toda vez que los inversionistas lograrán una rentabilidad positiva.

**Palabras clave:** <ESTUDIO ECONÓMICO>, <ESTUDIO FINANCIERO>, <PROYECTO DE FACTIBILIDAD>, <CENTRO DE ACOPIO>, <CIENCIAS ADMINISTRATIVAS>, <FINANZAS >



03-05-2022  
0800-DBRA-UTP-2022

## **ABSTRACT**

The main objective of this research work was to carry out a feasibility study for the opening of a potato collection center in the sector of San Andrés, province of Chimborazo. It is important to remember that economic reactivation puts pressure on all the country's economic sectors and even more so when sustainable products from the agricultural sector can be used; For this reason, he sought to integrate the necessary technical conditions to know if it is possible to commercialize potatoes in a sustainable way and with added value offered by the construction of a collection center. For this purpose, a mixed approach methodology was used, with inductive-deductive, analytical-synthetic methods through techniques such as interviews and surveys with their instruments for determining and collecting the information necessary for the study. Once the main variables were determined, the proposal was structured, which had five phases to identify the necessary resources for the start-up of the project. This will determine the unsatisfied demand for the product to be marketed, the level of investment that will be made, the costs and expenses incurred and the level of marketing that can be carried out. All this, being together the way in which human and physical resources are available with a monetary level that was evaluated in the economic and financial study. Thus concluding that the project proposed for the town is feasible since it has a positive NPV of and an IRR of. Thus, it is recommended to implement it whenever investors will achieve a positive return.

**Keywords:** <ECONOMIC STUDY>, <FINANCIAL STUDY>, <FEASIBILITY PROJECT>, <COLLECTION CENTER>, <ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <FINANCES>

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'J. García', with a large, sweeping flourish underneath.

## **INTRODUCCIÓN**

Los agricultores son una fuente vital para la subsistencia alimentaria. Son la población económica que suministra cada día productos de calidad para una alimentación saludable, pero también cultivan productos que sirven para la exportación; por lo tanto, son fuente de ingreso de divisas para la economía ecuatoriana. En Ecuador, este sector aporta con el 8% a la producción total anual del país (Producto Interno Bruto). Con su trabajo, los agricultores también generan fuentes de empleo, en el sector rural con lo que contribuyen a reducir la pobreza en el campo; se estima que, hasta el primer semestre de este año, el sector ha generado más de 2,2 millones de trabajos.

Haciendo hincapié en la reactivación económica los agentes e inversores deben buscar fuentes alternas para generar riqueza, y más aún cuando esta provenga de productos agrícolas; tal es así que, se puede aprovechar la implementación de centros de acopio agrícolas para incentivar la producción a precios justos y con un valor agregado para el consumidor.

La provincia de Chimborazo cuenta con una gran participación de generación agrícola para los ingresos nacionales, aprovechando esta oportunidad, este estudio propone la implementación de un centro de acopio para papas como uno de los alimentos principales de la población, para generar fuentes de empleo y a su vez utilidad para quienes desean invertir en este proyecto.

### **Planteamiento del Problema**

El Ecuador es considerado como uno de los países más ricos, por la diversidad que posee en su flora, fauna, gastronomía y productos que se produce según cada provincia. Sus regiones se dividen en Costa, Sierra, Oriente y Galápagos son lugares donde se caracteriza por su actividad económica, contabilizando de manera proporcional referenciando que cada 5 de 10 familias se dedican a la agricultura, pesca y ganadería dentro de los que más se destacan, los jefes de familia realizan estas actividades para ser un sustento para el hogar dentro de los días buenos y malos donde la estabilidad económica no es su fuerte por los cambios de precio.

Según el INEC, (2020) menciona: “La superficie total nacional fue de 12.5 millones de hectáreas de sembrío, presentando un crecimiento del 1.3% con respecto al mismo”, provocando la

dificultad de llegar con el regadío de agua a las demás extensiones provocando en las familias costos extras de cisternas de regadío permanente en tiempos de seca.

En el mismo año la superficie total cosechada de papa fue de 19.7 miles de hectáreas, lo que representa un crecimiento de 26.5% con respecto al año anterior. Los cultivos de papa se encuentran principalmente en la Región Sierra, pero los agricultores presentan problemas al administrar sus cosechas y poderlas comercializar tienen dificultades al querer ingresar al mercado para ofrecer su producto. Las provincias del Carchi, Chimborazo y Tungurahua suman el 56.7% de la superficie total cosechada. Al enfocarse en la provincia de Chimborazo se puede analizar que los agricultores deben migrar hacia otros lugares para poder ofrecer su producto, esta acción genera que no exista un comercio y un precio justo de venta, provocando la elevación de sus costos de producción y comercialización induciendo a que las pérdidas económicas cada vez sean más notorias en el grupo de productores de papas.

El Cantón Guano a nivel nacional es conocido como la Capital Artesanal, sus principales actividades económicas son la manufactura, turismo, actividades agropecuarias que están siendo impulsadas por autoridades locales. De acuerdo al Censo 2010 la Población Económicamente Activa, según ramas de actividad, el 44% de los habitantes del cantón se dedican a la agricultura, silvicultura, pesca y agricultura, sin embargo, esta actividad en algunos casos es destinada para el autoconsumo y otra parte para la comercialización. (Viteri & Tapia, 2018)

En el Cantón Guano existe una superficie de 269,52 hectáreas dedicadas a la siembra de la papa, parte de este territorio lo conforman las tierras de la Parroquia de San Andrés, donde 28 de las 34 comunidades y 5 barrios, que conforman esta parroquia, se dedican al cultivo de la papa, la superficie sembrada por familia está en un rango de 1 a 2,5 Has.; las épocas de siembra varían según el criterio del agricultor, no se dispone de fechas definidas. Según la información levantada por el equipo técnico municipal que ayudó a la elaboración del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Guano del 2017, los agricultores señalan que la producción de papa es destinada al autoconsumo y en gran porcentaje a la venta, pero generando gastos extras que no son recuperables por la movilización a otros lugares.

En su mayoría por la transportación hacia otros lugares para poder vender su producto ha generado costos de movilidad adicionales, además se indica que ninguna comunidad de la Parroquia San Andrés dispone agua de regadío permanente, haciendo difícil el cultivo de sus terrenos y obligando a la implementación de bombas de agua para sus cultivos y que su producción sea buena para luego del tiempo de siembra adecuado se pueda cosechar y vender tratando recuperar su inversión, pero por falta de canales de comercialización locales no se puede realizar esta acción

en la parroquia dando principal sostenibilidad a los intermediarios en vez de los productores directos, en cambio Ramírez Gusqui (2021) indica que la falta de asignación de recursos económicos a este sector productor de papas que representa el 47 % ha obligado a las personas a migrar a otros lugares muchos de ellos abandonando su profesión de agricultor por buscar mejores ingresos económicos creando así sub empleos notorios.

### **Formulación del Problema**

¿Cómo la falta de un centro de acopio de papas influye en la comercialización y obtención de rentabilidad en los agricultores de papa?

### **Sistematización del Problema**

¿Cómo la agricultura promueve la economía de las familias?

¿La comercialización de papas promueve la economía local?

¿Existe una rentabilidad al comercializar a través de un centro de acopio?

### **Objetivos**

#### **Objetivo General**

Realizar un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio y comercialización de papas en la parroquia de San Andrés, Cantón Guano, Provincia de Chimborazo que permita obtener rentabilidad.

#### **Objetivo Específicos**

- Investigar las bases teóricas utilizando herramientas de información para el objeto de estudio.
- Realizar un estudio técnico y de mercado a través de levantamiento de información para determinar la factibilidad comercial e industrial mediante la demanda insatisfecha.
- Determinar la factibilidad financiera del proyecto del centro de acopio a través del valor actual neto y la tasa interna de retorno.

### **Justificación**

Un centro de acopio para los productores de papa en la parroquia de San Andrés, Cantón Guano, Provincia de Chimborazo, es de suma importancia por ser un punto de concentración y almacenamiento adicionalmente permitirá una forma directa de comercialización con todos habitantes de la parroquia de San Andrés los habitantes, con el cual se podrá generar una elevación

de ventas a un precio justo para los productores de papas, así mejorando la calidad de vida de los mismos.

Con este impulso se desarrollará los emprendimientos de la producción agrícola para fortalecer la educación por medio del desarrollo económico local y a nivel cantonal. Mediante los procesos de evaluación financiera en relación a la comercialización se buscará generar márgenes de rentabilidad para el productor y beneficio para el cliente mediante un precio justo y competitivo en el mercado comercial.

Por ser un lugar cerrado con espacios específicos para la separación de los residuos acorde a sus características, permite contar con un sistema de extracción de olores, equipos de lavado, sirviendo como instrumento de prevención de la contaminación del medio ambiente generando procesos a través de la correcta clasificación de la papa por medio del cual se los agricultores pueden tener un espacio individual para poder almacenar sus quintales de papas para a lo posterior poder comercializar mediante los canales.

Con el aporte de este centro se podrá generar fuentes de trabajo, mejorar la calidad de vida ofreciendo al productor un espacio de comercialización para sus productos, con la estimulación de la creación de rutas eficientes para el transporte y la redistribución de alimentos pueda generar el comercio de manera más sencilla y obteniendo ganancias.

Mediante este proyecto se podrá implementar nuevas fuentes de fortalecimiento económico y social el cual ayudará a crecer a la parroquia en nivel cantonal y en un futuro a nivel nacional mediante la comercialización de su producto.

### **Justificación Teórica**

El desarrollo del presente proyecto de factibilidad se realizó con la recopilación de información de diversos autores de libros, tesis, documentos digitales revistas, artículos científicos etc., que sirvan de sustento y respaldo para el proyecto de la creación de un centro de acopio y comercialización de papas, siendo así que la información recopilada permitirá mejorar los conocimientos al momento de realizar el trabajo de investigación.

### **Justificación Metodológica**

En el presente trabajo de investigación se puso en práctica las diferentes metodologías adquiridas en conocimiento y se desarrolló en el segundo capítulo, así como también la aplicación de encuestas, métodos cualitativos y cuantitativos, que permitan realizar el análisis y las sugerencias correspondiente que den solución a la problemática mencionada.

### **Justificación Práctica**

El presente trabajo de investigación se justifica con el aporte de este centro que se podrá generar fuentes de trabajo, mejorar la calidad de vida ofreciendo al productor un espacio de comercialización para sus productos, con la estimulación de la creación de rutas eficientes para el transporte y la redistribución de alimentos pueda generar el comercio de manera más sencilla y obteniendo ganancias.

Mediante este proyecto se podrá implementar nuevas fuentes de fortalecimiento económico y social el cual ayudará a crecer a la parroquia en nivel cantonal y en un futuro a nivel nacional mediante la comercialización de su producto.

## CAPÍTULO I

### 1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

#### 1.1 Antecedentes Investigativos

A nivel de la parroquia de San Andrés del Cantón Guano, provincia de Chimborazo se identificó que no se han realizado trabajos similares de investigación con el tema “Proyecto de Factibilidad de la creación de un Centro de Acopio y Comercialización de papa en la parroquia; por consiguiente la investigación se pudo identificar que si existen temas similares con diferentes bienes y productos detallados los cuales se localizan en diferentes lugares como localización los mismos que sirvieron de guía para el desarrollo de este proyecto de factibilidad en la parroquia en favor del sector productivo de papas.

Según Chávez (2020), indica que en su trabajo de titulación con el tema “Estudio de Factibilidad para la creación de un Centro de Acopio de Leche de Ganado Vacuno, Parroquia Cebada, Cantón Guamote” al desarrollar la misma demuestra que dentro de los principales indicadores que mantuvo en análisis se determinaron positivos indicando que el proyecto es viable y factible donde se obtiene una rentabilidad sobre lo invertido a favor de los productores de leche.

Según Isaza Cardona et al. (2021), menciona que en su “Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio que permita la comercialización y distribución de productos agrícolas cultivados en el Municipio de Amalfi” se logró identificar que al no existir intermediarios se puede generar rentabilidad y mejorar la calidad de vida de los productores mientras en las proyecciones en el flujo de efectivo se demostró que los márgenes de rentabilidad crecen en medida al acoplamiento del centro de acopio en relación de los productores y los canales de comercialización.

Pilatani (2021), afirma que en el “Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Acopio de Maíz (ZEA MAYZ) para disminuir las pérdidas postcosechas en las comunidades de la parroquia Licto” es factible por el hecho que los indicadores salieron favorables determinando un VAN positivo y un TIR sobre el 10% de la inversión.

Según Pardo (2019), indicó que en el “Estudio de Factibilidad para la creación de un Centro de Acopio, para la recolección de material recuperable (PET) en el Municipio de Changuaní Cundinamarca” en el estudio financiero se logró tener grandes y representativos indicadores

positivos demostrando que con una inversión mínima se puede obtener márgenes de rentabilidad alta determinando que le proyecto es factible.

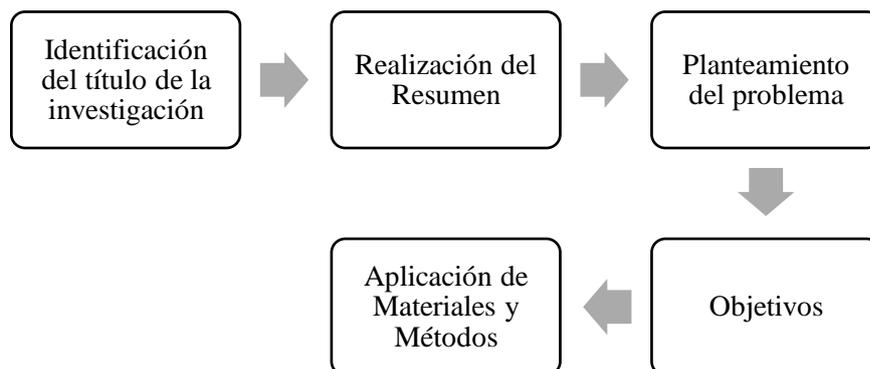
En los estudios de factibilidad analizados se identificó que los autores ocuparon las tres etapas para el desarrollo de un proyecto determinando un enfoque en el estudio financiero para el desarrollo del mismo donde incluyeron el valor actual neto y la tasa interna de retorno proyectando estados financieros para así determinar si existió una rentabilidad en favor a los sectores productivos tomando como resultado la factibilidad y viabilidad de los proyectos.

## 1.2 Fundamentación Teórica

### 1.2.1 Concepto de Proyecto

Según Vega (2019), argumenta “Que un proyecto se puede identificar como una idea superficial que se busca convertirla en material para cubrir las necesidades del sector que se requiere llegar.”

En otras palabras, un proyecto se define como un conjunto de acciones que buscan un mismo objetivo que es satisfacer la necesidad o dar solución a un problema mediante un enfoque social y económico mediante una secuencia de pasos empezados por:



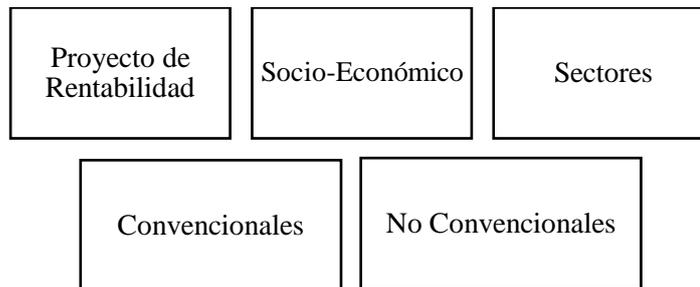
**Figura 1-1:** Procedimiento de un proyecto  
Fuente: Vega (2019)

Mediante este procedimiento se puede indicar que el primer paso es identificar el título de la investigación que se va a realizar en el proyecto, procediendo con el resumen del mismo para identificar la necesidad más notoria para que partiendo de lo general poder llegar al específico.

El Planteamiento del problema se divide en macro, meso y micro lo cual permite identificar problemas focalizados donde se necesita implantar una solución para mejorar la calidad de vida socioeconómica en el sector donde se desee plantear el proyecto en proceso mediante el

planteamiento de objetivos que se necesita alcanzar aplicando métodos y metodologías para realizar la ejecución del proyecto según sus pasos.

#### 1.7.1.1 Tipos de Proyectos



**Figura 2 -1** Tipos de proyectos

Fuente: (Montes Del Castillo & Montes Martínez, 2014)

Mgter. Santos & Oliveira (2019), enfatiza en los siguientes tipos de proyectos por:

- Objetivo o Finalidad (Rentabilidad del proyecto, Rentabilidad de los recursos propios, Capacidad de repago)
- Naturaleza de la justificación económica (Necesarios, De rentabilidad indirecta, Destinado a aumentar beneficios)
- Relación entre los proyectos (Reponer el potencial de beneficios por Desgaste u Obsolescencia, De rentabilidad indirecta, Destinado a aumentar beneficios)
- Sector (Primario, Secundario y Terciario)
- Perfil del Flujo de fondos (Convencionales, No convencionales, Con flujos constantes y Con flujos variables)
- Pero también se identifica por proyecto individual se divide de la siguiente manera:
- Dependiente
- Independiente
- Productivos
- Infraestructura económica
- Infraestructura social
- Proyecto de inversión privada
- Proyecto de inversión pública
- Proyectos de inversión social
- Creación de nuevas unidades de negocios o empresas
- Cambios en las unidades de negocios existentes
- Proyecto de infraestructura
- Proyecto de fortalecimiento de capacidad social o gubernamental (Cevallos, 2020).

En los tipos de proyectos se identifica según las necesidades del sector; todos tienen una característica en común que es la inversión inicial mediante el proceso y según las necesidades presentadas pueden identificar la categoría de proyecto para aplicar los diferentes enfoques de ejecución.

#### *1.7.1.2 Alcance del Proyecto*

Mediante Boero (2020), afirma el desarrollo estructural en frecuente indica que servirá de soporte en las actividades establecidas mediante herramientas dinámicas en la planificación utilizando bases teóricas para dar inicio y mediante el proceso ir perfeccionando y realizando reformas.

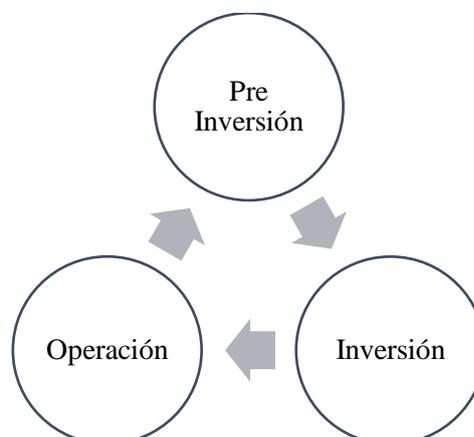
Como Finalidad en los alcances en definición tendrá:

- Decidir sobre o no el proyecto
- Servir como instrumento de información.
- Servir como instrumento de información general para todas las áreas y como base para mostrar el avance del proyecto.
- Definir las metas y dirección del proyecto
- Enunciar los posibles problemas y ventajas
- Base de referencia para consultas y salvar conflictos.

Se identifica que el objetivo se logrará a través de la aplicación de la metodología y la consecución de la estructura de la propuesta.

#### *1.7.1.3 Ciclo de vida de un Proyecto*

Los ciclos de vida de un proyecto es un camino consecutivo que debe cumplir con diferentes fases las cuales se dividen en:



**Figura 3-1** Ciclo de vida del producto  
Fuente: (Torres Loaiza, 2018)

- Pre Inversión es el punto de partida donde se establece si el proyecto es realizable.
- Inversión segunda fase donde interviene recursos tangibles como intangibles que se involucra en proyecto.
- Operación tercera fase donde se identifica el progreso de actividades dentro del objeto de estudio.

### ***1.2.1. Factibilidad***

Como bien afirma Reyna et al. (2019), que: “La Factibilidad es un estudio general mediante la recopilación de información previo a un estudio de mercado donde se analiza si los objetivos se están cumpliendo para determinar si se puede realizar en un sector.”

Se identifica como opción de factibilidad al análisis de los aspectos de necesidades sociales y económicas de un sector en específico tomando en cuenta los objetivos planteados mediante un proceso de observación, ejecución, aplicación de métodos y metodologías para determinar la factibilidad del proyecto.

#### ***1.7.2.1 Objetivos que determinan la Factibilidad***

1. Para Acemoglu & Robinson (2019), los objetivos que determina la factibilidad son:
  - Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
  - Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de los recursos no necesarios.
  - Integración de todas las áreas y subsistemas
  - Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
  - Hacer un plan de producción y comercialización.
  - Aceleración en la recopilación de los datos.
  - Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de las tareas.
  - Automatización óptima de procedimientos manuales.

Mediante los objetivos de factibilidad se determina hasta donde desea alcanzar el proyecto; qué énfasis y desarrollo pretende extender para cubrir las necesidades y las nuevas oportunidades a crear mediante los procesos de ejecución que se van aplicar y que se quiere lograr.

### 1.2.2.2 Estructura de la Factibilidad

Según Méndez (2020), indica que en el nivel de la prefactibilidad o de factibilidad se desarrolla mediante el análisis de diferentes aspectos los cuales son ordenados para la aplicación de pasos para determinar su factibilidad.

Según el autor establece pasos principales para poder determinar la secuencia y la estructura a desarrollar tomando en cuenta todos los elementos y características que intervienen en un proyecto. Se analiza desde lo mínimo a lo general buscando dar soluciones y determinando su factibilidad mediante los resultados.

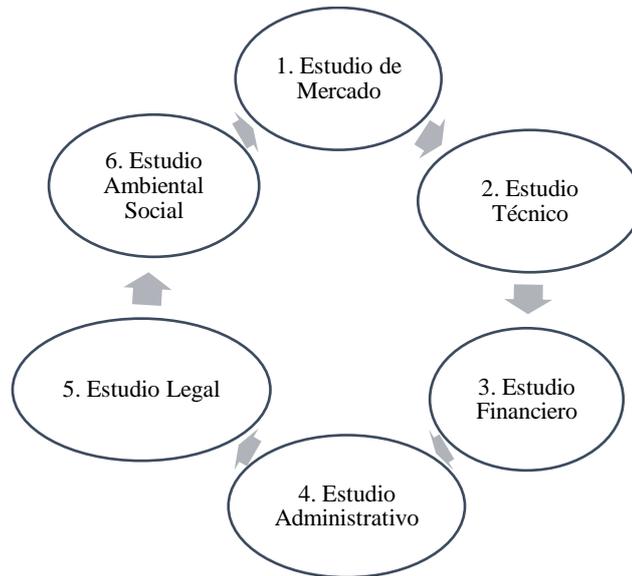


**Figura 4-1** Estructura del proyecto

Fuente: Méndez (2020)

Esta estructura permite desarrollar un estudio general mediante los procesos, investigando posibles estrategias para obtener información verídica.

Según Sapag (2020), afirma que: “En el proyecto de inversión intervienen elementos que favorecen para determinar la factibilidad como instrumento de información social, económica, comercial los cuales permiten el levantamiento de información buscando soluciones el cual se convierte en una ejecución partiendo de una idea.”



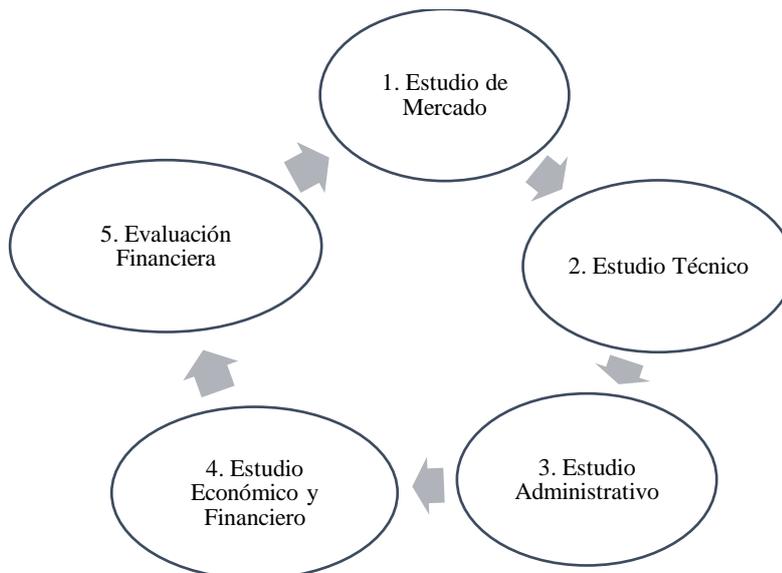
**Figura 5-1** Proyecto de inversión

Fuente: Sapag (2020)

En la estructura analizada se puede relacionar con los elementos del autor anterior en similitud de estructura los cuales determinan los pasos y la secuencia a seguir para la resolución de cada elemento en conjunto y así poder demostrar la factibilidad.

Según Cevallos (2020), indica que: “En un proyecto de inversión se utiliza el conjunto de ideas especializados, organizados los cuales permiten disminuir el riesgo comercial o financiero.”

La estructura propuesta es la siguiente:



**Figura 6-1** Conjunto de ideas

Fuente: Cevallos (2020)

En la presente propuesta se determina el proceso de una secuencia de pasos son de referencia para el desenvolvimiento y aplicación de estrategias de resolución enfatizando la factibilidad del mismo proyecto.

#### *1.2.2.3 Aspectos Básicos de la Factibilidad*

2. Para Santo et al (2019) afirma que 3 aspectos importantes en un proyecto de factibilidad son:

- Factibilidad Operacional

En la operacionalizad se puede tomar diferentes etapas como la ejecución de procesos de comercialización entre ofertantes y demandantes, por ende, debe existir un flujo de procesos los cuales determine como se debe llenar a cabo cada funcionalidad dentro del centro de acopio, con flujos administrativos y constitucionalidad (Santo et al., 2019, p. 18).

- Factibilidad Técnica

En el punto técnico se puede analizar las herramientas, mano de obra, materia prima y recursos que debe necesitar el lugar donde se desea implementar, por medio un estudio dentro del mismo el encargado puede analizar si se necesita incrementar o disminuir las herramientas o la mano de obra incluyendo un análisis comentario (Santo et al., 2019, p. 18).

- Factibilidad Económica

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

#### *1.2.2.4 Evaluación de la Factibilidad*

Para Moncayo (2018), señala que la evaluación de factibilidad se comprende entre 4 componentes que son:

- Evaluación Técnica
- Evaluación Ambiental
- Evaluación Financiera
- Evaluación Socioeconómica

Todos los puntos anteriormente relacionados son de fundamental importancia porque mediante los estudios de cada uno de ellos se puede determinar aspectos importantes que favorezcan al proyecto que se esté realizando y por ende hacerlo viable.

3. Según lo establecido en la evaluación de la factibilidad de un proyecto se determina para la aceptación de la factibilidad del mismo con el fin de obtener el desarrollo del proyecto en beneficio.

### **1.2.2 Estudio de Factibilidad**

4. Es un estudio que se realiza por medio de la recolección de información sobre un determinado grupo de personas o lugar, información por la cual se determina si los objetivos están bien planteados y se está enfocando en dar solución al problema por el cual se implementó la idea del proyecto se lo analiza por la parte socio-económica y financiera la cual determinará si poseerá los suficientes recursos para dar por aceptable el proyecto.

Preguntas para un estudio de factibilidad son las siguientes:

- ¿Qué?, para definir el proyecto que se desea implementar. ¿Quién?, es para saber qué persona lo desarrollará o implementará. Una vez definido el proyecto, se pregunta si la empresa tiene la posibilidad de hacer el proyecto. Si la respuesta es negativa, existen dos opciones: la primera, que se rechace el proyecto; la segunda, que se vuelva a definir el proyecto hasta llegar a uno que sea posible para la empresa. Una vez que la respuesta sea afirmativa el proyecto pasa al siguiente nivel (Cevallos, 2021).
- ¿Cuándo y dónde? el propósito de saber en qué fecha y en qué lugar es conveniente iniciarlo, lo cual indica la factibilidad del mercado. Si la respuesta es negativa existen dos alternativas: la primera, que se repruebe el proyecto; la segunda, que se vuelva a definir la fecha y el lugar hasta encontrar aquéllos que sean posibles para el mercado. Una vez que la respuesta sea afirmativa el proyecto pasa al siguiente nivel (Cevallos, 2021).
- ¿Cómo? el objeto de saber qué métodos, estrategias y/o técnicas se van a emplear. Si la respuesta es negativa, encontramos dos situaciones: la primera, que se elimine el proyecto o que se vuelva a definir la técnica hasta encontrar la que sea posible realizar. Una vez que la respuesta sea afirmativa, el proyecto pasa al siguiente nivel (Cevallos, 2021).
- ¿Cuánto? Para saber la cantidad que se invertirá, cuánto nos generará y en cuánto tiempo; esto representa la factibilidad financiera de poder hacer el proyecto. Si la respuesta es negativa, se puede desechar el proyecto o se debe volver a definir la factibilidad financiera hasta encontrar la apropiada; una vez que la respuesta sea afirmativa, se realiza la siguiente pregunta (Cevallos, 2021).
- ¿Por qué? Para saber cuál es la razón por la que queremos o pensamos iniciar la operación.

En las preguntas planteadas por el autor se puede analizar la aplicación y como se guía cada una de las preguntas para determinar el paso y lo que se quiere lograr mediante la aplicación de los procesos tomando en cuenta la investigación y la ejecución del proyecto (Cevallos, 2021).

### 1.2.3.1 Estructura del contenido de los Estudios de Factibilidad

Según Ruíz (2017), y Cevallos (2020), se enfocan y afirman la siguiente estructura:



**Figura 7-1** Estructura de un estudio de Factibilidad  
Fuente: Ruiz (2017) y Cevallos (2020)

Según Ruíz Echeverría (2017) y Vique (2020) se enfocan y afirman la siguiente estructura:

En el Marco de Referencia se encuentra:

- Factores naturales
- Factores legales
- Factores tecnológicos

Dentro de estos puntos se analiza el mercado su financiamiento las materias primas a utilizar, mediante normas legales expuestas y en camino para estar dentro de la Ley, también se analiza la tecnología a utilizar para el proceso de producción del bien o el servicio a dar.

En el Estudio de Mercado se encuentra:

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

Mediante estos factores pretende establecer si hay una demanda existente o no la cual permita ser el enfoque a donde se dirija el proyecto establecido, se justifique el proceso en tiempo y en el entorno real.

El estudio técnico se divide en:

- Tamaño del proyecto

- Ingeniería del proyecto
- Localización
- Distribución de la planta
- Marco legal
- Requerimientos y recursos

Mediante un estudio técnico se podrá analizar la factibilidad del proyecto según la mano de obra la producción y donde se podría situar para que el proyecto se desarrolle de mejor manera y sea efectivo planteando en un lugar estratégico.

El estudio administrativo se identifica por:

- Organigrama
- Direccionamiento estratégico
- Mapa estratégico

Se identifica por la estructura de la organización, los departamentos a emplear en la empresa en el proyecto identificado los aspectos para ejecutar la fase de operación mediante el estudio administrativo se busca emplear eficiencia y eficacia dentro de la organización.

En el estudio económico y financiero

- Inversión total
- Financiamiento de la inversión total
- Punto de equilibrio

En este punto se busca establecer parámetros principales para la ejecución del mismo como principal punto buscando una rentabilidad en un proyecto dentro de las inversiones, costos e ingresos los cuales son medidos por parámetros establecidos de convivencia.

Dentro de la Evaluación Financiera se encuentra:

- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Valor Actual Neto (VAN)
- Costo/Beneficio
- Tasa Mínima de Rentabilidad

Se enfoca en analizar la parte financiera midiendo su rentabilidad en el tiempo mediante proyecciones de estados financieros aplicando métodos para determinar la recuperación de la inversión en caso de ser factible, pero si no es factible no se podría realizar.

### ***1.2.3 Centro de Acopio***

El centro de acopio es un lugar establecido que brinda servicios de almacenamiento de todo tipo mediante adecuaciones correctas para su utilización y es utilizado para comercializar bienes y servicios por lo que a continuación se identificara su división importante:

#### ***1.2.4.1 Definición del Centro de Acopio***

Se puede analizar que un Centro de acopio es una infraestructura organizada para beneficio de una asociación que permita almacenar productos, bienes y servicios para luego de un proceso o mantenimiento puedan ser comercializados hacia los consumidores ayudando de tal manera al grupo productor.

#### ***1.2.4.2 Características de un Centro de Acopio***

Según Pilataxi Yungan (2021) en su tesis indica cuales son las principales características las cuales ayuda a elevar la eficiencia y eficacia del Centro de Acopio, es preciso indicar que el tipo de sector debe contar con una superficie correcta la que las actividades del lugar sean de manera adecuada para lo mismo se debe tener:

- Área de parqueo para camiones
- Ingresos y salidas con espacios convenientes
- Espacios amplios que permitan la movilización de los diferentes productos
- Espacios para la creación de oficinas administrativas y de control
- Áreas destinadas para
- el almacenaje de los productos en sus diferentes etapas antes de la comercialización.

#### ***1.2.4.3 Función del Centro de Acopio***

La función del centro de acopio es dar un buen servicio a los productores que confían en su administración al momento de entregar su bien o producto para tener un mejor comercio mediante el centro de acopio.

### ***1.2.4 Estudio de Mercado***

Cevallos Vique (2020) menciona que: “Es relevante para la recolección de información mediante características de la población y el lugar a estudiar, tomando en referencia datos reales donde se pueda identificar las ventajas y desventajas para poder generar la propuesta de manera más clara.”

#### ***1.2.5.1 Objetivos del Estudio de Mercado***

El estudio de mercado tiene por objetivo:

- Determinar la cantidad de bienes y servicios provenientes de una nueva unidad de producción, que en una cierta área geográfica y sobre determinadas condiciones de venta (precios, nivel de ingresos, etc.), la comunidad está dispuesta a comprar.
- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.
- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Conocer cuáles son los medios que se están empleando para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.
- Determinar el riesgo (intangibles) para un inversionista si su producto corre la suerte de ser o no aceptado en el mercado. (Cevallos, 2020, p. 24)

#### *1.2.5.2 Importancia del Estudio de Mercado*

El estudio de mercado debe proporcionarnos criterios útiles para:

- Determinar la capacidad de producción de la nueva planta
- Fijar la ubicación de la planta
- Estimar probables ingresos durante la vida útil de los productos sustitutos y complementarios
- Conocer las estructuras de abastecimiento de materias primas (mercado proveedor)
- Conocer los hábitos, actitudes del consumidor con respecto a cambios en precios e ingresos
- Conocer la política estatal y sus efectos (impuestos, subsidios)
- Conocer los precios del mercado productor y consumidor
- Conocer los canales de comercialización. (Cevallos, 2020, p. 24)

Las preguntas fundamentales que tiene que resolver el estudio de mercado son:

- ¿Cuánto se podrá vender?
- ¿A quién se podrá vender?
- ¿Qué clase de competencia habrá?
- ¿A qué precio se podrá vender?
- ¿Cómo se comercializa?

### **1.2.5 Demanda**

Según Resico (2018) afirma que: “Se determina por el comportamiento del consumidor en la decisión de adquirir un bien o servicio, el comportamiento del comprador depende de diferentes situaciones dentro de ellas son directamente los factores de precio, calidad y cantidad.”

Su fórmula es:

$$Dx = qx = f(Px)$$

Fuente: (Acevedo Manuel & Piñeiro Mónica, 2017)

**Donde;**

**Dx**: Demanda

**qx**: Cantidad demandada

**f**: Función

**Px**: Precio

La demanda varía según el comportamiento como:

- Ingresos de los consumidores (Y) se enfoca en los ingresos y la tendencia que tienen para adquirir bienes y servicios.
- Cantidad de consumidores(N) se caracteriza por el número de compradores que existe
- Precio de los bienes complementarios Pc se identifica por el precio que suplanta a otro bien
- Gustos y Preferencias son las características que un consumidor identifica de primera mano para poder adquirir el mismo.
- Expectativas es la intuición de cómo se presentará un producto mediante las promociones por temporadas.

#### **1.2.6.1 Análisis de la Demanda**

Consiste en la segmentación de mercado donde se identifica al posible consumidor que esté dispuesto a adquirir. Esta demanda se mide por diferentes factores que están identificados, por una serie de factores como necesidades de un bien o servicio mediante la cual se determina el ingreso de un sector, de su población esto se obtiene mediante encuestas o entrevistas para poder tener información verídica y verdadera en tiempo real, dentro del mismo espacio se puede realizar la comparación entre la demanda actual y la posible demanda que existiría en el futuro (Cevallos, 2020, p. 33).

### 1.2.6.2 Tipos de Demanda

Se identifica 3 tipos de Demandas que son:

- Demanda Histórica
- Demanda Actual
- Demanda Proyectada
- Demanda Insatisfecha

Los tipos de oferta son indicadores donde se puede identificar los posibles consumidores mediante el comportamiento que tienen dentro del mercado y sobre los precios de los bienes y servicios, se puede analizar cuál ha sido su evolución partiendo de datos antiguos y llegando a los actuales para así poder proyectar hacia el futuro cual sería la posible demanda mediante una tasa de crecimiento en específico (Cevallos, 2020, p. 35).

### 1.2.6.3 Demanda Insatisfecha

Según Cevallos Vique (2020) indica que: “Se determina por la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta proyectada la cual da una participación en el mercado con el que se puede trabajar dentro del proyecto.”

Su fórmula es:

$$Demanda\ Insatisfecha = Demanda\ Proyectada - Oferta\ Proyectada$$

Fuente: (Cevallos Vique, 2020)

### 1.2.6.4 Demanda Proyectada

Se determina por el consumo aparente de un cierto producto el cual es analizado para proyectar mediante el coeficiente de crecimiento de la población.

Su Formula es:

$$Cn = Co ( 1 + i ) n$$

Fuente: (Cevallos Vique, 2020)

### 1.2.6 Oferta

Según Goolsbee Austan (2018) menciona que “Es el servicio o bien que se puede comercializar en el mercado el cual satisface la necesidad de la otra parte en cargo de los diferentes precios que puede tener mediante el comportamiento del mercado competitivo.”

Su fórmula es:

$$Q_x = f(P_x, p, t, e)$$

Fuente:(Goolsbee Austan, 2018)

Donde;

Q<sub>x</sub>: Cantidad del bien *x*

p<sub>x</sub>: Precio del bien *x*

p<sub>i</sub>: Precio de los insumos

t: Tecnología

e: Estado de la economía

Los Factores que influyen en la Oferta

- Técnicas de producción
- Los impuestos y subsidios
- Los precios de otros bienes (sustitutos)
- Expectativas en cuanto a los precios
- La cantidad de vendedores en el mercado

#### *1.2.7.1 Análisis de la Oferta*

Mediante el análisis de la oferta se puede identificar la oferta actual y la oferta futura la cual está dentro del mercado, según la competencia que se pueda presentar a nivel de la localización planteándose con sus bienes y servicios a ofrecer a los demandantes.

Se utiliza para medir las cantidades que una empresa ofrece en un mercado midiéndose en características y producciones mediante la investigación de campo y la valoración económica social del sector para determinar su posible producción de bien o servicio.(Cevallos, 2020, p. 48)

#### *1.2.7.2 Tipos de Oferta*

- Oferta Competitiva
- Oferta Proyectada
- Oferta Oligopólica
- Oferta Monopólica

La oferta se clasifica según el comportamiento del mercado y la existencia de empresas que ofrecen los bienes y servicios a disposición de los clientes para satisfacer sus necesidades se

presentan mediante características según la empresa y su comportamiento para acatar clientes es indispensable conocer el sector donde se va ubicar la empresa si existe competencia o es única si existirá una oferta futura. (Cevallos, 2020, p. 48)

### 1.2.7.3 Oferta Proyectada

Se relaciona por los productos que se vende en el mercado tomando un indicador aparente y se lo proyecta mediante un coeficiente determinado de crecimiento poblacional.

Su fórmula es:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

Fuente: (Cevallos Vique, 2020)

### 1.2.7 Marketing Mix

Como afirma Fernández Marcial (2021) en la actualidad se encuentra ajustado el mercado mediante la demanda satisfecha, pero a esto se le debe dar un valor agregado no solo en la producción sino en la comercialización en saber cómo llegar a la demanda y que sea notorio lo que se desea expresar mediante estrategias de competencia y de marketing.



**Figura 8-1 Marketing Mix**

Fuente: (Fernández Marcial, 2021)

Elaborado por: Evelyn Reinoso

Mediante la presente investigación se puede analizar los 4 componentes del Marketing los cuales se va a definir a continuación:

- Producto

En las definiciones citadas por Thompson (2011), indica que: “Un producto es un bien o servicio que se ofrece para satisfacer la necesidad de una persona se caracteriza por ser tangible e intangible y se realiza el acto de la comercialización entre ofertantes y demandantes.”

Lo que indica es que un producto es lo que se consume a diario mediante las necesidades que tiene el consumidor enfocándose en lo adquiere para satisfacer su necesidad. Al enfocarse en el

producto se pudo tomar en consideración la papa en el centro de acopio el cual tiene una amplia variedad de tipo y calidad.

- El Precio

Según Thompson (2011), indica que: “Es una variable del Marketing por la fijación de precios de los productos, es decir dar un valor económico el cual se gravan para ser entregados en el mercado y que los consumidores puedan adquirirlos en manera de trueque”, en el precio intervienen dos variables importantes como es el precio justo y las condiciones de fijación.

- La Promoción

A la promoción se la considera el medio de conexión entre la oferta y la demanda en la comunicación, en el marketing se categoriza por invertir en propaganda por cualquier medio para poder llegar a sus compradores de forma técnica mediante las decisiones para producir la oferta mediante un análisis a la demanda (Figueroa et al., 2020, p. 319).

- Plaza de Distribución

Según Figueroa et al. (2020), indica que: “Es la acción de personas que se dedican a la venta es un medio de comercialización, es el conjunto de actividades de un grupo de productores que se dedican a vender sus productos a los consumidores, intermediarios o mayoristas.”

### ***1.2.8 Comercialización***

La afirmación de Ramírez (2015), señala que se puede identificar como la acción de intercambio de un bien o servicio el ofertante ofrece y el demandante por la adquisición cancela un valor monetario esto se lo lleva en los mercados o lugares afines dentro de este tema interviene el desarrollo de estrategias de comercialización.

Los factores que determinan una buena comercialización son:

- Análisis del consumidor

Mediante un análisis profundo de un mercado identificado se logra determinar preferencias características y gustos por los productos que desean consumir mediante la necesidad que presenten su comportamiento frente a promociones, precios y lugar.

- Desarrollo del producto

Se enfoca en la aplicación de tecnología para poder innovar el producto bien o servicio que se vaya a ofrecer al consumidor para que esté al alcance y gusto del mismo.

- Fijación de Precios

Se utiliza como medio para establecer un precio justo a su producto y generar márgenes de utilidad mediante la calidad del producto a ofrecer.

- Branding

Es una estrategia de un marketing mix establece en dar publicidad mediante un logotipo llamativo el cual se identifique con el producto que se va a vender y represente lo que el productor y empresario quiere transmitir, dando canales de estrategias.

- Ventas y Distribución



**Figura 9-1** Ventas y Distribución

Fuente: (Montes del Castillo & Montes , 2014)

Mediante este proceso se debe canalizar bien al consumidor y cual sería lo correcto para poder llegar al mismo mediante la venta se permite un punto de ganancia al productor directamente peor si existen intermediarios disminuirá la economía del productor por eso es importante saber llegar al consumidor final mediante los canales existentes.

### **1.2.9 Canales de Comercialización**

Mediante Ramírez (2015), los canales de comercialización se busca la manera de relacionar al productor con el consumidor mediante:

- Canales de distribución para productos de consumo

- a) Canal Directo

Se identifica donde el productor tiene relación directa con el consumidor y es responsable de cada una de sus ventas y no tiene un precio fijo y adecuado al comportamiento del mercado.

- b) Canal Detalle

Existe la intervención de otras personas en acción de intermediarios como los supermercados, tiendas, vendedores de mercado los cuales realizan la acción de comprar vender y volver a vender creando las terciadoras y no generando ganancia al productor.

c) Canal mayorista

Se detalla la participación de los intermediarios los cuales distribuyen al por mayor a otras personas o nombradas como clientes los cuales se encargan de la acción de compra y venta al por mayor.

### ***1.2.10 Estudio Técnico***

Según Cevallos (2020), afirma que: “Es el proceso técnico-productivo, para a cuál se tiene que establecer un punto de equilibrio adecuado mediante los equipos, infraestructura civil, mano de obra, materia prima y también tomando en cuenta la localización y tamaño del proyecto.”

Mediante el estudio técnico se puede analizar todo lo relacionado a la producción y la tecnología a utilizar dentro del mismo se analiza la adaptación del proyecto en un sector donde se analiza lo siguiente:

- Tamaño del proyecto
- Ingeniería del proyecto
- Localización
- Distribución de planta
- Marco legal
- Requerimientos y recursos

#### ***1.2.11.1 Tamaño del Proyecto***

Según Cevallos (2020), manifiesta que: “Es la relación de la capacidad de producción que tendrá un bien o servicio es decir el tiempo de producción que se podrá proyectar mediante el tiempo”. En otra palabra se determina por la inversión y el servicio que podrá brindar en el tiempo determinado puede ser diario, semanal o mensual.

#### ***1.2.11.2 Ingeniería del proyecto***

Cevallos (2020), indica que “Es un punto de análisis el cual permite contabilizar la ingeniería del proyecto partiendo desde la inversión principal que requieren los bienes o servicios los mismos

que permiten determinar la factibilidad incluyendo en muebles y enceres incluyendo la localización.”

#### *1.2.11.3 Localización*

Como bien sostiene Cevallos (2020), su principal enfoque es saber ubicar de manera correcta la empresa en un lugar terrestre que este a disposición del proyecto a efectuar, en este caso será el centro de acopio el cual estará a disposición de los ofertantes y demandantes.

- Macro localización

Se interpreta como la definición de la zona geográfica donde se va a ubicar la unidad de servicio o de producción los cuales se identifiquen para reducir costos en especial de transporte. Se lo identifica de manera; nacional, regional o provincial (Cevallos, 2020, p. 60).

- Micro localización

Mediante la Micro localización se define el sitio preciso donde se va a construir el proyecto que esté al alcance de los posibles demandantes determinando disponibilidad de producción, comercialización, mano de obra, servicios básicos, etc. Los cuales son de fundamental importancia para su enfoque (Cevallos, 2020, p. 60).

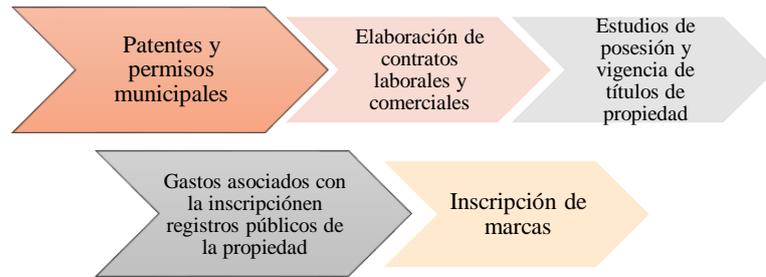
#### *1.2.11.4 Distribución de Planta*

Dentro de este punto se indica las áreas que debe tener una empresa o una entidad o según el enfoque del proyecto el mismo que tendrá área comercial de distribución, industrial o comercial las cuales tendrán diferente estructura dentro de la empresa y será organizado según la necesidad que se presente para mejorar su producción o comercialización del bien o servicio (Cevallos 2020, p. 50).

### ***1.2.11 Estudio Legal***

Según Alemán (2021), menciona que: “Es la unión de leyes establecidas para la creación de un nuevo proyecto o acción con lo cual se pretende lograr la creación de una empresa que posibilite un Centro de Acopio siguiendo lineamientos dentro de la ley.”

En el estudio legal existe algunos gastos como:



**Figura 10 -1** Estudio legal

Fuente: Alemán (2021)

Si bien se expresa en el Estudio legal ingresan todos los reglamentos establecidos dentro de la empresa y llevar al cabo mediante la ley establecida en el Ecuador para luego no tener problemas al momento de solicitar permisos.

### ***1.2.12 Estudio Administrativo***

Alemán (2021), se basa en los indicadores de organización de planes para la ejecución ordenando al equipo de trabajo ejecutando mediante un flujo de procesos y manuales de perfil profesional.

En la parte administrativa que propone Cevallos (2020), indica que interviene el análisis organizacional mediante los procedimientos administrativos definidos es decir ocupa la parte operacional, inversión y estructuración de la planta.

En otras palabras, el estudio Administrativo legal se compone de procesos, leyes y reglas en el proyecto a ejecutar que estén dentro de la normativa para aplicar y en lo posterior no presentar problemas dichos.

#### ***1.2.13.1 Organigrama Estructural***

Según Ydali y Niño (2010), señala que “son elementos propios de cada negocio y correspondiente a su cultura organizacional, es decir expresa todas las características posibles existentes mediante una gráfica de la parte administrativa y de funciones dentro de una empresa.

#### ***1.2.13.2 Empresa***

Según Andrade (2018), selecciona que: “Una empresa es una organización sistematizada y organizada según sus funciones, pueden ser públicas o privadas con fines o sin fines económicos esto varía dependiendo su actividad a la que se enfoque.”

#### ***1.2.13.3 Misión***

Según Andrade (2020), indica que: “Se enfoca hacia dónde va como empresa en forma de generalización de cómo me quiero ver en el futuro, en el aspecto profesional, personal y empresarial.”

#### 1.2.13.4 Visión

Según Andrade (2020), indica que: “Es un conjunto de acciones planificadas de forma no visible con lo cual se desea a llegar a ser en el futuro y mediante de utilización de herramientas estableciendo tiempos de corto, medio y largo plazo.”

#### *1.2.13.5 Valores Institucionales*

Los valores se determinan por el enfoque que presente una entidad siempre y cuando tenga los principios de buenas costumbres dirigidas al bienestar de las personas administrativo, personal operacional y clientela para crear un ambiente laboral saludable.

#### *1.2.13.6 Políticas*

Son guiones a cumplirse dentro de una organización la cual no debe ser faltada se enfoca al personal administrativo y operacional y también incluyendo al cliente en caso de llegarse a incumplir algún parámetro se puede aplicar una política de excusa.

#### 1.2.13.7 Reglamentos

Son conjuntos de condiciones a cumplirse por parte de las personas pertenecientes a la organización incluyendo su oferta y su demanda para crear un vínculo de respeto y operacionalizad en su plenitud.

#### 1.2.13.8 Estructura

Se trata de un enfoque donde se divide según las necesidades de la empresa dependiendo de los departamentos existentes y la parte administrativa en conjunto con los trabajadores es algo parecido a la ingeniería del proyecto.

### ***1.2.13 Estudio Económico***

En lo establecido por Ficos (2018), indica que: “Es un análisis realizado a los términos monetarios de donde parten las decisiones a tomar en la etapa de inversión y ejecución de un proyecto, mediante los gastos e ingresos.”

#### *1.2.14.1 Inversión*

La inversión nace cuando el inversor toma la decisión de ejecutar un proyecto y termina cuando el proyecto entra en operación En esta etapa se materializa lo definido en estudio técnico, en lo que hace referencia a las inversiones que son necesarias para dejar el proyecto en condiciones de entrar en operación. Tales inversiones son: compra de terrenos, construcción de obras físicas, compra de maquinaria y equipos, compra de equipo de oficina, adquisición de materias primas,

adquisición de muebles y enseres, desarrollo de programas y procedimientos para la producción del bien o servicio, programa de capacitación del personal, etc (Boero, 2020, p. 44).

#### *1.2.14.2 Punto de Equilibrio*

Según *Cevallos* (2020), menciona que: “El punto de equilibrio se basa en la combinación y relación de costos variables y costos fijos los mismos que señalan cual es la inversión y venta de producto para determinar el punto de encuentro donde no se gana ni se pierde.”

#### *1.2.14.3 Costo Fijo*

Son valores constantes sin importar el aumento o disminución de la producción de un bien o servicio determinado el tiempo, no importa la operación que realicen se fortalecen por estrategias adoptadas mediante estrategias que sin importar el volumen que produce la empresa del bien o servicio no afecta a sus costes de producción (Municipalidad de Bogotá, 2018).

#### *1.2.14.4 Costo Variable*

Son valores que cambian mediante la producción es decir si aumenta o disminuye es lo cual se determina el valor de una ejecución u orden mediante la cantidad a exponer mediante una proporción generada la cual si afecta a los costos de la empresa (Municipalidad de Bogotá, 2018).

### **1.2.14 Evaluación Financiera**

Dentro de este punto se puede analizar de forma ordenada los antecedentes de que tipo monetario se maneja, mediante operaciones analíticas que permita determinar el proceso de evaluación del proyecto. Establecer una proporcionalidad entre rentabilidades anteriores a la rentabilidad que se quiere llegar.

Según *Boero* (2020), indica que existe diferentes mediciones de Rentabilidad pueden analizarse por:

- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Costo/Beneficio
- Tasa Mínima de Rentabilidad

#### *1.2.15.1 Valor Actual Neto (VAN)*

Se enfatiza en el contenido de un sistema de inversión el cual parte desde una inversión a proyectar la cual se determinara si ganara o perdera la misma con el pasar de los años es decir que si el VAN es menor a 0 se toma la decisión de rechazar el proyecto pero si sucede lo contrario es

mayor a 0 se acepta el proyecto, pero si el VAN es igual a 0 quiere decir que es nuestra decisión si aceptamos o rechazamos.

La fórmula a utilizar es:

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

Realizado por: (Boero, 2020)

- Indicadores del Valor Actual Neto

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

$VAN < 0$  No se acepta al proyecto pues no genera rentabilidad y no se recupera la inversión es decir hay pérdida.

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

#### 1.2.15.2 Tasa Interna de Retorno

Indica que se representa por porcentaje los excedentes no recuperados en cada periodo, es una manera de medir la tasa de interés o rentabilidad.

Su fórmula es:

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \left[ \frac{VAN_1}{VAN_1 + VAN_2} \right]$$

Realizado por: (Boero, 2020)

- Indicadores del Valor Actual Neto

$TIR > k$  El proyecto será aceptado por la recuperación y el porcentaje de ganancia.

$TIR < k$  El proyecto debe rechazarse ya que genera pérdida a la inversión aplicada

$TIR = k$  No se acepta ni se rechaza pero es evidente que no genera ninguna ganancia es estático.

#### 1.2.15.3. Razón Beneficio/Costo(B/C)

Se relaciona entre ingresos y egresos los cuales en una división proporcional se determina si el proyecto fue factible o no mediante la inversión y lo que se gastó.

Su fórmula determinada es:

$$R B/C = \frac{VN + VAN}{C}$$

Realizado por:(Boero, 2020)

- Indicadores de la Razón Beneficio/Costo

B/C > 1 La representación indica que su beneficio es mayor al costo

B/C < 1 Está representado por lo que los costos superan al beneficio

B/C = 1 Determinan por la no ganancia de beneficio esto influencia a la reducción de costos.

#### 1.2.15.4. Estados Financieros

Los Estados Financieros es una parte representativa de las Finanzas las cuales son realizados por contadores para mantener sus ingresos y sus gastos al día y poder realizar análisis mediante las herramientas financieras.

Mediante la mención de Elizalde (2019), señala que los estados financieros con evidencias que reflejan operaciones estructuradas con clasificaciones, la estructura varía por las secciones de cálculos dentro de los estados financieros.

En otras palabras los estados financieros al reflejar la situación actual de la empresa permite:

a) Presupuestos

Conjunto de datos calculados y sistematizados mediante los ingresos y los gastos se determina si existirá dinero para la ejecución de un plan a desarrollar mediante su resultado se tomará la decisión si ejecutar o no la actividad evaluada al nivel de costos.

b) Capital de trabajo

Según Escalera Falconi (2021), el capital de trabajo o también llamado fondo de maniobra se determina por la diferencia entre activos corrientes y pasivos corrientes su resultado determina la capacidad de financiación que tiene en este caso si su resultado es positivo indica que está financiando o haciendo frente con sus recursos permanentes, este punto es clave para la determinación del equilibrio y que la organización sea solvente.

c) Depreciación

Según Moreno (2018), afirma que es la pérdida de valor de un bien el cual se establece en años, su valor disminuye por el uso.

#### d) Ingresos

Como indica Schwend (2014), es la cantidad monetaria que recibe la empresa luego de haber recuperado su inversión en la venta de un bien o servicio en la actividad económica que se desempeña la organización.

#### e) Gastos

Sandoval Fonseca (2021), indica que: “es el egreso de dinero de la organización no es recuperable lo cual se resta en los estados financieros de la empresa, es una obligación al momento de cancelar deudas pendientes a largo o a corto plazo.”

#### *1.2.15.5 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento*

Según Club de Capitales (2018), indica que: “es el valor de representación en porcentaje a la inversión entregada si este valor representa en un gran porcentaje quiere decir que es apto para invertir dentro de un proyecto, pero si el porcentaje representado es menor al ingresado no es una buena idea invertir.”

$$\text{TMAR} = \% \text{inflación} + \text{Tasa Pasiva} + \text{Tasa Activa Créditos Productivos}$$

Fuente: (Club de Capitales, 2018)

- Indicadores de la Razón Beneficio/Costo

Si  $\text{TMAR} > \text{Inflación}$  el proyecto es favorable y si se podrá invertir.

Si  $\text{TMAR} < \text{Inflación}$  se indica que el proyecto no es favorable y no se realiza.

Si  $\text{TMAR} = \text{Inflación}$  no se genera ni pérdidas ni ganancias.

#### *1.2.15 Estudio Ambiental*

Según lo establecido por Blancutt (2013), indica que: “Es la agrupación de elementos y factores ambientales los cuales son analizados dentro de un lugar o población específica determinando causas y efectos dentro del mismo, para así buscar soluciones y estrategias evitando contaminación en el entorno.”

El estudio ambiental dentro de rescatar sus acciones positivas e impositivas se lo realizó mediante un FODA el cual determino sus debilidades y amenazas ayudando a buscar estrategias que se centró para crear ideas de mejoras para las afecciones que se presentan.

#### **1.2 Centros de acopio**

Un centro de acopio es considerado como una estructura física constituida como apropiada para brindar las mejores condiciones posibles para un determinado producto, por otra parte, este tipo

de establecimientos desean brindar una comercialización de la papa con igualdad de transacciones entre agricultores y compradores constituyendo así un proceso de comercialización para la optimización de tiempo y recursos. (Miñan et al., 2018, p. 16)

### ***1.2.1 Beneficios del centro de acopio***

- Logro de una oferta que se encuentre sustancialmente total a la demanda existente
- Mejoramiento de las condiciones de negociación del agricultor
- Herramientas para que el agricultor pueda competir en el mercado
- Creación de condiciones físicas y económicas para programas de transferencia de tecnología para el cultivo, selección, empaque y respeto por la calidad
- Organización para los cultivadores en Asociaciones, Cooperativas o grupos informales como base para el mejoramiento colectivo.
- Mejoramiento de materia prima para la calidad de los insumos
- Buscar alianzas estrategias con centros ya implementados

## **1.8 Marco Conceptual**

### ***1.8.1. Producción***

Es un conjunto de estudios y análisis enfocados en un bien o producto que se detalla cualitativa y cuantitativamente en cuestión de empleados, maquinarias y los productos o servicios finales que ofrecen al cual incorporan un precio de venta al público luego de todo el proceso (López, 2020).

### ***1.8.2. Papa***

La papa es un tubérculo que se produce bajo tierra previo a una siembra de su semilla se puede identificar diferentes clases de papas, variedad y calidad del mismo. Se caracteriza por ser un alimento rico en proteínas que aportan a la salud de manera efectiva (Fernanda, Casas, Optar, & Profesional, 2017).

### ***1.8.3. Calidad de Papa***

La calidad se identifica de manera cualitativa por las características que posee la papa; el tamaño, contenido del almidón, y clase, el consumidos detalla estas características para poder consumir el producto (Montesdeoca, 2005, p. 75).

### ***1.8.3. Indicador de Ingresos***

En el presente proyecto será identificado por dos principales indicadores que son

- Volumen de ventas por ingresos
- Nivel de ventas por periodos

Estos indicadores permites generar un análisis del comportamiento de la comercialización en favor al productor y a la empresa (Lusnich, 2021, p. 7).

#### ***1.8.4. Precio Justo***

El “precio justo” es un término económico que tiene diferentes intervenciones dentro del mercado, se identifica por la cantidad monetario que permite al individuo vivir dignamente previo a la venta de su bien o servicio (Lusnich, 2021, p. 10).

### **1.9 Idea a defender**

La creación de un centro de acopio y comercialización de papas en la parroquia de San Andrés, Cantón Guano, Provincia de Chimborazo permitirá obtener rentabilidad.

#### ***1.9.1 Variable Independiente***

Estudio de Factibilidad

#### ***1.9.2 Variable Dependiente***

Rentabilidad

## CAPITULO II

### 2 MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1. Enfoque de la Investigación

- **Enfoque Cualitativo**

Según menciona Díaz Herrera (2018), que: “En una investigación cualitativa se identifica las características de un entorno para analizar e identificar particularidades insertadas a una investigación mediante un enfoque de comportamiento que dé resultados partiendo de lo mínimo a lo general en relación al problema.” (p.2).

- **Enfoque Cuantitativo**

En esta Investigación se utilizan datos establecidos mediante análisis estadísticos y matemáticos los cuales son de fundamental importancia para el desarrollo del proceso en cuantificar y procesar la información en un determinado problema para poder representar de manera numérica mediante métodos (Klaus Bruhn, 2020, p. 45).

En el presente trabajo de investigación se estableció un enfoque mixto el cual se compone por ser de tipo cualitativo puesto que, este enfoque busco interpretar el sentido de los fenómenos dentro de su entorno natural, es decir mediante una metodología participativa se respaldan ciertos comportamientos de un grupo de estudio mediante la recopilación de información en encuestas y entrevistas. Su Enfoque cuantitativo porque se aplicó instrumentos para la medición de la factibilidad de un centro de acopio de papas y comercialización en la parroquia de San Andrés, Cantón Guano, Provincia de Chimborazo mediante datos estadísticos y matemáticos mediante su análisis.

#### 2.2 Nivel de Investigación

##### 2.2.1 Descriptiva

Según Marroquín (2017), menciona que: “Mediante este nivel se analiza todos los datos numéricos y características específicas mediante una descripción de la realidad a la que se enfoca la investigación.”

Se aplicó este tipo de investigación, considerando que se describen el mercado de las papas y cómo funciona actualmente dentro de la parroquia de San Andrés, Cantón Guano, Provincia de

Chimborazo, para denotar cuales serían los beneficios que traería creación de un centro de acopio de papas y para su comercialización dentro y fuera de la provincia.

### **2.3 Diseño de la Investigación**

Marroquín Peña (2017) , señala que: “El diseño de investigación es no experimental de corte transversal, ya que la información y datos fueron tomados para ser analizados por una única vez sin manipularlos.”

Es decir, la información se obtuvo por medio de visitas para la aplicación de los instrumentos. Adicionalmente se contó con la colaboración de varios de los agricultores y habitantes de la parroquia para evaluar la aceptación de este centro de acopio para el beneficio completo de la parroquia.

### **2.4. Tipo de Investigación**

#### ***2.4.1. Investigación de Campo***

Según los autores Monroy & Nava (2018), indica que: “Es la recopilación de información directa mediante técnicas incursionándose en el lugar donde se encontró la problemática de forma directa en donde se enfoca la investigación.”

En la investigación permitió relacionarse con los productores de papa y con los consumidores los cuales llenaron una encuesta dirigida a cada sector y una entrevista con el señor presidente del GAD Parroquial de San Andrés con la información obtenida de los mismos se logró analizar un panorama más claro que será útil para implementar mejoras en el la planificación de la creación del centro de acopio.

#### ***2.4.2. Investigación Documental***

En la Investigación se caracteriza por basarse en teorías pasadas para poder analizar los datos presentes y de tal manera poder escoger las decisiones correctas por pasos sistematizados y ordenados, mediante esta investigación también se busca sustentar las hipótesis planteadas a nivel de una investigación aplicada (Monroy & Nava, 2018, p. 27).

Mediante esta investigación se pudo fundamentar la idea mediante bases teóricas las cuales son de vital importancia para crear secuencias y pasos de solución a problemas hallados previo a la indagación de teorías para la creación del centro de acopio y para poder generar la rentabilidad.

## **2.3 Población y Muestra**

### **2.3.1 Población**

Es un grupo de personas con las mismas características con necesidades las cuales se encuentran en medio de un territorio nacional es considerada una sociedad dentro de un total, se lo analiza mediante las necesidades a identificarse y las cuales deberán ser cubiertas (Arias et al., p. 2)

### **2.3.2 Muestra**

Es una parte referencial del total de población la cual hace referencia al grupo determinado de estudio mediante técnicas y métodos para poder obtener información clara, concreta y sencilla de una problemática planteada que merece tener una solución para dar satisfacción a la población en general (Arias et al., p. 205).

Según Paca (2020), mencionó que la población general en la parroquia San Andrés es de 15225 habitantes. En el Ministerio de Agricultura y Ganadería (2021), se pudo determinar que son 96 personas que se dedican a la agricultura de la papa, los mismos que desarrollan en conjunto con dicha institución programas establecidos para siembra y cosecha. Según el Municipio de Guano (2021), informo mediante su página web actualizada que el 45% representan a los productores de papa que radican en la parroquia de San Andrés.

Para determinar la muestra se lo realizó por toma de muestra por conglomerados debido a que las ubicaciones de los principales ejecutores de la agricultura de papa son muy dispersas se trabajó con la información proporcionada por el Ministerio de Agricultura y Ganadería la muestra fue de 96 agricultores de papa para las encuestas en el ámbito de acopio, venta, distribución, precio y comercialización.

La entrevista se realizó al presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia de San Andrés para enfocarse en el aporte que brindaría la creación del Centro en la parroquia y cuál fue su aporte como eje público hacia el sector productivo de papas.

Tomando el total de los habitantes de la parroquia de San Andrés que son 15225 personas, se consideró como muestra a los integrantes de familia que a nivel de la parroquia son 5 integrantes, por medio del mismo se determina que será la posible demanda mediante el cálculo de la muestra por fórmula finita.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

N=Tamaño de la población

Z = nivel de confianza

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada

q = probabilidad de fracaso

d = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

Al calcular damos los siguientes valores:

N = 3045

$z^2 = 1,96$

p = 0,50

q = 0,50

d = 5% (0,05)

n = ?

Cálculo de la muestra

$$\frac{N * Z^2 * p * q}{d^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{3045 * 1,95^2 * 0,50 * 0,50}{0,05^2(3045 - 1) + 1,95^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{2894.65}{8.57}$$

$$n = 338$$

La totalidad de la muestra asciende a 338 que representan los hogares que existen en la Parroquia de San Andrés y es la posible demanda la misma que se enfocara a la población objetivo que son las 3045 familias de la parroquia.

## **2.4 Métodos, Técnicas e Instrumentos**

Para el desarrollo de una investigación se incluye la científica que ayudará a desarrollar de mejor manera el proyecto presente aportando con:

### **2.4.1 Métodos**

#### **2.4.1.1 Método Inductivo**

Según Monroy & Nava (2018), mencionan que: “Es una metodología de razonamiento que parte de lo general a lo específico mediante el análisis secuencial que se realiza para poder llegar a un punto de conclusión que determine la característica a investigar.”

#### *2.4.1.2 Método Deductivo*

Como bien afirma Monroy & Nava (2018), en su conceptualización indica que: “Mediante el análisis de lo General con un proceso racional aplicado hasta determinar la particularidad este es aplicado en una investigación para obtener datos característicos mínimos que den respuesta a una investigación.”

La inducción se dirigió del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, esto se realizó mediante la observación de los procesos que siguen los agricultores para la venta de las papas dentro de la provincia y fuera de ella.

Mediante la aplicación del método Inductivo-Deductivo se determinó la investigación sobre procesos realizados en la parroquia de San Andrés partiendo de un objeto de estudio general de especificación incluyendo la observación. Aportando también con investigaciones teóricas generales encontradas que hacen referencia al actual proyecto basado en la teoría a aplicar en el mismo.

#### *2.4.2 Técnica*

Son instrumentos utilizados para poder recopilar información mediante un conjunto de métodos aplicables a la población en específico.

##### *2.4.2.1. Encuestas*

Según Marroquín Peña (2017) establece que “La encuesta es un grupo de preguntas que se lo realizar de forma oral o escrita mediante un cuestionario, este va dirigido a la muestra tomada de un total de población que está enfocada la investigación”.

Esta técnica se aplicó con el propósito de recolectar información, dirigida a factores del ambiente interno y externo para saber qué tan eficientes y eficaces son las operaciones que se realizan con relación a la comercialización de las papas.

##### *2.4.2.2. Entrevista*

Mediante lo planteado por Marroquín Peña (2017), menciona que: “Una entrevista es un medio de comunicación con la población mediante preguntas específicas las cuales deben ser respondida en contorno a la investigación se lo realiza de forma verbal.”

Se utilizó para solventar dudas las mismas que aportaron al presente trabajo de investigación, esta técnica estuvo dirigida al presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de San Andrés.

### **2.4.3 Instrumento**

#### **2.4.3.1. Cuestionario**

Según Monroy & Nava (2018), menciona que: “Son un conjunto de preguntas sistematizadas y organizadas enfocadas a la investigación para determinar una brevedad de respuestas posibles con las cuales se pueda trabajar de mejor manera en la segmentación de mercado.

Mediante el cuestionario se generó una serie de preguntas relacionadas a la investigación para poder identificar necesidad y localizar las posibles variables dentro del proyecto las cuales ayudaron a formular de mejor manera la línea del marco propositivo.

#### **2.4.3.2. Guía de Observación**

En el actual proyecto será de fundamental importancia para conocer las necesidades y el apoyo que podrá brindar el GAD de la parroquia de San Andrés.

### **2.7 Análisis e Interpretación de Resultados**

#### **2.7.1 Análisis e Interpretación de Resultados de los Agricultores de papas**

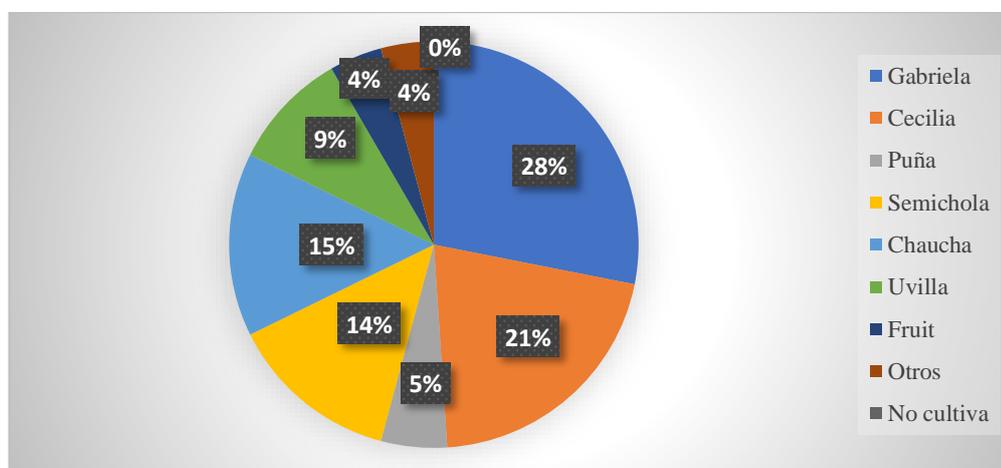
**Objetivo:** Conocer el grado de aceptación que tendrá la creación de un centro de Acopio en la parroquia de San Andrés para los productores de papas.

## 1. ¿Qué tipo de papa cultiva usted?

**Tabla 1-2:** Tipo de papa

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Gabriela	27	28%
Cecilia	20	21%
Puña	5	5%
Semichola	13	14%
Chaucha	14	15%
Uvilla	9	9%
Fruit	4	4%
Otros	4	4%
No cultiva	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de papas  
**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021



**Gráfico 1-2** Tipo de papa

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de papas  
**Realizado por:** Reinoso E, 2021

**Análisis e Interpretación:** De la totalidad de los encuestados se evidencia que las papas que más se cultivan en la parroquia de San Andrés son: Gabriela con un 28%; Cecilia con 21%; Chaucha con 15%; Semichola con 14%; la papa Uvilla representó el 9% indicando estar en el intermedio del cultivo. La producción las papas Puña, Fruit se identificó que su producción es de 4% y 4% Respectivamente señalando que son los niveles más bajos de producción y la totalidad restante mencionan que cultivaban otro tipo de papa el cual represento el 4%. Determinando así que los agricultores se enfocan en las preferencias del consumidor, direccionando el cultivo de todas las variedades de papa que existen en la parroquia, recayendo en los beneficios que trae un centro de acopio.

## 2. ¿Aproximadamente que superficie de terreno destina usted para el cultivo de papas?

Tabla 2 -2: Superficie del terreno

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Menos de 1 hectárea	4	4%
2-5 Hectárea	10	10%
6 a 10 hectáreas	13	14%
10-20 hectáreas	17	18%
Más de 20 Hectáreas	52	54%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los productores de papas

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2021

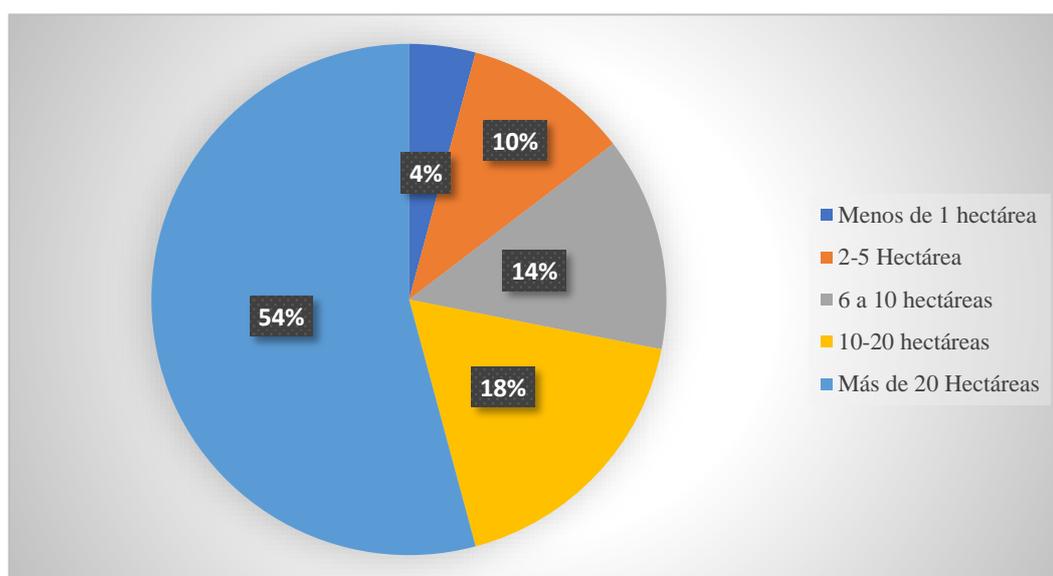


Gráfico 2-2. Superficie del terreno

Fuente: Encuesta realizada a los productores de papas

Realizado por: Reinoso E, 2021

**Análisis e Interpretación:** de acuerdo con la información antes evidenciada el 54% menciona que ocupa más de 20 hectáreas para cultivar papas en diferentes tipos y épocas del año lo cual resulta beneficioso para aumentar su producción, el 18% indicó que ocupa de 10 a 20 hectáreas; el 14% de los agricultores seleccionó que la extensión que ocupan para el cultivo es de 6 a 10 hectáreas; en cambio el 10% ocupa de 2 a 5 hectáreas y el 4% ocupa menos de 1 hectárea para el cultivo de papas. En relación a las respuestas de los agricultores mencionaron la superficie que destinan para el cultivo de papas en su mayoría fue el 54% ya que son las personas que destinan todo su cultivo a la venta por ende el porcentaje restante de igual manera incursiona en el comercio, pero no en su totalidad de producción sino una cierta parte para la venta.

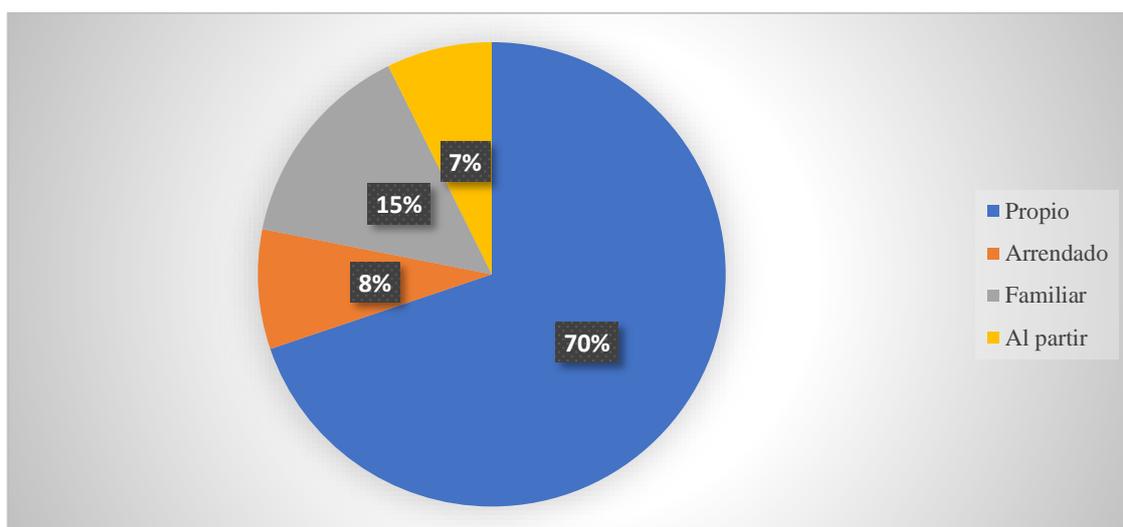
### 3. ¿El terreno donde cultiva su producto es?

**Tabla 3-2:** Producto de cultivo

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Propio	67	70%
Arrendado	8	8%
Familiar	14	15%
Al partir	7	7%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de papas

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021



**Gráfico 3-2.** Producto de cultivo

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de papas

**Realizado por:** Reinoso E, 2021

**Análisis e Interpretación:** El 70% representa a los agricultores que poseen terreno propio para el cultivo de la papa en la parroquia de San Andrés, el 15% indica que su terreno es familiar o de herederos los cuales siembran en grupo, en el caso del 8% de los agricultores que seleccionaron el arriendo manifestaron que el precio que pagan es de \$ 800 a \$1000 dólares anuales, y el 7% representa los agricultores que tienen su terreno al partir es decir arriendan una superficie de terreno y el cual es dividido entre el propietario y el partidario la cosecha.

Con la información obtenida se puede identificar que la mayoría de productores de papas poseen un terreno propio, mismo que es destinado a la producción de las papas siendo beneficioso para el centro de acopio al momento de comprar directamente del consumidor su producto el cual no generaría costos adicionales a diferencia de los demás porcentajes representados que tienen costos que podrían elevar el precio del producto.

#### 4. ¿Cuál es el tiempo de cultivo de la papa?

Tabla 4 -2: Tiempo del cultivo

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
3 meses	36	38%
4 meses	0	0%
5 meses	22	23%
6 meses	38	40%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los productores de papas  
Realizado por: Reinoso E, 2021

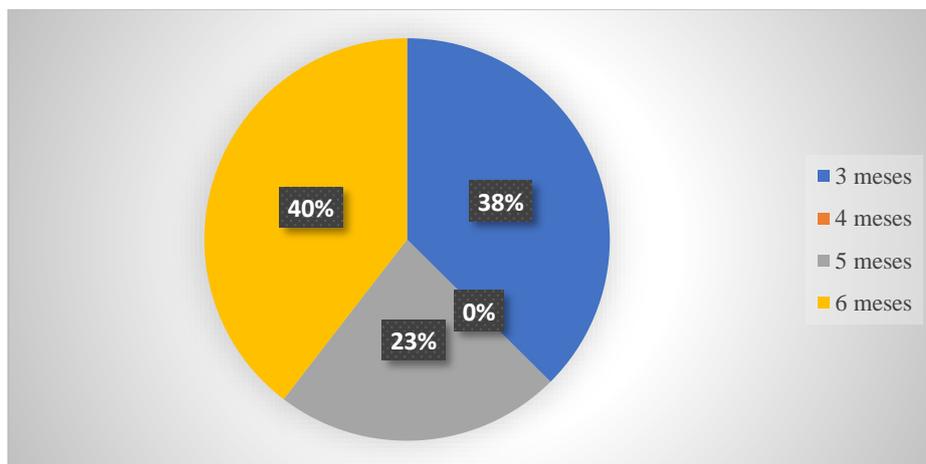


Gráfico 4-2. Tiempo de cultivo

Fuente: Encuesta realizada a los productores de papas  
Realizado por: Reinoso E, 2021

**Análisis e Interpretación:** En concordancia con el gráfico anterior el 40% menciona que el tiempo de producción para el cultivo de papas es de aproximadamente 6 meses por ser una papa madura con más demanda en el mercado en cambio la papa que se cosecha en 5 meses representa el 23% tiene una situación similar a la anterior por demanda, el 38% que cultiva las papas en 3 meses se dedica a la entrega más rápida de su producto en el mercado la principal papa de producción en este tiempo es la chaucha.

Según las respuestas obtenidas por parte de las personas encuestadas se pudo determinar que las papas de 3 meses de cultivo son las más acogidas por parte de los restaurantes para la preparación de alimentos por ende son las que más se producen en 3 meses que dura su producción, las papas de entre 5 a 6 meses su demanda es más selecta debido a que las personas buscan papas maduras.

## 5. ¿Cuántos quintales generalmente produce usted en una cosecha?

Tabla 5-2: Producción en quintales

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
1 a 10	6	6%
10 a 20	12	13%
20 a 30	19	20%
30 a 40	26	27%
40 a más	33	34%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los productores de papas  
Realizado por: Reinoso E, 2021

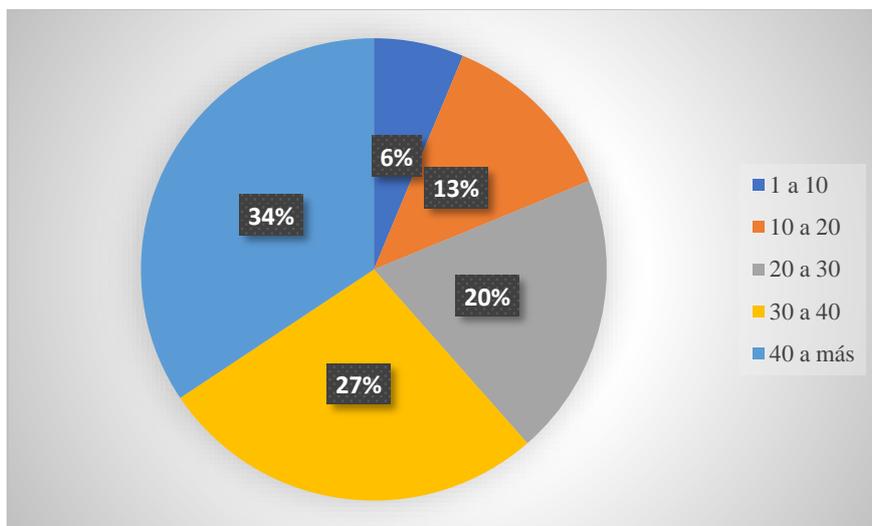


Gráfico 5-2. Producción en quintales

Fuente: Encuesta realizada a los productores de papas  
Realizado por: Reinoso Evelyn, 2021

**Análisis e Interpretación:** de acuerdo con la información antes presentada el 34% produce más de 40 quintales de papas en una cosecha, el 27% seleccionó que su producción es de 30 a 40 quintales, el 20% cosecha de 20 a 30 quintales en cambio la cosecha de 10 a 20 quintales de papas representa el 13% y la menor cosecha es de 1 a 10 quintales representa el 6% de cosecha en la parroquia de San Andrés.

Mediante las respuestas obtenidas se puede identificar la posible cantidad de entrega que podría tener el centro de acopio el mismo que a lo posterior ofertaría a los demandantes siendo el 34% de productores los que más cosechan quintales de papas y el resto en su proporción producen dentro de lo normal esto nos da un panorama de producción que podrían destinar para la venta al centro de acopio.

## 6. ¿Cuántos quintales de papa destina para la venta?

Tabla 6 -2: Producción para la venta

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
1 a 10	0	0%
10 a 20	10	10%
20 a 30	5	5%
30 a 40	21	22%
40 a más	60	63%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los productores de papas  
Realizado por: Reinoso Evelyn, 2021

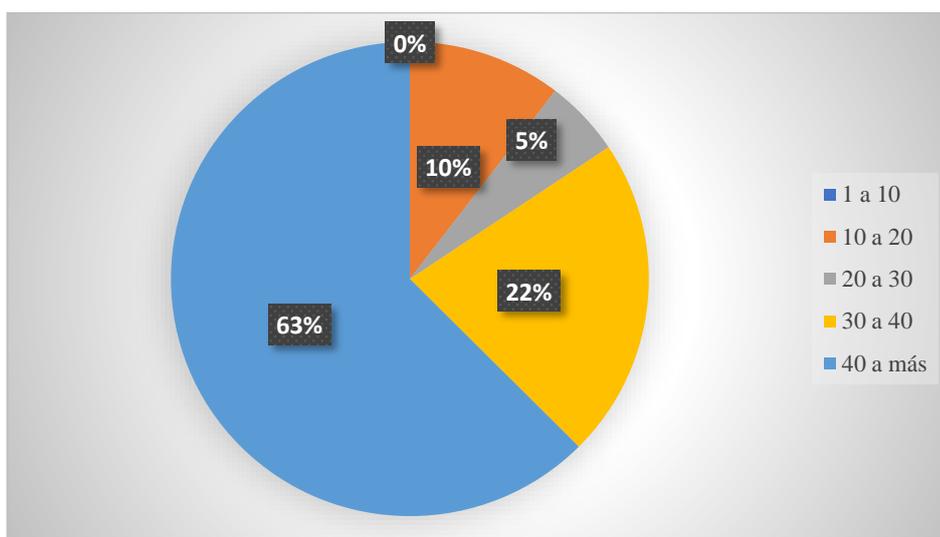


Gráfico 6-2. Producción para la venta

Fuente: Encuesta realizada a los productores de papas  
Realizado por: Reinoso Evelyn, 2021

**Análisis e Interpretación:** Mediante la encuesta aplicada el 63% de los agricultores destinan más de 40 quintales de papas para la venta, el 22% de los productores entregan de 30 a 40 quintales, el 10% entrega de 10 a 20 quintales el 5% destina de 10 a 20 quintales, se determina que la mayoría de su producción de papas es destinada a la venta por diferentes canales de comercialización incluyendo un cierto porcentaje para el autoconsumo del mismo derivado de la producción de quintales de papas.

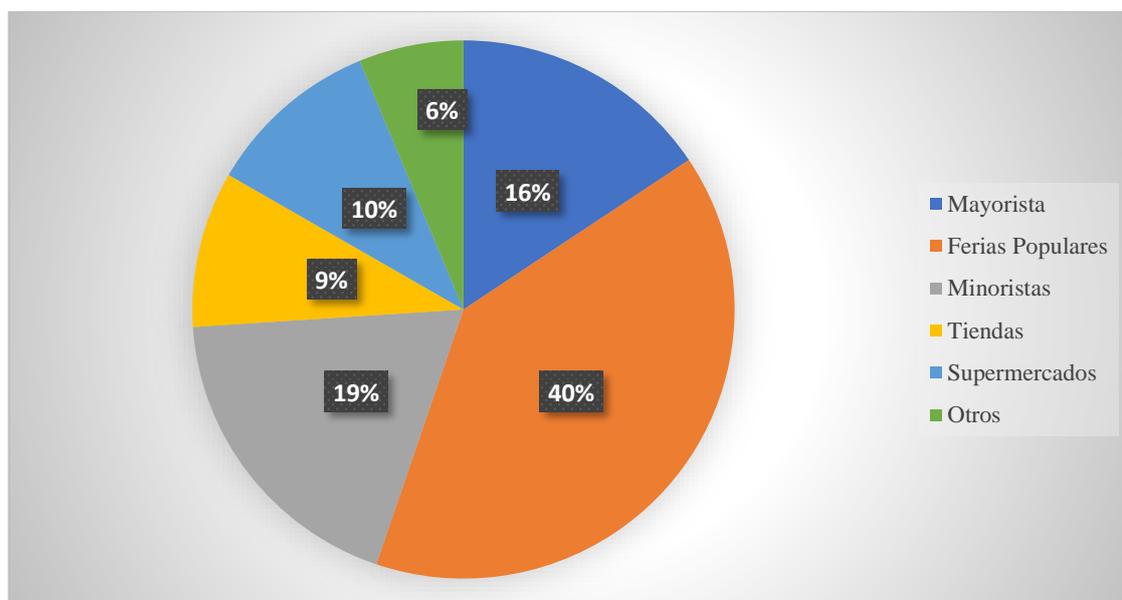
Con las respuestas obtenidas se puede analizar que el 63% de productores de papas destinan de 40 quintales para la venta y comercialización, mediante esto se puede relacionar a la posible entrega que pueda llegar a tener el centro de acopio por parte de los productores.

## 7. ¿En la venta a cuál de los siguientes lugares distribuye su producto?

**Tabla 7-2:** Distribución del producto

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Mayorista	15	16%
Ferias Populares	38	40%
Minoristas	18	19%
Tiendas	9	9%
Supermercados	10	10%
Otros	6	6%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los productores de papas  
Realizado por: Reinoso Evelyn, 2021



**Gráfico 7-2.** Distribución del producto

Fuente: Encuesta realizada a los productores de papas  
Realizado por: Reinoso Evelyn, 2021

**Análisis e Interpretación:** de acuerdo con la información presentada en el gráfico anterior que el 40% vende en ferias populares su producción, el 19% vende a los minoristas, el 16% entrega a Mayoristas, el 10% entrega a Supermercados, el 9% se distribuye a tiendas y el 6% distribuye a otros lugares como a Minimarket.

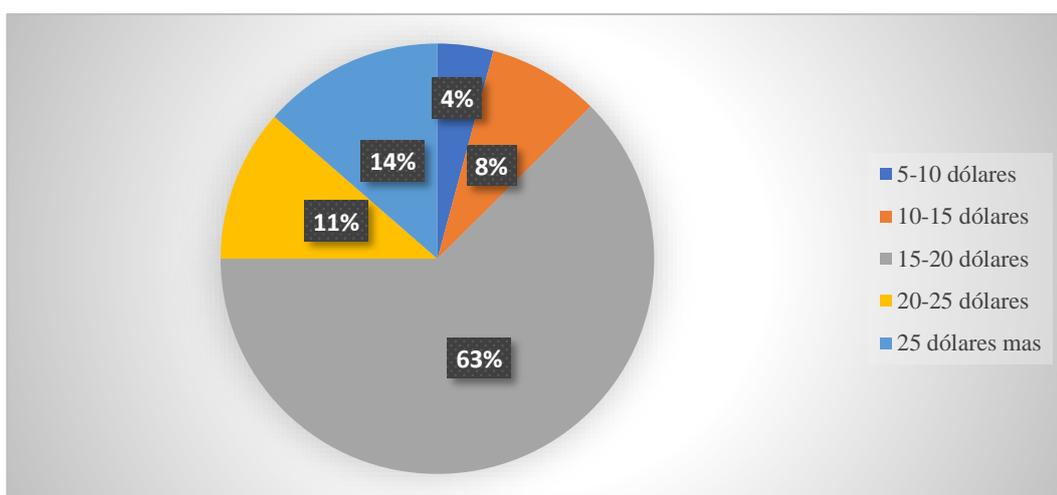
Con los datos recolectados se puede analizar la competitividad que tendría el centro de acopio en la parroquia de San Andrés y sus alrededores, es decir a donde entregan los productores.

## 8. ¿Indique el rango del precio de venta del quintal?

**Tabla 8-2:** Precio de venta por quintal

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
5-10 dólares	4	4%
10-15 dólares	8	8%
15-20 dólares	60	63%
20-25 dólares	11	11%
25 dólares mas	13	14%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de papas  
**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021



**Gráfico 8-2.** Precio de venta por quintal

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de papas  
**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021

**Análisis e Interpretación:** Según lo señalado por los productores se pudo determinar el precio de venta por quintal, donde el 63% menciona que un quintal se vende entre 15 a 20 dólares, el 14% afirma que su venta por quintal es de 25 dólares a más, el 11% vende su quintal entre 20 a 15 dólares, el 8% de agricultores indicó que el precio de venta es de 10 a 15 dólares, y el 4% de productores selecciono que el precio de venta por quintal es de 5 a 10 dólares, los precios por quintal varían según el tiempo, el tipo y el grosor del mismo, la variación de precio se puede ver afectada por plagas en la producción obligando a su productor a cosechar un producto bueno y a un precio alto.

En esta pregunta se puede identificar la estabilidad de precios que haber por temporadas, calidad y variedad de papa dentro de las mismas características se puede inclinar por como es el comportamiento del mercado dentro de la comercialización de papas.

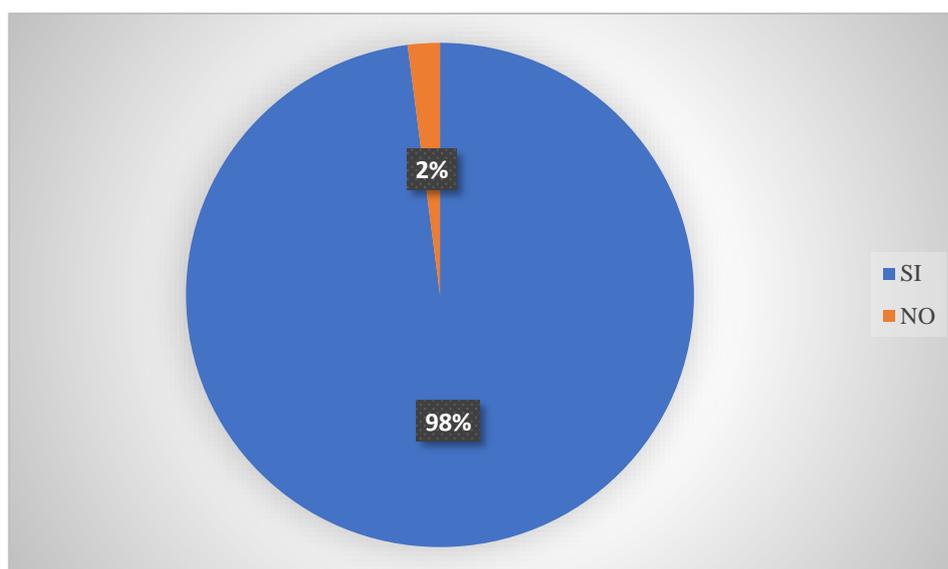
## 9. ¿Conoce a que se dedica un centro de acopio?

**Tabla 9 -2:** Centro de acopio

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
SI	96	98%
NO	2	2%
<b>TOTAL</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de papas

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021



**Gráfico 9 -2** Centro de acopio

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de papas

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021

**Análisis e Interpretación:** El 98% de encuestados mencionan que si conocían a que se dedica un centro de acopio además manifestaron que habían pensado en un proyecto similar, pero por falta de asignación de recursos y apoyo por parte de las autoridades no habían podido implementar el mismo en la parroquia y el 2% productores encuestados indicaron no conocer que es un centro de acopio lo relacionaban con un lugar donde se regalaba lo que no vendían pero tenían un concepto mal enfocado y posterior al mismo se les explicó a qué se dedica el centro de acopio que se quería implementar en la parroquia.

La aceptación por parte de los agricultores de la parroquia se pudo identificar que sería un buen lugar para el beneficio de los mismo mediante un lugar estratégico cercano así de tal manera no generando más costos al momento de querer comercializar su producto.

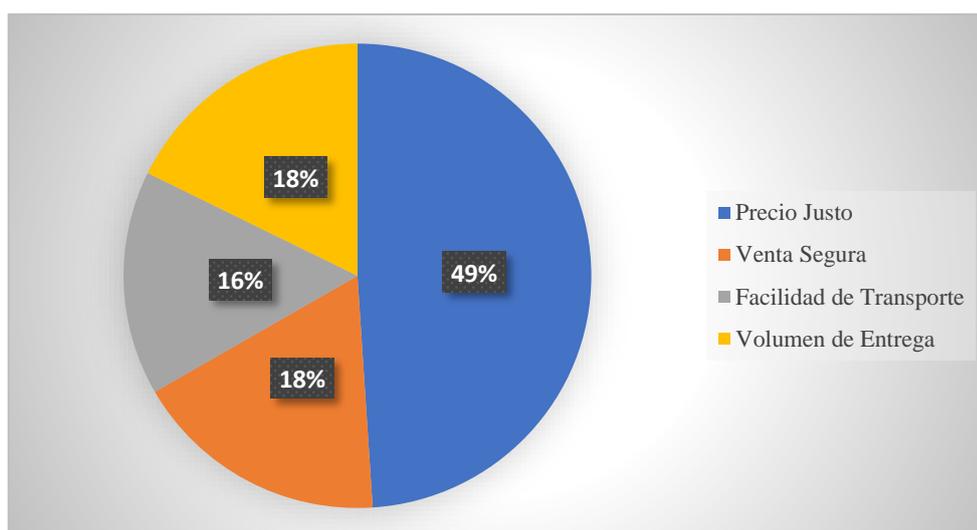
## 10. ¿Por qué razón decidiría vender al centro de acopio su producción de papas?

**Tabla 10 -2:** Razón de venta

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Precio Justo	47	49%
Venta Segura	17	18%
Facilidad de Transporte	15	16%
Volumen de Entrega	17	18%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los productores de papas

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2021



**Gráfico 10 – 2** Razón de venta

Fuente: Encuesta realizada a los productores de papas

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2021

**Análisis e Interpretación:** Al analizar los datos obtenidos mediante la encuesta a los productores se pudo determinar que ellos escogen diferentes razones por las cuales decidirían vender su producción de papas al centro de acopio determinando que el 49% se inclina por el Precio Justo, el 18% escogió entre venta segura y volumen de entrega, el 16% de productores decidido por la facilidad de transporte, todos estos factores se inclinan a la necesidad que se presenta cada uno de los 96 productores en total para poder comercializar sus quintales de papas.

En relación a la pregunta se pudo identificar que el productor busca facilidad de vender sus papas y a un precio que sea rentable para ellos, según los servicios que se les ofrece en el centro de acopio seleccionaron también la facilidad de transporte identificándose así que genera costos la transportación de su producto de un lugar a otro, para el centro de acopio sería de gran beneficio lo mismo porque puede obtener con facilidad la producción y la misma podrá ser transportada.

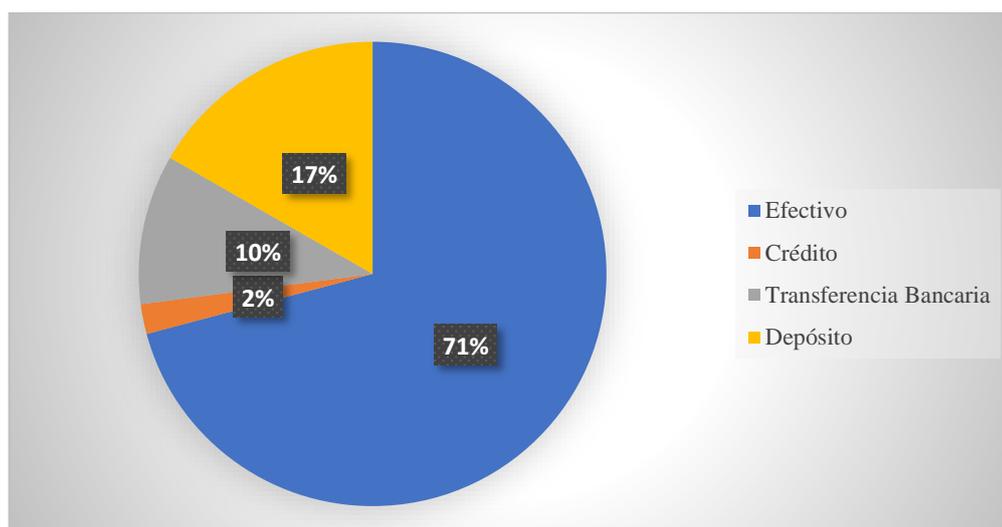
## 11. ¿Cuál es el método de cobro que usted escogería por la venta al centro de acopio?

**Tabla 11-2:** Método de cobro

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Efectivo	68	71%
Crédito	2	2%
Transferencia Bancaria	10	10%
Depósito	16	17%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de papas

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021



**Gráfico 11-2** Método de cobro

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores de papas

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021

**Análisis e Interpretación:** La forma de cobro que los agricultores de las papas prefieren son las siguientes; 71% el cobro en efectivo, el 17% por medio de depósitos, 10% por medio de transferencia bancaria y el 2% prefiere cobrar en crédito, las formas de cobro escogidas por los agricultores se identifican el grado de manejo de sus finanzas. Con las respuestas seleccionadas se puede identificar que en su mayoría los agricultores desean cobrar en efectivo siendo una desventaja para el centro de acopio al momento de tener que manejar en efectivo, pero al mismo tiempo no podría llevar deudas con proveedores dentro de sus estados financiero y manejo del mismo.

### 2.7.2 Análisis e Interpretación de Resultados de los Consumidores de papas

**Objetivo:** Conocer el grado de aceptación que tendrá la creación de un centro de Acopio en la parroquia de San Andrés para los posibles consumidores.

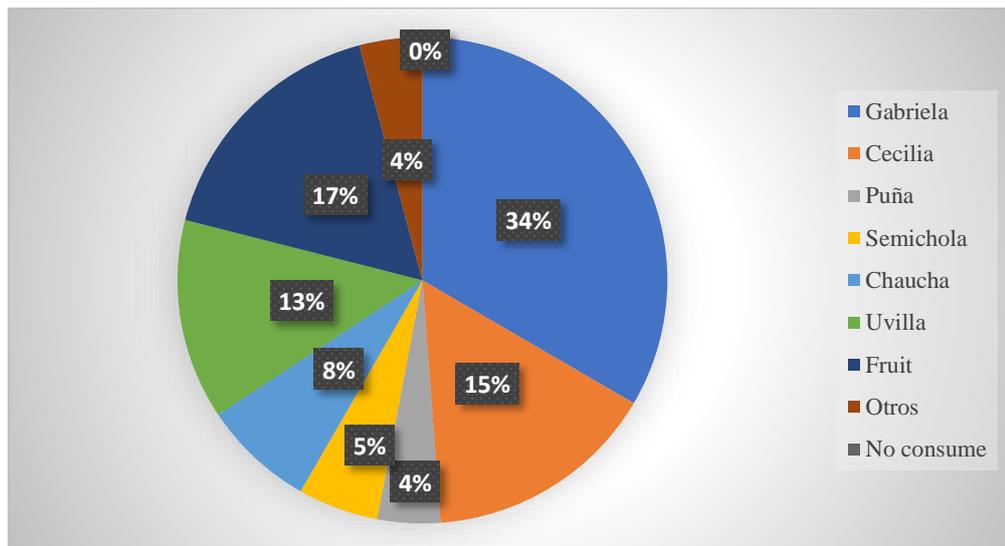
#### 1. ¿Qué tipo de papa consume usted?

**Tabla 12-2:** Consumo de papa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Gabriela	113	33%
Cecilia	52	15%
Puña	14	4%
Semichola	18	5%
Chaucha	25	7%
Uvilla	45	13%
Fruit	57	17%
Otros	14	4%
No consume	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021



**Gráfico 12 -2** Consumo de papa

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021

**Análisis e Interpretación:** En la encuesta realizada a 338 familias se pudo determinar que las papas que más consumen en la parroquia de San Andrés son: Gabriela con un 34% ; Cecilia con

15%; Fruit con 17%; Uvilla con 13%, la papa Chaucha representó el 8% indicando estar en el intermedio del cultivo pero al enfocarse en la producción las papas Puña, Semichola se identificó que su consumo es de 4% y 5% señalando que son los niveles más bajos de consumo y el resto de las personas respondieron que consumen otro tipo de papa el cual represento el 4%, determinando así que las familias en la parroquia de San Andrés si consumen diferentes clases y tipos de papas.

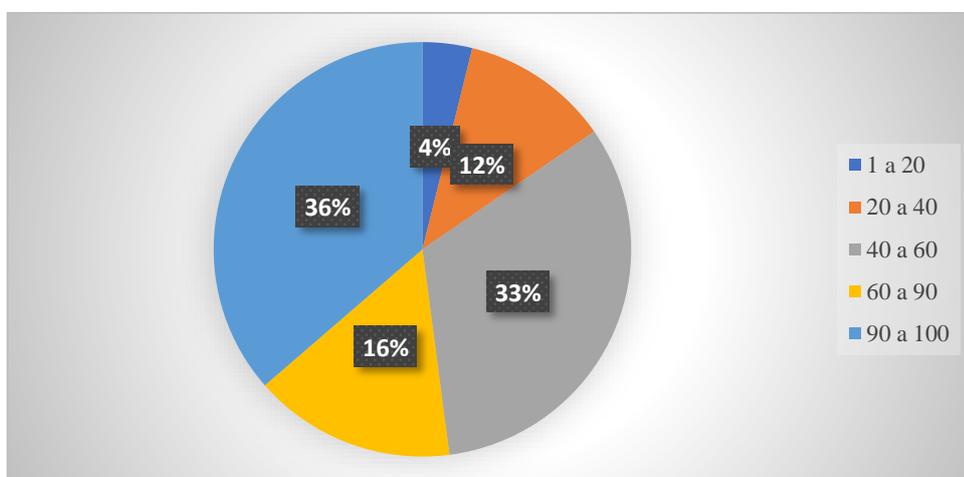
Según la selección realizada por parte de cada una de las familias se identificó que la papa que más consumen es la papa Gabriela por su alto índice de proteína y calidad de papa que es para todas las comidas por ende es la más demandada en un mercado y entra en mayor competencia cuando existe en encases. Por medio del mismo se puede llegar a la conclusión que la papa que más ofrecería el centro de acopio sería la papa Gabriela segunda por la papa Fruit utilizada para las papas fritas en los restaurantes y pequeños negocios en los cuales se incursiona.

**2. ¿Cuál es la cantidad que usted mensualmente adquiere de papa para su familia?  
En Libras.**

**Tabla 13 -2:** Cantidad mensual de adquisición de papa

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
1 a 20	13	4%
20 a 40	39	12%
40 a 60	110	33%
60 a 90	53	16%
90 a 100	123	36%
<b>Total</b>	<b>338</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias  
**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021



**Gráfico 13 -2** Cantidad mensual de adquisición de papa

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias  
**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021

**Análisis e Interpretación:** En la encuesta realizada se pudo analizar el consumo mensual en libras de las 338 familias las cuales se identificó de la siguiente manera: el 36% compra de 90 a 100 libras, el 33% adquiere de 40 a 60 libras, el 16% adquiere de 60 a 90 libras, con un 12% se identificó que compran de 20 a 40 libras mensuales y el mínimo de adquisición es de 1 a 20 libras, determinando así que los posibles consumidores si adquieren papas por libras mensualmente.

Al identificar el consumo mensual de papas por cada familia se puede determinar que el 36% consume de 90 libras a un quintal completo según el número de integrantes en la familia consumen las papas por ende una familia de 5 integrantes mensualmente puede llegar a consumir

hasta 90 libras mensuales, su consumo es por las proteínas y carbohidratos que brinda este tubérculo a la salud.

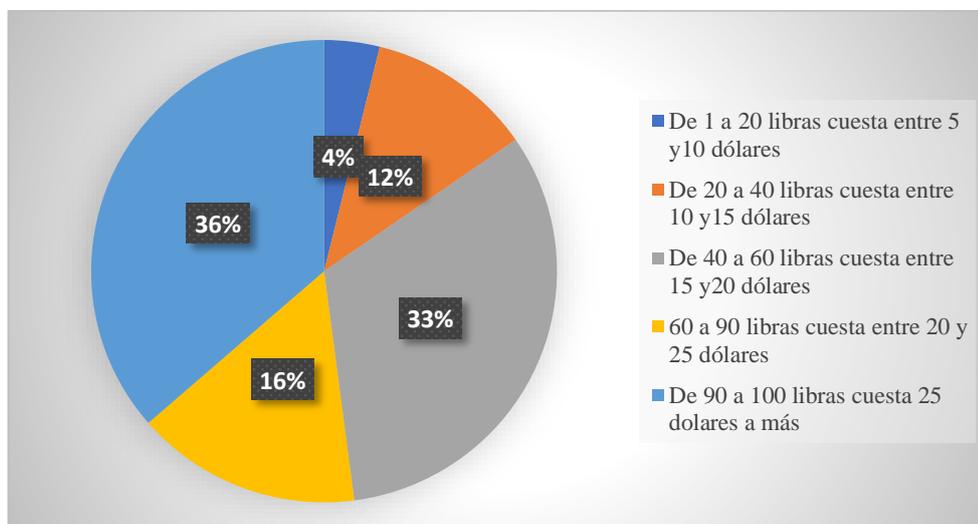
### 3. ¿Indique el rango que paga por adquirir las papas? Marque con una X

**Tabla 14-2:** Rango de pago de adquisición de papas

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
De 1 a 20 libras cuesta entre 5 y10 dólares	13	4%
De 20 a 40 libras cuesta entre 10 y15 dólares	39	12%
De 40 a 60 libras cuesta entre 15 y20 dólares	110	33%
60 a 90 libras cuesta entre 20 y 25 dólares	53	16%
De 90 a 100 libras cuesta 25 dólares a más	123	36%
<b>Total</b>	<b>338</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021



**Gráfico 14-2** Rango de pago de adquisición de papas

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021

**Análisis e Interpretación:** En concordancia al gráfico anterior, el 36% pagan más de 25 dólares por adquirir 90 a 100 libras de papas, el 33 % de 40 a 60 libras paga entre 15 y 20 dólares, el 16% de familias indico que por adquirir de 60 a 90 libras paga entre 20 y 25 dólares, el 12% indico que paga entre 10 y 15 dólares por adquirir de 20 a 40 libras, y el 4% de familias adquieren de 1 a 20 libras y al adquirir pagan un precio de 5 a 10 dólares, obteniendo la información se pudo determinar que las familias consumen y pagan diferentes precios según temporadas de producción alta y al mismo tiempo cuando la producción baja anexando diferentes factores. Con el análisis realizado a las respuestas de las familias de la parroquia de San Andrés se puede identificar que cada libra de papa cuesta 0,50 centavos los mismos son sumados mediante las libras que

consumen cada familia en el sector con este dato se pudo analizar y complementar el posible precio que pudiera dar el centro de acopio a la libra de papas para ser competitivo dentro del mercado mediante temporadas como seleccionaron las familias.

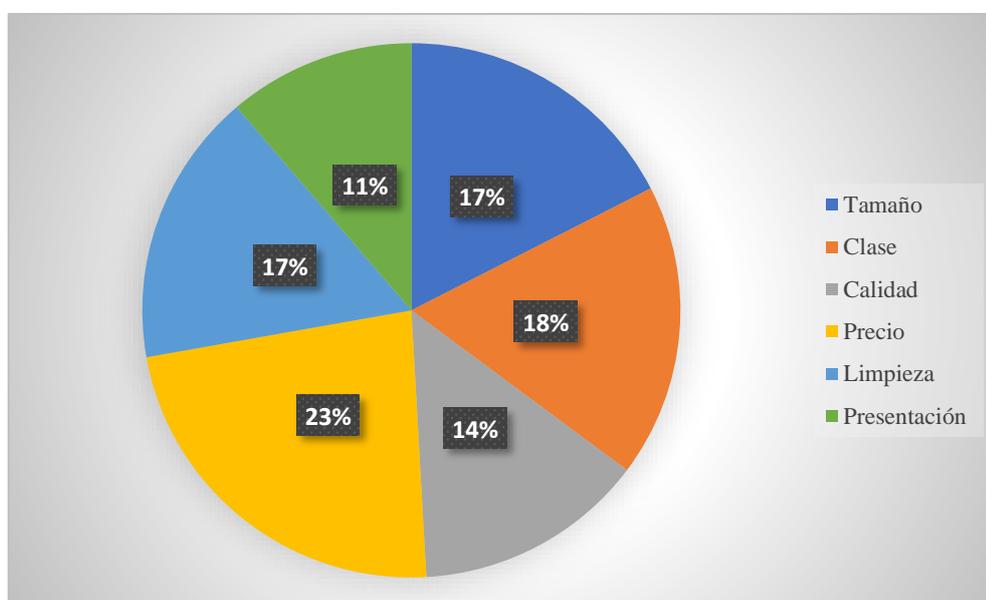
#### 4. ¿Qué nivel de preferencia tiene usted para adquirir la papa?

**Tabla 15 -2:** Nivel de preferencia de adquisición de papa

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Tamaño	59	17%
Clase	60	18%
Calidad	47	14%
Precio	78	23%
Limpieza	56	17%
Presentación	38	11%
<b>Total</b>	<b>338</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021



**Gráfico 15 -2** Nivel de preferencia de adquisición de papa

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021

**Análisis e Interpretación:** Los niveles de preferencia que tienen las familias de la parroquia de San Andrés se distribuyeron de la siguiente manera; el 23% se enfoca en el precio para poder adquirir las papas, el 17% busca limpieza y tamaño esto incluye que no tengan gusanos y que las papas sean de tamaño grande(gruoso), el 18% y 14% de las familias se enfoca en la clase de papa es decir la variedad que se presenta dependiendo la clasificación que se les pueda ofrecer en grosor, peso, tipo son las características principales de la papa que se analizan en las dos opciones

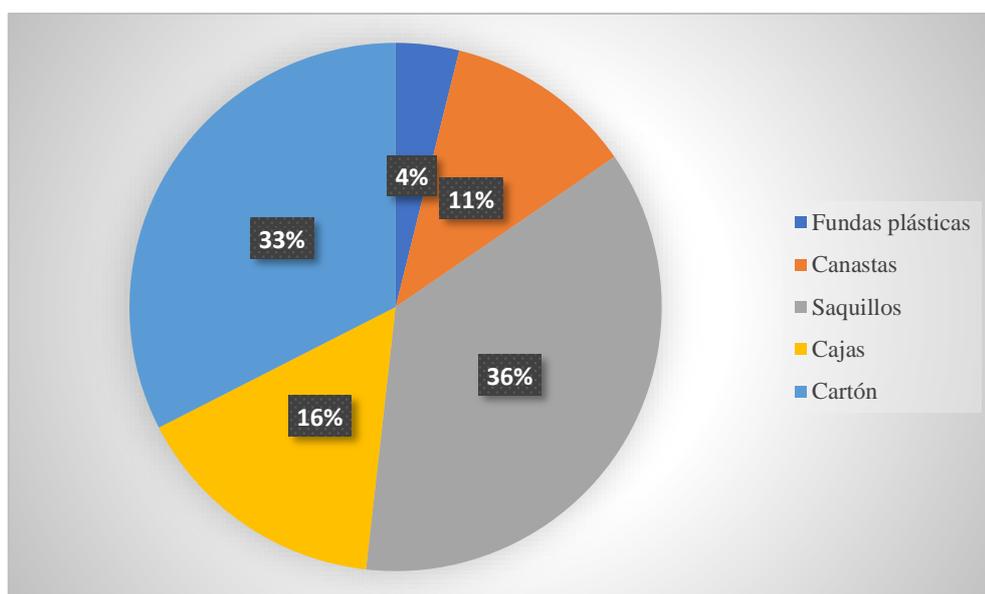
y el 11% de las familias indicaron que prefieren la presentación al momento de adquirir las papas en la parroquia de San Andrés.

### 5. ¿Cómo preferiría usted la presentación al adquirir el producto?

**Tabla 16 -2:** Presentación del producto

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Fundas plásticas	13	4%
Canastas	39	12%
Saquillos	123	36%
Cajas	53	16%
Cartón	110	33%
<b>Total</b>	<b>338</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias  
**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021



**Gráfico 16-2** Presentación del producto

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias  
**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021

**Análisis e Interpretación:** De las respuestas obtenidas en la encuesta el 36% prefiere que las papas se entreguen en saquillo al momento de adquirir las mismas. El 33% prefiere adquirirlas en cartón, en el caso del 16% de familias escogieron comprar sus papas en cajas, el 11% al momento de adquirir su producto prefiere en canastas, y al final el 4% prefiere que al adquirir las papas se las entregue en fundas plásticas.

Con las respuestas obtenidas en la pregunta de los posibles consumidores eligieron que desearían en saquillos en su mayoría y en lo posterior en fundas dándonos una idea de cómo se podría ofrecer en presentación el producto al público.

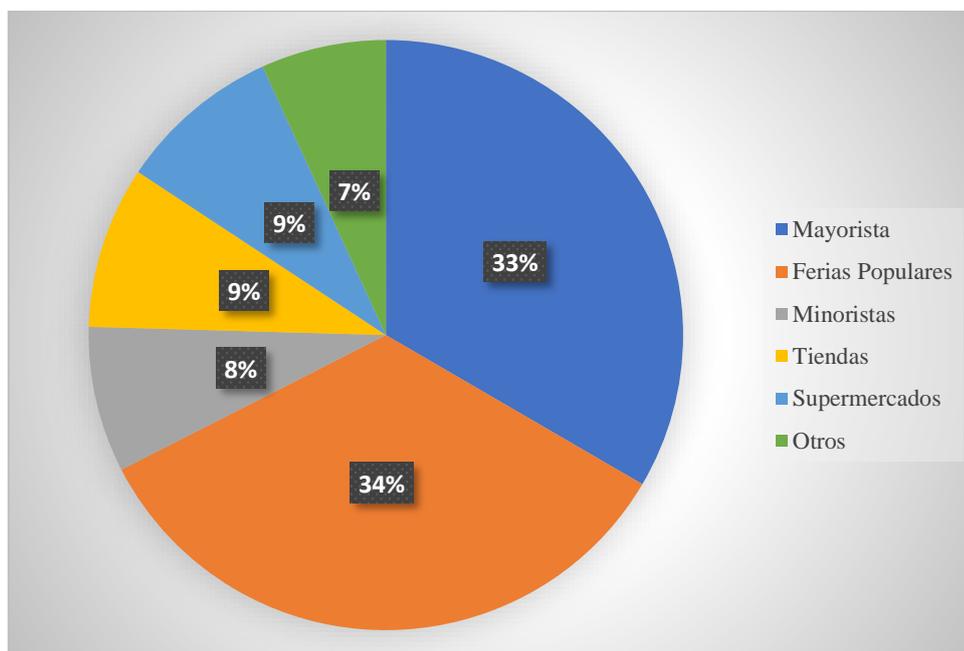
## 6. ¿Dónde generalmente usted compra las papas?

**Tabla 17-2:** Lugar de compra

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Mayorista	113	33%
Ferias Populares	115	34%
Minoristas	27	8%
Tiendas	30	9%
Supermercados	30	9%
Otros	23	7%
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021



**Gráfico 17 – 2** Lugar de compra

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021

**Análisis e Interpretación:** Mediante esta pregunta realizada en la encuesta se determinó cuáles son los lugares donde las familias acuden a comprar las papas y también se identificó los lugares que serían competencia para el centro de acopio dando como resultado; el 34% acude a comprar en ferias populares, el 33% en los Mayoristas, el 9% adquiere su producto en

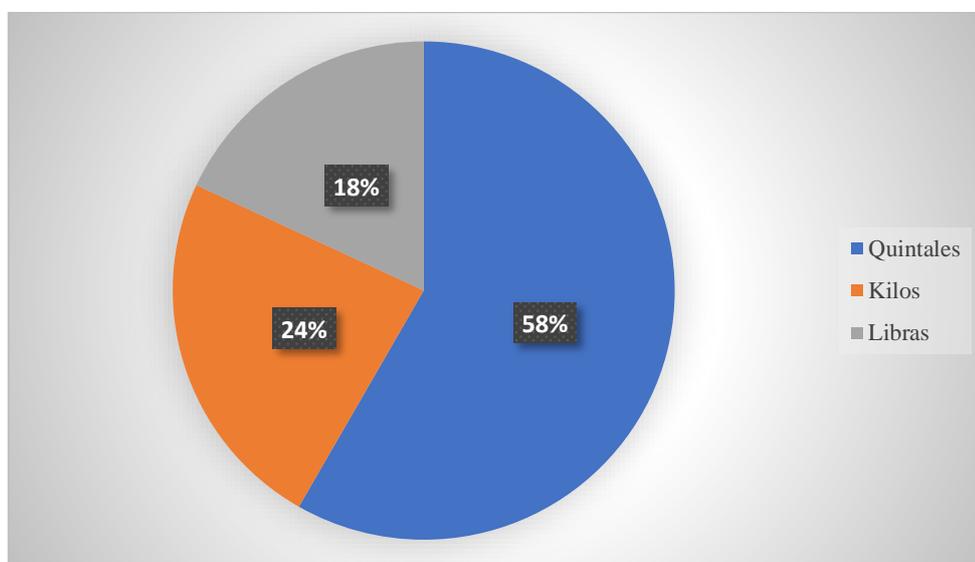
Supermercados, Tiendas y otros, el 8% de las familias acuden a comprar donde los minoristas y el 7% compran en otros lugares como tiendas donde venden toda clase de verduras y hortalizas incluyendo minimarkets. Con estos resultados se pudo determinar un escenario de competitividad que existe en la parroquia de San Andrés.

## 7. ¿Cómo le gustaría adquirir la papa?

**Tabla 18-2:** Cómo le gustaría adquirir a la papa

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Quintales	197	58%
Kilos	80	24%
Libras	61	18%
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias  
**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021



**Gráfico 18 – 2** Cómo le gustaría adquirir la papa

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias  
**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021

**Análisis e Interpretación:** En las encuestas realizadas a las familias de la parroquia se puede identificar que el 58% compra las papas por quintales, el 24% de las familias eligió comprar por kilos y el 18% compraría por libras las papas, analizando así a nivel de la parroquia de San Andrés de como preferirían comprar las papas esta pregunta se realizó con el afán de detectar cual sería la acogida que podría tener el centro de acopio según la disposición de ventas de las papas.

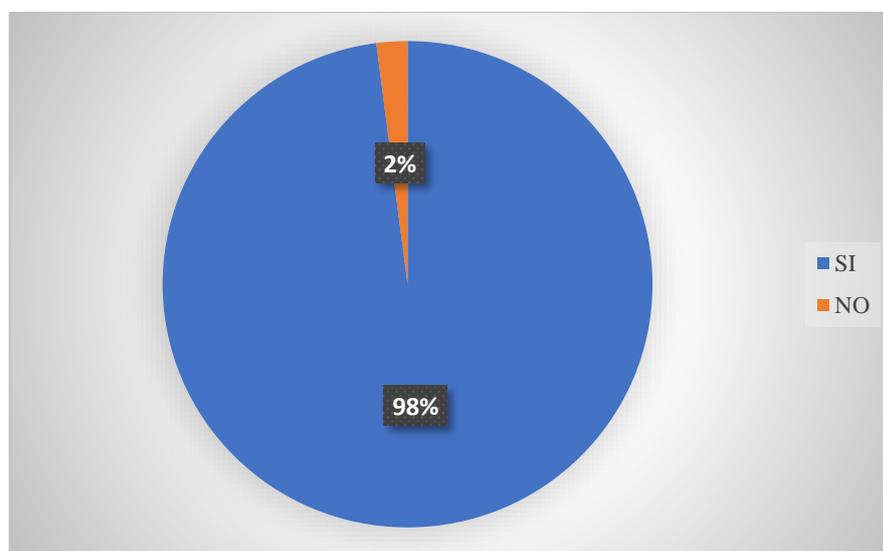
Los posibles consumidores dijeron que su opción más escogida es por quintales debido al número de integrantes de la familia y el consumo de papa que los tienen lo cual nos da una idea de cómo se podría vender al ven al consumidor y como ellos podrían comprar.

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

**Tabla 19 -2** Centro de acopio

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
SI	267	79%
NO	71	21%
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias  
**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021



**Gráfico 19 – 2** Centro de acopio

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias  
**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021

**Análisis e Interpretación:** El 98% de las familias respondió que si conocía a que se dedicaba el centro de acopio y estaba de acuerdo con la creación del mismo aportando que sería un lugar cercano para poder adquirir su producto, el 2% indicó que no conocía sobre el lugar ni a que se dedicaba no estaban relacionados con ese término mediante una explicación breve se les pudo orientar los cuales después de responder tenían claro de que se trataba el lugar y a que se dedicaba. Mediante esta pregunta se pudo identificar que la parroquia de San Andrés aceptaría de buena manera y las familias acudirían adquirir su producto en el centro de acopio.

Mediante las respuestas obtenidas se ve una gran acogida del lugar en la parroquia debido a que en la parroquia existen lugares donde puedan comprar, pero a diferentes precios y el centro de acopio sería una muy buena opción para que los consumidores puedan acudir a comprar a un precio accesible.

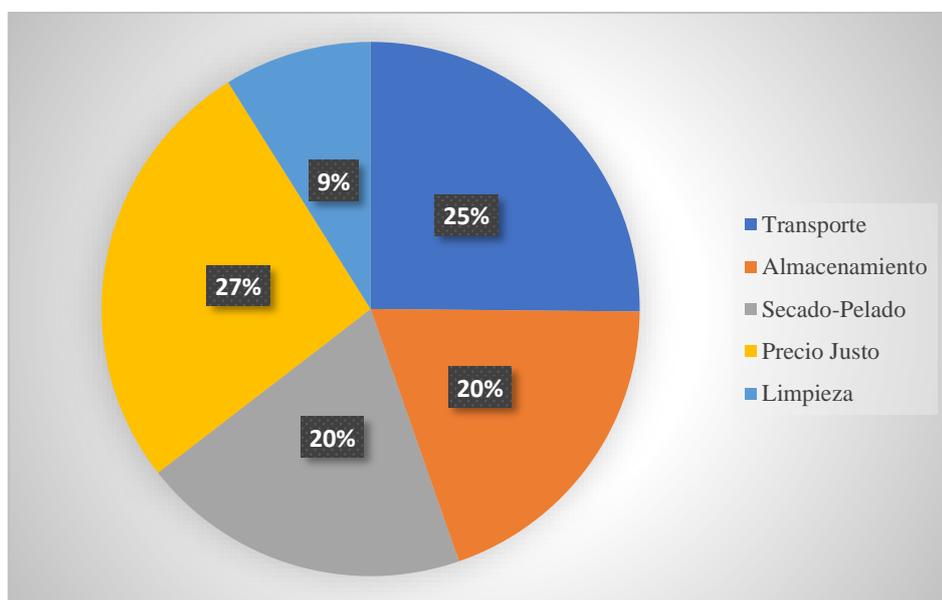
**9. ¿En un Centro de Acopio que otros servicios le gustaría que le ofrecieran a usted?**

**Tabla 20 – 2 Servicios adicionales**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Transporte</b>	85	25%
<b>Almacenamiento</b>	66	20%
<b>Secado-Pelado</b>	67	20%
<b>Precio Justo</b>	90	27%
<b>Limpieza</b>	30	9%
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021



**Gráfico 20 – 2 Servicios adicionales**

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021

**Análisis e Interpretación:** De los datos obtenidos de las 338 familias se pudo clasificar los servicios extras que les gustaría que el centro de acopio les ofreciera indicando así que el 27% busca un precio justo, el 20% prefiere Almacenamiento, secado y pelado, mientras que el 25% selecciono transporte como servicio adicional, el 9% representa la elección de limpieza al momento de adquirir la papa en el centro de acopio, todos los servicios extras seleccionados por

la posible demanda se enfocan en una estrategia de marketing al momento de competir en el mercado.

Con las opciones escogidas por parte de los posibles consumidores se pudo identificar los servicios que les gustaría que le ofreciera el centro de acopio esto es una estrategia para atraer clientes hacia el centro de acopio y puedan adquirir su producto en este caso la papa.

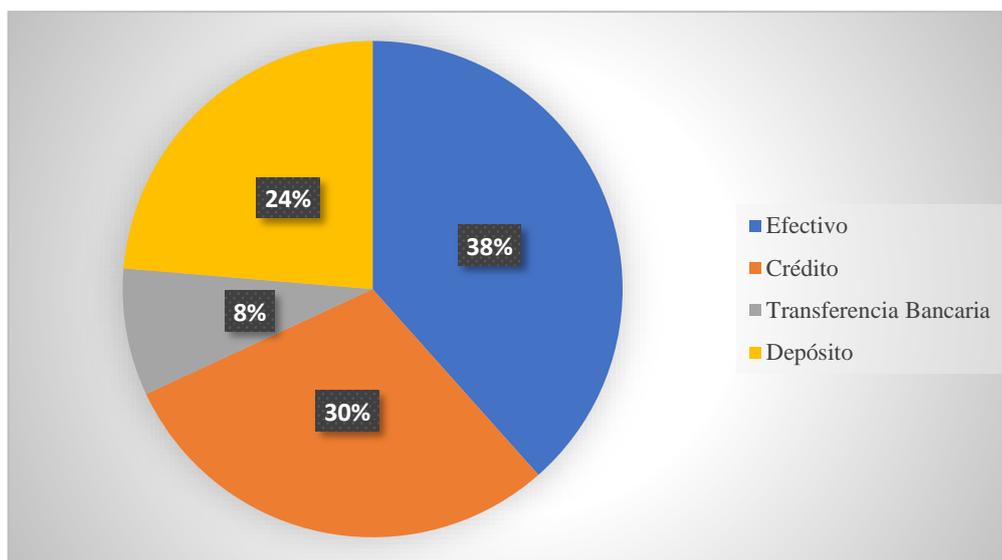
### 10. ¿Cuál es el método de pago que preferiría usted?

**Tabla 21 -2 Método de pago**

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Efectivo	130	38%
Crédito	100	30%
Transferencia Bancaria	28	8%
Depósito	80	24%
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021



**Gráfico 21 – 2 Método de pago**

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021

**Análisis e Interpretación:** La forma de pago que los consumidores de papas prefieren son las siguientes; 38% el pago en efectivo, el 24% por medio de depósito, 8% por medio de transferencia bancaria y el 30% prefiere pagar en crédito, las formas de pago escogidas por las familias se identifican el grado de manejo de sus finanzas que se lleva en la Parroquia de San Andrés.

Con las respuestas recolectadas en esta pregunta se puede observar y analizar que los consumidores prefieren pagar en efectivo en esa parte ayudando al centro de acopio a poder contar con el efectivo, el crédito es la cuarta parte de un total ayudando de igual manera a equilibrar la economía en el centro de acopio y siendo una parte funcional financiera estable.

### ***2.7.3 Entrevista realizada al presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de San Andrés.***

**Objetivo:** Conocer el grado de aceptación y aporte que tendrá la creación de un centro de Acopio por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia de San Andrés

#### **1. En su periodo de gestión que actividades se han realizado en favor de los productores**

Mediante la respuesta facilitada por parte del presidente del GAD manifestó que ha creado actividades como ferias de emprendimiento para promocionar las papas que se produce en a nivel de la parroquia de San Andrés en conjunto con los programas del Ministerio de Agricultura y Ganadería, se ha creado programas de charlas con nutricionistas de subcentro de salud para hablar sobre los beneficios que se generan al consumir la papa por otra parte menciona que se están creando convenios con fundaciones como Visión Mundial para que sean un apoyo en asignar recursos económicos para que los agricultores puedan producir más papas.

#### **2. ¿Cuál es la oferta productiva de papas de cada comunidad de la parroquia de San Andrés?**

Tomando en referencia la ubicación geográfica el Sr. Gustavo Paca enfatizó en que las 33 comunidades de la cabecera parroquial producen un 39% de papas mediante sus cultivos según temporadas y en el centro de la parroquia 61% de las personas se dedican a la producción de papas las mismas que los domingos se ofrecen en la feria popular, su producción general es aproximada de 10000 quintales mensuales.

#### **3. ¿Cuáles son los procesos de siembras y cosechas de la papa?**

El terreno se prepara orillando la tierra, se mezcla con el abono orgánico y de animales para posterior tractorar para que la tierra se junte bien con el abono y no queden espacios sin abonar, siguiendo con el proceso se iguala el terreno de manera manual con los azadones y formando los surcos(huachos), se agrega nuevamente abono para fertilizar nuevamente la tierra, una vez preparado el terreno se procede a sembrar la semilla de manera manual en cada surco según espacios establecidos y se le tapa con la misma tierra.

Para las fumigaciones se lo realiza en dos etapas la primera al mes para evitar plagas y gusanos la segunda al segundo o tercer mes cuando en la planta brota la flor se fumiga para el desarrollo y se desnava (retirar malas hierbas), para que la planta de la papa crezca sin ningún problema, en el cuarto mes se le rascadilla es la acción de agregar más tierra a las plantas para que las raíces queden bien enterradas y las papas crezcan de manera correcta dentro de la tierra, luego de todos estos procesos se espera un tiempo de 5 a 6 meses para poder cosechar las papas y poder cavar y ensacar en los sacos para poder vender en los mercados como quintales.

#### **4. ¿Cuáles son los factores negativos que afectan a la producción de papas?**

Los principales factores que afectan son las plagas, los mosquitos, la siembras a destiempo es decir que la semilla no se sembraba a tiempo y se dañaba provocando un daño en la economía del productor y en la tierra del cultivo.

#### **5. ¿Los precios en el mercado son estables?**

Los precios en el mercado no son estables varían según las épocas del año por las festividades existentes y por el clima, afectan al precio de tal manera que cuando existe poca venta de quintales de papas este tiende a subir y llegar a un precio de hasta 30 dólares por quintal.

#### **6. Como representante del GAD Parroquial de San Andrés ¿Qué acciones tomaría usted para apoyar la creación de un Centro de Acopio para la comercialización de papas?**

Primordialmente ayudaría con los permisos que se necesite, generaría procesos de comercialización y distribución entre productor y el centro de acopio, mejoraría la comunicación entre la parroquia y la empresa para que así el centro de acopio comience a tener publicidad, asignar recursos económicos para que el centro funcione en su totalidad y ayudar a que sea posible este proyecto dentro de la parroquia porque si existe la creación del mismo ayudaría a la economía local.

#### ***2.7.4 Diagnóstico***

Con la aplicación de los instrumentos de investigación se pudo determinar la factibilidad del presente proyecto, al mismo tiempo se pudo emparejar que la parroquia de San Andrés no existe un centro de acopio de papas y en notoria la falta del mismo enfocándose al sector productivo que eleva su precio de venta por el motivo de que existen costos adicionales al cultivo del producto lo cual eleva el precio del quintal y provocando así que los agricultores migren hacia otros lugares para poder vender al precio que ellos creen conveniente.

En el sector consumidores enfocadas a las Familias se pudo determinar que existe demanda insatisfecha debido a que no existe oferta de papas que pueda cubrir las necesidades de la población al momento de consumir y adquirir papas mediante toda la información recolectada se determina que por medio del estudio de mercado con la segmentación de los consumidores por medio de los gustos y preferencias se puede indicar y analizar que el proyecto busca cubrir la demanda insatisfecha en su cantidad posible.

Para finalizar el diagnóstico se puede decir que el proyecto en su totalidad es posible y factible de realizar adjuntando los datos como es los precios y los servicios que se ofrece en el centro de acopio tanto para ofertantes como demandantes los mismos que con el pasar del tiempo pueden tener ganancias y de igual manera se enfocan en la generación de rentabilidad del centro de acopio a una proyección de 5 años como base a evaluar el proyecto.

Mediante la entrevista realizada al presidente del GAD Parroquial de San Andrés mencionó de manera general San Andrés produce el 49,5% de papas a nivel de la cabecera parroquial el mismo que es beneficioso para el centro de acopio porque se enfoca en los quintales que el centro de acopio pueda comprar y al mismo tiempo ofertar a los posibles consumidores, dentro de este punto también se enfocó en el precio de cómo puede variar y como se puede ofertar en tiempo de crecimiento de precio por plagas o tiempos naturales.

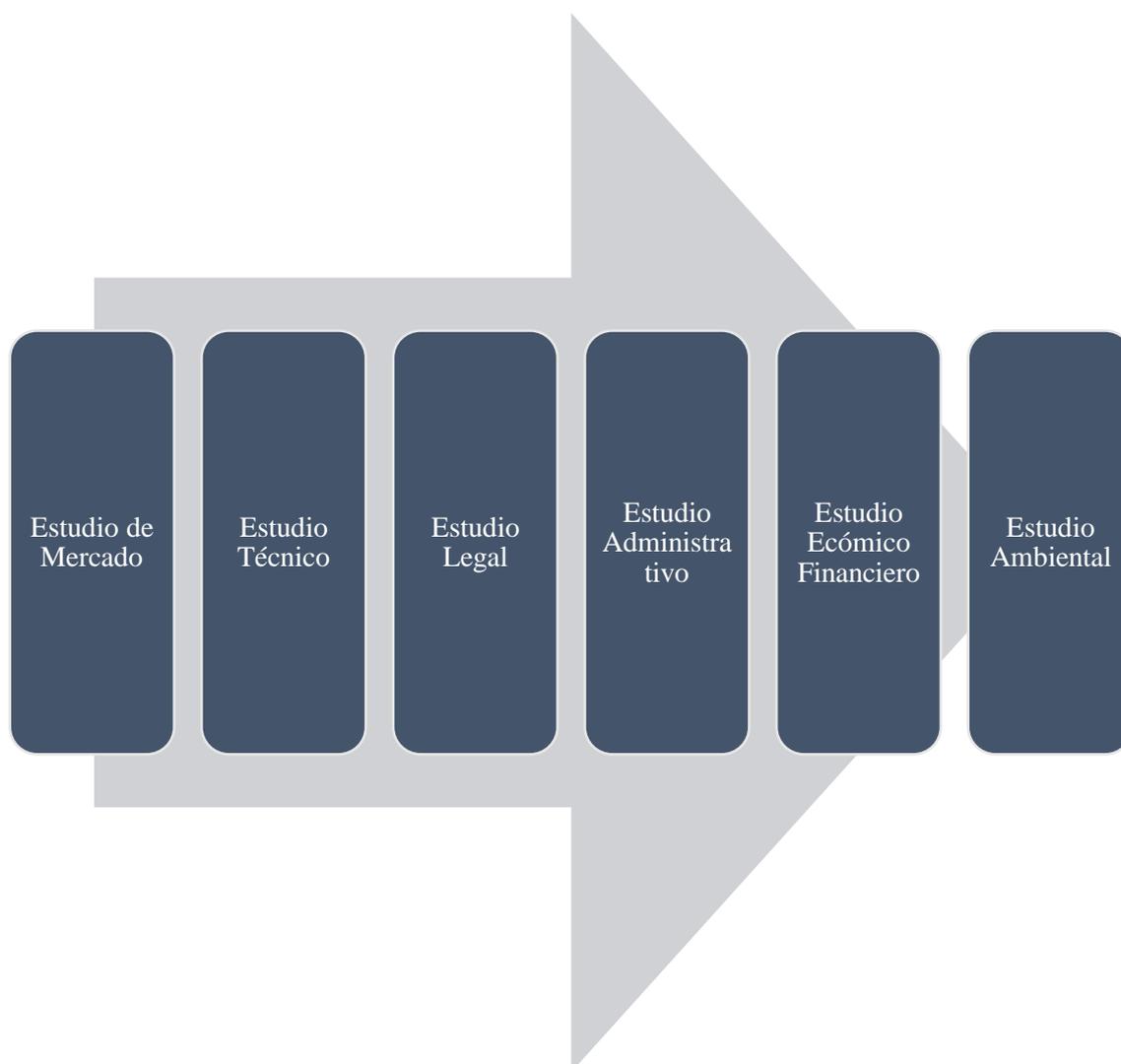
## CAPÍTULO III

### 3 MARCO PROPOSITIVO

Este capítulo se enfocará en el desarrollo del proyecto de factibilidad para contribuir con la parroquia de San Andrés.

#### 3.1. Estructura de la Propuesta

La estructura de la propuesta representa a los diferentes estudios realizados para encontrar datos específicos que permitirán analizar la factibilidad del estudio.



**Figura 1-3.** Estructura de la propuesta  
**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2021

Para los componentes a desarrollar se fusionó a 3 autores como son Méndez, Sapag y Cevallos, de estos 3 estudios y formato de desarrollo de un proyecto de factibilidad se puede determinar que existen 6 componentes los mismos que al momento de desarrollar se va extendiendo según el objetivo a estudiar cómo es: su alrededor, ubicación, desarrollo y economía, en resumido se enfoca en el cumplimiento del objetivo general.

### **3.2. Título de la Propuesta**

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE PAPAS EN LA PARROQUIA DE SAN ANDRÉS, CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

### **3.3. Objetivo de la Propuesta**

Realizar un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio y comercialización de papas en la parroquia de San Andrés, Cantón Guano, Provincia de Chimborazo que permita obtener rentabilidad.

### **3.4. Introducción**

La parroquia de San Andrés ubicada al noroeste del cantón Guano es identificada por sus lugares turísticos, gastronomía y la producción agrícola de papas en su mayoría, en la parroquia por su clima y ambiente que posee es apto para la producción de papas, así teniendo una ventaja sobre las zonas de producciones agrícolas de otros lugares fuera de la parroquia.

En cuanto a la zona enfocado a la agricultura de papa existe una gran variedad de semillas para cultivar, las cuales para el consumo de los hogares y comercialización tanto cantonal y provincial. En la parroquia de San Andrés por lo general se cuenta con 3.310 metros cuadrados de terreno ubicados en diferentes zonas de la parroquia para el cultivo de papa, por lo que genera una cosecha semestralmente de 1200 quintales de papa aproximadamente en diferentes lugares de la parroquia.

Mediante el estudio de mercado se puede determinar un análisis más claro y real sobre la oferta y la demanda en la parroquia de San Andrés en el la producción agrícola de papas, con la misma información obtenida se podrá determinar los siguiente puntos de desarrollo para el presente proyecto de factibilidad incluyendo un análisis general del estudio técnico, estudio legal, organizacional y estudio económico y financiero en apoyo del estudio ambiental estableciendo así si el proyecto es factible o no.

### 3.5. Contenido de la Propuesta

#### 3.5.1. Estudio de Mercado

##### 3.5.1.1. Análisis de la demanda

A continuación, se tomó datos recolectados en la encuesta aplicada a los posibles demandantes que en si fueron las familias de la parroquia de San Andrés los mismos que permitió identificar el consumo que tienen mensualmente y como adquieren el producto en este caso para analizar el consumo de papa, la recolección de estos datos nos favorece a la determinación de identificar si existe una demanda insatisfecha en tiempo real los mismos que enfatizar en la factibilidad del proyecto.

#### DEMANDA ACTUAL

Con la demanda actual se establece el consumo actual que tienen las familias de la parroquia de San Andrés a una escala mensual la misma que también incluyó la calidad, variedad y el nivel de preferencia que tienen los consumidores, con estos datos se puede realizar un análisis en general para poder determinar el nivel de satisfacción que buscan.

Con la pregunta 2 en la encuesta 2 nos ayudó a identificar la demanda que estará inmersa en el actual proyecto.

¿Cuál es la cantidad que usted mensualmente adquiere de papas para su familia? En libras

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
1 a 20	13	4%
20 a 40	39	12%
40 a 60	110	33%
60 a 90	53	16%
90 a 100	123	36%
<b>Total</b>	<b>338</b>	<b>100%</b>

DEMANDA				
Alternativa	Cantidad	Diaria	Mensual	Anual
10 a 20	13	0,1	1	14
20 a 40	39	0,4	7	85
40 a 60	110	1	30	360
60 a 90	53	1	22	260
90 a 100	123	3	56	670
<b>Total Muestra</b>	<b>338</b>	<b>6</b>	<b>116</b>	<b>1.389</b>
<b>Total Familias</b>	<b>3.045</b>	<b>3.506</b>	<b>70.112</b>	<b>841.342</b>

Elaborado por: Reinoso Evelyn, 2021

Se puede analizar el consumo partiendo desde las respuestas obtenidas en las encuestas las mismas que sirvieron para determinar el consumo semanal, mensual y anual de las familias se puede determinar que las 338 familias consumen anualmente 1.389 quintales de papas, al aplicar a la población objetivo de la Parroquia de San Andrés, identificada en 3.045 familias a nivel de la parroquia la cual se determina que anualmente consume 841.342 quintales de papas.

### **Proyección de la demanda en Quintales**

Con el método de la fórmula del monto se utiliza para la proyección de la demanda, Utilizando los datos de crecimiento que tiene la parroquia de San Andrés según el INEC (2021) indica que la tasa de crecimiento es de 1.56% a nivel de población en la parroquia.

### **Fórmula Utilizada**

$$Cn = Co(1 + t)^n$$

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>
<b>1</b>	854.467
<b>2</b>	867.797
<b>3</b>	881.334
<b>4</b>	895.083
<b>5</b>	909.046

**Elaborado por:** Reinoso Evelyn, 2021

### *3.5.1.2. Análisis de la Oferta*

Con el análisis de la oferta real tomando los datos de la encuesta aplicada a los productores de papa de la zona se puede identificar la oferta y los posibles competidores que existen alrededor del mismo también se puede analizar si existen costos que puedan alterar el precio del quintal en la venta así una vez analizados todos estos precios se pueda dar un precio competitivo y que sea dentro del mercado accesible para todas las familias y que los productores puedan vender.

Mediante los datos obtenidos se pudo identificar que no existe un centro de acopio y comercialización de papas dentro de la parroquia.

Para realizar el análisis de la oferta se utilizaron las preguntas 1, 5, 6 dentro de estas preguntas están las respuestas que se utilizaran como datos para lo posterior la proyección de la oferta.

### ¿Qué tipo de papa cultiva usted?

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Gabriela	27	28%
Cecilia	20	11%
Puña	5	5%
Semichola	13	10%
Chaucha	14	10%
Uvilla	9	5%
Fruit	4	27%
Otros	4	4%
No cultiva	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2021

### ¿Cuántos quintales generalmente produce usted en una cosecha?

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
1 a 10	6	6%
10 a 20	12	13%
20 a 30	19	20%
30 a 40	26	27%
40 a más	33	34%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Realizado por: Reinoso E, 2021

### ¿Cuántos quintales de papa destina para la venta?

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
1 a 10	0	0%
10 a 20	10	10%
20 a 30	5	5%
30 a 40	21	22%
40 a más	60	63%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100,00%</b>

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2021

Por medio de las preguntas se puede identificar entre la primera pregunta y quinta pregunta se puede analizar la oferta real a calcular, en la quinta pregunta se puede analizar los quintales en total que pueden cosechar como productores y posterior para poder vender a los intermediarios o por diferentes canales de distribución por estos mismo análisis también se puede identificar los productores que estarían dispuestos a entregar su producción a un centro de acopio según las necesidades de cada uno de los productores.

## Oferta actual de papas por quintales

<b>OFERTA</b>				
<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Semanal</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
<b>10</b>	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>20</b>	10,00	20,00	400,00	4.800,00
<b>30</b>	5,00	30,00	600,00	7.200,00
<b>40</b>	21,00	40,00	800,00	9.600,00
<b>50</b>	60,00	40,00	800,00	9.600,00
Total Muestra	96,00	130,00	2.600,00	31.200,00
<b>Total Agricultores</b>	<b>2.487</b>	<b>3.367</b>	<b>67.349</b>	<b>808.194</b>

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2021

Con oferta actual que producen los agricultores en papas se puede analizar que al año producen 131.200 quintales de papas de los 96 productores en la muestra y tomando como referencia los mismos datos aplicando a la población objetivo de agricultores en general los 2.487 agricultores al año pueden producir 808. 194 quintales de papas para que sean negociados y distribuidos para su venta por diferentes canales de comercialización.

## Oferta Proyectada de los quintales de papas

Mediante el método de proyección utilizando la fórmula del monto se analiza la oferta que se dará en los siguientes 5 años.

Según el Banco Central del Ecuador (2020), en el estudio y análisis realizado al sector de la agricultura de la provincia de Chimborazo parroquia de San Andrés se identificó que la tasa de crecimiento de la oferta es del 1,00% anual debido a que existe una baja poblacional en crecimiento agropecuario el cual en el año 2018 fue de 5% y decayó en 4 puntos porcentuales.

La fórmula aplicada es:

$$Cn = Co(1 + t)^n$$

### AÑOS OFERTA PROYECTADA

<b>1</b>	816.276
<b>2</b>	824.438
<b>3</b>	832.683
<b>4</b>	841.010
<b>5</b>	849.420

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2021

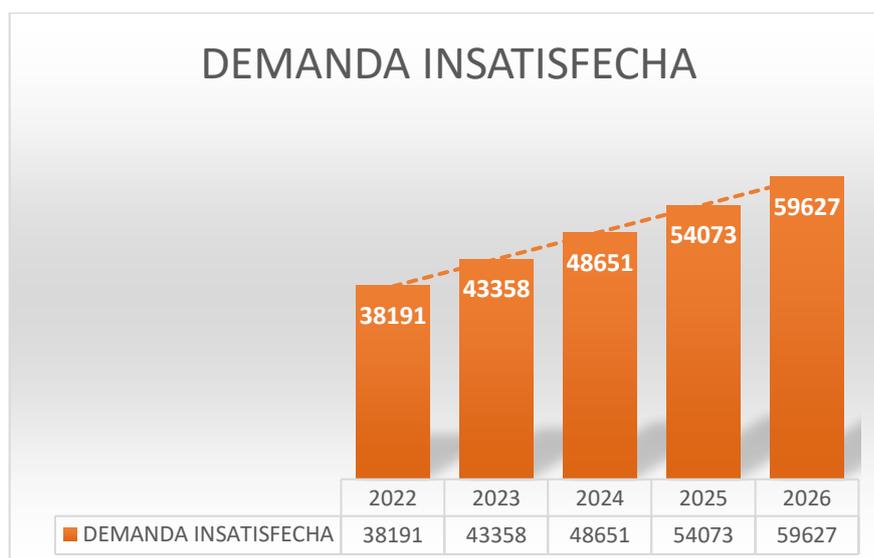
## Demanda Insatisfecha de los Quintales de papas

Se identifica como demanda insatisfecha a la falta de bienes, productos o servicios faltantes en un mercado y por ende los demandantes no pueden no pueden adquirir los mismos o no existe la suficiente oferta para la demanda proyectada.

Para tener el resultado de la demanda insatisfecha se realiza la diferencia entre la oferta proyectada actual del año base y la demanda proyectada del primer año proyectado.

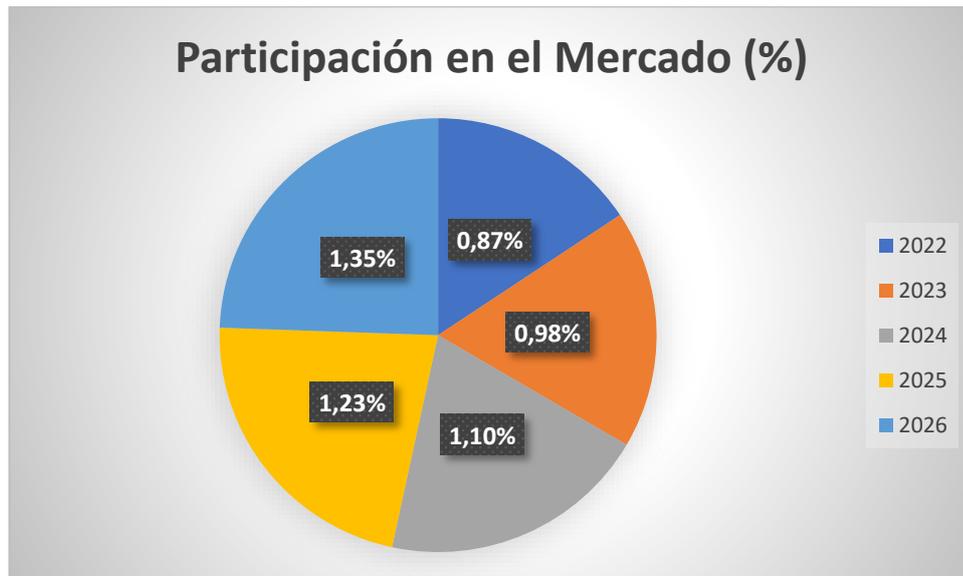
Años	Demanda Insatisfecha	Participación en el Mercado (%)
1	38191	0,87%
2	43358	0,98%
3	48651	1,10%
4	54073	1,23%
5	59627	1,35%

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2021



**Análisis:** En la gráfica se puede evidenciar que al proyectar la demanda y la oferta, en el año 2022 se puede observar que existe una demanda insatisfecha de 38.191 quintales, y para el año 2026 se analiza una demanda insatisfecha de 59.627 quintales lo mismo que nos ayuda a identificar y analizar que en la parroquia de San Andrés si se necesita un centro de acopio y por el mismo motivo el actual proyecto si es factible para poder desarrollar por el hecho de tener una demanda

insatisfecha a la cual es necesario cubrir para cumplir con todos los puntos planteados en el estudio de mercado.



Posterior al análisis de la demanda insatisfecha se puede calcular la participación en el mercado que tendrá la demanda analizada en relación a los años de proyección analizando el comportamiento de los demandantes, los porcentajes representan la participación que existirá en un mercado este se genera por medio de un total en proporción al 100% que cubriría todo el mercado dando a relación que tendrá un 6% de participación hasta el año 2026.

### 3.5.1.3. *Marketing Mix*

#### **Producto**

##### **Características del Producto**

- Se promocionará el producto en sacos los cuales son beneficiosos para el medio ambiente, los sacos tendrán las medidas de 84 centímetros de alto y 51 centímetros de ancho y de contorno 102 centímetros
- El producto se destacará por la calidad y variedad que se brindará el cual destacará por la limpieza de la papa el grosor y la madures y clases de papas que se les ofrecerá según la necesidad.
- Las papas serán previamente seleccionadas con características anteriormente mencionadas para así evitar que exista producto dañado dentro de los sacos y a su vez enviando a tiempo al mercado y comercializando dentro de la parroquia.

- El procedimiento de pre-lavado y secado se realizará con el fin de entregar un producto en buen estado en el centro de acopio evitando así que la papa tenga bacterias, insectos y plagas evitando así cualquier enfermedad adversa al tubérculo

### **Determinación del precio del producto**

Para la determinación del precio se analiza la demanda insatisfecha en conjunto con la información obtenida en la encuesta de los productores y consumidores en la pregunta 8 y 3.

Dentro de estas encuestas se pudo determinar que en su mayoría los productores vendían sus papas en el precio de 15 a 20 dólares y los consumidores de igual manera compran sus quintales de papas en el intervalo de 15 a 20 dólares y también por su época llegan a pagar por la papa gruesa de 25 dólares a más.

Determinando así un precio promedio general de todas las personas encuestadas que respondieron de:

Precio promedio:  $(5+10+15+20+25) / 5$

Precio promedio: 15

Mediante la Inflación estipulada del año 2021 se puede determinar que fue de 5% según el Banco Central dando, así como resultado la proyección

<b>Proyección según Inflación</b>		
<b>Ventas</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Ventas Anuales Totales</b>
38.191	15,75	\$601.510,94
43.358	16,54	\$717.034,53
48.651	17,36	\$844.800,09
54.073	17,36	\$938.949,47
59.627	18,23	\$1.087.146,14
<b>Realizado por:</b> Reinoso Evelyn, 2021		

Como bien se puede analizar que mediante la proyección dada a 5 años de vida del proyecto el precio del quintal finalizaría con 18, 23 dólares y dando un total de ventas anuales en el último año de 1.087.146,14 dólares por la venta de 59.627 quintales.

### **Promoción**

Mediante la publicidad en medios de comunicación se podrá llegar a los consumidores de papas, dicha información ayudará a ser impartida para poder generar inquietud y curiosidad entre los demandantes y crear el poder de adquisición para el producto. Al enfocarse en el centro de acopio “San Andrés” se indica que se dará a conocer por diferentes medios de comunicación como:

- Utilizando el medio de comunicación televisivo en los canales de la ciudad de Riobamba Ecuavisión y Canal 13 TVS, se realizará comunicados para convocar a los agricultores de la parroquia de San Andrés para que sus cosechas realizadas de papas puedan vender al Centro de Acopio, en el comunicado igualmente se describiría los beneficios y servicios que ofrecerá el mismo lugar al tomar la decisión de vender sus quintales de papas al centro de acopio.
- Por medio de las Radios locales existentes en la ciudad de Riobamba y Guano se podrá de igual manera difundir la información sobre los beneficios y que ofrece el centro de acopio tanto para ofertantes como para demandantes.
- Mediante volantes se podrá dar más información específica y escrita la cual se podrá entregar en diferentes puntos estratégicos donde exista concurrencia de personas, también por medio de diarios que circulan en el lugar se podrá también imprimir una sección sobre el centro de acopio con todas sus características y beneficios.
- Con el apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia de San Andrés se trabajará en conjunto con el MIES para generar programas donde destaquen la importancia del consumo de la papa como un carbohidrato y como una proteína dentro de una dieta saludable por sus elementos y componentes que tiene en favor de una buena alimentación adicionalmente con la entidad del GAD parroquial se realizarán reuniones en donde se podrá indicar cuales son los beneficios directos que tendrán los agricultores al vender su producción al centro de acopio.
- Se creará redes sociales incluyendo una página web del centro de acopio donde se publique la información que describa al Centro de Acopio y las promociones que puede dar incluyendo los precios.

### **Plaza**

Se puede identificar como plaza al lugar en específicos donde se puede ofertar productos en este caso es el producto principal que ofertará el centro de acopio mediante esto en canal corto de comercialización será el seleccionado.

### **Comercialización**

Mediante la comercialización se busca llegar al consumidor y hacer llegar nuestro producto por medio de todos los sentidos por ende se toma ciertas estrategias de comercialización como un diseño del empaque, salubridad al momento de llegar al consumidor.

Dentro de las estrategias o llamadas también como herramientas de comercialización se utilizará para el centro de acopio los cuales son:

- Diseño de un logotipo que identifique al centro de acopio.
- Presentación adecuada en los sacos de yute con el logotipo del centro de acopio incluyendo el código de sanidad para dar seguridad al producto.
- Precio adecuado
- Generar medidas de promoción e identificar cuáles serán los canales de distribución del producto.

### **Beneficios de la comercialización**

- Incursión en el mercado como único dueño
- Mejorar la calidad de vida de los productores y familias
- Selección estricta de productos buenos para poder incursionar en el mercado
- Manejo de precios de acuerdo al comportamiento del mercado y temporadas.

### **Distribución**

Al analizar el presente punto de distribución se puede identificar que al hablar de canales de distribución se enfoca en los intermediarios existentes es decir que desde el productor pasa por varios grupos de personas denominados mayoristas, intermediarios los cuales pueden alterar el precio final dependiendo los costos existentes e involucrado en la acción de distribución.

Para el presente proyecto se enfocará en la distribución de forma directa para poder llegar a los consumidores de manera directa sin intermediarios y acoplándonos a la inestabilidad de precios en mercado.

En la Parroquia de San Andrés se aplicará el siguiente canal de distribución para las papas el cual se indica en el siguiente cuadro.



**Figura 2-3.** Canal de distribución  
Elaborado por: Reinoso Evelyn, 2021

### Logotipo



**Figura 3-3.** Logo  
Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

El logotipo del Centro de Acopio hace referencia a los agricultores de la Parroquia de San Andrés, por ende, la figura en honor a todos. En el mismo se puede apreciar otros elementos que lo componen como son;

### Nombre

Centro de Acopio “San Andrés” se denomina así por el lugar donde se encuentra situada la empresa que desarrollará las actividades de comercialización de papas.

## **Color**

El color café claro representa al color de la papa limpia, en mención al proceso de limpiado, lavado y secado para dar a los clientes un producto de calidad y variedad.

## **Figura**

El agricultor tiene el significado de una persona trabajadora la cual realiza esta actividad para llevar un sustento a su casa lo realiza con empeño, amor y dedicación para que su producción sea la mejor posible.

## **Papa**

Tiene el significado del producto indicado en el centro de acopio el cual representa el más importante en producción dentro de la parroquia.

## **Carretilla**

Medio de movilidad en donde transportan las papas en medio de la cosecha de las papas previo al ensaque para su venta.

### **3.5.2. Estudio Técnico**

#### **3.5.2.1. Determinación del tamaño del proyecto**

En el tamaño de proyecto indica a la capacidad instalada es decir el total que va a poseer el centro de acopio en el lapso de un tiempo tomándolo como diario, semanal, mensual, semestral, quincenal, bimestral y anual.

#### **Tamaño del Proyecto**

<b>Capacidad de Producción</b>	<b>Unidad Diaria</b>	<b>Unidad Mensual</b>	<b>Unidad Anual</b>
Quintales de papas	168	3367	40410

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2022

#### **3.5.2.2. Localización del proyecto**

El proyecto se encontrará ubicado en el lugar cercano a la producción agrícola de papas donde se detallará un estudio macro y de micro localización para dar con punto exacto.

### 3.5.2.3. Macro Localización

Se toma a consideración el país de Ecuador, región sierra, Provincia de Chimborazo, Cantón Guano, Parroquia de San Andrés.



**Figura 4-3.** Ubicación  
Fuente: Google.com

### **Factores Generales que más influyen en la Macro localización**

#### **Materia Prima disponible en el lugar**

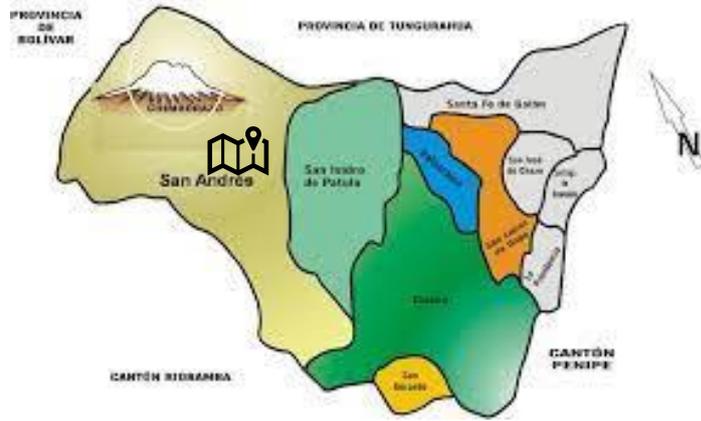
La facilidad de tener el producto principal al alcance y tener de forma cercana a los productores de la papa lo cual es favorable para poder facilitar de manera más fácil al centro de acopio.

#### **Análisis del Costo de Movilidad (Transporte)**

Al analizar el costo de transporte el cual es un punto determinante considerado como un costo adicional el cual representa que por cada bulto el camión cobra 1 dólar o a su vez la carrera cuesta del bulto que contiene 20 sacos de papas tiene el costo de 5 dólares y adicionalmente la carreta en el mercado cobra 0,50 por la movilización de cada uno de los sacos.

### 3.5.2.4. Micro localización

Para detallar la Micro localización se identifica con la dirección exacta que, en la Provincia de Chimborazo, Cantón Guano, Parroquia de San Andrés, junto al estadio parroquial y frente al cementerio.



**Figura 5-3.** Micro localización  
**Fuente:** GAD Municipal de Guano



**Fuente:** Google Maps

La ubicación del centro de acopio es a la entrada de la parroquia de San Andrés por el norte del lugar con accesibilidad de la carretera principal la panamericana y la calle Cesar Naveda la principal de la parroquia así dando facilidad de transporte en mismo que favorece para transportar el producto y se encuentra a 5 minutos de los cultivos de los productores el terreno tiene una medida de 900 metros cuadrados cuenta con todos los servicios básicos y accesibilidad.

### **Factores que influyen en la Micro Localización**

#### **Movilidad en Transporte**

Se tendrá la presencia de un camión el mismo que servirá como medio de transporte del producto desde los agricultores al centro de acopio para ser ofrecidos a los posibles consumidores de la parroquia de San Andrés.

#### **Disponibilidad de Mano de Obra**

La mano de obra será considerada de los habitantes de la parroquia ya que el centro de acopio funcionará en la parroquia mismo donde se contará con mayor facilidad de trabajadores y así generando fuentes de empleo en las diferentes áreas estipuladas.

### **Contaminación Ambiental**

En el centro de acopio no existirá un proceso de transformación de la materia prima por ende no se generará contaminación ambiental.

### **Comportamiento de la Parroquia**

La parroquia de San Andrés se ha caracterizado por ser una población unida y que apoya, los emprendimientos para poder generar economía y más que todo que se acople a las necesidades que presente la sociedad del lugar por ende existirá el apoyo de la población aplicando la bondad y todos los buenos valores y costumbres que se practican en el mismo.

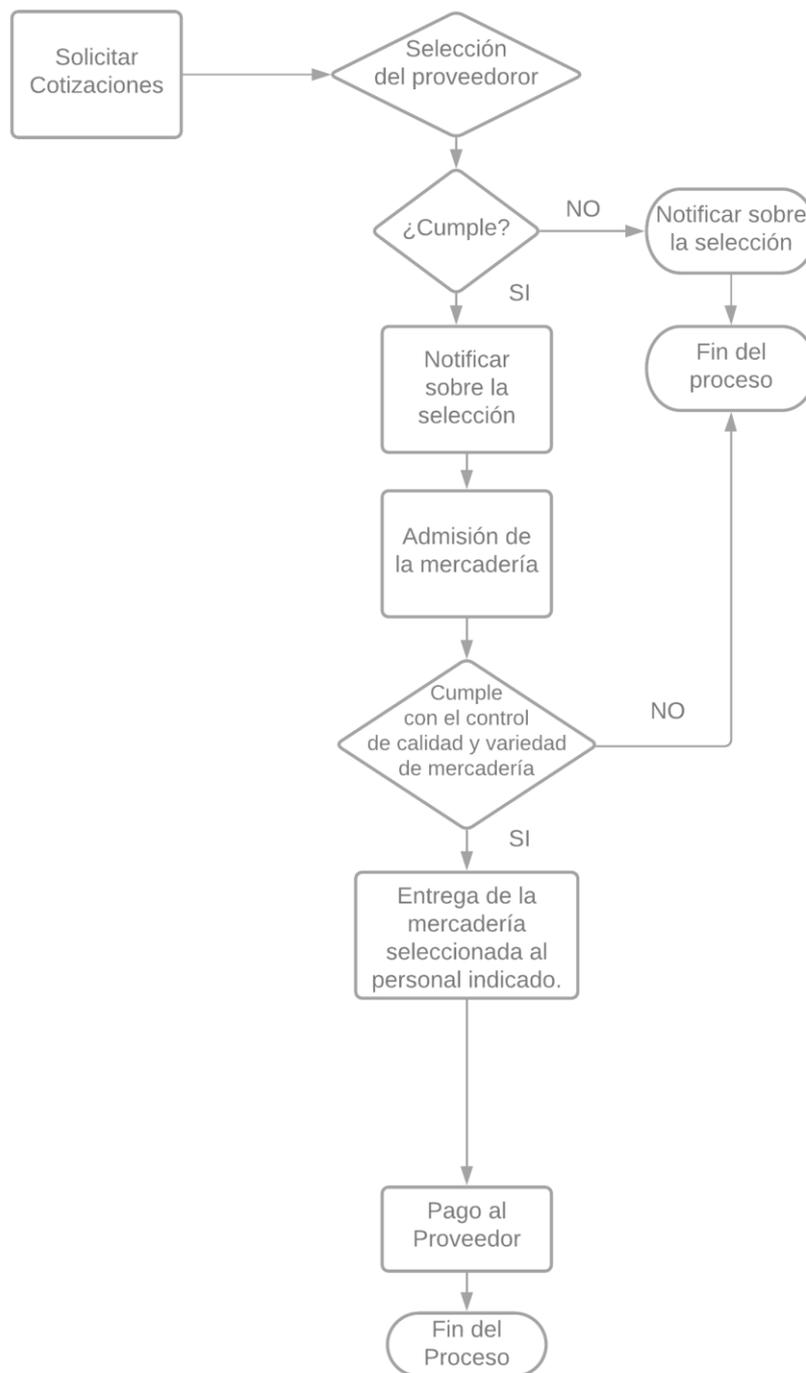
### **Competencia**

Al analizar este componente se puede identificar que no existe competencia en la parroquia, se puede decir que la empresa sería la única en el sector en incursionar, pero si se puede encontrar competencia en la provincia y ciudades cercanas como en los mercados mayoristas, supermercados y otras tiendas minoristas.

#### *3.5.2.5. Ingeniería del proyecto*

### **Procesos**

### **Flujograma de Compra de la Materia Prima**



**Fuente:** Lucidchart

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2022

### **Descripción de cada uno de los procesos involucrados en la compra de los quintales de papa**

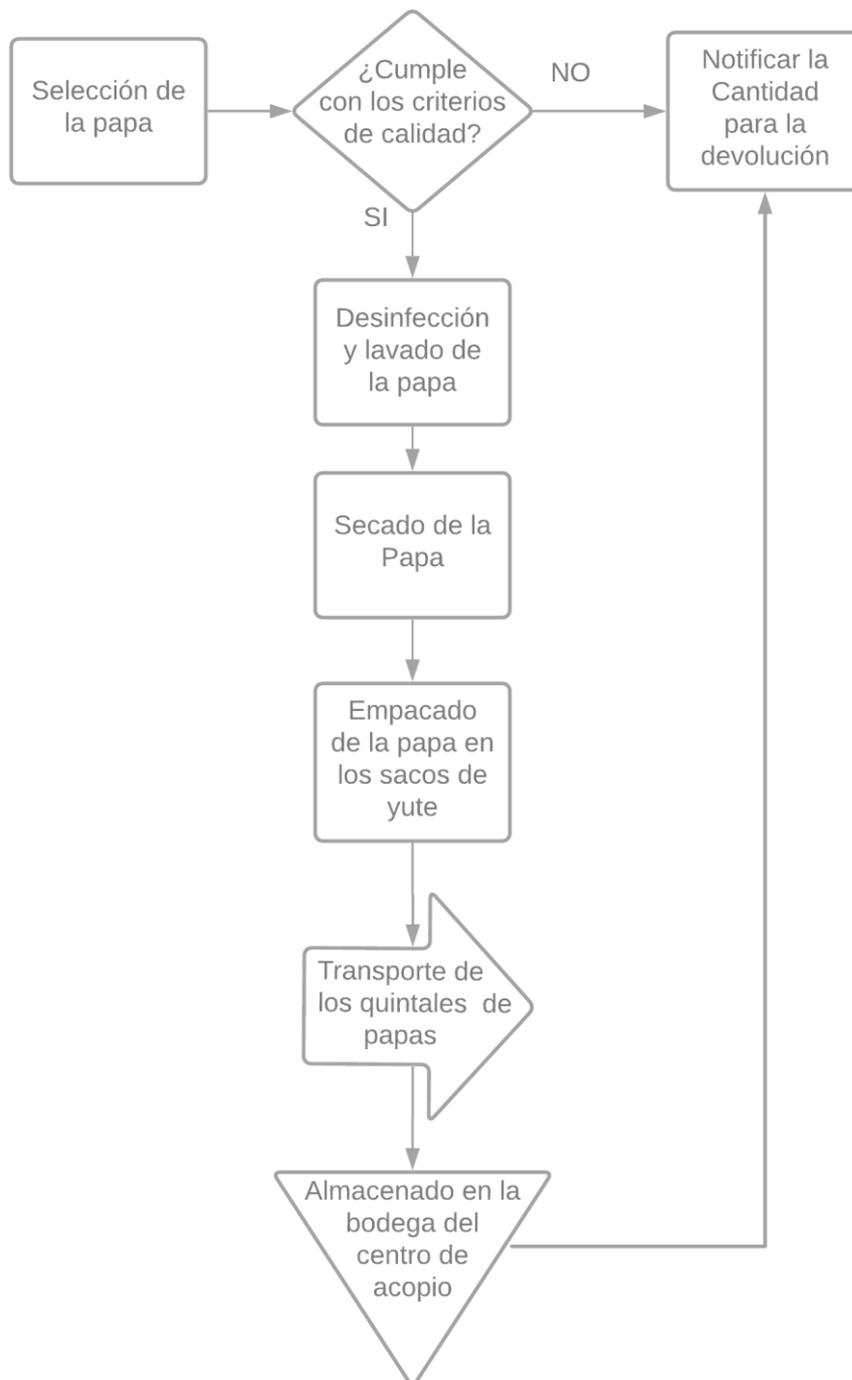
A continuación, mediante se dará detalles de cada uno de los procesos que están inmersos en la compra del quintal de papas incluyendo el tiempo que se emplearía en cada proceso.

<b>Proceso</b>	<b>Nombre del Proceso</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tiempo</b>
<b>Proceso A</b>	Solicitar Cotizaciones	Es la acción de pedir precios de los bultos de papas los cuales contiene 20 sacos (Quintales)	2 minutos
<b>Proceso B</b>	Seleccionar proveedor	En la selección se escoge de las cotizaciones al proveedor que nos ofrezca mejor precio calidad y variedad del producto.	1 minuto
<b>Proceso C</b>	Recepción y control de mercadería	Mediante medidas el centro de acopio recibe la mercadería comprobando que sea la solicitada.	4 minutos
<b>Proceso D</b>	Entregar mercadería al personal	Con la revisión ejecutada a los quintales de papas se pueden se encarga al personal de su revisión interna y posterior procedimiento de ensacado.	0,3 minuto
<b>Proceso E</b>	Pago a proveedores	Se cancela el dinero acordado por la mercadería entregada.	3 minutos
<b>Proceso F</b>	Almacenamiento	Se guarda las papas en un lugar adecuado.	3 minutos
<b>Tiempo de Compra</b>	13,30 minutos		

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

De manera general el proceso de compra en sus 6 pasos tomara un tiempo estimado de 13,30 minutos en la compra de los quintales de papa según el proveedor al que se le escoja para comprar su cosecha.

### **Flujograma del manejo de las papas dentro del Centro de Acopio**



Fuente: Lucidchart

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

### Descripción de cada uno de los procesos involucrados en el procedimiento interno del centro de acopio de las papas

Dentro del Centro de Acopio se encuentran procesos y lineamientos a cumplir los cuales se detallarán en 6 procesos para entregar un producto en buen estado.

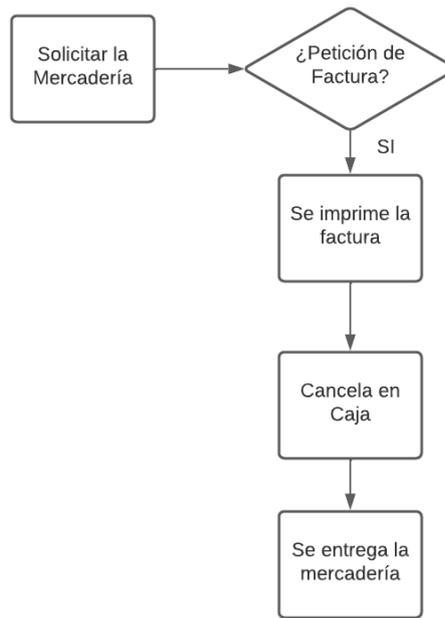
<b>Proceso</b>	<b>Nombre del Proceso</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tiempo</b>
<b>Proceso A</b>	Selección de la papa	Un grupo de personas especializadas se encargan de la intervención del producto es decir controlar la calidad, variedad y buen estado del mismo.	3 minutos
<b>Proceso B</b>	Desinfección y lavado de la papa	Es el lavado de la papa y al mismo tiempo que evite los insectos en el mismo al mismo tiempo evitar que le producto se presente con tierra.	2 minuto
<b>Proceso C</b>	Secado de la papa	Por medio del secado se realizará el cual será manual o en máquina para prevenir que quede residuos de agua que afecten al final al producto.	4 minutos
<b>Proceso D</b>	Empacado de la papa en los sacos de yute	Se enfoca en ensacar las papas en el quintal el cual y asegurar de tal manera que no exista problemas en seguridad	5 minuto
<b>Proceso E</b>	Transporte de los quintales de papas	Se encarga de movilizar la mercadería al almacenamiento.	1 minutos
<b>Proceso F</b>	Almacenamiento en la bodega	Se guarda las papas en un lugar adecuado en el centro de acopio.	3 minutos
<b>Tiempo de Compra</b>	18 minutos		

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2022

El manejo interno del centro de acopio se puede identificar que se necesitara de 18 minutos para adecuar el producto desde sus ingresos al centro de acopio hasta su almacenamiento listo previo para la venta.

### **Diagrama de procesos de la venta de los quintales de papas**

Fuente: Lucidchart



Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

Proceso	Nombre del Proceso	Descripción	Tiempo
<b>Proceso A</b>	Solicitar la Mercadería	La persona se denomina cliente ingresa al centro de acopio a solicitar el producto en la cantidad que necesita.	2 minuto
<b>Proceso B</b>	Realizar el pago	Al realizar el pago en caja se da diferentes opciones de pago los mismos que son cancelados por la obtención de la mercadería.	1 minuto
<b>Proceso C</b>	Transporte	Existe la acción de entrega desde el centro de acopio hasta el lugar	1 minuto

		que solicita la entrega el cliente.	
<b>Proceso D</b>	Entrega de la mercadería	Distribución del producto.	1 minuto
<b>Tiempo de Venta</b>			5 minutos

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2022

Al final del proceso general interno se puede analizar que para poder entregar el producto final se necesitará 5 minutos finales para su despacho final.

### **Maquinaria y Equipo**

Por medio de la maquinaria y equipo que se utilice en el centro de acopio hará más fácil el proceso de adaptación y optimización de tiempo para poder atender a los clientes con un mejor producto con características de sanidad, calidad y variedad dentro del mismo.

- **Cinta de Transporte móvil de carga pesada y descarga de Camiones**

La cinta transportadora modelo DY650 es una maquinaria pesada la cual sirve para el embarque y desembarque de carga pesada por eso se escoge este modelo para los quintales de papas y así optimizar tiempo y generar más rapidez en los procesos.



**Figura 6-3.** Cinta de transporte  
Fuente: Google

- **Mesa de selección a motor**

La mesa escogida es para ayudar a la selección de las papas la cual tiene una medición de largo de 4.5 metros por 1.5 metros de ancho el cual contiene 2 motores de función.



**Figura 7-3.** Mesa de selección a motor  
Fuente: Google

- **Balanza digital**

Mediante la Balanza digital o electrónica se podrá pesar de manera correcta el producto para ensacar en los quintales de papas con la medida y peso correcto.



**Figura 8-3.** Balanza digital  
Fuente: Google

- **Máquina de coser sacos**

Al escoger la maquina de coser modelo Box 1 beneficiara al momento de coser los sacos los cuales deberan ser sellados de manera segura para el cliente.



**Figura 9-3.** Máquina de coser  
Fuente: Google

- **Carretilla Hidráulica**

La carretilla será de ayuda al momento de transportar los quintales de papas hacia el almacenamiento o al lugar escogido por los clientes luego de la compra.



**Figura 10-3.** Carretilla Hidráulica  
Fuente: Google

- **Perchas Bilaterales**

Las perchas serán de 3 metros de altura y de 6 metros de ancho para colocar los quintales de papas para la exhibición de la variedad de papas que se ofrecerá.



**Figura 11-3.** Perchas Bilaterales  
Fuente: Google

- **Sacos de Yute**

Los sacos de yute son beneficiosos para el medio ambiente, los sacos tendrán las medidas de 84 centímetros de alto y 51 centímetros de ancho y de contorno 102 centímetros



**Figura 12-3.** Sacos de yute  
Fuente: Google

### **Infraestructura Física**

El Centro de Acopio “San Andrés” ubicado en la parroquia con el mismo nombre tendrá apoyo del Gad parroquial para la adquisición del terreno en donde será considerado la superficie para construcción del mismo.

La infraestructura tendrá un total de área de 636 metros cuadrados los cuales se compondrán en 9 áreas donde se encontrará distribuida la planta.

Dentro de este se construirá y se adecuará el lugar para que quede acorde para el funcionamiento del centro de acopio durante los 5 años de proyección de funcionamiento.

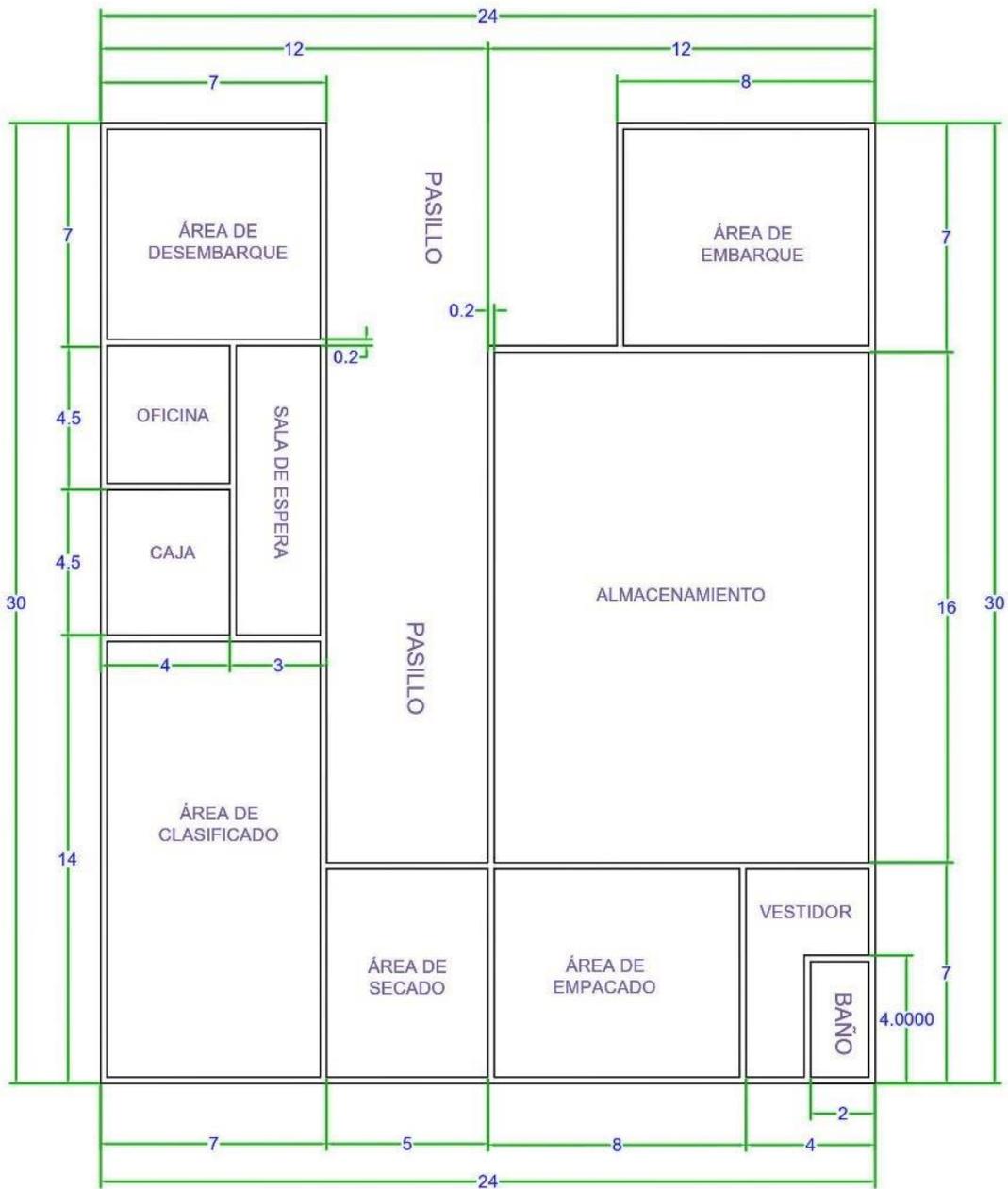
### **Diseño de las Instalaciones**

En la planta diseñada se observa la correcta distribución de las diferentes áreas que conformara el centro de acopio así mismo como es la organización dentro del mismo el cual constara de una adecuada división siguiente manera:

<b>Detalle</b>	<b>N° de Unidades</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Área cuadrada</b>
Estacionamiento	1	18 m*7m	133m <sup>2</sup>
Almacenamiento	1	13,5m*12,49m	168,6 m <sup>2</sup>
Baño-Vestidor	1	4m*4m	16 m <sup>2</sup>
Área de empacado	1	8,50m*4,4m	37,4 m <sup>2</sup>
Área de lavado y secado	1	6m*4m	24 m <sup>2</sup>
Área de clasificación	1	12,50m*7m	87 m <sup>2</sup>
Oficinas - Sala de espera	1	6m*7m	42 m <sup>2</sup>
Área de desembarque	1	7m*8m	56 m <sup>2</sup>
Área de embarque	1	9m*8m	72 m <sup>2</sup>
<b>Total, de Áreas de Infraestructura Física</b>	<b>9</b>		<b>636m<sup>2</sup></b>

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

### **Infraestructura del Centro de Acopio**



**Figura 13-3.** Infraestructura

Fuente: Autodesk Auto CAD LT 2022

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

### Presupuesto Técnico

Al estructurar un presupuesto de inversión fija la misma que estará compuesta por activos fijos y activos diferidos y la constitución del capital de trabajo.

### Inversión Fija

Con la adquisición de activos fijos se llevará a cabo el registro de un valor de adquisición con la vida de útil mayo a la de un año, dentro de este se detallará aspectos que se anexan.

## **Terreno**

El terreno será facilitado por el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de San Andrés donde se evalúa que el precio del metro cuadrado según las evaluaciones catastrales del GAD se da el valor de 65 dólares por metro cuadro por ser un lugar estratégico y con vías accesibles este precio equivale a \$ 41.345 dólares por los 636 metros que se asignó.

## **Edificio**

Con la información obtenida de la Cámara de Comercio de Construcción del Ecuador en la provincia de Chimborazo se indica que la construcción del metro cuadrado tiene un precio de 365 dólares al relacionarlo con nuestra infraestructura de 636 metros cuadros excluyendo la parte del parqueadero que será de 133 metros cuadrados dándonos así una superficie de construcción de 503 metros cuadrados el cual se estima un valor de \$ 183.595 dólares por construcción del edificio.

## **CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN**

### **Capacidad Instalada**

En el almacenamiento, existe un área de 13,5m \* 12,49m, mediante el estudio de maquinaria y equipo que necesita el centro de acopio se indica que tiene una capacidad de instalación de 234 perchas cada una de ellas tiene una medida de 3 metros de altura y de 6 metros de ancho la cual cuenta con 3 niveles el cual tendrá espaciados de 1metro para poder colocar los sacos de papas llenos.

Dentro del espacio para moverse se toma encuentra la distancia entre perchas para poder mover la carretilla hidráulica el espacio tomado a consideración es de 1,5 metros a los lados de las perchas y de 1 metro para así agilizar la movilidad.

En el análisis se encuentra con una capacidad de almacenamiento de 3 quintales por cada nivel de las perchas, lo cual indica que en el total de quintales que posarían en la percha es de 9 dando una capacidad de almacenamiento de 2.106 quintales.

Lo cual mediante el análisis del comportamiento de las familias se maneja 2.000 quintales mensuales lo cual se cuenta para el almacenamiento también.

Para un adecuado manejo del transporte se tomó las precauciones, como una ubicación correcta del desembarque y embarque para que el transporte no tenga problemas en lo posterior dentro del centro de acopio y así la mercadería entre y salga con los debidos permisos, seguridad y calidad.

### 3.5.3. Estudio Legal

En el estudio legal interviene todo lo referenciado a la constitución legal de la empresa según los reglamentos y estatutos que rigen dentro del Ecuador el mismo que se utiliza para ser considerado como una empresa legalmente constituida pudiendo ser una empresa manejada por una persona natural o jurídica según como se seleccione la actividad económica.

#### 3.5.3.1. Ubicación

<b>DATOS</b>	<b>LUGAR</b>
<b>REGIÓN</b>	Sierra
<b>PROVINCIA</b>	Chimborazo
<b>CANTÓN</b>	Guano
<b>PARROQUIA</b>	San Andrés

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2022

La parroquia de San Andrés contara con un Centro de Acopio llamado “San Andrés” el mismo que tendrá el fin de comprar a productores directamente el producto es decir los quintales de papas y luego de la acción proceder a vender en el centro de acopio generando así un canal de comercialización porque los posibles demandantes que conforman las familias de la parroquia acudirían a comprar ahí y porque no también proyectarse a más señalando que las personas de las afueras de la parroquia acudan a comprar incluyendo mercados grandes, tiendas, restaurantes los cuales se verán favorecidos con esta empresa ubicada en la parroquia.

#### 3.5.3.2. Base legal

La base legal parte desde los trámites que se deben realizar en las diferentes instituciones que autoriza el estado para que una empresa pueda constituirse legalmente a continuación se detallará los pasos a seguir en cada una de las instituciones:

**Tabla 1-3:** Base legal

<b>DOCUMENTOS</b>	<b>INSTITUCIÓN AUTORIZADA</b>
<b>CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA ANÓNIMA</b>	
Superintendencias de Compañía	Presentación de un listado de posibles nombres tentativos para la autenticación de la Empresa.

Asesoría Legal- Notaria Pública	Se desarrolla una minuta del presente proyecto el cual es redactado con ayuda de un profesional en el área y en el mismo documento constara de todos los reglamentos y estatutos dentro de la empresa que se desarrollara.
Departamento de Compañías	Aceptación y Aprobación de los Reglamentos y Estatutos
Cooperativa de Ahorro y Crédito Riobamba Ltda.	Comienzo de la cuenta de composición de capital de la empresa.
Notaria Segunda del Cantón Riobamba	Con la aceptación y aprobación de los estatutos y reglas se convierte en una escritura pública por medio del informe del departamento de la compañía y así se constituye legalmente.
Superintendencia de Compañías	Luego de tener la escritura pública se ingresa a la compañía a la institución mencionada para a lo posterior ser aprobada.
Diario Los Andes	Designar una parte de la escritura para ser publicado por el medio de comunicación impreso entregado por parte de la Superintendencia de Compañías.
Registro Mercantil	Inscripción Constitucional de la escritura de la empresa.

Servicio de Rentas Internas	Posterior a los pasos mencionados se acerca al Servicio de Rentas Internas (SRI) a solicitar el Registro Único de Contribuyentes (RUC)
Notaria Segunda de la Ciudad de Riobamba	Designación de Administradores.
Registro Mercantil	Detallar los datos e Inscribir las Designaciones
Superintendencia de Compañías	Se Adjunta la copia que certifique la constitución establecida en el paso anterior del Registro Mercantil con los nombres que estén correctamente digitalizados y así poder ingresar a la Superintendencia de Compañías para su registro en el Departamento de Sociedades.
Superintendencia de Compañías	Obtención del certificado que entrega la Superintendencia de Compañías para aperturar la cuenta corriente a nombre de la empresa.
Ministerio de Ambiente	Reconocimiento de la empresa según el giro que se declaró.
Notario de la ciudad de Riobamba	Legalización del Terreno adquirido
Gobierno Autónomo Descentralizado Del Cantón Guano.	Obtención de la Patente Municipal
Cuerpo de Bomberos del cantón Guano	Generar permisos de funcionamiento por parte del Cuerpo de Bomberos

Dirección Provincial del Ministerio de Salud	Permiso Sanitario asegurando la salubridad en la empresa.
Ministerio de Ambiente	Aprobación de los procesos por parte de la Subsecretaría de Calidad Ambiental.

**Fuente:** Investigación de Campo y Documental

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2022

Según los precios estimados para la constitución bajo la base legal, la apertura del centro de Acopio deberá contar con un presupuesto de \$ 1.875,00 a continuación, se detallan los siguientes rubros:

**Tabla 2-3:** Presupuesto - Estudio legal

Detalle	Valor
Patentes	85,00
Servicio-Permiso Bomberos	60,00
Permisos de Medio Ambiente	500,00
Permisos del Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca.	50,00
Escrituras Públicas	830,00
Publicidad	350,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.875,00</b>

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2022

### 3.5.3.3. Estatutos

Los estatutos sociales es el pacto donde se agrupan todas los derechos y obligaciones de los socios, así como las normas que rigen la sociedad. Este documento debe estar redactado por un abogado y es un paso inicial para la constitución de la sociedad y deben estar en la escritura de constitución.

Al ser un acuerdo realizado entre los propios socios, los estatutos tienen validez tanto para los socios presentes como para los que pudieran unirse a la sociedad en un futuro. Por este motivo también es necesario que los estatutos cumplan los requisitos exigidos por la ley, y que pueden variar dependiendo del tipo de sociedad. Pero existen los siguientes requisitos generales que toda sociedad debe especificar.

#### **Los nombres, nacionalidad y domicilio de los socios.**

En este caso se omitirá por efectuarse la exposición previa a la realización del proyecto. Sin embargo, la representante legal será: Evelyn Reinoso

#### **El objeto de la sociedad y su razón social**

Comercializadora de productos agrícolas

#### **El importe del capital social inicial aportado por los socios.**

n° accionistas	50	100%
valor de cada acción	\$9,786.73	100%

#### **El domicilio de la sociedad anónima**

San Andrés

#### **La duración de la sociedad anónima**

5 años

#### **La forma de administración de la sociedad anónima**

- Junta de Socios
- Presidente
- Gerente / Representante Legal

#### **La distribución de las utilidades y pérdidas entre los socios.**

Según el número de acciones

#### **Políticas de Dividendos**

Los dividendos se han convertido en una fuente de información sumamente valiosa para los inversionistas, en indicativos de rentabilidad de la empresa y a su vez dan la garantía de la confianza que tiene el consejo administrativo sobre el futuro que ha de tener la sociedad.

Los dividendos se considerarán una vez exista la utilidad positiva luego del deducible del 25% de impuesto a la renta.

El valor por considerado a utilidades retenidas (dividendos) será del 65%.

#### **El fondo de reserva establecido.**

Las bases para poder realizar la liquidación de la sociedad, en caso de que quiera disolver.

1. Elaboración del balance de liquidación.
2. Acuerdo de disolución, con el reparto del patrimonio entre los socios.
3. Elevación a público del acuerdo ante notario.
4. Presentación de la escritura de disolución y liquidación en el registro mercantil.

#### **Fecha de inicio de la actividad de la sociedad.**

Marzo 2022.

#### **3.5.4. Estudio Administrativo**

En el estudio Administrativo se establece la normativa interna partiendo de la organización de la empresa, es decir, los puestos jerárquicos en el nivel establecido según la necesidad que tiene la empresa también se enfocan en su misión y visión la cual da un enfoque al futuro para que la empresa pueda cumplir el objetivo general.

##### **3.5.4.1. Descripción de la empresa**

Centro de Acopio San Andrés se identifica como una micro empresa que se dedica a la venta y comercialización de quintales de papas al por mayor y menor con la finalidad de que los agricultores reciban el precio justo y generar ganancia en la venta del producto, se desarrolla este procedimiento sin la ayuda de muchos intermediarios, es por eso que nuestro centro de acopio será comunitario y unificado a la vez.

#### 3.5.4.2. Misión

##### MISIÓN

Vender y Comercializar quintales de papas promoviendo el desarrollo económico y social de la localidad por medio del planteamiento de estrategias comerciales y de mercado generando así el servicio de calidad y con un precio justo con la finalidad de cubrir la necesidad y satisfacer al cliente, con la participación de personal capacitado, tecnología innovadora y sistemas organizados administrativos empresariales, logrando así el propósito del objetivo general de la empresa.

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2022

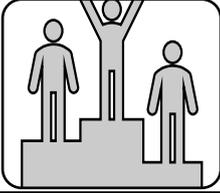
#### 3.5.4.3. Visión

##### MISIÓN

Para el 2026 ser una empresa líder en la venta y comercialización de los quintales de papas en la Parroquia de San Andrés, promocionando y ofreciendo productos de calidad y así tener un alto reconocimiento por medio de la innovación tecnológica que se aplica para tener un producto exclusivo acorde a las necesidades de los demandantes, incluyendo las exportaciones a otros países para lograr un reconocimiento en mercados abiertos a nivel mundial así ganando el reconocimiento de la solvencia en la comercialización de papas en la Parroquia de San Andrés.

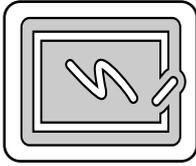
**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2022

#### 3.5.4.4. Valores Institucionales



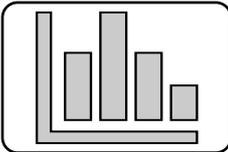
### **LIBERTAD**

- El centro de acopio tiene autonomía en sus procesos administrativos y de selección para poder de tal manera servir a los cliente con eficiencia y calidad sin afectar a otras empresas.



### **LEALTAD**

- Existe principios de respeto, confidencialidad y fidelidad en favor a los clientes y agricultores que entreguen los productos al centro de acopio todo esto se llevara a cabo en el margen de la ley.



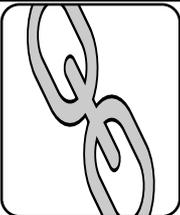
### **LIDERAZGO**

- Ser una empresa líder donde motivar es la principal característica para que la empresa fluya a favor de los clientes y productores mediante la conducción de los objetivos estratégicos.



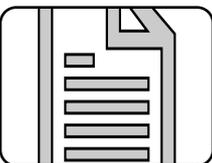
### **RESPECTO**

- Incluir la equidad en el centro de acopio partiendo desde la equidad de género hasta la equidad de los clientes que acuden al servicio, generando una sociedad de colaboración y más humana.



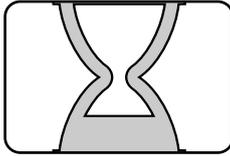
### **HONESTIDAD**

- El centro de acopio tiene Ética partiendo desde la sinceridad del producto que ofrece hasta los servicios que brinda a favor de la comunidad incluyendo el pudor de lo que realiza con la decencia que se caracteriza cada uno de los trabajadores y agricultores.



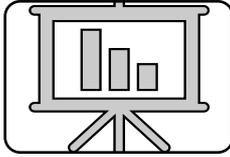
### **EXELENIA**

- Se promociona la eficiencia y eficacia al ofrecer el producto en el centro de acopio el cual por medio de la presentación da a notar el buen trabajo realizado con la papa al desinfectarlo y ensacar en las lonas de yute.



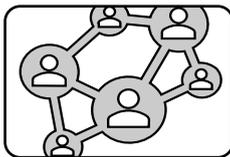
### **PUNTUALIDAD**

- Se genera el debido cuidado para recepcionar los pedidos de la mercadería y al mismo tiempo entregarlos con las características de calidad y variedad según las necesidades.



### **RESPONSABILIDAD**

- Es la acción de ejecutar la palabra y tomar a consideración la acción y la reacción de una decisión.



### **PLURALISMO**

- Por medio de la inclusión social se busca fortalecer lasos de culturas lenguas y tradiciones los mismos que caracterizaran al centro de acopio por la equidad de las sociedades existentes.

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2022

#### *3.5.4.5. Políticas*

El presente “Centro de Acopio San Andrés” estipulará las políticas establecidas a cumplir:

- Al momento de comprar la mercadería escogida inmediatamente se procederá con el pago al proveedor es decir a los agricultores.
- Entregará la mercadería en buen estado. calidad y variedad a los clientes.
- El centro de acopio trabajará principalmente con valores de responsabilidad, puntualidad y respeto
- Se creará un buen ambiente de trabajo incluyendo todas las áreas que pertenecen al centro de acopio para maximizar la empresa a diario.
- Practicará el respeto entre empleados y clientes brindando seguridad al momento de atender y ser atendidos.
- Instrucción al personal por medio de capacitaciones cuando lo amerite.
- Mantener el centro de acopio como una empresa de ejemplo en salubridad mediante la limpieza a diaria de las instalaciones.
- Se cancelará el precio justo acordado a los proveedores de la mercadería d ellos quintales de papa.

### 3.5.4.6. Reglamentos

Con respecto al Centro de Acopio acogerá reglamentos que deberán ser cumplidos en su totalidad para un buen funcionamiento del mismo:

- Existirá hora de ingreso y de salida con unas dos horas intermedias para el receso esto aplica para todo el personal, el horario es de 7:00 am a 12 pm y el receso de 12pm a 14 pm, sus reingresos son en horario de 14pm a 5pm.
- Se laborará en los días establecidos de Martes a Sábado.
- El personal se encontrará obligado a informar sobre su falta e inasistencia al trabajo y se justificará con la debida evidencia sea por enfermedad con su respectivo certificado médico o calamidad domestica con su respectiva evidencia esto se aplica para analizar la veracidad de la falta y justificarla.
- Las solicitudes de permiso por parte de los funcionarios, se aceptará mediante oficio, pero si no es solicitado de la manera escrita no se le otorgará dicho permiso, el personal no deberá pagar este trámite.
- El pago por los servicios prestados en el centro de acopio por parte del personal será remunerado de forma directa a cada uno de los trabajadores como se menciona en el Código de trabajo Art. 86, esto se diferenciará por lo estipulado en el contrato de trabajo realizado a pie y letra como dice el contrato.
- Existirá trabajo honesto y con honrado con la característica de la eficiencia y eficacia que se destaca cada una de las áreas pertenecientes al centro de acopio.
- Al existir algún accidente en la labor encomendada a uno de los trabajadores el mismo debe comunicar de manera rápida tal hecho a su jefe por orden.
- Los trabajadores deberán contar con todas las medidas de bioseguridad e higiene al momento de realizar el contacto con el producto.

**Tabla 3-3: FODA**

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Personal capacitado en cada una de las áreas pertinentes.</li> <li>➤ Selección de la mercadería en buen estado antes de comprarla.</li> <li>➤ Adquisición de la mercadería a un buen precio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ganancia de mercado por el producto renovado mediante el emprendimiento y por la adición de un plus.</li> <li>➤ Ser el único centro de acopio en la Parroquia de San Andrés.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La empresa se encuentra en una buena zona y con accesibilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ofrecer empleo.</li> </ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Alta inversión en maquinarias adecuadas para el centro de acopio.</li> <li>➤ Cubrir Clientes en la mayor cantidad posible.</li> <li>➤ Inexistencia de un mercado diferente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Pandemias</li> <li>➤ Desastres Naturales</li> <li>➤ Inestabilidad de precios.</li> </ul>

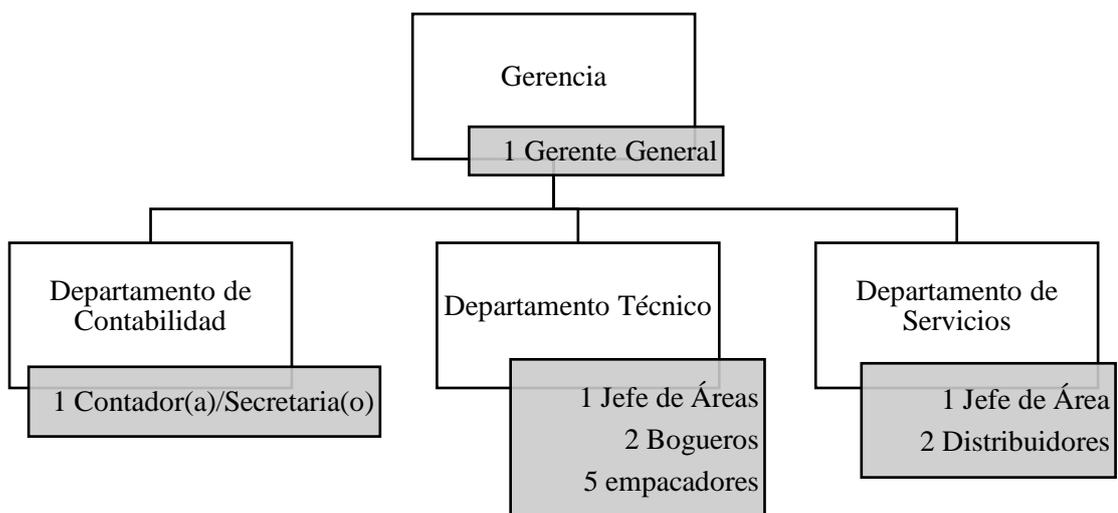
Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

### 3.5.4.7. Estructura

Dentro de la empresa se considera una organización sencilla, la participación de 8 personas las cuales cubrirán las necesidades del centro de Acopio las mismas que estarán divididas en el área de producción y área administrativa.

#### Organigrama Estructural por Función del Centro de Acopio

Con un Organigrama Estructural en el Centro de Acopio se pretenderá optimizar los recursos y mejorar los sistemas de funcionamiento dentro del mismo.



Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

Con la estructura Funcional se puede determinar el perfil del puesto, es decir, las habilidades y características que debe tener para ser seleccionado al puesto.

### **Gerente General**

En el Centro de Acopio el gerente será la persona principal la cual organizará la empresa en funcionamiento por medio del poder que tiene representando así a la empresa en su totalidad para lograr el objetivo de crecimiento de la empresa.

#### **Funciones**

- Dirigir a la Empresa por medio de los reglamentos
- Controlar la organización administrativa, financiera y técnica
- Organizar las finanzas para un manejo adecuado del dinero en el centro
- Hacer cumplir los reglamentos y Valores de la empresa al pie de la letra
- Manejar los pagos de los proveedores de las mercaderías en los tiempos establecidos.
- Seleccionar al personal adecuado según las áreas disponibles en el centro de acopio.

Para este puesto la persona para ser escogida será carismática responsable y sobre todo honesta con un año mínimo de experiencia con una edad mínima de 28 y máxima de 37 años.

### **Contador/Secretaria**

La persona encargada del puesto será encargada de la parte administrativa por medio de oficios, solicitudes y reservar pedidos de mercadería al mismo tiempo de organizar los ingresos y los egresos y llevarlos día a día para un mejor manejo de ellos recursos monetarios de la empresa.

#### **Funciones**

- Organizar la información administrativa del centro de acopio
- Cumplimiento del reglamento en elaborar informes mensuales
- Llevar la información de la empresa mediante carpetas con identificativos.
- Controlar el horario de los empleados según como dispone el centro de acopio.
- Registro de todas las compras realizadas y reservas hechas
- Controlar las actividades diarias que se realiza dentro y fuera del centro de acopio
- Manejar un libro contable donde se registre todos los costos, gastos e ingresos.
- Elaboración de estados financieros semestrales.
- Realizar la declaración al finalizar el año en el Servicio de Rentas Internas (SRI)
- Elaboración de presupuestos
- Manejo de Obligaciones Tributarias y créditos bancarios.

Para ocupar a este cargo la persona deberá ser experta en contabilidad y ser una persona solvente en la parte administrativa para poder llevar datos a diario con valores éticos y morales que tenga experiencia de 2 años como mínimo y su edad de 28 años hasta los 39 años.

### **Jefe de Área**

Es la persona encargada de atribuir procesos organizados para ejecutar el proceso de cada uno de los departamentos para optimizar el funcionamiento de la empresa.

### **Funciones**

- Generar procesos de control en calidad de cada una de las áreas
- Organizar las tareas y los procesos según las actividades que apliquen
- Dirigir y encaminar el equipo de trabajo para lograr el objetivo máximo
- Crear un buen ambiente laboral en el área de trabajo
- Realizar motivaciones a los trabajadores
- Constatar y Supervisar los trabajos a realizar, realizados y entregados.

El jefe de Área estará a cargo de la persona que tenga entre 25 a 43 años de edad con título de tercer nivel con conocimientos a base del puesto y tener por lo mínimo 2 años de experiencia en cargos similares

### **Empacadora**

En el Centro de Acopio los empacadores serán responsables de la operación y ejecución del manejo del producto dentro de la empresa el mismo que será manejado con todas las normas de bioseguridad y salubridad.

### **Funciones**

- Revisión del producto para conservar la calidad
- Registros de control del producto en buen estado y mal estado
- Colocar el producto en los sacos de yute
- Movimiento de los quintales de papas hacia diferentes lugares

Los trabajadores deberán ser responsables, cuidadosos, honestos con un año mínimo de experiencia en el área de empacado con una edad mínima de 25 y máxima de 38 años.

### **Bodeguero**

Es la persona encargada de manejar los inventarios de la cantidad de productos que se tiene disponible en las bodegas del centro de acopio.

### **Funciones**

- Registrar inventarios de entradas y salidas del producto
- Llevar un registro de pedidos y reservaciones del producto que los empacadores registran
- Majejar procesos de embarcación desde las bodegas
- Mantener ordenada y limpia la bodega donde se tiene almacenada los quintales.
- Manejar el transporte de movilización de los quintales.

Para el puesto la persona deberá tener licencia profesional para manejar los vehículos de movilización tener entre 20 a 43 años de edad con una experiencia de 2 años en el área solicitada.

### **Distribuidor**

El distribuidor se encargará de la parte de logística en la entrega de los quintales de papas que se maneja dentro del centro de acopio.

### **Funciones**

- Controlar el lugar o territorio de venta
- Manejar un control de ventas
- Relacionarse con los clientes por medio de explicaciones de los beneficios
- Promocionar el producto cuando visite a los clientes
- Entrega de los listados de distribución por medio de informe a Gerencia.

#### ***3.5.5. Estudio Económico-Financiero***

Se pretende tomar en cuenta la parte de financiación que tendrá el centro de acopio el mismo, que consta de varios puntos donde se sustenta el proyecto para determinar la capacidad económica que tendrá el mismo para cumplir sus obligaciones con los proveedores incluyendo los gastos de construcción y formación legal entre otros gastos para su constitución y construcción.

En el desarrollo de este estudio se organiza con los componentes anteriores, los datos obtenidos serán valorizados por medio de:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio legal
- Estudio administrativo

### 3.5.6. Estudio Financiero

Se analiza los principales indicadores financieros dentro del proyecto los cuales determinarán la factibilidad del Centro de Acopio, en rentabilidad al tiempo de ejecución.

#### 3.5.6.1. Inversión del Proyecto

La inversión está dirigida a la adquisición de todos los activos para poner en ejecución el proyecto, por esta razón se clasificarán los activos por sus subgrupos: Activo Fijo, Activo Diferido.

Un activo fijo es un bien de la empresa que no puede convertirse en liquidez a corto plazo.

El activo fijo se clasifica en:

Tangible, elementos que pueden ser tocados, tales como los terrenos, los edificios, la maquinaria, entre otras razones.

Intangible, que incluye cosas que no pueden ser tocadas materialmente, tales como los derechos de patente, entre otras.

#### Activos Fijos tangibles:

**Tabla 4-3:** Activos Fijos

<b>PRESUPUESTOS ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>P. Total</b>
Edificios	1	\$ 183,595.00	\$ 183,595.00
Terrenos	1	\$ 41,345.00	\$ 41,345.00
<b>Total</b>			\$ 223,940.00

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

Una vez realizado el estudio técnico este rubro para activos fijos tiene un presupuesto de \$ 223,940.00.

#### Maquinaria y Equipo de Operación

**Tabla 5-3:** Maquinaria

<b>Presupuesto de maquinaria y equipo de operación</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>P. Total</b>

Cinta de Transporte móvil de carga pesada y descarga de Camiones	1	\$1,500.00	\$3,000.00
Mesa de selección a motor	1	\$1,000.00	\$1,500.00
Balanza digital	3	\$155.00	\$465.00
Carretilla Hidráulica	3	\$525.00	\$1,575.00
Perchas Bilaterales	324	\$180.00	\$58,320.00
<b>Total</b>			<b>\$64,860.00</b>

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

La maquinaria alcanzará un presupuesto de \$ \$64,860.00, siendo este rubro parte del financiamiento que realizará el Centro de Acopio.

### Muebles y Enseres

**Tabla 6-3:** Muebles y enseres

<b>PRESUPUESTOS MUEBLES Y ENCERES</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>P. Total</b>
Silla Ejecutiva	1	\$200.00	\$200.00
Escritorio Ejecutivo	1	\$120.00	\$120.00
Sillas de Espera	5	\$25.00	\$125.00
Archivadores de oficina	5	\$30.00	\$150.00
Escritorio	4	\$150.00	\$600.00
<b>Total</b>			<b>\$1,195.00</b>

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

Los muebles y enseres alcanzan un estimado de \$\$1,195.00.

### Equipo de oficina

**Tabla 7-3:** Equipo de oficina

<b>PRESUPUESTOS DE EQUIPO DE OFICINA</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>P. Total</b>
Calculadora	2	\$225.00	\$450.00
Caja (Caja de Cobro)	2	\$12.00	\$24.00
Teléfono	2	\$42.00	\$84.00
<b>Total</b>			<b>\$558.00</b>

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022.

El equipo de oficina que estará a disposición del área administrativa, tiene un valor de \$558.00.

### Equipo de Cómputo

**Tabla 8-3:** Equipo de cómputo

<b>PRESUPUESTOS DE EQUIPO DE CÓMPUTO</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>P. Total</b>
Computadora Portátil	2	\$900.00	\$1,800.00
Impresora (Completa)	2	\$380.00	\$760.00
Computadora de escritorio	3	\$500.00	\$1,500.00
<b>Total</b>			<b>\$4,060.00</b>

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

El equipo de cómputo consta con un valor de inversión de \$ 4,060.00 respectivamente, equipos que lograrán una base de datos y el corriente actualizado de las operaciones del centro.

### **Vehículos**

**Tabla 9-3: Vehículo**

<b>PRESUPUESTOS DE VEHÍCULO</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>P. Total</b>
Camión	2	\$32,500.00	\$65,000.00
<b>Total</b>			<b>\$65,000.00</b>

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

Este activo es uno de los de mayor inversión unitaria, pero es de uso prioritario por cuanto el tipo de producto requiere una movilización propia y ágil hacia los puntos de destino, tiene un valor de \$65, 000.00.

### **Inversión Fija Consolidada**

**Tabla 10-3: Inversión Fija**

<b>INVERSIÓN FIJA</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Terrenos	\$ 41,345.00
Edificios (Construcción)	\$ 183,595.00
Maquinaria y Equipo	\$ 64,860.00
Muebles y Enceres	\$ 1,195.00
Equipo del C.A.	\$ 558.00
Equipo de Computo	\$ 4,060.00
Vehículo	\$ 65,000.00
<b>Total, de Inversión Fija</b>	<b>\$ 360,613.00</b>

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022.

Como se puede observar la inversión fija consolidada alcanza un valor de \$ 360 631.00, que más adelante se podrá delimitar según su financiamiento.

#### *3.5.6.2. Capital de trabajo*

El capital de trabajo es la cantidad necesaria de recursos para una empresa o institución financiera para realizar sus operaciones con normalidad. Es decir, los activos para que una compañía, sea capaz de hacer sus funciones y actividades a corto plazo.

***Presupuesto de mercadería***

**Tabla 11-3:** Mercadería

<b>MERCADERÍA</b>				
<b>Capacidad de Producción</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Unidad Anual</b>
Quintales de Papas	2 semanas	971	\$ 15.00	14570
<b>Total</b>				<b>14570</b>

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2022

La mercadería estará dada por el producto que el Centro de acopio compra a los productores y a su vez, contribuye con su valor agregado para ponerlo en el mercado se realiza este cálculo debido a que las papas tienen un tiempo de producción de 3 a 5 meses según el tipo de papas.

***Presupuesto Publicidad***

<b>Presupuesto Publicidad</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>P. Total</b>
Radio Canela	1	\$1.500,00	\$1.500,00
Radio Tricolor	1	\$1.000,00	\$1.300,00
Canal Ecuavisión	3	\$155,00	\$1.000,00
Canal 13 TVS	3	\$525,00	\$1.000,00
<b>Total</b>			<b>\$4.800,00</b>

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2022

En el Gasto de publicidad se contabiliza un presupuesto de \$ 4.800,00 dólares anuales los mismos que se registran en el Balance General dando como un gasto el mismo, pero dentro de este se genera una publicidad por medios de comunicación para así poder llegar a más personas y que se pueda acatar más clientela.

*Mano de obra directa*

**Tabla 12-3:** Mano de obra directa

ROL DE PAGOS								
NÓMINA	CARGO	INGRESOS	H. EXTRAS	OTROS	TOTAL, INGRESOS	DESCUENTOS	TOTAL, DESCUENTOS	LIQUIDO A PAGAR
		SBU				APORTE INDIVIDUAL IESS		
<b>DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN</b>								
A	empacador a	\$ 500.00			\$ 500.00	\$ 47.25	\$ 47.25	\$ 452.75
B	empacador b	\$ 500.00			\$ 500.00	\$ 47.25	\$ 47.25	\$ 452.75
C	empacador c	\$ 500.00			\$ 500.00	\$ 47.25	\$ 47.25	\$ 452.75
D	empacador d	\$ 500.00			\$ 500.00	\$ 47.25	\$ 47.25	\$ 452.75
E	empacador e	\$ 500.00			\$ 500.00	\$ 47.25	\$ 47.25	\$ 452.75
<b>SUB TOTAL</b>		<b>\$ 2,500.00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 1,275.00</b>	<b>\$ 236.25</b>	<b>\$ 236.25</b>	<b>\$ 1,154.51</b>
<b>TOTAL, MENSUAL</b>		<b>\$ 2,500.00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 1,275.00</b>	<b>\$ 236.25</b>	<b>\$ 236.25</b>	<b>\$ 1,154.51</b>
<b>TOTAL, ANUAL</b>		<b>\$ 30,500.00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 15,300.00</b>	<b>\$ 2,835.00</b>	<b>\$ 2,835.00</b>	<b>\$ 13,854.15</b>

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

ROL DE PROVISIONES									
NÓMINA	CARGO	BASE IMPONIBLE	BENEFICIOS SOCIALES ADICIONALES	XIII SUELDO	XVI SUELDO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL PROVISIÓN	
			APORTE Patronal IESS						
A	empacador a	\$ 500.00	\$ 60.75	\$ 41.67	\$ 35.42	\$ 20.83	\$ 41.65	\$ 578.82	
B	empacador b	\$ 500.00	\$ 60.75	\$ 41.67	\$ 35.42	\$ 20.83	\$ 41.65	\$ 578.82	
C	empacador c	\$ 500.00	\$ 60.75	\$ 41.67	\$ 35.42	\$ 20.83	\$ 41.65	\$ 578.82	
D	empacador d	\$ 500.00	\$ 60.75	\$ 41.67	\$ 35.42	\$ 20.83	\$ 41.65	\$ 578.82	
E	empacador e	\$ 500.00	\$ 60.75	\$ 41.67	\$ 35.42	\$ 20.83	\$ 41.65	\$ 578.82	
<b>SUB TOTAL</b>		<b>\$ 1,500.00</b>	<b>\$ 303.75</b>	<b>\$ 208.33</b>	<b>\$ 177.08</b>	<b>\$ 104.17</b>	<b>\$ 208.25</b>	<b>\$ 578.82</b>	
<b>TOTAL, MENSUAL</b>		<b>\$ 1,500.00</b>	<b>\$ 303.75</b>	<b>\$ 208.33</b>	<b>\$ 177.08</b>	<b>\$ 104.17</b>	<b>\$ 208.25</b>	<b>\$ 2,894.08</b>	
<b>TOTAL, ANUAL</b>			<b>\$ 3,645.00</b>	<b>\$ 2,500.00</b>	<b>\$ 2,125.00</b>	<b>\$ 1,250.00</b>	<b>\$ 299.88</b>	<b>\$ 34,729.00</b>	

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

<b>ROL DE PAGOS PROYECTADO</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Empacador a	\$ 5.433,00	\$ 5.502,54	\$ 5.572,97	\$ 5.644,31	\$ 5.716,56
Empacador b	\$ 5.433,00	\$ 5.502,54	\$ 5.572,97	\$ 5.644,31	\$ 5.716,56
Empacador c	\$ 5.433,00	\$ 5.502,54	\$ 5.572,97	\$ 5.644,31	\$ 5.716,56
Empacador d	\$ 5.433,00	\$ 5.502,54	\$ 5.572,97	\$ 5.644,31	\$ 5.716,56
Empacador e	\$ 5.433,00	\$ 5.502,54	\$ 5.572,97	\$ 5.644,31	\$ 5.716,56
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 27.165,00</b>	<b>\$ 27.512,71</b>	<b>\$ 27.864,87</b>	<b>\$ 28.221,55</b>	<b>\$ 28.582,78</b>

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2022

<b>ROL DE PROVISIONES PROYECTADO</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Empacador a	\$ 6.945,80	\$ 7.034,71	\$ 7.124,75	\$ 7.215,95	\$ 7.308,31
Empacador b	\$ 6.945,80	\$ 7.034,71	\$ 7.124,75	\$ 7.215,95	\$ 7.308,31
Empacador c	\$ 6.945,80	\$ 7.034,71	\$ 7.124,75	\$ 7.215,95	\$ 7.308,31
Empacador d	\$ 6.945,80	\$ 7.034,71	\$ 7.124,75	\$ 7.215,95	\$ 7.308,31
Empacador e	\$ 6.945,80	\$ 7.034,71	\$ 7.124,75	\$ 7.215,95	\$ 7.308,31
	<b>\$ 34.729,00</b>	<b>\$ 35.173,53</b>	<b>\$ 35.623,75</b>	<b>\$ 36.079,74</b>	<b>\$ 36.541,56</b>

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2022

**Tabla 13-3: Sueldos**

ROL DE PAGOS													
NÓMINA	CARGO	INGRESOS		H. EXTRAS	OTROS	TOTAL, INGRESOS	DESCUENTOS		TOTAL, DESCUENTOS	LIQUIDO A PAGAR			
		SBU					APORTE INDIVIDUAL IESS	RFIR TRABAJADOR					
<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>													
A	Gerente	\$	850.00			\$	850.00	\$	80.33	\$	80.33	\$	769.68
B	Contador	\$	750.00			\$	750.00	\$	70.88	\$	70.88	\$	679.13
						\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
<b>SUB TOTAL</b>		<b>\$</b>	<b>1,600.00</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>	<b>\$</b>	<b>1,600.00</b>	<b>\$</b>	<b>151.20</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>	<b>\$</b>	<b>1,448.80</b>
<b>PERSONAL DE VENTAS</b>													
C	Jefe de planta	\$	700.00			\$	700.00	\$	66.15	\$	66.15	\$	633.85
<b>SUB TOTAL</b>		<b>\$</b>	<b>700.00</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>	<b>\$</b>	<b>700.00</b>	<b>\$</b>	<b>66.15</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>	<b>\$</b>	<b>633.85</b>

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

ROL DE PROVISIONES															
NÓMINA	CARGO	BASE IMPONIBLE	BENEFICIOS SOCIALES ADICIONALES					TOTAL, PROVISIÓN							
			APORTE Patronal IESS	XIII SUELDO	XVI SUELDO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA								
<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>															
A	Gerente	\$	850.00	\$	103.28	\$	70.83	\$	33.33	\$	35.42	\$	70.83	\$	313.69
B	Contador	\$	750.00	\$	91.13	\$	62.50	\$	33.33	\$	31.25	\$	62.50	\$	280.71
<b>SUB TOTAL</b>		<b>\$</b>	<b>1,600.00</b>	<b>\$</b>	<b>194.40</b>	<b>\$</b>	<b>133.33</b>	<b>\$</b>	<b>66.67</b>	<b>\$</b>	<b>66.67</b>	<b>\$</b>	<b>133.33</b>	<b>\$</b>	<b>594.40</b>
<b>PERSONAL DE VENTAS</b>															
C	jefe de planta	\$	700.00	\$	85.05	\$	58.33	\$	33.33	\$	29.17	\$	58.33	\$	264.22
<b>SUB TOTAL</b>		<b>\$</b>	<b>700.00</b>	<b>\$</b>	<b>85.05</b>	<b>\$</b>	<b>58.33</b>	<b>\$</b>	<b>33.33</b>	<b>\$</b>	<b>29.17</b>	<b>\$</b>	<b>58.33</b>	<b>\$</b>	<b>264.22</b>

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

## Sueldos proyectados Administrativo y Ventas

<b>Proyección de Rol de Pagos</b>					
<b>Nómina Administrativa</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Gerente	9.236,10	9.354,32	9.474,06	9.595,33	9.718,15
Contador	8.149,50	8.253,81	8.359,46	8.466,46	8.574,83
<b>Total Anual</b>	<b>17.385,60</b>	<b>17.608,14</b>	<b>17.833,52</b>	<b>18.061,79</b>	<b>18.292,98</b>
<b>Nómina Ventas</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Jefe de planta	7.606,20	7.703,56	7.802,16	7.902,03	8.003,18
<b>Total Anual</b>	<b>7.606,20</b>	<b>7.703,56</b>	<b>7.802,16</b>	<b>7.902,03</b>	<b>8.003,18</b>

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

<b>Proyección de Rol de Provisiones</b>					
<b>Nómina Administrativa</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Gerente	3.764,30	3.812,48	3.861,28	3.910,71	3.960,76
Contador	3.368,50	3.411,62	3.455,29	3.499,51	3.544,31
<b>Total Anual</b>	<b>7.132,80</b>	<b>7.224,10</b>	<b>7.316,57</b>	<b>7.410,22</b>	<b>7.505,07</b>
<b>Nómina Ventas</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Jefe de planta	3.170,60	3.211,18	3.252,29	3.293,92	3.336,08
<b>Total Anual</b>	<b>3.170,60</b>	<b>3.211,18</b>	<b>3.252,29</b>	<b>3.293,92</b>	<b>3.336,08</b>

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

## Costos indirectos

**Tabla 14-3:** Costos directos

DESCRIPCIÓN	Cantidad	U/ Medida	Costo Unitario	Total, (Mensual)	Total, (Anual)
Etiquetas	116560	unidades	0.03	3,496.80	41,961.60
Fundas Industriales	1000	unidades	1.55	1,550.00	18,600.00
Sacos de Yute	116560	unidades	0.25	29,140.00	349,680.00
Hilo Chillo Rojo	240	tubos	0.92	220.80	2,649.60
Equipo de Seguridad/Ropa de trabajo	60	unidades	5.00	300.00	3,600.00
Lubricantes Aceite	3	galones	47.00	141.00	1,692.00
Lubricantes Grasa	2	libras	38.00	76.00	912.00
<b>TOTAL</b>				<b>34924.60</b>	<b>419,095.20</b>

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2022

Los costos indirectos calculados para este proyecto constituyen todos aquellos que hacen posible lograr la presentación y puesta en venta del producto, calculando un valor total para esta cuenta de \$ 419,095.20 de forma anual.

## Resumen de capital de trabajo

**Tabla 15-3:** Capital de Trabajo

<b>Concepto</b>	<b>Valor (Anual)</b>
Mano de Obra	\$ 27.165,00
Materia Prima	\$ 909.217,97
Sueldos	\$ 17.385,60
Útiles de Oficina	\$ 14.400,00
Materiales	\$ 9.600,00
Servicios Básicos	\$ 12.000,00
Capital de Trabajo	\$ 122.043,71

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2022

El capital de trabajo en resumen luego de establecer los presupuestos principales para mano de obra, materia prima que en este caso es la mercadería, sueldos útiles de oficina, materiales y servicios cubren un rubro total de \$ 122,043.71.

### 3.5.6.3. Inversión diferida

Este tipo de inversión se refiere a las inversiones en activos intangibles, los cuales se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

**Tabla 16-3:** Inversión diferida

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Patentes	\$ 85.00
Servicio-Permiso Bomberos	\$ 60.00
Permisos de Medio Ambiente	\$ 500.00
Permisos del Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca.	\$ 50.00
Escrituras Públicas	\$ 830.00
Permiso comunidad	\$ 350.00
TOTAL	\$ 1.875,00

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2022

### 3.5.6.4. Inversión Total

**Tabla 17-3:** Inversión total

<b>RUBROS DE INVERSION</b>	<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>	<b>%</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$ 10,170.31	2.66%
Inversión inicial	\$ 10,170.31	2.66%
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
Terrenos	\$ 41,345.00	10.82%
Edificio	\$ 183,595.00	48.05%
Equipo de Oficina	\$ 558.00	0.15%
Maquinaria	\$ 64,860.00	16.97%
Mobiliario	\$ 1,195.00	0.31%
Vehículos	\$ 65,000.00	17.01%
Equipo de Cómputo	\$4,060.00	1.06%
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	\$ 360,613.00	94.37%
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>		
Gasto de Constitución	\$ 1,875.00	0.49%
Gastos de Organización	\$ 800.00	0.21%
Gastos de Instalación	\$ 2,675.00	0.70%
Gastos de Investigación	\$ 750.00	0.20%
Patentes y Marcas	\$ 435.00	0.11%
Gasto Publicidad	\$ 4,800.00	1.26%
	\$ -	
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	\$ 11,335.00	2.97%
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>\$ 560,296.71</b>	<b>100.00%</b>

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

La inversión total requerida para la puesta en marcha del centro de acopio es de \$ 560,296.71.

### 3.5.6.5. Determinación de costos

Además de esta inversión es importante reconocer los costos en los que incurrirá el proyecto

## Depreciación de Activos

**Tabla 18-3:** Depreciación de Activos

CÁLCULO DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES										
RUBROS DE INVERSION	VIDA UTIL	VALOR ADQUISICIÓN	AÑOS					TOTAL	VALOR DE SALVAMENTO	
			1	2	3	4	5			
<b>ACTIVOS FIJOS</b>										
Edificio	20	\$ 183.595,00	\$ 9.179,75	\$ 9.179,75	\$ 9.179,75	\$ 9.179,75	\$ 9.179,75	\$ 9.179,75	\$ 45.898,75	\$ 137.696,25
Equipo de Oficina	10	\$ 558,00	\$ 55,80	\$ 55,80	\$ 55,80	\$ 55,80	\$ 55,80	\$ 55,80	\$ 279,00	\$ 279,00
Maquinaria	10	\$ 64.860,00	\$ 6.486,00	\$ 6.486,00	\$ 6.486,00	\$ 6.486,00	\$ 6.486,00	\$ 6.486,00	\$ 32.430,00	\$ 32.430,00
Mobiliario	10	\$ 1.195,00	\$ 119,50	\$ 119,50	\$ 119,50	\$ 119,50	\$ 119,50	\$ 119,50	\$ 597,50	\$ 597,50
Vehículos	5	\$ 65.000,00	\$ 13.000,00	\$ 13.000,00	\$ 13.000,00	\$ 13.000,00	\$ 13.000,00	\$ 13.000,00	\$ 65.000,00	\$ -
Equipo de Cómputo	3	\$ 4.060,00	\$ 1.353,33	\$ 1.353,33	\$ 1.353,33				\$ 4.060,00	\$ -
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL</b>			<b>\$ 30.194,38</b>	<b>\$ 30.194,38</b>	<b>\$ 30.194,38</b>	<b>\$ 28.841,05</b>	<b>\$ 28.841,05</b>			<b>\$ 171.002,75</b>
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>										
Gasto de Constitución		\$ 1.875,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ -	
Gastos de Organización		\$ 800,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ -	
Gastos de Instalación		\$ 2.675,00	\$ 535,00	\$ 535,00	\$ 535,00	\$ 535,00	\$ 535,00	\$ 535,00	\$ -	
Gastos de Investigación		\$ 750,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ -	
Patentes y Marcas		\$ 435,00	\$ 87,00	\$ 87,00	\$ 87,00	\$ 87,00	\$ 87,00	\$ 87,00	\$ -	
<b>TOTAL AMORTIZACIONES</b>			<b>\$ 2.267,00</b>							

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

## Presupuestos de costos anuales

**Tabla 19-3:** Presupuesto de costos anuales

<b>PRESUPUESTO DE COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN</b>					
<b>COSTOS ANUALES</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
<b>COSTO DIRECTO</b>					
Materia Prima Directa	\$ 75,768.16	\$ 76,738.00	\$ 77,720.24	\$ 78,715.06	\$ 79,722.61
Mano de Obra Directa	\$ 27,165.00	\$ 27,512.71	\$ 27,864.87	\$ 28,221.55	\$ 28,582.78
Prestaciones Sociales	\$ 34,729.00	\$ 35,173.53	\$ 35,623.75	\$ 36,079.74	\$ 36,541.56
<b>COSTO INDIRECTO (G. PLANTA)</b>					
Partes y repuestos de la maquinaria	\$ 3,000.00	\$ 3,165.90	\$ 3,340.97	\$ 3,525.73	\$ 3,720.70
Lubricantes	\$ 2,500.00	\$ 2,638.25	\$ 2,784.15	\$ 2,938.11	\$ 3,100.59
Seguro	\$ 4,000.00	\$ 4,221.20	\$ 4,454.63	\$ 4,700.97	\$ 4,960.94
Depreciaciones de la maquinaria y equipo de planta	\$ 30,194.38	\$ 30,194.38	\$ 30,194.38	\$ 28,841.05	\$ 28,841.05
	\$ 39,694.38	\$ 40,219.73	\$ 40,774.14	\$ 40,005.86	\$ 40,623.28
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 177,356.55</b>	<b>\$ 179,643.97</b>	<b>\$ 181,983.01</b>	<b>\$ 183,022.21</b>	<b>\$ 185,470.23</b>

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

## Financiamiento del Proyecto

**Tabla 20-3:** Financiamiento del Proyecto

<b>B. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO</b>		
<b>PASIVO</b>	\$ 70,060.00	17.69%
Prestamos Corto Plazo	\$ 6,100.00	1.60%
Prestamos Largo Plazo	\$ 64,860.00	16.09%
<b>PATRIMONIO</b>	\$ 489,336.71	82.31%
Capital Social	\$ 489,336.71	82.31%
<b>TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO (FINANCIAMIENTO)</b>	<b>\$ 560,296.71</b>	<b>100.00%</b>

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2022

<b>PATRIMONIO</b>	\$489,336.71	82.31%
Capital Social	\$489,336.71	82.31%
n° accionistas	50	100%
valor de cada acción	\$9,786.73	100%

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2022

**Gasto financiero del Corto y largo plazo**

**Tabla 21-3:** Gasto financiero del Corto Plazo

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>						
<b>DEUDA CORTO PLAZO</b>						
<b>Monto:</b>	\$	6,100.00			<b>COOP Riobamba</b>	
<b>Tasa de Interés:</b>		22.00%				
<b>Metodo de Calculo:</b>	Sobre Saldos					
<b>MESES</b>	<b>DEUDA</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>CUOTA MENSUAL</b>	<b>SALDO</b>	
1	\$ 6,100.00	\$ 111.83	\$ 508.33	\$ 620.17	\$ 5,591.67	
2	\$ 5,591.67	\$ 102.51	\$ 508.33	\$ 610.85	\$ 5,083.33	
3	\$ 5,083.33	\$ 93.19	\$ 508.33	\$ 601.53	\$ 4,575.00	
4	\$ 4,575.00	\$ 83.88	\$ 508.33	\$ 592.21	\$ 4,066.67	
5	\$ 4,066.67	\$ 74.56	\$ 508.33	\$ 582.89	\$ 3,558.33	
6	\$ 3,558.33	\$ 65.24	\$ 508.33	\$ 573.57	\$ 3,050.00	
7	\$ 3,050.00	\$ 55.92	\$ 508.33	\$ 564.25	\$ 2,541.67	
8	\$ 2,541.67	\$ 46.60	\$ 508.33	\$ 554.93	\$ 2,033.33	
9	\$ 2,033.33	\$ 37.28	\$ 508.33	\$ 545.61	\$ 1,525.00	
10	\$ 1,525.00	\$ 27.96	\$ 508.33	\$ 536.29	\$ 1,016.67	
11	\$ 1,016.67	\$ 18.64	\$ 508.33	\$ 526.97	\$ 508.33	
12	\$ 508.33	\$ 9.32	\$ 508.33	\$ 517.65	\$ 0.00	
<b>TOTAL</b>		\$ 726.92	\$ 6,100.00			

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

**Tabla 22-3:** Gasto financiero del Largo Plazo

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>					
<b>DEUDA LARGO PLAZO</b>					
<b>PRÉSTAMO:</b>	BAN ECUADOR				
<b>MONTO:</b>	\$ 64.860,00				
<b>TASA DE INTERÉS:</b>	15,30%				
<b>METODO DE CALCULO:</b>	SOBRE SALDOS				
<b>AÑOS</b>	<b>DEUDA</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>CUOTA MENSUAL</b>	<b>SALDO</b>
1	\$ 64.860,00	\$ 9.923,58	\$12.972,00	\$ 22.895,58	\$ 51.888,00
2	\$ 51.888,00	\$ 7.938,86	\$12.972,00	\$ 20.910,86	\$ 38.916,00
3	\$ 38.916,00	\$ 5.954,15	\$12.972,00	\$ 18.926,15	\$ 25.944,00
4	\$ 25.944,00	\$ 3.969,43	\$12.972,00	\$ 16.941,43	\$ 12.972,00
5	\$ 12.972,00	\$ 1.984,72	\$12.972,00	\$ 14.956,72	\$ -
<b>TOTAL</b>		\$29.770,74	\$ 64.860,00		

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

## Presupuesto de Gastos

**Tabla 23-3:** Presupuesto de gastos

<b>PRESUPUESTOS DE GASTOS</b>					
<b>GASTO DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Sueldos (Administrativos)	\$ 17.385,60	\$ 22.253,57	\$ 28.484,57	\$ 36.460,25	\$ 46.669,11
Prestaciones Sociales	\$ 7.132,80	\$ 9.129,98	\$ 11.686,38	\$ 14.958,57	\$ 19.146,96
Servicios Básicos	\$ 12.000,00	\$ 15.360,00	\$ 19.660,80	\$ 25.165,82	\$ 32.212,25
Amortizaciones A Diferidos	\$ 2.267,00	\$ 2.267,00	\$ 2.267,00	\$ 2.267,00	\$ 2.267,00
<b>TOTAL GASTO DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>\$ 38.785,40</b>	<b>\$ 49.010,55</b>	<b>\$ 62.098,75</b>	<b>\$ 78.851,64</b>	<b>\$ 100.295,33</b>
<b>GASTO DE VENTAS</b>					
Gasto de ventas	\$ 7.606,20	\$ 7.703,56	\$ 7.802,16	\$ 7.902,03	\$ 8.003,18
Prestaciones Sociales	\$ 3.170,60	\$ 9.129,98	\$ 11.686,38	\$ 14.958,57	\$ 19.146,96
Publicidad y Promoción (redes eps)	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00
Comisiones en Ventas	\$ 420,00	\$ 537,60	\$ 688,13	\$ 880,80	\$ 1.127,43
<b>TOTAL GASTO DE VENTA</b>	<b>\$ 15.996,80</b>	<b>\$ 22.171,14</b>	<b>\$ 24.976,67</b>	<b>\$ 28.541,40</b>	<b>\$ 33.077,57</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
Intereses	\$ 10.661,68	\$ 7.938,86	\$ 5.954,15	\$ 3.969,43	\$ 1.984,72
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 10.661,68</b>	<b>\$ 7.938,86</b>	<b>\$ 5.954,15</b>	<b>\$ 3.969,43</b>	<b>\$ 1.984,72</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$ 145.873,08</b>	<b>\$ 79.120,56</b>	<b>\$ 93.029,57</b>	<b>\$ 111.362,47</b>	<b>\$ 135.357,62</b>

### 3.5.6.6. Determinación de ingresos- egresos proyectados

#### Ingresos

Los ingresos están considerados y calculados con base a la comercialización que podrá realizar el centro de acopio, estos valores representan a las ventas anuales que se espera realizar.

**Tabla 24-3:** Ingreso Proyectado

INGRESO PROYECTADO (VENTAS)					
AÑOS	1	2	3	4	5
Ventas					
PAPAS	38,191	43,358	48,651	54,073	59,627
Precio	\$ 15.75	\$ 16.54	\$ 17.36	\$ 17.36	\$ 18.23
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>\$ 601,510.94</b>	<b>\$ 717,034.53</b>	<b>\$ 844,800.09</b>	<b>\$ 938,949.47</b>	<b>\$ 1,087,146.14</b>

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

#### Egresos

**Tabla 25-3:** Egresos del Centro de Acopio

AÑO	EGRESOS
1	\$ 123,933.14
2	\$ 129,529.74
3	\$ 135,534.04
4	\$ 141,280.20
5	\$ 147,988.11

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

### 3.5.6.7. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es la actividad (volumen de ventas) donde los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, el punto de actividad donde no existe utilidad ni pérdida.

Por consiguiente, se ocupó la siguiente fórmula:

Determinación del Punto de Equilibrio en Valor:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}}$$

Determinación del Punto de Equilibrio en Volumen

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Costos Totales} - \text{Costos Variables}}$$

**Tabla 26-3:** Punto de Equilibrio

<b>Costos fijos</b>	<b>Costo variable</b>	<b>Ventas</b>	<b>P.E (valor)</b>	<b>P.E (unidades)</b>
\$ 98,204.04	\$ 39,694.38	\$ 601,510.94	\$ 98,203.98	6547
\$ 103,634.73	\$ 40,219.73	\$ 717,034.53	\$ 103,634.67	6909
\$ 109,655.22	\$ 40,774.14	\$ 844,800.09	\$ 109,655.17	7310
\$ 116,037.59	\$ 40,005.86	\$ 938,949.47	\$ 116,037.54	7736
\$ 122,804.75	\$ 40,623.28	\$1,087,146.14	\$ 122,804.71	8187

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022.

El punto calculado indica que al vender 6547 QQ de papas o a su vez, \$98,203.98 en el primer año el centro no presentará pérdidas en su actividad comercial.

En lo posterior el cuadro refleja el punto de equilibrio en cantidad y en unidades monetarias hasta el año 2026.

#### 3.5.6.8. Estado de Resultados

El Estado de resultados se podrá apreciar de forma proyectada para identificar la utilidad a obtener durante la vida útil del proyecto.

## Estado de Resultados

**Tabla 27-3: Estado de Resultados**

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
RUBROS	1	2	3	4	5
<b>Ventas</b>	\$ 601,510.94	\$ 717,034.53	\$ 844,800.09	\$ 938,949.47	\$ 1,087,146.14
(-) (Costo de Ventas)	\$ 596,451.75	\$ 604,086.33	\$ 611,818.63	\$ 619,649.91	\$ 627,581.43
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>	\$ 5,059.20	\$ 112,948.20	\$ 232,981.46	\$ 319,299.55	\$ 459,564.71
<b>Gastos Operativos:</b>					
(-)Gastos Administrativos	\$ 38,785.40	\$ 49,010.55	\$ 62,098.75	\$ 78,851.64	\$ 100,295.33
(-)Gasto de Ventas	\$ 15,996.80	\$ 22,171.14	\$ 24,976.67	\$ 28,541.40	\$ 33,077.57
<b>(=)UTILIDAD OPERACIONAL</b>	\$ -49,723.00	\$ 41,766.51	\$ 145,906.04	\$ 211,906.52	\$ 326,191.80
(-)Gastos Financieros	\$ 10,661.68	\$ 7,938.86	\$ 5,954.15	\$ 3,969.43	\$ 1,984.72
<b>(=) UAI</b>	\$ -60,384.68	\$ 33,827.64	\$ 139,951.89	\$ 207,937.08	\$ 324,207.09
(-)15% Utilidad Trabajadores	\$ -9,057.70	\$ 5,074.15	\$ 20,992.78	\$ 31,190.56	\$ 48,631.06
<b>(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA</b>	\$ -51,326.98	\$ 28,753.50	\$ 118,959.11	\$ 176,746.52	\$ 275,576.03
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$ -12,831.75	\$ 7,188.37	\$ 29,739.78	\$ 44,186.63	\$ 68,894.01
(-) Utilidad retenida (dividendos)*	\$ -25,021.91	\$ 12,939.072	\$ 57,992.56	\$ 86,163.93	\$ 206,682.02
<b>(=)UTILIDAD NETA</b>	\$ -13,473.33	\$ 8626.05	\$ 31,226.77	\$ 46,395.96	\$ 72,338.71

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

\*revisar política de dividendos (estudio legal)

## Flujo de Caja

**Tabla 28-3:** Flujo de Caja

(=) UTILIDAD NETA		<b>-\$13,473.33</b>	<b>\$8,626.05</b>	<b>\$31,226.77</b>	<b>\$ 46,395.96</b>	<b>\$72,338.71</b>
(+) DEPRECIACIONES		\$30,194.38	\$30,194.38	\$30,194.38	\$28,841.05	\$28,841.05
(+) AMORTIZACIONES		\$2,267.00	\$2,267.00	\$2,267.00	\$2,267.00	\$2,267.00
(+) VALOR RESIDUAL ACTIVOS FIJOS						\$171,002.75
(+) RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO		\$122,043.71	\$34,172.24	\$43,740.47	\$55,918.87	\$71,664.38
(-) AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL DE DEUDA		\$19,072.00	\$12,972.00	\$12,972.00	\$12,972.00	\$12,972.00
Inversión inicial de los Accionistas	<b>-\$382,118.31</b>					
Créditos	-70,960.00					
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>\$ -453,078.31</b>	<b>\$ 121,959.76</b>	<b>\$ 62,287.67</b>	<b>\$ 94,456.62</b>	<b>\$ 120,450.88</b>	<b>\$ 333,141.89</b>

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2022

Con el cálculo del flujo de caja se podrá obtener los indicadores de la evaluación económica y financiera los mismos que ayudan a tomar la decisión de invertir o no en este proyecto expuesto.

### 3.5.6.9. Evaluación Económica financiera

Para la realización de la Evaluación económica financiera se tomará en cuenta los siguientes valores, respectivos a indicadores y tasas que se manejan en el sistema económico ecuatoriano actual, con una última actualización a enero 2022.

**Tabla 29-3:** Tasas Nacionales

COSTO DE OPORTUNIDAD	
TASA PASIVA SISTEMA FINANCIERO	6.50%
TASA DE DESCUENTO	7.25%
TMAR (TASA MINIMA DE RENTABILIDAD ACEPTADA POR ACCIONISTAS)	
Tasa de Inflación	-1.28%
Riesgo País	7.41%
Tasa Pasiva de Interés	4.36%
TMAR (TASA MINIMA DE RENTABILIDAD ACEPTADA POR ACCIONISTAS)	<b>10.49%</b>

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2022

Así mismo la tasa de descuento tuvo lugar según los siguientes indicadores:

**Tabla 30-3:** Tasa de descuento

CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO				
FUENTES DE FINANCIAMIENTO	MONTO	Participación	Tasa de Interés	Tasa Ponderada
CAPITAL SOCIAL	\$489.336,71	87,3%	6,00%	5,24%
BAN	\$64.860,00	11,58%	15,30%	1,77%
COOP RIOBAMBA	\$6.100,00	1,09%	22,00%	0,24%
TOTAL	\$560.296,71	100%		7,25%

**Realizado por:** Reinoso Evelyn, 2022

El “Valor Actual Neto” (VAN), es considerado como el indicador más importante en el accionar partiendo desde la inversión y determinando futuros ingresos por medio de las proyecciones de los flujos de efectivo, intervienen todos los ingresos y egresos que interviene en el proyecto de factibilidad determinando así una existencia de incremento a la primera inversión seleccionada en el periodo 0 como referencia.

En los indicadores dentro de esta herramienta se determina con el VAN positivo un proyecto viable y beneficioso en crecimiento.

$$VAN = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TMAR)^1} + \frac{F_2}{(1 + TMAR)^2} + \frac{F_n}{(1 + TMAR)^n}$$

**Tabla 31-3:** Flujos Netos de Caja

FLUJOS NETOS DE CAJA						
FLUJOS NETOS DE CAJA	0	1	2	3	4	5
	\$ -453,078.31	\$ 121,959.76	\$ 62,287.67	\$ 94,456.62	\$ 120,450.88	\$ 333,141.89

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

**Tabla 32-3:** Cálculo del VAN

CALCULO DEL VAN		
Tasa de descuento		7.25%
Sumatoria FCN Actualizados		\$570,240.99
Inversión Inicial	\$ -453.078.31	
Total, Inversión		
<b>VAN</b>		<b>\$188,122.68</b>

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

El VAN es positivo dando como resultado \$188,122.68, este valor indica que el proyecto si es aceptable siendo mayor a 0.

### Tasa Interna de Retorno

Dentro de los cálculos se acepta el proyecto si el TIR es mayor a 0 el cual se caracteriza por tener una rentabilidad aceptable y atractiva para poder crear el proyecto y atraer inversionistas según el porcentaje favorable del beneficio.

$$VAN = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)^1} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n}$$

**Tabla 33-3:** Tasa Interna de Retorno

Cálculo de la tasa interna de retorno						
VAN	\$ -453,078.31	\$ 121,959.76	\$ 62,287.67	\$ 94,456.62	\$ 120,450.88	\$ 333,141.89
<b>TIR</b>	<b>14.75%</b>					

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022  
= **14.75%**

Al tener una Tasa Interna de Retorno Alta indica que el proyecto es bueno y tiene un alto índice de retorno el mismo que si es viable.

### Periodo de Recuperación de la Inversión

En el presente calculo se busca determinar el tiempo exacto en el cual se puede recaudar la inversión inicial aplicada al proyecto.

$$PRI = \frac{I_0}{F}$$

**Tabla 34-3: PRI**

AÑOS	PERIODO DE RECUPERACIÓN	FLUJO ACUMULADO
0	\$ -453.078,31	
1	\$ 96.937,86	\$ 96.937,86
2	\$ 75.226,75	\$ 172.164,61
3	\$ 152.449,18	\$ 324.613,79
4	\$ 206.683,74	\$ 531.297,53
5	\$ 467.485,20	\$ 998.782,73

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

=4 años

El Periodo de Recuperación de la Inversión es de 4 años demostrando que en el año 2025 se recuperará la inversión inicial.

### Relación Beneficio-Costo

Demuestra los costos y los beneficios que presenta el proyecto el cual se enfoca en el índice cuando sea mayor para que el mismo sea viable y realizable dentro del estudio de mercado previamente realizado.

**Tabla 35-3: Relación Costo Beneficio**

CÁLCULO RELACIÓN BENEFICIO COSTO	
VNA	\$ 570,240.99
TOTAL INVERSIÓN	\$ -382,118.31
<b>RELACION BENEFICIO COSTO</b>	<b>\$1.49</b>

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

El valor como resultado significa que por cada dólar invertido se recuperara \$1.49 dólares.

**Tabla 36-3:** Balance General

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVO</b>						
<b>Activo Corriente</b>	<b>\$ 197.808,71</b>	<b>\$ 173.672,65</b>	<b>\$ 152.943,74</b>	<b>\$ 231.160,95</b>	<b>\$ 286.403,02</b>	<b>\$ 548.224,89</b>
Caja	\$ 122.043,71	\$ 96.937,86	\$ 75.226,75	\$ 152.449,18	\$ 206.683,74	\$ 467.485,20
Inventarios	\$ 75.765,00	\$ 76.734,79	\$ 77.717,00	\$ 78.711,77	\$ 79.719,29	\$ 80.739,69
<b>Activo Fijo</b>	<b>\$ 360.613,00</b>	<b>\$ 335.034,46</b>	<b>\$ 339.709,39</b>	<b>\$ 344.444,16</b>	<b>\$ 350.592,87</b>	<b>\$ 355.449,62</b>
Terrenos	\$ 41.345,00	\$ 41.874,22	\$ 42.410,21	\$ 42.953,06	\$ 43.502,86	\$ 44.059,69
Edificio	\$ 183.595,00	\$ 185.945,02	\$ 188.325,11	\$ 190.735,67	\$ 193.177,09	\$ 195.649,76
Equipo de Oficina	\$ 558,00	\$ 565,14	\$ 572,38	\$ 579,70	\$ 587,12	\$ 594,64
Maquinaria	\$ 64.860,00	\$ 65.690,21	\$ 66.531,04	\$ 67.382,64	\$ 68.245,14	\$ 69.118,68
Mobiliario	\$ 1.195,00	\$ 1.210,30	\$ 1.225,79	\$ 1.241,48	\$ 1.257,37	\$ 1.273,46
Vehiculos	\$ 65.000,00	\$ 65.832,00	\$ 66.674,65	\$ 67.528,09	\$ 68.392,44	\$ 69.267,87
Equipo de Cómputo	\$ 4.060,00	\$ 4.111,97	\$ 4.164,60	\$ 4.217,91	\$ 4.271,90	\$ 4.326,58
- Depreciaciones	\$ -	\$ 30.194,38	\$ 30.194,38	\$ 30.194,38	\$ 28.841,05	\$ 28.841,05
<b>Activo Diferido</b>	<b>\$ 1.875,00</b>	<b>\$ 10.293,68</b>	<b>\$ 18.393,32</b>	<b>\$ 24.611,92</b>	<b>\$ 28.925,40</b>	<b>\$ 31.309,38</b>
Gastos Diferidos	\$ 1.875,00	\$ 12.560,68	\$ 20.660,32	\$ 26.878,92	\$ 31.192,40	\$ 33.576,38
-Amortizaciones	\$ -	\$ 2.267,00	\$ 2.267,00	\$ 2.267,00	\$ 2.267,00	\$ 2.267,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 560.296,71</b>	<b>\$ 519.000,80</b>	<b>\$ 511.046,46</b>	<b>\$ 600.217,04</b>	<b>\$ 665.921,29</b>	<b>\$ 934.983,90</b>
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Pasivo</b>	<b>\$ 70.960,00</b>	<b>\$ 71.868,29</b>	<b>\$ 72.788,20</b>	<b>\$ 73.719,89</b>	<b>\$ 74.663,51</b>	<b>\$ 75.619,20</b>
Corriente	\$ 6.100,00	\$ 6.178,08	\$ 6.257,16	\$ 6.337,25	\$ 6.418,37	\$ 6.500,52
No Corriente	\$ 64.860,00	\$ 65.690,21	\$ 66.531,04	\$ 67.382,64	\$ 68.245,14	\$ 69.118,68
<b>Patrimonio</b>	<b>\$ 489.336,71</b>	<b>\$ 408.637,27</b>	<b>\$ 421.328,14</b>	<b>\$ 598.786,36</b>	<b>\$ 796.106,90</b>	<b>\$1.270.895,82</b>
Capital Social	\$ 489.336,71	\$ 447.132,51	\$ 438.258,25	\$ 526.497,14	\$ 591.257,79	\$ 859.364,70

Resultado del Ejercicio	\$ -	\$ -38.495,24	\$ 21.565,12	\$ 89.219,33	\$ 132.559,89	\$ 206.682,02
Resultados Acumulados	\$ -	\$ -	\$ -38.495,24	\$ -16.930,11	\$ 72.289,22	\$ 204.849,11
<b>TOTAL PASIVOS+PATRIMONIO</b>	<b>\$ 560.296,71</b>	<b>\$ 519.000,80</b>	<b>\$ 511.046,46</b>	<b>\$ 600.217,04</b>	<b>\$ 665.921,29</b>	<b>\$ 934.983,90</b>

3.5.7. Estudio Ambiental

Tabla 37-3: Matriz de Leopold

Impacto			MATRIZ DE LEOPOLD																	
			Actividades de compra a los Agricultores					Actividades dentro del Centro de Acopio				Otras operaciones del Centro de Acopio					Sumatoria			
Fases	Componentes	Sub Componentes	Adquisición de la mercadería a los agricultores	Movilidad de la mercadería al Centro de Acopio San Andrés	Movilidad de los agricultores a otros lugares de comercialización	Carga y Descarga de la mercadería en el lugar de comercialización	Conservación y Mantenimiento del medio de transporte para su entrega en	Limpieza y Secado de la mercadería	Electricidad utilizada por parte de las máquinas	Limpieza y conservación de mantenimiento de las	Presentación del producto	Limpieza y Ordenanza de la bodega y puestos de ubicación del producto	Recoger los desechos de las áreas administrativas y	Manejo de la clientela en su mayoría dentro de las instalaciones	Uso de los papeles en las impresiones de las facturas	Movilidad de las carretillas hidráulicas	Σ Negativos	Σ Positivos	Σ Total	
Fases Físicos-Químicos	Tierra	Suelos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-2/3	-2	3	-6	
	Agua	Superficial	0	0	0	0	0	-2/3	-3/4	0	0	-1/3	0	0	0	-1/3	-6	9	-24	
	Atmósfera	Clima	0	-1/3	-1/3	0	0	-1/3	0	0	0	0	-2/3	-2/3	-2/3	0	0	-9	18	-27
Fases Biológicos	Cosechas	Vegetación y Productos	8/9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17	72
Fase de Fauna	Insectos	Tipos	-3/4	0	0	0	0	-1/3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-4	7	15
Usos de Territorio	Espacios abiertos	Comercialización	0	0	0	0	0	1/3	2/3	1/3	2/5	0	1/3	0	0	0	0	0	24	25
	Agricultura	Sembríos	3/5	-1/3	-1/3	-1/3	-2/3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-5	3	6
Nivel Cultural	Calidad de vida	Empleo	2/3	2/3	0	2/3	0	2/3	2/3	2/3	0	2/3	2/3	2/3	0	2/3	0	50	60	
		Economía	2/5	2/5	2/5	2/5	2/5	2/5	2/5	2/5	2/5	2/5	2/5	2/5	2/5	0	0	0	0	
	Seguridad	Ambiente de Trabajo	-2/3	0	0	0	0	0	0	-2/3	0	-1/3	0	0	0	0	-5	9	-15	
Fase de Servicios	Red de Movilidad	Transporte	0	-2/3	-2/3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-1/3	-5	9	-18	
	Red de Servicios	Servicios Básicos	0	0	0	0	0	-3/5	-3/5	0	0	0	0	0	0	0	-6	10	-30	

Realizado por: Reinoso Evelyn, 2022

Con el estudio ambiental se ha logrado identificar los principales impactos que la creación del centro de acopio producirá en el ambiente, tal es así que se han propuesto acciones correctivas con el propósito de mejorar las condiciones a riesgos inherentes de la actividad. Para esto es importante considerar que en el Centro de acopio se busca mejorar la administración de los recursos en servicios básicos estos son determinantes para que no se consuma mucha electricidad, las posibles soluciones que se presentan son la creación de paneles solares los mismos que ayudarán a mantener la electricidad natural y en la infraestructura a tener ventanales grandes los mismos que brindaran la mayor claridad posible sobre el horario de trabajo.

Para la optimización de recursos y aprovechar todos los beneficios se implementará un equipo específico que realice la limpieza del producto y del lugar en específico, esto crea una expectativa por la limpieza del lugar y la movilidad de la mercadería.

La empresa considera entre sus objetivos ser amigable con el medio ambiente por eso toma acciones como el manejo de residuos de papel, plástico, residuos de tierra, estos artículos se toman como parte de reciclaje para lo posterior generar un ingreso económico adicional.

En Ecuador durante los últimos años se ha incrementado el nivel de emanación de gases tóxicos que afectan al medio ambiente y a la atmosfera; por lo cual, se ha creado impuestos con los cuales las empresas deben cumplir por afectar al entorno; por eso en el estudio de factibilidad se realizó la evaluación de factores de riesgo para proponer soluciones y evitar el desgaste de los recursos, tanto los naturales, así como los financieros en caso de pagar por multas o sanciones por estar sobre los límites permitidos de contaminación.

En esta evaluación realizada se ha identificado como los principales factores de contaminación, la movilidad de la mercadería, y el uso de servicios básicos, sin embargo, se muestran las soluciones como futuros planes de acciones para que la administración del centro puede trabajar en conjunto con todos sus colaboradores.

Considerando este estudio ambiental, se vuelve imprescindible hablar de los beneficios que trae realizar acciones de sustentabilidad en las empresas, puesto que generan una estrategia de posicionamiento y dinamismo a la economía, hoy en día es imposible no hablar de una economía limpia, donde los recursos se cuidan y se forjan en principios de sustentabilidad y sostenibilidad hacia el largo plazo, y es parte de la cultura organizacional hacerlo parte de su modelo de negocio.

La economía ha evolucionado y parte de que pueda sostenerse en el tiempo ha sido gracias a la búsqueda de nuevas soluciones como son, la disminución de contaminación, el uso apropiado de los recursos, el control sobre los riesgos, y el precio justo. Ante esta realidad una empresa o centro de comercio tiene una alternativa para posicionarse en el mercado por cuanto las nuevas prácticas

económicas también generan fidelidad en sus clientes y contribuyen a su posicionamiento, dando al público como resultado una empresa que financieramente es rentable y que además es amigable con el medio ambiente. En la actualidad, los recursos monetarios que genera la empresa van conexos a una realidad de calidad y manejo de sus procesos.

## CONCLUSIONES

Realizada la investigación se determinó de forma teórica todos los aspectos y actividades que se deben cumplir para obtener un producto, en este caso el máximo objetivo fue definir los componentes de un estudio de factibilidad donde se pueda adaptar la información obtenida de forma técnica hacia la realidad del problema encontrado.

El estudio técnico se realizó según la teoría específica que fijó un modelo a seguir en el capítulo uno, el mismo que se vuelve un paso de referencia para poder calcular los costos y gastos que tendrá la propuesta realizada. Así mismo gracias al estudio de mercado se determinó la oferta y demanda existente y así la factibilidad comercial de la propuesta.

Una vez realizados los estudios previos se pudo concluir con el estudio de factibilidad financiero y se demostró que de dar apertura al centro de acopio en la parroquia de San Andrés el proyecto tendrá un VAN positivo de \$188,122.68y una TIR del 14.75%. valores que demuestran que la inversión puede ser realizada al mismo tiempo que puede convertirse en una oportunidad laboral para la población local adicionando la rentabilidad que el presente proyecto genera por medio de un precio justo que se incrementa por medio de la inflación.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda hacer uso del documento teórico como un aporte técnico para la realización de una investigación en materia de proyectos de factibilidad puesto que es un compendio de varios autores que han logrado definir los todos los aspectos y actividades que se deben cumplir para obtener un producto, como en este caso para el proyecto de un Centro de Acopio.

Es importante que se realice un estudio técnico y un estudio de mercado para los futuros estudios de factibilidad, puesto que de los dos estudios dependerá el conocimiento real de la población y el lugar donde se desarrollarán las actividades empresariales, además gracias a estos estudios el investigador podrá definir una estructura de costos y gastos en los cuales determinará si su oferta en el mercado puede ser acogida.

Es determinante la realización de un estudio financiero luego de conseguir los principales datos para la factibilidad de la propuesta realizada. Si bien se pudo conseguir el lugar y las condiciones necesarias frente a una demanda insatisfecha es importante conocer si es una idea útil de forma rentable para los inversionistas del proyecto determinado.



epoch

Dirección de Bibliotecas y **GLOSARIO**  
Recursos del Aprendizaje

**Desarrollo sostenido:** Dentro de un país o región, el cambio gradual caracterizado por el crecimiento económico, la creciente equidad social, la constructiva modificación de los ecosistemas y el mantenimiento de la base de recursos naturales (Montes del Castillo & Montes , 2014).

**Ecosistema:** Una unidad espacial definida por un complejo de componentes y procesos físicos y bióticos que interactúan en forma interdependiente, y que han creado flujos de energía característicos y ciclos o movilización de materiales (Montes del Castillo & Montes , 2014).

**Estrategia:** El marco lógico y conjunto de decisiones coordinadas que vinculan los objetivos de desarrollo con las acciones necesarias para lograrlos. La estrategia propuesta que incluye componentes económicos, sociales, ambientales y espaciales, especifica los principales problemas que deben solucionarse, y las oportunidades que pueden aprovecharse mediante inversiones a corto y mediano plazo en proyectos específicos (Montes del Castillo & Montes , 2014).

**Sector productivo:** Un sector de la economía que produce un bien material. Los sectores productivos incluyen la minería, la silvicultura, la pesca, la agricultura, la industria y la energía, pero excluyen la actividad gubernamental y los servicios sociales (Montes del Castillo & Montes , 2014).

**Beneficiarios:** Son el grupo objetivo o población objetivo (beneficiarios directos) más los favorecidos indirectamente por el proyecto (Montes del Castillo & Montes , 2014)

## BIBLIOGRAFÍA

- Acemoglu, D., & Robinson, J. A. (2019). Persistence of power, elites, and institutions. *American Economic Review*, 98(1), 267–293. <https://doi.org/10.1257/AER.98.1.267>
- Acevedo Manuel, & Piñeiro Mónica. (2017). *Economía una Introducción*. 4027.
- Alemán González, H. M. (2021). *Estudio de factibilidad Proyecto “Creación de una microempresa productora de adornos con materiales reciclables en la Comunidad La Flor Isla de Ometepe, 2021-2022”*.
- Andrade Merino, R. (2018). *Planificación Estratégica*.
- Andrade Raúl. (2020). *Planificación Estratégica*.
- Arias-Gómez, J., Ángel Villasís-Keever, M., & Guadalupe Miranda-Navales, M. (n.d.). *Metodología de la Investigación*. Retrieved from [www.nietoeditores.com.mx](http://www.nietoeditores.com.mx)
- Banco Central del Ecuador. (2021). *Reporte de Coyuntura Sector Agropecuario*. Retrieved from <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Encuestas/Coyuntura/Integradas/etc202004.pdf>
- Blancutt Mendoza Mario. (2013). La formulación de una Plan Estratégico Urbano. Retrieved December 11, 2021, from <https://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1252/formulacion-plan-estrategico-urbano.html>
- Boero, C. (2020a). *Evaluación de proyectos*. Jorge Sarmiento Editor - Universitas. Retrieved from <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/172500>
- Boero, C. (2020b). *Evaluación de proyectos*. Jorge Sarmiento Editor - Universitas. Retrieved from <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/172500>
- Cevallos Vique, V. (2020). *Formulación y Evaluación de Proyectos*.
- Chávez Vallejo, D. I. (2020). *Estudio de Factibilidad para la creación de un Centro de Acopio de Leche de Ganado Vacuno, Parroquia Cebadas, Cantón Guamate*. Retrieved from <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6776>

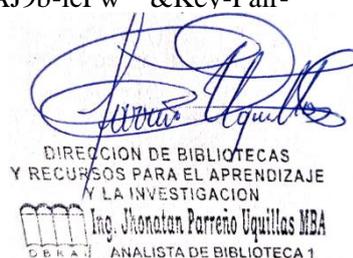
- Club de Capitales. (2018). Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento. Retrieved November 26, 2021, from <https://clubdecapitales.com/educacion/tasa-minima-aceptable-de-rendimiento/>
- Díaz Herrera, C. (2018). Vista de Investigación cualitativa y análisis de contenido temático. Orientación intelectual de revista Universum. Retrieved December 29, 2021, from <https://revistas.ucm.es/index.php/RGID/article/view/60813/4564456547606>
- Elizalde, L. (2019). Los estados financieros y las políticas contables. *593 Digital Publisher CEIT*, 5–1(4), 217–226. <https://doi.org/10.33386/593dp.2019.5-1.159>
- Escalera Falconi, A. A. (2021). El capital de trabajo y la rentabilidad de las empresas cementeras que cotizan en la BVL en el 2020. *Universidad Privada Del Norte*. Retrieved from <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/28123>
- Fernanda, M., Casas, T., Optar, P., & Profesional, T. (2017). *Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de papa semiprocesada para papa frita y optimización en la utilización de los subproductos de papa en Arequipa*.
- Fernández Marcial, V. (2021). *Biblioteca Nacional de Cuba- Marketing Mix*.
- Ficos, E. (2018). *Estudio Económico*. Retrieved from <http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2011/eva-elePro/4.pdf>
- Figuroa Soledispa, L. M., Toala Bozada, P. S., & Quiñonez Cercado, M. del P. (2020). *El Marketing Mix y su incidencia en el posicionamiento comercial de las Pymes*. 5, 309–324. <https://doi.org/10.23857/pc.v5i12.2050>
- Goolsbee Austan. (2018). *Microeconomía*. México. Retrieved from [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=4DbeDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=microeconomia&ots=m1aZBg5Mp2&sig=HmfeGyEsBPWdrGl\\_yq5HtPFKv08#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=4DbeDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=microeconomia&ots=m1aZBg5Mp2&sig=HmfeGyEsBPWdrGl_yq5HtPFKv08#v=onepage&q&f=false)
- INEC. (2010). Crecimiento poblacional por parroquias. Retrieved December 28, 2021, from <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/search/POBLACION+POR+SEXO,+SEGUNDA+PROVINCIA,+PARROQUIA+Y+CANTON+DE+EMPADRONAMIENTO/>

- INEC. (2020). *Boletín Técnico Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua*. 6–15. Retrieved from [www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec)
- Isaza Cardona, J. I., Castrillón Monsalve, L. O., & Henao Jaramillo, Z. K. (2021). *Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio que permita la comercialización y distribución de productos agrícolas cultivados en el Municipio de Amalfi*. Sede Amalfi. Retrieved from [https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/20719/1/HenaoZully\\_2021\\_CentroAcopioAgricola.pdf](https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/20719/1/HenaoZully_2021_CentroAcopioAgricola.pdf)
- Klaus Bruhn, J. (2020). *La comunicación y los medios: Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa*. Retrieved from <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Sf1FEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=que+es+enfoque+cualitativo+y+cuantitativo&ots=2LpLZqPBxv&sig=KYp8mrB2X7QniDRFkzBFt1pxrjE#v=onepage&q=que%20es%20enfoque%20cualitativo%20y%20cuantitativo&f=false>
- López, C. (2020). Conceptos básicos de producción. Retrieved November 26, 2021, from <https://www.gestiopolis.com/conceptos-basicos-produccion/>
- Lusnich, C. (2021). *Estrategias de producción sustentable, comercio directo y precio justo en la Economía Social y Popular*.
- Marroquín Peña, R. (2017). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SESIÓN N° 04*. Retrieved from [http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia\\_de\\_la\\_investigacion.pdf](http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia_de_la_investigacion.pdf)
- Méndez Lozano, R. A. (2020). *Formulación y evaluación de proyectos: Enfoque para emprendedores*. Retrieved from <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=MBwuEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=estructura+de+la+factibilidad+en+proyectos&ots=LGiVLdLQyr&sig=Dd1fowYAethn0GFtX0k2DR3AMzc#v=onepage&q&f=false>
- Mgter. Santos, & Oliveira, G. (2019). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Instituto Provincial de Administración Pública Del Chaco.

- Miñan, G. S., Simpalo, W. D., & Mudarra, J. D. (2018). Implementación de un centro de acopio para optimizar la gestión de residuos sólidos en una Universidad Privada de la Región de Ancash. *UCV - SCIENTIA, ISSN 2077-172X, Vol. 10, N° 2, 2018, 183 Págs., 10(2), 176–183*. <https://doi.org/10.18050/RevUcv-Scientia.v10n2a7>
- Moncayo Quiroz, C. I. (2018). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que brinde el servicio de gestión documental en la ciudad de Guayaquil*. Retrieved from <http://201.159.223.180/bitstream/3317/10412/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-460.pdf>
- Monroy, M. de los A., & Nava, N. (2018). Metodología de la investigación. *Lapislázuli Ediciones*, 169. Retrieved from <https://elibro.net/es/lc/learningbyhelping/titulos/172512>
- Montes Del Castillo, Á., & Montes Martínez, A. (2014). *Guía para proyectos de investigación Research projects guide*. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/4761/476147260005.pdf>
- Montesdeoca, F. M. (2005). *Guía para la producción, comercialización y uso de semilla de papa de calidad*. Retrieved from [www.pnrtpapa.org.ec](http://www.pnrtpapa.org.ec)
- Moreno Fernández, J. (2018). *Prontuario de finanzas empresariales -*. Retrieved from [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=d0JqDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT1&dq=Que+es+depreciacion+en+finanzas&ots=l9u\\_aX5GIU&sig=FyzYPQNs8KwrrC6ktbrXj7YeCsc#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=d0JqDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT1&dq=Que+es+depreciacion+en+finanzas&ots=l9u_aX5GIU&sig=FyzYPQNs8KwrrC6ktbrXj7YeCsc#v=onepage&q&f=false)
- Municipalidad de Bogotá. (2018). *Definición de Gastos Para los Proyectos*.
- Paca, G. (2020). Historia – GAD PARROQUIAL SAN ANDRES. Retrieved November 26, 2021, from [http://sanandres.gob.ec/?page\\_id=588](http://sanandres.gob.ec/?page_id=588)
- Pardo Martínez, A. M. (2019). *Estudio de Factibilidad para la creación de un Centro de Acopio, para la recolección de material recuperable (PET) en el Municipio de Changuaní Cundinamarca*. Retrieved from <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/23961/1/Creaci%C3%B3n-centro-de-acopio-recolecci%C3%B3n-PET-en-Chaguan%C3%AD.pdf>

- Pilataxi Yungan, E. I. (2021). *Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Acopio de Maíz (ZEA MAYZ) para disminuir las pérdidas poscosechas en las comunidades de la parroquia Licto*. Riobamba. Retrieved from <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/7639>
- Ramírez Gusqui, Á. R. (2021). UTPL: Agricultura y ganadería análisis en economía popular y solidaria de la provincia Chimborazo cantón guano parroquia san Andrés. Retrieved November 26, 2021, from <http://dspace.utpl.edu.ec/handle/20.500.11962/28805>
- Ramírez Ortiz, M. E. (2015). *Tendencias de innovación en la ingeniería de alimentos*. Retrieved from <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=LBpOCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA169&dq=que+es+la+comercializacion&ots=cT34OVt7Fk&sig=fnESJdiyatIpqKGjHWTIdolgj6A#v=onepage&q&f=false>
- Resico, M. F. (2018). *Introducción a la Economía Social de Mercado Edición latinoamericana. Introducción a La Economía Social de Mercado*. Retrieved from [http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/493/1/Introducci%C3%B3n%20a%20la%20Econom%C3%ADa%20Social%20de%20Mercado%20%28Pdf%29%20v\\_2.pdf](http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/493/1/Introducci%C3%B3n%20a%20la%20Econom%C3%ADa%20Social%20de%20Mercado%20%28Pdf%29%20v_2.pdf)
- Reyna, F. R. M., Echeverría, G. C., & Borja, G. F. T. (2019). La evaluación de proyectos de inversión: una perspectiva financiera. *Opuntia Brava*, 11(Especial 2), 465–473.
- Ruiz Echeverría, C. D. R. (2017). Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto. In *Revista*.
- Sandoval Fonseca, M. (2021). Ejecución presupuestal y calidad del gasto en proyectos de inversión pública de la Municipalidad Provincial de San Martín, 2020 – 2021. *Repositorio Institucional - UCV*. Retrieved from <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2981537>
- Santo, U., Facultad, T., Ciencias, D. E., & Tecnologías, Y. (2019). *Estudio de Factibilidad Técnica y Financiera para la Creación de una Empresa de Construcción dedicada A la Comercialización de Formaleta en Aluminio*. Retrieved from <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/18599/2019edinsonqui%c3%b1ones.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Sapag, N. (2020). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación (3a. ed.)*. Pearson Educacion. Retrieved from <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/188321>
- Schwend, H. (2014). *El dinero: la mitad de los economistas de altos ingresos quedarían cesantes...* Editorial Universidad de Santiago de Chile. Retrieved from <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/68406>
- Thompson, I. (2011). *Definición de un Producto conozca cuál es la Definición de Producto desde una perspectiva de marketing*. Retrieved from <http://www.paginaspersonales.unam.mx/app/webroot/files/1613/Asignaturas/2108/Archivo2.5203.pdf>
- Torres Loaiza, J. S. (2018). *Investigación & Negocios*. Retrieved from [http://www.scielo.org.bo/pdf/rjyn/v11n18/v11n18\\_a10.pdf](http://www.scielo.org.bo/pdf/rjyn/v11n18/v11n18_a10.pdf)
- Vega, C. (2019). *Que es un Proyecto Introducción a la Gerencia de Proyectos*.
- Viteri, M. del P., & Tapia, M. C. (2018). Economía ecuatoriana: de la producción agrícola al servicio. *Revista ESPACIOS*, 39(32).
- Ydali, P., & Niño Fonseca, D. M. (2010). *Importancia del Organigrama en una Empresa*. México. Retrieved from [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53223180/IMPORTANCIA\\_DEL\\_ORGANIGRAMA\\_EN\\_UNA\\_EMPRESA-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1638846523&Signature=El9dKQxgAEuw7K627bB4FrgDEmOjRYQM2qk9-DgxsCMQuRJuTa25rRhhX5WwQHstCwA-VCDxfG-1PH4RQIRhfr7lyl9ZRfaNHNOG9ojdbW8~~Ua1nOouJcnSqlzcUdHkesjU5fw~og94PRGt6sqcjN8DO7RD18RO6jGyFfmFJS6UGzEPv2cGc9RHq5GKX~8c9R4HTQvZUMVREOpwO3IC9j9eM44O3dIko4Fr2wIaZS40T-eleZ9iGK6owadOIS3ISo2vPVXJxdoRHpEsGT8ST1YXMJfwxqNrUzBw~KLQBv41BMzx-7s-HxpEp5J9tg973yKzxntTih0T~AJ9b-lcPw &Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53223180/IMPORTANCIA_DEL_ORGANIGRAMA_EN_UNA_EMPRESA-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1638846523&Signature=El9dKQxgAEuw7K627bB4FrgDEmOjRYQM2qk9-DgxsCMQuRJuTa25rRhhX5WwQHstCwA-VCDxfG-1PH4RQIRhfr7lyl9ZRfaNHNOG9ojdbW8~~Ua1nOouJcnSqlzcUdHkesjU5fw~og94PRGt6sqcjN8DO7RD18RO6jGyFfmFJS6UGzEPv2cGc9RHq5GKX~8c9R4HTQvZUMVREOpwO3IC9j9eM44O3dIko4Fr2wIaZS40T-eleZ9iGK6owadOIS3ISo2vPVXJxdoRHpEsGT8ST1YXMJfwxqNrUzBw~KLQBv41BMzx-7s-HxpEp5J9tg973yKzxntTih0T~AJ9b-lcPw &Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)



## ANEXOS

### ANEXO A Encuesta a los agricultores



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



### ENCUESTA PRODUCTORES

Encuesta dirigida a los agricultores de la parroquia de San Andrés, Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.

**Objetivo:** Conocer el grado de aceptación que tendrá la creación de un centro de Acopio en la parroquia de San Andrés para los productores de papas.

### CUESTIONARIO

#### 1.- ¿Qué tipo de papa cultiva usted?

Gabriela \_\_\_ Cecilia\_\_\_ Puña \_\_\_ Semichola \_\_\_ Chola\_\_\_  
Chaucha\_\_\_ Uvillas\_\_\_ Fruit\_\_\_ Otros\_\_\_\_\_ No Cultiva\_\_\_

#### 2.- ¿Aproximadamente que superficie de terreno destina usted para el cultivo de papas?

Menos de 1 hectárea\_\_\_\_\_ 2-5 Hectárea\_\_\_\_\_ 6 a 10 hectáreas \_\_\_\_\_  
10-20 hectáreas\_\_\_\_\_ Más de 20 Hectáreas\_\_\_\_\_

#### 3.- ¿El terreno donde cultiva su producto es?

Propio\_\_\_ Arrendado\_\_\_ Familiar\_\_\_ Al partir\_\_\_

Si usted arrienda cual es el precio: \_\_\_\_\_

#### 4.- ¿Cuál es el tiempo de cultivo de la papa?

3 meses\_\_\_ 4 meses\_\_\_ 5 meses\_\_\_ 6 meses\_\_\_

#### 5.- ¿Cuántos quintales generalmente produce usted en una cosecha?

1 a 10\_\_\_ 10 a 20\_\_\_ 20 a 30\_\_\_ 30 a 40\_\_\_ 40 a mas\_\_\_

#### 6.- ¿Cuantos quintales de papa destina para la venta?

1 a 10\_\_\_ 10 a 20\_\_\_ 20 a 30\_\_\_ 30 a 40\_\_\_ 40 a mas

#### 7.- ¿En la venta a cuál de los siguientes lugares distribuye su producto?

Mayoristas\_\_\_\_\_ Ferias Populares\_\_\_\_\_ Minoristas\_\_\_

Tiendas\_\_\_ Supermercados\_\_\_ Otros\_\_\_

#### 8.- ¿Indique el rango del precio de venta del quintal?

5-10 dólares\_\_\_ 10-15 dólares \_\_\_ 15-20 dólares\_\_\_  
20-25 dólares\_\_\_ 25 dólares a más\_\_\_

#### 9.- ¿Conoce a que se dedica un centro de acopio?

Si\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_ Desconozco\_\_\_\_\_

Porque:\_\_\_\_\_

**10.- ¿Por qué razón decidiría vender al centro de acopio su producción de papas?**

Precio Justo\_\_\_\_ Venta segura\_\_\_\_ Facilidad de transporte\_\_\_\_ Volumen de  
Entrega\_\_\_\_\_

**11.- ¿Cuál es el método de cobro que usted escogería por la venta al centro de acopio?**

Efectivo\_\_\_\_ Crédito\_\_\_\_ Transferencia Bancaria\_\_\_\_ Depósito\_\_\_\_\_

## ANEXO B ENCUESTA A LOS CONSUMIDORES



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



### ENCUESTA CONSUMIDORES

Encuesta dirigida a la posible demanda de la parroquia de San Andrés, Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.

**Objetivo:** Conocer el grado de aceptación que tendrá la creación de un centro de Acopio en la parroquia de San Andrés para los posibles consumidores.

#### CUESTIONARIO

**1.- ¿Qué tipo de papa consume usted?**

Gabriela \_\_\_ Cecilia \_\_\_ Puña \_\_\_ Semichola \_\_\_  
Chaucha \_\_\_ Uvillas \_\_\_ Fruit \_\_\_ Otros \_\_\_ No consume \_\_\_

**2.- ¿Cuál es la cantidad que usted mensualmente adquiere de papa para su familia? En Libras**

10 a 20 \_\_\_ 20 a 40 \_\_\_ 40 a 60 \_\_\_ 60 a 90 \_\_\_ 90 a 100 \_\_\_

**3.- ¿Indique el rango que paga por adquirir las papas? Marque con una X**

LIBRAS	DÓLARES	MARQUE CON UNA X
10 a 20	5-10	
20 a 40	10-15	
40 a 60	15-20	
60 a 90	20-25	
90 a 100	25	

**4.- ¿Qué nivel de preferencia tiene usted para adquirir la papa?**

Tamaño \_\_\_ Tipo \_\_\_ Calidad \_\_\_ Peso \_\_\_ Limpieza \_\_\_ Presentación \_\_\_

**5.- ¿Cómo preferiría usted la presentación al adquirir el producto?**

Fundas plásticas \_\_\_ Canastas \_\_\_ Saquillos \_\_\_ Cajas \_\_\_ Cartón \_\_\_

**6.- ¿Dónde generalmente usted compra las papas?**

Mayoristas \_\_\_ Ferias Populares \_\_\_ Minoristas \_\_\_

Tiendas \_\_\_ Supermercados \_\_\_ Otros \_\_\_

**7.- ¿Cómo le gustaría adquirir la papa?**

Quintales \_\_\_ Kilos \_\_\_ Libras \_\_\_

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

SI \_\_\_ NO \_\_\_

Porque: \_\_\_\_\_

**8- ¿En un Centro de Acopio que otros servicios le gustaría que le ofrecieran a usted?**

Transporte\_\_\_\_ Almacenamiento\_\_\_\_\_

Secado-Pelado\_\_\_\_ Precio Justo\_\_\_\_ Limpieza\_\_\_\_\_ Calidad de papas \_\_\_\_\_

**9.- ¿Cuál es el método de pago que preferiría usted?**

Efectivo\_\_\_\_ Crédito\_\_\_\_ Transferencia Bancaria\_\_\_\_ Depósito\_\_\_\_\_

## ANEXO C ENTREVISTA



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



Entrevista dirigida al presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia de San Andrés

**Objetivo:** Conocer el grado de aceptación y aporte que tendrá la creación de un centro de Acopio por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia de San Andrés

- 1.- En su periodo de gestión que actividades se han realizado en favor de los productores**
- 2.- ¿Cuál es la oferta productiva de papas de cada comunidad de la parroquia de San Andrés?**
- 3.- ¿Cuáles son los procesos de siembras y cosechas de la papa?**
- 4.- ¿Cuáles son los factores negativos que afectan a la producción de papas?**
- 5.- ¿Los precios en el mercado son estables?**
- 6.- Como representante del GAD Parroquial de San Andrés ¿Qué acciones tomaría usted para apoyar la creación de un Centro de Acopio para la comercialización de papas?**



esPOCH

Dirección de Bibliotecas y  
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y  
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 09 / 05 / 2022

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> Evelyn Alexandra Reinoso Mosquera
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> Administración de Empresas
<b>Carrera:</b> Finanzas
<b>Título a optar:</b> Licenciada en Finanzas
<b>f. Analista de Biblioteca responsable:</b> Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.



09 / 05 / 2022

0800-DBRA-UTP-2022