



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

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PAPA
EN LA PARROQUIA LA MATRIZ, CANTÓN ALAUSÍ PROVINCIA
DE CHIMBORAZO, AÑO 2022

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA:

ADELA LEONOR VELASTEGUI RODRÍGUEZ

Riobamba – Ecuador

2023



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

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PAPA
EN LA PARROQUIA LA MATRIZ, CANTÓN ALAUSÍ PROVINCIA
DE CHIMBORAZO, AÑO 2022

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA: ADELA LEONOR VELASTEGUI RODRÍGUEZ

DIRECTOR: ING. FAUSTO FRANCISCO NAVARRETE CHÁVEZ, MSc.

Riobamba – Ecuador

2023

©2023, Adela Leonor Velastegui Rodríguez

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

Yo, Adela Leonor Velastegui Rodríguez declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados de este 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, 8 de mayo de 2023



Adela Leonor Velastegui Rodríguez

C I: 060489078-0

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

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; tipo: Proyecto de Investigación, **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PAPA EN LA PARROQUIA LA MATRIZ, CANTÓN ALAUSÍ PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2022**, realizando por la señorita: **ADELA LEONOR VELASTEGUI RODRIGUEZ**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Carina del Rocío Cevallos Ramos, MSc. PRESIDENTA DEL TRIBUNAL		2023-05-08
Ing. Fausto Francisco Navarrete Chávez, MSc. DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-05-08
Econ. María Francisca Cazorla Logroño, MSc. ASESORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-05-08

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación se lo dedico a Dios, a mis padres, a mi hijo y a mi sobrinita que está en el cielo por ser mi pilar fundamental para poder culminar mi carrera universitaria; a todos los profesores de mi amada carrera que sin duda han contribuido con sus enseñanzas, no solo académicas si no también con principios humanísticos para poder ser una profesional, a mi director y asesora de tesis por siempre apoyarme y ser una guía fundamental para poder culminar este trabajo con satisfacción, se lo dedico a mi bello cantón de Alausí y a mis amigos que ahora están en el cielo por siempre brindarme su apoyo incondicional desde que comencé elaborar este trabajo de tesis.

Adela

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la vida, por las bendiciones; a mi Señor de la Justicia y a mi Virgen del Rosario de Agua Santa por siempre brindarme sabiduría, para poder enfrentar cada obstáculo que se me presentaba a lo largo de mi carrera universitaria, mi agradecimiento a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por haberme brindado la oportunidad de formar parte de la familia politécnica, a mi prestigiosa Carrera de Finanzas por abrirme las puertas, estableciéndome valores éticos para ser una profesional de calidad, a mis tutores de tesis por siempre apoyarme y guiarme en este proceso, por ultimo agradezco a todas las personas quienes han formado parte de mi proceso de estudio con enseñanzas y consejos que sin duda han sido muy importantes para mi vida profesional.

Adela

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvii
RESUMEN.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.2. Objetivos.....	4
1.3. Justificación.....	4

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. Antecedentes investigativos.....	6
2.2. Fundamentación teórica.....	7
2.2.1. <i>Factibilidad</i>	7
2.2.1.1. <i>Factibilidad o proyecto definitivo</i>	7
2.2.1.2. <i>Proyecto</i>	7
2.2.1.3. <i>Etapas de un proyecto</i>	8
2.2.1.4. <i>Estructura de la factibilidad</i>	8
2.2.1.5. <i>Aspectos básicos de la factibilidad</i>	9
2.2.2. <i>Centro de acopio</i>	10
2.2.2.1. <i>Características del centro de acopio</i>	11
2.2.2.2. <i>Función del centro de acopio</i>	11
2.2.3. <i>Industrialización</i>	11
2.2.3.1. <i>Maquinaria de industrialización</i>	11
2.2.4. <i>Estudio de mercado</i>	12
2.2.4.1. <i>Objetivos del estudio de mercado</i>	12
2.2.4.2. <i>Importancia del estudio de mercado</i>	12

2.2.4.3.	<i>Demanda</i>	13
2.2.4.4.	<i>Análisis de la demanda</i>	13
2.2.4.5.	<i>Tipos de demanda</i>	13
2.2.4.6.	<i>Demanda proyectada</i>	14
2.2.4.7.	<i>Demanda insatisfecha</i>	14
2.2.4.8.	<i>Oferta</i>	14
2.2.4.9.	<i>Análisis de oferta</i>	14
2.2.4.10.	<i>Oferta proyectada</i>	14
2.2.5.	Marketing mix	15
2.2.5.1.	<i>Comercialización</i>	15
2.2.5.2.	<i>Plaza de distribución</i>	15
2.2.5.3.	<i>Precio</i>	15
2.2.6.	Estudio técnico	15
2.2.6.1.	<i>Tamaño del proyecto</i>	16
2.2.6.2.	<i>Localización</i>	16
2.2.6.3.	<i>Ingeniería del proyecto</i>	16
2.2.7.	Estudio administrativo	16
2.2.7.1.	<i>Análisis FODA</i>	16
2.2.7.2.	<i>Organigrama</i>	16
2.2.7.3.	<i>Misión</i>	17
2.2.7.4.	<i>Visión</i>	17
2.2.7.5.	<i>Valores institucionales</i>	17
2.2.7.6.	<i>Políticas</i>	17
2.2.	Estudio legal	17
2.2.9.	Estudio económico financiero	18
2.2.9.1.	<i>Inversión</i>	18
2.2.9.2.	<i>Punto de equilibrio</i>	18
2.2.9.3.	<i>Valor actual neto</i>	18
2.2.9.4.	<i>Tasa interna de retorno</i>	19
2.2.9.5.	<i>Razón beneficio – costo</i>	19
2.2.10.	Estudio ambiental	19
2.3.	Marco conceptual	19
2.3.1.	Calidad	19
2.3.2.	Ingresos	19
2.3.3.	Precio justo	20
2.3.4.	Papa	20

2.4.	Idea a defender	20
2.4.1.	<i>Variable independiente</i>	20
2.4.2.	<i>Variable dependiente</i>	20

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO.....	21
3.1.	Enfoque de investigación.....	21
3.2.	Nivel de investigación.....	21
3.2.1.	<i>Descriptivo</i>	21
3.3.	Diseño de la investigación.....	22
3.3.1.	<i>No experimental</i>	22
3.3.2.	<i>Transversal</i>	22
3.4.	Tipo de estudio	22
3.4.1.	<i>Documental</i>	22
3.4.2.	<i>De campo</i>	23
3.5.	Población y muestra.....	23
3.5.1.	<i>Población</i>	23
3.5.2.	<i>Planificación</i>	23
3.5.3.	<i>Selección</i>	24
3.5.4.	<i>Cálculo del tamaño de la muestra</i>	24
3.6.	Métodos técnicas e instrumentos	25
3.6.1.	<i>Métodos</i>	25
3.6.1.1.	<i>Inductivo</i>	25
3.6.1.2.	<i>Deductivo</i>	26
3.6.2.	<i>Técnicas</i>	26
3.6.2.1.	<i>Encuesta</i>	26
3.6.2.2.	<i>Entrevista</i>	26
3.6.3.	<i>Instrumentos de la investigación</i>	26
3.6.3.1.	<i>Cuestionario</i>	27

CAPÍTULO IV

4.	Resultados.....	28
4.1.	Encuestas aplicadas a los productores de papa de la parroquia la matriz, cantón alausí, provincia de chimborazo.	28

4.2.	Encuesta aplicadas a la población económicamente activa de la parroquia la matriz, cantón alausí, provincia de chimborazo.....	39
4.3.	Discusión de resultados.....	50

CAPÍTULO V

5.	MARCO PROPOSITIVO	51
5.1.	Título	51
5.2.	Introducción	51
5.3.	Objetivos de la propuesta	52
5.4.	Contenido de la propuesta.....	52
5.5.	Estudio de mercado.....	53
5.5.1.	<i>Análisis y demanda actual</i>	53
5.5.1.1.	<i>Proyección de la demanda.....</i>	54
5.5.2.	<i>Análisis y oferta actual.....</i>	55
5.5.2.1.	<i>Proyección de la oferta</i>	56
5.5.3.	<i>Demanda insatisfecha</i>	57
5.5.4.	<i>Marketing mix</i>	58
5.5.4.1.	<i>Productos</i>	58
5.5.4.2.	<i>Determinación del precio.....</i>	60
5.5.4.3.	<i>Promoción y publicidad.....</i>	61
5.6.	Estudio técnico.....	63
5.6.1.	<i>Información del proyecto</i>	64
5.6.1.1.	<i>Tamaño del proyecto.....</i>	64
5.6.1.2.	<i>Capacidad instalada</i>	64
5.6.1.3.	<i>Localización del centro de acopio</i>	64
5.6.1.4.	<i>Macro localización</i>	65
5.6.1.5.	<i>Micro localización</i>	66
5.6.1.6.	<i>Ingeniería del proyecto</i>	66
5.6.1.7.	<i>Maquinaria y equipo requerido en el proyecto.....</i>	74
5.6.1.8.	<i>Infraestructura de la planta</i>	77
5.7.	Estudio legal.....	78
5.7.1.	<i>Ubicación.....</i>	79
5.7.2.	<i>Base legal.....</i>	79
5.7.3.	<i>Estatutos</i>	82
5.8.	Estudio administrativo	83

5.8.1.	<i>Descripción de la empresa</i>	83
5.8.2.	<i>Misión</i>	83
5.8.3.	<i>Visión</i>	83
5.8.4.	<i>Valores institucionales</i>	84
5.8.5.	<i>Políticas</i>	85
5.8.6.	<i>Reglamentos</i>	85
5.8.7.	<i>Estructura jerárquica</i>	86
5.9.	Estudio económico financiero	89
5.9.1.	<i>Inversión del proyecto</i>	89
5.9.2.	<i>Capital de trabajo</i>	93
5.9.3.	<i>Inversión diferida</i>	99
5.9.4.	<i>Inversión total</i>	100
5.9.5.	<i>Determinación de los costos</i>	101
5.9.6.	<i>Determinación de ingresos y egresos</i>	106
5.9.7.	<i>Punto de equilibrio</i>	107
5.9.8.	<i>Estado de resultados</i>	108
5.9.9.	<i>Flujo de caja</i>	109
5.9.10.	<i>Evaluación económica financiera</i>	110
5.9.11.	<i>Balance general</i>	114
5.10.	Estudio ambiental	115
 CONCLUSIONES		118
RECOMENDACIONES		119
BIBLIOGRAFÍA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-4:	¿Usted como productor de papas pertenece a alguna asociación?.....	28
Tabla 2-4:	¿Cómo productor usted conoce sus costos dentro en la producción de las papas?	29
Tabla 3-4:	¿El precio que recibe por su cosecha es el ideal para cubrir los gastos de producción y ganancia?.....	30
Tabla 4-4:	¿Qué área dispone usted para la producción de papa? En Hectáreas.....	31
Tabla 5-4:	¿Cuántas veces al año cosecha la papa?.....	32
Tabla 6-4:	¿Cuántos quintales de papa cosecha usted en cada producción?	33
Tabla 7-4:	¿Cuál es el precio que le pagan por el quintal de papa?.....	34
Tabla 8-4:	¿Dónde vende su producción?	35
Tabla 9-4:	¿Según su criterio su papa es de calidad?	36
Tabla 10-4:	¿Cree usted que es necesario cumplir con normas de calidad para que su producción pueda ser vendida?	37
Tabla 11-4:	¿Aceptaría entregar su producción a una industria local donde le ofrezcan el precio justo y estandarizados por su producción?.....	38
Tabla 12-4:	¿Conoce usted el tubérculo llamado comúnmente papa?	39
Tabla 13-4:	¿Usted consume papa?	40
Tabla 14-4:	¿Con qué frecuencia consume usted la papa? (escala semanal).....	41
Tabla 15-4:	¿Cuántas libras de papas usted consume?.....	42
Tabla 16-4:	¿Para qué utiliza la “papa”? De las siguientes opciones.	43
Tabla 17-4:	¿Estaría dispuesto a consumir derivados de la" papa" en una presentación atractiva?	44
Tabla 18-4:	¿Cuál de los productos derivados de la papa le gustaría que se oferten en el mercado?.....	45
Tabla 19-4:	¿Cómo le gustaría que fuera la presentación del producto?.....	46
Tabla 20-4:	¿En qué lugares le gustaría encontrar estos productos?	47
Tabla 21-4:	¿Por qué medios de comunicación preferiría conocer sobre estos nuevos productos?.....	48
Tabla 22-4:	¿De su preferencia como desearía pagar su compra?.....	49
Tabla 1-5:	Demanda	53
Tabla 2-5:	Proyección de las familias	54
Tabla 3-5:	Proyección de la Demanda.....	54
Tabla 4-5:	Oferta	55

Tabla 5-5:	Proyección de los Agricultores	56
Tabla 6-5:	Proyección de la Oferta.....	56
Tabla 7-5:	Demanda Insatisfecha	57
Tabla 8-5:	Productos	58
Tabla 9-5:	Capacidad Instalada	64
Tabla 10-5:	Proceso de la compra de la materia prima	67
Tabla 11-5:	Proceso de la industrialización de la papa	69
Tabla 12-5:	Proceso de Industrialización de la papa a Harina.....	71
Tabla 13-5:	Proceso de Comercialización	73
Tabla 14-5:	Maquinaria y Equipo Requerido en el proyecto	74
Tabla 15-5:	Maquinaria y Equipo Requerido en el proyecto	76
Tabla 16-5:	Infraestructura de la planta.....	77
Tabla 17-5:	Inversión de Base Legal.....	81
Tabla 18-5:	Perfil de Puestos.....	86
Tabla 19-5:	Contador y secretario	87
Tabla 20-5:	Jefe de Áreas	87
Tabla 21-5:	Empacador	88
Tabla 22-5:	Bodeguero	88
Tabla 23-5:	Distribuidor	89
Tabla 24-5:	Activos Fijos	89
Tabla 25-5:	Maquinaria y Equipo.....	90
Tabla 26-5:	Muebles y Enceres	91
Tabla 27-5:	Equipo de oficina	91
Tabla 28-5:	Equipo de Cómputo	92
Tabla 29-5:	Vehículo.....	92
Tabla 30-5:	Publicidad	92
Tabla 31-5:	Inversión Fija	93
Tabla 32-5:	Presupuesto de Mercadería	93
Tabla 33-5:	Mano de Obra	94
Tabla 34-5:	Roles Proyectados.....	95
Tabla 35-5:	Provisión proyectada.....	95
Tabla 36-5:	Sueldo del personal administrativo	96
Tabla 37-5:	Proyección de sueldos administrativos	97
Tabla 38-5:	Proyección de rol	97
Tabla 39-5:	Costos Indirectos.....	98
Tabla 40-5:	Capital de Trabajo.....	99

Tabla 41-5:	Inversión Diferida	99
Tabla 42-5:	Inversión Total	100
Tabla 43-5:	Depreciación de Activos	101
Tabla 44-5:	Presupuesto de Costos Anuales	102
Tabla 45-5:	Financiamiento.....	103
Tabla 46-5:	Gasto a Corto Plazo	103
Tabla 47-5:	Gasto Largo Plazo.....	104
Tabla 48-5:	Presupuesto de Gastos.....	105
Tabla 49-5:	Ingresos	106
Tabla 50-5:	Punto de Equilibrio	107
Tabla 51-5:	Estado de Resultados	108
Tabla 52-5:	Flujo de Caja.....	109
Tabla 53-5:	Costo de Oportunidad	110
Tabla 54-5:	Tasa de Descuento	110
Tabla 55-5:	Flujos Netos de Caja.....	111
Tabla 56-5:	Calculo del VAN.....	111
Tabla 57-5:	Calculo del TIR.....	112
Tabla 58-5:	Periodo de Recuperación de la Inversión.....	112
Tabla 59-5:	Cálculo Relación Beneficio- Costo.....	113
Tabla 60-5:	Balance General	114
Tabla 61-5:	Matriz de Leopold.....	115

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-1:	Tipos de Demandas.....	13
Ilustración 1-4:	¿Usted como productor de papas pertenece a alguna asociación?.....	28
Ilustración 2-4:	¿Cómo productor usted conoce sus costos dentro en la producción de las papas?	29
Ilustración 3-4:	¿El precio que recibe por su cosecha es el ideal para cubrir los gastos de producción y ganancia?	30
Ilustración 4-4:	¿Qué área dispone usted para la producción de papa? En Hectáreas	31
Ilustración 5-4:	¿Cuántas veces al año cosecha la papa?	32
Ilustración 6-4:	¿Cuántos quintales de papa cosecha usted en cada producción?.....	33
Ilustración 7-4:	¿Cuál es el precio que le pagan por el quintal de papa?	34
Ilustración 8-4:	¿Dónde vende su producción?.....	35
Ilustración 9-4:	¿Según su criterio su papa es de calidad?.....	36
Ilustración 10-4:	¿Cree usted que es necesario cumplir con normas de calidad para que su producción pueda ser vendida?.....	37
Ilustración 11-4:	¿Aceptaría entregar su producción a una industria local donde le ofrezcan el precio justo y estandarizados por su producción?	38
Ilustración 12-4:	¿Conoce usted el tubérculo llamado comúnmente papa?	39
Ilustración 13-4:	¿Usted consume papa?.....	40
Ilustración 14-4:	¿Con qué frecuencia consume usted la papa? (escala semanal)	41
Ilustración 15-4:	¿Cuántas libras de papas usted consume?.....	42
Ilustración 16-4:	¿Para qué utiliza la “papa”? De las siguientes opciones.....	43
Ilustración 17-4:	¿Estaría dispuesto a consumir derivados de la" papa" en una presentación atractiva?.....	44
Ilustración 18-4:	¿Cuál de los productos derivados de la papa le gustaría que se oferten en el mercado?.....	45
Ilustración 19-4:	¿Cómo le gustaría que fuera la presentación del producto?	46
Ilustración 20-4:	¿En qué lugares le gustaría encontrar estos productos?.....	47
Ilustración 21-4:	¿Por qué medios de comunicación preferiría conocer sobre estos nuevos productos?.....	48
Ilustración 22-4:	¿De su preferencia como desearía pagar su compra?	49
Ilustración 1-5:	Demanda Insatisfecha.....	57
Ilustración 2-5:	Logotipo Harina de papa	59
Ilustración 3-5:	Logotipo papas	59

Ilustración 4-5:	Distribución	62
Ilustración 5-5:	Logotipo de la empresa.....	63
Ilustración 6-5:	Macro localización.....	65
Ilustración 7-5:	Micro Localización.....	66
Ilustración 8-5:	Proceso de compra.....	68
Ilustración 9-5:	Proceso de papa	70
Ilustración 10-5:	Harina de papa	72
Ilustración 11-5:	Micro Localización.....	73
Ilustración 12-5:	Tolva Almacén	74
Ilustración 13-5:	Lavador quita piedras	74
Ilustración 14-5:	Lavadora Centrifuga	74
Ilustración 15-5:	Cinta de Inspección.....	74
Ilustración 16-5:	Cortadora centrífuga	75
Ilustración 17-5:	Lavador	75
Ilustración 18-5:	Freidora.....	75
Ilustración 19-5:	Filtro freidora.....	75
Ilustración 20-5:	Zaranda y Salero	75
Ilustración 21-5:	Descarga Lateral	76
Ilustración 22-5:	Descarga Inferior	76
Ilustración 23-5:	Colector de polvo.....	76
Ilustración 24-5:	Colector de polvo de pulso	77
Ilustración 25-5:	Estructura Jerárquica	86

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA A PRODUCTORES

ANEXO B: ENCUESTA A CONSUMIDORES

RESUMEN

El objetivo principal de la presente investigación fue desarrollar un estudio de factibilidad para la industrialización y comercialización de la papa en la parroquia La Matriz, cantón Alausí, provincia de Chimborazo; con el fin de mejorar la comercialización y la economía de los productores del tubérculo “papa”. La metodología utilizada dentro del proyecto fue un enfoque mixto en el cual se analizaron variables cuantitativas y cualitativas, además de la aplicación de encuestas a los productores y consumidores de la parroquia, instrumento que fue fundamental para la recopilación de información en beneficio del proyecto, por otro lado; se efectuó un estudio de mercado donde se pudo identificar la demanda y oferta, de este modo se determinó la demanda insatisfecha. También se incluyó los recursos necesarios como la mano de obra directa e indirecta, los costos de fabricación y comercialización de los productos a ofrecer. Finalmente, con la unión de todos los estudios se llegó a analizar el componente más importante como fue el estudio económico – financiero en el cual se consiguieron valores alentadores, de tal manera que el indicador financiero del VAN arrojó un valor positivo de \$ 366.66,87 dólares y un TIR de 27,26% indicando que se obtendrá una rentabilidad óptima, además; de que la inversión se recuperará de manera rápida.

Palabras clave: <ESTUDIO ECONÓMICO>, <ESTUDIO FINANCIERO>, <PROYECTO DE FACTIBILIDAD>, <CENTRO DE ACOPIO>, <RENTABILIDAD>, <ESTRATEGIAS>.



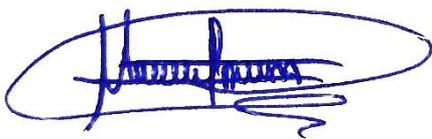
31-05-2023

0949-DBRA-UPT-2023

ABSTRACT

The main objective of this research was to develop a feasibility study for the industrialization and commercialization of potatoes in la Matriz parish, Alausí canton, Chimborazo province; with the purpose of improving the commercialization and the economy of producers of the tuber "potato". The methodology used within the project was a mixed approach in which quantitative and qualitative variables were analyzed, in addition, the application of surveys to producers and consumers of the parish, was an instrument that was essential for the collection of information for the benefit of the project. Additionally, a market study was carried out where the demand and supply could be identified, in this way the unsatisfied demand will be prolonged. The necessary resources such as direct and indirect labor, manufacturing, and marketing costs of the products to be offered were also added. Finally, with the union of all the studies, the most important component was analyzed, such as the economic-financial study, in which encouraging values were obtained, in such a way that the NPV financial indicator generated a positive value of \$366.66.87. dollars and an IRR of 27.26% indicating that optimal profitability will be obtained, furthermore; that the investment will recover quickly.

Keywords: <ECONOMIC STUDY>, <FINANCIAL STUDY>, <FEASIBILITY PROJECT>, <COLLECTION CENTER>, <PROFITABILITY, <STRATEGIES>.



Lcda. Yajaira Natali Padilla Padilla Mgs.

0604108126

INTRODUCCIÓN

Es importante dar a conocer la agricultura como principal fuente de ingresos de las familias de la Matriz, una parroquia que es caracterizada por su alta producción agrícola, la cosecha de papas es considerada una fuente de exportación también hasta diferentes países es una fuente del Producto Interno Bruto, para la realización de esta investigación se tomó a consideración los índices de agricultura más alta en el sector para identificar el producto más demandado, para esto se plantea una estructura de desarrollo que incluyen cinco componentes de evaluación económica financiera los cuales son;

En el primer capítulo se establece un diagnóstico inicial de la problemática que existe en la parroquia La Matriz, donde se identifica la sobreproducción de papas que tiene la parroquia y en su mayoría no es aprovechada para la comercialización y en su mayoría no tienen ganancias en la venta de sus productos.

El capítulo dos analiza toda la teoría en conceptos y estructuras para aplicarse al desarrollo del presente estudio, se analizó varios autores e investigaciones ya realizadas para que sean una base de guía para poner en práctica la teoría y su desarrollo.

En el capítulo tres para obtener información cuantitativa se aplica los instrumentos de investigación como las encuestas aplicando a los productores y consumidores de la parroquia la Matriz.

El capítulo cuatro es el resumen de los resultados que se obtuvo en las encuestas aplicadas para poder crear generalmente las posibles soluciones a los problemas.

En el capítulo cinco se plantea el desarrollo de todos los componentes del proyecto como estudio de mercado, técnico, legal, administrativo y el estudio económico financiero, adicionando el estudio ambiental para crear un ambiente sano.

De todos los capítulos desarrollados se identifica que es importante realizarlos de manera secuencial para no tener falsos resultados y más que todo creando soluciones a los problemas identificados creando expectativas de seguir maximizando la empresa con el pasar de los años.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

A nivel mundial, Ecuador se encuentra en uno de los sitios más importantes debido a su cantidad de producción de papa, adicionalmente se conoce como un país de biodiversidad, por que posee plantaciones de flores y su biodiversidad en flora y fauna a lo largo de todo su territorio, el mismo que se dividen en 4 regiones naturales que son; costa, sierra, oriente y región insular al enfocarse en la producción agrícola de papas se identifica factores positivos y negativos, siendo los principales enfoques negativos la transportación del producto y el precio al ser vendido al consumidor, lo beneficioso puede resultar para las empresas que buscan su materia prima para transformarla y mucho mejor si es a un menor precio pero no se dan cuenta que a los productores los perjudican económicamente.

Dentro de las provincias más productoras en cultivo de papa se encuentra Chimborazo, Carchi, Bolívar y Tungurahua siendo las principales por su porcentaje de participación en el mercado, Chimborazo encabeza el ranking de producción y comercialización de más de 10 clases de tipo de papas dentro de las cuales la papa semi chola, fruit, y la chaucha son las más apetecidas dentro del mercado por la gran demanda de adquisición de estas clases de papas los dos principales enfoques son el tiempo de producción y la calidad de cada una de ellas, pero por su tiempo de consumo tienden a dañarse muy rápido si no se encuentra en un almacenamiento bajo los 30°C.

Dentro de la provincia Chimborazo se encuentra el cantón Alausí, está compuesto geográficamente por 10 parroquias donde se localiza la principal parroquia urbana denominada San Pedro de Alausí (La Matriz) y 9 parroquias rurales, la parroquia matriz cuenta con 189 comunidades. El cantón Alausí cuenta con una superficie 1.707 kilómetros cuadrados, limita al norte con el cantón Pallatanga y Guamote y la provincia de Bolívar, al sur con la provincia Azuay, Cañar y Morona y el cantón Chunchi, al este con Morona Santiago y Sevilla de Oro y al Oeste con La provincia de Bolívar y en cantón Cumandá.

Dentro del desarrollo se incluye a un eje fundamental dado que la normativa constitucional del Ecuador permite la planificación para el desarrollo territorial y social, a través de la acción de los actores dentro de su territorio, y contempla la forma autónoma y descentralizada de participación en la gestión institucional por parte de las unidades territoriales como los Gobiernos Autónomos

Descentralizados en sus diferentes niveles, siendo el GAD parroquial el responsable de la dinámica productiva y planificación del territorio en coordinación con los niveles cantonales y provinciales, tomando así un apoyo para una mejor gestión de desarrollo de los emprendimientos contemplados dentro de la parroquia La Matriz (CPCCS, 2021, p.4).

La Principal Parroquia se llama La Matriz que está constituida por 33 comunidades principales pioneras en la producción de papa, se identificó una población de 10210 habitantes, el 48% constituida por gente indígena, su forma de vida la agricultura, ganadería (ganado lanar), también se dedican a la elaboración de quesos y a la confección de ropa en lana de borrego incluida en su mayoría la cosecha de cultivos incluido la papa, habas, mellocos y trigo para a lo posterior ser comercializada (GAD Alausí, 2022, p.3).

Un punto fundamental mal gestionado es el abandono dentro de esta principal parroquia urbana en dar prioridad a los pequeños productores, dando así apertura a los fracasos de los emprendimientos la monotonía de un mismo producto que solo se siembre, se cultive y se comercialice se ha vuelto muy común dentro de La Matriz, con el pasar del tiempo se ha presentado problemas como la seca, plagas y demás fenómenos naturales que afectan a la cosecha de este tubérculo, los productores no han tenido el suficiente apoyo por parte de las autoridades o entidades encargadas de dar la debida importancia a la misma.

En la producción de papa se necesita diferentes factores y adiciones para su cultivo a lo posterior esto ha generado costos y gastos adicionales incluyendo la transportación de los quintales, no se ha visto un cambio significativo dentro de la comercialización por ende una pequeña empresa generaría muchos cambios dentro de la localidad empezando por la generación de fuentes de trabajo hasta obtener beneficios económicos a nivel de la parroquia.

La industrialización de la papa es una luz dentro de toda la producción de las 33 comunidades, porque la sobre producción de papas puede ser visto como un beneficio y no como un desecho, aplicando la industrialización se puede generar diferentes presentaciones dentro de la transformación de la materia prima como la producción de snacks o harina de la misma para diferentes preparaciones gastronómicas creando así una oportunidad de crecimiento local, provincial y porque no pensar a nivel nacional.

Con la industrialización se busca generar el plus o el valor agregado a los productores de papas, esto crea una competencia dentro del mercado abierto donde se apuesta a la mejor producción y con calidad entrando así a una competencia de precios dentro de las grandes empresas viendo

como una oportunidad de crecimiento y generar una empresa de compañía limitada donde se cree un comité de funcionamiento donde se busque beneficios y evitar costos innecesarios y mejor transformarlos en soluciones mejorando así la calidad de vida de cada una de las familias de las personas involucradas dentro de la parroquia.

Formulación del problema

¿Qué impacto tendrá el proyecto de factibilidad para la industrialización y comercialización de la papa en el desarrollo local?

1.2. Objetivos

Objetivo general

Realizar un proyecto de factibilidad para la Industrialización y Comercialización de la papa en la parroquia la Matriz, Cantón Alausí provincia de Chimborazo, año 2022.

Objetivo específicos

- Investigar las bases teóricas utilizando información relacionada al desarrollo del problema.
- Efectuar un estudio de mercado el cual permita identificar la oferta y la demanda dentro del proyecto.
- Determinar la Factibilidad del proyecto por medio de los indicadores financieros Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno.

1.3. Justificación

Justificación teórica

Por medio de este trabajo de investigación se analiza las bases teóricas del sustento de aplicación del proyecto en beneficio de la sociedad y la economía local, una vez así proponiendo un inicio de un gran proyecto basado en investigaciones pasadas.

Justificación metodológica

Se aplica el enfoque mixto puesto que se analiza variables cuantitativas como cualitativas para la medición de aspectos de características medibles con el propósito de cumplir un objetivo planteado como la productividad económica mediante diferentes instrumentos como encuestas y entrevistas en medio del campo a aplicar.

Justificación social

Su principal objetivo y enfoque es incrementar una mejor calidad de vida entre las familias que residen en la parroquia puesto que con el presente proyecto se pretende generar fuentes de empleo en general, generando equidad entre todos los pobladores y creando una vida de estilo para las futuras generaciones.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

Se pretende analizar las bases teóricas de diferentes investigadores creando un nivel de oportunidad y de igual esquema de generar un estudio de factibilidad.

2.1. Antecedentes investigativos

En relación con las siguientes recopilaciones de investigaciones se propondrá un esquema de desarrollo para aplicar al tema relacionado del estudio de factibilidad.

En mención al trabajo realizado por (Pardo, 2019, p.2) con el tema: “Estudio de Factibilidad para la creación de un Centro de Acopio, para la recolección de Material Recuperable (PET) en el Municipio de Chaguaní Cundinamarca” en el desarrollo del proyecto se obtuvieron resultados positivos los cuales se demostraron por medio de un estudio de mercado segmentando su población, por medio de este se puede indicar la demanda que se tiene al consumir líquidos en botellas plásticas, al realizar el estudio financiero se puede determinar que existe un valor actual neto positivo indicando que el proyecto es viable y una tasa interna de retorno de 22% indicando que existe rentabilidad en este proyecto de factibilidad.

Según (Cardona et al, 2021, p.1) en su proyecto denominado “Estudio de Factibilidad para la creación de un centro de acopio,, que permita la comercialización y distribución de productos agrícolas en el Municipio de Amalfi” donde indica que partiendo desde una demanda insatisfecha el proyecto es factible pero al desarrollar el estudio económico financiero indica que tendrá ganancias y también una rentabilidad por lo que se ha concluido en que el proyecto si es viable y factible por los indicadores positivos que posee y por el impacto que tendrá en la sociedad y en su economía.

Como menciona (Avalos 2015, p.98) en su tesis titulada “ Estudio de Factibilidad para la creación de un Centro de Acopio de Miel de Abeja, en la Cabecera Parroquial de Colonche, Provincia de Santa Elena, Año 2015” indica que al realizar un estudio de factibilidad puede prevenir pérdidas mediante un estudio económico financiero indico que es posible la realización de este proyecto dado a la realidad del mismo indicando una Tasa Interna de retorno de 45,46% y también con un Valor Actual Neto Positivo Indicando que en el sector es muy favorable la creación de este centro de acopio.

2.2. Fundamentación teórica

2.2.1. Factibilidad

Según (Burdiles et al. 2019) menciona que: “Es un estudio analítico y realizable para medir e igualar los recursos que se dispone en ese momento relacionando a la situación a desarrollarse indicando la verificación de los datos positivos es decir si es posible”.

2.2.1.1. Factibilidad o proyecto definitivo

Según lo mencionado por (Cross, 2014, p.3), el estudio de factibilidad es similares a los del de prefactibilidad como son las siguientes:

- **Inversión**

Es la etapa del ciclo del proyecto en la cual se materializan las acciones, que dan como resultado la producción de bienes y servicios y termina cuando el proyecto comienza a generar beneficios. La inversión se realización en un periodo de tiempo determinado y generalmente termina con un producto o con los elementos necesarios para la prestación de un servicio.

- **Operación**

La operación de un proyecto es la concreción de un plan en hechos reales mediante la movilización de recursos humanos, financieros y logísticos que se expresan en salida de dinero como los costos de producción, administrativos, de ventas y financieros, y en ingresos por la venta de un bien o servicio.

2.2.1.2. Proyecto

Un proyecto nace cuando existe una necesidad en medio de una sociedad es un proceso sistematizado y ejecutado que busca dar una solución a un problema y satisfacer la necesidad existente por medio de soluciones financieras, sociales en medio de una población (Sapag, 2014, p.47).

2.2.1.3. Etapas de un proyecto

Según (Sapag, 2014, p.12) menciona que en un proyecto existen tres etapas de forma secuencial las mismas que buscan cumplir un objetivo:

- Pre-Inversión se lo cataloga como la parte fundamental del proyecto, tomado como un aviso al proyecto dando una parte del total para su desarrollo.
- Inversión se ejecuta una vez realizado todos los estudios considerando la parte constitucional y financiera del proyecto en desarrollo.
- Operación este paso es el final al momento de cumplir con los dos pasos anteriores, es decir se pone en marcha y en ejecución el proyecto seleccionado una vez contando con todos los recursos.

2.2.1.4. Estructura de la factibilidad

La utilización de la estructura nos permite realizar el estudio correspondiente así permitiendo investigar las estrategias para la obtención de una información veraz y confiable.

Para MENDELEY CITATION PLACEHOLDER 0, un estudio de factibilidad tiene una estructura definida y el orden de los contenidos está orientado a:

- a) Presentar un resumen de proyecto.
- b) Elaborar cada parte por separado.
- c) Fundamentar cada parte en las anteriores.
- d) Elaborar conclusiones y recomendaciones.
- e) Es importante que sea resumido, con un lenguaje sencillo y que las partes sean coherentes.

Mediante los seis elementos planteados por la autora se puede evidenciar una secuencia de relación entre los elementos los cuales buscan una solución en cada uno de los elementos.

Según (Cevallos, 2020, p.54), indica que: “Un proyecto de inversión se utiliza el conjunto de ideas especializados, organizados los cuales permiten disminuir el riesgo comercial o financiero.”

La propuesta de la estructura es la siguiente:

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Administrativo

- Estudio Económico y Financiero
- Evaluación Financiera

Con respecto a la anterior estructura se observa una similitud la cual fusionada ayudara de mejor manera a la solución del problema mediante el desarrollo de cada uno de los componentes.

2.2.1.5. Aspectos básicos de la factibilidad

Según manifiesta (Herrera, 2014, p.2), la factibilidad debe estar compuesta por los siguientes aspectos:

a) **Factibilidad operacional.**

Se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad (Procesos), depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto. Durante esta etapa se identifican todas aquellas actividades que son necesarias para lograr el objetivo y se evalúa y determina todo lo necesario para llevarla a cabo.

- La utilización de un nuevo sistema puede ser demasiado complejo para los usuarios de la organización o los operadores del sistema.
- Este nuevo sistema puede hacer que los usuarios se resistan a él como consecuencia de una técnica de trabajo, miedo a ser desplazado u otras razones.
- Un sistema nuevo puede introducir cambios demasiado rápidos que no permita al personal adaptarse a él y aceptarlo.
- La probabilidad de obsolescencia en el sistema. Cambios anticipados en la práctica o políticas administrativas pueden hacerse que un nuevo sistema sea obsoleto muy pronto.

b) **Factibilidad técnica.**

Permite evaluar si el equipo y software están disponibles y tienen las capacidades técnicas requeridas por cada alternativa del diseño que se esté planificando, también se consideran las interfaces entre los sistemas actuales y los nuevos.

- Mejora del sistema actual.
- Disponibilidad de tecnología que satisfaga las necesidades.

Así mismo, estos estudios consideran si las organizaciones tienen el personal que posee la experiencia técnica requerida para diseñar, implementar, operar y mantener el sistema propuesto.

c) Factibilidad económica.

Dentro de estos estudios se pueden incluir el análisis de costo y beneficios asociados con cada alternativa del proyecto.

Con análisis de costo/beneficios, todos los costos y beneficios de adquirir y operar cada sistema alternativo se identifican y se establece una comparación entre ellos. Esto permite seleccionar el más conveniente para la empresa.

- Tiempo del analista.
- Costo de estudio.
- Costo del tiempo del personal.
- Costo del tiempo.
- Costo del desarrollo / adquisición.

Con los aspectos básicos de la factibilidad nos va a permitir analizar cómo son las políticas administrativas ya que éstas pueden hacerse que un nuevo sistema sea obsoleto muy pronto, también nos permite evaluar si los diversos equipos y software tienen la capacidad suficiente, como el personal que tenga experiencia para diversas actividades y nos permite estudiar los costos y beneficios para la realización de este estudio.

2.2.2. Centro de acopio

Un “Centro de Acopio” es una empresa conformada según la necesidad que tenga la población de acoger o acopiar los productos para poder comercializar y poder recibir un precio justo en competencia dentro del mercado abierto posee un valor agregado que lo hace diferente a los productos que ofertan los intermediarios o grandes supermercados (Universidad del Norte, 2018, p. 1).

2.2.2.1. Características del centro de acopio

Según (UTN, 2018, p.8) menciona que Organizar los actuales canales de mercado a fin de lograr ventajas comparativas en los mercados finales. Ampliar la demanda efectiva ofreciendo el producto a precios racionales y más homogéneos.”

Las principales características del centro de acopio son aquellas que ayudarán a incrementar el nivel de ingresos de los productores como también tener precios competitivos en el mercado, además de racionalizar los canales de distribución, con el fin de que los productos puedan salir de los lugares que sean de difícil acceso y así exista mayor diversificación de los productos (Universidad del Norte, 2018, p.2).

2.2.2.2. Función del centro de acopio

Mediante el valor agregado se toma como un principal enfoque por el cual los asociados buscan un lugar donde acopiar sus bienes y servicios los mismos que a lo posterior serán comercializados en el mercado según la posición de precios dando un nivel competitivo de calidad (Universidad del Norte, 2018, p.3).

2.2.3. Industrialización

A nivel de la industrialización se relaciona con el cambio o transformación de la materia prima la cual se a nivelado a nivel de la papa para salir de la monotonía, diseñándole en diferentes presentaciones a gusto de los consumidores.

2.2.3.1. Maquinaria de industrialización

Se compone por varias maquinarias como lavado, secado y al final la transformación de la papa el cual será el último paso para entregar al consumidor incluyendo la presentación en donde se verá en diferentes lugares para que pueda ser vendido.

2.2.4. Estudio de mercado

Es la capacidad de segmentar el mercado para enfocar la comercialización de un bien o servicio de manera real por medio de la oferta y la demanda que exista, por medio de estructuras, gustos y decisiones de los consumidores a quienes está dirigido el proyecto.(Cevallos Vique, 2020, p. 24).

2.2.4.1. Objetivos del estudio de mercado

- 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 dispuesto 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 dispuesto 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).

2.2.4.2. Importancia del estudio de mercado

En la importancia se encuentra todo lo fundamental de porque se desarrolla estas segmentaciones de mercado como:

- Determinar la capacidad de producción
- Fijar ubicaciones en la planta
- Estimar los ingresos
- Conocer la Política del país
- Tomar en cuenta los canales de comercialización (Cevallos, 2020, p. 24).

2.2.4.3. Demanda

Según (O’Kean, 2019, p.3) menciona que: “En la economía la demanda se define como un factor de identificación de clientes los cuales buscan bienes y servicios para poder cubrir las necesidades.”

2.2.4.4. Análisis de la demanda

Como bien afirma (Cevallos, 2020, p.5) en su definición indicando que “La existencia de una demanda se puede identificar a clientes consumidores los cuales tiene poder adquisitivo y capacidad de pago para adquirir bienes y servicio.”

2.2.4.5. Tipos de demanda

Se indican 4 tipos de demanda importantes dentro de un proyecto las cuales son:

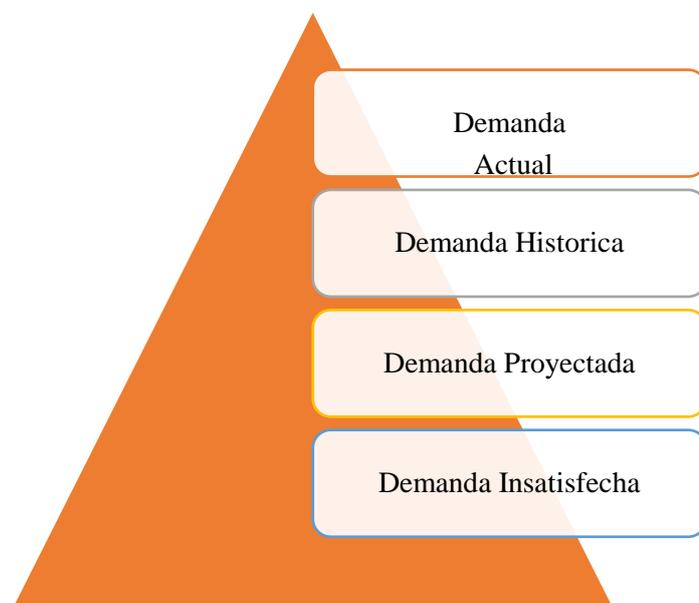


Ilustración 1-1: Tipos de Demandas

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

Los diferentes tipos de demanda se identifican por el lugar, bien o servicio al cual se va a enfocar a donde va a estar segmentado el mercado es importante tener en cuenta y bien claro las características que se pueden presentar en este segmento dado a que de aquí parte todo un estudio a profundidad del mercado y los posibles demandantes.

2.2.4.6. Demanda proyectada

La demanda proyectada se identifica como demanda proyecta a la estimación o pronóstico realizado a un dato inicial de los consumidores o la oferta de bienes y servicios los cuales se proyecta de manera consecutiva y equilibrada mediante un coeficiente es un panorama tentativo a cómo será el comportamiento de la demanda (Euroinnova Business School, 2017, p.3).

2.2.4.7. Demanda insatisfecha

Según (Esparza, 2018, p.2) menciona que: “La demanda insatisfecha es un pronóstico de los escasos que puede existir al querer adquirir un bien, representa el crecimiento poblacional y la restricción que en este puede presentarse.”

2.2.4.8. Oferta

Cevallos (Vique, 2020, p.21) indica que: “La oferta es la cantidad de bienes y servicios que se ofrece a la población o sociedad dentro de un territorio”.

2.2.4.9. Análisis de oferta

En la situación de análisis se identifica por medir los recursos que se posee en tecnología e innovación agregando spams al mercado dando un plus para ser más llamativos, se identifica las necesidades de las sociedades para poder incrementar bienes o servicios que cubran dichas necesidades (Esparza, 2018, p. 15).

2.2.4.10. Oferta proyectada

Se realiza mediante un coeficiente de adquisición de bienes o servicios es decir se utiliza los ingresos y los egresos que tiene un país por el cual se crea un pronóstico determinado que muestre un escenario de como seria el comportamiento del mercado y su demanda (Esparza, 2018, p.1).

2.2.5. Marketing mix

Según (Araujo, 2012, p.34) menciona que: “El Marketing en la actualidad es sustancial para decidir la creación y canales de comercialización de un bien o servicio se enfoca en 4 aspectos fundamentales como precio, producto, distribución y medios de comunicación para generar propaganda.”

2.2.5.1. Comercialización

La comercialización es considerada un manual de iniciativa el cual sirve para conectar la oferta con el mercado y el comportamiento de los demandantes con el manejo de forma directa o indirecta por medio de la distribución de bienes o servicios (Blanco, 2018, p.2).

2.2.5.2. Plaza de distribución

Se identifica como el medio de distribución del bien o servicio si existen terceras personas que involucren su mano al momento de movilizar el producto en mercados, supermercado e En este estudio se enfoca toda la parte técnica como se dice dónde está situada demasiado extenso (Blanco, 2018, p.3).

2.2.5.3. Precio

Es el valor monetario que tiene el bien o servicio, el precio final una vez contabilizados todos los gastos y costos que se involucran en el bien o servicio que se ofrece como producto final a la sociedad o sector segmentado (Blanco, 2018, p.16).

2.2.6. Estudio técnico

Es un estudio donde se plantea la localización de la empresa o proyecto cual es la capacidad de producción o de servicio posee y que estructura para las divisiones de las áreas para un mejor manejo del desarrollo del proyecto para que sea factible (Cevallos, 2020, p. 52).

2.2.6.1. Tamaño del proyecto

Según (Cevallos, 2020, p.32) menciona que: “Se mide por medio de la segmentación del mercado, la nivelación de tecnología que posee la empresa y los recursos financieros que posee para hacer frente a la producción mediante la localización donde se situó la empresa.”

2.2.6.2. Localización

Es el lugar que se selecciona por medio de factores internos y externos para poder elegir un sector adecuado según enfoques cuantitativos y cualitativos por ende para una mejor selección se lo divide de forma general a lo específico según el bien o servicio que se enfoque.

2.2.6.3. Ingeniería del proyecto

En mención a la ingeniería (Cevalloos, 2020, p.2) indica que: “Es la selección de procesos de producción en conjunto con el diseño del bien o servicio con favor de la tecnología interpretado por medio de flujogramas incluyendo la mano de obra y material directos.”

2.2.7. Estudio administrativo

En el estudio Administrativo es donde se desarrolla toda la filosofía de la empresa, ubicando una estructura jerárquica mediante la mano de obra directa e indirecta que se necesite, todos estos parámetros deben ser cumplidos por medio de la misión y visión de la empresa (Esparza, 2018, p.9).

2.2.7.1. Análisis FODA

Se realiza un análisis inicial por medio de las oportunidades y amenazas internas y externas, las cuales permita prevenir situaciones con inconsistencia, teniendo en cuenta el bien o producto que se ofrece y en el lugar donde se encuentra situado (RBS, 2017, p.54).

2.2.7.2. Organigrama

Según (Cevallos, 2020, p.6) afirma que: “Muestra el nivel de los procesos según el nivel de jerarquía que se presentan dentro de la empresa”

2.2.7.3. Misión

La misión es la actividad económica mediante procesos y ajustes que necesita para poder satisfacer las necesidades de los clientes en medio de un mercado tan exigente el cual se desarrolla por medio de estrategias buscando ser único por medio del valor agregado que identifique a la empresa (Cevallos Vique, 2020, p. 14)

2.2.7.4. Visión

Según (Cevallos, 2020, p.7) indica que: “La visión busca cumplir el objetivo de largo plazo mediante la satisfacción d ellos clientes esto se puede medir por medio de las estrategias cumplidas según la empresa planeo llegar a ser.”

2.2.7.5. Valores institucionales

Según (Cevallos, 2020, p.4) menciona que: “Se comprende como la identificación y compromiso que tiene una empresa frente a su clientela es considerada su carta de presentación que utilizan para llegar a cumplir su objetivo institucional.”

2.2.7.6. Políticas

Son Normativas o reglas que posee una empresa la cual se debe cumplir al pie de la letra para así poder cumplir sus metas por medio de disposiciones escritas de manera jerárquica incluyendo los departamentos administrativos o productivos mediante las divisiones o niveles con las que cuenta la empresa (Blanco, 2018, p.7).

2.2. Estudio legal

El estudio legal se complementa por medio del Régimen tributario que tiene una empresa, su Manual de Funciones, Reglamento actual del país normativa vigente a la cual están atados para realizar todos los servicios y procedimientos dentro de la ley y de esa manera no tener problemás en lo posterior (Cevallos Vique, 2020, p. 9).

2.2.9. Estudio económico financiero

Según Cevallos Vique (2020, p.10) indica que: “El estudio económico se realiza como el pilar fundamental donde se detalla toda inversión y es medida de manera económica siempre y cuando se tengan los recursos reales para a lo posterior evitar números fantasiosos.”

2.2.9.1. Inversión

Es el aporte principal en el cual se relaciona el capital de trabajo y relacionando con el recurso de beneficio que puede llegar a tener tomando en consideración si el resultado es mayor a cero se puede indicar que es una inversión factible en un proyecto rentable (Cevallos, 2020, p. 27).

2.2.9.2. Punto de equilibrio

Se identifica como el punto principal en el cual se puede identificar la cantidad exacta tanto en oferta como en dinero para saber si la empresa está ganando o perdiendo, pero si llega alcanzar un punto de equilibrio y saber que la empresa no está ganando ni perdiendo (Castillo, 2021, p.48).

2.2.9.3. Valor actual neto

Es un indicador financiero donde se interpreta si la inversión realizada será de beneficio o tendrá perdida dentro de esta se analiza tres indicadores principales que son:

$VAN > 0$ Se aceptaría el proyecto porque se generara 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 perdida.

$VAN = 0$ El proyecto no genera ni rentabilidad ni ganancias. (Simisterra Quiñonez, Monserrate, & Suárez López, 2018, p. 4)

2.2.9.4. Tasa interna de retorno

Dentro de la Tasa Interna de retorno se identifica el nivel de rentabilidad que presenta el proyecto, partiendo desde la inversión de marcha de este, el porcentaje que este represente se identificara para saber si es conveniente invertir en dicho negocio para eso existe tres indicadores que son:

$TIR > k$ El proyecto sera aceptado por la recuperacion y el porcentaje de ganancia.

$TIR < k$ El proyecto debe rechazarse ya que genera perdida a la inversion aplicada

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

(Simisterra et al., 2018, p. 4).

2.2.9.5. Razón beneficio – costo

Como afirma (Universidad Libre, 2021, p.3) “Los indicios de beneficio que se tiene en proyecto posterior a la inversión y en relación con los costes se enfoca en el desarrollo si es factible o no.”

2.2.10. Estudio ambiental

El estudio ambiental es un proceso general para ser amigable con la naturaleza se mediante este estudio se determina la viabilidad de ser responsable de efectos que afecten a la naturaleza y que generen soluciones de ser amigable con el medio ambiente (Consultora Ambiental, 2019, p.1).

2.3. Marco conceptual

Se conceptualizan diferentes términos considerados como indicadores:

2.3.1. Calidad

Según (Prado y Pascua, 2019, p.2) afirma que: “Se identifica como el grupo de características de un producto los cuales son de mejoras día tras día para complacer y adaptarse a las necesidades de la población y sociedad.”

2.3.2. Ingresos

Se indica como ingreso a la remuneración económica adicional a un salario que se recibe a cambio de un trabajo realizado el aumento se indica como un aporte al esfuerzo y se lo calcula por medio de los ingresos obtenidos en la empresa o en la entidad (Bria, 2018, p.8).

2.3.3. Precio justo

Es el reconocimiento monetario en a la adquisición de un bien o servicio para satisfacer la necesidad, se representa como el valor en dinero que se entrega al productor o comerciante por su mercadería y este valor es considerado dentro de la normativa de la ley (Cendejas, 2018, p. 8).

2.3.4. Papa

Es un alimento principal de la cadena alimenticia es considerado como un tubérculo lleno de proteínas indicadas para la salud aparte de ser un producto muy producido en la zona centro del Ecuador con un alto índice de cosecha dentro de la Sierra (Accame y Ortega, 2019, p.4).

2.4. Idea a defender

Desarrollar un proyecto de factibilidad mediante un estudio técnico y de mercado para la creación de un centro de acopio para la industrialización y comercialización de la papa en la Parroquia la Matriz, Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo, año 2022.

2.4.1. Variable independiente

Estudio de Factibilidad

2.4.2. Variable dependiente

Rentabilidad

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación

Para el presente trabajo de investigación se establece el enfoque de tipo cualitativo puesto que, este enfoque busca 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. Y cuantitativo ya que se aplicarán instrumentos para la medición de la factibilidad de la industrialización de la papa en el Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo, Parroquia La Matriz.(Otero et al, 2018, p. 2)

Por medio de dos enfoques se podrá identificar el comportamiento en el aspecto cuantitativo y cualitativo con ayuda de las entrevistas al saber las características, gusto y preferencias, también se aplicó el análisis de las preguntas establecidas y la tabulación de éstas. Se identifica también la proposición del precio justo por medio de niveles.

3.2. Nivel de investigación

3.2.1. *Descriptivo*

Según Teodoro y Nieto (2018, p.2) menciona que el nivel de investigación descriptivo es aquel que estudia todo lo relacionado en base al objeto de estudio, los fenómenos puntuales, componentes y características en base de dar solución al problema.

Se aplicó este tipo de investigación, considerando que se describen el mercado de las papas y cómo funciona actualmente dentro de la parroquia La Matriz, 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.

Para el proyecto es de gran ayuda este nivel dado a que se pudo estudiar de mejor manera todas las variables relacionadas al problema identificando de manera más clara las posibles soluciones en base al centro de acopio de papa.

3.3. Diseño de la investigación

3.3.1. No experimental

Este diseño se identifica por no alterar las variables de estudio, porque a lo anterior se analizó con investigación cuantitativa y cualitativa la misma que toma datos a estudiar e identificar para mejorarlos en relación con la investigación que se está explicando.(CONCYTE, 2021, p.4)

Es no experimental dado al caso que no se inventó nada ni se necesitó de laboratorios los mismos que se espera que con el pasar del tiempo este se convierta en un centro de acopio que también transforme la materia prima.

3.3.2. Transversal

De acuerdo con Teodoro y Nieto, (2018, p.3), el diseño transversal es un tipo de investigación observacional que analiza y estudia datos de variables recogidas en un lapso sobre una muestra de población o conjunto ya predefinido. Las recopilaciones de datos se hacen en el presente, es decir, al momento de iniciar la investigación por, medio de la industrialización.

El tipo de estudio que se aplicará en el presente trabajo de investigación es la utilización del diseño transversal porque se observó a aquellas personas que están interesados en la ejecución de está, lo cual cuya información que se recopiló sirvió de ayuda para el desarrollo del presente trabajo de investigación.

3.4. Tipo de estudio

3.4.1. Documental

Según (Reyes y Carmon, 2020, p.8) afirma que: “Es una investigación de carácter documental por medios de libros, revistas y artículos correspondientes sobre un tema específico que permite unir datos puntuales a tratar el cual se une de manera coherente para lograr un objeto de estudio”

Por medio de este estudio se une información adecuada que servirá para poder lograr un desarrollo correcto para el centro de acopio aquí interviene el estudio de mercado para el centro de acopio.

3.4.2. De campo

En el estudio de campo es un estudio en la localización de desarrollo en el área geográfica a la cual se va a aplicar el estudio según la característica del bien o servicio en este se pretende no manipular las variables para poder tener los datos más claros.

Mediante el presente estudio se logró identificar datos claros y precisos los cuales ayudaron mucho para poder segmentar la demanda y la oferta en el presente trabajo.

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

Se indica como la agrupación de grupos según diferentes características aquí se clasifica por ser parte de personas, objetos y/o otras especies son grupos de estudios para un problema indicado y estudiado al cual se le busca dar solución analizando su población en general. (Otzen y Manterola, 2018, p.5).

Según (INEC, 2020, p.23) indica que para el censo de ese año se mantuvo una población general de 10 210 habitantes a nivel de la parroquia la Matriz del catón Alausí, este dato es de suma importancia para detallar las muestras con las que se trabajara al final cabe recalcar que existirá dos poblaciones las cuales son de los agricultores y los consumidores en este caso se analiza cada sector ya que se trabajara con un producto comestible.

3.5.2. Planificación

En la planificación se busca plantear esquemas y pasos a desarrollarse en tiempos establecidos en medio de esta investigación se pudo iniciar por medio de la indagación de la población de la parroquia de la Matriz y en si ubicar la población de agricultores son las personas pilares para poder crear el centro de acopio para lo posterior iniciar el desarrollo del proyecto de factibilidad.

3.5.3. Selección

La selección se procedió por la ubicación y el producto estrella catalogado en la parroquia ya que por medio del GAD parroquial de Alausí. Se identifico que existen a nivel parroquial existen 3.159 agricultores de papas representando el 30% de la población en general, pero por motivos de ubicación se determinó el método de muestreo por conglomerados dado por las ubicaciones geográficas tomando en cuenta a 120 agricultores como muestra para la aplicación de encuestas siendo la base del análisis en general.

3.5.4. Cálculo del tamaño de la muestra

En el presente proyecto no existirá cálculo de la muestra dado a que existen en diferentes lugares geográficos la muestra que se necesidad notado por el cual se toma el muestreo por conglomerados a 120 trabajadores relacionados a la transformación de la papa del cultivo entre ellos de agua y eléctricos para la aplicación de las encuestas a nivel del cantón Alausí para a lo posterior fijarnos en el mercado objetivo a nivel de la provincia de Chimborazo para poder determinar la demanda posible que exista este punto se lo determinara en el componente del estudio de mercado mediante la oferta y la demanda obteniendo así una demanda insatisfecha.

Para aplicar las encuestas a los agricultores se realiza por medio del muestreo por conglomerados y se realizara a 120 agricultores.

Tomando otra muestra se enfocara en el numero de familias según la poblacion en general es decir 10210 habitantes dividido para 5 que se determina que la muestra de familias de la parroquia de La Matriz es de 3045 familias y se determinara por formula 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

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

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

$$n = \frac{2894,65}{8,57}$$

$$n = \mathbf{338,14}$$

338.14 representa el número de familias a encuestar en la parroquia La Matriz.

3.6. Métodos técnicas e instrumentos

En este apartado se analiza todos los procedimientos que se efectúa en el desarrollo del presente proyecto con una breve introducción:

3.6.1. Métodos

3.6.1.1. Inductivo

Como afirma (Monroy y Nava, 2018, p.34), este método trata de buscar razones y veracidades para partir de lo particular a lo general indicando los elementos que sirven dentro de una investigación.

Este método nos ayudara a enfocarnos desde lo general a lo específico en el marco teórico para formar una secuencia ayudando así a identificar una solución para el problema planteado.

3.6.1.2. Deductivo

Según menciona (Monroy y Nava, 2018, p.36), es una técnica de lógica que busca la parte total de un todo y mediante una metodología y la investigación busca llegar a lo mínimo dando así con el resultado esperado en una investigación.

Se lo aplicará para identificar procesos específicos inclinados a dar una conclusión del porque se dará la solución a los problemas identificados de manera más concreta.

3.6.2. Técnicas

La técnica hace referencia a la manera de recolectar la información de manera correcta y específica.

3.6.2.1. Encuesta

Como bien afirma (Lopezosa, 2020, p.3), indica que: “Es un dialogo razonado donde interactúan preguntas y respuestas entre una o más personas está actividad, se realiza de manera escrita mediante un cuestionario”

3.6.2.2. Entrevista

Es la interacción entre moderador y participante el mismo que debe contestar las preguntas que realice el entrevistador hacia el invitado se maneja un cuestionario de manera interna pueden involucrar preguntas abiertas o cerradas las mismas que se lo realiza con el fin de recolectar información posterior a la efectividad de la entrevista (Lopezosa, 2020, p.1).

3.6.3. Instrumentos de la investigación

Es el material con el que se efectúa las encuestas y las entrevistas planificadas con ayuda de una computadora portátil.

3.6.3.1. Cuestionario

Como menciona Lopezosa (2020, p.5) el cuestionario es: “El conjunto sistematizado de preguntas ordenadas formuladas según la investigación a aplicar el mismo que se aplica a un conjunto de personas analizadas desde diferentes aspectos este es un método de investigación muy utilizado.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS

4.1. Encuestas aplicadas a los productores de papa de la parroquia la matriz, cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

Pregunta 1.- ¿Usted como productor de papas pertenece a alguna asociación?

Tabla 1-4: ¿Usted como productor de papas pertenece a alguna asociación?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	5%
NO	114	95%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

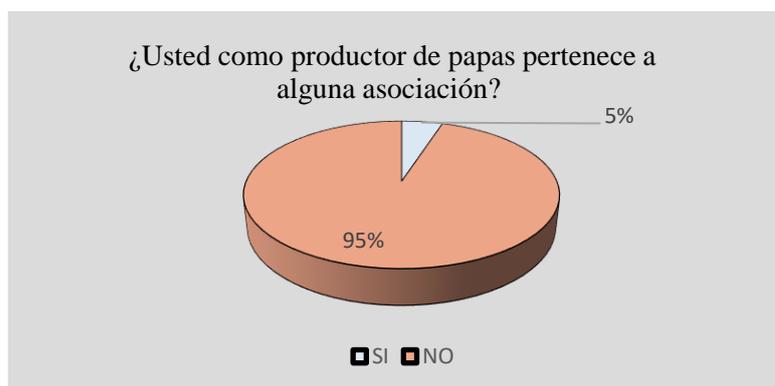


Ilustración 1-4: ¿Usted como productor de papas pertenece a alguna asociación?

Fuente: Encuesta realizada a los productores, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

Análisis. - En la encuesta aplicada a los 120 productores de papa, indicando si ellos pertenecían a alguna asociación, se obtuvieron los siguientes resultados donde 6 personas indicaron que si pertenecían a la asociación de un Centro comunitario de la ciudad de Riobamba los cuales representa el 5% y 114 productores indicaron que no pertenecían a ninguno trabajando por independencia representando el 95%.

Interpretación. - Por medio de estos resultados se analiza un gran aporte para poder adquirir la producción de los agricultores de papas de la parroquia La Matriz.

Pregunta 2.- ¿Cómo productor usted conoce sus costos dentro en la producción de las papas?

Tabla 2-4: ¿Cómo productor usted conoce sus costos dentro en la producción de las papas?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	2%
NO	118	98%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

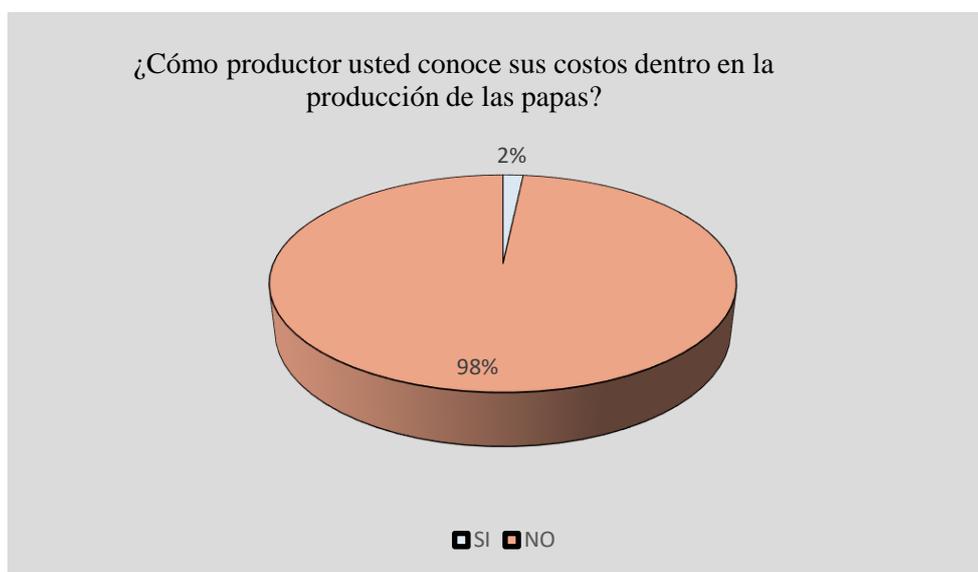


Ilustración 2-4: ¿Cómo productor usted conoce sus costos dentro en la producción de las papas?

Fuente: Encuesta realizada a los productores, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

Análisis. - En la pregunta aplicada a los productores se obtuvo los siguientes resultados, el 2% representado por 2 personas indicaron que si conocen los costos que aplican en la producción de las papas, en cambio un 98% representado por 118 agricultores manifestaron que no tenían conocimiento alguno ya que ellos solo se manejan por temporadas con las siembras y a veces por fenómenos de la naturaleza no tienen ganancias sino perdidas.

Interpretación. - Está pregunta nos ayuda a identificar cual sería el gasto aproximado que tienen los agricultores y enseñarles al mismo tiempo las ganancias que podrían llegar a tener con un precio justo aplicando un Marketing Mix.

Pregunta 3.- ¿El precio que recibe por su cosecha es el ideal para cubrir los gastos de producción y ganancia?

Tabla 3-4: ¿El precio que recibe por su cosecha es el ideal para cubrir los gastos de producción y ganancia?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	120	100%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

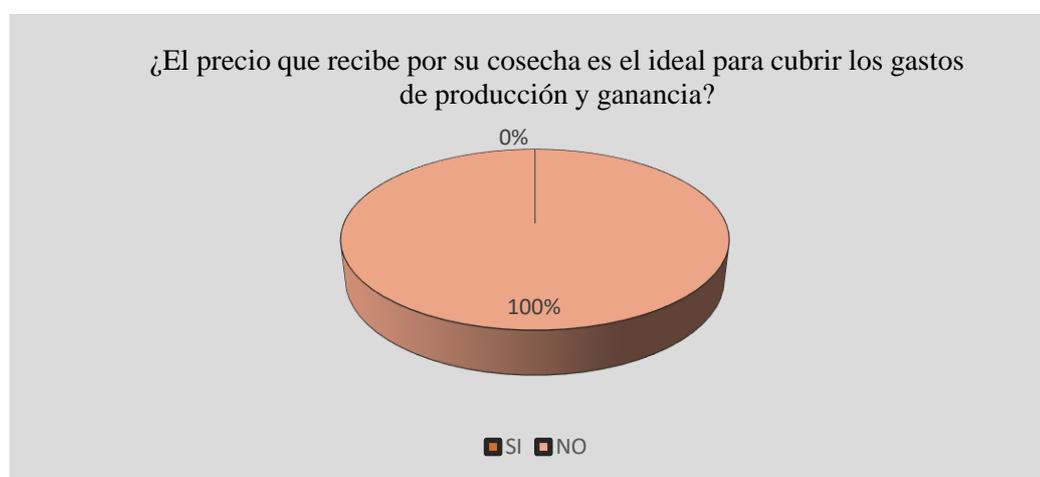


Ilustración 3-4: ¿El precio que recibe por su cosecha es el ideal para cubrir los gastos de producción y ganancia?

Fuente: Encuesta realizada a los productores, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

Análisis. - El 100% de los encuestados señaló que el precio de venta del quintal de papas no cubre en su totalidad lo que invierten, generan más gastos que ganancias incluyendo los fenómenos naturales y tomando en consideración el clima y el temporal de sembrío para la producción de las papas.

Interpretación. - Esto se analiza en el estudio financiero en la parte de calcular los presupuestos de costos y gastos incluyendo el estado de resultados donde se analiza la pérdida o la ganancia.

Pregunta 4.- ¿Qué área dispone usted para la producción de papa? En Hectáreas

Tabla 4-4: ¿Qué área dispone usted para la producción de papa? En Hectáreas

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menor de 1	8	7%
De 1-2	11	9%
De 2-5	21	18%
Mayores que 5	80	67%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

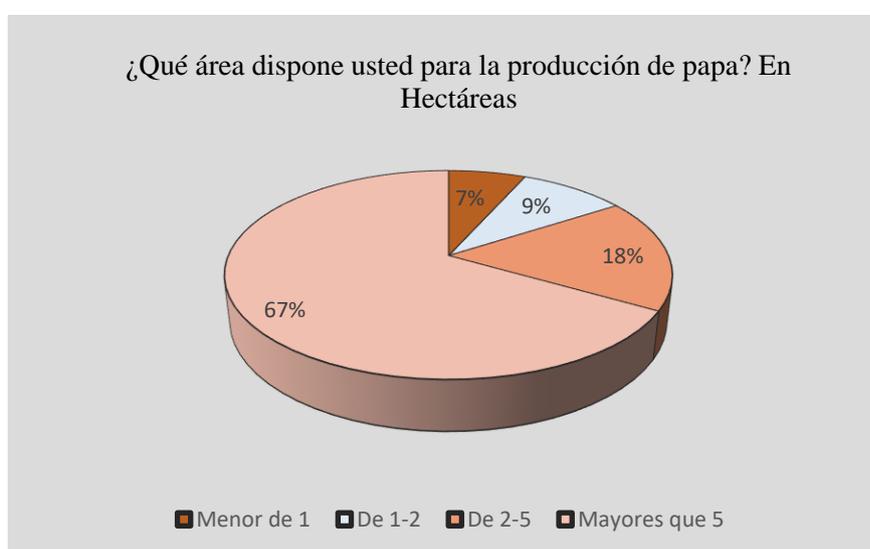


Ilustración 4-4: ¿Qué área dispone usted para la producción de papa? En Hectáreas

Fuente: Encuesta realizada a los productores, 2022

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022

Análisis. -En la presente pregunta se puede analizar que el 67% de agricultores indicaron que utilizan más de 5 hectáreas para para el sembrío de las papas, el 18% utiliza de 2 a 5 hectáreas, el 9% Utiliza de 1 a 2 hectáreas, el 7% menos de una hectárea, con esto se puede determinar si el terreno donde siembran también es propio o arrendado teniendo así los resultados si tienen costos adicionales donde puedan alterar el precio final.

Interpretación. - Para nuestra empresa es importante saber cuánto de hectáreas tienen destinado para el sembrío de las papas para saber cuánto pueden producir y adquirir el mismo para producir nuestros productos.

Pregunta 5.- ¿Cuántas veces al año cosecha la papa?

Tabla 5-4: ¿Cuántas veces al año cosecha la papa?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De manera Mensual	0	0%
De manera Trimestral	6	5%
De manera Semestral	64	53%
Otros	50	42%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

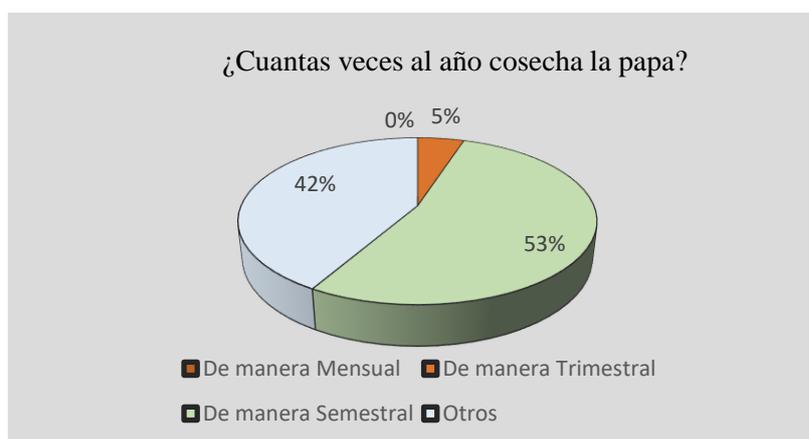


Ilustración 5-4: ¿Cuántas veces al año cosecha la papa?

Fuente: Encuesta realizada a los productores, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

Análisis. - Al analizar la pregunta aplicada a 120 agricultores se puede obtener los siguientes resultados como donde un 0% no cosecha papas de manera mensual, el 5% lo realiza de manera trimestral, el 53% de manera semestral y un 42% en Otro temporal, los tiempos varían en la cosecha de papas según la calidad y la clase de papa como se sabe existen diferentes tipos entre ellas las más sonadas la papa Cecilia, chola, chaucha, semichola, fruit, etc.

Interpretación. - Está información ayuda en la parte de capacidad de producción porque ahí se escogerá el tipo de papa y según el tiempo para que nuestra empresa no se quede sin producir en el temporal donde no exista producción del tubérculo.

Pregunta 6.- ¿Cuántos quintales de papa cosecha usted en cada producción?

Tabla 6-4: ¿Cuántos quintales de papa cosecha usted en cada producción?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 30	15	13%
De 30 a 60	28	23%
De 60 a 90	35	29%
Más de 90	42	35%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

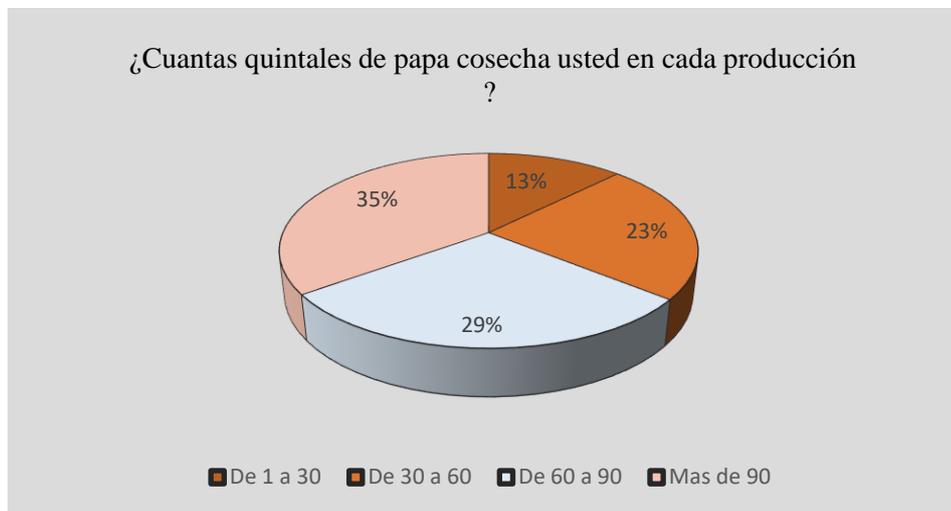


Ilustración 6-4: ¿Cuántos quintales de papa cosecha usted en cada producción?

Fuente: Encuesta realizada a los productores, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

Análisis. - Los 120 productores seleccionaron que el 13% cosecha de 1 a 30 quintales en cada tiempo de producción, el 23% cosecha de 30 a 60 quintales, el 29% cosecha de 60 a 90 quintales y en su mayoría con 35% indicó que cosechan más de 90 quintales, significa que existe oferta de producción.

Interpretación. - Se analiza que producción podría existir y adquirir nuestra empresa para la misma producción.

Pregunta 7.- ¿Cuál es el precio que le pagan por el quintal de papa?

Tabla 7-4: ¿Cuál es el precio que le pagan por el quintal de papa?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menor a 10	5	4%
\$10 a \$15	25	21%
\$15 a \$20	60	50%
Más de \$20	30	25%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

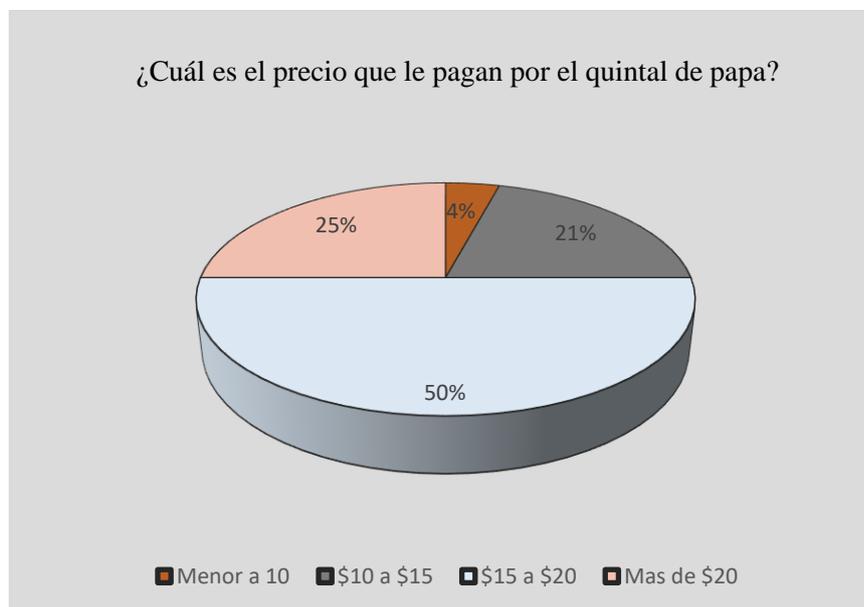


Ilustración 7-4: ¿Cuál es el precio que le pagan por el quintal de papa?

Fuente: Encuesta realizada a los productores, 2022

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022

Análisis. - En la pregunta aplicada a los productores de papa se obtuvo los siguientes resultados; 4% indicaron que el precio llega a 10 dólares, el 21% cobra entre 10 a 15 dólares, 50% de 15 a 20 dólares y el 25% cobra más de 20 dólares, los precios. Con los precios expuestos en la encuesta se puede analizar que existe una variación en precios los cuales se analizan por medio de la calidad y tipo de papa.

Interpretación. - Esta pregunta nos servirá para poder ponderar el precio tentativo de nuestros productos a producir dentro de nuestra empresa.

Pregunta 8.- ¿Dónde vende su producción?

Tabla 8-4: ¿Dónde vende su producción?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calle	13	11%
Tienda	10	8%
Mercado	38	32%
Mercado Mayorista	50	42%
Otros	9	8%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

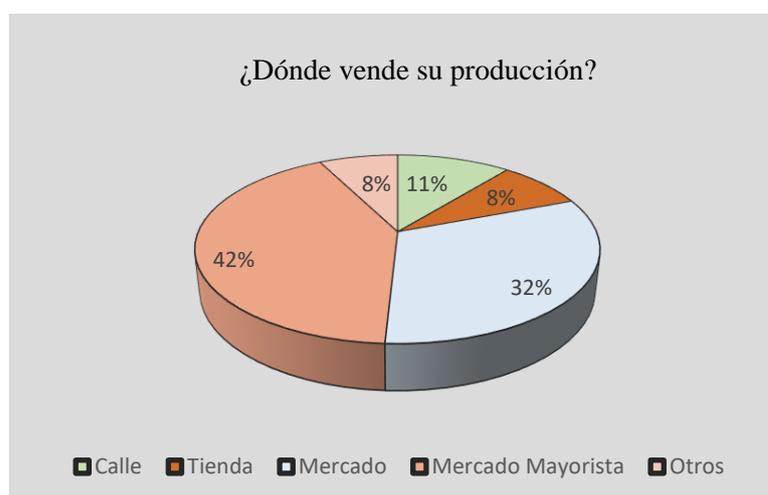


Ilustración 8-4: ¿Dónde vende su producción?

Fuente: Encuesta realizada a los productores, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

Análisis. - Por medio de los resultados obtenidos se determinó que; el 42% venden en el Mercado Mayorista de la ciudad de Riobamba, el 32% venden en el mercado común, el 8% lo vende en tiendas de barrio, el 11% se identifica vendiendo en la calle el 8% en otros lugares como en su casa mismo a los minoristas, etc.

Interpretación. - Dentro de esta pregunta nos ayuda los datos para poder identificar cual sería la competencia en compra del producto como es la papa, para nuestra empresa es importante poder identificar con cuanto de producto podría contar para la producción.

Pregunta 9.- ¿Según su criterio su papa es de calidad?

Tabla 9-4: ¿Según su criterio su papa es de calidad?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alta	100	83%
Media	20	17%
Baja	0	0%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

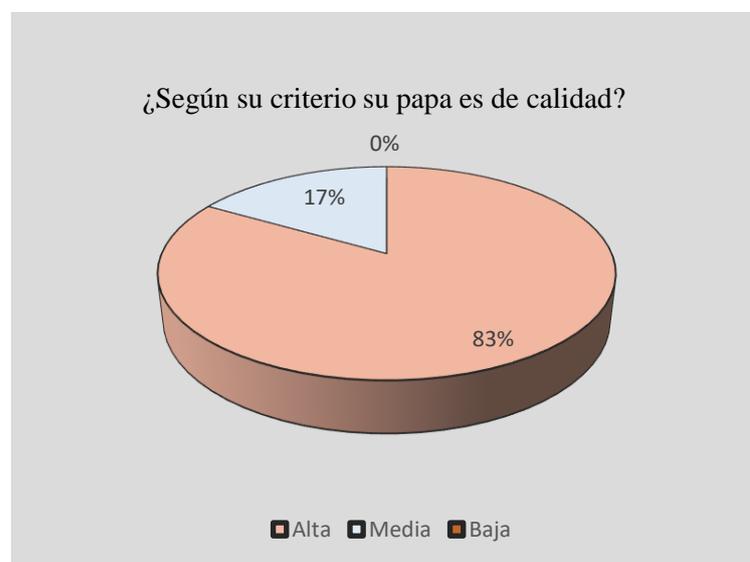


Ilustración 9-4: ¿Según su criterio su papa es de calidad?

Fuente: Encuesta realizada a los productores, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

Análisis. - Por medio de la opinión de cada uno de los productores se identificó que el 17% cree que su producción en papas es media y el 83% corresponde a que la calidad es de buena calidad, dentro de esto tiene un claro conocimiento la calidad de producto que tienen y dentro del mismo se puede identificar y clasificar según calidad para ponerlo en venta al público.

Interpretación. - La pregunta presente nos ayuda como empresa para poder identificar que producto vamos a adquirir para poner a la producción de nuestros productos.

Pregunta 10.- ¿Cree usted que es necesario cumplir con normas de calidad para que su producción pueda ser vendida?

Tabla 10-4: ¿Cree usted que es necesario cumplir con normas de calidad para que su producción pueda ser vendida?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	120	100%
NO	0	0%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.



Ilustración 10-4: ¿Cree usted que es necesario cumplir con normas de calidad para que su producción pueda ser vendida?

Fuente: Encuesta realizada a los productores, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

Análisis. -En su totalidad el 100% de los 120 agricultores encuestados respondieron que si es necesario cubrir los estándares de calidad y productividad para que pueda ser vendida porque así se puede vender toda la mercadería en distintos lugares y de hecho ahí se puede tener dinero a cambio vendiendo la cosecha realizada en cada producción con calidad y la mayoría de las personas buscan eso.

Interpretación. - En nuestra empresa se aplicará la calidad de la mercadería que adquiere al comprar a los productores directos donde tendremos la opción de escoger productos de buena calidad y presencia.

Pregunta 11.- ¿Aceptaría entregar su producción a una industria local donde le ofrezcan el precio justo y estandarizados por su producción?

Tabla 11-4: ¿Aceptaría entregar su producción a una industria local donde le ofrezcan el precio justo y estandarizados por su producción?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	120	100%
NO	0	0%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.



Ilustración 11-4: ¿Aceptaría entregar su producción a una industria local donde le ofrezcan el precio justo y estandarizados por su producción?

Fuente: Encuesta realizada a los productores, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

Análisis. - En su totalidad el 100% de 120 productores aceptaron que entregasen su mercadería a una empresa donde la industrialice porque de seguro tendrán beneficios y conseguirían un precio justo evitando estar aventurándose en eventualidades en diferentes lugares donde no tienen un precio fijo y deben estar acoplados al movimiento del mercado.

Interpretación. - En nuestra industria se busca estandarizar un precio según el movimiento del mercado acoplado un precio justo incluyendo la inflación del año comercial que se realice.

4.2. Encuestas aplicadas a la población económicamente activa de la parroquia la matriz, cantón Alausí, provincia de Chimborazo

Pregunta 1.- ¿Conoce usted el tubérculo llamado comúnmente papa?

Tabla 12-4: ¿Conoce usted el tubérculo llamado comúnmente papa?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	338	100%
NO	0	0%
TOTAL	338	100%

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

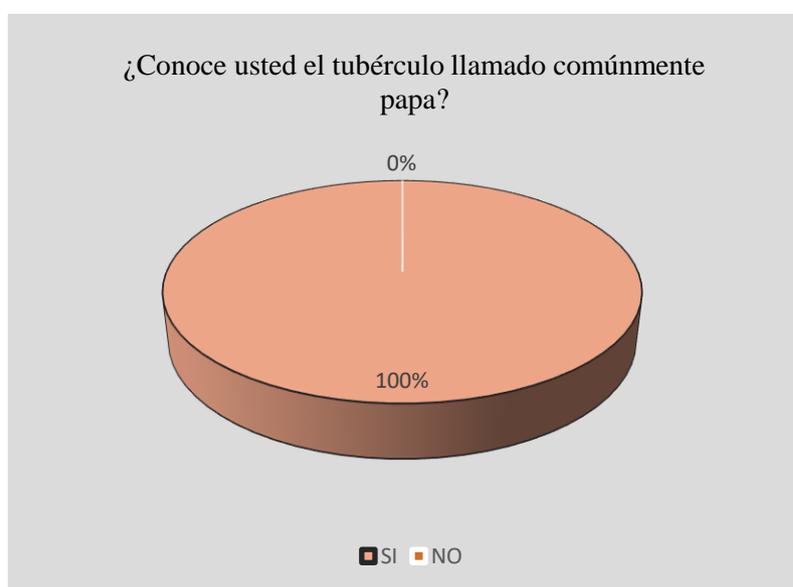


Ilustración 12-4: ¿Conoce usted el tubérculo llamado comúnmente papa?

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

Análisis. - Los 338 consumidores dentro del grupo de la población económicamente activa (Cabeza de Familia) indicaron que si conocen la papa y la cual es comúnmente producida dentro de la parroquia La Matriz.

Interpretación. - Está información nos sirve para identificar un estudio de mercado donde se ubicaría bien nuestra empresa por ser un punto principal de producción de papas y al mismo tiempo donde es conocido.

Pregunta 2.- ¿Usted consume papa?

Tabla 13-4: ¿Usted consume papa?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	338	100%
NO	0	0%
TOTAL	338	100%

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

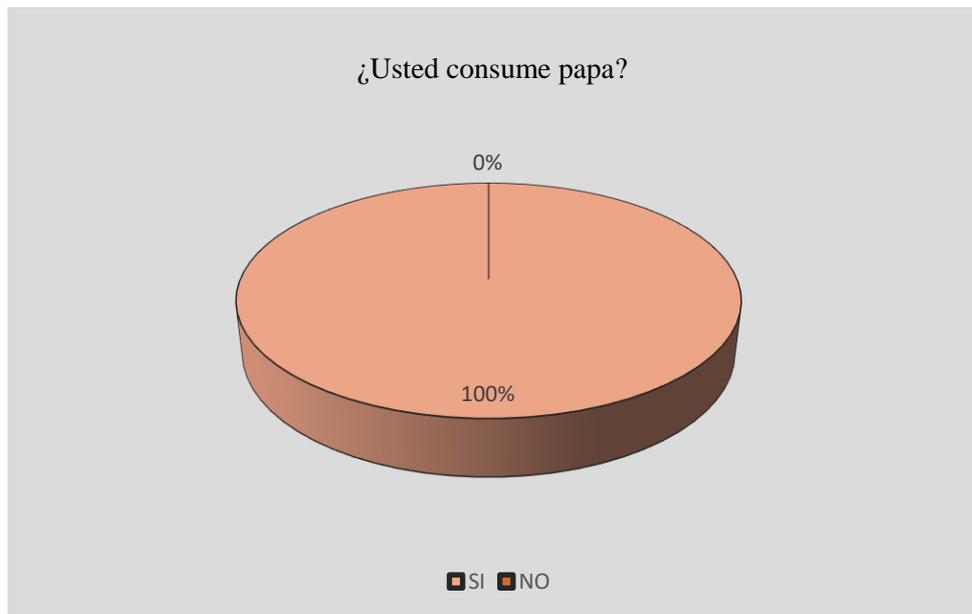


Ilustración 13-4: ¿Usted consume papa?

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

Análisis. - El 100% de 338 consumidores señalaron que sí consumen papas dentro de las familias más que todo por sus proteínas indicando que en la mayoría de las familias existen aún menores de edad y es alimento para ellos.

Interpretación. - De igual manera esta pregunta nos sirve para el estudio de mercado para señalar la ubicación de la empresa.

Pregunta 3.- ¿Con qué frecuencia consume usted la papa? (escala semanal)

Tabla 14-4: ¿Con qué frecuencia consume usted la papa? (escala semanal)

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez	12	4%
Dos veces	56	17%
Tres Veces	80	24%
Cuatro Veces	85	25%
Cinco o más veces	105	31%
TOTAL	338	100%

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

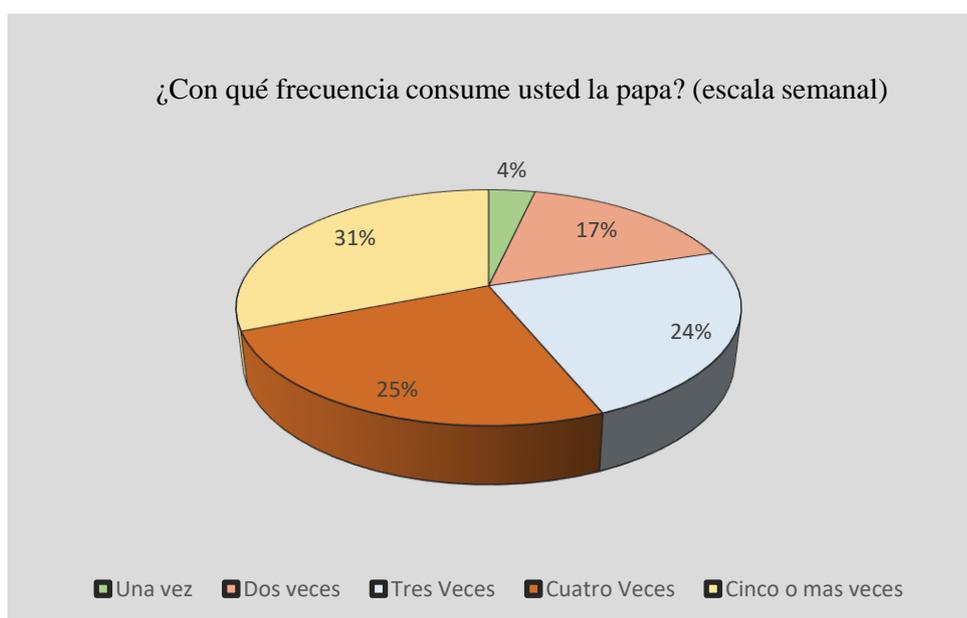


Ilustración 14-4: ¿Con qué frecuencia consume usted la papa? (escala semanal)

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

Análisis. -En la presente pregunta se obtuvo los siguientes resultados en el enfoque de consumo; una vez a la semana en un 4%, el 17% dos veces por semana, tres veces en la semana indicaron que consumen el 24%, el 25% consumen cuatro veces por semana y el 31% indicaron que consumen de cinco a más veces por semana las papas.

Interpretación. - Está pregunta nos sirve para socializar la producción con la frecuencia que consumen la papa los consumidores y no interrumpa en nuestra producción en la industrialización.

Pregunta 4.- ¿Cuántas libras de papas usted consume? Escala mensual

Tabla 15-4: ¿Cuántas libras de papas usted consume?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 30	67	20%
De 30 a 60	77	23%
De 60 a 90	94	28%
Más de 90	100	30%
TOTAL	338	100%

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

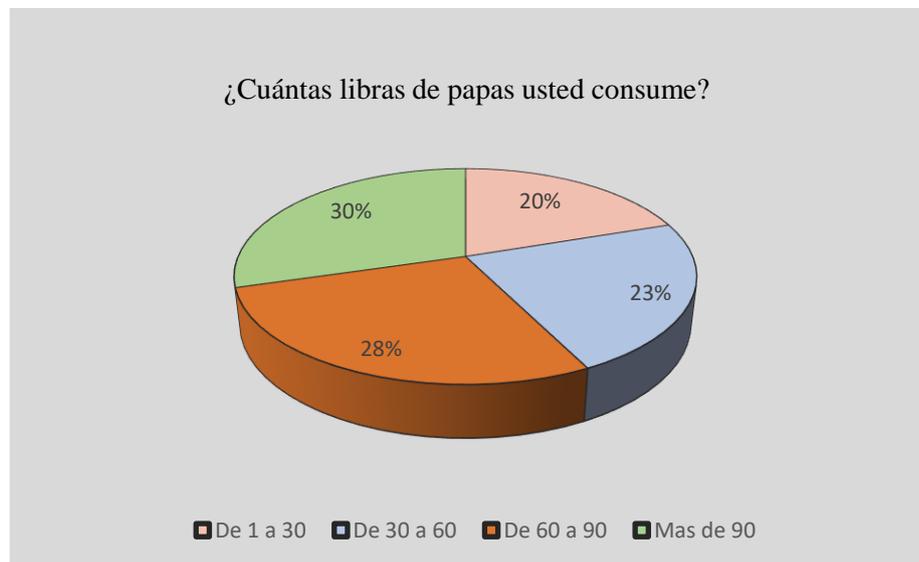


Ilustración 15-4: ¿Cuántas libras de papas usted consume?

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

Análisis. -En la pregunta realizada se obtuvo los siguientes resultados; el 20% de consumidores indican que consume de 1 a 30 libras, el 23% indica que consume de 30 a 60 libras, entre 60 a 90 libras consumen el 28%, el 30% consumen más de 90 libras, estos datos son los obtenidos en la encuesta aplicada en la parroquia La Matriz, todo el análisis realizado se hizo por medio de la evaluación mensual de consumo.

Interpretación. - Estos datos obtenidos en esta pregunta nos sirven para identificar la demanda posible que se podrá generar mediante el producto o productos que pongamos en venta en nuestra empresa luego de la industrialización.

Pregunta 5.- ¿Para qué utiliza la “papa”? De las siguientes opciones.

Tabla 16-4: ¿Para qué utiliza la “papa”? De las siguientes opciones.

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Para alimentos de animales	13	4%
Para obtener harina	138	31%
Para snack	144	32%
Preparar comida diaria	20	6%
Otros	23	9%
TOTAL	338	81%

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

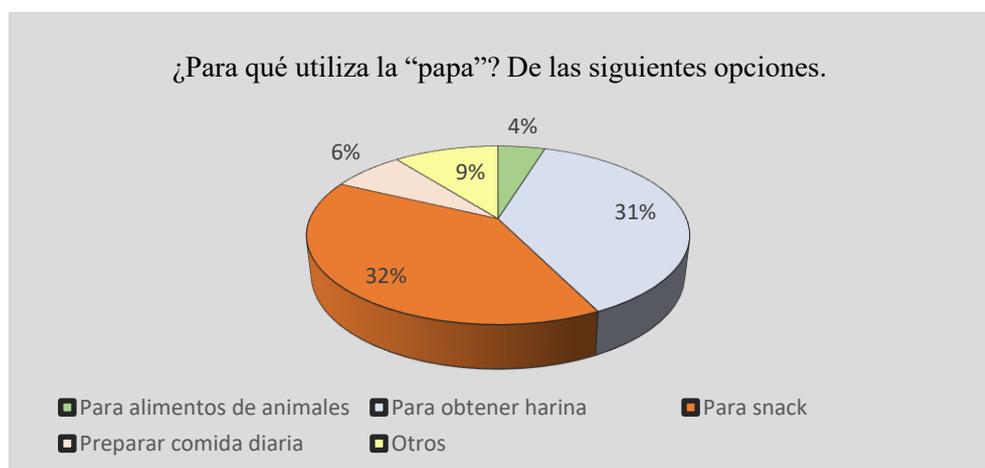


Ilustración 16-4: ¿Para qué utiliza la “papa”? De las siguientes opciones.

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

Análisis. - En La encuesta aplicada a los consumidores de papa se obtuvieron las siguientes respuestas; el 4% indico que las papas mal cosechadas se utilizan de alimento para los animales en su totalidad, el 31% se utiliza para gen erar harina de papa en la industrialización, el 32% utilizan para snacks como papas fritas o picaditas, el 6% se dedica para la preparación de la comida de forma diaria y el 9% utiliza para otras actividades como la reventa de las papas en los mercados.

Interpretación. - Estos datos nos ayudan a identificar cual es la utilización de la papa en los consumidores los mismos que toma un rumbo como se tiene planteado en el presente proyecto de crear la harina y la industrialización en snacks a base de papa.

Pregunta 6.- ¿Estaría dispuesto a consumir derivados de la " papa" en una presentación atractiva?

Tabla 17-4: ¿Estaría dispuesto a consumir derivados de la " papa" en una presentación atractiva?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	338	100%
NO	0	0%
TOTAL	338	100%

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

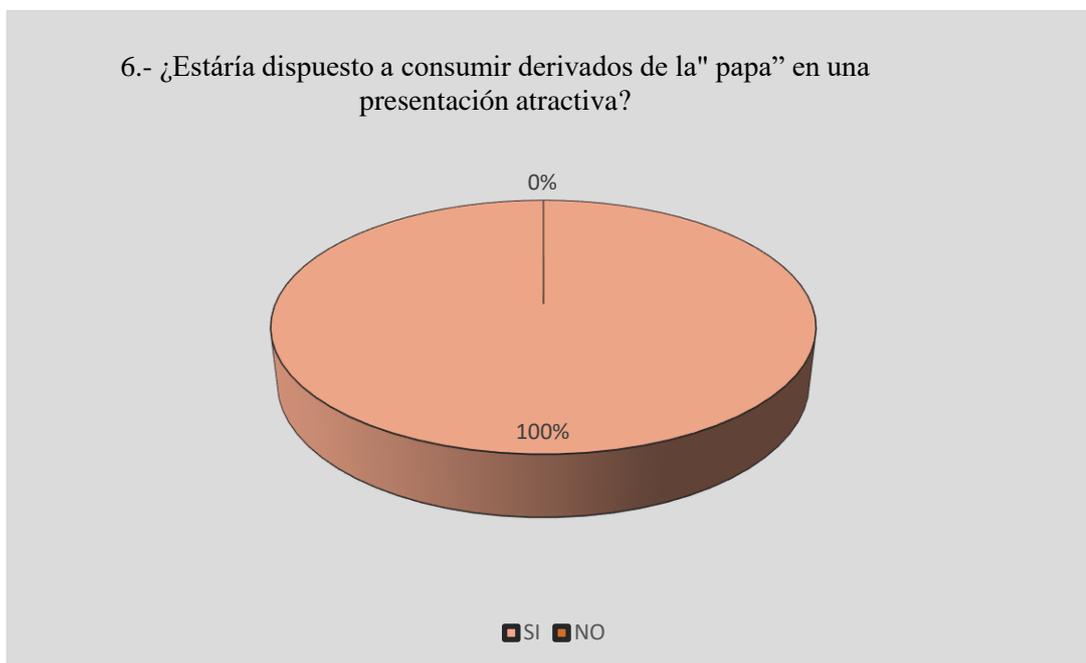


Ilustración 17-4: ¿Estaría dispuesto a consumir derivados de la " papa" en una presentación atractiva?

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

Análisis. - El 100% de los encuestados indicaron que si están dispuestos a consumir derivados de las papas los mismos que mencionaron sus proteínas y lo saludable que es consumirla.

Interpretación. - Para el proyecto en desarrollo se enfoca dentro del estudio de mercado indicando la demanda que tendría en productos.

Pregunta 7.- ¿Cuál de los productos derivados de la papa le gustaría que se oferten en el mercado?

Tabla 18-4: ¿Cuál de los productos derivados de la papa le gustaría que se oferten en el mercado?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Snacks	120	36%
Harina	128	38%
Papas precocinadas	20	6%
Papas ralladas	30	9%
Otro	40	12%
TOTAL	338	100%

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

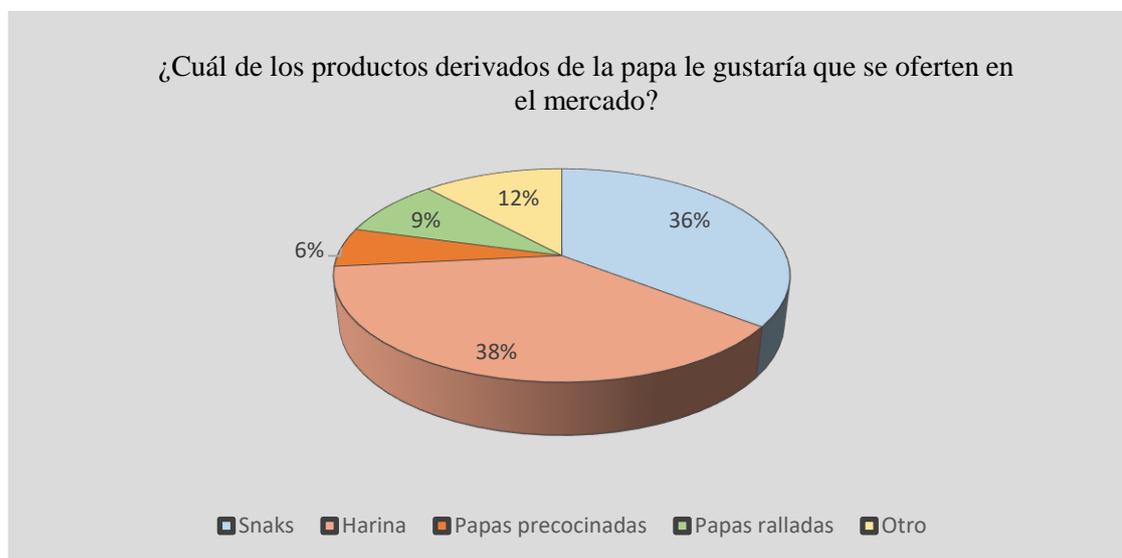


Ilustración 18-4: ¿Cuál de los productos derivados de la papa le gustaría que se oferten en el mercado?

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

Análisis. - En la aplicación de la encuesta, en esta pregunta se encuentra que el 38% desea que se oferte en harina y el 36% en snacks dando rumbo directo al enfoque del desarrollo del proyecto donde el 12% se enfoca que sería bueno que se oferten en otro tipo de producto como papas tortillas de papa hechas, el 6%, y 9% indicaron que prefieren en paparas precocinadas y ralladas respectivamente.

Interpretación. - Se analiza dentro del estudio de mercado y dentro del Marketing Mix para la promoción y la ubicación dentro del mercado según la preferencia del cliente.

Pregunta 8.- ¿Cómo le gustaría que fuera la presentación del producto?

Tabla 19-4: ¿Cómo le gustaría que fuera la presentación del producto?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fundas plásticas	148	44%
Cartón	70	21%
Saquillos	40	12%
Otros	80	24%
TOTAL	338	100%

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.



Ilustración 19-4: ¿Cómo le gustaría que fuera la presentación del producto?

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

Análisis. - Los consumidores prefieren la presentación como uno de los impactos primordiales en el cuales se analiza que el 44% eligió la opción de fundas plásticas, un 24% desea la presentación en Otro tipo como fundas biodegradables y derivados, el 21% desea que se incluya en el mercado en Cartón el 12% desea en saquillos induciendo una breve señalización de como prefieren la presentación del producto.

Interpretación. - Se enfoca en el marketing donde se analiza los precios y como seria la presentación del producto estrella.

Pregunta 9.- ¿En qué lugares le gustaría encontrar estos productos?

Tabla 20-4: ¿En qué lugares le gustaría encontrar estos productos?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Supermercados	167	49%
Mercados	113	33%
Tiendas de barrio	43	13%
Otros	15	4%
TOTAL	338	100%

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

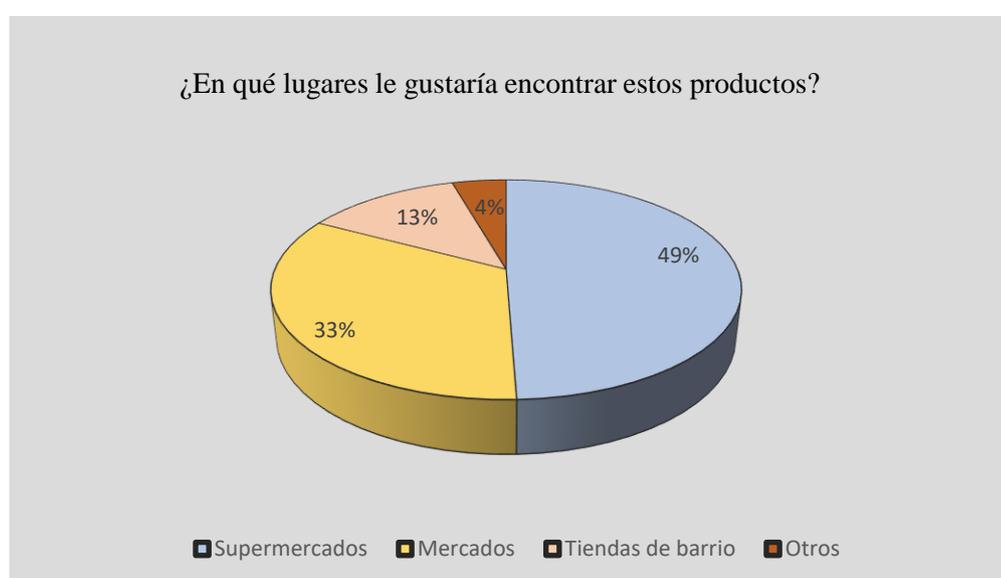


Ilustración 20-4: ¿En qué lugares le gustaría encontrar estos productos?

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

Análisis. -Se obtuvieron los siguientes resultados de los consumidores; En su mayor porcentaje desean adquirir el producto en el Supermercado en un 49% para poder adquirir, el 33% desea adquirir en mercados o tiendas de Barrio que representa el 13%, el 4% desea adquirir en otros lugares como en la calle o en un lugar específico donde vendan los productos derivados de la papa.

Interpretación. - Está información ayuda a enfocarse en la ubicación del producto donde se puede indicar la distribución de los productos escogidos anteriormente en la pregunta.

Pregunta 10.- ¿Por qué medios de comunicación preferiría conocer sobre estos nuevos productos?

Tabla 21-4: ¿Por qué medios de comunicación preferiría conocer sobre estos nuevos productos?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	148	44%
Televisión	80	24%
Periódicos	29	9%
Revistas	27	8%
Redes Sociales	42	12%
Vallas	12	4%
TOTAL	338	100%

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

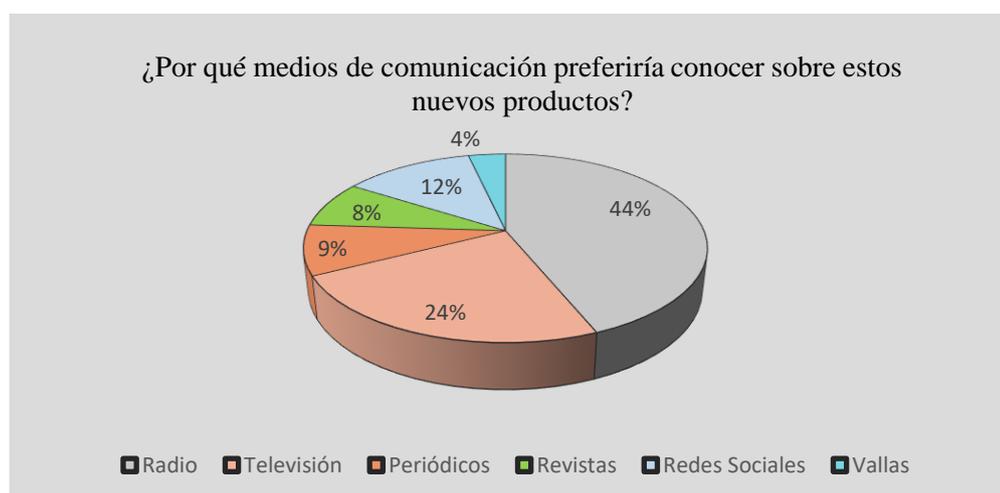


Ilustración 21-4: ¿Por qué medios de comunicación preferiría conocer sobre estos nuevos productos?

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

Análisis. - La selección del grupo encuestado fue; el 44% indico que desea conocer por medio de radio la promoción de los productos en cambio el 24% desea por televisión, el 9% indico que más se informarían por medio del periódico, el 8% por medio de revistas, y en redes Sociales el 12%, al final el 4% indico que desearía conocer por valla publicitarias.

Interpretación. - Estos datos sirve para la generación de la publicidad y poder llegar a la población haciendo conocer los productos o el producto que se vaya a ofertar.

Pregunta 11.- ¿De su preferencia como desearía pagar su compra?

Tabla 22-4: ¿De su preferencia como desearía pagar su compra?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Efectivo	230	68%
Crédito	45	13%
Tarjeta	63	19%
TOTAL	338	100%

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

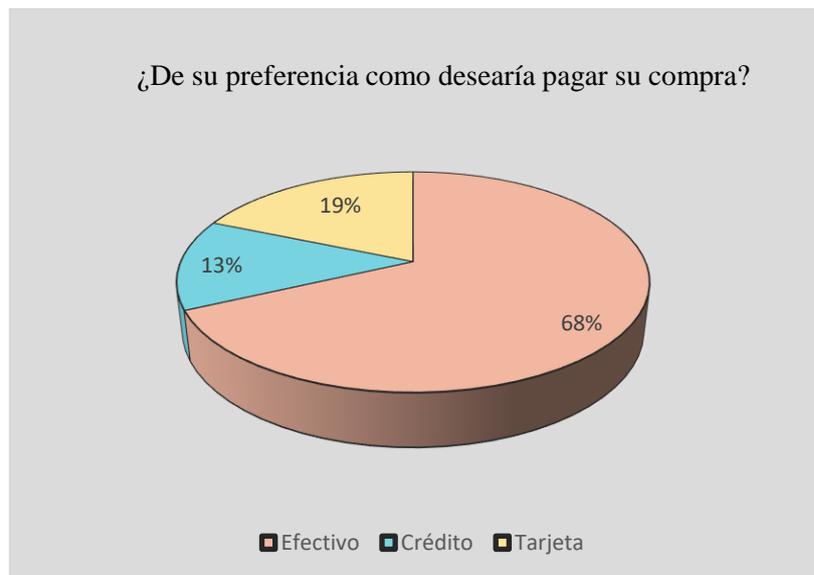


Ilustración 22-4: ¿De su preferencia como desearía pagar su compra?

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

Análisis. - En esta pregunta los consumidores eligieron que desean pagar en efectivo y representa el 68%, el 13% eligió pagar a crédito, el 19% elije pagar con tarjeta, éstas elecciones se distribuyen según el movimiento económico que tiene cada familia.

Interpretación. - La Información de esta pregunta es importante en la parte del estado financiero para saber con cuanto de dinero cuentas en ese momento para afrontar causales financieras.

4.3. Discusión de resultados

Al finalizar el análisis de las encuestas se puede llegar a los siguientes resultados en los cuales se puede constatar que de los 120 productores de papas encuestados existe un sin número de problemas, los mismos que son enfocados en el precio justo, la falta de cubrir los costos y no recibir un margen de ganancia adecuado a lo invertido y por ende no llevan una buena calidad de vida, ellos para mejorar esta situación deciden apoyar a el proyecto, entregando su producción para el procesamiento de sus productos dentro de la empresa donde ellos sienten la seguridad de recibir un precio justo por parte de la empresa al entregar los quintales de papa y podrán pertenecer a un centro de acopio donde serán los principales protagonistas del desarrollo local y económico mejorando su calidad de vida, innovando los productos y no solo siendo clientes teniendo experiencias tristes donde no generen recursos para sus hogares.

En las encuestas aplicadas a las familias de la parroquia La Matriz se analiza que la población son consumidores de papa de manera mensual en su mayoría, los cuales indican que en forma general una familia se conforma de 5 integrantes por familia los mismos que consumen de manera diaria las papas y que para más facilidad consumen en productos precocidos, ellos consumen la papa de esta manera a veces por tiempo y por el trabajo en su mayoría optaría por tener la harina de papa y snacks variados de papas los mismo que ayudaría a una mejor alimentación a la población adicionalmente también se enfocaron en la oportunidad de trabajo que puede generar este proyecto dado a la calidad de producto que puede ofrecer el proyecto dentro de la población en la que está situado, mejorando cada vez la calidad de vida de los habitantes, trabajadores y productores del sector.

Con estas dos encuestas aplicadas a los ofertantes y demandantes se puede identificar que nuestro proyecto está bien situado y enfocado ya que cumple con los estándares y necesidades por las dos partes llegando así a dar una solución de forma conjunta generando fuentes de trabajo y movilidad económica.

CAPÍTULO V

5. MARCO PROPOSITIVO

En el Marco Propositivo se desarrollará cinco componentes los cuales son una guía para una mejor planificación de la ejecución del presente proyecto los componentes son:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio administrativo
- Estudio legal
- Estudio económico- financiero.

Todos estos componentes antes mencionados se realizarán de forma secuencial dando un enfoque de desarrollo y movimiento económico según la ubicación del proyecto.

5.1. Título

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PAPA EN LA PARROQUIA LA MATRIZ, CANTÓN ALAUSÍ PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2022.

5.2. Introducción

Para la planificación de la construcción de un lugar donde se desarrollara una infraestructura para realizar la industrialización y comercialización de la papa dentro del desarrollo y apoyo local en medio de la ubicación, se enfoca en el apoyo socioeconómico a favor de las familias de escasos recursos, su principal propósito es el crecimiento de cada ser humano, en conjunto con el plan trabajo del gobierno, “Creando Oportunidades” donde se enfoca al desempeño y crecimiento de los emprendimientos facilitando proporciones de desarrollo y crecimiento generando productividad a nivel general.

En el presente proyecto se tiene la principal función de aportar a un desarrollo local en el ámbito económico y social creando fuente de oportunidades, este sector denominado La Matriz en el cantón Alausí con su amplio portafolio de servicios que se brindan dentro del mismo, teniendo un gran enfoque de crecimiento los mismos que no han sido aprovechados de manera correcta en

bienestar de la población, con lo que se plantea se busca dar solución a un problema existente donde existe dos intervinientes entre ofertantes y demandantes los cuales son los actores fundamentales de un proceso económico.

Dentro de la ejecución del proyecto se busca la industrialización de la papa para que no existe pérdidas económicas cuando exista sobreproducción de la misma ofertando diferentes procesamientos, en las encuestas aplicadas los agricultores están de acuerdo en recibir el servicio de este proyecto, al mismo tiempo que los consumidores que desean que se desarrollen snacks y harina de papa, por medio de esta actividad se creara un buena calidad de vida para los agricultores y personas que más lo necesiten de manera socioeconómico.

5.3. Objetivos de la propuesta

Objetivo general

Realizar un proyecto de factibilidad para la industrialización y comercialización de la papa donde genere un índice de rentabilidad.

Objetivo específicos

- Determinar el estudio de mercado donde se analice la oferta y demanda actual en la parroquia La Matriz.
- Efectuar un estudio técnico, administrativo y legal dando bases para el funcionamiento y la ubicación de la empresa.
- Justificar el estudio Financiero-Económico donde por medio del VAN y del TIR se obtenga resultados positivos demostrando la rentabilidad del proyecto.

5.4. Contenido de la propuesta

Para la creación de una empresa incluyendo una infraestructura adecuada para la industrialización y comercialización de los productos derivados de la papa en la parroquia la Matriz, cantón Alausí, provincia de Chimborazo, en donde se aplicó encuestas en especial a los productores de papa de la parroquia dando como un resultado de 98% de aceptación de colaborar en este proyecto.

El presente estudio se realizó por medio de la información obtenida en estudios realizados por el GAD de Alausí, los cuales fue de mucha ayuda para poder realizar propuestas para la creación de una empresa donde se industrialice y comercialice la papa, los entes que intervinieron entregaron

información sobre la producción y comercialización de las papas, se comprometieron al apoyo administrativo y legal para la conformación de la microempresa.

5.5. Estudio de mercado

En el estudio de mercado se enfoca dos variables entre la oferta y la demanda donde se elige diversas estrategias de ubicación en medio de un mercado competitivo.

Los datos a tomar en consideración en el estudio de mercado son los siguientes una muestra de 120 agricultores y 338 familias de la parroquia de La Matriz los cuales pertenecían al grupo PEA.

5.5.1. Análisis y demanda actual

Se tiene a consideración 338 familias encuestadas como análisis de la demanda, son los posibles consumidores los cuales comprarán los productos derivados de las papas para realizar los cálculos se toma a consideración la tabla numero 4 la cual indica la cantidad de libras de papa que consume las familias dentro de esto se obtuvo los siguientes resultados;

¿Cuántas libras de papas usted consume?

Tabla 1-5: Demanda

DEMANDA				
Alternativa	Cantidad	Diaria	Mensual	Anual
DE 1 A 30	67	30	600	216.000
De 30 a 60	79	60	1.200	432.000
De 60 a 90	94	90	1.800	648.000
Más de 90	98	90	1.800	648.000
Total Muestra	338	270	5.400	1.944.000
Total Familias	3.045	579	11.580	138.960

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Como se analiza en la demanda actual existe una cantidad exactamente de 3 045 familias (5 integrantes), las cuales serán considerados la demanda que de manera anual comprarán 138 960 productos entre ellos, harina y los snacks de papas en el año base o año 1.

Estos datos son los actuales para empezar con el cálculo de la proyección que existirá dentro de 1,56% de la proyección analizando dentro del crecimiento poblacional en el INEC año 2021.

5.5.1.1. Proyección de la demanda

Para el análisis de la proyección de la demanda se va a analizar dos tipos los cuales se dividen entre proyección de familias y proyección de la demanda a continuación se detalla cada una de ellas;

Tabla 2-5: Proyección de las familias

Proyección de las Familias			
Cn	Co	(1+i)^n	Proyección
2021	3045		
2022	3045	1,0156	3093
2023	3045	1,0314	3141
2024	3045	1,0475	3190
2025	3045	1,0639	3240
2026	3045	1,0805	3290

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2022.

Por medio de la muestra que fue 338 familias se realizó la encuesta siendo base para realizar el cálculo con el total de familias de La Matriz que son 3 045 familias con el crecimiento poblacional se analizó que las familias crecerán al año 5 a 3 290 familias las mismas que multiplicadas por el índice de conformación del núcleo familiar de 5 dando un resultado de 16 450 habitantes de la parroquia.

Tabla 3-5: Proyección de la Demanda

Proyección de la Demanda			
Cn	Co	(1+i)^n	Proyección
2021	138960		
2022	138960	1,0156	141128
2023	138960	1,0314	143329
2024	138960	1,0475	145565
2025	138960	1,0639	147836
2026	138960	1,0805	150142

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Con el número de familias ya identificadas se procedió a la proyección de la demanda a 5 años ocupando el mismo índice de crecimiento poblacional se procedió a realizar su pronosticación dando como resultado que a nivel de familias consumen 140 142 quintales de papas por familia, para la producción de los productos derivados de la papa.

5.5.2. Análisis y oferta actual

Dentro del análisis general que se va a realizar se analiza al grupo de agricultores seleccionados mediante la producción que realiza en el cultivo de papas, una vez así pudiendo contabilizar los quintales que se tiene en una cosecha y analizando de manera general con el tiempo de producción para tener un escenario más claro de capacidad de producción.

Para la oferta actual se calcula con la muestra de 120 agricultores que participaron en la encuesta con la siguiente pregunta:

¿Cuántas quintales de papa cosecha usted en cada producción?

Tabla 4-5: Oferta

Alternativa	Cantidad	Mensual	Anual
De 1 a 30	15	300,00	3.600
De 30 a 60	28	560,00	6.720
De 60 a 90	35	700,00	8.400
Más de 90	42	840,00	10.080
Total Muestra	120	2.400,00	1.440,00
Total Agricultores	380	7.600	91.200

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

La oferta se extiende en 91 200 quintales en la cosecha de cada productor a nivel anual los cuales en comparación a la demanda no se cubre por eso se toma la opción de crear derivados de la papa como es el snack y la harina del mismo producto para que así pueda llegar a los hogares con mayor facilidad.

5.5.2.1. Proyección de la oferta

En la proyección se utiliza el índice 1% de crecimiento de la agrícola en producción y cosecha a nivel de todos los productos en verduras y hortalizas según el informe agrícola del mes de mayo del año 2022.

Para este punto se toma en consideración también el crecimiento poblacional del agricultor como a continuación se desarrolla.

Tabla 5-5: Proyección de los Agricultores

Proyección de los Agricultores			
Cn	Co	(1+i)^n	Proyección
2021	380		
2022	380	1,0100	384
2023	380	1,0201	388
2024	380	1,0303	392
2025	380	1,0406	395
2026	380	1,0510	399

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Del análisis que se obtuvo de la muestra de los 120 agricultores que se realizó por muestreo por conglomerados se obtuvo los siguientes resultados al proyectar la totalidad de los productores que son 380 en el año 1 pero al año 5 se genera 399 agricultores con el 1% de crecimiento agrícola.

Tabla 6-5: Proyección de la Oferta

Proyección de la Oferta			
Cn	Co	(1+i)^n	Proyección
2021	91.200		
2022	91.200	1,01	92.112
2023	91.200	1,02	93.033
2024	91.200	1,03	93.963
2025	91.200	1,04	94.903
2026	91.200	1,05	95.852

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

En el año 5 se analiza una producción de 95.852 quintales de papa los cuales serán entregados para la producción de la harina y snacks a base de papas realizando el proceso de la industrialización y comercialización de los derivados de la papa en la parroquia la Matriz tomando como la mejor opción dado a que no cubre la demanda estipulada en los anteriores cálculos.

5.5.3. Demanda insatisfecha

La Demanda Insatisfecha es el resultado positivo de un proyecto realizable mediante la operación matemática de una resta entre la demanda y la oferta, el resultado refleja a la demanda que no puede ser cubierta por la oferta que se desea colocar en el mercado y se busca así un resultado más real para la aplicación de la planificación del proyecto y evitar pérdidas económicas y un falso resultado según la ubicación del estudio de mercado es un medio donde la comercialización es el principal sustento de vida en la parroquia La Matriz, cantón Alausí, Provincia de Chimborazo.

Tabla 7-5: Demanda Insatisfecha

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA
1	49016
2	50296
3	51602
4	52933
5	54290

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

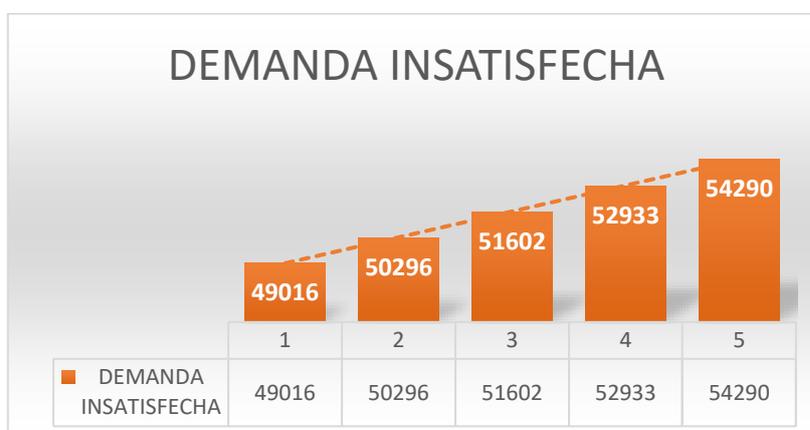


Ilustración 1-5: Demanda Insatisfecha

Fuente: Encuesta realizada a la PEA, 2022

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Para el año 5 se analiza un crecimiento de la demanda insatisfecha la cual indica que existe la viabilidad en el proyecto para poder crear el producto de los derivados de las papas para poder ofrecer en el lugar donde está planteado el producto llegando a una demanda insatisfecha de 54 290.

5.5.4. Marketing mix

5.5.4.1. Productos

Para la selección de los productos estrella se eligió la pregunta 5 de la encuesta realizada a los consumidores donde se detalló lo siguiente;

¿Para qué utiliza la “papa”? De las siguientes opciones.

Tabla 8-5: Productos

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Para alimentos de animales	13	4%
Para obtener harina	138	41%
Para snack	144	43%
Preparar comida diaria	20	6%
Otros	23	7%
TOTAL	338	100%

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Por medio de esta pregunta se estableció que los productos más demandados en la parroquia la Matriz son Harina y los snacks de papa.

Harina de Papa



Ilustración 2-5: Logotipo Harina de papa

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Características del producto

- La presentación para la venta será en empaques de fundas plástica de una libra.
- No contendrá gluten, ni conservantes.
- Tendrá un alto valor nutricional y de proteínas.

Snack de papa



Ilustración 3-5: Logotipo papas

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Características del producto

- Se promocionarán en fundas biodegradables amigables con el medio ambiente
- Tendrán tres presentaciones según las más competitivas en el mercado entre 40, 100 y 190 gramos.
- Serán papas artesanales sin preservantes.
- Mantendrá su tabla nutricional y código sanitario.

5.5.4.2. Determinación del precio

Para la asignación de precio rentable se toma en consideración el cálculo de los costos de producción dentro de ellos tanto directos como indirectos incluyendo los costos indirectos de fabricación.

Los valores a utilizar en este desarrollo de la determinación del precio provienen de los Costos Indirectos de Fabricación.

Para los precios se trabajó de la siguiente manera:

- De manera general nos dio un precio de 0,42 centavos para la funda de snack más pequeña tomando en consideración los siguientes datos y cálculos.
- Costo de producción \$ 219 290,00 dólares.
- Unidades Anuales por los 12 meses del año: 523 417 unidades
- Precio final: $219\,290,00 / 523\,417,00 = \$ 0,49$ centavos de dólar
- Más un margen de ganancia del 8% que se refleja en el precio de venta al público de:
- PVP: $0,49 \times 8\% = 0,03 + 0,49 = \$ 0,52$ centavos
- Aplicando a la libra un índice de 4 indicando cuatro meses de producción de la papa, en el escenario real con una ganancia del 5% se indica que;
- Precio Estimado: $0,49 \times 4 = \$ 1,96$
- Porcentaje de ganancia; $1,96 \times 5\% = \$ 0,09$
- PVP: $1,96 + 0,09 = \$ 2,05$ dólares.

A nivel de mercado se realizó un previo estudio sobre los precios de las harinas más comunes en los mercados abiertos a los demandantes y se analiza que varía entre 1,80 a 2,50 según el tipo de harina, en medio de los snacks se encuentra una ponderación dado al aumento de los precios como es el aceite se ha visto como un costo variable en la producción la cual es inestable, por medio de esto se puede decir que nos encontramos en un nivel competitivo y un escenario positivo para

poder vender nuestro producto en el mercado estos precios crecerán según la inflación de los bienes y servicios.

No se incluye más costos diferentes a los antes mencionados ya que los encargados de la empresa industrial se adquirirán de forma directa entre empresa y productor.

5.5.4.3. Promoción y publicidad

Con el pasar del tiempo la era digital se ha ido ubicando de manera exitosa en el medio del Marketing creando oportunidades de conectividad más distanciales posibles por eso se utilizará medio como Facebook, radio, televisión, redes sociales las cuales serán una guía para poder comunicar sobre la empresa de industrialización y comercialización de las papas y que puedan enterarse sobre el portafolio de productos que se ofrecen.

Por medio de esto se realizará lo siguiente:

- Se realizarán anuncios por medio de radio y televisión para dar a conocer lo que ofrecemos dentro de la empresa
- Se generarán volantes para entregar en los lugares más transcurridos dentro del nivel parroquial cantonal y provincial.
- Participar con la creación de una red web donde exista interacción con clientes y proveedores siendo así un proceso transparente de compra y venta.
- Participar en ferias para dar a conocer nuestros productos y que se genere más amplitud de mercado.

Plaza

Se denomina el lugar donde se encuentra la empresa para ofrecer la harina y Snacks de papa, el lugar se determina en un lugar céntrico donde sea accesible para los agricultores que nos entreguen la mercadería y para los demandantes que asistan a comprar los productos que ofrecemos.

Comercialización

Es la acción de vender un producto y a cambio obtener un beneficio económico, se incluye un valor agregado de diferente a lo demás para crear incertidumbre en el mercado y acudan a comprar más los productos, como anteriormente se mencionó se busca ser amigable con el medio ambiente por medio de las fundas plásticas biodegradables, un precio novedoso por un producto con mucho más contenido en cada una de las fundas.

En los beneficios de la comercialización tenemos en que los factores de presentación y precio son más llamativos dentro de un mercado más competitivo utilizando estrategias por medio de una ubicación previo a un estudio de mercado con una planificación estratégica de la mano buscando mejorar lo expuesto por otras empresas para buscar a esas falencias mejoras para poder ingresar de manera activa a competir dentro del oligopolio en el mercado.

Distribución

Para evitar fuga de información o de estrategias se manejará una distribución de manera directa es decir de la siguiente manera;



Ilustración 4-5: Distribución

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Logotipo



Ilustración 5-5: Logotipo de la empresa

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Por medio de un logotipo inicia el marketing visual porque se identifica el nombre y su slogan que se denomina “Hecho como en casa” interpretando que se realiza con amor y dedicación los productos que se entrega en la empresa.

El nombre se identifica por la parroquia donde está ubicado, para ser más llamativo se agregó un icono el cual está de diferentes colores indicando la variedad de papas que existen en nuestro territorio.

5.6. Estudio técnico

Existen muchos factores que componen el estudio técnico, dicho nombre estudia sobre la capacidad de producción según la mercadería que se pueda comprar para la producción de los derivados de las papas, se toma en consideración principal la ubicación de la empresa donde se procesara la papa a continuación se desarrollara cada componente.

5.6.1. Información del proyecto

5.6.1.1. Tamaño del proyecto

En el presente proyecto el tamaño es considerado a la capacidad de producción o capacidad instalada, se mide de manera diaria, quincenal, mensual y anual por este medio se puede tener datos más reales de la producción que se va a tener en este caso que se está trabajando con un alimento que sin un lugar adecuado de almacenamiento puede dañarse prontamente se estimó el tiempo según su cosecha que son 6 meses para continuar con los cálculos respectivos.

5.6.1.2. Capacidad instalada

Tabla 9-5: Capacidad Instalada

Capacidad de Producción	Unidad Diaria	Unidad Mensual	Unidad Anual
Harina (libras)	168	2013	24158
Snack (unidades 40gr.)	182	3635	43618

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

En la capacidad de producción tenemos los siguientes datos que al año se producirá 24 158 libras de harina de papa, de manera mensual se analiza dentro de los 12 meses por cada 30 días y dividiendo para 6 meses que demuestra lo semestral para la producción del elemento estrella para la fabricación generando 2 013 libras de manera mensual y de manera diaria se divide para los 20 días laborables de cada mes teniendo una producción de 168 libras de harina.

En la producción de los snacks se analiza de igual manera con los mismos cálculos mencionados en los cálculos anteriores teniendo como resultado la producción diaria las fundas de 40 gr. de snacks de 182, con 3635 fundas de manera mensual y anual con 43 618 fundas finales.

Para la producción total se necesitan de manera diaria 169 quintales de papas, mensual 3 385 quintales y de manera anual 40 626 quintales para poder cumplir con la producción que representa el cuadro, la diferencia de producción entre la harina y los snacks es notable dado que en el mercado consume más los derivados como snacks de papas.

5.6.1.3. Localización del centro de acopio

Se enfoca la ubicación del centro donde se industrializará y comercializará los productos a ofrecer se busca un lugar céntrico donde tenga accesibilidad los productores y clientes.

5.6.1.4. Macro localización



Ilustración 6-5: Macro localización.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

En el país de Ecuador, en la provincia de Chimborazo cantón Alausí se ubica la empresa La Matriz en honor al nombre del lugar donde se encuentra situado.

Los factores que se analizaron para la ubicación es que se encuentra en pleno centro de la sierra donde el cultivo de papa es muy producido por las familias agricultoras del sector, se analiza el clima el tiempo de producción y la ubicación para poder llegar de manera más rápida al centro del lugar.

5.6.1.5. Micro localización

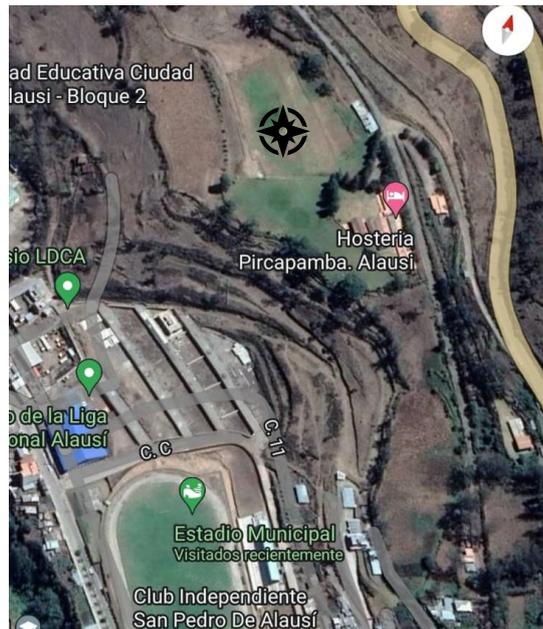


Ilustración 7-5: Micro Localización

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Su ubicación específica es en la parroquia La Matriz, cantón Alausí, provincia de Chimborazo en las calles E45 y calle C 11 Vía a la troncal de la Sierra junto a la Hostería Pircapamba la ubicación del lugar es específica según estudios de los factores como el ambiente y los cultivos de papa.

Esta ubicación fue determinada de manera estratégica debido a las vías de acceso por lo cual la entrada y salida de los productos será de manera cómoda y segura para los clientes.

5.6.1.6. Ingeniería del proyecto

En el presente desarrollo de la ingeniería del proyecto se representará gráficamente los diferentes procesos para la industrialización y comercialización de los derivados de la papa.

Proceso de la compra de la materia prima

En la compra directa de la materia prima intervienen 5 procesos fundamentales para adquirir la papa en el cual se estima un tiempo aproximado de 15 minutos, a continuación, se presenta el cuadro de los respectivos procesos en este paso.

Tabla 10-5: Proceso de la compra de la materia prima

Proceso	Descripción
Proceso A: Comparación de precios en las papas	Se maneja proformas de precios para la adquisición de las papas de manera semanal.
Proceso B: Selección del proveedor	Seleccionar al productor o productores que nos entregaran la mercadería.
Proceso C: Recepción de mercadería	Receptar la mercadería de la proforma ganadora según las características y el precio aceptado.
Proceso D: Pago de Transporte de mercadería	Se entrega el dinero acordado por la compra y se transporta la mercadería al centro de acopio
Proceso E: Almacenamiento	Al llegar al centro de acopio se coloca la mercadería en un lugar seco y fresco no mayor a 30 grados para mantener fresco el producto.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Para el proceso de la compra de la mercadería se estima el tiempo de 1 hora y 15 minutos.

Flujograma del proceso de la compra de la materia prima

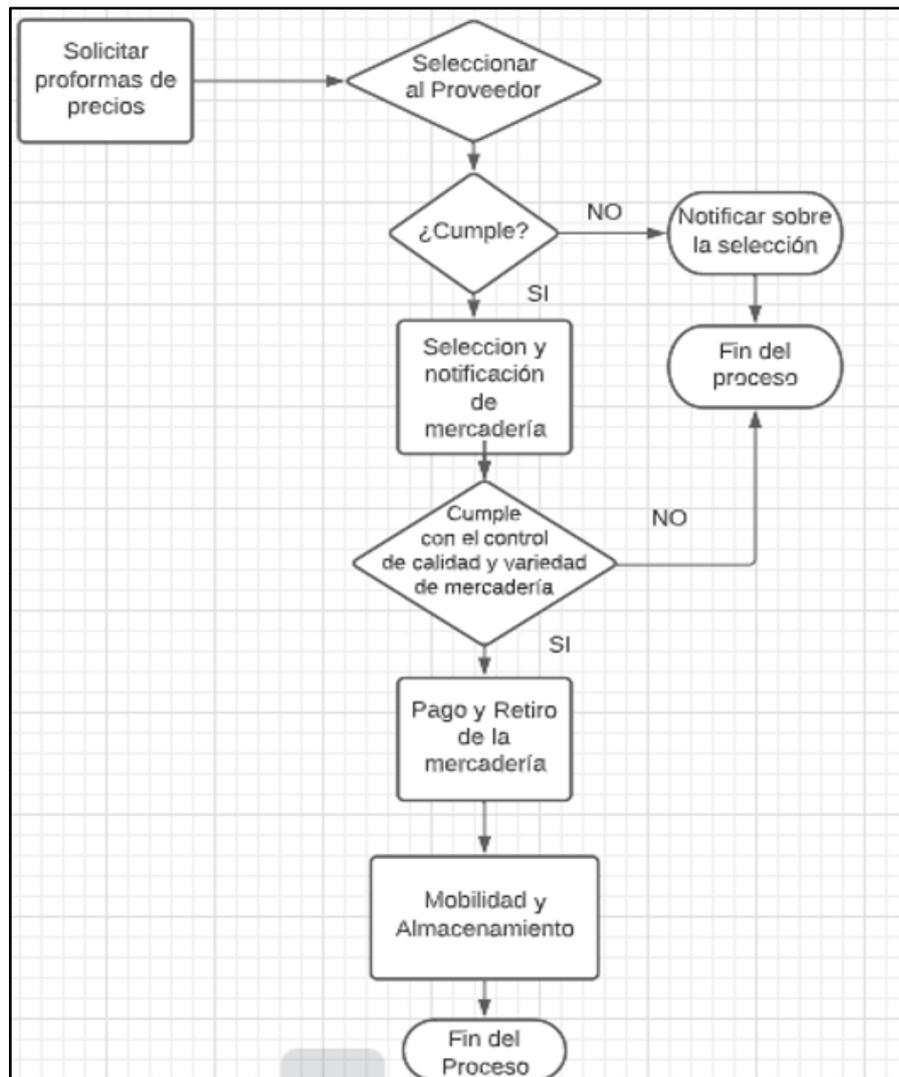


Ilustración 8-5: Proceso de compra

Fuente: Lucirth, 2023.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Proceso de la industrialización de la papa

En este proceso se detalla la preparación de cada uno de los pasos para la preparación e industrialización de la papa para los Snacks este proceso se va alrededor de 1 hora y 15 minutos a continuación se detalla cada uno;

Tabla 11-5: Proceso de la industrialización de la papa

PROCESO	DESCRIPCIÓN
Proceso A: Selección de la papa	Se elige de forma manual las papas en buen estado para proceder con el lavado y secado para el siguiente paso
Proceso B: Se procede con el Lavado, Secado y pelado de las papas	En la sanidad de las papas luego de ser seleccionadas son lavadas, secadas y peladas con maquinaria especial.
Proceso C: Cortado	Se envía a la máquina de cortado donde se cortarán en Ilustraciones llamativas las papas para los snacks.
Proceso D: Freída	Si los cortes están bien hechos pasan directamente a la maquina freidora con sal, si no lo están van para desechos.
Proceso E: Empacado	Al finalizar el proceso de fritura se extiende en una rampa donde se escurre desechos de aceite y se procede a la máquina de empacado según el peso.
Proceso F: Almacenado	El almacenamiento se procede en un lugar seco sin humedad adecuado para mantener frescos los snacks hasta la venta.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Flujograma del proceso de la industrialización de la papa

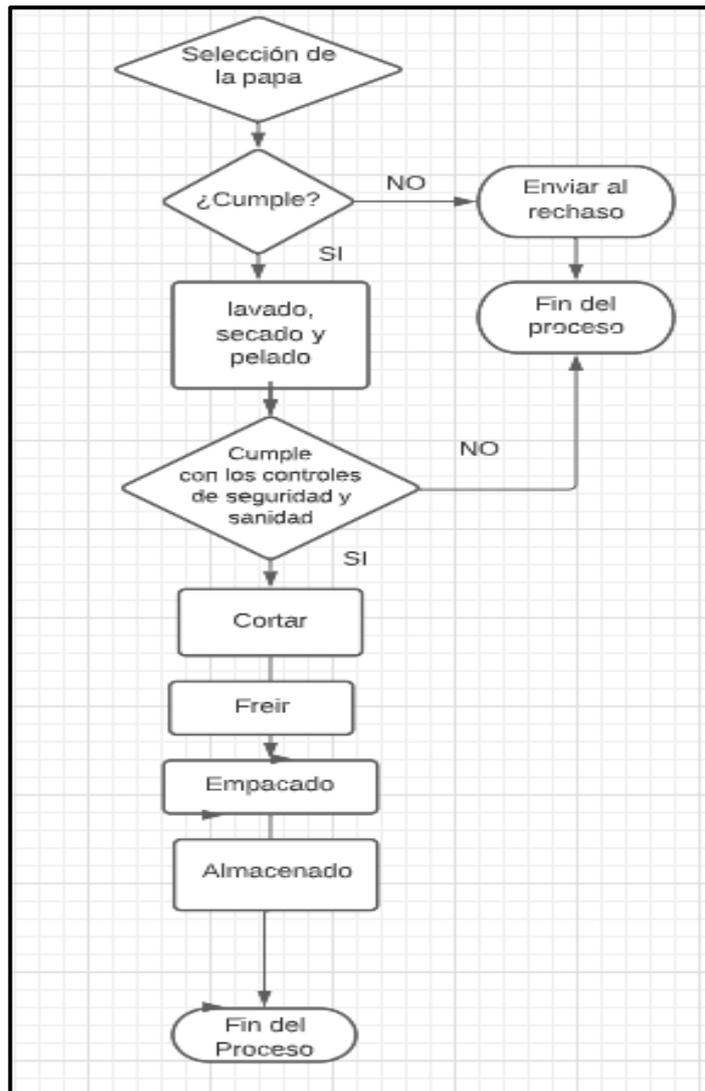


Ilustración 9-5: Proceso de papa

Fuente: Lucirth, 2023.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Proceso de industrialización de la papa a harina

Se describe el proceso de la industrialización de la papa para la harina en el tiempo máximo de 55 minutos como a continuación se observa;

Tabla 12-5: Proceso de Industrialización de la papa a Harina

PROCESO	DESCRIPCIÓN
Proceso A: Recepción de la materia	Se selecciona las papas más grandes y arenosas según el tipo
Proceso B: Pesado	Posterior a la selección de la papa es importante saber el peso del tubérculo para la siguiente fase
Proceso C: Lavado	Se lava el tubérculo
Proceso D: Cocción	Luego del lavado y retirado de la tierra se procede a cocinar las papas seleccionadas
Proceso E: Rebanado	Se procede al cortado de las papas en trozos pequeños
Proceso F: Molida	Se muele con precautela en el molino eléctrico donde también procede el secado automático.
Proceso G: Empacado	Con la harina de papa ya hecha se ubica en la empacadora para poner en cada funda de libra y posterior sellado
Proceso H: Almacenado	Finalizando el proceso del empacado se procede al almacenamiento en un lugar fresco y libre de humedad.

Fuente: Lucirth, 2023.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Flujograma de industrialización de la papa a harina

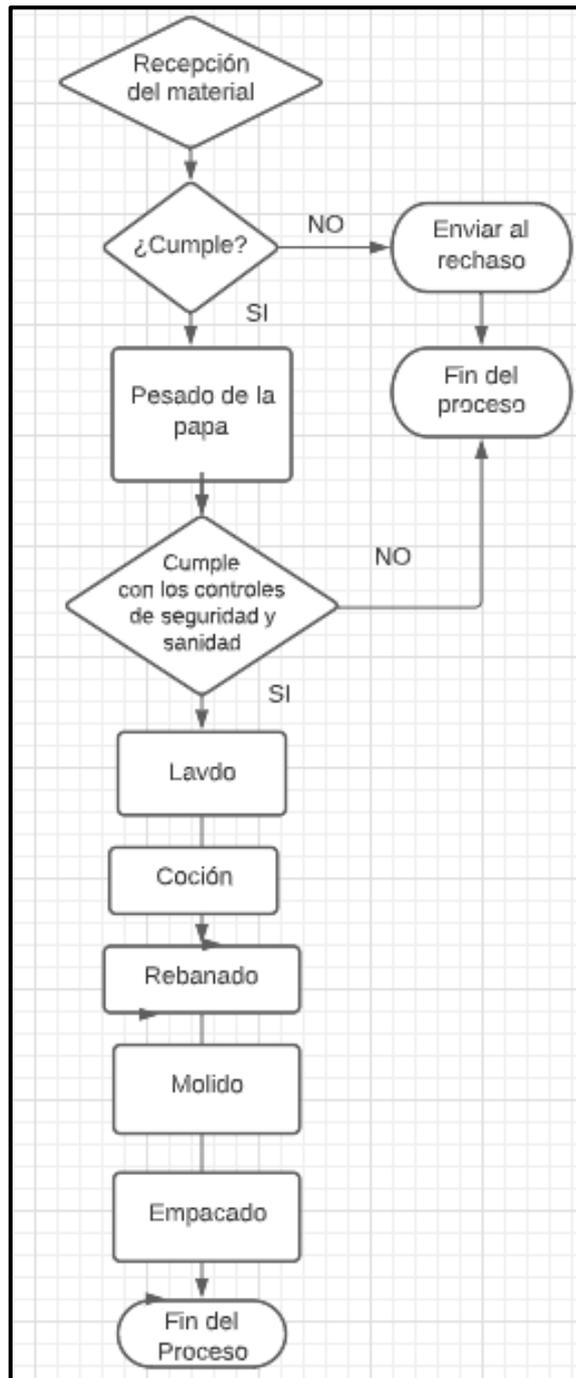


Ilustración 10-5: Harina de papa

Fuente: Lucirth, 2023.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Proceso de comercialización

A continuación, se encuentra el proceso de venta de los productos entre harina y snacks se demorará alrededor de 15 minutos.

Tabla 13-5: Proceso de Comercialización

Proceso	Descripción
Proceso A: Seleccionar el producto	El cliente selecciona y solicita el producto al empleado.
Proceso B: Recepción y cobro	Se acerca a caja y cancela por el producto y solicita factura o nota de venta.
Proceso C: Transporte	Solicita el transporte del pedido hacia el estacionamiento o un vehículo de transporte a otro lado.

Fuente: Lucirth, 2023.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Flujograma del proceso de comercialización

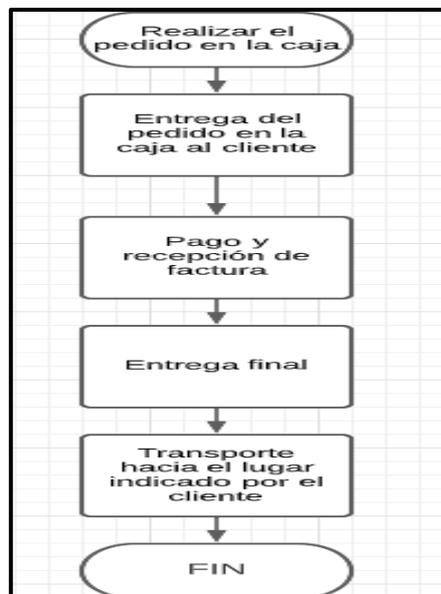


Ilustración 11-5: Micro Localización

Fuente: Lucirth, 2023.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

5.6.1.7. Maquinaria y equipo requerido en el proyecto

Se muestra la maquinaria y equipo que se necesita para la producción de los snacks de papa

Tabla 14-5: Maquinaria y Equipo Requerido en el proyecto

Ilustración	Nombre
 <p>Ilustración 12-5: Tolva Almacén</p>	Tolva Almacén
 <p>Ilustración 13-5: Lavador quita piedras</p>	Lavador quita piedras
 <p>Ilustración 24-5: Lavadora Centrifuga</p>	Lavadora Centrifuga
 <p>Ilustración 35-5: Cinta de Inspección</p>	Cinta de Inspección
 <p>Ilustración 36-5: Cortadora centrífuga</p>	Cortadora centrífuga

<p>Ilustración 46-5: Cortadora centrífuga</p>	
<p></p> <p>Ilustración 57-5: Lavador</p>	<p>Lavador</p>
<p>Ilustración 68-5: Freidora</p> <p></p>	<p>Freidora</p>
<p></p> <p>Ilustración 19-5: Filtro freidora</p>	<p>Filtro freidora</p>
<p></p> <p>Ilustración 20-5: Zaranda y Salero</p>	<p>Zaranda y Salero</p>

Fuente: Lucirth, 2023

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Se indica la maquinaria y equipo que se necesita para la producción de la harina de papa

Tabla 15-5: Maquinaria y Equipo Requerido en el proyecto

Ilustración	Nombre
 <p>Ilustración 21-5: Descarga Lateral</p>	Descarga Lateral
 <p>Ilustración 22-5: Descarga Inferior</p>	Descarga Inferior
 <p>Ilustración 73-5: Colector de polvo</p>	Colector de polvo



Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

5.6.1.8. Infraestructura de la planta

El proyecto trabajará con la ayuda del Municipio de Alausí el cual donará un terreno donde se construirá la empresa la cual consta de las siguientes áreas:

Tabla 16-5: Infraestructura de la planta

Descripción	Unidad	Cantidad
Área De Producción	m^2	260
Área Administrativa	m^2	60
Área de Carga y Descarga	m^2	25
Bodegas	m^2	270
Sala de Descanso	m^2	50
Baños	m^2	55
Parqueadero	m^2	200
TOTAL m^2	m^2	920

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Presupuesto técnico

Se incluye el capital de trabajo y de los activos diferidos y fijos los cuales forman un presupuesto dentro de la inversión fija entre muebles e inmuebles que se utilizaran en este proyecto.

Inversión fija

Se mantiene en forma de registro todos los bienes que pasen un año de compra en valor actual y de salvamento dentro de los libros contables.

Terreno

Por medio del registro de la propiedad se logró obtener el valor que por metro cuadrado tiene un costo de \$ 60,00 dólares, el terreno donado por el Municipio de Alausí avalado en 920 metros cuadrados el cual tiene un costo real a su registro de la propiedad de \$ 55 200,00 dólares los mismos que serán incluidos dentro del estudio financiero como un gasto.

Edificio

En la Cámara de Construcción del Ecuador analizando en el cantón de Alausí indica que tiene un valor catastral por metro cuadrado de \$200,00 dólares donde se analiza que para la construcción de la empresa se necesita en 720 metros cuadrados el valor exacto de \$ 144 000,00 dólares para la construcción

Capacidad instalada

La capacidad instalada del proyecto se analiza por la demanda que pueda existir dentro de la empresa es decir las personas que puedan acercarse a comprar los snacks y la harina de papa.

Para bodegas se destina un área de 270 metros cuadrados en el cual se analizó con expertos los cuales indicaron que se podrán almacenar entre 100 perchas las cuales serán colocadas de manera lateral con una distancia de 1,5 metros entre sí, los cuales se encontrarán distribuidos por secciones entre sección de Harina y de snacks, las perchas tienen una altura de 1,5 metros y de ancho 2,5 metros.

En cada percha se almacenará exactamente 2 quintales por niveles los cuales se ubicarán en 3 niveles de lados para los cuales sumarian 12 quintales a nivel de perchas al igual que en los snacks se ubicarán 10 snacks a nivel de perchas las cuales constarán de dos niveles en cambio, de manera general se almacenarán alrededor de 1200 quintales de harina de manera semanal y de snacks 1000 por semana sumando en si una capacidad de 2200.

5.7. Estudio legal

Se realizará el estudio legal según las leyes vigentes en el Ecuador, donde se encuentra la clasificación de la empresa con la cantidad de empleados y capital de participación para iniciar el negocio a continuación su desarrollo;

5.7.1. Ubicación

La empresa denominada “La Matriz” se encuentra ubicada en el país de Ecuador, cantón Alausí, parroquia La Matriz, se dio en este lugar el desarrollo del proyecto por motivo de la producción de papa en sus alrededores y por más facilidad de transporte tanto para los ofertantes y demandantes.

5.7.2. Base legal

La Base Legal se encuentra determinada por parte de la documentación que se presenta a diferentes entidades públicas para poder empezar con el proceso de creación de la empresa.

- **Superintendencia de Compañías**

Por medio de reuniones previas se toma la decisión de entregar un listado de posibles nombres de la empresa para poder identificarla.

- **Asesoría Legal**

Al dirigirse a la notaría primera del cantón Alausí en el cual se entrega una minuta, en la que se detalla cada punto de lo que se desarrollara dentro del proyecto y que soluciones va a dar según las leyes y las normativas a las cuales debe pegarse para estar todo en regla.

- **Departamento de Compañías**

Designa el nombre correspondiente elegido por el departamento para la empresa y posterior a la aprobación de los reglamentos presentados en el proyecto.

- **Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema**

Se procederá con el primer deposito en la COAC para el funcionamiento de la empresa.

- **Notaria Primera del Cantón Alausí**

Con los documentos en regla se dirige a registrar de manera oficial en conjunto con la minuta y los estatutos que procederán dentro de la empresa.

- **Superintendencia de Compañías**

Luego del registro de la minuta del proyecto se procede a obtener una escritura pública legal para realizar el trámite de aprobación.

- **Diario el Comercio**

Para comunicar de manera oficial el procedimiento se publicará en las páginas de información del Diario mencionado la extensión de la escritura registrada.

- **Registro Mercantil**

Se inscribe de manera legal todos los reglamentos incluyendo la escritura con todos los socios.

- **Servicio de Rentas Internas**

El negocio se ubica en la sección de negocios populares por empezar como un centro de acopio y posterior registrarse en el sector RIMPE.

- **Notaria Primera del Cantón Alausí**

Con la nómina presentada en el primer paso de los participantes es la misma nomina con la que se inscribirá los participantes en la empresa.

- **Registro Mercantil**

Se procede a subir la nómina al sistema e indicar los cargos que desempeñaran.

- **Superintendencia de Compañías**

Se aprueba el registro mercantil y se procede a subir a la plataforma para emitir el certificado de constitución.

- **Ministerio del Ambiente**

Para el funcionamiento se necesita el certificado emitido por el Ministerio el cual realizara una previa inspección según el requerimiento que se ingresa luego de la inscripción de la escritura.

- **Notaria Primera del Cantón Alausí**

El terreno se registra de igual manera que el registro de la propiedad para que quede en constancia de su existencia.

- **Cuerpo de Bomberos**

Posterior a todos los procesos ya aprobados se dirige con la carpeta armada a pagar del permiso de funcionamiento y servicio de los bomberos los cuales prestaran su servicio a la empresa.

- **Dirección Provincial**

Se entrega toda la documentación en una carpeta para que sea archivada y quede la evidencia del registro de cada uno de los papeles.

Luego de la revisión extienden el certificado sanitario para adjuntar al permiso de funcionamiento de la empresa en el cual existe un gasto de \$ 2010 dólares.

Tabla 17-5: Inversión de Base Legal

Función	Valor
Patente	\$ 85,00
Servicios y registro de patente	\$75,00
Permiso de funcionamiento	\$610,00
Registro mercantil	\$ 820,00
Publicidad	\$ 420,00
Total	\$ 2 010,00

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

5.7.3. Estatutos

Se detalla a continuación todos los reglamentos más sobresalientes y estatutos que regirán en el funcionamiento de la empresa.

- **Nombres e información de los socios**

Por ser un estudio de un proyecto de factibilidad dentro del año 2022 no se puede detallar tal listado, pero a su cargo estará la señorita Licenciada Adela Velastegui la cual dirigirá la empresa

- **Objeto y razón social**

Es un centro donde se recopila papas para industrializar y comercializar

- **Aporte inicial**

El aporte que dan a nivel de los socios es de \$ 20 000,00 dólares

- **Ubicación de la sociedad**

En la Parroquia La Matriz

- **Tiempo de sociedad**

5 años de funcionamiento inicial

- **Conformación**

Su conformación es de un Gerente, presidente y la junta de socios.

- **Distribución de utilidades y pérdidas según balances**

Se divide según socios y accionistas que conformen la empresa y por tiempo de trabajo.

- **Fondo de reserva**

Se Calcula a partir del primer año de funcionamiento según reglamento estipulado en Ecuador

- **Fecha de inicio de funcionamiento**

Julio 2023.

5.8. Estudio administrativo

Intervienen todos los componentes de la filosofía de la empresa por la cual se verán las características dentro de un mercado de donde viene y hasta donde pretende llegar.

5.8.1. Descripción de la empresa

Es una pequeña empresa la cual será de Responsabilidad limitada, su ubicación en la provincia de Chimborazo, parroquia La Matriz.

5.8.2. Misión

“**La Matriz**” es una empresa caracterizada por ofrecer un servicio de calidad con empatía, sirviendo a la comunidad diferenciándonos de la competencia en el mercado, fomentando la inclusión social creando fuentes de trabajo y productos novedosos para demostrar posición en el mercado abierto de la industria y comercialización.

5.8.3. Visión

Ser una empresa líder al año 2028 en la industrialización y comercialización de papa a nivel internacional diferenciándonos de los demás por los productos que brindamos incluyendo la socioeconomía que generamos por medio del comercio justo.

5.8.4. Valores institucionales

- **Respeto**

El cliente es nuestra prioridad por eso se brinda el mejor de los servicios empezando por los productos que ofrecemos de calidad y variedad.

- **Puntualidad**

Entregar los pedidos y los procesamientos según lo planificado para tener la mercadería lista para los diferentes lugares.

- **Ética**

Se maneja los procesos de manera transparente y los precios justos de acuerdo con el mercado y según lo permitido dentro del país.

- **Honestidad**

Entregar la producción de manera adecuada con la mercadería entregada para la producción al igual del precio de entrega.

- **Solidaridad**

El humanismo siempre se presenta ante cualquier adversidad el carisma y el amor siempre será nuestro mayor característico con el afán de ayudar al prójimo en toda actividad.

- **Liderazgo**

Se empáticos con la posición en el mercado para seguir creciendo de manera normal y sobre todo claros en nuestro enfoque.

- **Calidad**

La calidad es la forma la esencia con la que elaboramos nuestro producto y los entregamos al consumidor.

5.8.5. Políticas

- La empresa La Matriz comprara de manera directa a los agricultores de la parroquia y se cancelara de forma efectiva.
- Se aceptará las entregas por parte de los proveedores de las papas a partir de las 8 de la mañana hasta las 6 pm para dar el preciso tiempo de entrega acordado.
- La Matriz entregara todas las garantías al agricultor que entregue la mercadería entre ellos bonificaciones por su agricultura de excelencia e incentivara a la producción mayoritaria de este producto.
- Personal de apoyo adecuado para la industrialización y comercialización de la papa.
- Se capacitará de manera frecuente al personal como a los proveedores para trabajar de manera conjunta.
- Entregar los insumos y materiales necesarios para el trabajo de acuerdo con cada labor dentro y fuera de la empresa.
- Ajustar el precio según el comportamiento del mercado adecuando su precio justo.

5.8.6. Reglamentos

- La empresa “La Matriz” brindará atención en horario de 8h00 am a 18h00 pm y con derecho a dos horas de alimentación como indica la ley.
- Se trabajará de lunes a viernes.
- Si el empleado no asistirá al trabajo por casos de fuerza mayor deberá comunicar al empleador para generar el respectivo reemplazo en la función por el tiempo de ausentismo del empleado.
- En caso de falta del empleado deberá presentar la respectiva justificación que acredite la veracidad de su falta al trabajo.
- En caso de Faltar sin acción alguna o motivo estos días serán cargados como descuento al rol de pagos al final.
- Para los permisos se deberán realizar mediante una solicitud dirigida al gerente con 48 horas de anticipación.
- La remuneración será según el Código de trabajo.
- El trabajo se lo realizara con las indicaciones pertinentes y con los empleados en cada área de preparación.
- Asistir a todas las capacitaciones que comunique la empresa de manera obligatoria.
- En caso de existir inconvenientes con algún trabajador de fuerza mayor este será despedido de la empresa.

5.8.7. Estructura jerárquica

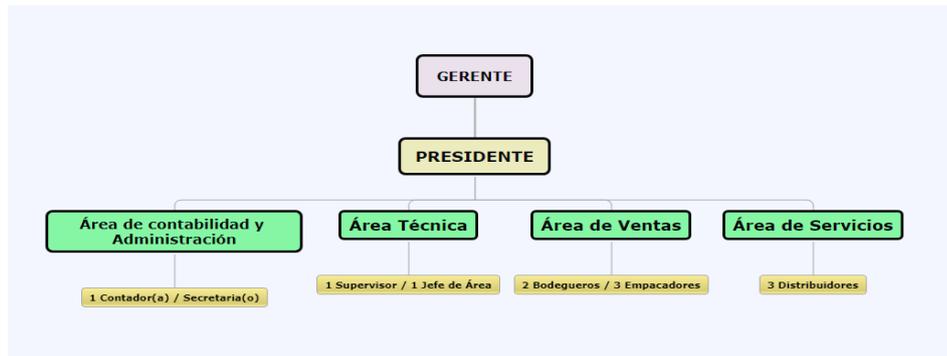


Ilustración 95-5: Estructura Jerárquica

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Descripción de los puestos

Tabla 18-5: Perfil de Puestos

 <p>Gerente o presidente</p>
<p>Es la cabeza de la organización, el dirigente que maneja todos los servicios y procesos administrativos para llevar en regla todos los documentos y la producción a nivel de presentarse cualquier reunión de manera coherente.</p>
<p style="text-align: center;">Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejar documentación principal como escrituras y reglamentos. • Realizar los manuales de procedimientos y funciones. • Administrar las áreas de producción y de comercialización. • Seleccionar los trabajadores de la empresa.
<p style="text-align: center;">Característica</p> <p>Ser Licenciado o Ingeniero en finanzas con 3 años de experiencia en cargos similares.</p>

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Tabla 19-5: Contador y secretario

 <p style="text-align: center;">Contador y secretario</p>
Realizar la actividad de llevar la contabilidad y comunicación directa con la parte administrativa en la empresa bajo estricta confidencialidad.
Funciones
<ul style="list-style-type: none">• Manejo de sistemas contables con registros• Atención al cliente y proveedores.• Llevar la contabilidad general e inventarios en entrega de mercadería al igual que la entrada de este.• Generar formularios según el SRI• Registrar asistencia de los empleados de la empresa
Característica
Hombre o Mujer con título de tercer nivel con afinidad de conocimientos en finanzas.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Tabla 20-5: Jefe de Áreas

 <p style="text-align: center;">Jefe de Áreas</p>
Es el encargado de distribuir de manera correcta a sus trabajadores según las áreas dentro de la empresa.
Funciones
<ul style="list-style-type: none">• Controlar el proceso de producción• Manejar los tiempos de distribución según la mercadería recibida.• Control del sistema de producción en donde se registra las unidades producidas• Dar capacitaciones consecutivas para los operadores.• Supervisar las áreas de producción y de comercialización.

Característica
Ser una persona capacitada en el área de producción o mecánica con 2 a 3 años de experiencia.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Tabla 21-5: Empacador

 Empacador
Su principal acción es guardar los productos en cada uno de sus empaques.
Funciones
Su principal función es empaquetar los productos en cada funda según su clasificación y poner el precio el cual será de venta.
Característica
Bachilleres con experiencia en el área operativa de manejo de mercadería con 1 año de práctica

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Tabla 22-5: Bodeguero

 Bodeguero
Las Fundas empaquetadas y quintales llevar al almacenamiento para colocarlos según su producción.
Funciones
Como bien se conoce la función es colocar los productos en las perchas ubicadas en el área de bodega según las fechas producidas y los snacks y quintales de papa.
Característica
Bachilleres con experiencia en el área operativa de manejo de mercadería con 1 año de práctica

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Tabla 23-5: Distribuidor

 <p style="text-align: center;">Distribuidor</p>
Maneja toda parte de logística y transporte dentro de la empresa al entregar mercadería
Funciones
<ul style="list-style-type: none">• Manejar los camiones• Recoger la mercadería al momento de comprarla• Entregar los productos en los lugares solicitados.• Manejar el facturero de la compra y entrega de los productos.
Característica
Bachiller o profesional con licencia de conducir con experiencia mínima de un año.

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

5.9. Estudio económico financiero

Dentro del Estudio Financiero se analiza los costos, gastos y un análisis financiero obteniendo así valores reales evitando las pérdidas.

5.9.1. Inversión del proyecto

Es la suma de los bienes que se utilizara en la empresa empezando por el aporte del capital de los socios los cuales se componen de activos tangibles como intangibles incluyendo los activos fijos.

Activos fijos

Tabla 24-5: Activos Fijos

Presupuestos de Activo Fijo			
Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Edificios	1	\$ 144.000,00	\$ 144.000,00
Terrenos	1	\$ 55.200,00	\$ 55.200,00
Total			\$199.200,00

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Dentro del estudio técnico previo a un análisis se tomó en cuenta los precios dados los cuales suman de forma general entre Edificios y Terrenos un valor de \$ 199 200,00 dólares en activo fijo.

Maquinaria y equipo

Tabla 25-5: Maquinaria y Equipo

Maquinaria y Equipo			
Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Tolva almacén	1	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Lavador quitapiedras	1	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00
Peladora centrífuga auto	1	\$ 5.200,00	\$ 5.200,00
Cinta de inspección	1	\$ 2.600,00	\$ 2.600,00
Cortadora centrífuga	1	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00
Lavador	1	\$ 3.100,00	\$ 3.100,00
Freidora	1	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Filtro freidora	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Zaranda y Salero	1	\$ 2.015,00	\$ 2.015,00
Descarga lateral	1	\$ 2.325,00	\$ 2.325,00
Descarga Inferior	1	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00
Esay colector de polvo	1	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00
Colector de polvo de pulso	1	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00
Balanza Electrónica	2	\$ 170,00	\$ 340,00
Máquina Codificadora	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Máquina de empaque	1	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00
Bombas de Agua	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Accesorios	1	\$ 220,00	\$ 220,00
Total			\$ 48.250,00

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Con los precios de cada una de las maquinarias se puede llegar a plantear el presupuesto de la maquinaria que asciende a \$ 48.250,00 dólares.

Muebles y enceres

Tabla 26-5: Muebles y Enceres

Presupuesto Muebles y Enceres			
Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Silla Ejecutiva	1	\$180,00	\$200,00
Escritorio Ejecutivo	1	\$110,00	\$120,00
Sillas de Espera	4	\$18,00	\$72,00
Archivadores de oficina	5	\$25,00	\$125,00
Escritorio	4	\$140,00	\$560,00
Total			\$1.077,00

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Para los muebles y enceres que se utilizara en el centro de acopio y en la empresa maneja un presupuesto de \$ 1.077,00 dólares.

Equipo de oficina

Tabla 27-5: Equipo de oficina

Presupuesto Equipo de Oficina			
Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Calculadora	2	\$25,00	\$50,00
Caja (Caja de Cobro)	2	\$120,00	\$240,00
Teléfono	2	\$28,00	\$56,00
Total			\$346,00

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

En el presupuesto de Equipo de Oficina se manejará \$ 346,00 dólares.

Equipo de cómputo

Tabla 28-5: Equipo de Cómputo

PRESUPUESTOS DE EQUIPO DE CÓMPUTO			
Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Computadora Portátil	2	\$500,00	\$1.000,00
Impresora (Completa)	2	\$340,00	\$680,00
Computadora de escritorio	3	\$350,00	\$1.050,00
Total			\$2.730,00

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

El presupuesto del Equipo de Cómputo es de \$ 2.730,00 dólares.

Vehículo

Tabla 29-5: Vehículo

Presupuesto de Vehículo			
Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Camión	2	\$27.000,00	\$54.000,00
Total			\$54.000,00

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

El presupuesto de vehículo es de \$ 54.000,00 dólares.

Publicidad

Tabla 30-5: Publicidad

Presupuesto Publicidad			
Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Radio Sol	1	\$1.000,00	\$1.000,00
Radio Tricolor	1	\$1.000,00	\$1.000,00
Canal Ecuavisión	3	\$150,00	\$450,00
Canal 13 TVS	3	\$200,00	\$600,00
Total			\$3.050,00

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Para la publicidad que se va a realizar se necesita un presupuesto de \$ 3.050,00 dólares.

Inversión fija

Tabla 31-5: Inversión Fija

INVERSIÓN FIJA	
DETALLE	VALOR
Terrenos	\$ 55.200,00
Edificios (Construcción)	\$ 144.000,00
Maquinaria y Equipo	\$ 48.250,00
Muebles y Enceres	\$ 1.077,00
Equipo de Oficina	\$ 346,00
Equipo de Computo	\$ 2.730,00
Vehículo	\$ 54.000,00
Total, de Inversión Fija	\$ 312.259,00

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

La inversión fija se plantea en \$ 312.259,00 dólares.

5.9.2. Capital de trabajo

En el capital de trabajo se utiliza la capacidad de producir el cual se indica que a la semana se maneja 465 quintales de harina y 839 snacks de papa.

Presupuesto de mercadería

Tabla 32-5: Presupuesto de Mercadería

Capacidad de Producción	Tiempo	Cantidad	Precio	Valor Anual
Harina (libras)	1 semana	209	\$ 2,05	\$ 5.137,09
Snack (unidades 40gr.)	1 semana	377	\$ 0,52	\$ 2.352,76

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

En el presupuesto de la mercadería se divide en los dos rubros de los productos que se ofrece los cuales se divide en harina y snack dentro un valor total anual de \$ 7.489,84 dólares.

Nota: Para obtener la producción semanal se procedió a dividir las unidades anuales para 52 semanas que tienen en el año.

Mano de obra de la empresa

Tabla 33-5: Mano de Obra

NÓMINA	CARGO	INGRESOS	H. EXTRAS	OTROS	TOTAL INGRESOS	DESCUENTOS	TOTAL DESCUENTOS	LIQUIDO A PAGAR
		SBU				APORTE INDIVIDUAL IESS		
DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN								
	Empacador a	\$ 475,00			\$ 475,00	\$ 44,89	\$ 44,89	\$ 430,11
	Empacador b	\$ 475,00			\$ 475,00	\$ 44,89	\$ 44,89	\$ 430,11
	Empacador c	\$ 475,00			\$ 475,00	\$ 44,89	\$ 44,89	\$ 430,11
SUB TOTAL		\$ 1.425,00	\$ -	\$ -	\$ 1.425,00	\$ 134,66	\$ 134,66	\$ 1.290,34
TOTAL MENSUAL		\$ 1.425,00	\$ -	\$ -	\$ 1.425,00	\$ 134,66	\$ 134,66	\$ 1.290,34
TOTAL ANUAL		\$ 17.100,00	\$ -	\$ -	\$ 17.100,00	\$ 1.615,95	\$ 1.615,95	\$ 15.484,05
NÓMINA	CARGO	BASE IMPONIBLE	BENEFICIOS SOCIALES ADICIONALES					TOTAL PROVISIÓN
			A.P. IESS	XIII SUELDO	XVI SUELDO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	
	empacador a	\$ 475,00	\$ 57,71	\$ 39,58	35,42	\$ 19,79	\$ 39,57	\$ 551,65
	empacador b	\$ 475,00	\$ 57,71	\$ 39,58	35,42	\$ 19,79	\$ 39,57	\$ 551,65
	empacador c	\$ 475,00	\$ 57,71	\$ 39,58	35,42	\$ 19,79	\$ 39,57	\$ 551,65
SUB TOTAL		\$ 1.425,00	\$ 173,14	\$ 118,75	\$ 106,25	\$ 59,38	\$ 118,70	\$ 1.654,94
TOTAL MENSUAL		\$ 1.425,00	\$ 173,14	\$ 118,75	\$ 106,25	\$ 59,38	\$ 118,70	\$ 1.654,94
TOTAL ANUAL			\$ 2.077,65	\$ 1.425,00	\$ 1.275,00	\$ 712,50	\$ 1.424,43	\$ 19.859,28

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Roles proyectados de la mano de obra

Tabla 34-5: Roles Proyectados

ROL DE PAGOS PROYECTADO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Empacador a	\$ 5.161,35	\$ 5.227,42	\$ 5.294,33	\$ 5.362,09	\$ 5.430,73
Empacador b	\$ 5.161,35	\$ 5.227,42	\$ 5.294,33	\$ 5.362,09	\$ 5.430,73
Empacador c	\$ 5.161,35	\$ 5.227,42	\$ 5.294,33	\$ 5.362,09	\$ 5.430,73
TOTAL ANUAL	\$ 15.484,05	\$ 15.682,25	\$ 15.882,98	\$ 16.086,28	\$ 16.292,19

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Tabla 35-5: Provisión proyectada

ROL DE PROVISIONES PROYECTADO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Empacador a	\$ 6.619,76	\$ 6.704,49	\$ 6.790,31	\$ 6.877,23	\$ 6.965,25
Empacador b	\$ 6.619,76	\$ 6.704,49	\$ 6.790,31	\$ 6.877,23	\$ 6.965,25
Empacador c	\$ 6.619,76	\$ 6.704,49	\$ 6.790,31	\$ 6.877,23	\$ 6.965,25
	\$ 19.859,28	\$ 20.113,48	\$ 20.370,93	\$ 20.631,68	\$ 20.895,76

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Sueldo del personal administrativo

Tabla 36-5: Sueldo del personal administrativo

NÓMINA	CARGO	INGRESOS	H. EXTRAS	OTROS	TOTAL INGRESOS	DESCUENTOS		TOTAL DESCUENTOS	LIQUIDO A PAGAR
						APORTE INDIVIDUAL IESS	RFIR TRABAJADOR		
PERSONAL ADMINISTRATIVO									
	Gerente	\$ 700,00			\$ 700,00	\$ 66,15		\$ 66,15	\$ 633,85
	Contador	\$ 650,00			\$ 650,00	\$ 61,43		\$ 61,43	\$ 588,58
SUB TOTAL		\$ 1.350,00	\$ -	\$ -	\$ 1.350,00	\$ 127,58	\$ -	\$ 127,58	\$ 1.222,43
PERSONAL DE VENTAS									
	Jefe de planta	\$ 600,00			\$ 600,00	\$ 56,70		\$ 56,70	\$ 543,30
SUB TOTAL		\$ 600,00	\$ -	\$ -	\$ 600,00	\$ 56,70	\$ -	\$ 56,70	\$ 543,30
NÓMINA	CARGO	BASE IMPONIBLE	BENEFICIOS SOCIALES ADICIONALES					TOTAL PROVISIÓN	
			APORTE Patronal IESS	XIII SUELDO	XVI SUELDO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA		
PERSONAL ADMINISTRATIVO									
	Gerente	\$ 700,00	\$ 85,05	\$ 58,33	\$ 33,33	\$ 29,17	\$ 58,33	\$ 264,22	
	Contador	\$ 650,00	\$ 78,98	\$ 54,17	\$ 33,33	\$ 27,08	\$ 54,17	\$ 247,73	
SUB TOTAL		\$ 1.350,00	\$ 164,03	\$ 112,50	\$ 66,67	\$ 56,25	\$ 112,50	\$ 511,94	
PERSONAL DE VENTAS									
	jefe de planta	\$ 600,00	\$ 72,90	\$ 50,00	\$ 33,33	\$ 25,00	\$ 50,00	\$ 231,23	
SUB TOTAL		\$ 600,00	\$ 72,90	\$ 50,00	\$ 33,33	\$ 25,00	\$ 50,00	\$ 231,23	

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023..

Proyección del sueldo del personal administrativo

Tabla 37-5: Proyección de sueldos administrativos

Proyección de Rol de Pagos					
Nómina Administrativa	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	7.606,20	7.703,56	7.802,16	7.902,03	8.003,18
Contador	7.062,90	7.153,31	7.244,87	7.337,60	7.431,52
TOTAL ANUAL ADMINISTRATIVO	14.669,10	14.856,86	15.047,03	15.239,63	15.434,70
Nómina Ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Jefe de planta	6.519,60	6.603,05	6.687,57	6.773,17	6.859,87
Total Anual	6.519,60	6.603,05	6.687,57	6.773,17	6.859,87

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Tabla 38-5: Proyección de rol

Proyección de Rol de Provisiones					
Nómina Administrativa	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	3.170,60	3.211,18	3.252,29	3.293,92	3.336,08
Contador	2.972,70	3.010,75	3.049,29	3.088,32	3.127,85
TOTAL ANUAL ADMINISTRATIVO	6.143,30	6.221,93	6.301,57	6.382,24	6.463,93
Nómina Ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Jefe de planta	2.774,80	2.810,32	2.846,29	2.882,72	2.919,62
Total Anual	2.774,80	2.810,32	2.846,29	2.882,72	2.919,62

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Costos indirectos en la industrialización y comercialización de la papa

Tabla 39-5: Costos Indirectos

MATERIALES INDIRECTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD DIARIA	COSTOS INDIRECTOS			1.509	31.392
			CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Etiquetas	Unidad	76	1522	18262	\$ 0,02	\$ 30,44	\$ 365,23
Fundas	Unidad	76	1522	18262	\$ 0,05	\$ 76,09	\$ 913,08
Cajas de Cartón	Unidad	6	120	1440	\$ 0,25	\$ 30,00	\$ 360,00
Cinta 5 m. para sellado de cartón	Rollo	9	180	2160	\$ 0,30	\$ 54,00	\$ 648,00
Fundas de libra	Unidad	12	240	2880	\$ 0,04	\$ 9,60	\$ 115,20
Ropa de trabajo	Unidad			80		\$ 80,00	\$ 6.400,00
Equipo de Seguridad	Equipo			80		\$ 80,00	\$ 6.400,00
Energía Eléctrica	Kw	5	100	12000	\$ 0,32	\$ 32,00	\$ 384,00
Agua potable	M3	5	250	3000	\$ 0,31	\$ 77,50	\$ 930,00
Lubricantes Aceite	Galones		2	24	\$ 50,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Lubricantes Grasa	Libras		1	12	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
TOTAL						\$ 599,63	\$ 18.075,51

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

La determinación de los costos indirectos de fabricación de los dos productos que ofrece la empresa representa \$ 18.075,51 dólares.

Capital de trabajo

Tabla 40-5: Capital de Trabajo

CONCEPTO	V/MES	V/ANUAL
MANO DE OBRA	\$ 1.290,34	\$ 15.484,05
MATERIA PRIMA	\$ 75.768,16	\$ 909.217,97
SUELDOS	\$ 1.222,43	\$ 14.669,10
UTILES DE OFICINA	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00
MATERIALES	\$ 800,00	\$ 9.600,00
SERVICIOS	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 10.170,31	\$ 122.043,71

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

El Capital de trabajo de manera mensual es de \$ 10.170,31 dólares y el presupuesto de capital de trabajo anual se necesita \$ 122.043,71 dólares.

5.9.3. Inversión diferida

En la presente tabla se observa el procedimiento de permisos para el funcionamiento de la empresa.

Tabla 41-5: Inversión Diferida

Función	Valor
Patente	\$ 85
Servicios y registro de patente	\$75
Permiso de funcionamiento	\$610
Registro mercantil	\$ 820
Publicidad	\$ 420
Total	\$ 2 010

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

La inversión diferida asciende a \$ 2.010,00 dólares.

5.9.4. Inversión total

Tabla 42-5: Inversión Total

RUBROS DE INVERSION	TOTAL INVERSION INICIAL	%
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 10.170,31	3,11%
Inversión inicial	\$ 10.170,31	3,11%
ACTIVOS FIJOS		
Terrenos	\$ 55.200,00	16,87%
Edificio	\$ 144.000,00	44,02%
Equipo de Oficina	\$ 346,00	0,11%
Maquinaria	\$ 48.250,00	14,75%
Mobiliario	\$ 1.077,00	0,33%
Vehículos	\$ 54.000,00	16,51%
Equipo de Cómputo	\$2.730,00	0,83%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 305.603,00	93,42%
ACTIVO DIFERIDO		
Gasto de Constitución	\$ 2.010,00	0,61%
Gastos de Organización	\$ 800,00	0,24%
Gastos de Instalación	\$ 2.810,00	0,86%
Gastos de Investigación	\$ 500,00	0,15%
Patentes y Marcas	\$ 435,00	0,13%
Gasto Publicidad	\$ 4.800,00	1,47%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 11.355,00	3,47%
TOTAL INVERSIONES	\$ 327.128,31	100,00%

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

En la inversión total es la suma de todos los activos corrientes como no corrientes, es importante saber clasificarlos correctamente para no tener un estudio erróneo para el cálculo de este se use todos los presupuestos anteriormente detallados y se suman dando un resultado de que la inversión total es de \$ 327.128,31 dólares para la ejecución del proyecto.

5.9.5. Determinación de los costos

Depreciación de los activos de la empresa

Tabla 43-5: 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		
ACTIVOS FIJOS									
Edificio	20	\$ 144.000,00	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00	\$ 36.000,00	\$ 108.000,00
Equipo de Oficina	10	\$ 346,00	\$ 34,60	\$ 34,60	\$ 34,60	\$ 34,60	\$ 34,60	\$ 173,00	\$ 173,00
Maquinaria	10	\$ 48.250,00	\$ 4.825,00	\$ 4.825,00	\$ 4.825,00	\$ 4.825,00	\$ 4.825,00	\$ 24.125,00	\$ 24.125,00
Mobiliario	10	\$ 1.077,00	\$ 107,70	\$ 107,70	\$ 107,70	\$ 107,70	\$ 107,70	\$ 538,50	\$ 538,50
Vehículos	5	\$ 54.000,00	\$ 10.800,00	\$ 10.800,00	\$ 10.800,00	\$ 10.800,00	\$ 10.800,00	\$ 54.000,00	\$ -
Equipo de Cómputo	3	\$ 2.730,00	\$ 910,00	\$ 910,00	\$ 910,00			\$ 2.730,00	\$ -
TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL			\$ 23.877,30	\$ 23.877,30	\$ 23.877,30	\$ 22.967,30	\$ 22.967,30		\$ 132.836,50
ACTIVO DIFERIDO									
Gasto de Constitución		\$ 2.010,00	\$ 402,00	\$ 402,00	\$ 402,00	\$ 402,00	\$ 402,00	\$ -	
Gastos de Organización		\$ 800,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ -	
Gastos de Instalación		\$ 2.810,00	\$ 562,00	\$ 562,00	\$ 562,00	\$ 562,00	\$ 562,00	\$ -	
Gastos de Investigación		\$ 500,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ -	
Patentes y Marcas		\$ 435,00	\$ 87,00	\$ 87,00	\$ 87,00	\$ 87,00	\$ 87,00	\$ -	
Gasto Publicidad		\$ 4.800,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00		
TOTAL AMORTIZACIONES			\$ 2.271,00						

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Presupuesto de costos anuales

Tabla 44-5: Presupuesto de Costos Anuales

COSTOS ANUALES	1	2	3	4	5
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
COSTO DIRECTO					
Materia Prima Directa	\$ 30.465,19	\$ 30.855,14	\$ 31.250,09	\$ 31.650,09	\$ 32.055,21
Mano de Obra Directa	\$ 15.484,05	\$ 15.682,25	\$ 15.882,98	\$ 16.086,28	\$ 16.292,19
Prestaciones Sociales	\$ 19.859,28	\$ 20.113,48	\$ 20.370,93	\$ 20.631,68	\$ 20.895,76
COSTO INDIRECTO (G. PLANTA)					
Partes y repuestos de la maquinaria	\$ 1.500,00	\$ 1.582,95	\$ 1.670,49	\$ 1.762,87	\$ 1.860,35
Lubricantes	\$ 1.000,00	\$ 1.055,30	\$ 1.113,66	\$ 1.175,24	\$ 1.240,23
Depreciaciones de la maquinaria y equipo de planta	\$ 23.877,30	\$ 23.877,30	\$ 23.877,30	\$ 22.967,30	\$ 22.967,30
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 92.185,82	\$ 93.166,42	\$ 94.165,45	\$ 94.273,46	\$ 95.311,05

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Financiamiento

Tabla 45-5: Financiamiento

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
PASIVO	\$ 115.320,00	35,25%
Prestamos Corto Plazo	\$ 61.320,00	18,74%
Prestamos Largo Plazo	\$ 54.000,00	16,51%
PATRIMONIO	\$ 211.808,31	64,75%
Capital Social	\$ 211.808,31	64,75%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO (FINANCIAMIENTO)	\$ 327.128,31	100,00%

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Gasto financiero corto plazo

Tabla 46-5: Gasto a Corto Plazo

DEUDA CORTO PLAZO					
Monto:	\$ 61.320,00				
Tasa de Interés:	22,00%				
Método de Cálculo:	Sobre Saldos				
MESES	DEUDA	INTERÉS	CAPITAL	CUOTA MENSUAL	SALDO
			\$		
1	\$ 61.320,00	\$ 1.349,04	6.132,00	\$ 7.481,04	\$ 55.188,00
			\$		
2	\$ 55.188,00	\$ 1.214,14	6.132,00	\$ 7.346,14	\$ 49.056,00
			\$		
3	\$ 49.056,00	\$ 1.079,23	6.132,00	\$ 7.211,23	\$ 42.924,00
			\$		
4	\$ 42.924,00	944,33	6.132,00	\$ 7.076,33	\$ 36.792,00
			\$		
5	\$ 36.792,00	809,42	6.132,00	\$ 6.941,42	\$ 30.660,00
			\$		
6	\$ 30.660,00	674,52	6.132,00	\$ 6.806,52	\$ 24.528,00
			\$		
7	\$ 24.528,00	539,62	6.132,00	\$ 6.671,62	\$ 18.396,00

		\$	\$		
8	\$ 18.396,00	404,71	6.132,00	\$ 6.536,71	\$ 12.264,00
9	\$ 12.264,00	269,81	6.132,00	\$ 6.401,81	\$ 6.132,00
10	\$ 6.132,00	134,90	6.132,00	\$ 6.266,90	\$ -
TOTAL		\$ 7.419,72	\$ 61.320,00		

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Gasto financiero largo plazo

Tabla 47-5: Gasto Largo Plazo

DEUDA LARGO PLAZO					
PRÉSTAMO:	BAN ECUADOR				
MONTO:	\$ 61.320,00				
TASA DE INTERÉS:	15,30%				
METODO DE CALCULO:	SOBRE SALDOS				
AÑOS	DEUDA	INTERÉS	CAPITAL	CUOTA MENSUAL	SALDO
1	\$ 61.320,00	\$ 9.381,96	\$ 12.264,00	\$ 21.645,96	\$ 49.056,00
2	\$ 49.056,00	\$ 7.505,57	\$ 12.264,00	\$ 19.769,57	\$ 36.792,00
3	\$ 36.792,00	\$ 5.629,18	\$ 12.264,00	\$ 17.893,18	\$ 24.528,00
4	\$ 24.528,00	\$ 3.752,78	\$ 12.264,00	\$ 16.016,78	\$ 12.264,00
5	\$ 12.264,00	\$ 1.876,39	\$ 12.264,00	\$ 14.140,39	\$ -
TOTAL		\$28.145,88	\$ 61.320,00		

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Presupuesto de gastos

Tabla 48-5: Presupuesto de Gastos

PRESUPUESTOS DE GASTOS

GASTO DE ADMINISTRACIÓN	1	2	3	4	5
Sueldos (Administrativos)	\$ 14.669,10	\$ 14.856,86	\$ 15.047,03	\$ 15.239,63	\$ 15.434,70
Prestaciones Sociales	\$ 6.143,30	\$ 7.863,42	\$ 10.065,18	\$ 12.883,43	\$ 16.490,80
Servicios Básicos	\$ 12.000,00	\$ 15.360,00	\$ 19.660,80	\$ 25.165,82	\$ 32.212,25
Amortizaciones A Diferidos	\$ 2.271,00	\$ 2.271,00	\$ 2.271,00	\$ 2.271,00	\$ 2.271,00
TOTAL GASTO DE ADMINISTRACIÓN	\$ 35.083,40	\$ 40.351,29	\$ 47.044,02	\$ 55.559,89	\$ 66.408,75
GASTO DE VENTAS					
Gasto de ventas	\$ 6.519,60	\$ 6.603,05	\$ 6.687,57	\$ 6.773,17	\$ 6.859,87
Prestaciones Sociales	\$ 2.774,80	\$ 7.863,42	\$ 10.065,18	\$ 12.883,43	\$ 16.490,80
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
TOTAL GASTO DE VENTA	\$ 14.514,40	\$ 19.804,07	\$ 22.240,88	\$ 25.337,41	\$ 29.278,09
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses	\$ 16.801,68	\$ 7.505,57	\$ 5.629,18	\$ 3.752,78	\$ 1.876,39
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$ 16.801,68	\$ 7.505,57	\$ 5.629,18	\$ 3.752,78	\$ 1.876,39
TOTAL GASTOS	\$ 145.873,08	\$ 67.660,93	\$ 74.914,07	\$ 84.650,08	\$ 97.563,24

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

5.9.6. Determinación de ingresos y egresos

Ingresos

Para el cálculo de los ingresos se toma a consideración la demanda insatisfecha en consideración a cada uno de los productos multiplicando por los precios asignados para a lo posterior sumar los dos precios finales de los productos dando el total anual de los ingresos.

Tabla 49-5: Ingresos

INGRESO PROYECTADO (VENTAS)					
AÑOS	1	2	3	4	5
Ventas					
Harina (libras)	141128	143329	145565	147836	150142
Precio	\$ 2,05	\$ 2,05	\$ 2,05	\$ 2,05	\$ 2,05
Total	\$ 289.311,94	\$ 293.825,21	\$ 298.408,88	\$ 303.064,06	\$ 307.791,86
Snack (unidades 40gr.)	141128	143329	145565	147836	150142
Precio	\$ 0,52	\$ 0,52	\$ 0,52	\$ 0,52	\$ 0,52
Total	\$ 73.386,44	\$ 74.531,27	\$ 75.693,96	\$ 76.874,79	\$ 78.074,03
TOTAL VENTAS	\$ 362.698,38	\$ 368.356,48	\$ 374.102,84	\$ 379.938,84	\$ 385.865,89

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

5.9.7. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se evalúa como el punto centro donde la empresa no gana ni pierde es decir contiene un equilibrio aceptable tanto en cantidad como en lo económico.

Punto de equilibrio en valor

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

Punto de equilibrio en cantidad

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

Tabla 50-5: Punto de Equilibrio

Costos fijos	Costo variable	Ventas	P.E (valor)	P.E (unidades)
\$ 7.428,28	\$ 13.165,23	\$ 601.510,94	\$ 7.428,25	2.476,08
\$ 7.541,93	\$ 13.333,75	\$ 717.034,53	\$ 7.541,91	2.513,97
\$ 7.657,32	\$ 13.504,42	\$ 844.800,09	\$ 7.657,30	2.552,43
\$ 7.774,48	\$ 13.677,27	\$ 938.949,47	\$ 7.774,46	2.591,49
\$ 7.893,43	\$ 13.852,34	\$1.087.146,14	\$ 7.893,41	2.631,14

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

En el punto de equilibrio dentro de la evaluación se analiza el primer y quinto año dando como resultado el siguiente que al vender 2.576,08 productos se obtendrá \$ 7.428, 25 dólares y se encontrará en equilibrio, y al quinto año al vender 2.631,14 productos se obtendrá \$ 7.893,41dólares.

5.9.8. Estado de resultados

Tabla 51-5: Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

RUBROS	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 362.698,38	\$ 368.356,48	\$ 374.102,84	\$ 379.938,84	\$ 385.865,89
(-) (Costo de Ventas)	\$ 92.185,82	\$ 93.365,80	\$ 94.560,88	\$ 95.771,26	\$ 96.997,13
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 270.512,56	\$ 274.990,68	\$ 279.541,96	\$ 284.167,58	\$ 288.868,76
Gastos Operativos:					
(-)Gastos Administrativos	\$ 35.083,40	\$ 40.351,29	\$ 47.044,02	\$ 55.559,89	\$ 66.408,75
(-)Gasto de Ventas	\$ 14.514,40	\$ 19.804,07	\$ 22.240,88	\$ 25.337,41	\$ 29.278,09
(=)UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 220.914,76	\$ 214.835,32	\$ 210.257,06	\$ 203.270,28	\$ 193.181,91
(-)Gastos Financieros	\$ 16.801,68	\$ 7.505,57	\$ 5.629,18	\$ 3.752,78	\$ 1.876,39
(=) UAI	\$ 204.113,08	\$ 207.329,75	\$ 204.627,89	\$ 199.517,50	\$ 191.305,52
(-)15% Utilidad Trabajadores	\$ 30.616,96	\$ 31.099,46	\$ 30.694,18	\$ 29.927,62	\$ 28.695,83
(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	\$ 173.496,12	\$ 176.230,29	\$ 173.933,70	\$ 169.589,87	\$ 162.609,69
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$ 43.374,03	\$ 44.057,57	\$ 43.483,43	\$ 42.397,47	\$ 40.652,42
(=)UTILIDAD NETA	\$ 130.122,09	\$ 132.172,72	\$ 130.450,28	\$ 127.192,41	\$ 121.957,27

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

5.9.9. Flujo de caja

Tabla 52-5: Flujo de Caja

	FLUJOS NETOS DE CAJA					
	0	1	2	3	4	5
(=) UTILIDAD NETA		\$ 130.122,09	\$ 132.172,72	\$ 130.450,28	\$ 127.192,41	\$ 121.957,27
(+) DEPRECIACIONES		\$ 23.877,30	\$ 23.877,30	\$ 23.877,30	\$ 22.967,30	\$ 22.967,30
(+) AMORTIZACIONES		\$ 2.271,00	\$ 2.271,00	\$ 2.271,00	\$ 2.271,00	\$ 2.271,00
(+) VALOR RESIDUAL ACTIVOS FIJOS						\$ 132.836,50
(+) RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO		\$ 122.043,71	\$ 34.172,24	\$ 43.740,47	\$ 55.987,80	\$ 71.664,38
INVERSIÓN INICIAL	\$ -327.128,31					
CRÉDITOS	-115320					
(-) AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL DE LA DEUDA		\$ 73.584,00	\$ 12.264,00	\$ 12.264,00	\$ 12.264,00	\$ 12.264,00
FLUJOS NETOS DE CAJA	\$ -442.448,31	\$ 204.730,10	\$ 180.229,25	\$ 188.075,04	\$ 196.154,50	\$ 339.432,45

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

5.9.10. Evaluación económica financiera

Dentro de la evaluación se analiza los ingresos y los egresos dentro de los mismos se genera diferentes evaluaciones dentro de las finanzas existen mecanismos para evaluar y saber si un proyecto es rentable o no dentro de ellos los indicadores son base fundamental para explicar a los inversionistas.

Costo de oportunidad

En el costo de oportunidad interviene lo que uno debe renunciar para luego recuperar más intereses dentro del mismo se analizan los préstamos.

Tabla 53-5: Costo de Oportunidad

COSTO DE OPORTUNIDAD	
TASA PASIVA SISTEMA FINANCIERO	6,50%
TASA DE DESCUENTO	10,53%
TMAR (TASA MINIMA DE RENTABILIDAD ACEPTADA POR ACCIONISTAS)	
Tasa de Inflación	-1,28%
Riesgo País	8,41%
Tasa Pasiva de Interés	4,36%
TMAR (TASA MINIMA DE RENTABILIDAD ACEPTADA POR ACCIONISTAS)	11,49%

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Tasa de descuento

Tabla 54-5: Tasa de Descuento

CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO				
FUENTES DE FINANCIAMIENTO	MONTO	Participación	Tasa de Interés	Tasa Ponderada
CAPITAL SOCIAL	\$211.808,31	64,7%	6,00%	3,88%
BAN	\$54.000,00	16,51%	15,30%	2,53%
COAC DAQUILEMA	\$61.320,00	18,74%	22,00%	4,12%
TOTAL	\$327.128,31	100%		10,53%

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Valor actual neto

El valor actual neto o conocido como un indicador financiero clave para los inversionistas, hace mucho tiempo atrás este indicador ha sido el más utilizado para evaluar proyectos y saber la respuesta antes de ponerla en ejecución viendo según el resultado si es rentable o no por ende se utiliza tres escenarios los cuales son los siguientes;

VAN < 0; Indica que el proyecto no es rentable.

VAN > 0; El proyecto es rentable según el resultado.

VAN = 0; El proyecto no gana ni pierde.

Es importante tener en cuenta bien los indicadores de las posibles 3 situaciones para poder tomar las decisiones pertinentes dentro de los proyectos para tener un resultado que se necesita aplicar la siguiente formula:

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

Tabla 55-5: Flujos Netos de Caja

FLUJOS NETOS DE CAJA						
FLUJOS NETOS DE CAJA	0	1	2	3	4	5
	\$-442.448,31	\$204.730,10	\$180.229,25	\$188.075,04	\$196.154,50	\$339.432,45

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Tabla 56-5: Calculo del VAN

CALCULO DEL VAN		
Tasa de descuento		10,53%
Sumatoria FCN Actualizados		\$809.115,18
Inversión Inicial	\$	-442.448,31
Total Inversión		
VAN		\$366.666,87

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

El resultado del Valor Actual Neto es de \$ 366.666,87 dólares el cual indica que es mayor a 0 indicando que este proyecto es rentable para poder invertir ya que si genera ganancias a la primera inversión realizada.

Tasa interna de retorno

Es un indicador financiero de medición de inversión igualmente el cual indica según su resultado si es rentable o no para el inversionista al igual que el VAN se analiza 3 posibles escenarios los cuales se analiza según la aplicación de la siguiente formula:

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

Tabla 57-5: Calculo del TIR

Cálculo de la tasa interna de retorno							
VAN	\$	-	\$ 204.730,10	\$ 180.229,25	\$ 188.075,04	\$ 196.154,50	\$ 339.432,45
TIR							27,26%

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

El resultado es que la Tasa Interna de Retorno refleja el 27,26% indicando que es un proyecto rentable en el lapso del tiempo este seguirá creciendo y será más rentable con el pasar de los años.

Periodo de recuperación de la inversión

Tabla 58-5: Periodo de Recuperación de la Inversión

AÑOS	PERIODO DE RECUPERACIÓN	DE	FLUJO ACUMULADO
0	\$	-442.448,31	
1	\$	204.730,10	\$ 204.730,10
2	\$	180.229,25	\$ 384.959,36
3	\$	188.075,04	\$ 573.034,40
4	\$	196.154,50	\$ 769.188,90
5	\$	339.432,45	\$ 1.108.621,35

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023..

= 3 años

La inversión se recuperará en 3 años según los datos y las inversiones entregadas y recibidas.

Relación beneficio costo

Tabla 59-5: Cálculo Relación Beneficio- Costo

CALCULO RELACIÓN BENEFICIO COSTO	
VNA	\$809.115,18
TOTAL INVERSIÓN	\$ -442.448,31
RELACION BENEFICIO COSTO	\$1,83

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

La recuperación es que por cada dólar invertido se recupera 1,83 centavos en el proyecto.

5.9.11. Balance general

Tabla 60-5: Balance General

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO						
Activo Corriente	\$ 197.808,71	\$ 281.464,89	\$ 257.946,25	\$ 266.786,82	\$ 275.873,79	\$ 420.172,14
Caja	\$ 122.043,71	\$ 204.730,10	\$ 180.229,25	\$ 188.075,04	\$ 196.154,50	\$ 339.432,45
Inventarios	\$ 75.765,00	\$ 76.734,79	\$ 77.717,00	\$ 78.711,77	\$ 79.719,29	\$ 80.739,69
Activo Fijo	\$ 305.603,00	\$ 285.637,42	\$ 289.599,21	\$ 293.611,71	\$ 298.585,57	\$ 302.701,44
Terrenos	\$ 55.200,00	\$ 55.906,56	\$ 56.622,16	\$ 57.346,93	\$ 58.080,97	\$ 58.824,40
Edificio	\$ 144.000,00	\$ 145.843,20	\$ 147.709,99	\$ 149.600,68	\$ 151.515,57	\$ 153.454,97
Equipo de Oficina	\$ 346,00	\$ 350,43	\$ 354,91	\$ 359,46	\$ 364,06	\$ 368,72
Maquinaria	\$ 48.250,00	\$ 48.867,60	\$ 49.493,11	\$ 50.126,62	\$ 50.768,24	\$ 51.418,07
Muebles y Enceres	\$ 1.077,00	\$ 1.090,79	\$ 1.104,75	\$ 1.118,89	\$ 1.133,21	\$ 1.147,72
Vehículos	\$ 54.000,00	\$ 54.691,20	\$ 55.391,25	\$ 56.100,26	\$ 56.818,34	\$ 57.545,61
Equipo de Cómputo	\$ 2.730,00	\$ 2.764,94	\$ 2.800,34	\$ 2.836,18	\$ 2.872,48	\$ 2.909,25
- Depreciaciones	\$ -	\$ 23.877,30	\$ 23.877,30	\$ 23.877,30	\$ 22.967,30	\$ 22.967,30
Activo Diferido	\$ 2.010,00	\$ 16.566,41	\$ 24.313,09	\$ 30.282,55	\$ 34.452,02	\$ 36.798,46
Gastos Diferidos	\$ 2.010,00	\$ 18.837,41	\$ 26.584,09	\$ 32.553,55	\$ 36.723,02	\$ 39.069,46
-Amortizaciones	\$ -	\$ 2.271,00	\$ 2.271,00	\$ 2.271,00	\$ 2.271,00	\$ 2.271,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 543.896,71	\$ 583.668,72	\$ 571.858,55	\$ 590.681,07	\$ 608.911,37	\$ 759.672,05
Pasivo	\$ 122.640,00	\$ 124.209,79	\$ 125.799,68	\$ 127.409,91	\$ 129.040,76	\$ 130.692,48
Corriente	\$ 61.320,00	\$ 62.104,90	\$ 62.899,84	\$ 63.704,96	\$ 64.520,38	\$ 65.346,24
No Corriente	\$ 61.320,00	\$ 62.104,90	\$ 62.899,84	\$ 63.704,96	\$ 64.520,38	\$ 65.346,24
Patrimonio	\$ 421.256,71	\$ 589.581,02	\$ 708.353,68	\$ 856.016,24	\$ 999.808,10	\$1.270.874,33

Capital Social	\$ 421.256,71	\$ 459.458,93	\$ 446.058,88	\$ 463.271,16	\$ 479.870,61	\$ 628.979,57
Resultado del Ejercicio	\$ -	\$ 130.122,09	\$ 132.172,72	\$ 130.450,28	\$ 127.192,41	\$ 121.957,27
Resultados Acumulados	\$ -	\$ -	\$ 130.122,09	\$ 262.294,81	\$ 392.745,08	\$ 519.937,49
TOTAL PASIVOS+PATRIMONIO	\$ 543.896,71	\$ 583.668,72	\$ 571.858,55	\$ 590.681,07	\$ 608.911,37	\$ 759.672,05

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

5.10. Estudio ambiental

Tabla 61-5: Matriz de Leopold

Acciones			Actividades de compra a los Agricultores					Actividades dentro del Centro de La Empresa				Otras operaciones en la Empresa				Sumatoria			
			Adquisición de la mercadería a los	Movilidad de la mercadería al Centro	Movilidad de los agricultores a otros	Carga y Descarga de la	Conservación y	Mantenimiento del	Limpiado y Secado de la mercadería	Electricidad utilizada por parte de las	Limpieza y conservación de	Presentación del producto	Limpieza y Ordenanza	Recoger los desechos de	Manejo de la clientela	Uso de los papeles en	Movilidad de las	Σ Negativos	Σ Positivos
Fases	Componentes	Sub Componentes																	
Fases Físicos-Químicos	Tierra	Suelos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1/3	-1	3	-3
	Agua	Superficial	0	0	0	0	0	- 2/3	- 3/5	0	0	1/2	0	0	0	2/3	-7	13	-29
	Atmósfera	Clima	0	- 2/3	- 1/3	0	0	- 1/3	0	0	0	2/3	-	- 1/3	0	0	-10	18	-36

Fases Biológicos	Cosechas	Vegetación	7/9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	63
Fase de Fauna	Insectos	Tipos	- 2/3	0	0	0	0	- 1/3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-3	6	-9
Usos de Territorio	Espacios abiertos	Comercialización	0	0	0	0	0	2/3	2/3	1/3	2/5	0	2/3	0	0	0	0	0	27	31
	Agricultura	Sembríos	- 3/5	- 1/3	- 1/3	- 1/3	- 2/3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-5	17	-16
Nivel Cultural	Calidad de vida	Empleo	2/5	2/5	0	2/5	0	2/5	2/5	2/5	0	2/5	2/5	2/5	2/5	2/5	0	77	110	
		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	91	130	
	Seguridad	Ambiente de Trabajo	- 2/3	0	0	0	0	0	0	- 2/3	0	- 1/3	0	0	0	0	0	-5	9	33
Fase de Servicios	Red de Movilidad	Transporte	0	- 1/3	- 2/3	0	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	0	-5	10	-30

Realizado por: Velastegui, Adela, 2023.

Estrategias

La parroquia la Matriz se encuentra en el centro de la sierra del Ecuador la cual por su ubicación geográfica es muy buena para la producción de papas, pero también su clima es un problema para la producción del desecado del producto dentro de este generan una planificación la cual será la base para poder trabajar con la empresa de manera óptima en el sitio por eso se realizó el estudio ambiental.

Según la matriz de Leopold se analiza todas las actividades ambientales posibles que ayuden a mejorar la contaminación ambiental por este medio se identifica que la energía eléctrica es muy escasa para poder acceder dentro de ella se toma decisiones a favor de la empresa ya que se necesita de electricidad para poder generar los productos que se ofrece en la empresa. Generar electricidad es un tabú dentro donde los científicos nos recomiendan usar paneles solares al igual que utilizar el agua de vertientes focalizados con procesos de transformar energías y así evitamos consumir luz eléctrica de los canales generales.

Por otro lado, el clima se ve imposible buscarle soluciones, pero mediante la matriz analizada se recomienda el uso de mecanismos como aprovechar cuando existe sol para mantenerla almacenada en cuartos de temple climático mediante plásticos o los techos que son transparentes para almacenar ese clima para lo posterior nivelar y crear un cuarto de almacenamiento de acuerdo con la mercadería recibida y a la que se va a entregar luego del procesamiento de la papa.

De manera general los servicios básicos se componen de la manera que se explicó los problemas que pueden existir en el desarrollo del proyecto es importante mantener agua permanente para la producción la cual se puede transformar según tratamientos como acceder a utilizar agua de los ríos aledaños ya que mediante los tratamientos se purifica con las plantas llamadas lechuguines los cuales desintoxican medios sin procesamiento químico.

Estas son las estrategias que ayudaran de manera enérgica y de buena manera para poder salir adelante con el proyecto y sin tener problemas con el medio ambiente.

CONCLUSIONES

En la investigación realizada se logró obtener material teórico en el cual se plantea una secuencia de pasos a seguir según los autores los cuales son de ayuda para determinar un camino a seguir en el desarrollo para poder obtener una secuencia de técnicas y procedimientos para plantear una información más nítida y de fácil elaboración para el escenario de la solución al problema.

Por medio de un estudio de mercado y técnico se obtuvo la información de comercialización y de industrialización incluyendo la comercialización, se realizó la identificación del lugar estratégico de ubicación de la empresa con la cual se crearon procedimientos de inclusión al mercado teniendo a consideración la demanda y la oferta con la cual se trabajó teniendo resultados positivos porque generó una demanda insatisfecha, en el proyecto se planteó también las estrategias a tomar en la comercialización la cual permite ser más competitivo frente a otras empresas partiendo del precio hasta la calidad.

Al finalizar el desarrollo de los componentes se identificó de manera explícita los valores reales que se aplica desde la inversión hasta la recuperación al desarrollar el proyecto, la respuesta de las operaciones resultaron positivas dando un toque de inclusión por medio de los resultados económicos se analiza una movilidad socioeconómica a nivel de la parroquia la matriz al igual que nivel cantonal y provincial se llega a estas conclusiones porque el Valor Actual Neto refleja un valor positivo de \$ 366.666, 87 dólares y una Tasa Interna de Retorno de 27,26% indicando que existe rentabilidad y quedando unos valores positivos siendo atractivos para los inversionistas, está una respuesta de que el estudio de la creación de esta empresa si es factible y cumple con las expectativas de dar soluciones a los problemas que se plantearon como variables de estudio.

RECOMENDACIONES

Para las futuras investigaciones relacionadas con proyectos se recomienda utilizar bases teóricas e investigaciones previas realizadas para crear un escenario real y adaptar nuevas investigaciones con elementos contundentes que sirvan para lograr el objetivo de dar soluciones a los problemas.

Es importante tener en cuenta los estudios previos para el reconocimiento del mercado o la ubicación de la empresa por eso se recomienda realizar un estudio de mercado para poder identificar la posible demanda y oferta que exista en el lugar de estudio según el producto que se quiere aplicar y producir, y analizar con tendencia mínima de 5 años, es también recomendable utilizar y reconocer todos presupuestos de gastos y costos para poder tener valores reales en los estudios realizados en estos aspectos.

De manera primordial se debe realizar un estudio económico financiero donde los indicadores a aplicarse serán guías para determinar si el proyecto es factible o no y evitar un desarrollo con valores irreales y a lo posterior tener perdidas las cuales solo causaran problemas de recuperación y de beneficio. Se debe analizar de manera muy minuciosa para tener valores reales no alterar ninguno porque nos daría un resultado relativo que no se relaciona con la realidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Accame, E., & Ortega, T. (2019). *Papa Sarraceno*. Recuperado de: <https://botplusweb.portalfarma.com/documentos/2019/2/21/131465.pdf>
- Araujo, D. (2012). *Proyectos de inversión*. México, DF: Trillas.
- Arias, J. & Covinos, M. *Diseño y metodología de la investigación*. Recuperado de: <http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260>
- Avalos Mejía, K. L. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de miel de abeja, en la cabecera parroquial de Colonche, provincia de Santa Elena, Año 2015*. (Tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena). Recuperado de: <http://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/3525>
- Blanco, M. (2018). *El Mercado y la Comercialización*. Recuperado de: <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf>
- Bria Francesca. (2018). Ingreso Básico y precariedad laboral en la economía de los robots. *Nueva Sociedad*, (279), 115-121. Recuperado de: <https://biblat.unam.mx/hevila/Nuevasociedad/2019/no279/10.pdf>
- Burdiles, P., Castro, M., & Simian, D. (2019). Planificación y factibilidad. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 30(1), 8–18. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/J.RMCLC.2018.12.004>
- Castillo, P. (2021). *¿Qué es el punto de equilibrio de una empresa y cómo calcularlo con un ejemplo?* Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/que-es-el-punto-de-equilibrio-de-una-empresa-y-como-calcularlo-con-un-ejemplo-nnda-nnlt-noticia/>
- Cendejas Bueno, J. L. (2018). Justicia, mercado y precio. *Dadun*, 21(2), 9-38. Recuperado de: <https://dadun.unav.edu/handle/10171/53251>
- Cevallos Vique, V. (2020). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Guayaquil: CIDE.
- Consultora Ambiental. (2019). *Estudio de Impacto Ambiental*. Recuperado de: <https://www.grn.cl/estudio-de-impacto-ambiental.html>
- Coss Bu, R. (2014). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. Monterrey-México: Limusa.
- El Comercio. (2021). *Agricultores carchenses reviven la producción del papa nacional*. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/agricultores-carchi-produccion-papa-sierra.html>
- Esparza, J. L. (2018). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. Recuperado de: http://enciclopedia_universal.esacademic.com/1522/Mercado
- Euroinnova Business School. (2017). *Que es demanda proyectada*. Recuperado de: <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-demanda-proyectada>

- GAD Alausí. (2022). *Gobierno Municipal de Alausí - La Matriz*. Recuperado de: <https://alausi.gob.ec/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial rural de Matriz. (2018). *Plan de Desarrollo Territorial*. Recuperado de: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0660827410001_PLAN%20ACHUPALLA%20FINAL%201_15-05-2015_14-55-06.pdf
- Gobierno Municipal de Alausí. (2021). *Agricultura Sectorial*. Recuperado de: <https://alausi.gob.ec/>
- Herrera, J. E. P. (2014). *Proyectos: enfoque gerencial*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- INEC. (2020). *Boletín Técnico Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continúa*. Recuperado de: 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* (Tesis de pregrado, Universidad de Antioquia). Recuperado de: https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/20719/1/HenaoZully_2021_CentroAcopioAgricola.pdf
- Lopezosa, C. (2020). Entrevistas semiestructuradas con NVivo: pasos para un análisis cualitativo eficaz Semi-structured interview with Nvivo: Steps for an efficient qualitative analysis. *UPF*, 88-97. Recuperado de: <https://doi.org/10.31009/metodos.2020.i01.08>
- Monroy, M. de los A., & Nava, N. (2018). Metodología de la investigación. *Lapislázuli Ediciones*, 169. Recuperado de: <https://elibro.net/es/lc/learningbyhelping/titulos/172512>
- O’Kean, J. M. (2019). *Economía*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/50271>
- Otero-Ortega, A., & Ortega, A. O. (2018). *Enfoques de Investigación*. Recuperado de: <https://www.researchgate.net/publication/326905435>
- Otzen Tamara, & Manterola Carlos. (2018). International Journal of Morphology. Sampling techniques on a population study. *Int. J. Morphol.*, 35(1), 227-232 Recuperado de: http://www.intjmorphol.com/es/resumen/?art_id=4049
- 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 Chaguaní Cundinamarca* (Tesis de pregrado, Universidad Católica de Colombia). Recuperado de: <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/23961/1/Creaci%C3%B3n-centro-de-acopio-recolecci%C3%B3n-PET-en-Chaguan%C3%AD.pdf>
- Prado, A., & Pascual, L. (2019). El cliente como elemento central de la estrategia de servicios. *Marketing Industrial y de Servicios*, (2018), 49–81.

- RBS. (2017). *Capítulo II Marco teórico*. Recuperado de: <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0094560/cap02.pdf>
- Reyes Ruiz, L., & Carmona Alvarado, F. (2020). *La investigación documental para la comprensión ontológica del objeto de estudio*. Recuperado de: <http://bonga.unisimon.edu.co/handle/20.500.12442/6630>.
- Sapag Chain, R. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos: nociones básicas*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/113711>
- Simisterra Quiñonez, É. P., Monserrate, A., & Suárez López, S. C. (2018). La viabilidad de un proyecto, el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR). *Revista de producción, ciencias e investigación*, 2(17), 9–15. Recuperado de: <https://pdfs.semanticscholar.org/e5c7/514a716672daec48fc3d538be07becfd910.pdf>
- Teodoro, N., & Nieto, E. (2018). *Tipos de Investigación*. Perú: Universidad Santo Domingo de Guzmán.
- Universidad del Norte. (2018). *Centro de Acopio - Gestión Administrativa y Financiera - Uninorte*. Recuperado de: <https://www.uninorte.edu.co/web/guest/gestion-administrativa-y-financiera/centro-de-acopio>
- Universidad Libre. (2021). *Análisis de relación beneficio costo para la implementación del suministro de energía fotovoltaica en la clínica Santa Ana S.A.* (Tesis de pregrado, Universidad Libre Seccional Cúcuta). Recuperado de: <https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/15814>



ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA A PRODUCTORES



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



ENCUESTA PRODUCTORES

Pregunta 1.- ¿Usted como productor de papas pertenece a alguna asociación?

SI: _____ NO: _____

Pregunta 2.- ¿Cómo productor usted conoce sus costos dentro en la producción de las papas?

SI: _____ NO: _____

Pregunta 3.- ¿El precio que recibe por su cosecha es el ideal para cubrir los gastos de producción y ganancia?

SI: _____ NO: _____

Pregunta 4.- ¿Qué área dispone usted para la producción de papa? En Hectáreas

SI: _____ NO: _____

Pregunta 5.- ¿Cuántas veces al año cosecha la papa?

De manera Mensual: _____ De manera Trimestral: _____ De manera Semestral: _____

Otros: _____

Pregunta 6.- ¿Cuántos quintales de papa cosecha ud en cada producción?

De 1 a 30: _____ De 30 a 60: _____ De 60 a 90: _____ Más de 90: _____

Pregunta 7.- ¿Cuál es el precio que le pagan por el quintal de papa?

Menos a 10: _____ De \$10 a \$15: _____ De \$15 a \$20: _____ Más de \$20: _____

Pregunta 8.- ¿Dónde vende su producción?

Calle: _____ Tienda: _____ Mercado: _____ Mercado mayorista: _____ Otros: _____

Pregunta 9.- ¿Según su criterio su papa es de calidad?

Alta:___ Media:___ Baja:___

Pregunta 10.- ¿Cree usted que es necesario cumplir con normas de calidad para que su producción pueda ser vendida?

SI:___ NO:___

Pregunta 11.- ¿Aceptaría entregar su producción a una industria local donde le ofrezcan el precio justo y estandarizados por su producción?

SI:___ NO:___

ANEXO B: ENCUESTA A CONSUMIDORES



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



ENCUESTA CONSUMIDORES

Pregunta 1.- ¿Conoce usted el tubérculo llamado comúnmente papa?

SI:___ NO:___

Pregunta 2.- ¿Usted consume papa?

SI:___ NO:___

Pregunta 3.- ¿Con qué frecuencia consume usted la papa? (escala semanal)

SI:___ NO:___

Pregunta 4.- ¿Cuántas libras de papas usted consume? Escala mensual

De 1 a 30:___ De 30 a 60:___ De 60 a 90:___ Más de 90:___

Pregunta 5.- ¿Para qué utiliza la “papa”? De las siguientes opciones.

Para alimentos de animales:___ Para obtener harina:___ Para snack:___ Preparar comida diaria:___

Otros:___

Pregunta 6.- ¿Estaría dispuesto a consumir derivados de la" papa" en una presentación atractiva?

SI:___ NO:___

Pregunta 7.- ¿Cuál de los productos derivados de la papa le gustaría que se oferten en el mercado?

Snacks:___ Harina:___ Papas precocinadas:___ Papas ralladas:___ Otro:___

Pregunta 8.- ¿Cómo le gustaría que fuera la presentación del producto?

Fundas plásticas:___ Cartón:___ Saquillos:___ Otros:___

Pregunta 9.- ¿En qué lugares le gustaría encontrar estos productos?

Supermercados:___ Mercados:___ Tiendas de barrio:___ Otros:___

Pregunta 10.- ¿Por qué medios de comunicación preferiría conocer sobre estos nuevos productos?

Radio:___ Televisión:___ Periódico:___ Revistas:___ Redes Sociales:___ Vallas:___

Pregunta 11.- ¿De su preferencia como desearía pagar su compra?

Efectivo:___ Crédito:___ Tarjeta:___



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: 31 / 05 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: ADELA LEONOR VELASTEGUI RODRÍGUEZ
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: LICENCIADA EN FINANZAS
f. Analista de Biblioteca responsable: ING. JOSÉ LIZANDRO GRANIZO ARCOS MGRT.



0949-DBRA-UPT-2023