



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA: FINANZAS

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO DE ACOPIO COMUNITARIO DE TOMATE RIÑÓN EN LA
PARROQUIA SAN LUIS, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE
CHIMBORAZO.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN FINANZAS

AUTORAS:

NOBOA BECERRA VERÓNICA VALERIA

SANCHEZ REINO DAYANA LISSETTE

Riobamba - Ecuador

2019



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA: FINANZAS

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO DE ACOPIO COMUNITARIO DE TOMATE RIÑÓN EN LA
PARROQUIA SAN LUIS, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE
CHIMBORAZO.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN FINANZAS

AUTORA: NOBOA BECERRA VERÓNICA VALERIA
SANCHEZ REINO DAYANA LISSETTE

DIRECTOR: Ing. WILLIAM PATRICIO CEVALLOS SILVA

Riobamba - Ecuador

2019

©2019, Noboa Becerra Verónica Valeria & Sánchez Reino Dayana Lisette

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.

Nosotras, **Noboa Becerra Verónica Valeria & Sánchez Reino Dayana Lissette**, declaramos que el presente trabajo de titulación es de mi autoría, y que los resultados de este son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autoras, 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, 12 de diciembre del 2019



Noboa Becerra Verónica Valeria
C.I: 1600916397



Sánchez Reino Dayana Lissette
C.I: 1600690281

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 CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO COMUNITARIO DE TOMATE RIÑÓN EN LA PARROQUIA SAN LUIS, CANTON RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, realizado por las señoritas: **NOBOA BECERRA VERÓNICA VALERIA & SANCHEZ REINO DAYANA LISSETTE**, 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

Lcda. Norma Patricia Jiménez Vargas
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL




12 de diciembre del 2019

Ing. William Patricio Cevallos Silva
DIRECTOR DEL TRABAJO
DE TITULACIÓN



12 de diciembre del 2019

Ing. Jorge Luis Chafla Granda
MIEMBRO DE TRIBUNAL



12 de diciembre del 2019

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación lo dedico a mis padres pilares fundamentales en mis estudios y formación como persona, que, con su incondicional apoyo, confianza y consejos, hicieron posible que no desistiera en mi camino y así hoy pueda concluir un escalón más en mi vida profesional.

A mis hermanos, suegros, mis compañeros de vida quienes han vivido de cerca los distintos procesos de mi vida que siempre estuvieron apoyándome

Y finalmente a los amores de mi vida, mi esposo e hijo, Jean André y James Atlas, quienes ahora son los más importantes en mi vida, mi Familia es por ellos que he llegado a cumplir esta meta.

Los Amo.

Verónica Valeria Noboa Becerra

El presente Trabajo de Titulación primeramente le dedico a mi Dios y por darme salud y fortaleza para continuar con mi vida personal y profesional a pesar de las adversidades ellos son mis protectores y guías en mi camino.

Además, dedico a mi apoyo incondicional, a la persona que cree en mi a pesar de todos los problemas y dificultades que se me han presentado, a aquella persona que cuando fracasaba me abrazaba y me decía no pasa nada tranquila esto es solo un reto, Gladys, mi mejor amiga, mi madre, sin duda alguna este logro es de las dos.

Te Amo.

Dayana Lissette Sánchez Reino

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis Padres, hermanas, familia y amigos que de una y otra manera me apoyaron moral y económicamente para poder iniciar y culminar mis estudios, fue todo un reto y es aquí donde encuentro la recompensa.

Gracias Jean García y James García, por ser pieza fundamental en esta etapa de mi vida, por ser mi soporte y ayuda idónea en estos últimos años de mi vida. Gracias por ser estar conmigo en cada una de las situaciones vividas en esta experiencia.

También agradezco a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por abrirme las puertas, cumplir mi objetivo profesional, mediante la selección de los mejores profesionales que nos brinden sus conocimientos y ser los mejores profesionales, a la Escuela de Finanzas gracias por permitirme ser parte de ella y a todos mis docentes no solo forman profesionales sino moldean habilidades y cualidades basadas en la ética y la moral.

Verónica Valeria Noboa Becerra

Quiero agradecer a DIOS, por el empeño, fortaleza y sabiduría que sembró en mí para alcanzar mi meta. A compañera de lucha, mi amiga constante mi madre,

Además, quiero agradecer a los miembros de mi Trabajo de Titulación el Ing. William Patricio Cevallos Silva y Ing. Ing. Jorge Luis Chafra Granda, grandes docentes nos ha impartido sus conocimientos y experiencias los cuales han sabido guiarme para la realización de mi presente Trabajo de Titulación, quien sin ningún egoísmo supieron comprender las diferentes situaciones que enfrentamos los jóvenes en la realizar el presente Trabajo y me brindo con profesionalismo apoyo y recomendaciones.

A las autoridades y servidores públicos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Luis, por abrirme las puertas de la institución para poder efectuar el trabajo de titulación.

GRACIAS A TODOS.

Dayana Lisette Sánchez Reino

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvii
RESUMEN.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFENCIAL.....	2
1.1 Antecedentes Investigativos.....	2
1.2 Fundamentación teórica.....	3
1.2.1 Concepto de proyecto.....	3
1.2.1.1 <i>Importancia de la elaboración de proyectos.....</i>	3
1.2.1.2 <i>Tipos de Proyectos.....</i>	3
1.2.1.3 <i>Proyecto de inversión.....</i>	4
1.2.1.4 <i>Ciclo de vida de los proyectos.....</i>	4
1.2.1.5 <i>Estudios que integran un proyecto de inversión.....</i>	4
1.2.2 Estudio de factibilidad.....	4
1.2.3 Estudio de mercado.....	4
1.2.3.1 <i>Definición de mercado.....</i>	5
1.2.3.2 <i>Segmentación del mercado.....</i>	5
1.2.4 Demanda.....	5
1.2.4.1 <i>Análisis de la demanda.....</i>	5
1.2.4.2 <i>Tipos de demanda.....</i>	5
1.2.5 Métodos de proyección.....	6
1.2.5.1 <i>Métodos de pronósticos de corto plazo.....</i>	7
1.2.6 Oferta.....	7
1.2.6.1 <i>Análisis de la oferta.....</i>	7
1.2.6.2 <i>Principales tipos de oferta.....</i>	8
1.2.6.3 <i>Cómo analizar la oferta.....</i>	8
1.2.6.4 <i>Proyección de la Oferta.....</i>	9
1.2.6.5 <i>Determinación de la demanda potencial insatisfecha.....</i>	9

1.2.7	<i>El producto</i>	9
1.2.8	<i>El precio</i>	9
1.2.9	<i>La promoción</i>	9
1.2.9.1	<i>Canales de distribución y su naturaleza</i>	10
1.2.10	<i>Estudio técnico</i>	10
1.2.10.1	<i>Tamaño óptimo del proyecto</i>	10
1.2.10.2	<i>Localización óptima del proyecto</i>	10
1.2.10.3	<i>Macro localización</i>	10
1.2.10.4	<i>Micro localización</i>	10
1.2.10.5	<i>Ingeniería del proyecto</i>	10
1.2.11	<i>El proceso de producción</i>	11
1.2.11.1	<i>Descripción del proceso de producción</i>	11
1.2.11.2	<i>Diagrama del proceso</i>	11
1.2.12	<i>Distribución de la planta</i>	11
1.2.12.1	<i>Valorización de obras físicas</i>	11
1.2.13	<i>Estudio legal y organizacional</i>	12
1.2.13.1	<i>La organización</i>	12
1.2.14	<i>Misión</i>	12
1.2.15	<i>Visión</i>	12
1.2.16	<i>Política</i>	12
1.2.17	<i>Reglas</i>	13
1.2.18	<i>Valores corporativos</i>	13
1.2.19	<i>Organigrama estructural</i>	13
1.2.19.1	<i>Organigrama funcional</i>	13
1.2.20	<i>Objetivos</i>	13
1.2.21	<i>Estrategia</i>	13
1.2.22	<i>Logotipo</i>	14
1.2.23	<i>Marco legal del proyecto</i>	14
1.2.24	<i>Estudio económico financiero</i>	14
1.2.24.1	<i>Inversiones de un proyecto</i>	14
1.2.24.2	<i>Inversión fija o tangible</i>	14
1.2.24.3	<i>Inversiones diferidas o intangibles</i>	15
1.2.24.4	<i>Capital de trabajo inicial</i>	15
1.2.24.5	<i>Inversión total</i>	15
1.2.24.6	<i>Costos del proyecto</i>	15
1.2.24.7	<i>Gastos del proyecto</i>	15
1.2.24.8	<i>Gastos administrativos</i>	15

1.2.24.9	<i>Gastos de ventas</i>	16
1.2.24.10	<i>Gastos financieros</i>	16
1.2.24.11	<i>Depreciación</i>	16
1.2.24.12	<i>Ingresos</i>	16
1.2.25	<i>Punto de equilibrio</i>	17
1.2.26	<i>Flujo de caja proyectado</i>	17
1.2.27	<i>Balance de situación inicial</i>	17
1.2.28	<i>Estado de resultados</i>	17
1.2.29	<i>Evaluación económica financiera</i>	17
1.2.29.1	<i>Costo de oportunidad</i>	18
1.2.29.2	<i>Valor actual neto (VAN)</i>	18
1.2.29.3	<i>Tasa interna de retorno</i>	18
1.2.29.4	<i>Relación beneficio costo</i>	18
1.2.29.5	<i>Periodo de recuperación de la inversión</i>	19
1.2.30	<i>Estudio de impacto ambiental</i>	19
1.2.30.1	<i>Matriz de Leopold</i>	19
1.2.31	<i>Compañía de responsabilidad limitada</i>	20
1.2.32	<i>Comercialización</i>	20
1.2.33	<i>Centro de acopio</i>	20
1.2.33.1	<i>Clasificación de los centros de acopio</i>	21
1.3	<i>Idea a defender</i>	22
1.4	<i>Variables</i>	22

CAPÍTULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO	23
2.1	Modalidad de la Investigación	23
2.2	Tipos de investigación	23
2.3	Métodos técnicas e instrumentos	24
2.3.1	<i>Método</i>	24
2.3.2	<i>Técnicas</i>	25
2.3.3	<i>Instrumentos</i>	25
2.4	Población y Muestra	25
2.4.1	<i>Población</i>	25
2.4.2	<i>Muestra</i>	26

CAPÍTULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	28
3.1	Resultados	28
3.2	Propuesta	45
3.2.1	<i>Título</i>	45
3.3	Introducción	45
3.4	Contenido de la propuesta	45
3.4.1	<i>Estudio de mercado</i>	45
3.4.1.1	<i>Análisis de la demanda</i>	45
3.4.1.2	<i>Análisis de la Oferta</i>	49
3.4.1.3	<i>Marketing Mix</i>	53
3.4.2	<i>Estudio técnico</i>	56
3.4.2.1	<i>Determinación del tamaño del proyecto</i>	56
3.4.2.2	<i>Localización del proyecto</i>	56
3.4.2.3	<i>Macro localización</i>	56
3.4.2.4	<i>Micro localización</i>	57
3.4.2.5	<i>Ingeniería del proyecto</i>	59
3.4.3	<i>Estudio legal y administrativo</i>	74
3.4.3.1	<i>Estudio Legal</i>	74
3.4.3.2	<i>Ubicación</i>	74
3.4.3.3	<i>Base legal</i>	75
3.4.4	<i>Estudio administrativo</i>	76
3.4.4.1	<i>Descripción de la empresa</i>	76
3.4.4.2	<i>Misión</i>	76
3.4.4.3	<i>Visión</i>	76
3.4.4.4	<i>Valores Institucionales</i>	76
3.4.4.5	<i>Políticas</i>	78
3.4.4.6	<i>Reglamentos</i>	78
3.4.4.7	<i>Estructura</i>	80
3.4.5	<i>Estudio financiero</i>	87
3.4.5.1	<i>Capital de trabajo o pre operativo</i>	90
3.4.5.2	<i>Inversión diferida</i>	92
3.4.5.3	<i>Inversión del proyecto</i>	92
3.4.5.4	<i>Financiamiento</i>	93
3.4.5.5	<i>Estructura del financiamiento</i>	93
3.4.5.6	<i>Evaluación financiera</i>	107

CONCLUSIONES	122
RECOMENDACIONES	123
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3:	Cultivo de tomate riñón.....	28
Tabla 2-3:	Producción semanal.....	29
Tabla 3-3:	Medio de venta del producto.....	30
Tabla 4-3:	Precio de la caja de tomate riñón	31
Tabla 5-3:	Existencia de un centro de acopio en la parroquia San Luis	32
Tabla 6-3:	Creación y asociación de un centro de acopio	33
Tabla 7-3:	Entrega de cajas de tomate riñón al centro de acopio	34
Tabla 8-3:	Consumo de tomate	35
Tabla 9-3:	Cantidad aproximada de compra.....	36
Tabla 10-3:	Adquisición del producto	37
Tabla 11-3:	Precio de adquisición del producto	38
Tabla 12-3:	Características que influyen en la compra.....	39
Tabla 13-3:	Presentación del producto	40
Tabla 14-3:	Servicio adicional.....	41
Tabla 15-3:	Valor adicional	42
Tabla 16-3:	Consume usted tomate riñón	43
Tabla 17-3:	Cantidad aproximada de compra.....	44
Tabla 18-3:	Cantidad aproximada de cajas de tomate riñón que usted adquiere	46
Tabla 19-3:	Demanda actual	46
Tabla 20-3:	Cantidad aproximada que usted adquiere en cada compra.....	47
Tabla 21-3:	Consumo de tomate riñón	48
Tabla 22-3:	Proyección de la demanda.....	48
Tabla 23-3:	Cultivo de tomate riñón.....	49
Tabla 24-3:	Producción semanal.....	50
Tabla 25-3:	Creación y asociación de un centro de acopio	50
Tabla 26-3:	Entrega de cajas de tomate riñón al centro de acopio	50
Tabla 27-3:	Oferta Actual de tomate riñón.....	50
Tabla 28-3:	Proyección de la oferta.....	51
Tabla 29-3:	Demanda insatisfecha.....	52
Tabla 30-3:	Precio Real	53
Tabla 31-3:	Proceso de selección del Tomate Riñón.....	61
Tabla 32-3:	Descripción de procedimientos internos de las cajas de tomate riñón	64
Tabla 33-3:	Descripción del proceso de venta de la caja de tomate riñón.....	67
Tabla 34-3:	Especificaciones técnicas	70
Tabla 35-3:	Infraestructura física.....	72

Tabla 36-3:	Trámites para la constitución Lega del Centro de Acopio "C.A SAN LUIS"	75
Tabla 37-3:	Análisis FODA.....	79
Tabla 38-3:	Perfil del gerente general.....	81
Tabla 39-3:	Perfil del contador/secretaria (o)	82
Tabla 40-3:	Perfil del personal de jefe de área	83
Tabla 41-3:	Perfil de los empacadores.....	84
Tabla 42-3:	Perfil del personal de bodega	85
Tabla 43-3:	Perfil del personal de ventas.....	86
Tabla 44-3:	Presupuesto de maquinaria y equipo de operación	87
Tabla 45-3:	Presupuesto de muebles y enseres.....	88
Tabla 46-3:	Presupuesto de equipo de Oficina	88
Tabla 47-3:	Presupuesto de equipo de cómputo	88
Tabla 48-3:	Presupuesto de vehículo	89
Tabla 49-3:	Presupuesto de instalación	89
Tabla 50-3:	Resumen de Inversión Fija.....	89
Tabla 51-3:	Presupuesto de mercadería	90
Tabla 52-3:	Suelo de mano de obra directa correspondiente a un mes.....	90
Tabla 53-3:	Servicios Básicos.....	91
Tabla 54-3:	Materiales Indirectos correspondientes a un mes.....	91
Tabla 55-3:	Resumen de capital de trabajo separado.....	91
Tabla 56-3:	Inversion Deferida detallada	92
Tabla 57-3:	Resumen de Inversión diferida.....	92
Tabla 58-3:	Cuadro de Inversión	92
Tabla 59-3:	Financiamiento	93
Tabla 60-3:	Estructura del Financiamiento de la Inversión	93
Tabla 61-3:	Amortización del crédito.....	94
Tabla 62-3:	Ingresos por ventas.....	94
Tabla 63-3:	Egresos de compra de tomate.....	95
Tabla 64-3:	Sueldo correspondiente a un mes	95
Tabla 65-3:	Sueldo correspondiente al primer año	95
Tabla 66-3:	Sueldo correspondiente al segundo año	96
Tabla 67-3:	Proyección de los sueldos de mano de obra directa	96
Tabla 68-3:	Costos Indirectos de producción	96
Tabla 69-3:	Materiales Indirectos de producción	96
Tabla 70-3:	Proyección de los Costos Indirectos de producción.....	97
Tabla 71-3:	Resumen de Costos de producción.....	97
Tabla 72-3:	Sueldo correspondiente al primer mes del personal administrativo.....	97

Tabla 73-3:	Sueldo correspondiente al primer año del personal administrativo.....	98
Tabla 74-3:	Sueldo correspondiente al segundo año del personal administrativo.....	98
Tabla 75-3:	Proyección de sueldos administrativos.....	98
Tabla 76-3:	Detalle de Gastos Útiles de Oficina	98
Tabla 77-3:	Proyección de gastos útiles de oficina.....	99
Tabla 78-3:	Detalle de gastos generales de administración	99
Tabla 79-3:	Proyección de gastos generales de administración.....	99
Tabla 80-3:	Resumen de gastos administrativos.....	99
Tabla 81-3:	Sueldo correspondiente a un mes del personal de ventas.....	100
Tabla 82-3:	Sueldos correspondientes al primer año del personal de ventas.....	100
Tabla 83-3:	Sueldo correspondiente al segundo año correspondiente al personal de ventas.	100
Tabla 84-3:	Sueldos proyectados correspondientes al personal de ventas.....	100
Tabla 85-3:	Detalle gasto publicidad	101
Tabla 86-3:	Proyección de gastos publicidad	101
Tabla 87-3:	Detalle de gastos de movilización y transporte	101
Tabla 88-3:	Proyección de los gastos de movilización y transporte	101
Tabla 89-3:	Resumen de gastos de ventas	102
Tabla 90-3:	Cuadro de detalle para depreciar	102
Tabla 91-3:	Depreciación de activos fijos	103
Tabla 92-3:	Gasto Interés crédito.....	103
Tabla 93-3:	Estado de resultados.....	104
Tabla 94-3:	Flujo de Efectivo	105
Tabla 95-3:	Balance general	106
Tabla 96-3:	Periodo de recuperación de la inversión.....	109
Tabla 97-3:	Punto de equilibrio	111

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3:	Cultivo de tomate riñón.....	28
Gráfico 2-3:	Producción semanal	29
Gráfico 3-3:	Medio de venta del producto.....	30
Gráfico 4-3:	Precio de la caja de tomate riñón	31
Gráfico 5-3:	Existencia de un centro de acopio en la parroquia San Luis	32
Gráfico 6-3:	Creación y asociación de un centro de acopio	33
Gráfico 7-3:	Entrega de cajas de tomate riñón al centro de acopio	34
Gráfico 8-3:	Consumo de tomate.....	35
Gráfico 9-3:	Cantidad aproximada de compra.....	36
Gráfico 10-3:	Adquisición del producto	37
Gráfico 11-3:	Precio de adquisición del producto	38
Gráfico 12-3:	Características que influyen en la compra	39
Gráfico 13-3:	Presentación del producto	40
Gráfico 14-3:	Servicio Adicional	41
Gráfico 15-3:	Valor adicional.....	42
Gráfico 16-3:	Consume usted tomate riñón.....	43
Gráfico 17-3:	Cantidad aproximada	44
Gráfico 18-3:	Demanda insatisfecha	52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-3:	Distribución Directa.....	55
Figura 2-3:	Logotipo.....	56
Figura 3-3:	Mapa del Ecuador	56
Figura 4-3:	Mapa de la Provincia Chimborazo.....	57
Figura 5-3:	Ubicación del centro de acopio.....	58
Figura 6-3:	Proceso de compra del Tomate Riñón	59
Figura 9-3:	Cinta transportadora para Carga y	67
Figura 10-3:	Mesa de selección a motor.....	68
Figura 11-3:	Balanza digital	68
Figura 12-3:	Carretilla hidráulica	68
Figura 13-3:	Perchas bilaterales.....	69
Figura 14-3:	Cajones de madera.....	69
Figura 15-3:	Infraestructura física	73
Figura 16-3:	Organigrama Estructura del Centro de Acopio.....	80
Figura 17-3:	Organización por posición	80

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA 1

ANEXO B: ENCUESTA 2

ANEXO C: ENCUESTA 3

ANEXO D: FOTOGRAFÍAS

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como finalidad realizar un “Proyecto de Factibilidad para la creación de un centro de acopio comunitario de tomate riñón en la Parroquia San Luis, Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo.” Para su desarrollo se empleó metodologías entre ellas la cuantitativa y cualitativa, así como la investigación de campo y documental. Llegando a complementar con el uso de técnicas como encuestas dirigidas hacia los productores de tomate riñón de la parroquia San Luis y a las personas que se dedican a las actividades de alojamiento y de servicios de comida que existen la ciudad de Riobamba. Dentro de la propuesta se realizó un diagnóstico de la situación actual, permitiéndonos identificar los factores internos y externos dentro de la parroquia. El estudio de mercado ayudó a determinar la existencia de la demanda insatisfecha para el tomate riñón. Con el estudio técnico se estableció el tipo de maquinaria que se va adquirir, la estructura de la planta, y la descripción de los procesos. En el estudio administrativo se realizó la modificación de la visión y misión, además se estableció el organigrama estructural acorde a las actividades de cada uno de los trabajadores. En el estudio legal se detalló todos los permisos con los que debe contar para su correcto funcionamiento y cuáles son sus entes reguladores. En el estudio ambiental se determinó el nivel de impacto que tiene la empresa al momento de llevar a cabo sus procesos productivos. Por último, se realizó la evaluación financiera a través de los estados financieros, dando como resultado que el proyecto es factible, recomendando al Gobierno Parroquial San Luis la ejecución del mismo, ya que los valores obtenidos son positivos y generan rentabilidad y por ende la sostenibilidad de la empresa.

Palabras Claves: <PROYECTO DE FACTIBILIDAD> <CENTRO COMUNITARIO>
<ESTUDIO TÉCNICO> <EVALUACIÓN FINANCIERA> <RIOBAMBA (CANTÓN)>



ABSTRACT

The purpose of this research work was to carry out a "Feasibility Project for the creation of a community collection center for tomatoes in San Luis Parish, Riobamba Canton, Chimborazo Province." For its development several methodologies were used including quantitative and qualitative, as well as field and documentary research. By complementing with the use of techniques such as surveys directed towards the tomato producers from San Luis parish and the people who are dedicated to lodging and food service activities in Riobamba city. Within the proposal a diagnosis of the current situation was performed, allowing us to identify internal and external factors within the parish. The market study helped determine the existence of unsatisfied demand for tomatoes. With the technical study, the type of machinery to be acquired, the plant structure, and the processes description were established. In the administrative study the vision and mission modification was carried out, in addition the structural organization chart was established according to the activities of each of the workers. In the legal study, all the permits that should be required for its proper functioning and what regulatory entities are detailed. In the environmental study, the impact level that is present in the company while performing its production processes was determined. Finally, the financial evaluation was carried out through the financial statements, resulting in the project being feasible and recommended to the San Luis Parish Government its execution, since the values obtained are positive and generate profitability and therefore sustainability of the company.

Keywords: <FEASIBILITY PROJECT> <COMMUNITY CENTER> <TECHNICAL STUDY> <FINANCIAL EVALUATION> <RIOBAMBA (CANTÓN)>



INTRODUCCIÓN

Proyecto de Factibilidad para la creación de un centro de acopio comunitario de tomate riñón en la Parroquia San Luis, Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo, tiene como objetivo principal buscar una mejora en los procesos productivos a través de la implementación de maquinaria de punta, reduciendo de esta forma sus costos e incrementando su producción, tratando así de llegar a más mercados que permitan cumplir con los requerimientos que tiene el consumidor. Con este proyecto de investigación se busca proporcionarle al Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de San Luis herramientas necesarias para mejorar la competitividad y productividad de la misma, así como también incrementar su rentabilidad.

Para cumplir con el propósito el presente trabajo de investigación, el desarrollo se lo ha dividido en cuatro capítulos, que mencionaremos a continuación:

En el primer capítulo se desarrolla el planteamiento del problema, la formulación, la delimitación, la justificación y los objetivos por el cual se realizó la presente investigación.

En el segundo capítulo consta el marco teórico, en el que se encuentra toda la descripción de los antecedentes investigativos, así como también la fundamentación teórica, todo esto apoyado en consultas bibliográficas.

En el tercer capítulo se desarrolló el marco metodológico, en donde se determinó la modalidad de la investigación, los tipos de investigación, los métodos, las técnicas e instrumentos utilizados, por medio de los cuales se conoció cuáles son los gustos y preferencias de los consumidores.

En el cuarto capítulo consta la parte fundamental de la investigación que es el marco propositivo, en donde se detalla la propuesta del proyecto de factibilidad, la misma que consta de lo siguiente: Diagnóstico de la situación actual de la empresa, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Administrativo, Estudio Legal, Estudio Ambiental, y Estudio Financiero, una vez realizado esto se procedió con la evaluación financiera la misma que nos permitió conocer la viabilidad del proyecto, y finalmente tenemos las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación con sus respectiva bibliografía y anexos.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFENCIAL

1.1 Antecedentes Investigativos

En la parroquia San Luis, ubicada en el Cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, no se han realizado trabajos de investigación con el presente tema a desarrollar: “Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio comunitario de tomate riñón en la parroquia San Luis, Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo” sin embargo existen temas similares en cuanto a la creación de un centro de acopio para diferentes sectores los que pueden servir de base para el desarrollo del presente tema.

Título: “Estudio de factibilidad para la creación de un centro de comercialización de tomate riñón de invernadero, en el cantón Pimampiro, provincia de Imbabura”

Autor(es): Mera Pulles Lisseth Cecibel

Conclusión: El estudio permitió determinar que en el cantón Pimampiro es un lugar adecuado para la instalación y creación del centro de acopio, por sus condiciones geográficas y distancias hacia los sectores productivos agrícolas.

Título: Estudio de factibilidad para la implementación de un centro de acopio de productos agrícolas de la feria ciudadana productores, provincia de Pastaza”, año 2015.

Autor(es): Juan Gabriel Olalla Guijarro

Conclusión: Se ha planteado como estrategia generar la inserción económica de los pequeños y medianos productores de la provincia que están agremiados, mediante a la implementación de este centro de acopio que les permitirá ser parte de una empresa permitiéndoles fortalecerse.

Título: Estudio de Factibilidad para la creación de un Centro de acopio dedicado a la comercialización de Productos agrícolas, en la parroquia Huachi Grande, Cantón Ambato, provincia de Tungurahua

Autor(es): Andrea Carolina Pico López

Conclusión: El estudio permitió determinar que la Parroquia Huachi Grande es el lugar adecuado para la instalación y creación del centro de acopio, por sus condiciones geográficas y distancias hacia los sectores productivos agrícolas.

1.2 Fundamentación teórica

1.2.1 *Concepto de proyecto*

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

1.2.1.1 *Importancia de la elaboración de proyectos*

La ejecución de proyectos productivos constituye el motor del desarrollo de una región o país, razón por la cual las instituciones financieras del orden regional, nacional e internacional tienen como objetivos la destinación de recursos para la financiación de inversiones que contribuyen a su crecimiento económico y beneficios sociales. (Miranda, 2005)

1.2.1.2 *Tipos de Proyectos*

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

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

- Proyectos de infraestructura
- Proyectos de fortalecimiento de capacidades sociales o gubernamentales (Padilla C, 2011)

1.2.1.3 *Proyecto de inversión*

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

1.2.1.4 *Ciclo de vida de los proyectos*

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

1.2.1.5 *Estudios que integran un proyecto de inversión*

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

1.2.2 *Estudio de factibilidad*

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

1.2.3 *Estudio de mercado*

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

1.2.3.1 *Definición de mercado*

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

1.2.3.2 *Segmentación del mercado*

Es determinar las características (edad, sexo, raza, ubicación, ingresos) de los mercados y dividirlos en varias variables. Es una de las herramientas de mercadotecnia que nos permite realizar un análisis del mercado, en donde, un universo heterogéneo, es dividido en grupos con al menos una característica homogénea. Ejemplo: mujeres, ecuatorianas, que vivan en ciudades de más de 1 millón de personas, que tengan entre los 15 a 49 años. (Basile, 2008)

1.2.4 *Demanda*

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

1.2.4.1 *Análisis de la demanda*

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto aun bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos etcétera. (Baca, 2010)

1.2.4.2 *Tipos de demanda*

Para los efectos del análisis, existen varios tipos de demanda, que se pueden clasificar como sigue:

- **En relación con su oportunidad, existen dos tipos:**

- Demanda Insatisfecha, en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.
 - Demanda satisfecha, en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que este requiere.
- **En relación con su necesidad, se encuentran dos tipos:**
 - Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios, que son los que requiere la sociedad para su desarrollo y crecimiento, y se relacionan con la alimentación, el vestido, la vivienda y otros rubros
 - Demanda de bienes no necesarios o de gusto que es prácticamente el llamado consumo suntuario, como la adquisición de perfumes, ropa fina y otros bienes de este tipo. En este caso la compra se realiza con la intención de satisfacer un gusto y no una necesidad.
- **En relación con su temporalidad, se reconocen dos tipos:**
 - Demanda continua es la que permanece durante largos periodos, normalmente en crecimiento, como ocurre con los alimentos, cuyo consumo irá en aumento mientras crezca la población.
 - Demanda cíclica o estacional es la que en alguna forma se relaciona con los periodos de año, por circunstancias climatológicas o comerciales, como regalos en la época navideña, paraguas en la época de lluvia, enfriadores de aire en tiempo de calor, etcétera.
- **De acuerdo con su destino, se reconocen dos tipos**
 - Demanda de bienes finales que son los adquiridos directamente por el consumidor para su uso u aprovechamiento.
 - Demanda de bienes intermedios o industriales, que requieren algún procesamiento para hacer bienes de consumo final. (Baca, 2010)

1.2.5 *Métodos de proyección*

Existen cuatro patrones básicos de la tendencia de tiempo:

- Tendencia secular, surge cuando el fenómeno, como la demanda y la oferta, tienen poca variación en largos periodos y su representación gráfica es una línea recta o una curva suave. Es la más común en los fenómenos del tipo que se estudia como la demanda y la oferta. Para calcular una tendencia de este tipo existen varios métodos:
 - Método gráfico
 - Método de medidas móviles
 - Método de mínimos cuadrados
 - Ecuaciones lineales
- Variación estacional, surge por hábitos y tradiciones de la gente o por condiciones climatológicas
- Fluctuaciones cíclicas, surgen principalmente por razones de tipo económico.
- Movimientos irregulares, surgen por cualquier causa aleatoria que afecta al fenómeno.

1.2.5.1 *Métodos de pronósticos de corto plazo*

Existen varios métodos estadísticos para pronosticar a corto plazo, los más utilizados son promedios (o medidas) móviles y suavización exponencial. Estos métodos son muy utilizados en la programación de la producción, ya que solo son útiles para pronosticar el siguiente periodo. (Rodríguez, 2008)

- Método de medias o promedio móviles, pronostica el siguiente periodo a partir del promedio de n datos anteriores
- Método de suavización, se basa en una constante α que es la proporción del error que se ha cometido en el pronóstico previo.

1.2.6 *Oferta*

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

1.2.6.1 *Análisis de la oferta*

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del

mercado de un bien o servicio. La oferta al igual que la demanda, están en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc. (Baca, 2010)

1.2.6.2 *Principales tipos de oferta*

Con propósitos de análisis se hace la siguiente clasificación de la oferta.

En relación con el número de oferentes se reconocen tres tipos:

- Oferta competitiva o de mercado libre: en ella los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, precio y el servicio que se ofrece al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado.
- Oferta oligopólica: se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por solo unos cuantos productores. Tratar de penetrar este tipo de mercados no solo es riesgoso, sino que en ocasiones hasta resulta imposible.
- Oferta monopólica: es en la que existe un solo productor de tal bien o servicio y, por tal motivo, domina por completo el mercado e impone calidad, precio y cantidad. (Baca, 2010)

1.2.6.3 *Cómo analizar la oferta*

Aquí también es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta en esencia se sigue el mismo procedimiento que en la investigación de la demanda. Esto es, hay que recabar datos de fuentes primarias y secundarias. Sin embargo, habrá datos muy importantes que no aparecerán en las fuentes secundarias y, por lo tanto, será necesario realizar encuestas. Entre los datos indispensables para hacer mejor análisis de la oferta están:

- Número de productores
- Localización
- Capacidad instalada
- Calidad y precio de los productos
- Planes de expansión
- Inversión fija y número de trabajadores

En el caso de que el estudio sea sobre un proyecto o sustitución de maquinaria, la oferta es simplemente la capacidad actual del equipo a sustituirse, expresando como producción por unidades de tiempo, es decir, el nivel de servicio con la que cuenta actualmente el equipo en cuestión. (Baca, 2010)

1.2.6.4 *Proyección de la Oferta*

Al igual que la demanda, aquí es necesario ajustarse con tres variables siguiendo los mismos criterios, a saber, que, de cada una de las terceras variables analizadas, como puede ser el PIB, la inflación o el índice de precios, se obtenga el coeficiente de correlación correspondiente. (Baca, 2010)

1.2.6.5 *Determinación de la demanda potencial insatisfecha*

Es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo. (Basile, 2008)

1.2.7 *El producto*

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

1.2.8 *El precio*

(Rodríguez, 2008) Manifiesta que “Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (p.44).

1.2.9 *La promoción*

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

1.2.9.1 *Canales de distribución y su naturaleza*

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

1.2.10 *Estudio técnico*

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

1.2.10.1 *Tamaño óptimo del proyecto*

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

1.2.10.2 *Localización óptima del proyecto*

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

1.2.10.3 *Macro localización*

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

1.2.10.4 *Micro localización*

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

1.2.10.5 *Ingeniería del proyecto*

El estudio de ingeniería es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles

destinados a la fabricación de una unidad de producto, este estudio no se realiza en forma aislada del resto de estudios del proyecto. (Padilla C, 2011, pág. 122)

1.2.11 *El proceso de producción*

El proceso de producción se define como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo (combinación de la mano de obra, maquinaria, materia prima, sistemas y procedimientos de operación). Un proceso de producción se puede clasificar en función de su flujo productivo o del tipo de producto a manufacturar y, en cada caso particular, se tendrán diferentes efectos sobre el flujo de fondos del proyecto. (Rodríguez, 2008)

1.2.11.1 *Descripción del proceso de producción*

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

1.2.11.2 *Diagrama del proceso*

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

1.2.12 *Distribución de la planta*

Conocidos los equipos principales y las instalaciones de servicio necesarias (por ejemplo, si deben llegar camiones de despacho de productos, se deberá considerar el área necesaria para su entrada, salida y maniobras de carga o descarga), se desarrolla un diagrama que especifique dónde está cada equipo y dónde está cada instalación (estacionamiento de ejecutivos, garaje, caldera, subestación eléctrica, casino, sala cuna, etc.). (Malhotra Naresh, 2016)

1.2.12.1 *Valorización de obras físicas*

Consiste en la valorización de las variables económicas que se relacionan con el aspecto técnico del proyecto, cuya inversión es común a las variables de producción, administración y ventas.

En relación con la obra física, la valorización incluye desde la construcción o remodelación de edificios, oficinas de ventas, hasta la construcción de caminos, cercos o estacionamientos. (Padilla C, 2011, pág. 141)

1.2.13 *Estudio legal y organizacional*

Comprender la importancia que tiene en un proyecto la definición de tipo de empresa a crear desde la perspectiva jurídica, su marco jurídico de constitución y operación. Este componente está relacionado con la constitución de la empresa desde el punto de vista legal o jurídico (Bernal, 2016)

1.2.13.1 *La organización*

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

1.2.14 *Misión*

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

1.2.15 *Visión*

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

1.2.16 *Política*

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

1.2.17 Reglas

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

1.2.18 Valores corporativos

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

1.2.19 Organigrama estructural

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

1.2.19.1 Organigrama funcional

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

1.2.20 Objetivos

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

1.2.21 Estrategia

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

1.2.22 Logotipo

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

1.2.23 Marco legal del proyecto

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

1.2.24 Estudio económico financiero

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

1.2.24.1 Inversiones de un proyecto

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

1.2.24.2 Inversión fija o tangible

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

1.2.24.3 *Inversiones diferidas o intangibles*

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

1.2.24.4 *Capital de trabajo inicial*

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

1.2.24.5 *Inversión total*

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

1.2.24.6 *Costos del proyecto*

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

1.2.24.7 *Gastos del proyecto*

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

1.2.24.8 *Gastos administrativos*

Son todos los egresos que se realizan en la normal operación del proyecto y se refieren a todos los que se identifique con los procesos de administración del proyecto. Esto significa tomar en cuenta los gastos de planificación, control, evaluación, otro. Entre estos tipos de gastos tenemos:

personal servicios contratados, impuestos fiscales y municipales, multas e interese, mantenimiento y reparaciones, seguros, amortizaciones, alquiler, gastos generales, comisiones, honorarios, otros. (Lara, 2011, pág. 184)

1.2.24.9 *Gastos de ventas*

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

1.2.24.10 *Gastos financieros*

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

1.2.24.11 *Depreciación*

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

1.2.24.12 *Ingresos*

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

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

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

1.2.25 Punto de equilibrio

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

1.2.26 Flujo de caja proyectado

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

1.2.27 Balance de situación inicial

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

1.2.28 Estado de resultados

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

1.2.29 Evaluación económica financiera

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

1.2.29.1 *Costo de oportunidad*

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

1.2.29.2 *Valor actual neto (VAN)*

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

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

1.2.29.3 *Tasa interna de retorno*

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

1.2.29.4 *Relación beneficio costo*

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

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

1.2.29.5 *Periodo de recuperación de la inversión*

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

1.2.30 *Estudio de impacto ambiental*

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

1.2.30.1 *Matriz de Leopold*

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

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

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

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

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

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

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

1.2.31 *Compañía de responsabilidad limitada*

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

1.2.32 *Comercialización*

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

1.2.33 *Centro de acopio*

Los centros de acopio cumplen la función de reunir la producción de pequeños productores para que puedan competir en cantidad y en calidad en los mercados de los grandes centros urbanos, es por ello que es importante establecerlos en las parroquias, ya que el sector rural se caracteriza por tener los niveles de pobreza y extrema pobreza más altos del país, por tener un sistema productivo poco diversificado y por su baja productividad, en parte por estar desvinculado del comercio nacional e internacional y disponer de poca o nula información tecnológica y de mercados. Por otro lado, encontramos bajos niveles de organización de los productores, lo que limita su participación en los procesos de definición de políticas y programas (Terán, 2015)

1.2.33.1 *Clasificación de los centros de acopio*

- Por su uso

Por el tipo de acopio se tienen tres clasificaciones que son: bodega, silo e intemperie.

Los tipos de centro de acopio también varían de acuerdo a su tipo de tejado, los tipos pueden ser: dos aguas, plano, rolado, intemperie y lonas.

- Por su efecto

La calificación de los centros de acopio se basa en la experiencia de los que surgen en el siglo XX y se clasifican en:

Centros de acopio de apoyo social

Estos centros de acopio permiten:

- La creación de fuentes de trabajo en los centros de acopio de inorgánicos y en las plantas de tratamiento de los orgánicos.
 - Mejoramiento de las condiciones de vida de los productores.
 - Mejoramiento de la imagen de los lugares como consecuencia de la concientización ecológica.
 - Disminución del consumismo en la población.
 - Generación de un incentivo a la economía doméstica, principalmente a los estratos de bajos recursos.
- Económicos

Permiten:

- Eliminación de la economía subterránea, que se sostiene con base en la venta de subproductos de basura.
- Creación de una industria sana, a partir de varias plantas de composta, alimento para animales y otras.
- Disminución en los costos de limpieza, recolección y disposición final del municipio.
- Ahorro de divisas por importaciones de materia prima para la fabricación de plásticos, aluminios y otros.

- Ahorro de energía para la fabricación de nuevos productos con los materiales recuperados.
- Centro de Acopio Ecológicos

Facilitan:

- Eliminación de las posibilidades de contaminación en los acuíferos subterráneos.
- Preservación de los recursos naturales.
- Al manejar la basura en forma adecuada, no habrá enfermedades infecciosas, respiratorias e intestinales, la proliferación de fauna nociva y la contaminación ambiental. (Terán, 2015)

1.3 Idea a defender

El diseño de un proyecto de factibilidad determina la creación del centro de acopio de cacao localizado en la parroquia San Luis de la Provincia de Chimborazo.

1.4 Variables

Variable Dependiente: Estudio de Factibilidad

Variable Independiente: Implementación de un centro de acopio comunitario de tomate riñón.

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Modalidad de la Investigación

De campo:

Son estudios que se realizan en el medio donde se desarrolla el problema. La ventaja principal de este tipo de estudios es que si la muestra es representativa se pueden hacer generalizaciones acerca de la totalidad de la población, con base en los resultados obtenidos en la población muestreada. La investigación de campo puede ser participante o no participante. La investigación participante es aquella en la que el investigador forma parte del grupo estudiado sin que este sepa que se le está investigando; en la no participante, el investigador funge como mero observador. (Münch & Ángeles, 2005)

La investigación se realizará en la Parroquia San Luis, cantón Riobamba Provincia de Chimborazo.

Bibliográfica: Realizaremos una revisión bibliográfica a través de documentos, textos, linografía, etc. Para sustentar la teoría de la presente investigación.

2.2 Tipos de investigación

Investigación descriptiva: Se considera como investigación descriptiva aquella en que, como afirma Salkind (1998), “se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio” (p.11). De acuerdo con Cerda (1998), una de las funciones principales de la investigación descriptiva es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de este objeto. (Bernal, 2016)

La aplicación de este método nos permitirá realizar una investigación objetiva de la realidad actual por la cual está atravesando la parroquia San Luis para poder proponer una alternativa de solución para contribuir con el desarrollo económico de sus habitantes.

Investigación Cuantitativa: Se fundamenta con la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema

analizado una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva, este método tiende a generalizar y normalizar resultados. A este método también se le suele denominar método tradicional o positivista. (Bernal, 2016)

Se aplicará una investigación cuantitativa ya que nos permitirá determinar datos numéricos durante todo el trayecto del presente trabajo, desde el análisis del estudio de mercado para determinar muestras, demanda, oferta, demanda insatisfecha, precios, producción, así como también en cada etapa del proyecto para su respectiva aplicación y verificación de su factibilidad.

Investigación explicativa: (Bermudez & Rodriguez, 2013) “Da razones del porqué de los fenómenos.”

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

2.3 Métodos técnicas e instrumentos

2.3.1 Método

La palabra método hace referencia a ese conjunto de estrategias y herramientas que se utilizan para llegar a un objetivo preciso, el método por lo general representa un medio instrumental por el cual se realizan las obras que cotidianamente se hacen. (CONCEPTODEFINICIÓN.DE, s.f.)

Método Inductivo: Según el autor (Kume, 2012) menciona que el método inductivo es: “ Un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación, tomando como referencia premisas verdaderas”.

Este método se basa en el análisis sobre los procesos que se viene realizando en la parroquia San Luis, cantón Riobamba, con el objeto de partir de un caso o de casos particulares y observaciones reales.

Método deductivo: Este método de razonamiento consiste en partir de conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. Es decir, se inicia con el análisis de los postulados, teorías, teoremas, leyes, principios, etc., de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares. (Bernal, 2016)

Este método parte desde los antecedentes, para sacar conclusiones del tema que se está investigando y poner énfasis en la teoría y su aplicabilidad. Inicia del marco teórico, se plantea la hipótesis mediante el razonamiento deductivo.

2.3.2 Técnicas

Encuesta: La encuesta es una técnica que consiste en obtener información acerca de una parte de la población o muestra, mediante el uso de cuestionario o entrevista, la recopilación de la información se realiza mediante preguntas que miden diversos indicadores que se han determinado en la operacionalización de los términos del problema o de las variables de la hipótesis. (Münch & Ángeles, 2005)

Mediante esta técnica lograremos obtener información de interés sociológico, a través de un cuestionario previamente elaborado, mediante el cual se podrá conocer la opinión de los productores de la parroquia mencionada anteriormente.

Entrevista: La entrevista es uno de los instrumentos más valiosos para obtener información, es una de las técnicas más utilizadas en la investigación. Mediante ésta, una persona (entrevistador) solicita información a otra (entrevistado) (Münch & Ángeles, 2005)

2.3.3 Instrumentos

Cuestionarios: Es un formar redactado en forma de interrogatorio en donde se obtiene información acerca de las variables que se van a investigar, puede ser aplicado personalmente o por correo y en forma individual o colectiva. El diseño del cuestionario habrá de fundamentarse en el marco teórico, hipótesis, sus variables y los objetivos de la investigación. (Münch & Ángeles, 2005)

Por medio de un cuestionario, podremos conocer el criterio de las personas seleccionadas por medio de la muestra y se obtendrá la información deseada en la parroquia de San Luis.

2.4 Población y Muestra.

2.4.1 Población

Una población es la suma de todos los elementos que comparten algún conjunto de todos los elementos que comparten algún conjunto de características. Cada proyecto de investigación de

mercados cuenta con una población única definida. El objetivo de la mayoría tales proyectos es obtener información sobre las características de una población. (Malhotra Naresh, 2016)

2.4.2 *Muestra*

Según (Malhotra Naresh, 2016) Dice que la muestra “Es un subconjunto de la población, el cual se selecciona para el proyecto de investigación de mercados.”

La fórmula que se aplicará será para medir la oferta que tendremos, en este caso, con número de personas que se dedican a la agricultura en la parroquia San Luis.

Tamaño de la población: 4746 personas dedicadas a la agricultura (INEC, 2010)

$$n = \frac{Z^2 * P * Q *}{E^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población: 4746 personas dedicadas a la agricultura

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se cuenta con su valor, se toma relación del 95% equivalente al 1,96

E = Errores bajo un determinado nivel de confianza 0,05 error de confianza

P= Probabilidad de ocurrencia del evento 0,50

Q= Probabilidad de NO ocurrencia del evento 0,50

Desarrollo

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 1853}{0,05^2(1853 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$
$$n = 355$$

La fórmula que se aplicará será para medir nuestra demanda la cual se obtendrá de los establecimientos que se dedican a las actividades de alojamiento y de servicios de comida que existen en la ciudad de Chimborazo y el número de familias de la ciudad de Riobamba siendo encuestado el jefe de hogar,

Total, establecimiento que se dedican a las actividades de alojamiento y de servicios de comida que existen en la ciudad de Riobamba: 1693 (INEC, 2010)

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población: 1693

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que si, no se cuenta con su valor, se toma relación del 95% equivalente al 1,96

E = Errores bajo un determinado nivel de confianza 0,05 error de confianza

P= Probabilidad de ocurrencia del evento 0,50

Q= Probabilidad de NO ocurrencia del evento 0,50

Desarrollo

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 1693}{0,05^2(1693 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = 313.$$

Total, de familias que existen en la Ciudad de Riobamba: 60.160 familias

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población: 60.160 hogares

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que si, no se cuenta con su valor, se toma relación del 95% equivalente al 1,96

E = Errores bajo un determinado nivel de confianza 0,05 error de confianza

P= Probabilidad de ocurrencia del evento 0,50

Q= Probabilidad de NO ocurrencia del evento 0,50

Desarrollo

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 1693}{0,05^2(60160 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = 382$$

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.1 Resultados

1. ¿Usted cultiva tomate riñón?

Tabla 1-3: Cultivo de tomate riñón

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
SI	248	70%
NO	107	30%
TOTAL	355	100%

Fuente: Encuesta realizada a personas que se dedican a las actividades de agricultura en la Parroquia San Luis.

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

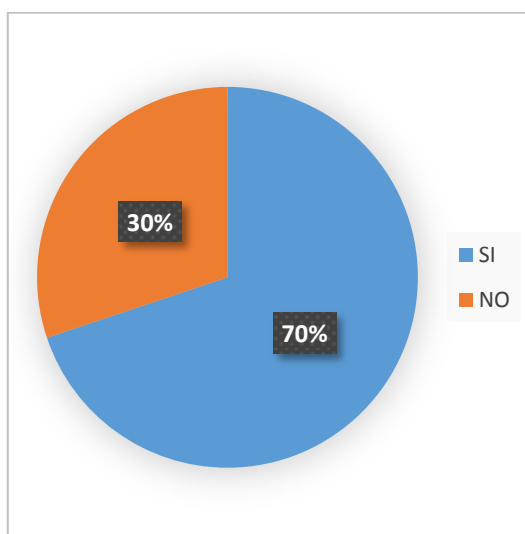


Gráfico 1-3: Cultivo de tomate riñón

Fuente: Tabla 1

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

INTERPRETACIÓN: De todas las personas dedicadas a la actividad de campo en la parroquia San Luis, el 70% realiza el cultivo de tomate riñón, mientras que el 30% se dedica al cultivo de otros vegetales y hortalizas.

ANÁLISIS: Con este resultado podemos determinar que en la parroquia San Luis la mayoría de la población dedicada al cultivo, producen tomate riñón.

2. ¿Cuántas cajas de tomate riñón produce semanalmente?

Tabla 2-3: Producción semanal

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 – 10	52	21%
11 – 20	146	59%
21 – 30	50	20%
Total	248	100%

Fuente: Encuesta realizada a personas que se dedican a las actividades de agricultura en la Parroquia San Luis.

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

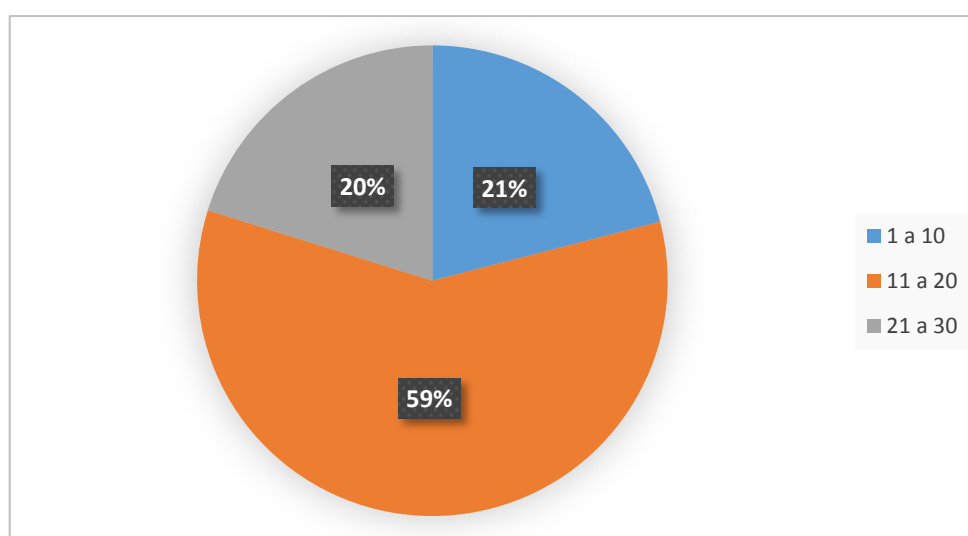


Gráfico 2-3: Producción semanal

Fuente: Tabla 2

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

INTERPRETACIÓN: De los 248 productores encuestados el 59% responde a que su producción semanal es de 11 a 20 cajas, el 21% tiene una producción de 1 a 10 cajas, mientras que el 20% produce de 21 a 30 cajas semanales.

ANÁLISIS: Se puede considerar que la mayoría de productores de tomate riñón tiene una producción alta, siendo así algo representativo para nuestro proyecto.

3. ¿Dónde vende usted su producto?

Tabla 3-3: Medio de venta del producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Directamente en el mercado	39	4%
Intermediario	209	96%
Total	248	100%

Fuente: Encuesta realizada a personas que se dedican a las actividades de agricultura en la Parroquia San Luis.

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

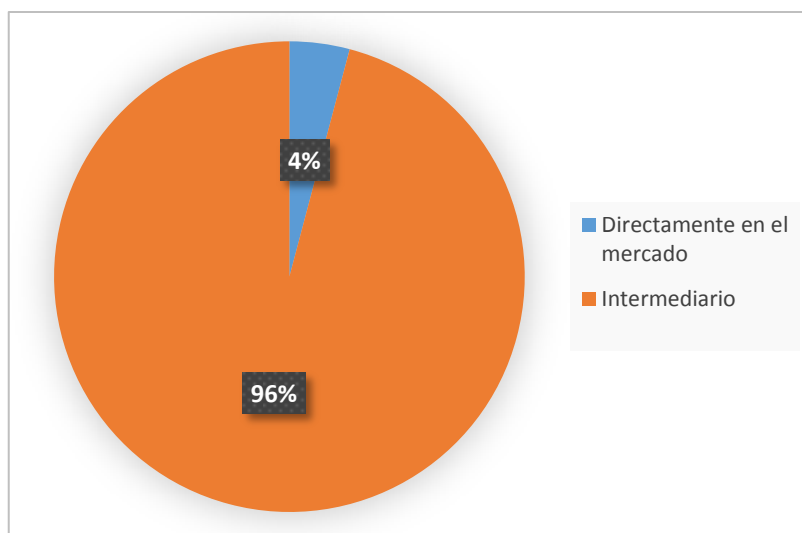


Gráfico 3-3: Medio de venta del producto

Fuente: Tabla 3

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

INTERPRETACIÓN: El 96% de los productores de tomate riñón venden su producto por medio de un intermediario, mientras que, el 4% lo hace de manera directa en el mercado.

ANÁLISIS: Siendo la mayoría de productores quienes venden su producto por medio de un intermediario, resulta un beneficio para nuestro proyecto, ya que la idea principal del mismo es mejorar las ganancias de los productores.

4. ¿Cuál es el precio en el que usted vende la caja de tomate riñón?

Tabla 4-3: Precio de la caja de tomate riñón

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
4 a 5 dólares	132	62%
6 a 7 dólares	68	32%
8 a 9 dólares	9	2%
10 a 11 dólares	39	4%
Total	248	100%

Fuente: Encuesta realizada a personas que se dedican a las actividades de agricultura en la Parroquia San Luis

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

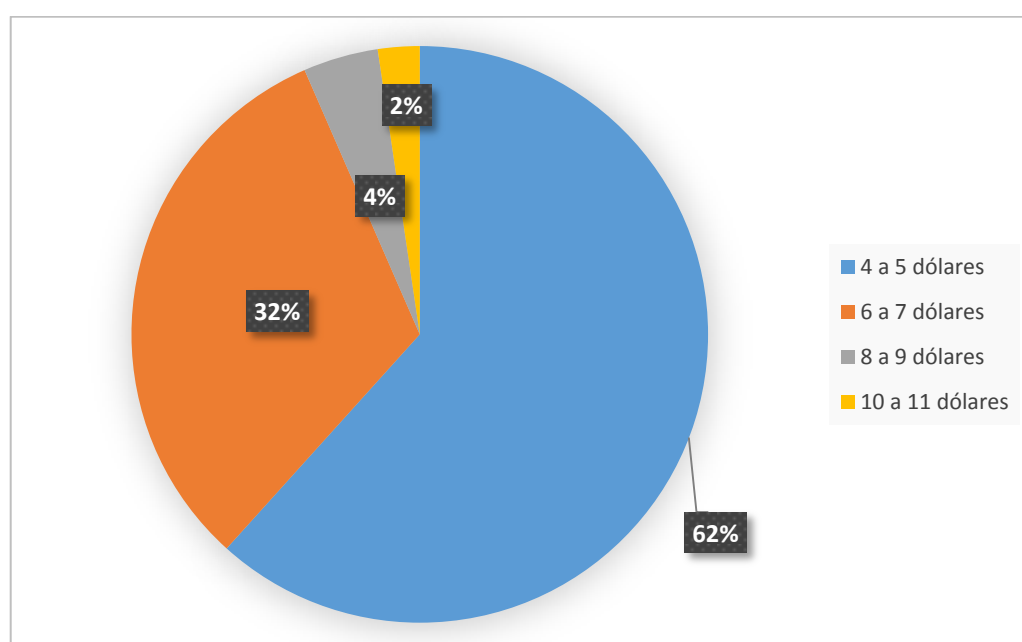


Gráfico 4-3: Precio de la caja de tomate riñón

Fuente: Tabla 4

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

INTERPRETACIÓN: La mayoría de productores de tomate riñón han respondido que venden su producto entre 4 y 5 dólares representando el 62%, el 32% vende su producto entre 6 y 7 dólares, el 2% vende entre 8 a 9 dólares y el 4% entre 10 y 11 dólares.

ANÁLISIS: La mayoría de productores de tomate riñón ha determinado que venden su producto entre 6 y 7 dólares, lo que nos ayuda a darnos cuenta que ganan menos de lo que deberían ya que en el mercado una caja de tomate se puede encontrar hasta en 10 dólares.

5. ¿Cuenta la parroquia San Luis con un centro de acopio

Tabla 5-3: Existencia de un centro de acopio en la parroquia San Luis

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	248	100%
TOTAL	248	100%

Fuente: Encuesta realizada a personas que se dedican a las actividades de agricultura en la Parroquia San Luis.

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

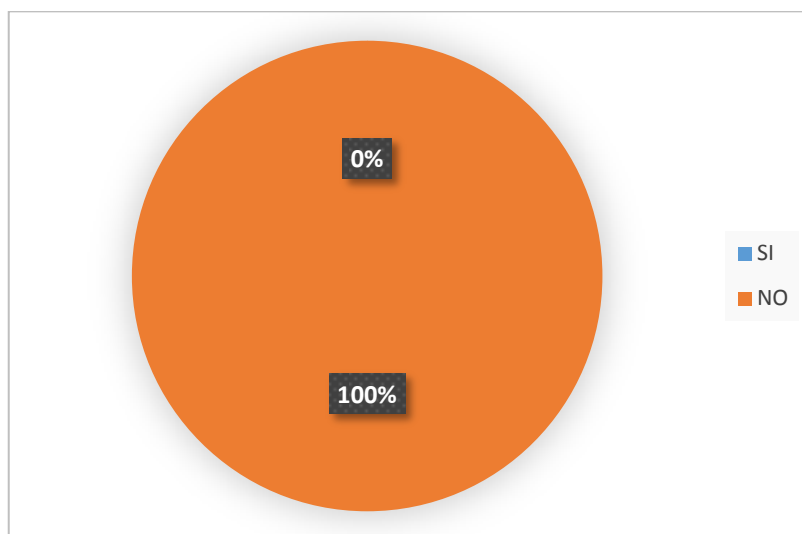


Gráfico 5-3: Existencia de un centro de acopio en la parroquia San Luis

Fuente: Tabla 5

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

INTERPRETACIÓN: De los 287 productores encuestados, todos han respondido que no existe un centro de acopio en la Parroquia San Luis, lo que representa el 100%.

ANÁLISIS: Se ha determinado que en la parroquia San Luis no existe un centro de acopio comunitario de tomate riñón, por lo que la creación del mismo es factible para dicha parroquia.

6. ¿Le gustaría que se cree un centro de acopio de tomate riñón y estaría dispuesto a asociarse al mismo?

Tabla 6-3: Creación y asociación de un centro de acopio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	239	97%
NO	9	3%
TOTAL	248	100%

Fuente: Encuesta realizada a personas que se dedican a las actividades de agricultura en la Parroquia San Luis.

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

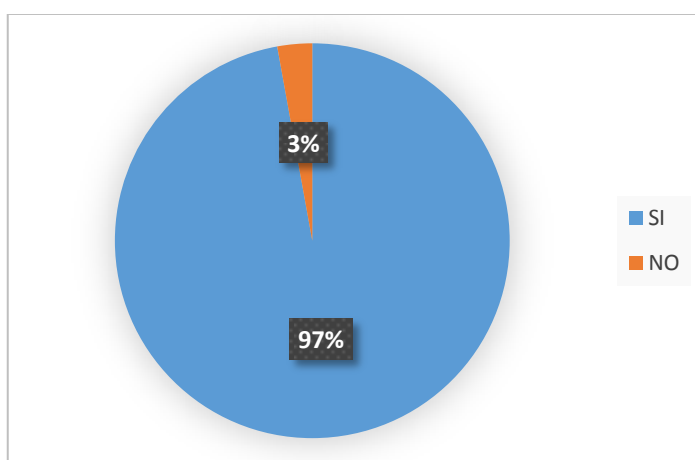


Gráfico 6-3: Creación y asociación de un centro de acopio

Fuente: Tabla 6

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

INTERPRETACIÓN: De las 248 personas encuestadas, 239 están de acuerdo con que se cree un centro de acopio y están dispuestas a asociarse al mismo, representando esta cantidad el 97%. Mientras que tan solo el 3% es decir 7 productores, no están de acuerdo con la creación y asociación del centro de acopio.

ANÁLISIS: Según los datos arrojados es conveniente realizar un centro de acopio en la parroquia San Luis, ya que la mayoría de productores de tomate riñón se asociarían al mismo.

7. ¿Estaría dispuesto a entregar el total de su producción al centro de acopio?

Tabla 7-3: Entrega de cajas de tomate riñón al centro de acopio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	233	97%
NO	6	3%
Total	239	100%

Fuente: Encuesta realizada a personas que se dedican a las actividades de agricultura en la Parroquia San Luis.

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

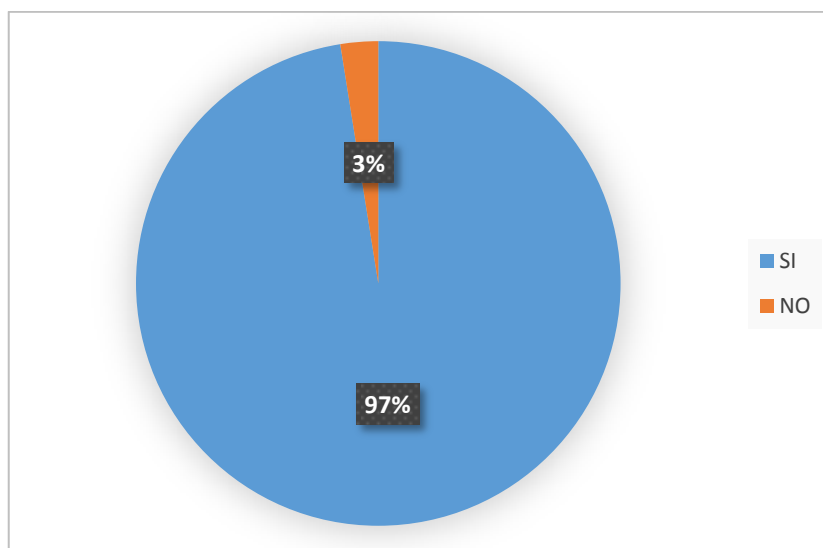


Gráfico 7-3: Entrega de cajas de tomate riñón al centro de acopio

Fuente: Tabla 7

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

INTERPRETACIÓN: De las 239 personas encuestadas, que son las que accedieron a la creación y asociación del centro de acopio, el 97% concordó que entregarían el total de su producción al centro de acopio mientras que el 3% que representa 6 productores no lo entregarán.

ANÁLISIS: Los resultados nos dan a entender que la mayoría de los productores de tomate riñón están dispuestos a entregar su producto al centro de acopio comunitario.

ENCUESTA N° 2

1. ¿Usted consume tomate riñón?

Tabla 8-3: Consumo de tomate

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	313	1000%
NO	0	0%
Total	313	100%

Fuente: Encuesta realizada a personas que se dedican a las actividades de alojamiento y de servicios de comida que existen en la ciudad de Riobamba.

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

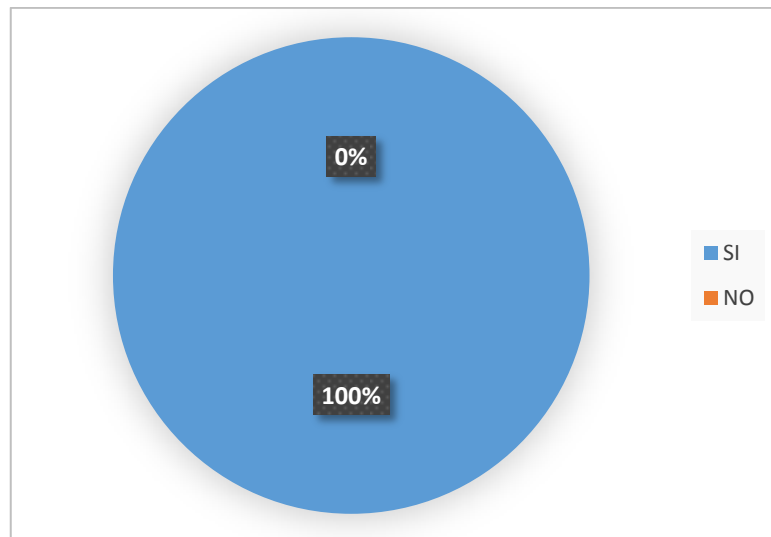


Gráfico 8-3: Consumo de tomate

Fuente: Tabla 10

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

ANÁLISIS: El 100% de la población encuestada ha respondido que consumen tomate riñón

INTERPRETACIÓN: Los resultados nos indican que el consumo de tomate riñón es en el total de nuestra población por lo que se muestra la factibilidad del proyecto.

2. ¿Cuál es la cantidad aproximada que usted adquiere en cada compra? Escala semanal

Tabla 9-3: Cantidad aproximada de compra

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 a 7 cajas	66	21%
8 a 14 cajas	144	46%
15 a 21 cajas	103	33%
Total	313	100%

Fuente: Encuesta realizada a personas que se dedican a las actividades de alojamiento y de servicios de comida que existen en la ciudad de Riobamba.

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

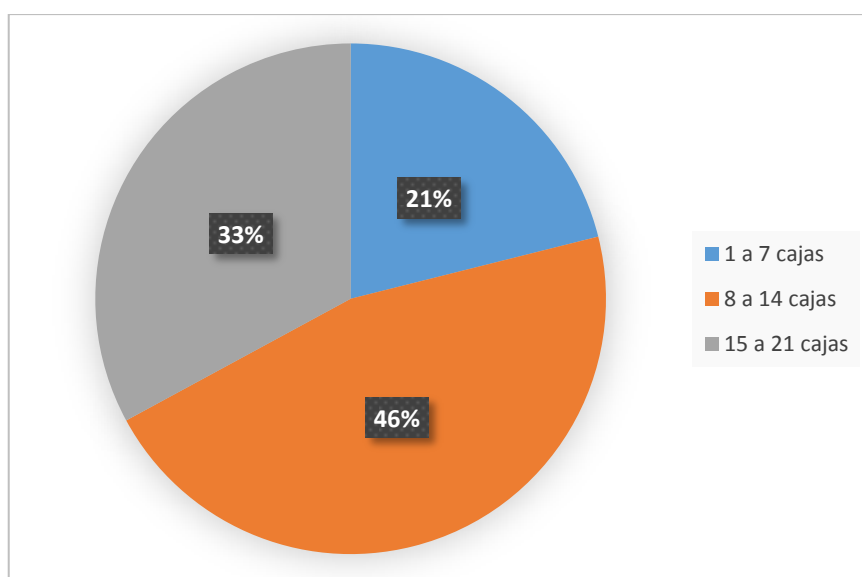


Gráfico 9-3: Cantidad aproximada de compra

Fuente: Tabla 11

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

ANÁLISIS: El 46% de las personas encuestadas dice que compra de 15 a 21 cajas de tomate riñón en cada adquisición, el 33% de 8 a 14 cajas, el 21% de 1 a 7 cajas.

INTERPRETACIÓN: Según los resultados, la mayoría de compradores realizan su adquisición de 15 a 21 cajas, seguido por la cantidad de 8 a 14 cajas, representando estas dos un 85%. Es decir, la mayoría de nuestros posibles clientes, lo que es beneficioso porque es una cantidad considerable.

3. ¿Dónde adquiere su producto?

Tabla 10-3: Adquisición del producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mercado mayorista	195	62%
Supermercados	0	0%
Mini markets/tiendas de barrio	118	38%
Total	313	100%

Fuente: Encuesta realizada a personas que se dedican a las actividades de alojamiento y de servicios de comida que existen en la ciudad de Riobamba.

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

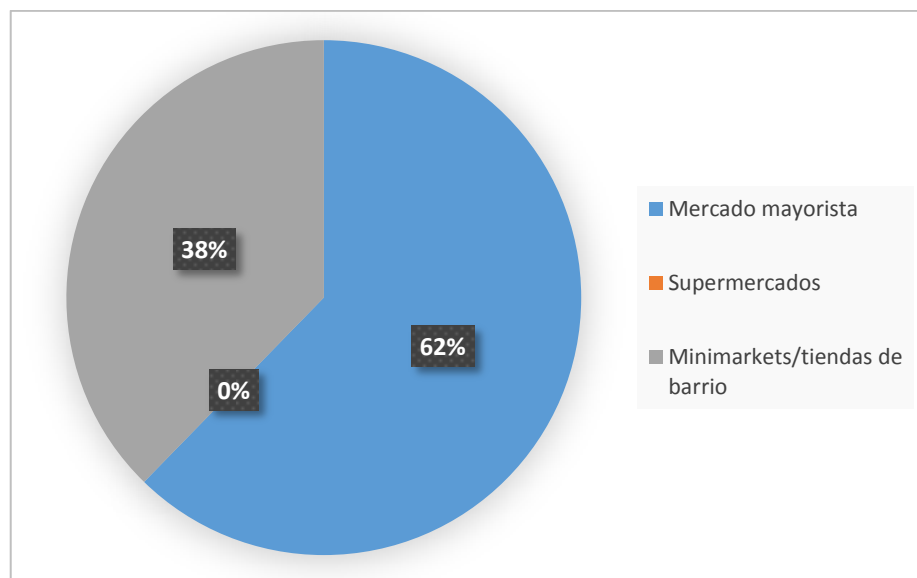


Gráfico 10-3: Adquisición del producto

Fuente: Tabla 12

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

ANÁLISIS: El 62% de los encuestados dice que adquiere el producto en el mercado mayorista, el 38% en mini markets o tiendas de barrio y 0% de las personas adquiere el producto en supermercados.

INTERPRETACIÓN: La mayoría de los consumidores compran el producto en el mercado mayorista por lo que la idea de dar un servicio adicional es adecuada.

4. ¿A qué precio adquiere el producto?

Tabla 11-3: Precio de adquisición del producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
4 a 5 dólares	0	%
6 a 7 dólares	86	27%
8 a 9 dólares	128	39%
10 a 11 dólares	99	34%
Total	313	100%

Fuente: Encuesta realizada a personas que se dedican a las actividades de alojamiento y de servicios de comida que existen en la ciudad de Riobamba.

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

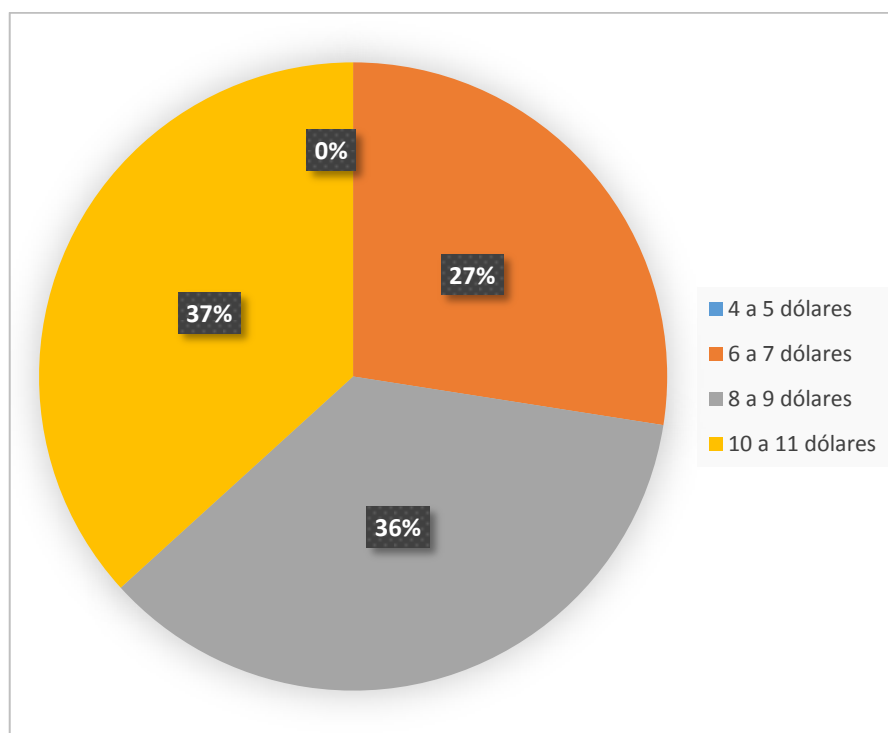


Gráfico 11-3: Precio de adquisición del producto

Fuente: Tabla 13

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

ANÁLISIS: De las personas encuestadas el 39% compra la caja de tomate entre 8 a 9 dólares, el 34% de 10 a 11 dólares, el 27% de 6 a 7 dólares, el 0% de 4 a 5 dólares.

INTERPRETACIÓN: El resultado que arroja esta pregunta nos beneficia, ya que podemos vender la caja de tomate riñón a un precio más económico, porque se vendería directamente del productor al consumidor.

5. Al momento de adquirir el producto ¿Cuál de las características influye en su compra?

Tabla 12-3: Características que influyen en la compra

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio	205	66%
Calidad	98	31%
Servicio	10	3%
Total	313	100%

Fuente: Encuesta realizada a personas que se dedican a las actividades de alojamiento y de servicios de comida que existen en la ciudad de Riobamba.

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

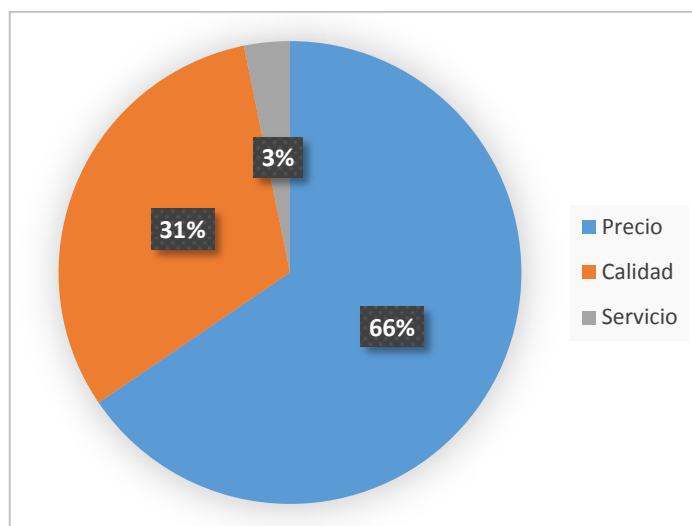


Gráfico 12-3: Características que influyen en la compra

Fuente: Tabla 14

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

ANÁLISIS: El 66% de los encuestados al momento de adquirir el producto se fijan más en el precio, el 31% se fija en la calidad y el 3% en el servicio.

INTERPRETACIÓN: Las respuestas arrojadas en esta pregunta nos benefician, porque brindaremos el producto a precios más económicos con mejor calidad y un buen servicio.

6. ¿Cómo preferiría usted la presentación de su producto?

Tabla 13-3: Presentación del producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Empacado al vacío	7	2%
Cartones	114	37%
Cajas	192	61%
Total	313	100%

Fuente: Encuesta realizada a personas que se dedican a las actividades de alojamiento y de servicios de comida que existen en la ciudad de Riobamba.

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

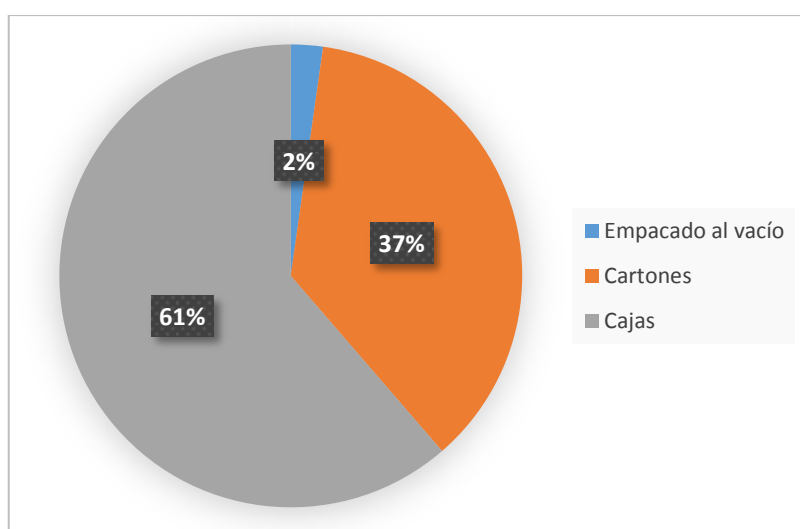


Gráfico 13-3: Presentación del producto

Fuente: Tabla 15

Elaborado por: Sánchez, D. & Noboa, V. 2019

ANÁLISIS: El 61% responde que prefiere su producto en cajas, el 37% en cartones y el 2% empacado al vacío.

INTERPRETACIÓN: La mayoría de consumidores prefiere su producto en cajas, lo que consideramos favorable, ya que en comparación en empacado al vacío los costos de fabricación son menores y en comparación a cartones, consideramos que tiene más durabilidad en las cajas.

7. ¿Adoptaría usted un servicio en el cual, el producto se le entregue en su negocio?

Tabla 14-3: Servicio adicional

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	313	100%
NO	0	0%
Total	313	100%

Fuente: Encuesta realizada a personas que se dedican a las actividades de alojamiento y de servicios de comida que existen en la ciudad de Riobamba.

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

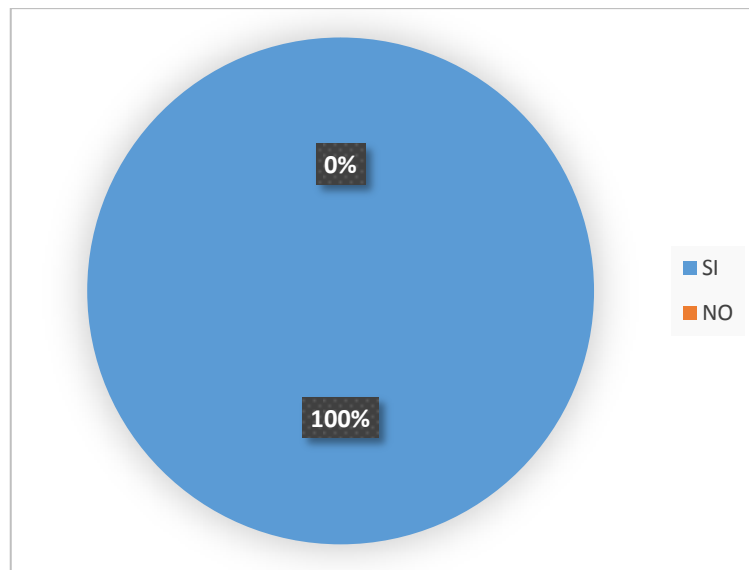


Gráfico 14-3: Servicio Adicional

Fuente: Tabla 16

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

ANÁLISIS: El 100% de los encuestados aceptarían adquirir un servicio en el que se les entregue el producto en sus negocios y el 0% respondió que no.

INTERPRETACIÓN: Esta respuesta arroja un resultado a nuestro favor, ya que un porcentaje total de los encuestados estaría dispuestos a adoptar nuestro servicio.

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de tomate que esté debidamente seleccionado y además sea entregado directamente en su negocio?

Tabla 15-3: Valor adicional

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
6 a 8 dólares	35	11%
9 a 11 dólares	193	62%
12 a 14 dólares	85	27%
Total	313	100%

Fuente: Encuesta realizada a personas que se dedican a las actividades de alojamiento y de servicios de comida que existen en la ciudad de Riobamba.

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

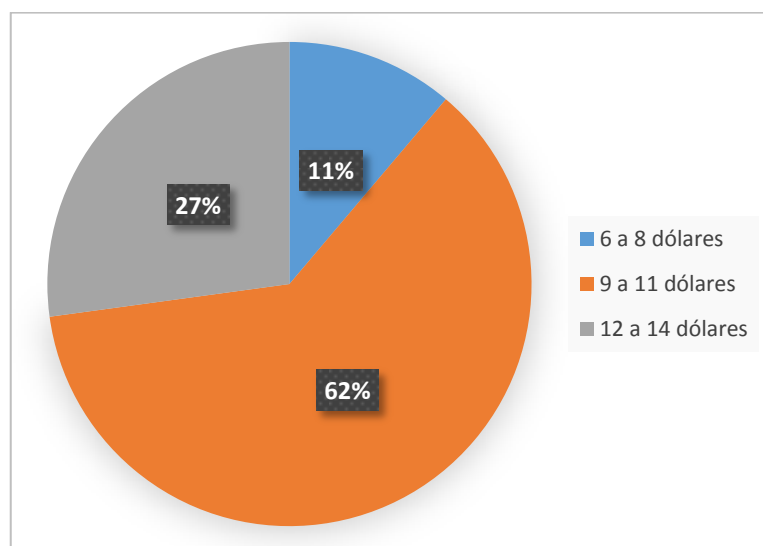


Gráfico 15-3: Valor adicional

Fuente: Tabla 17

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

ANÁLISIS: El 62% de los encuestados estarían dispuestos a pagar de 9 a 11 dólares por un mejor producto y servicio el 27% de 12 a 14 dólares mientras que el 11% de 6 a 8 dólares.

INTERPRETACIÓN: Resultado favorable para nuestro proyecto, ya que el servicio que brindaremos será mejor remunerado.

ENCUESTA N°03

1. ¿Consume usted tomate riñón?

Tabla 16-3: Consume usted tomate riñón

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	382	100%
NO	0	0%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta realizada a los Jefes de Hogar de la ciudad de Riobamba.

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

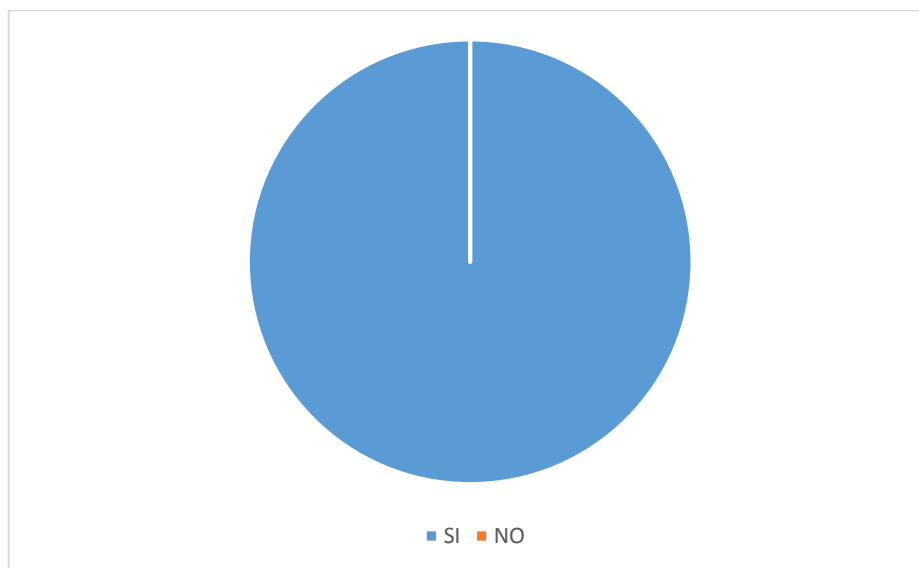


Gráfico 16-3: Consume usted tomate riñón

Fuente: Tabla 16

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

ANÁLISIS: El 100% de los jefes de hogar que representan a las familias de la ciudad de Riobamba han respondido que consumen tomate riñón.

INTERPRETACIÓN: Según los resultados, todas las personas encuestadas consumen tomate riñón, lo que es beneficioso para nuestro proyecto ya que genera mayor demanda.

2. ¿Cuál es la cantidad aproximada que usted adquiere en cada compra? Escala semanal, tomando en cuenta que la libra de tomate tiene 4 tomates aproximadamente.

Tabla 17-3: Cantidad aproximada de compra

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 – 2 libras	97	25%
3 – 4 libras	265	69%
5 – 6 libras	20	6%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta realizada a los Jefes de Hogar de la ciudad de Riobamba.

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

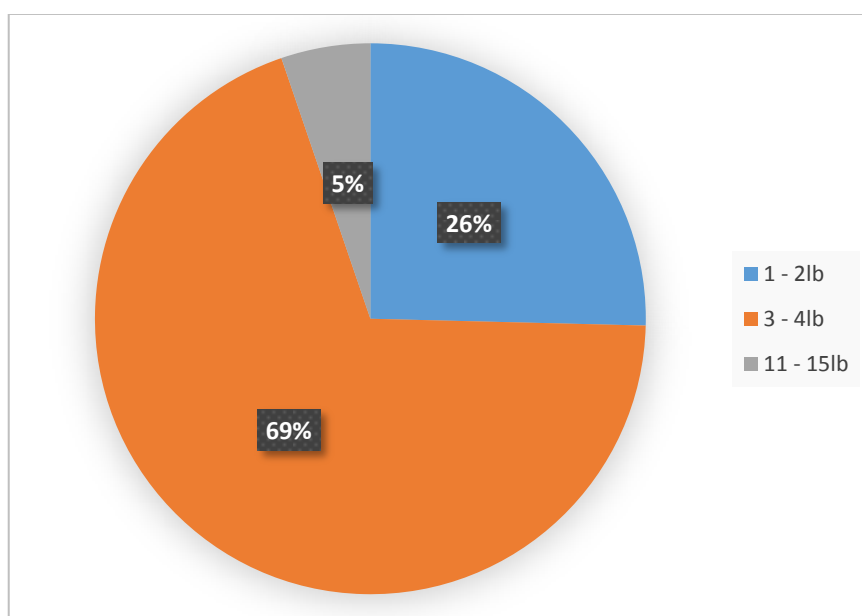


Gráfico 17-3: Cantidad aproximada

Fuente: Tabla 17

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

ANÁLISIS: El 69% de las personas encuestadas dice que compra de 3 a 4 libras de tomate riñón en cada adquisición semanal, el 26% de 1 a 2 libras, el 5% de 5 a 6 libras.

INTERPRETACIÓN: Según los resultados, la mayoría de compradores realizan su adquisición semanalmente de 3 a 4 libras, seguido por la cantidad de 1 a 2 libras, representando estas dos un 94%. Es decir, la mayoría de nuestros posibles clientes, lo que es beneficioso porque es una cantidad considerable.

3.2 Propuesta

3.2.1 Título

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO COMUNITARIO DE TOMATE RIÑÓN EN LA PARROQUIA SAN LUIS, CANTON RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

3.3 Introducción

La Parroquia de San Luis de la Ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo es reconocida por su producción agrícola. Esta parroquia es una zona dedicada especialmente a la producción, debido a la zona climática en la que se encuentra, siéndola mayor ventaja que posee para la producción de toda clase de productos agrícolas, especialmente la del tomate riñón.

Se dice que, en el Ecuador, la producción de tomate riñón de invernadero ocupa el cuarto lugar en importancia por área sembrada dentro del cultivo de hortalizas con 3.333 hectáreas, una producción total de 61.426 toneladas métricas y un promedio de 18.4th

En el presente proyecto el estudio de mercado comprende todas aquellas actividades que permiten a las organizaciones encontrar la información necesaria para la mejor toma de decisiones sobre su intervención en el mercado.

Además, este capítulo es el antecedente más importante para desarrollar el análisis técnico, leal, organizacional, económico y financiero del periodo de vida del proyecto.

3.4 Contenido de la propuesta

3.4.1 Estudio de mercado

3.4.1.1 Análisis de la demanda

Para realizar el estudio de la demanda tomamos datos de la encuesta realizada a las personas dedicadas a los servicios de comida y alojamiento y a las familias de la ciudad de Riobamba con la finalidad de verificar la demanda que obtendrá el producto en el mercado, se realiza un análisis y una proyección con la finalidad de obtener la demanda insatisfecha que existe en la actualidad, estos datos proporcionarían la factibilidad del proyecto.

DEMANDA ACTUAL

Se busca establecer la demanda actual determinando la frecuencia de consumo, así como como definiendo los gustos y preferencias de los consumidores, esta información permitirá enfocarse en la satisfacción de los posibles clientes.

Para efecto y determinación de la demanda actual tomaremos la información de la encuesta 2 y 3 pregunta 2 en las dos encuestas.

¿Cuál es la cantidad aproximada de cajas de tomate riñón que usted adquiere en cada compra? Escala semanal

Tabla 18-3: Cantidad aproximada de cajas de tomate riñón que usted adquiere

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 a 7 cajas	66	21%
8 a 14 cajas	144	46%
15 a 21 cajas	103	33%
Total	313	100%

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Tabla 19-3: Demanda actual

DEMANDA ACTUAL					
Opciones de respuestas	Numero de Respuestas	Porcentaje	Consumo semanal	Consumo mensual	Cajas de tomate riñón consumidas en el año
1 a 7 cajas	66	21%	264	1056	12672
8 a 14 cajas	144	46%	1584	6336	76032
15 a 21 cajas	103	33%	2627	10506	126072
TOTAL	313	100%			214776

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Para la determinación de la demanda actual de los productos derivados del tomate riñón en la provincia de Chimborazo se toma como punto de partida las respuestas obtenidas en la encuesta realizada a personas que se dedican a las actividades de alojamiento y de servicios de comida que existen en la ciudad de Riobamba. Método conocido como pruebas o test de mercado para la determinación de la demanda y es un método de previsión objetivo.

La tercera encuesta es aplicada al total de familias residentes en la ciudad de Riobamba, dando un total de encuestados de 382.

¿Cuál es la cantidad aproximada que usted adquiere en cada compra? Escala semanal, tomando en cuenta que la libra de tomate tiene 4 tomates aproximadamente.

Tabla 20-3: Cantidad aproximada que usted adquiere en cada compra

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 – 2 libras	97	25%
3 – 4 libras	265	69%
5 – 6 libras	20	6%
Total	382	100%

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Opciones de respuestas	Numero de Respuestas	Porcentaje	Consumo semanal	Consumo mensual	Libras de tomate riñón consumidas en el año	Total en cajas
1 a 2 libras	97	25%	146	582	6984	310
3 a 4 libras	265	69%	928	3710	44520	1979
5 a 6 libras	20	6%	110	440	5280	235
TOTAL	382	100%			56784	2524

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

La determinación de nuestra demanda será en cajas, por lo que se pasará a convertir las libras en unidades para saber cuántas cajas de consumo obtendremos en esta encuesta.

Hay que tomar en cuenta que en la caja de tomate riñón vienen 90 tomates y en la libra 4 tomates aproximadamente. Por lo que como resultado nos da que cada caja tiene 22,5 libras de tomate riñón, lo que nos da un total de 5698 cajas anuales.

Total, demanda de tomate riñón en cajas

Tabla 21-3: Consumo de tomate riñón

Consumo de Tomate Riñón	Anual
Cajas de tomate riñón consumo familiar	2524
Cajas de tomate riñón consumo comercial	183552
DEMANDA TOTAL	186076

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Proyección de la demanda de cajas de tomate riñón

El método que se manejará para el cálculo de la proyección de la demanda es la de: regresión por factor de crecimiento.

La tasa a utilizar en el proyecto es la tasa de crecimiento de la población de Riobamba que, según datos del INEC 2010 es de 1.98%.

Formula de Aplicación: Regresión por factor de crecimiento = Registros históricos * tasa de crecimiento (tasa de crecimiento poblacional)

Tabla 22-3: Proyección de la demanda

Proyeccion de la demanda	
Año	Cantidad
2019	186076
2020	189760
2021	193517
2022	197349
2023	201256
2024	205241

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

3.4.1.2 Análisis de la Oferta

Oferta actual de cajas de tomate riñón

Al realizar el análisis de la oferta podemos identificar la competencia actual según la investigación de campo y su evolución en el mercado permitiendo al centro de acopio tomar una decisión acertada al momento de determinar los costos y el precio que se va a dar a nuestro producto, con el fin de ser competitivos en el mercado en relación a la competencia. Para el estudio de la oferta se utiliza la misma metodología y se pueden aplicar métodos similares a los estudios realizados para la determinación de la demanda.

Con la investigación de campo realizada se determinó que no existe un centro de acopio que oferte nuestro producto y servicio.

Se tomará en cuenta para el análisis de la oferta de cajas de tomate riñón la pregunta 1 2 6 y 7 de la primera encuesta realizada.

¿Usted cultiva tomate riñón?

Tabla 23-3: Cultivo de tomate riñón

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
SI	248	70%
NO	107	30%
TOTAL	355	100%

Fuente: Encuesta realizada a personas que se dedican a las actividades de agricultura en la Parroquia San Luis.

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Y de las respuestas arrojadas de la primera pregunta se procederá al cálculo de la oferta con la segunda quinta y sexta pregunta que determina cuantas personas estarían dispuestas a asociarse al centro de acopio y de ellas cuantas estarían dispuestas a entregar el total de su producción,

¿Cuántas cajas de tomate riñón produce semanalmente?

Tabla 24-3: Producción semanal

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 – 10	52	21%
11 – 20	146	59%
21 – 30	50	20%
Total	248	100%

Fuente: Encuesta realizada a personas que se dedican a las actividades de agricultura en la Parroquia San Luis.

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

¿Le gustaría que se cree un centro de acopio de tomate riñón y estaría dispuesto a asociarse al mismo?

Tabla 25-3: Creación y asociación de un centro de acopio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	239	97%
NO	9	3%
TOTAL	248	100%

¿Estaría dispuesto a entregar el total de su producción al centro de acopio?

Tabla 26-3: Entrega de cajas de tomate riñón al centro de acopio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	233	97%
NO	6	3%
Total	239	100%

Fuente: Encuesta realizada a personas que se dedican a las actividades de agricultura en la Parroquia San Luis.

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Oferta actual de las cajas de tomate riñón

Tabla 27-3: Oferta Actual de tomate riñón

Opciones de respuestas	Numero de Respuestas	Porcentaje	Producción semanal	Consumo mensual	Cajas de tomate riñón producidas en el año
1 a 10 cajas	52	20%	286	1144	13728
11 a 20 cajas	146	39%	2263	9052	108624
21 a 30 cajas	50	41%	1275	5100	61200
TOTAL	248	100%			183552
TOTAL OFERTA POR EL PORCENTAJE DE ENTREGA					178045

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Oferta Proyectada de las cajas de tomate riñón

El método que se manejará para el cálculo de la proyección de la oferta es la de: regresión por factor de crecimiento.

La tasa a utilizar en el proyecto es la tasa de crecimiento de la agricultura de la ciudad de Riobamba que, según datos del INEC 2010 es de 1.60%.

Formula de Aplicación: Regresión por factor de crecimiento = Registros históricos * tasa de crecimiento (tasa de crecimiento de la agricultura)

Tabla 28-3: Proyección de la oferta

Proyección de la oferta	
Año	Cantidad
2019	178045
2020	180894
2021	183788
2022	186729
2023	189717
2024	192752

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Demanda Insatisfecha de las cajas de tomate riñón

Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que probablemente el mercado consuma en un periodo determinado.

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se realiza una operación simple entre la demanda proyectada y la oferta proyectada para la obtención de la demanda insatisfecha se procederá al cálculo el cual consiste en la resta de la oferta proyectada del año actual hasta el año 2024 menos la demanda proyectada de los mismos años.

Demanda Insatisfecha de las cajas de tomate riñón

Tabla 29-3: Demanda insatisfecha

Demanda insatisfecha			
Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2019	186076	178045	8030
2020	189760	180894	8866
2021	193517	183788	9729
2022	197349	186729	10620
2023	201256	189717	11540
2024	205241	192752	12489

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

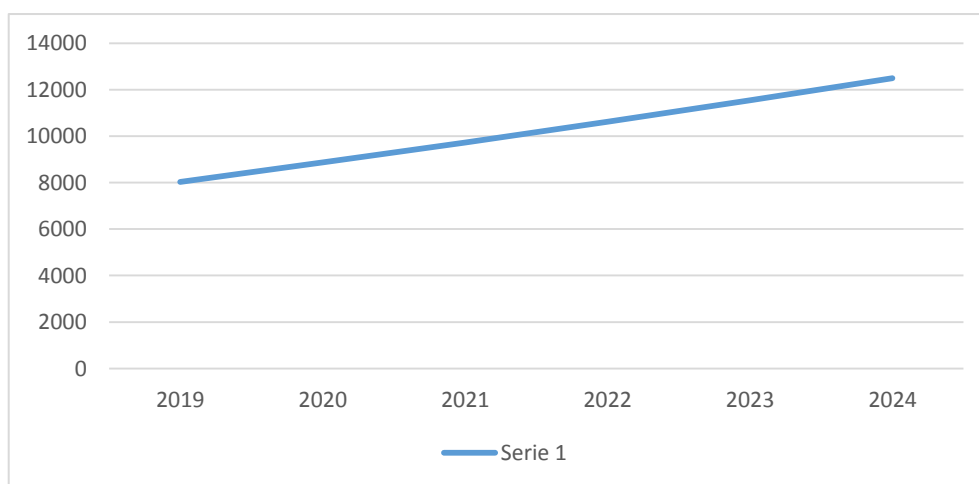


Gráfico 18-3: Demanda insatisfecha

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Análisis: La grafica que se va analizar es la correspondiente a la demanda insatisfecha en el mercado actual, lo que muestra un amplio mercado que no tiene lo que necesita al realizar este análisis del año 2019 podemos observar que la demanda insatisfecha para este año es de 8030 cajas, para el año 2024 se tendrá una demanda insatisfecha de 12489 cajas, lo que da paso a continuar con el presente proyecto ya que observamos que hay un amplio mercado que cubrir permitiendo al centro de acopio a poder cumplir con sus objetivos dentro del mercado.

3.4.1.3 Marketing Mix

Producto

Características del Producto

- Será presentado en cajas de cartón para evitar daños con el medio ambiente, cajas que serán de medida 50cm de ancho por 40cm de alto y 20cm
- Será producto seleccionado, es decir entregaremos un producto en buenas condiciones, en el estado perfecto de madurez, entre sus características es estar sin abolladuras, color rojo, ovalado y de tamaño mediano en el tipo de tomate que nuestro centro de acopio entregará.
- Será un producto fresco, ya que por medio de la selección el producto que este no pasará demasiado tiempo en almacenamiento y será enviado al mercado en el momento adecuado.
- Tendrá un proceso de pre-lavado, para evitar que nuestro producto salga del centro de acopio con bichos o plagas que existen en la tierra y por medio de ello el consumidor podrá ocuparlo una vez que ya lo tenga en sus manos.

Determinación del precio del producto

De acuerdo con la información obtenida los consumidores adquirirían el producto en un precio de 10 a 11 dólares.

Tabla 30-3: Precio Real

PRECIO DEL TOMATE		
PRODUCTO	PRESENTACIÓN	PRECIO
Tomate riñón	Cajas	\$ 8,50

Fuente: Encuestas realizadas a los productores dela parroquia de San Luis.

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Promoción

La publicidad es la manera de dar a conocer a los posibles consumidores sobre un bien o servicio a través de medios de comunicación, para fomentar el poder adquisitivo del mismo. El centro de acopio “San Luis” se dará a conocer a través de los siguientes medios de comunicación:

- Se realizará propagandas a través del canal de televisión TVS CANAL 13 de la ciudad de Riobamba, para convocar a los productores, comerciantes de la parroquia San Luis y sus alrededores quienes deseen vender sus cosechas de tomate riñón, así como dando a conocer la ubicación del centro de acopio y sus servicios, como ir informando a los posibles consumidores de la existencia del mismo y de las ventajas que tendrían al comprar nuestros productos.
- Simultáneamente con el apoyo del GAD Parroquial de San Luis se realizarán charlas acerca de los beneficios que brinda vender sus productos a través del centro de acopio.
- Se creará una página web para que los posibles consumidores puedan conocer los productos y como adquirirlos.
- Se difundirá nuestro servicio a través de Facebook donde podrán conocer el servicio que brindará el centro de acopio.

Se difundirá a través de volantes, anuncios en los periódicos más grandes de la ciudad como es Diario la Prensa y Diario Regional los Andes, y en publicidad electrónica.

Plaza

La plaza hace referencia al mercado o al lugar de distribución de los productos a cuál se acogerá el centro de acopio, el canal de comercialización corto será acogido por la empresa.

COMERCIALIZACION

En esta etapa la comercialización nos permite como productores hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.

Las herramientas de comercialización que utilizara el centro de acopio de San Luis serán:

- Diseñar un logotipo.
- Buscar un empaque adecuado que contendrá un código de barras, lo que permitirá garantizar la calidad del producto.
- Fijación del precio.
- Medidas de promoción, canales de distribución.

BENEFICIOS DE LA COMERCIALIZACION

- Proporciona la expansión del mercado

- Brinda mejor la calidad de vida al productor y familia
- Aumenta la calidad de los productos, tanto en presentación como en las propiedades del producto en sí mismo.
- Nivelan los precios de manera que sean juntos tanto para el consumidor como para el productor.

DISTRIBUCIÓN

La distribución es el medio por el cual el producto llegar del productor al consumidor final, deteniéndose en varios puntos como pueden ser intermediarios. En este punto los productores siempre tratan de escoger el canal más ventajoso considerando sus condiciones.

En este caso la distribución del producto se realiza de forma directa a los distintos negocios que se dedican a las actividades de alojamiento y de servicios de comida que existen en la ciudad de Riobamba

Para la distribución del tomate riñón de la parroquia de San Luis se va a utilizar el siguiente canal de distribución que se reflejará en el siguiente cuadro.

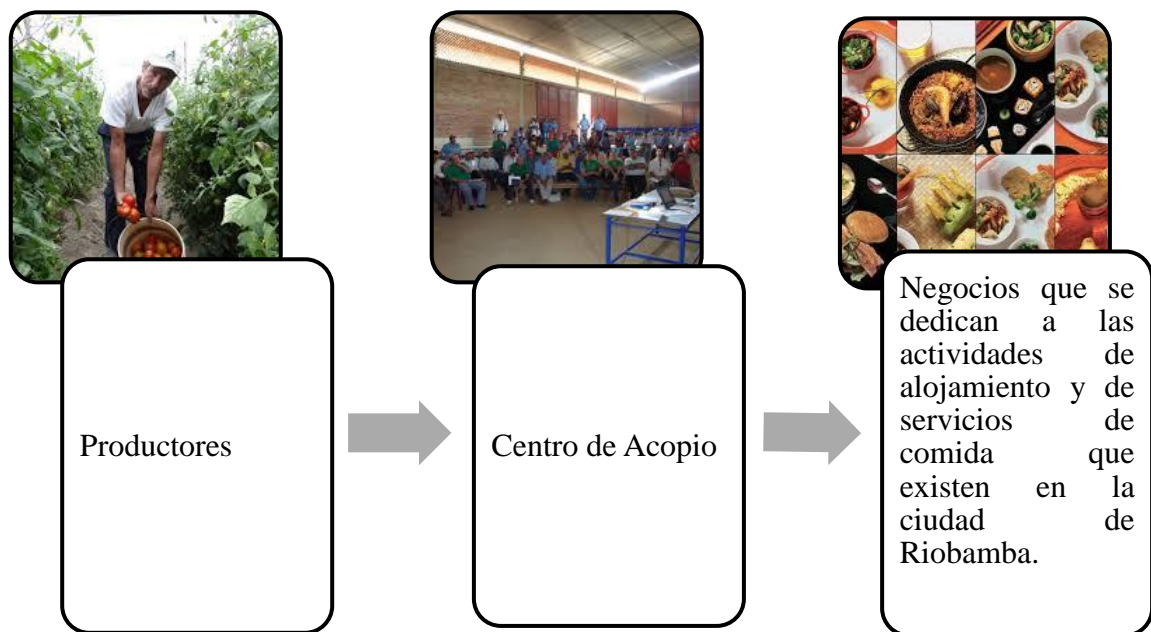


Figura 1-3: Distribución Directa
 Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

LOGOTIPO



Figura 2-3: Logotipo

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

3.4.2 Estudio técnico

3.4.2.1 Determinación del tamaño del proyecto

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

3.4.2.2 Localización del proyecto

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

3.4.2.3 Macro localización

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



Figura 3-3: Mapa del Ecuador

Fuente: Google.com

Factores generales que influyen en la macro localización

Disponibilidad de materias primas en la región

La empresa tendrá cercanía a las propiedades de los agricultores puesto que el centro se abastecerá fácilmente con el producto.

Análisis preliminar del costo del transporte

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

3.4.2.4 Micro localización

El centro de acopio funcionará en la Provincia de Chimborazo Cantón Riobamba, Parroquia San Luis, junto al río Chibunga.

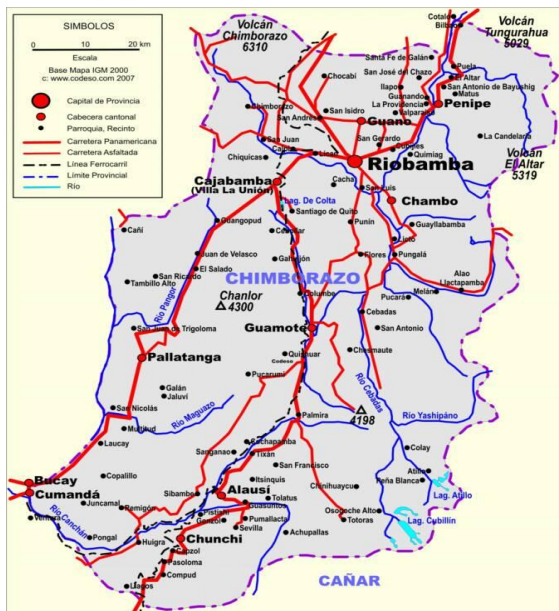


Figura 4-3: Mapa de la Provincia Chimborazo
Fuente: GAD Municipal de Riobamba



Figura 5-3: Ubicación del centro de acopio

Fuente: Google maps

El sitio en donde se construirá el centro de acopio es en un terreno comunitario que actualmente poseen los agricultores de San Luis, el terreno cuenta con 600 metros cuadrados y cuenta con vías de acceso lo que permite facilidad para el transporte vehicular, además se encuentra ubicado a 8 minutos del centro de la Parroquia y está en una zona céntrica a los invernaderos de los productores.

Factores que influyen en la micro localización

Disponibilidad de medios de transporte

Se contará con un camión que facilitará el traslado de los productos que se compra a los agricultores de la Parroquia, el cual transportará hasta los consumidores

Disponibilidad e Mano de Obra

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

Contaminación ambiental

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

Comportamiento de la comunidad

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

Competencia

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

3.4.2.5 Ingeniería del proyecto

Procesos

Flujograma de compra

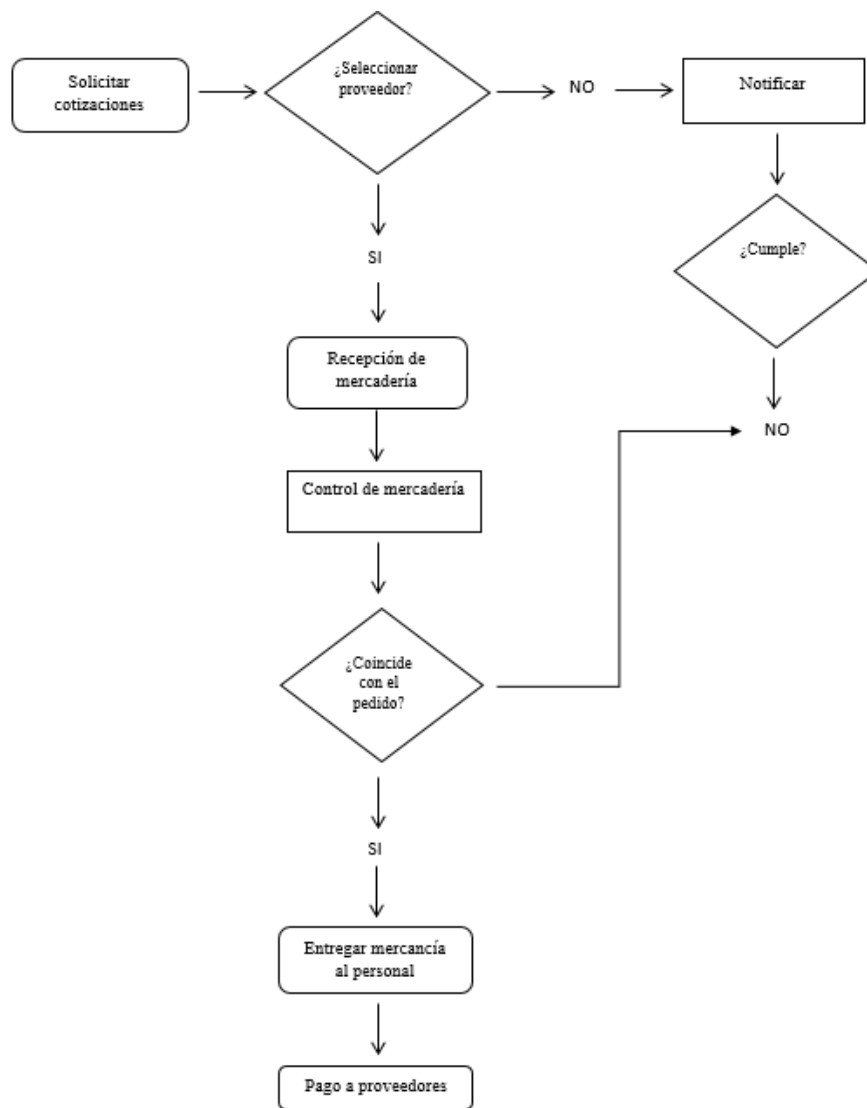


Figura 6-3: Proceso de compra del Tomate Riñón
Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

DIAGRAMA DE PROCESO DE COMPRA DEL TOMATE RIÑÓN

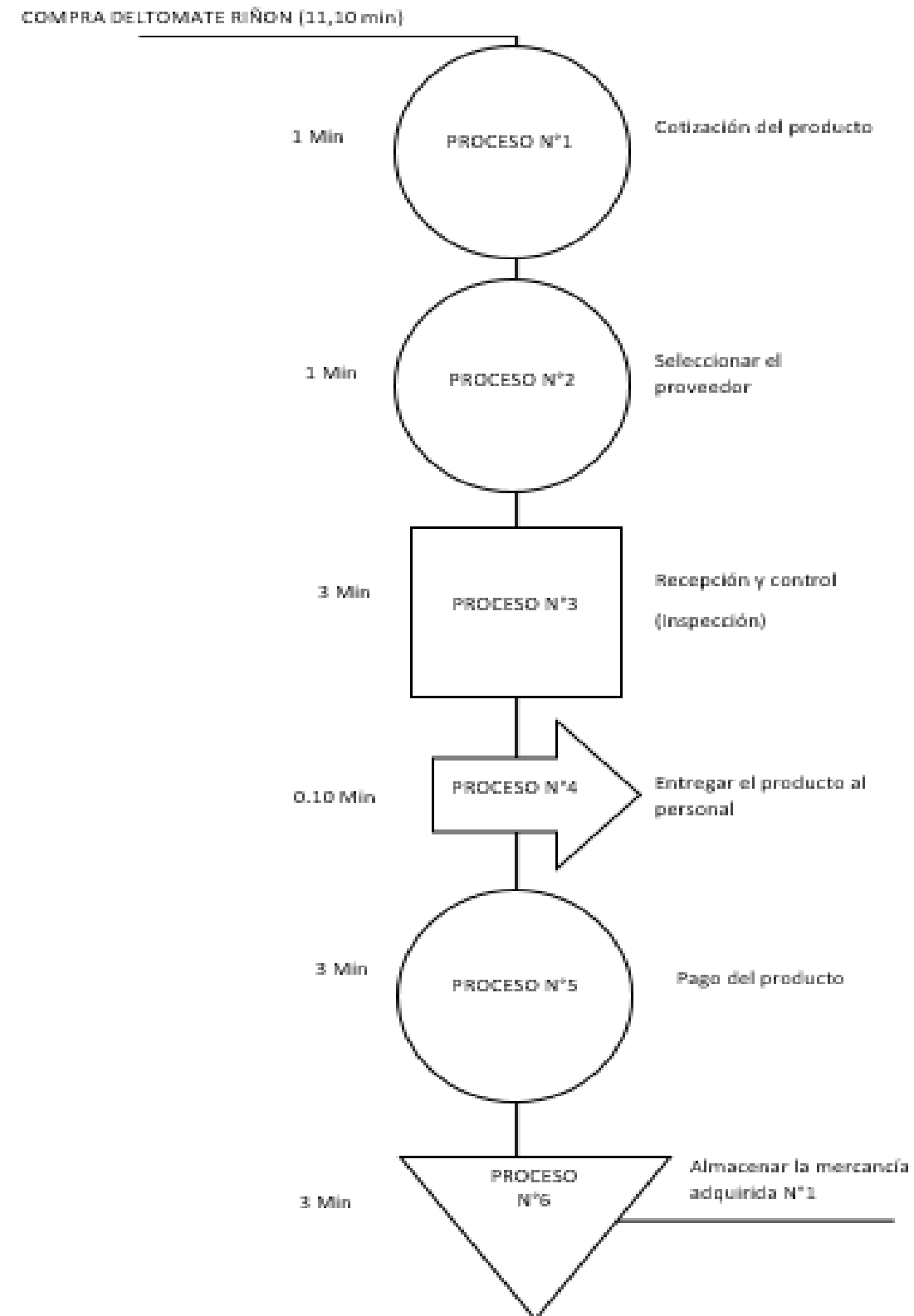


Figura 7-3: Proceso de selección del Tomate Riñón

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Descripción del proceso de cada compra de las cajas de tomate riñón

Tabla 31-3: Proceso de selección del Tomate Riñón

Proceso	Nombre del proceso	Descripción	Tiempo
Proceso N° 01	Solicitar cotizaciones	La solicitud de cotización es realizar la petición por parte de nuestro centro de acopio a los productores	1 minuto
Proceso N° 02	Seleccionar proveedor	De las cotizaciones realizadas seleccionar los proveedores que mejor calidad y precio tengan.	1 minuto
Proceso N° 03	Recepción y control de mercadería	Ingresar la mercadería a nuestro centro de acopio y verificar que todo el producto este en buen estado.	3 minutos
Proceso N° 04	Entregar mercancía al personal	Una vez seleccionado el producto que va ingresar se entrega al personal para los procesos posteriores.	0,1 minuto
Proceso N° 05	Pago a proveedores	Pago de la mercadería.	3 minutos
Proceso N°6	Almacenamiento	Guardar la mercadería	3 minutos
TIEMPO DE COMPRA			11,10 minutos

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

FLUJOGRAMA DEL PROCEDIMIENTO INTERNOS DEL TOMATE RIÑÓN

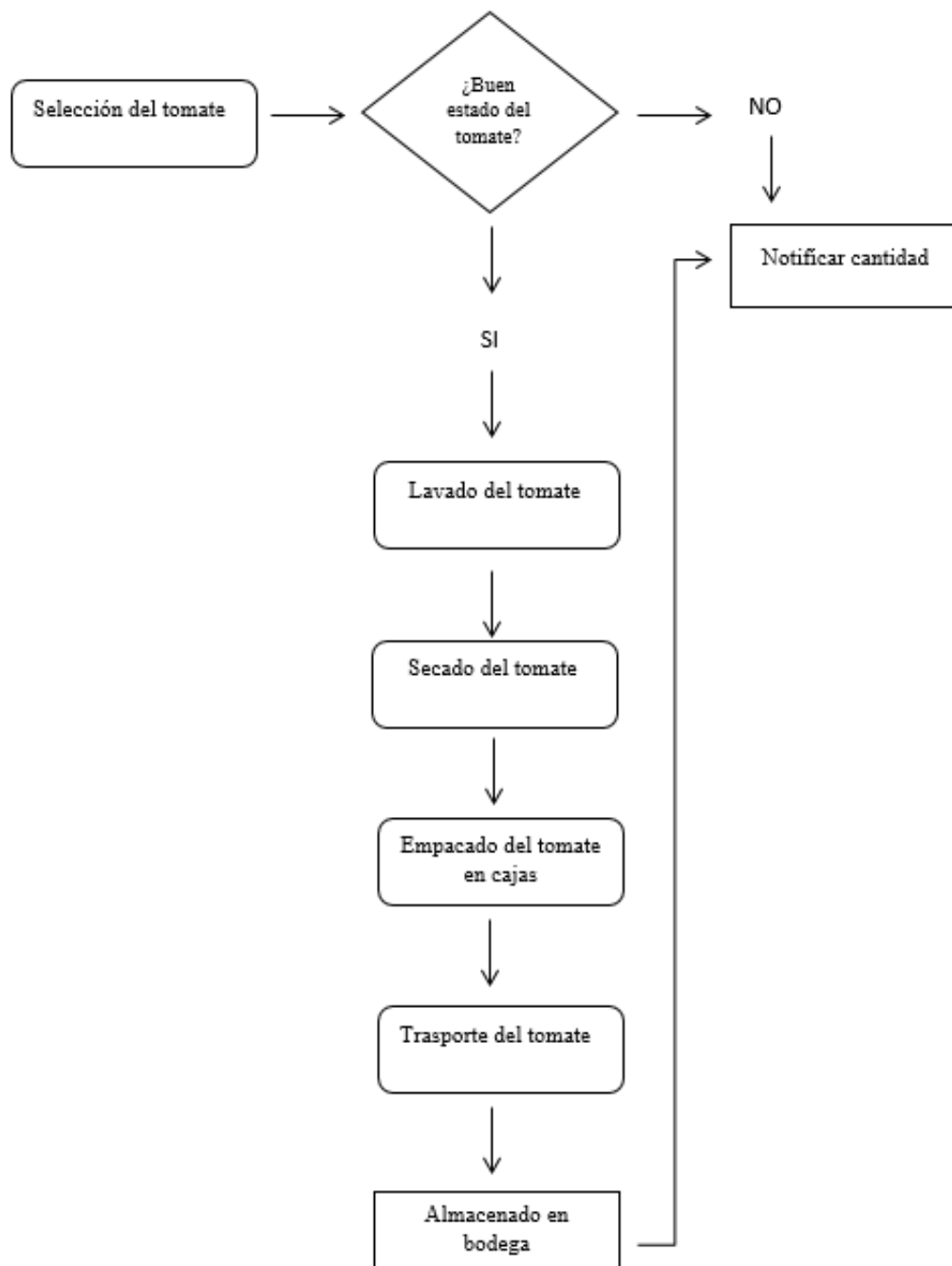


Figura 8-4: Flujograma de selección del Tomate Riñón
Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

DIAGRAMA DE PROCESOS DEL PROCEDIMIENTO INTERNOS DEL TOMATE RIÑÓN

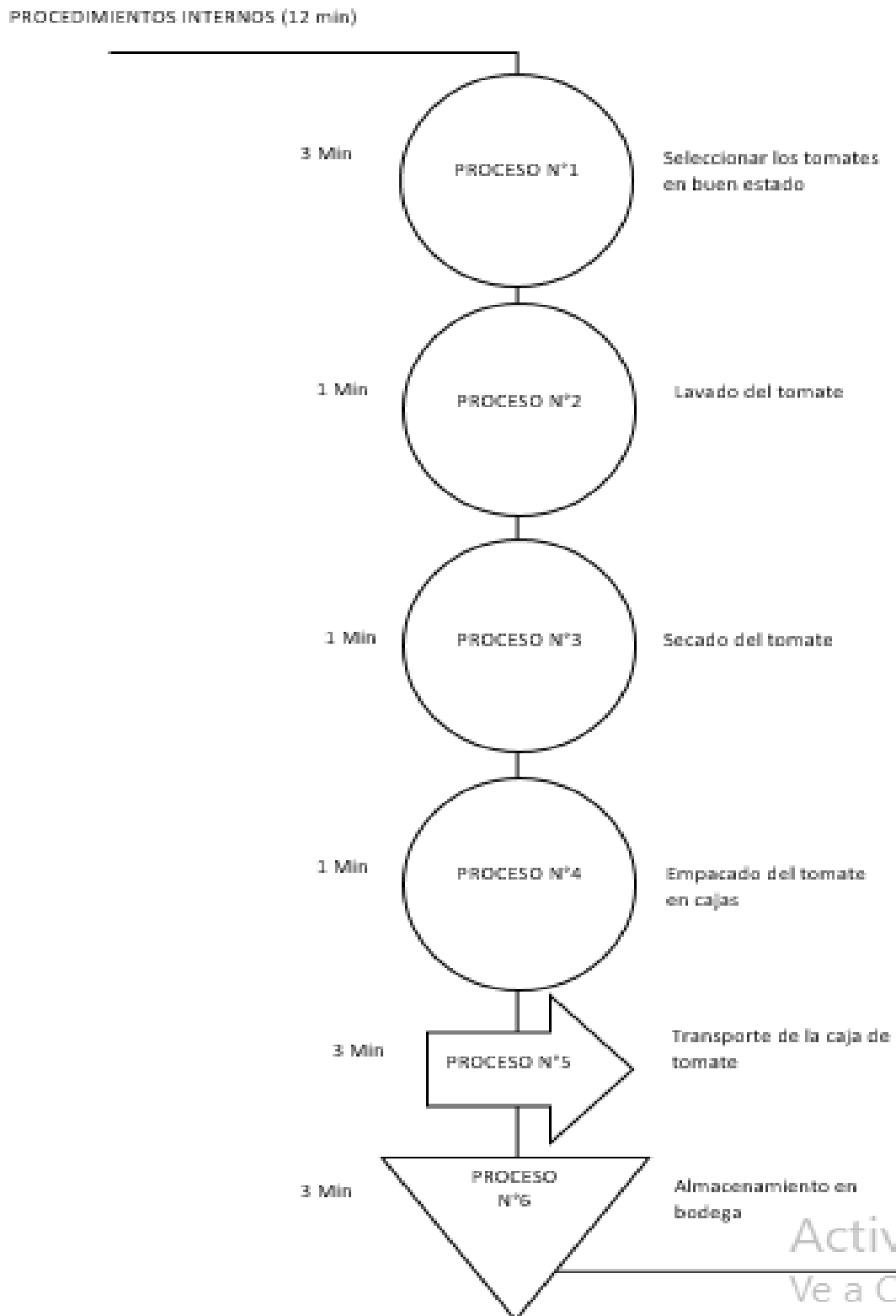


Figura 9-3: Proceso de selección del Tomate Riñón
Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Tabla 32-3: Descripción de procedimientos internos de las cajas de tomate riñón

Proceso	Nombre del proceso	Descripción	Tiempo
Proceso N° 01	Selección del tomate	Es el control de calidad es realizado por un grupo de técnicos que se encargan de garantizar el máximo grado de calidad de nuestros productos.	3 minutos
Proceso N° 02	Lavado del tomate	Es un el sistema integral para garantizar la seguridad alimentaria, así también disminuir el consumo de agua.	1 minuto
Proceso N° 03	Secado del tomate	Contar con el producto en fresco, ampliando así las posibilidades de que el producto se mantenga comestible por mas días.	1 minuto
Proceso N° 04	Empacado del tomate en las cajas.	Nos permite asegurar la máxima protección para todos los productos.	1 minuto
Proceso N° 05	Transporte	Trasladar la mercadería al área de almacenamiento	3 minutos
Proceso N° 06	Almacenamiento del producto.	Es uno de los servicios logísticos más importantes en la cadena de suministro de una empresa, ya que además de albergar los productos en un espacio físico, se realizan actividades de control, disponibilidad y requerimiento de los productos.	3 minutos
TIEMPO DE PROCEDIMIENTOS			12 minutos

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

DIAGRAMA DE PROCESOS DE LA VENTA DE LAS CAJAS DE TOMATE RIÑÓN

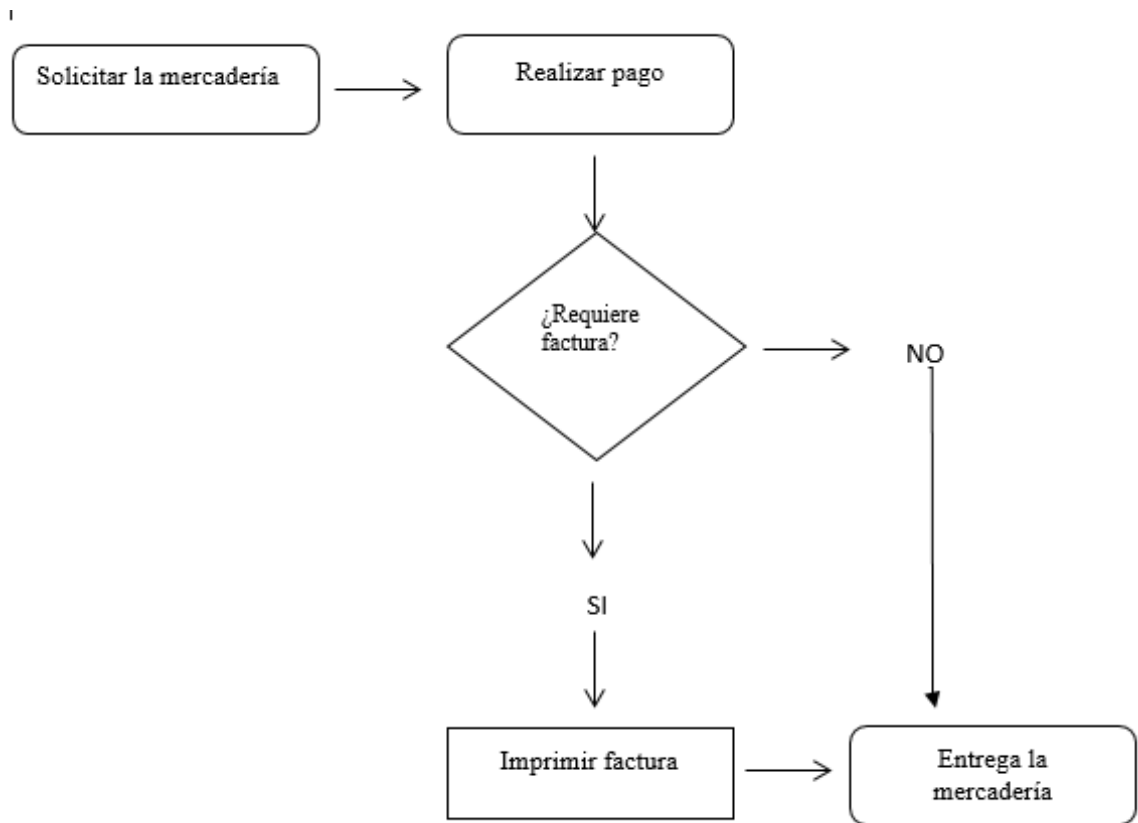


Figura 10-3: Flujograma del proceso de venta
Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE VENTA DE LA CAJA TOMATE RIÑÓN

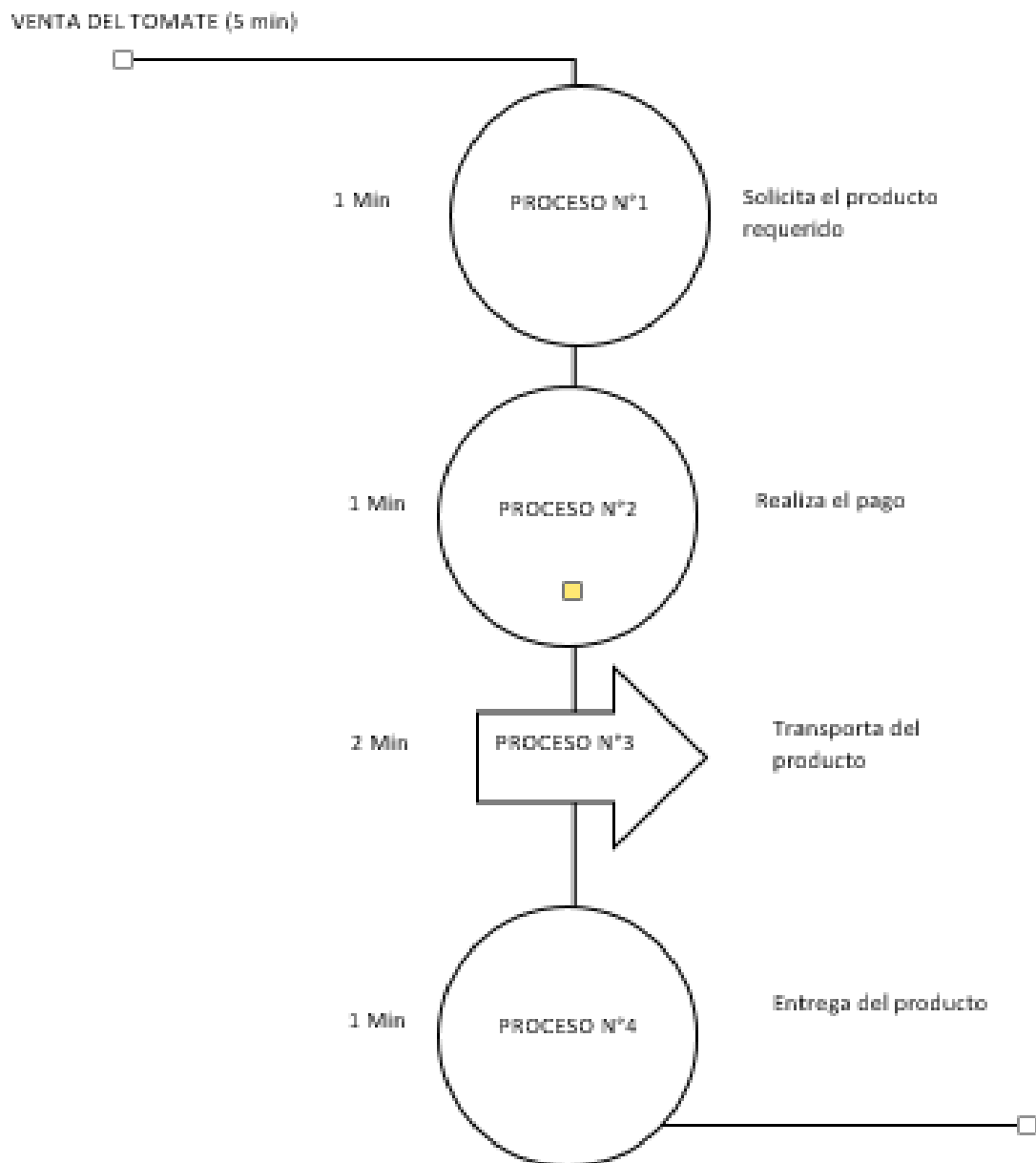


Figura 11-3: Proceso de selección del Tomate Riñón

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Tabla 33-3: Descripción del proceso de venta de la caja de tomate riñón

Proceso	Nombre del proceso	Descripción	Tiempo
Proceso N° 01	Solicitar la mercadería	Cliente llama o se acerca a solicitar la mercadería.	1 minuto
Proceso N° 02	Realiza pago	Se efectúa el pago de mercadería en efectivo.	1 minuto
Proceso N° 03	Transporte	Se traslada la mercadería desde la bodega de almacenamiento hasta el vehículo del cliente	2 minutos
Proceso N° 04	Entrega de la mercadería	Distribución de la mercadería	1 minuto
TIEMPO DE VENTA			5 minutos

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

MAQUINARIA Y EQUIPO

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

Selección De Maquinaria Y Equipo

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

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



Figura 7-3: Cinta transportadora para Carga y descarga de Camiones

Fuente: Google

Mesa de selección a motor

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



Figura 8-3: Mesa de selección a motor
Fuente: Google

Balanza digital

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



Figura 9-3: Balanza digital
Fuente: Google

Carretilla hidráulica

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



Figura 10-3: Carretilla hidráulica
Fuente: Google

- **Perchas bilaterales**

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



Figura 11-3: Perchas bilaterales

Fuente: Google

- **Cajones de madera**

Los cajones nos servirán para poner el tomate riñón una vez lavados y seleccionado el producto



Figura 12-3: Cajones de madera

Fuente: Google

Presupuesto de maquinaria y equipos de operación

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

ESPECIFICACIONES TECNICAS

Tabla 34-3: Especificaciones técnicas

MAQUINARIA Y EQUIPO	ESPECIFICACIÓN
Cinta transportadora de carga	Básicamente, una cinta transportadora consta de una banda continua que es arrastrada por fricción por la acción de un tambor cilíndrico, llamado tambor motriz, que es accionado, en la mayoría de las ocasiones, por un motor eléctrico, aunque pueden emplearse otras fuentes de energía para el accionamiento del tambor motriz.
Mesa de selección	Las mesas de selección a rodillos permiten al productor escoger o eliminar con racionalidad frutos y hortalizas, mejorando la calidad final de los productos. Tiene los rodillos de aluminio ideales para cítricos, también tiene dos embudos por lado que terminan en transportadores a lona para la evacuación de los productos que se escojan o se eliminen por los embudos. El ancho de paso de fruta es de 1.500 mm y el largo total de la maquina es de 6.000 mm.
Balanza digital	Puede soportar un peso de hasta 180 kilos
Carretilla Hidráulica	Esta es una carretilla de carga con ruedas neumáticas. Puede soportar un peso de entre 80 y 90 kg y mide 46 cm de ancho x 25 cm fondo. Es robusta, por lo que será duradera. Tiene una empuñadura ergonómica para facilitar su agarre.
Perchas	Cada percha es de 2m de largo por 1, 80 de alto con tres repisas cada una con capacidad de almacenar 12 cajas.
Cajones de madera	Tendrán una capacidad para 22,5 libras es decir 90 tomates aproximadamente. Que tendrán una medida de 49cm de alto 43cm de largo y 30cm de ancho

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Infraestructura física

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

Se realizará la reconstrucción y adecuación del lugar para que quede una instalación idónea para el funcionamiento del centro de acopio.

Diseño de infraestructura Física

La estructura física será entregada por parte del GAD parroquial de San Luis, se procedió a medir las respectivas áreas en el lugar que designó el presidente del GAD, por ser un área comunitaria, ubicado junto al puente del río Chibunga, y cuenta con un espacio de 600m² para la construcción del Centro de Acopio.

Presupuesto técnico

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

Inversión fija

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

Terreno

Como se mencionó anteriormente el terreno será donado por parte del GAD parroquial.

Según el avalúa catastral del GAD Cantonal de San Luis el metro cuadrado en el sector rural en la cabecera parroquial es de \$72,05 el metro cuadrado dando un avalúa de \$43.230 por los 600 m² que tiene el área asignada.

Edificio

Según la cámara de comercio el precio de construcción es de \$425 por m² y considerando la infraestructura es de 600 m² menos el área de estacionamiento que es de 130 m² siendo un total de 470 m² dando un valor en edificios de \$199.750.

Diseño de Infraestructura Física

Se detalla el espacio que se va a ocupar en la construcción del centro de acopio.

El diseño para la construcción del centro de acopio cuenta con una sola planta de procedimientos, lo cual facilita los procesos de producción y manejo del producto, así como la agilización de todos los procesos administrativos lo cual optimiza los recursos del proyecto.

Para una buena distribución de la planta se tomará en cuenta varios criterios que dará una efectividad en la prestación de servicios y un ambiente adecuado de trabajo.

De acuerdo con el diseño la planta se encontraría de la siguiente manera:

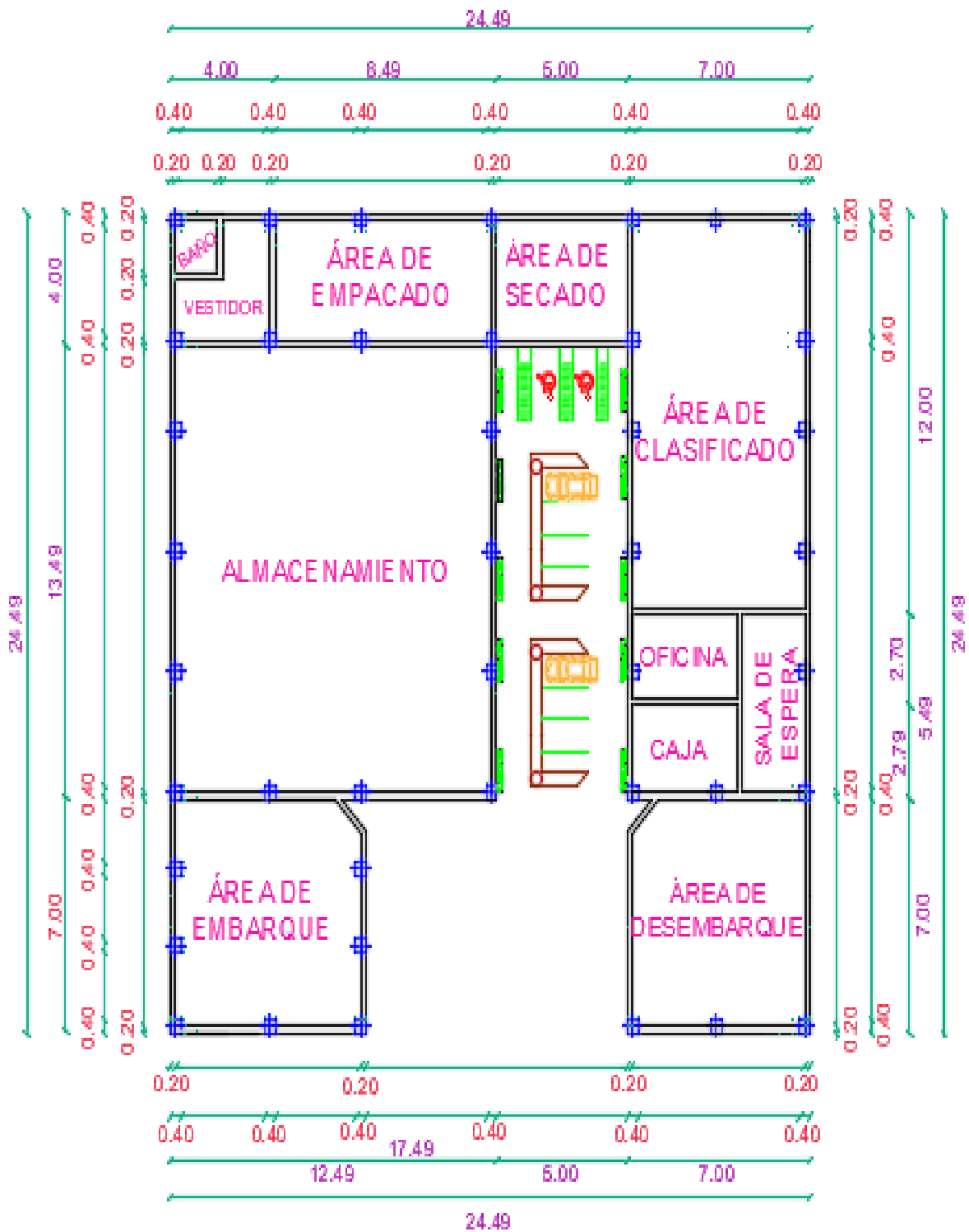
Tabla 35-3: Infraestructura física

INFRAESTRUCTURA FISICA			
Detalle	Nº De Unidades	Dimensiones	Área cuadrada
Área de embarque	1	9m* 7m	63m ²
Área de desembarque	1	7m * 7 m	49 m ²
Oficinas/sala de espera	1	5m * 7m	35m ²
Área de clasificación	1	12,49m *7m	85m ²
Área de lavado y secado	1	5m* 4m	20m ²
Área de empacado	1	8,49m * 4m	32,5m ²
Baño/ vestidor	1	4 * 4	16m ²
Almacenamiento	1	13,49m * 12,49m	168,5m ²
Estacionamiento	1	7m* 18,72m	131 ²
Total De Áreas De Infraestructura	9		600m²

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Infraestructura del centro de acopio



PLANO ARQUITECTONICO "COTAS"

Figura 13-3: Infraestructura física
Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Capacidad instalada

Almacenamiento, tiene un área de 13,49m*8,49m en la cual realizado con el análisis de maquinaria y equipo tiene la capacidad para la instalación de 324 perchas, cada percha con medidas de 2 metros de ancho por 1,80 de alto las cuales cuentan con tres repisas cada espacio de 50cm.

Los espacios para la movilización del producto son de 1 metros por cada lado y entre perchas de 50cm metros, para facilitar el transporte de la mercadería en la carretilla hidráulica.

Es decir, tendremos una capacidad de almacenamiento de 4 cajas por piso en cada percha 12 cajas considerando que son 3 pisos dándonos un total de capacidad de almacenamiento de 3.888 cajas.

Lo que resulta favorable porque para nuestra producción necesitamos un almacenamiento semanal como mínimo de 3.800 cajas de tomate riñón.

Tanto el área de embarque como de desembarque cuenta con la instalación necesaria para la comodidad de transporte de la mercadería, es un lugar adecuado tanto para camionetas como para camiones y el estacionamiento cuenta con espacio suficiente para no causar conflictos al momento del tránsito.

3.4.3 Estudio legal y administrativo

3.4.3.1 Estudio Legal

En el estudio legal para el estudio de factibilidad se determina algunos aspectos legales como el tipo de personalidad jurídica pudiendo ser persona natural o jurídica a partir de lo establecido en las leyes ecuatorianas, los requisitos para la constitución de la compañía o asociación, uso de patentes, leyes tributarias, permiso para funcionamiento de igual manera los aspectos laborales la contratación adecuada del personal que operara en la empresa para determinar de este modo si es conveniente la constitución de la empresa.

3.4.3.2 Ubicación

Región: Sierra
Provincia: Chimborazo
Cantón: Riobamba
Parroquia: San Luis
Su fin

El centro de acopio “C.A SAN LUIS” se creará con el fin de comercializar tomate riñón, puesto que se comprará a los agricultores su producción para posterior venderlos en el mercado mayorista de Riobamba así como también al área de hotelería y comida de la misma ciudad. A más de mejorar y facilitar la venta a los productores de la parroquia San Luis, ya que será una venta directa al consumidor.

3.4.3.3 Base legal

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

Tabla 36-3: Trámites para la constitución Legal del Centro de Acopio "C.A SAN LUIS"

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

Fuente: Investigación documental y de campo

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

3.4.4 Estudio administrativo

Es importante detallarte cada uno de los aspectos mediante el detalle de los niveles jerárquicos y la designación de funciones que vayan de acuerdo a la misión y visión de la empresa, aunque nos encaminen a un liderazgo permanente en el mercado.

3.4.4.1 Descripción de la empresa

CA San Luis será una micro empresa destinada a la venta al por menor y mayor de tomate riñón, con la finalidad de ayudar a los agricultores de la parroquia a generar mejores ganancias en la venta de su producto, sin una intervención mayor de intermediarios, es por ello que nuestro centro de acopio será comunitario.

3.4.4.2 Misión

Nuestro compromiso es brindar estrategias de organización, operación comercial y logística a nuestros clientes para satisfacer sus necesidades, y con ello ampliar nuestros conocimientos e ingresos a través de ofertar productos de calidad a precios convenientes basándonos en la cadena de abastecimiento (producción, almacenamiento, distribución y transporte) en el tiempo oportuno a un bajo costo. Nuestro centro de acopio es comunitario, por ello se basa en servir como elemento del mejoramiento continuo en la cadena de abastecimiento buscando beneficiar a los productores de la parroquia.

3.4.4.3 Visión

Llegar a ser al 2023 una empresa líder en la comercialización de Tomate riñón llegando a diferentes mercados del País, obteniendo los mejores estándares de calidad, siendo innovadores con nuestros productos, además de contribuir con el desarrollo económico y social de la población, así como también del País, generando empleo ya que se ampliará el centro, a más de obtenida confianza de los agricultores y clientes.

3.4.4.4 Valores Institucionales.

Respeto. - Promover el respeto como condición primordial para la colaboración y coexistencia tranquila de los asociados al centro de acopio. Esto implica una actitud personal y colectiva hacia la consideración del uno hacia los demás, tanto en la forma de pensar como en la de actuar y el acatamiento de las normas.

Libertad. -este centro de acopio comunitario reconoce la libertad como el dominio consiente del propio acto para expresarse y actuar conforme a las creencias y valores personales, sin que ello afecte la libertad del otro

Pluralismo. - Se fomenta la expresión de todas las formas de pensamiento como parte del enriquecimiento cultural y académico. Incluye el reconocimiento de la diversidad étnica, religiosa, política e ideológica como condición fundamental que promueve la equidad social.

Responsabilidad. - La comunidad institucional ejerce sus derechos, se hace cargo de sus acciones y afronta las consecuencias derivadas de sus actos, decisiones y omisiones. Implica madurez en la toma de decisiones y el cumplimiento de los compromisos adquiridos.

Dignidad. -La institución concibe la dignidad como la consciencia de la persona por respetarse a sí misma y a los demás, como un modo de manifestación propio de su condición como ser humano y como parte de la comunidad institucional.

Ética. - La institución orienta sus esfuerzos hacia una educación en forma ética y para la ética. Es decir, las grandes tareas del Instituto, en cuanto a formación, investigación y proyección social, deben ser realizadas con responsabilidad académica y política, con fundamento racional y con honestidad en los procesos y los productos.

Honestidad. - Se concibe como el actuar conforme se piensa y el expresarse de acuerdo a como se siente. En su sentido más simple, es entendido como el respeto por la verdad y la justicia, y se constituye una condición fundamental para el logro de los objetivos institucionales en la medida que refleja el comportamiento ético esperado.

Justicia. -La institución reconoce la justicia como el actuar con ecuanimidad y objetividad en todas las dimensiones donde el ser humano interactúa; representa el orden y la armonía social dando a cada individuo lo que le corresponde o pertenece sin que esto genere el detrimento propio ni de la sociedad.

Excelencia. - La institución promueve un servicio de alta calidad, y se compromete con la mejora continua para alcanzar la excelencia en las acciones emprendidas en todos sus campos de actuación. En el marco del ejercicio académico, propicia la innovación e investigación como condición de excelencia.

3.4.4.5 *Políticas*

Estas serán las políticas que se llevará:

- El centro de acopio “CA San Luis” cumplirá con las cancelaciones por la compra de los productos a los agricultores el día y a la hora acordado.
- El centro de acopio “CA San Luis” entregará los productos a los clientes en el mejor estado y calidad que se merecen.
- El centro de acopio “CA San Luis” trabajará con el mayor respeto y ética posible.
- El centro de acopio “CA San Luis” fomentará valores a los colaboradores para mejorar las relaciones laborales diarias.
- Mostrar respeto para cada uno de los que integran el centro de acopio y por ende a los clientes.
- Capacitación al personal por lo menos una vez al año.
- Utilizar las herramientas de trabajo proporcionados por la empresa obligatoriamente.
- Mantener el lugar de trabajo limpio y arreglado.
- Pago del precio justo a nuestros agricultores.

3.4.4.6 *Reglamentos*

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

- Las horas de entrada y salida será acorde a los establecidos en el contrato de 8:00 am a 12pm y de 2pm a 6pm y deberán ser cumplidas rigurosamente por el personal.
- Los días laborables será de martes a sábado.
- Es obligación del personal cuando falten avisar, y solamente se justificarán la inasistencia por enfermedad o fuerza mayor
- Toda solicitud de permiso por parte de los colaboradores será pedida mediante oficio caso contrario no será considerado como permiso, el empleador no está obligado a pagar por dichas causas.
- El trabajo de los colaboradores será cancelado de acuerdo a lo establecido en el contrato de trabajo.
- Los sueldos y salarios deberán ser pagados directamente al trabajador o a la persona por él designada, en el lugar donde preste sus servicios, salvo convenio escrito en contrario (código de trabajo artículo 86)

- Obligarse a trabajar con la mayor eficiencia y compromiso a desempeñar de buena fe las funciones que se confíen.
- Cualquier hecho que constituya accidente de trabajo debe ser comunicado de inmediato por el trabajador afectado a su superior jerárquico.
- El trabajador debe aplicar las respectivas normas de higiene a la hora de empacar los respectivos productos.

Tabla 37-3: Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nuestra planta se encuentra ubicada en lugar estratégico el cual ayudara en gran parte a la distribución de esta manera optimizaremos los tiempos de entrega. ✓ Contaremos con personal altamente calificado tanto técnica como administrativa. ✓ Será un centro de acopio comunitario, lo que nos permitirá obtener el producto a buenos precios sin necesidad de intermediarios. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ser el primer Centro de Acopio en la parroquia San Luis. ✓ Creación de nuevas plazas de trabajo. ✓ Buscar formas de diversificación una vez que nuestra empresa haya obtenido fuerza en el mercado.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Carecemos de experiencia debido a que somos una empresa nueva en el mercado ✓ Acaparar clientes de nuestra empresa competidor. ✓ Insuficiente mercado alternativo. ✓ Gran inversión inicial por la calidad de las maquinarias 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Catástrofes naturales ✓ Baja de precio del producto

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

3.4.4.7 Estructura

Al ser una micro empresa nueva contara con una estructura simple, debido al tamaño y a la actividad por lo que está conformado por 8 empleados los cuales estarán distribuidos por áreas, el área administrativa y el área de producción.

Organigrama Estructura del Centro de Acopio

En toda organización se hace necesario establecer los niveles de organización de tal manera que mejore el trabajo en equipo, ya que cada miembro de esta conocerá su función y la desarrollara de la mejor manera.

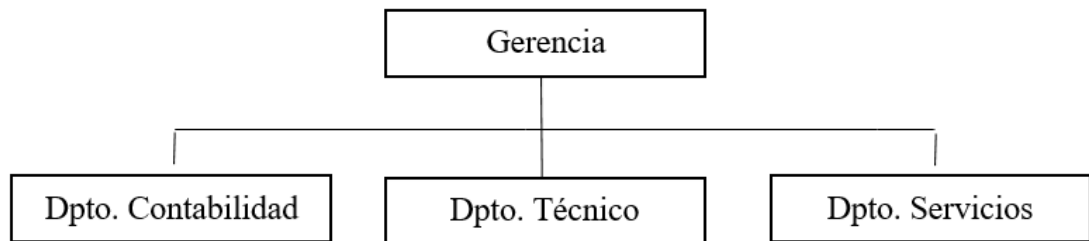


Figura 14-3: Organigrama Estructura del Centro de Acopio
Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Organización por Posición

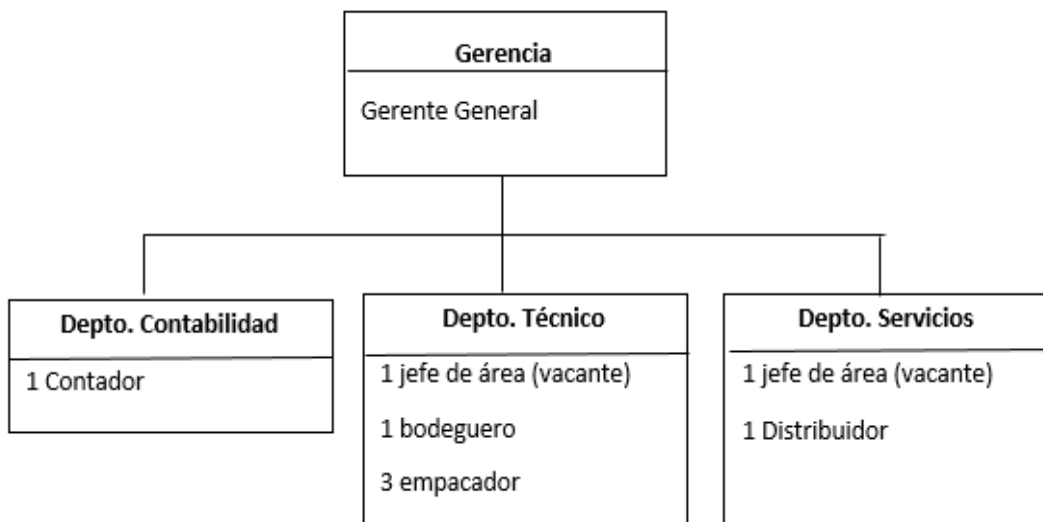



Figura 15-3: Organización por posición
Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Perfil del puesto

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

Perfil de gerente general

Tabla 38-3: Perfil del gerente general


 PERFIL/ DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO: GERENTE GENERAL	
PERFIL DEL PUESTO: El gerente general del será la persona quien esté al frente de la empresa puesto que del dependerá el buen o mal funcionamiento, es la persona quien ejerce autoridad sobre el resto de cargos, contabilidad, operadores como empacadores, distribuidores y bodeguero.	
1. REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PERSONAL	
1.1 Perfil del personal	
<ul style="list-style-type: none">• Sexo: Indistinto• Edad: 28 a 45 años• Presencia personal: Buena presencia• Estado civil: Indistito	
1.2 Funciones	
<ul style="list-style-type: none">• Representar legalmente a la empresa.• Formular, cumplir y hacer cumplir las políticas y directrices que normaran el funcionamiento del centro de acopio.• Controlar el cumplimiento de los reglamentos y valores corporativo.• Garantizar el adecuado manejo de los recursos de la empresa• Seleccionar, capacitar y controlar al personal, determinar su permanencia en el cargo y fijar su remuneración.• Autorizar los respectivos pagos a los colaboradores• Pagar a los proveedores de productos agrícolas por el abastecimiento del centro d acopio.	
1.1.1 Cualidades/habilidades	
-Responsable	-Buena comunicación
-Innovador	-Buenas habilidades interpersonales
-Entusiasta	-Trabajo en equipo
-Creativo	-Honesto
-Tolerante	-Leal
-Puntual	
1.2 Escolaridad deseada	
Ingeniero en administración o equivalente en administración de empresas	
1.2 Conocimientos básicos	
-Conocimientos administrativos	
-Conocimiento en programas de office	
-Conocimiento de contabilidad básica	
2. EXPERIENCIA	
Mínimo 1 años de experiencia en puestos similares en empresas.	

Fuente: Investigación documental

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Perfil del contador/ secretaria (o)

Tabla 39-3: Perfil del contador/secretaria (o)


 <p>C.A. SAN LUIS Centro de Acopio</p>	PERFIL/ DESCRIPCIÓN DEL PUESTO NOMBRE DEL PUESTO: CONTADOR/SECRETARIA(O)
PERFIL DEL PUESTO: La persona que tome el cargo de contador también deberá tomar el papel de secretario/a puesto que hará las funciones de los dos perfiles.	
1. REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PERSONAL 1.1 Perfil del personal <ul style="list-style-type: none">• Sexo: Indistinto• Edad: 28 a 50 años• Presencia personal: Buena presencia• Estado civil: Indistito 1.2 Funciones <ul style="list-style-type: none">• Deberá velar por el cumplimiento de las disposiciones legales.• Redactar las actas de las sesiones y custodiar los libros oficiales y el sello oficial.• Redactar y firmar la correspondencia que deba mantener en el ejercicio de sus funciones.• Organizar y dirigir el fichero y el archivo y todas las dependencias y ser responsable de la custodia de la documentación.• Deberá realizar la respectiva declaración al SRI.• Llevar un registro diario de las actividades de la empresa.• Asegurar márgenes aceptables de rentabilidad mediante unas operaciones eficientes, eficaces y ética.• Manejar la contabilidad, elaborar los estados financieros de la empresa, elaboración de presupuestos, manejo del crédito bancario, obligaciones tributarias. 1.2.1 Cualidades/habilidades <ul style="list-style-type: none">-Responsable-Innovador-Entusiasta-Creativo-Tolerante-Puntual-Buena comunicación-Buenas habilidades interpersonales-Trabajo en equipo-Honesto-Leal 1.2 Escolaridad deseada <p>Ingeniero (a) en contabilidad y auditoría</p> 1.3 Conocimientos básicos <ul style="list-style-type: none">- Realizar estados financieros-Realizar declaraciones- Presupuestos- Realizar oficios y cuidado de documentación	
2. EXPERIENCIA Mínimo 2 años de experiencia llevando contabilidad de una organización.	

Fuente: Investigación documental

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Perfil de personal de jefe de área

Tabla 40-3: Perfil del personal de jefe de área


	PERFIL/ DESCRIPCIÓN DEL PUESTO NOMBRE DEL PUESTO: JEFE DE ÁREA
PERFIL DEL PUESTO	
1. REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PERSONAL	
1.1 Perfil del personal	
Sexo: Indistinto	
Edad: 25 a 45 años	
Presencia personal: Indistinto	
Estado civil: Indistito	
5.1 Funciones	
<ul style="list-style-type: none">• Formular, cumplir y hacer cumplir las políticas y directrices que normaran el funcionamiento del centro de acopio.• Controlar el cumplimiento de los reglamentos y valores corporativo.• Garantizar el adecuado manejo de los recursos del área correspondiente• Seleccionar, capacitar y controlar al personal, determinar su permanencia en el cargo y fijar su remuneración	
5.1.1 Cualidades/habilidades	
-Responsable	-Buena comunicación
-Innovador	-Entusiasta
-Trabajo en equipo	-Creativo
-Honesto	-Tolerante
-Leal	-Puntual
1.2 Escolaridad deseada	
Tercer Nivel	
5.2 Conocimientos básicos	
-Manejo de personal	
-Control de inventarios	
2. EXPERIENCIA	
Mínimo 1 año de haber trabajado en cargos similares.	

Fuente: Investigación documental

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Perfil de los empacadores

Tabla 41-3: Perfil de los empacadores


 <p>PERFIL/ DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</p> <p>NOMBRE DEL PUESTO: EMPACADORES</p>										
<p>PERFIL DEL PUESTO: Los empacadores serán las personas responsables de llevar un orden dentro del área de operación, ya que de ellos dependerá la presentación de los productos para la venta.</p>										
<p>1. REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PERSONAL</p> <p>1.1 Perfil del personal</p> <ul style="list-style-type: none">• Sexo: Indistinto• Edad: 18 a 50 años• Presencia personal: Indistinta• Estado civil: Indistito <p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none">• Responsables del orden operativo.• Mantener un control para que los productos secos se encuentren en buen estado caso contrario se los de un tratamiento.• Llevar los productos hacia sus diferentes lugares de almacenamiento.• Ayudar a cargar al camión.• Velar por la limpieza del área de producción. <p>5.2.1 Cualidades/habilidades</p> <table><tr><td>-Responsable</td><td>-Buena comunicación</td></tr><tr><td>-Innovador</td><td>-Entusiasta</td></tr><tr><td>-Trabajo en equipo</td><td>-Creativo</td></tr><tr><td>-Honesto</td><td>-Tolerante</td></tr><tr><td>-Leal</td><td>-Puntual</td></tr></table> <p>1.2 Escolaridad deseada</p> <p>Ninguna</p> <p>5.3 Conocimientos básicos</p> <p>-saber embalar productos agrícolas</p>	-Responsable	-Buena comunicación	-Innovador	-Entusiasta	-Trabajo en equipo	-Creativo	-Honesto	-Tolerante	-Leal	-Puntual
-Responsable	-Buena comunicación									
-Innovador	-Entusiasta									
-Trabajo en equipo	-Creativo									
-Honesto	-Tolerante									
-Leal	-Puntual									
<p>2. EXPERIENCIA</p> <p>Impresindible</p>										

Fuente: Investigación documental

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Perfil de personal de bodega

Tabla 42-3: Perfil del personal de bodega


 <p>C.A. SAN LUIS Centro de Acopio</p>	PERFIL/ DESCRIPCIÓN DEL PUESTO NOMBRE DEL PUESTO: BODEGUERO
PERFIL DEL PUESTO	
1. REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PERSONAL	
1.1 Perfil del personal	
<ul style="list-style-type: none">• Sexo: Indistinto• Edad: 18 a 45 años• Presencia personal: Indistinto• Estado civil: Indistito	
1.2 Funciones	
<ul style="list-style-type: none">• Llevar un registro de control del inventario, las entradas y salidas de la mercadería• Recibir y ordenar la mercadería que los empacadores llevaran a cada bodega.• Despachar y subir la mercadería al camión para su respectivo transporte.• Mantener la limpieza de las bodegas• Realizará el papel de chofer quien transporte la mercadería.	
5.3.1 Cualidades/habilidades	
-Responsable	-Buena comunicación
-Innovador	-Entusiasta
-Trabajo en equipo	-Creativo
-Honesto	-Tolerante
-Leal	-Puntual
1.2 Escolaridad deseada	
Bachiller	
5.4 Conocimientos básicos	
-Tener conocimientos en cardex	
-Control de inventarias	
2. EXPERIENCIA	
Mínimo 6 meses haber trabajado en bodegas como bodeguero.	

Fuente: Investigación documental

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Perfil del personal de ventas

Tabla 43-3: Perfil del personal de ventas

 <p>C.A. SAN LUIS Centro de Acopio</p>	PERFIL/ DESCRIPCIÓN DEL PUESTO NOMBRE DEL PUESTO: DISTRIBUIDOR										
PERFIL DEL PUESTO: Los vendedores son los responsables del intercambio producto y dinero, de las buenas funciones dependerá el crecimiento o ruina de la empresa.											
1. REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PERSONAL 1.1 Perfil del personal <ul style="list-style-type: none">• Sexo: Indistinto• Edad: 28 a 50 años• Presencia personal: Indistinta• Estado civil: Indistito Funciones <ul style="list-style-type: none">• Llevar un registro de control de ventas diarias• Relacionarse verbalmente con los clientes.• Establecer lasos o nexos, clientes y centro de acopio.• Administrar el territorio de venta.• Cuidar su propia imagen ya que es el primer contacto con el cliente.• Entregar cuentas de ingresos al gerente general. 5.4.1 Cualidades/habilidades <table><tr><td>-Responsable</td><td>-Buena comunicación</td></tr><tr><td>-Innovador</td><td>-Entusiasta</td></tr><tr><td>-Trabajo en equipo</td><td>-Creativo</td></tr><tr><td>-Honesto</td><td>-Tolerante</td></tr><tr><td>-Leal</td><td>-Puntual</td></tr></table> 1.2 Escolaridad deseada <p>Bachiller</p> 5.5 Conocimientos básicos <ul style="list-style-type: none">-Saber de ventas de productos agrícolas-Tener conocimiento sobre comportamiento del mercado mayorista		-Responsable	-Buena comunicación	-Innovador	-Entusiasta	-Trabajo en equipo	-Creativo	-Honesto	-Tolerante	-Leal	-Puntual
-Responsable	-Buena comunicación										
-Innovador	-Entusiasta										
-Trabajo en equipo	-Creativo										
-Honesto	-Tolerante										
-Leal	-Puntual										
2. EXPERIENCIA <p>Mínimo 1 año de ser comerciante o agricultores que hayan interactuado en mercados con productos agrícolas en ventas, tener licencia.</p>											

Fuente: Investigación documental

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

3.4.5 Estudio financiero

En esta parte se realiza el estudio financiero del centro de acopio, el cual muestra el análisis de la capacidad que tiene la empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

Este estudio permite la aplicación de ordenar y sistematizar la información obtenida en los estudios anteriores tales como el estudio técnico y el estudio de mercado en los cuales se detallará la estimación de las ventas futuras, inversiones a realizar, los costos de producción, gastos operacionales y el financiamiento para poner en marcha la empresa.

A continuación, se realizará el respectivo análisis financiero del Centro de Acopio San Luis con el fin de determinar la viabilidad financiera con una expectativa de obtener beneficios mediante la estimación de la rentabilidad ya que son factores importantes para una correcta toma de decisiones, el cual está ligado a que la empresa tenga un buen o mal funcionamiento.

Presupuesto de maquinaria y equipos de operación

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

Tabla 44-3: Presupuesto de maquinaria y equipo de operación

Presupuesto de maquinaria y equipo de operación			
Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Cinta transportadora para Carga y descarga de Camiones	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Mesa de selección a motor	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Balanza digital	1	\$ 155,00	\$ 155,00
Perchas	324	\$ 180,00	\$ 58.320,00
Carretilla hidráulica	1	\$ 525,00	\$ 525,00
		Total	\$ 61.500,00

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Presupuesto de muebles y enseres

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

Tabla 45-3: Presupuesto de muebles y enseres

PRESUPUESTOS MUBLES Y ENSERES			
Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Escritorio ejecutivo	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Silla ejecutiva	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Sillas de espera	5	\$ 25,00	\$ 125,00
Escritorio	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Archivadores de oficina	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Total			\$ 615,00

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Presupuesto de equipo de oficina

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

Tabla 46-3: Presupuesto de equipo de Oficina

PRESUPUESTO DE EQUIPO DE OFICINA			
Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Caja registradora	1	\$ 225,00	\$ 225,00
Calculadora	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Teléfono	1	\$ 42,00	\$ 42,00
Total			\$ 291,00

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Presupuesto de equipo de cómputo

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

Tabla 47-3: Presupuesto de equipo de cómputo

Presupuesto de equipo de cómputo			
Detalle	Cantidad	P. unitario	P. total
Computador de mesa	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Laptop HP	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Impresora multifunción	1	\$ 380,00	\$ 380,00
Total			\$ 1.780,00

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Presupuesto de vehículo

El vehículo será el medio en el cual se transportará los productos hacia sus destinos sea el mercado mayorista o directamente a nuestros consumidores.

Tabla 48-3: Presupuesto de vehículo

Presupuesto de vehículo			
Detalle	Cantidad	P. unitario	P. total
Camión Chevrolet, color blanco	1	\$ 31.900,00	\$ 31.900,00
Total			\$ 31.900,00

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Presupuesto de instalación

Tabla 49-3: Presupuesto de instalación

Presupuesto instalación			
Detalle	Cantidad	P. unitario	P. total
Edificio	1	\$ 199.750,00	\$ 199.750,00
Terreno	1	\$ 43.230,00	\$ 43.230,00
Total			\$ 242.980,00

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Resumen de inversión fija

Tabla 50-3: Resumen de Inversión Fija

RESUMEN DE INVERSION FIJA	
Detalle	Valor
Terrenos	\$ 43.230,00
Edificios	\$ 199.750,00
Maquinaria y equipo	\$ 61.500,00
Muebles y enseres	\$ 615,00
Equipo de oficina	\$ 291,00
Equipo de computo	\$ 1.780,00
Vehículo	\$ 31.900,00
Total inversión fija	\$ 339.066,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

3.4.5.1 Capital de trabajo o pre operativo

El requerimiento del capital de trabajo inicial para la operación de la empresa, es necesario considerar ciertos gastos antes de recibir ingresos, para lo cual debemos considerar una cantidad de efectivo para cubrir las obligaciones de la empresa, por lo que se ha considerado 2 semanas de compra de mercadería, 1 mes de sueldos al , 1 mes de servicios básico del personal de que he considerado como mano de obra directa, un mes de costos indirecto como la luz y el agua

Mercadería

Para la adquisición de la mercadería se tomará en consideración la producción correspondiente dos semanas de compra de tomate riñón obtenidos en la demanda insatisfecha, considerando el precio de compra el cual se obtuvo de las encuestas que se realizó a los agricultores se la Parroquia.

Tabla 51-3: Presupuesto de mercadería

MERCADERIA				
PRESUPUESTO DE MERCADERIA				
Detalle	Cantidad en tiempo	Producción - cantidad	Valor por cajas	Valor total
Tomate riñón	2 semanas	7419	\$ 4,50	\$ 33.384
Total				\$ 33.384

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Mano de obra directa

En mano de obra directa se ha considerado a dos empacadores puestos que ellos estarán directamente relacionados con la mercadería, sus funciones será la de guardar el tomate en cajas.

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

Tabla 52-3: Sueldo de mano de obra directa correspondiente a un mes

MANO DE OBRA DIRECTA					
SUELDO DE MANO DE OBRA DIRECTA CORRESPONDIENTE A UN MES					
Cargo	Sueldo	XIII sueldo	XIV sueldo	Aporte patronal	Total
Empacador 1	\$ 394,00	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 47,87	\$ 507,54
Empacador 2	\$ 394,00	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 47,87	\$ 507,54
Empacador 3	\$ 394,00	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 47,87	\$ 507,54
Sub total	\$ 1.182,00	\$ 98,50	\$ 98,50	\$ 143,61	\$ 1.522,61
Total					\$ 1.522,61

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Costos indirectos

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

Servicios básicos

Tabla 53-3: Servicios Básicos

COSTOS INDIRECTOS				
SERVICIOS BASICOS				
Detalle	Tiempo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Energía eléctrica	1 mes	1	\$ 34,00	\$ 34,00
Agua potable	1 mes	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Mantenimiento centro de acopio	1 mes	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Total				\$ 1.546,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Materiales indirectos: Los materiales indirectos se considerarán a 1 mes de trabajo en el centro de acopio

Tabla 54-3: Materiales Indirectos correspondientes a un mes

MATERIALES INDIRECTOS				
MATERIALES INDIRECTOS CORRESPONDIENTES A UN MES				
Detalle	Tiempo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Cajones	1 mes	14837	\$ 0,60	\$ 8.902,27
Caja guantes de latex	1 mes	36	\$ 2,25	\$ 81,00
Materiales de limpieza	1 mes	10	\$ 20,00	\$ 200,00
Total				\$ 9.183,27

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Resumen de capital de trabajo

Tabla 55-3: Resumen de capital de trabajo separado

RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO	
Detalle	Valor total
Mercadería	\$ 33.384
Mano de obra	\$ 1.522,61
Costos indirectos	\$ 6.278,14
Total	\$ 41.184,27

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

3.4.5.2 Inversión diferida

Tabla 56-3: Inversion Deferida detallada

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

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Tabla 57-3: Resumen de Inversión diferida

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

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

3.4.5.3 Inversión del proyecto

Tabla 58-3: Cuadro de Inversión

INVERSION DEL PROYECTO	
CUADRO DE INVERSION	
Rubro	Valores
Inversión fija	
Terreno	\$ 43.230,00
Edificio	\$ 199.750,00
Maquinaria y equipo	\$ 61.500,00
Muebles y enseres	\$ 615,00
Equipo de oficina	\$ 291,00
Equipo de computo	\$ 1.780,00
Vehículo	\$ 31.900,00
Total inversión fija	\$ 339.066,00
Inversión diferida	
Gastos de organización y puesta en marcha	\$ 500,00
Gastos constitución	\$ 2.076,00
Total inversión diferida	\$ 2.576,00
Capital de trabajo	\$ 41.184,27
Total inversiones	\$ 382.826,27

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

3.4.5.4 *Financiamiento*

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

Tabla 59-3: Financiamiento

FINANCIAMIENTO			
Descripción	Inversión requerida	Recursos propios	Recursos requeridos
Inversión fija			
Terrenos	\$ 43.230,00	\$ 43.230,00	
Edificio	\$ 199.750,00		\$ 199.750,00
Maquinaria y equipo	\$ 61.500,00		\$ 61.500,00
Muebles y enseres	\$ 615,00		\$ 615,00
Equipo de oficina	\$ 291,00		\$ 291,00
Equipo de computo	\$ 1.780,00		\$ 1.780,00
Vehículo	\$ 31.900,00		\$ 31.900,00
Inversión diferida			
Gastos de organización y puesta en marcha	\$ 500,00		\$ 500,00
Gastos constitución	\$ 2.076,00		\$ 2.076,00
Capital de Trabajo	\$ 41.184,27		\$ 41.184,27
Total inversión	\$ 382.826,27	\$ 43.230	\$ 339.596,27
Porcentaje	100%	11%	89%

Fuente: Estudio técnico y financiero

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

3.4.5.5 *Estructura del financiamiento*

Tabla 60-3: Estructura del Financiamiento de la Inversión

Estructura del financiamiento		
Detalle	Valor	Porcentaje
Recursos GAD parroquial	\$ 43.230,00	11%
Recursos ajenos	\$ 339.596,27	89%
Total	\$ 382.826,27	100%

Fuente: Estudio técnico y financiero

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Como se observa en la tabla la inversión estará compuesta por el 11% que se utilizará recursos propios con un valor de \$43.230,00 y el 89% corresponde a recursos ajenos es decir que se va a financiar, el cual se realizará un crédito BanEcuador por el valor de \$339.596,27, mismo que se pagará una tasa de interés del 8,53% a un plazo de 5 año, cuotas anuales.

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

$$\text{Fórmula: } C = \frac{ixVP}{1-(1/i)^n}$$

VP= Valor presente

i= Interés

n= Número de años del plazo de la deuda

C= Cuota

Tabla 61-3: Amortización del crédito

Tabla de amortizacion				
Monto: \$339.596,27		Tasa de interés: 8,53%		
Plazo: 5		Cuota: \$86.245,16		
Nº de Periodos	Cuota	Interés	Amortización	Saldo por Pagar
Año 0	-	-	-	\$339.596,27
Año 1	\$86.245,52	\$28.967,56	\$57.277,96	\$282.318,31
Año 2	\$86.245,52	\$24.081,75	\$62.163,77	\$220.154,54
Año 3	\$86.245,52	\$18.779,18	\$67.466,34	\$152.688,20
Año 4	\$86.245,52	\$13.024,30	\$73.221,22	\$79.466,99
Año 5	\$86.245,52	\$6.778,53	\$79.466,99	\$-0,0

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Determinación de ingresos proyectados

Para determinar los ingresos se hará uso la producción según los datos tomados de la determinación de la oferta.

Tabla 62-3: Ingresos por ventas

Ingresos por la venta de Tomate riñón			
Producción anual	Proyección de la producción (Cajones)	Proyección de los precios de venta	Ingresos
Año 0	178.045	\$ 8,50	\$ 1.513.386,24
Año 1	180.894	\$ 8,50	\$ 1.537.600,42
Año 2	183.788	\$ 8,50	\$ 1.562.202,03
Año 3	186.729	\$ 8,50	\$ 1.587.197,26
Año 4	189.717	\$ 8,50	\$ 1.612.592,42
Año 5	192.752	\$ 8,50	\$ 1.638.393,89

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Determinación de los egresos

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

Costos de producción

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

Mercadería

Dentro del costo de producción está la compra de mercadería a los agricultores, cuyos datos se obtuvo del estudio de mercado.

Tabla 63-3: Egresos de compra de tomate

Egresos por compra de tomate			
Producción anual	Proyección de la producción (Cartones)	Proyección de los precios de compra	Egresos
Año 0	186.076	\$4,50	\$ 837.340,80
Año 1	189.760	\$4,50	\$ 853.920,15
Año 2	193.517	\$4,50	\$ 870.827,77
Año 3	197.349	\$4,50	\$ 888.070,16
Año 4	201.256	\$4,50	\$ 905.653,95
Año 5	205.241	\$4,50	\$ 923.585,89

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Mano de obra directa

Tabla 64-3: Sueldo correspondiente a un mes

MANO DE OBRA DIRECTA					
SUELDO DE MANO DE OBRA DIRECTA CORRESPONDIENTE A UN MES					
Cargo	Sueldo	XIII sueldo	XIV sueldo	Aporte patronal	Total
Empacador 1	\$ 394,00	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 47,87	\$ 507,54
Empacador 2	\$ 394,00	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 47,87	\$ 507,54
Empacador 3	\$ 394,00	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 47,87	\$ 507,54
Sub total	\$ 1.182,00	\$ 98,50	\$ 98,50	\$ 143,61	\$ 1.522,61
				Total	\$ 1.522,61

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Tabla 65-3: Sueldo correspondiente al primer año

SUELDO DE MANO DE OBRA DIRECTA CORRESPONDIENTE A UN AÑO						
Cargo	Sueldo anual	XIII sueldo	XIV sueldo	Fondos de reserva	Aporte patronal	Total
Empacador 1	\$ 4.728,00	\$ 394,00	\$ 394,00		\$ 574,45	\$ 6.090,45
Empacador 2	\$ 4.728,00	\$ 394,00	\$ 394,00		\$ 574,45	\$ 6.090,45
Empacador 3	\$ 4.728,00	\$ 394,00	\$ 394,00		\$ 574,45	\$ 6.090,45
Sub total	\$ 14.184,00	\$ 1.182,00	\$ 1.182,00	\$ 0,00	\$ 1.723,36	\$ 18.271,36
					Total	\$ 18.271,36

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Tabla 66-3: Sueldo correspondiente al segundo año

SUELDO DE MANO DE OBRA DIRECTA CORRESPONDIENTE AL SEGUNDO AÑO						
Cargo	Sueldo anual	XIII sueldo	XIV sueldo	Fondos de reserva	Aporte patronal	Total
Empacador 1	\$ 4.728,00	\$ 394,00	\$ 394,00	\$ 385,85	\$ 574,45	\$ 6.476,30
Empacador 2	\$ 4.728,00	\$ 394,00	\$ 394,00	\$ 385,85	\$ 574,45	\$ 6.476,30
Empacador 3	\$ 4.728,00	\$ 394,00	\$ 394,00	\$ 385,85	\$ 574,45	\$ 6.476,30
Sub total	\$ 14.184,00	\$ 1.182,00	\$ 1.182,00	\$ 1.157,55	\$ 1.723,36	\$ 19.428,91
					Total	\$ 19.428,91

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Tabla 67-3: Proyección de los sueldos de mano de obra directa

PROYECCION DE LOS SUELDOS DE MANO DE OBRA DIRECTA					
Sueldos Anuales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empacador 1	\$ 6.090,45	\$ 6.476,30	\$ 6.476,30	\$ 6.476,30	\$ 6.476,30
Empacador 2	\$ 6.090,45	\$ 6.476,30	\$ 6.476,30	\$ 6.476,30	\$ 6.476,30
Empacador 3	\$ 6.090,45	\$ 6.476,30	\$ 6.476,30	\$ 6.476,30	\$ 6.476,30
Total	\$ 18.271,36	\$ 19.428,91	\$ 19.428,91	\$ 19.428,91	\$ 19.428,91

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Costos indirectos de producción

Tabla 68-3: Costos Indirectos de producción

COSTOS INDIRECTOS				
SERVICIOS BASICOS				
Detalle	Tiempo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Energía eléctrica	1 año	1	\$ 34,00	\$ 168,00
Agua potable	1 año	1	\$ 12,00	\$ 144,00
Mantenimiento y reparación centro de acopio	1 año	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
			Total	\$ 1.812,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Materiales indirectos

Tabla 69-3: Materiales Indirectos de producción

MATERIALES INDIRECTOS				
MATERIALES INDIRECTOS CORRESPONDIENTES A UNA SEMANA				
Detalle	Tiempo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Cajones	1 año	178045	\$ 0,40	\$ 71.218,18
Caja guantes de latex	1 año	24	\$ 2,00	\$ 48,00
Materiales de limpieza	1 año	36	\$ 20,00	\$ 720,00
			Total	\$ 71.986,18

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Proyección de costos indirectos

Tabla 70-3: Proyección de los Costos Indirectos de producción

Proyección de los Costos Indirectos de producción					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Indirectos de Operación					
Energía eléctrica	\$ 168,00	\$ 168,00	\$ 168,00	\$ 168,00	\$ 168,00
Agua potable	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00
Mantenimiento y reparación centro de acopio	\$ 1.500,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Materiales Indirectos					
Cajones	\$ 71.218,18	\$ 71.218,18	\$ 71.218,18	\$ 71.218,18	\$ 71.218,18
Caja guantes de latex	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 48,00
Materiales de limpieza	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00
TOTAL	\$ 73.798,18	\$ 72.398,18	\$ 72.398,18	\$ 72.398,18	\$ 72.398,18

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Resumen de los costos de producción

Tabla 71-3: Resumen de Costos de producción

Resumen de Costos de producción					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mercadería	\$ 837.340,80	\$ 853.920,15	\$ 870.827,77	\$ 888.070,16	\$ 905.653,95
Sueldos	\$ 18.271,36	\$ 19.428,91	\$ 19.428,91	\$ 19.428,91	\$ 19.428,91
Costos indirectos	\$ 73.798,18	\$ 72.398,18	\$ 72.398,18	\$ 72.398,18	\$ 72.398,18
Total	\$ 929.410,33	\$ 945.747,23	\$ 962.654,85	\$ 979.897,24	\$ 997.481,03

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

GASTOS DE OPERACIÓN

Gastos administrativos

Sueldos del personal administrativo

Tabla 72-3: Sueldo correspondiente al primer mes del personal administrativo

Sueldos del personal administrativo					
Cargo	Sueldo	XIII sueldo	XIV sueldo	Aporte patronal	Total
Gerente	\$ 1.200,00	\$ 100,00	\$ 32,17	\$ 145,80	\$ 1.477,97
Contador	\$ 700,00	\$ 58,33	\$ 32,17	\$ 85,05	\$ 875,55
Bodeguero	\$ 394,00	\$ 32,83	\$ 32,17	\$ 47,87	\$ 506,87
Sub total	\$ 2.294,00	\$ 191,17	\$ 96,50	\$ 278,72	\$ 2.043,03
				Total	\$ 2.043,03

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Tabla 73-3: Sueldo correspondiente al primer año del personal administrativo

Sueldo correspondiente al primer año del personal administrativo						
Cargo	Sueldo anual	XIII sueldo	XIV sueldo	Fondos de reserva	Aporte patronal	Total
Gerente	\$ 14.400,00	\$ 1.200,00	\$ 386,00		\$ 1.020,60	\$ 17.006,60
Contador	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 386,00		\$ 729,00	\$ 10.215,00
Bodeguero	\$ 4.728,00	\$ 394,00	\$ 386,00		\$ 562,79	\$ 6.070,79
Sub total	\$ 27.528,00	\$ 2.294,00	\$ 1.158,00		\$ 2.312,39	\$ 33.292,39
					Total	\$ 33.292,39

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Tabla 74-3: Sueldo correspondiente al segundo año del personal administrativo

Sueldo correspondiente al segundo año del personal administrativo						
Cargo	Sueldo anual	XIII sueldo	XIV sueldo	Fondos de reserva	Aporte patronal	Total
Gerente	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 386,00	\$ 699,72	\$ 1.020,60	\$ 11.206,32
Contador	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 386,00	\$ 499,80	\$ 729,00	\$ 8.114,80
Bodeguero	\$ 4.632,00	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 385,85	\$ 562,79	\$ 6.352,64
Sub total	\$ 19.032,00	\$ 1.586,00	\$ 1.158,00	\$ 1.585,37	\$ 2.312,39	\$ 25.673,76
					TOTAL	\$ 25.673,76

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Proyección de los sueldos del personal administrativo**Tabla 75-3:** Proyección de sueldos administrativos

.Proyección de sueldos administrativos					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	\$ 17.006,60	\$ 11.206,32	\$ 11.206,32	\$ 11.206,32	\$ 11.206,32
Contador	\$ 10.215,00	\$ 8.114,80	\$ 8.114,80	\$ 8.114,80	\$ 8.114,80
Bodeguero	\$ 6.070,79	\$ 6.352,64	\$ 6.352,64	\$ 6.352,64	\$ 6.352,64
Total	\$ 33.292,39	\$ 25.673,76	\$ 25.673,76	\$ 25.673,76	\$ 25.673,76

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Gastos útiles de oficina**Tabla 76-3:** Detalle de Gastos Útiles de Oficina

Detalle de Gastos Útiles de Oficina			
Detalle	Cantidad	P. unitario	P. Unitario
Caja de resmas de papel	12	\$ 26,30	\$ 315,60
Grapadoras	4	\$ 8,10	\$ 32,40
Perforadoras	4	\$ 1,96	\$ 7,84
Carpetas folders archivadoras	40	\$ 3,50	\$ 140,00
Caja de esferos bic 24 u.	5	\$ 5,00	\$ 25,00
Portaminas rotring 0.5	24	\$ 4,00	\$ 96,00
Tijeras	4	\$ 0,50	\$ 2,00
Quita grapas	2	\$ 0,80	\$ 1,60
		Total	\$ 620,44

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Proyección de útiles de oficina

Tabla 77-3: Proyección de gastos útiles de oficina

Proyección de gastos útiles de oficina					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Caja de resmas de papel	\$ 315,60	\$ 315,60	\$ 315,60	\$ 26,30	\$ 26,30
Grapadoras	\$ 32,40	\$ 32,40	\$ 32,40	\$ 16,20	\$ 16,20
Perforadoras	\$ 7,84	\$ 7,84	\$ 7,84	\$ 3,92	\$ 3,92
Carpetas folders archivadoras	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 6,00	\$ 6,00
Caja de esferos bic 24 u.	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Portaminas rotring 0.5	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 8,00	\$ 8,00
Tijeras	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 1,00	\$ 1,00
Quita grapas	\$ 1,60	\$ 1,60	\$ 1,60	\$ 1,60	\$ 1,60
Total	\$ 620,44	\$ 620,44	\$ 620,44	\$ 73,02	\$ 73,02

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Gastos generales de administración

Tabla 78-3: Detalle de gastos generales de administración

Detalle de gastos generales de administración			
Detalle	Cantidad	P. total (mes)	P. total (anual)
Energía eléctrica	1	\$ 34,00	\$ 408,00
Agua	1	\$ 12,00	\$ 144,00
Total			\$ 552,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Proyección de gastos generales de administración

Tabla 79-3: Proyección de gastos generales de administración

Proyección de gastos generales de administración					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía eléctrica	\$ 408,00	\$ 408,00	\$ 408,00	\$ 408,00	\$ 408,00
Agua	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00
Total	\$ 552,00	\$ 552,00	\$ 552,00	\$ 552,00	\$ 552,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS

Tabla 80-3: Resumen de gastos administrativos

RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	\$ 33.292,39	\$ 25.673,76	\$ 25.673,76	\$ 25.673,76	\$ 25.673,76
Gastos útiles de oficina	\$ 620,44	\$ 620,44	\$ 620,44	\$ 73,02	\$ 73,02
Gastos generales de administ.	\$ 552,00	\$ 552,00	\$ 552,00	\$ 552,00	\$ 552,00
Total	\$ 34.464,83	\$ 26.846,20	\$ 26.846,20	\$ 26.298,78	\$ 26.298,78

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

GASTO DE VENTAS

Gastos de venta

Gasto Sueldos del personal de ventas

Tabla 81-3: Sueldo correspondiente a un mes del personal de ventas

Gasto Sueldos del personal de ventas					
Cargo	Sueldo	XIII	XIV	Aporte patronal	Total
		tercero	cuarto		
Vendedor 1	\$ 394,00	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 47,87	\$ 507,54
Vendedor 2	\$ 394,00	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 47,87	\$ 507,54
Vendedor 3	\$ 394,00	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 47,87	\$ 507,54
Sub Total	\$ 1.182,00	\$ 98,50	\$ 98,50	\$ 143,61	\$ 1.522,61
Total					\$ 1.522,61

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Tabla 82-3: Sueldos correspondientes al primer año del personal de ventas

Sueldos correspondientes al primer año del personal de ventas							
Cargo	Sueldo mensual	Sueldo anual	XIII	XIV cuarto	Fondos de reserva	Aporte patronal (12,15%)	Total
			Tercero				
Vendedor 1	\$ 394,00	\$ 4.728,00	\$ 394,00	\$ 394,00		\$ 574,45	\$ 6.090,45
Vendedor 2	\$ 394,00	\$ 4.728,00	\$ 394,00	\$ 394,00		\$ 574,45	\$ 6.090,45
Vendedor 3	\$ 394,00	\$ 4.728,00	\$ 394,00	\$ 394,00		\$ 574,45	\$ 6.090,45
Sub Total	\$ 1.182,00	\$ 14.184,00	\$ 1.182,00	\$ 1.182,00	\$ 0,00	\$ 1.723,36	\$ 18.271,36
Total							\$ 18.271,36

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Tabla 83-3: Sueldo correspondiente al segundo año correspondiente al personal de ventas

Sueldo correspondiente al segundo año correspondiente al personal de ventas							
Cargo	Sueldo mensual	Sueldo anual	XIII	XIV cuarto	Fondos de reserva	Aporte patronal (11,15)	Total
			Tercero				
Vendedor 1	\$ 394,00	\$ 4.728,00	\$ 394,00	\$ 394,00	\$ 385,85	\$ 574,45	\$ 6.476,30
Vendedor 2	\$ 394,00	\$ 4.728,00	\$ 394,00	\$ 394,00	\$ 385,85	\$ 574,45	\$ 6.476,30
Vendedor 3	\$ 394,00	\$ 4.728,00	\$ 394,00	\$ 394,00	\$ 385,85	\$ 574,45	\$ 6.476,30
Sub Total	\$ 1.182,00	\$ 14.184,00	\$ 1.182,00	\$ 1.182,00	\$ 1.157,55	\$ 1.723,36	\$ 19.428,91
Total							\$ 19.428,91

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Proyección de sueldo al personal de ventas

Tabla 84-3: Sueldos proyectados correspondientes al personal de ventas

Proyección de sueldo al personal de ventas					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vendedor 1 - 2 - 3	\$ 18.271,36	\$ 19.428,91	\$ 19.428,91	\$ 19.428,91	\$ 19.428,91
Total	\$ 18.271,36	\$ 19.428,91	\$ 19.428,91	\$ 19.428,91	\$ 19.428,91

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Gasto Publicidad

Tabla 85-3: Detalle gasto publicidad

Detalle gasto publicidad				
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Cuñas publicitarias	190	\$ 2,50	\$ 475,00	\$ 5.700,00
Volantes	3000	\$ 0,25	\$ 750,00	\$ 9.000,00
Rótulos	16	\$ 250,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
Total				\$ 18.700,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Proyección de gastos publicidad

Tabla 86-3: Proyección de gastos publicidad

Proyección de gastos publicidad					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuñas publicitarias	\$ 5.700,00	\$ 5.700,00	\$ 5.700,00	\$ 5.700,00	\$ 5.700,00
Volantes	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00
Rótulos	\$ 4.000,00	-	-	-	-
Total	\$ 18.700,00	\$ 14.700,00	\$ 14.700,00	\$ 14.700,00	\$ 14.700,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Gastos de movilización y transporte

Tabla 87-3: Detalle de gastos de movilización y transporte

Detalle de gastos de movilización y transporte				
Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Combustible	40	\$ 25,00	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00
Mantenimiento vehículo	4	\$ 300,00	-	\$ 1.200,00
Cambio de neumáticos	1	\$ 1.200,00	-	\$ 1.200,00
Total				\$ 14.400,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Proyección de los gastos de movilización y transporte

Tabla 88-3: Proyección de los gastos de movilización y transporte

Proyección de los gastos de movilización y transporte					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Combustible	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
Mantenimiento vehículo	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Cambio de neumáticos	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Total	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

RESUMEN GASTOS VENTAS

Tabla 89-3: Resumen de gastos de ventas

RESUMEN GASTOS VENTAS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	\$ 18.271,36	\$ 19.428,91	\$ 19.428,91	\$ 19.428,91	\$ 19.428,91
Gasto publicidad	\$ 18.700,00	\$ 14.700,00	\$ 14.700,00	\$ 14.700,00	\$ 14.700,00
Movilización y transporte	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00
Total	\$ 51.371,36	\$ 48.528,91	\$ 48.528,91	\$ 48.528,91	\$ 48.528,91

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Depreciaciones de activos fijos

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

Fórmula:

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

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

Tabla 90-3: Cuadro de detalle para depreciar

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

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Tabla 91-3: Depreciación de activos fijos

Detalle	Valor del activo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Dep. maquinaria y equipo						
Cinta transportadora	\$ 1.500,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00
Mesa de selección a motor	\$ 1.000,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
Balanza digital	\$ 155,00	\$ 13,95	\$ 13,95	\$ 13,95	\$ 13,95	\$ 13,95
Perchas	\$ 58.320,00	\$ 5.248,00	\$ 5.248,00	\$ 5.248,00	\$ 5.248,00	\$ 5.248,00
Carretilla hidráulica	\$ 525,00	\$ 47,25	\$ 47,25	\$ 47,25	\$ 47,25	\$ 47,25
Total, Dep. Maquinaria y equipo	\$ 61.500,00	\$ 5.759,20	\$ 5.759,20	\$ 5.759,20	\$ 5.759,20	\$ 5.759,20
Dep muebles y enseres						
Escritorio ejecutivo	\$ 200,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00
Silla ejecutiva	\$ 120,00	\$ 10,80	\$ 10,80	\$ 10,80	\$ 10,80	\$ 10,80
Sillas de espera	\$ 125,00	\$ 11,25	\$ 11,25	\$ 11,25	\$ 11,25	\$ 11,25
Escritorio	\$ 100,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00
Total Dep. Muebles y enseres	\$ 545,00	\$ 49,05	\$ 49,05	\$ 49,05	\$ 49,05	\$ 49,05
Dep. Equipo de oficina						
Caja registradora	\$ 225,00	\$ 20,25	\$ 20,25	\$ 20,25	\$ 20,25	\$ 20,25
Total	\$ 225,00	\$ 20,25	\$ 20,25	\$ 20,25	\$ 20,25	\$ 20,25
Dep. Equipo de cómputo						
Computador de mesa	\$ 500,00	\$ 111,67	\$ 111,67	\$ 111,67	\$ 111,67	\$ 111,67
Laptop hp	\$ 900,00	\$ 201,00	\$ 201,00	\$ 201,00	\$ 201,00	\$ 201,00
Impresora multifunción	\$ 380,00	\$ 46,90	\$ 46,90	\$ 46,90	\$ 46,90	\$ 46,90
Total	\$ 1.780,00	\$ 359,57	\$ 359,57	\$ 359,57	\$ 359,57	\$ 359,57
Dep. Vehículo						
Camión Chevrolet,	\$ 31.900,00	\$ 5.014,00	\$ 5.014,00	\$ 5.014,00	\$ 5.014,00	\$ 5.014,00
Total	\$ 31.900,00	\$ 5.014,00	\$ 5.014,00	\$ 5.014,00	\$ 5.014,00	\$ 5.014,00
Dep. Edificios	\$ 199.750,00	\$ 9.488,13	\$ 9.488,13	\$ 9.488,13	\$ 9.488,13	\$ 9.488,13
Total	\$295.700,00	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Gasto financiero**Tabla 92-3: Gasto Interés crédito**

Gasto financiero						
Gasto Interés crédito						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto interés	-	\$ 28.967,56	\$ 24.081,75	\$ 18.779,18	\$ 13.024,30	\$ 6.778,53
Total	-	\$ 28.967,56	\$ 24.081,75	\$ 18.779,18	\$ 13.024,30	\$ 6.778,53

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 93-3: Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS						
DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Venta	\$ 1.513.386,24	\$ 1.537.600,42	\$ 1.562.202,03	\$ 1.587.197,26	\$ 1.612.592,42	\$ 1.638.393,89
Costo de ventas	\$ 837.340,80	\$ 853.920,15	\$ 870.827,77	\$ 888.070,16	\$ 905.653,95	\$ 923.585,89
(=) utilidad bruta en ventas	\$ 676.045,44	\$ 683.680,27	\$ 691.374,26	\$ 699.127,10	\$ 706.938,47	\$ 714.808,00
(-) gastos operacionales	\$ 85.836,19	\$ 125.032,87	\$ 120.147,06	\$ 114.297,07	\$ 108.542,19	\$102.296,42
Gastos administrativos	\$ 34.464,83	\$ 26.846,20	\$ 26.846,20	\$ 26.298,78	\$ 26.298,78	\$ 26.298,78
Gastos de ventas	\$ 51.371,36	\$ 48.528,91	\$ 48.528,91	\$ 48.528,91	\$ 48.528,91	\$ 48.528,91
Gastos financieros	-	\$ 28.967,56	\$ 24.081,75	\$ 18.779,18	\$ 13.024,30	\$6.778,53
Gasto depreciación		\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20
Utilidad operacional antes de	\$ 590.209,25	\$ 558.647,41	\$ 571.227,20	\$ 584.830,04	\$ 598.396,28	\$612.511,58
(-) 15% participación trabajado	\$ 88.531,39	\$ 83.797,11	\$ 85.684,08	\$ 87.724,51	\$ 89.759,44	\$91.876,74
(=) Utilidad antes de imp.	\$ 501.677,87	\$ 474.850,30	\$ 485.543,12	\$ 497.105,53	\$ 508.636,84	\$520.634,84
(-)22% impuesto a la renta	\$ 110.369,13	\$ 104.467,06	\$ 106.819,49	\$ 109.363,22	\$ 111.900,10	\$114.539,67
Utilidad Neta	\$ 391.308,74	\$ 370.383,23	\$ 378.723,64	\$ 387.742,31	\$ 396.736,73	\$406.095,18

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Tabla 94-3: Flujo de Efectivo

ESTADO DE RESULTADO Y FLUJO DE EFECTIVO					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta	\$ 1.513.386,24	\$ 1.537.600,42	\$ 1.562.202,03	\$ 1.587.197,26	\$ 1.612.592,42
Costo de ventas	\$ 837.340,80	\$ 853.920,15	\$ 870.827,77	\$ 888.070,16	\$ 905.653,95
(=) utilidad bruta en ventas	\$ 676.045,44	\$ 683.680,27	\$ 691.374,26	\$ 699.127,10	\$ 706.938,47
(-) gastos operacionales	\$ 135.493,95	\$ 120.147,06	\$ 114.844,49	\$ 108.542,19	\$ 102.296,42
Gastos administrativos	\$ 34.464,83	\$ 26.846,20	\$ 26.846,20	\$ 26.298,78	\$ 26.298,78
Gastos de ventas	\$ 51.371,36	\$ 48.528,91	\$ 48.528,91	\$ 48.528,91	\$ 48.528,91
Gastos financieros	\$ 28.967,56	\$ 24.081,75	\$ 18.779,18	\$ 13.024,30	\$ 6.778,53
Gasto depreciación	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20
Utilidad operacional	\$ 540.551,49	\$ 563.533,22	\$ 576.529,77	\$ 590.584,91	\$ 604.642,05
(-) 15% participación trabajadores	\$ 81.082,72	\$ 84.529,98	\$ 86.479,47	\$ 88.587,74	\$ 90.696,31
(=) Utilidad antes de imp.	\$ 459.468,77	\$ 479.003,23	\$ 490.050,31	\$ 501.997,18	\$ 513.945,74
(-) 22% impuesto a la renta	\$ 101.083,13	\$ 105.380,71	\$ 107.811,07	\$ 110.439,38	\$ 113.068,06
Utilidad Neta	\$ 358.385,64	\$ 373.622,52	\$ 382.239,24	\$ 391.557,80	\$ 400.877,68
(+) Depreciacion		\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20
Inversión Inicial (\$341.642,00)					
Capital (\$41.184,27)					
Recursos propios					
Prestamo					
Valor residual (\$192.249,00)					
(-) Amortización del préstamo	\$57.278,0	\$62.163,8	\$67.466,3	\$73.221,2	\$79.467,0
(=) Flujo de caja anual proyectado	\$ 301.107,68	\$ 332.148,95	\$ 335.463,10	\$ 339.026,78	\$ 342.100,89

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

BALANCE GENERAL

Tabla 95-3: Balance general

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
Caja Bancos	\$ 683.933,95	\$1.016.082,90	\$1.351.546,00	\$1.690.572,79	\$2.032.673,68
Mercadería	\$ 180.894,17	\$ 183.788,47	\$ 186.729,09	\$ 189.716,75	\$ 192.752,22
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 864.828,12	\$ 1.199.871,38	\$ 1.538.275,09	\$ 1.880.289,54	\$ 2.225.425,90
NO CORRIENTES					
Terreno					
Edificio	\$ 190.261,87	\$ 180.773,74	\$ 171.285,61	\$ 161.797,48	\$ 152.309,35
Maquinaria y equipo	\$ 55.740,80	\$ 49.981,60	\$ 44.222,40	\$ 38.463,20	\$ 32.704,00
Muebles y enseres	\$ 565,95	\$ 516,90	\$ 467,85	\$ 418,80	\$ 369,75
Equipo de oficina	\$ 270,75	\$ 250,50	\$ 230,25	\$ 210,00	\$ 189,75
Equipo de computo	\$ 1.420,43	\$ 1.060,86	\$ 701,29	\$ 341,72	\$ (17,85)
Vehículo	\$ 22.411,87	\$ 12.923,74	\$ 3.435,61	\$ (6.052,52)	\$ (15.540,65)
Depreciación acumulada	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 192.249,00
TOTAL NO CORRIENTES	\$ 270.671,67	\$ 245.507,34	\$ 220.343,01	\$ 195.178,68	\$ 170.014,35
OTROS ACTIVOS					
Gastos de organización y puesta en marcha					
Gastos constitución					
TOTAL OTROS ACTIVOS					
TOTAL ACTIVOS	\$ 1.135.499,79	\$ 1.445.378,72	\$ 1.758.618,10	\$ 2.075.468,22	\$ 2.395.440,25
PASIVOS					
PASIVO A CORTO PLAZO					
Sueldos por pagar	\$69.835,10	\$71.948,86	\$71.948,86	\$71.948,86	\$71.948,86
15% trabajadores	\$81.082,72	\$84.529,98	\$86.479,47	\$88.587,74	\$90.696,31
22% iess por pagar	\$ 101.083,13	\$ 105.380,71	\$ 107.811,07	\$ 110.439,38	\$ 113.068,06
PASIVO A LARGO PLAZO					
Préstamo a largo plazo	\$86.245,52	\$86.245,52	\$86.245,52	\$86.245,52	\$86.245,52
TOTAL PASIVO	\$ 338.246,48	\$348.105,08	\$352.484,92	\$357.221,50	\$361.958,75
PATRIMONIO					
Capital social	\$ 438.867,67	\$ 723.651,12	\$ 1.023.893,95	\$ 1.326.688,92	\$ 1.632.603,82
Utilidad	\$ 358.385,64	\$ 373.622,52	\$ 382.239,24	\$ 391.557,80	\$ 400.877,68
TOTAL PATRIMONIO	\$ 797.253,31	\$ 1.097.273,64	\$ 1.406.133,19	\$ 1.718.246,72	\$ 2.033.481,50
TOTAL PASI+ PATRI	\$1.135.499,79	\$1.445.378,72	\$1.758.618,10	\$2.075.468,22	\$2.395.440,25

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

3.4.5.6 Evaluación financiera

Indicadores de evaluación financiera

Evaluación Financiera

En esta sección se realizará un análisis de la evaluación financiera del centro de acopio de tomate riñón de San Luis, donde se calcula el valor del dinero en el tiempo para lo cual se utilizará herramientas financieras que se utiliza para evaluar los proyectos.

Las herramientas a utilizar son: VAN, TIR, RBS y PRI los cuales se detalla a continuación.

Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es un indicador financiero, que mide el flujo de los futuros ingresos y egresos que tendrá el proyecto y el desembolso inicial que se necesita para llevar a cabo el proyecto. Es decir, la rentabilidad absoluta del proyecto; si el resultado es positivo el proyecto es válida.

Es por lo cual se recomienda realizar el proyecto si el resultado del VAN es positivo.

La fórmula para calcular el VAN es el siguiente:

$$\text{VAN} = -P + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^1} + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^2} + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^3} + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^4} + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^5}$$

Para el cálculo correspondiente del valor actual neto se necesita determinar la tasa correspondiente de descuento, TMAR conocida como la tasa mínima atractiva de retorno la cual es tomada como punto de referencia por los inversionistas para realizar sus inversiones.

Es la base de comparación para la evaluación financiera del proyecto por lo menos debe obtener una tasa igual o sino el proyecto será rechazado. Si esta tasa es muy alta fácilmente el VAN se vuelve negativo en ese caso se rechaza el proyecto.

Para determinar TMAR o tasa de oportunidad del flujo de caja en el proyecto se considera la inflación anual 0,54% y la tasa pasiva proporcionada por el Banco Central del Ecuador la misma se encuentra en 5,98%.

Para el cálculo de la tasa de descuento del proyecto de inversión se tomó en cuenta una tasa del 15% la cual está considerada una inflación del 3% en referencia de los 3 últimos años ya que este porcentaje puede variar constantemente y el porcentaje correspondiente a Riesgo País es del 5,53% y la tasa pasiva del 5,98%.

TMAR= %inflación + % Riesgo País + Tasa Pasiva

TMAR= 15%

Cálculo del Valor Actual Neto

$$VAN = -P + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^1} + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^2} + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^3} + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^4} + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^5}$$

INV. INICIAL	2020	2021	2022	2023	2024
\$391.308,74					
-\$391.308,74	\$333.795,47	\$337.250,07	\$340.966,18	\$344.205,72	\$347.318,39

VAN	\$ 747.627,86
------------	---------------

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Para la toma de decisiones se lo considera lo siguiente:

- ✓ VAN > 0 El proyecto es rentable
- ✓ VAN = 0 El proyecto es rentable también, porque ya está incorporado la ganancia de la TMAR
- ✓ VAN < 0 El proyecto no es rentable

Análisis: Se puede observar que el VAN del proyecto es aceptable y rentable porque genera una rentabilidad de \$ 747.627,86 lo se da luego de haber recuperado la inversión inicial del proyecto.

Tasa Interna de Retorno

$$-P + \frac{FNC}{(1+i)^1} + \frac{FNC}{(1+i)^2} + \frac{FNC}{(1+i)^3} + \frac{FNC}{(1+i)^4} + \frac{FNC}{(1+i)^5} = 0$$

TIR	81,82%
------------	--------

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Análisis: Se puede observar al momento de aplicar la fórmula para calcular el TIR, esta sobrepasa el valor de la tasa de descuento que es de 15% lo cual quiere decir que es viable aplicar el proyecto ya que hay un margen de diferencia.

Periodo de recuperación de la inversión

Tabla 96-3: Periodo de recuperación de la inversión

Periodo	Flujo	Flujo actualizado	Flujo acumulado ajustado
Año 0	-\$382.826,27	-\$382.826,27	-\$81.718,59
Año 1	\$301.107,68	\$267.218,85	\$599.367,80
Año 2	\$332.148,95	\$251.152,33	\$586.615,43
Año 3	\$335.463,10	\$220.572,43	\$559.599,21
Año 4	\$339.026,78	\$193.839,66	\$535.940,55
Año 5	\$342.100,89	\$17.084,60	\$17.084,60

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

PRI= Ultimo Flujo negativo acumulado ajustado/ Flujo ajustado

$$PRI = 81.718,59/(599367,80) = 0.14$$

Meses = 1 meses

El PRI sería en 1 año, 1 meses

Relación beneficio costo

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

B/C=Σ Flujo de ingresos y egresos actualizados/inversión actualizada

$$B/C = \$1724783,67 / \$382.826,27$$

$$B/C = 4.50$$

El beneficio costos es mayor que 1, se puede decir que se puede considerar el proyecto. En otros términos, puedo decir que por cada dólar invertido se obtiene un beneficio de \$ 4,50

- RBC=1 Es aceptable porque se recuperó la inversión inicial
- RBC < 1 El proyecto no es rentable ya que no se recuperó la inversión inicial.
- RBC > 1 Es rentable porque además que se recuperó la inversión inicial se obtiene una ganancia extra.

Punto de equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio utilizaremos la siguiente fórmula.

Fórmula:

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

Donde:

PE= Punto de equilibrio

CF=Costos Fijo

CV= Costos variables

I= Ingresos

$$PE = \frac{\$131075,88}{1 - \frac{\$866308,36}{\$1513.386,42}}$$

PE = \$306.560,32

Tabla 97-3: Punto de equilibrio

Detalla	AÑO 1
Ingresos ventas	\$1.513.386,24
Costos fijos	
Mano de obra directa	\$18.271,36
Costos indirectos	\$6.278,14
Gastos administrativos	\$34.464,83
Gastos de venta	\$51.371,36
Gasto depreciación	\$20.690,20
Total costo fijos	\$131.075,88
Costos variables	
Mercadería	\$837.340,80
Gastos financiero	\$28.967,56
Total costos variables	\$866.308,36
Punto de equilibrio	\$306.560,36

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

ESCENARIO 2

Para el escenario 2 se utilizará el precio más bajo obtenido del estudio de campo, manteniendo la misma inflación anual y manteniendo los mismos costos tanto fijos como de mercadería.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
4 a 5 dólares	0	%
6 a 7 dólares	86	27%
8 a 9 dólares	115	36%
10 a 11 dólares	113	37%
Total	313	100%

PRECIO DEL TOMATE		
PRODUCTO	PRESENTACIÓN	PRECIO
Tomate riñón	Cajas	\$ 6,50

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

ESTADO DE RESULTADOS ESCENARIO 2

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta	\$ 1.157.295,36	\$ 1.175.812,09	\$ 1.194.625,08	\$ 1.213.739,08	\$ 1.233.158,91
Costo de ventas	\$ 837.340,80	\$ 853.920,15	\$ 870.827,77	\$ 888.070,16	\$ 905.653,95
(=) utilidad bruta en ventas	\$ 319.954,56	\$ 321.891,94	\$ 323.797,31	\$ 325.668,92	\$ 327.504,96
(-) gastos operacionales	\$ 135.493,95	\$ 120.147,06	\$ 114.844,49	\$ 108.542,19	\$ 102.296,42
Gastos administrativos	\$ 34.464,83	\$ 26.846,20	\$ 26.846,20	\$ 26.298,78	\$ 26.298,78
Gastos de ventas	\$ 51.371,36	\$ 48.528,91	\$ 48.528,91	\$ 48.528,91	\$ 48.528,91
Gastos financieros	\$ 28.967,56	\$ 24.081,75	\$ 18.779,18	\$ 13.024,30	\$ 6.778,53
Gasto depreciación	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20
Utilidad operacional	\$ 184.460,61	\$ 201.744,88	\$ 208.952,83	\$ 217.126,74	\$ 225.208,54
(-) 15% participación trabajadores	\$ 27.669,09	\$ 30.261,73	\$ 31.342,92	\$ 32.569,01	\$ 33.781,28
(=) Utilidad antes de imp.	\$ 156.791,52	\$ 171.483,15	\$ 177.609,90	\$ 184.557,73	\$ 191.427,26
(-)22% impuesto a la renta	\$ 34.494,13	\$ 37.726,29	\$ 39.074,18	\$ 40.602,70	\$ 42.114,00
Utilidad Neta	\$ 122.297,39	\$ 133.756,86	\$ 138.535,72	\$ 143.955,03	\$ 149.313,26

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

FLUJO DE EFECTIVO ESCENARIO 2

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta	\$ 1.157.295,36	\$ 1.175.812,09	\$ 1.194.625,08	\$ 1.213.739,08	\$ 1.233.158,91
Costo de ventas	\$ 837.340,80	\$ 853.920,15	\$ 870.827,77	\$ 888.070,16	\$ 905.653,95
(=) utilidad bruta en ventas	\$ 319.954,56	\$ 321.891,94	\$ 323.797,31	\$ 325.668,92	\$ 327.504,96
(-) gastos operacionales	\$ 135.493,95	\$ 120.147,06	\$ 114.844,49	\$ 108.542,19	\$ 102.296,42
Gastos administrativos	\$ 34.464,83	\$ 26.846,20	\$ 26.846,20	\$ 26.298,78	\$ 26.298,78
Gastos de ventas	\$ 51.371,36	\$ 48.528,91	\$ 48.528,91	\$ 48.528,91	\$ 48.528,91
Gastos financieros	\$ 28.967,56	\$ 24.081,75	\$ 18.779,18	\$ 13.024,30	\$ 6.778,53
Gasto depreciación	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20
Utilidad operacional	\$ 184.460,61	\$ 201.744,88	\$ 208.952,83	\$ 217.126,74	\$ 225.208,54
(-) 15% participación trabajadores	\$ 27.669,09	\$ 30.261,73	\$ 31.342,92	\$ 32.569,01	\$ 33.781,28
(=) Utilidad antes de imp.	\$ 156.791,52	\$ 171.483,15	\$ 177.609,90	\$ 184.557,73	\$ 191.427,26
(-)22% impuesto a la renta	\$ 34.494,13	\$ 37.726,29	\$ 39.074,18	\$ 40.602,70	\$ 42.114,00
Utilidad Neta	\$ 122.297,39	\$ 133.756,86	\$ 138.535,72	\$ 143.955,03	\$ 149.313,26
(+) Depreciacion		\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20
Inversión Inicial (\$341.642,00)					
Capital (\$41.184,27)					
Recursos propios					
Prestamo					
Valor residual (\$192.249,00)					
(-) Amortización del préstamo	\$57.278,0	\$62.163,8	\$67.466,3	\$73.221,2	\$79.467,0
(=) Flujo de caja anual proyectado	\$ 65.019,43	\$ 92.283,29	\$ 91.759,59	\$ 91.424,01	\$ 90.536,48

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

EVALUACIÓN FINANCIERA ESCENARIO 2

VAN

$$\text{VAN} = -P + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^1} + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^2} + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^3} + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^4} + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^5}$$

INV. INICIAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$382.826,27					
-\$382.826,27	\$65.019,43	\$92.283,29	\$91.759,59	\$91.424,01	\$90.536,48

VAN	\$ (98.890,19)
------------	----------------

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Análisis: El proyecto no es rentable puesto que el VAN es menor a 0

TIR

$$-P + \frac{FNC}{(1 + i)^1} + \frac{FNC}{(1 + i)^2} + \frac{FNC}{(1 + i)^3} + \frac{FNC}{(1 + i)^4} + \frac{FNC}{(1 + i)^5} = 0$$

TIR	3,92%
------------	-------

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Análisis: Nuestro TIR en este escenario es inferior a la tasa TMAR que era del 15% tomado desde un inicio, por lo que no tiene ganancia.

PRI

Periodo	Flujo	Flujo actualizado	Flujo acumulado ajustado
Año 0	-\$382.826,27	-\$382.826,27	-\$317.806,84
Año 1	\$65.019,43	\$267.218,85	\$359.502,14
Año 2	\$92.283,29	\$251.152,33	\$342.911,92
Año 3	\$91.759,59	\$220.572,43	\$311.996,44
Año 4	\$91.424,01	\$193.839,66	\$284.376,14
Año 5	\$90.536,48	\$17.084,60	\$17.084,60

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Análisis: No existe periodo de recuperación para la inversión de nuestro proyecto

Punto de equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio utilizaremos la siguiente formula.

Fórmula:

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

Donde:

PE= Punto de equilibrio

CF=Costos Fijo

CV= Costos variables

I= Ingresos

$$PE = \frac{\$131.075,88}{1 - \frac{\$866.308,36}{\$1.157.295,36}}$$

PE = \$521.306,82

Detalla	AÑO 1
Ingresos ventas	\$1.157.295,36
Costos fijos	
Mano de obra directa	\$18.271,36
Costos indirectos	\$6.278,14
Gastos administrativos	\$34.464,83
Gastos de venta	\$51.371,36
Gasto depreciación	\$20.690,20
Total costo fijos	\$131.075,88
Costos variables	
Mercadería	\$837.340,80
Gastos financiero	\$28.967,56
Total costos variables	\$866.308,36
Punto de equilibrio	\$521.306,82

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

ESCENARIO 3

Para el escenario 3 se utilizará el precio más alto obtenido del estudio de campo, manteniendo la misma inflación anual y manteniendo los mismos costos tanto fijos como de mercadería.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
4 a 5 dólares	0	%
6 a 7 dólares	86	27%
8 a 9 dólares	115	36%
10 a 11 dólares	112	37%
Total	313	100%

PRECIO DEL TOMATE		
PRODUCTO	PRESENTACIÓN	PRECIO
Tomate riñón	Cajas	\$ 10,50

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

DE RESULTADOS ESCENARIO 3

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta	\$ 1.869.477,12	\$ 1.899.388,75	\$ 1.929.778,97	\$ 1.960.655,44	\$ 1.992.025,92
Costo de ventas	\$ 837.340,80	\$ 853.920,15	\$ 870.827,77	\$ 888.070,16	\$ 905.653,95
(=) utilidad bruta en ventas	\$ 1.032.136,32	\$ 1.045.468,61	\$ 1.058.951,21	\$ 1.072.585,28	\$ 1.086.371,98
(-) gastos operacionales	\$ 135.493,95	\$ 120.147,06	\$ 114.844,49	\$ 108.542,19	\$ 102.296,42
Gastos administrativos	\$ 34.464,83	\$ 26.846,20	\$ 26.846,20	\$ 26.298,78	\$ 26.298,78
Gastos de ventas	\$ 51.371,36	\$ 48.528,91	\$ 48.528,91	\$ 48.528,91	\$ 48.528,91
Gastos financieros	\$ 28.967,56	\$ 24.081,75	\$ 18.779,18	\$ 13.024,30	\$ 6.778,53
Gasto depreciación	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20
Utilidad operacional	\$ 896.642,37	\$ 925.321,55	\$ 944.106,72	\$ 964.043,09	\$ 984.075,56
(-) 15% participación trabajadores	\$ 134.496,36	\$ 138.798,23	\$ 141.616,01	\$ 144.606,46	\$ 147.611,33
(=) Utilidad antes de imp.	\$ 762.146,02	\$ 786.523,32	\$ 802.490,71	\$ 819.436,63	\$ 836.464,23
(-)22% impuesto a la renta	\$ 167.672,12	\$ 173.035,13	\$ 176.547,96	\$ 180.276,06	\$ 184.022,13
Utilidad Neta	\$ 594.473,89	\$ 613.488,19	\$ 625.942,76	\$ 639.160,57	\$ 652.442,10

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

FLUJO DE EFECTIVO ESCENARIO 3

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta	\$ 1.869.477,12	\$ 1.899.388,75	\$ 1.929.778,97	\$ 1.960.655,44	\$ 1.992.025,92
Costo de ventas	\$ 837.340,80	\$ 853.920,15	\$ 870.827,77	\$ 888.070,16	\$ 905.653,95
(=) utilidad bruta en ventas	\$ 1.032.136,32	\$ 1.045.468,61	\$ 1.058.951,21	\$ 1.072.585,28	\$ 1.086.371,98
(-) gastos operacionales	\$ 135.493,95	\$ 120.147,06	\$ 114.844,49	\$ 108.542,19	\$ 102.296,42
Gastos administrativos	\$ 34.464,83	\$ 26.846,20	\$ 26.846,20	\$ 26.298,78	\$ 26.298,78
Gastos de ventas	\$ 51.371,36	\$ 48.528,91	\$ 48.528,91	\$ 48.528,91	\$ 48.528,91
Gastos financieros	\$ 28.967,56	\$ 24.081,75	\$ 18.779,18	\$ 13.024,30	\$ 6.778,53
Gasto depreciación	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20
Utilidad operacional	\$ 896.642,37	\$ 925.321,55	\$ 944.106,72	\$ 964.043,09	\$ 984.075,56
(-) 15% participación trabajadores	\$ 134.496,36	\$ 138.798,23	\$ 141.616,01	\$ 144.606,46	\$ 147.611,33
(=) Utilidad antes de imp.	\$ 762.146,02	\$ 786.523,32	\$ 802.490,71	\$ 819.436,63	\$ 836.464,23
(-)22% impuesto a la renta	\$ 167.672,12	\$ 173.035,13	\$ 176.547,96	\$ 180.276,06	\$ 184.022,13
Utilidad Neta	\$ 594.473,89	\$ 613.488,19	\$ 625.942,76	\$ 639.160,57	\$ 652.442,10
(+) Depreciacion		\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20	\$ 20.690,20
Inversión Inicial (\$341.642,00)					
Capital (\$41.184,27)					
Recursos propios					
Prestamo					
Valor residual (\$192.249,00)					
(-) Amortización del préstamo	\$57.278,0	\$62.163,8	\$67.466,3	\$73.221,2	\$79.467,0
(=) Flujo de caja anual proyectado	\$ 537.195,93	\$ 572.014,62	\$ 579.166,62	\$ 586.629,55	\$ 593.665,31

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

EVALUACIÓN FINANCIERA ESCENARIO 3

VAN

$$\text{VAN} = -P + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^1} + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^2} + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^3} + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^4} + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^5}$$

INV. INICIAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$382.826,27					
-\$382.826,27	\$537.195,93	\$572.014,62	\$579.166,62	\$586.629,55	\$593.665,31

VAN	\$ 1.528.201,25
------------	-----------------

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Análisis: El proyecto es rentable puesto que el VAN es mayor a 0

TIR

$$-P + \frac{FNC}{(1 + i)^1} + \frac{FNC}{(1 + i)^2} + \frac{FNC}{(1 + i)^3} + \frac{FNC}{(1 + i)^4} + \frac{FNC}{(1 + i)^5} = 0$$

TIR	142,74%
------------	---------

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Análisis: Nuestro TIR en este escenario es superior a la tasa TMAR que era del 15% tomado desde un inicio, por lo que tiene ganancia.

PRI

Periodo	Flujo	Flujo actualizado	Flujo acumulado ajustado
Año 0	-\$382.826,27	-\$382.826,27	\$154.369,67
Año 1	\$537.195,93	\$267.218,85	\$839.233,47
Año 2	\$572.014,62	\$251.152,33	\$830.318,95
Año 3	\$579.166,62	\$220.572,43	\$807.201,98
Año 4	\$586.629,55	\$193.839,66	\$787.504,97
Año 5	\$593.665,31	\$17.084,60	\$17.084,60

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

Análisis: Se recupera la inversión en el primer año es decir que nuestro proyecto es rentable.

Punto de equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio utilizaremos la siguiente formula.

Fórmula:

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

Donde:

PE= Punto de equilibrio

CF=Costos Fijo

CV= Costos variables

I= Ingresos

$$PE = \frac{\$131.075,88}{1 - \frac{\$83666.308,}{\$2.44.269,32}}$$

PE = \$244.269,32

Detalla	AÑO 1
Ingresos ventas	\$1.869.477,12
Costos fijos	
Mano de obra directa	\$18.271,36
Costos indirectos	\$6.278,14
Gastos administrativos	\$34.464,83
Gastos de venta	\$51.371,36
Gasto depreciación	\$20.690,20
Total costo fijos	\$131.075,88
Costos variables	
Mercadería	\$837.340,80
Gastos financiero	\$28.967,56
Total costos variables	\$866.308,36
Punto de equilibrio	\$244.269,32

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

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

Elaborado por: Sánchez, D & Noboa, V. 2019

CONCLUSIONES

- De acuerdo al estudio de mercado realizado se determina que existe una demanda insatisfecha de tomate riñón por la falta de estrategias de comercialización.
- Con la observación técnica que se efectuó en la Parroquia de San Luis se determinó que es un sector apropiado que cuenta con los servicios básicos necesarios y sus vías de transporte en perfecto estado ayudando de esta manera al desarrollo del proyecto.
- En el análisis económico, se determinó que el presente proyecto si es factible realizarlo, ya que se obtuvo un Valor Actual Neto positivo, una Tasa Interna de Retorno del 55,15%, un Beneficio Costo de \$1.96 por cada dólar invertido y se espera recuperar la inversión en un periodo 1 año, 2 mes. Lo que genera una ventaja para el sector donde se va a instalar el proyecto.

RECOMENDACIONES

- Se debe aprovechar la calidad, excelencia y cantidad del tomate riñón que se produce en la Parroquia de San Luis, para cubrir los mercados, y de esta forma satisfacer necesidades
- Es importante diseñar estrategias adecuadas de comercialización que permita cubrir las demandas insatisfechas existentes en el mercado.
- Es necesario que se aproveche los factores viables que tiene la Parroquia para de esta forma alcanzar los objetivos planteados de este proyecto.
- De acuerdo a los resultados económicos obtenidos en el presente trabajo de investigación, se recomienda que es procedente iniciar la ejecución del proyecto, en la Parroquia de San Luis, siendo este el sitio propicio para este tipo de actividad, lo que genera un efecto multiplicador de su economía.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, E.** (2011). *Cómo elaborar un proyecto*. En Aguilar. Buenos Aires: Lumen.
- Baca, G.** (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw-Will.
- Basile.** (2008). *Desarrollo de Proyectos de Emprendimientos PyMES para el Crecimiento..* Buenos Aires: Machi.
- Bermudez, L., & Rodríguez, L.** (2013). *Investigación en la Gestión Empresarial* . Ecoe Ediciones.
- Bernal, C.** (2016). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Pearson.
- Blanco, A.** (2007). *Formulación y evaluación de proyectos*. 6ta ed. Caracas.
- Ceballos, V.** (2013). *Fomentar valores corporativos es esencial para la empresa*. Recuperado el 6 de Julio de 2018, de <http://www.eempleo.com/co/noticias/mundo-empresarial/fomentar-valores-corporativos-es-esencial-para-la-empresa-4384>
- Conceptodefinición.de.** (s.f.). Definición de método. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/>: <https://conceptodefinicion.de/metodo/>
- Córdova, M.** (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Fajardo, B.** (29 de septiembre de 2015). *Organigrama Funcional: Definición, características y ejemplo*. Recuperado el 2 de julio de 2018, de <http://dorganizacionaluni.blogspot.com/2015/09/organigrama-funcional-definicion.html>
- Kume, H.** (2012). *Tipo de investigación*. Bogotá: Norma.
- Lara, B.** (2011). *Como elaborar Proyectos de Inversión paso a pasa*. Quito: Oseas Espin.
- López, F.** (2011). *Políticas y reglas*. Recuperado el 6 de Julio de 201, de <https://soyroiver.wordpress.com/2011/09/17/politicas-y-reglas/>
- Malhotra Naresh.** (2016). *Investigación de mercados*. México: Pearson Education .
- Marcial, C.** (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Mejía Sánchez, H.** (2010). *Bienes y Necesidades*. Perú: Huaraz-Ancash.
- Miranda.** (2005). *Gestión de Proyectos*. En M. J. Bogtá: MM editores.
- Morales, C.** (2007). *Conceptos de logotipo isotipo e imagotipo*. Recuperado el 4 de Junio de 2018, de <http://propuestagrafika.blogspot.com/2007/05/conceptos-de-logotipo-isotipo-e.html>
- Münch, L., & Ángeles, E.** (2005). *Métodos y técnicas de investigación*. México : Trillas.
- Naturales, G. e.** (2010). *Estudios Ambientales*. Recuperado el 4 de Junio de 2018, de <https://www.grn.cl/estudios-ambientales.html>
- Padilla C, M.** (2011). *Formulacion Evaluacion de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones,.
- Pedrosa, S.** (2017). *Coste de oportunidad*. Recuperado el 8 de Junio de 2018, de <http://economipedia.com/author/s-jorge>

- Rodriguez, C. (2008).** Evaluación Económica de Proyectos de Inversión. En C. Rodriguez, *Evaluación Económica de Proyectos de Inversión*. Bogotá: Universidad de los Andes.
- Salcedo Quevedo, R. (2016).** *La importancia de un Proyecto*. Obtenido de <http://www.usmp.edu.pe>:
<http://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info46/sistemas/articulo3.htm>
- Samaniego, P. (2010).** *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del gobierno*. Penipe.
- Terán, L. (2015).** *Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa de acopio de aguacate en la parroquia San Roque del Cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura y su comercialización en la parroquia Sangolqui, cantón Rumiñhui*. (Tesis de pregrado, ESPE). Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/11165/1/T-ESPE-048940.pdf>
- Urueña B, O. (2008).** *Contabilidad Básica*. Bogotá: FUS.
- Villacis, C. (1985).** Reseña histórica de creación de la parroquia. *Revista San Luis*.

