



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

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA COMERCIALIZADORA DE TOMATE RIÑÓN EN LA  
PARROQUIA IZAMBA CANTÓN AMBATO**

**Trabajo de titulación**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar por el grado académico de:

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA:**

**GISSELA ABIGAIL QUINQUIGUANO CAGUANA**

Riobamba – Ecuador

2022



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

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA COMERCIALIZADORA DE TOMATE RIÑÓN EN LA  
PARROQUIA IZAMBA CANTÓN AMBATO**

**Trabajo de titulación**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar por el grado académico de:

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA: GISELA ABIGAIL QUINQUIGUANO CAGUANA**

**DIRECTOR: ING. CARLOS PATRICIO ARGUELLO MENDOZA**

Riobamba – Ecuador

2022

**©2022, Gissela Abigail Quinquigano Caguana**

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 Autora.

Yo, Gissela Abigail Quinquigano Caguana, declaro 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 autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 17 de enero de 2022



**Gissela Abigail Quinquigano Caguana**

**C.C.: 180517170-7**

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

El Tribunal de Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de titulación: Tipo: Proyecto de Investigación, **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE TOMATE RIÑÓN EN LA PARROQUIA IZAMBA CANTÓN AMBATO**, realizado por la señorita **GISSELA ABIGAIL QUINQUIGUANO CAGUANA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal de Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autorizada su presentación.

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
<p>Ing. Jazmín Isabel García Guerra  <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b></p>	<p>JAZMIN ISABEL            GARCIA            GUERRA</p> <hr style="width: 100%;"/> <p style="font-size: small; text-align: left;">Firmado digitalmente por: JAZMIN ISABEL GARCIA GUERRA            DN: cn=JAZMIN ISABEL GARCIA GUERRA, o=EC, ou=SECURITY DATA S.A. 2, ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE INFORMACION            Motivo: He revisado este documento            Ubicación:</p>	<p>2022-01-17</p>
<p>Ing. Carlos Patricio Arguello Mendoza  <b>DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN</b></p>	<p>CARLOS            PATRICIO            ARGUELLO            MENDOZA</p> <hr style="width: 100%;"/> <p style="font-size: small; text-align: left;">Firmado digitalmente por            CARLOS PATRICIO ARGUELLO MENDOZA</p>	<p>2022-01-17</p>
<p>Mgs. María del Carmen Moreno Albuja  <b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b></p>	<p>MARIA DEL            CARMEN            MORENO            ALBUJA</p> <hr style="width: 100%;"/> <p style="font-size: small; text-align: left;">Firmado digitalmente por            MARIA DEL CARMEN MORENO ALBUJA</p>	<p>2022-01-17</p>

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de titulación primeramente a Dios por bendecirme cada día, por brindarme la paciencia y sabiduría para culminar mi carrera universitaria y sobre todo darme las fuerzas para luchar ante toda adversidad. A mis padres por brindarme sus sabios consejos su amor y motivación en todo este trayecto y apoyo en los momentos difíciles. A mis hermanos por estar siempre presentes, apoyándome moralmente y ser mi impulso para luchar y ser alguien mejor.

Gissela

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por darme la vida ser el inspirador y darme fuerzas para alcanzar mi sueño y culminar mi meta propuesta que la vida universitaria presenta a lo largo del camino.

A mi director de tesis Ing. Carlos Patricio Arguello Mendoza y miembro de tribunal Mgs. María del Carmen Moreno Albuja quien con sus conocimientos su experiencia su paciencia han logrado de mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, por darme la oportunidad de estudiar y haberme acogido durante estos años, y por formarnos como profesionales en la Facultad de Administración de Empresas.

Finalmente, agradezco a mis amigos, quienes me han brindado su amistad incondicional, por haber hecho una etapa universitaria un trayecto de convivencias y por sus sabios consejos.

Gissela

## TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1

### CAPÍTULO I

<b>1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....</b>	<b>2</b>
<b>1.1. Antecedentes Investigativos.....</b>	<b>2</b>
<b>1.2. Fundamentación Teórico.....</b>	<b>4</b>
<b>1.2.1. Proyecto.....</b>	<b>5</b>
1.2.1.1. <i>Importancia de proyecto</i> .....	5
1.2.1.2. <i>Objetivos del proyecto</i> .....	6
1.2.1.3. <i>Tipos de proyectos</i> .....	6
1.2.1.4. <i>Proyecto de Inversión</i> .....	8
1.2.1.5. <i>Etapas para la realización del proyecto</i> .....	8
1.2.1.6. <i>Ciclo de vida del proyecto</i> .....	9
<b>1.2.2. Estudio de Factibilidad.....</b>	<b>10</b>
1.2.2.1. <i>Componentes del estudio de factibilidad</i> .....	11
<b>1.2.3. Empresa.....</b>	<b>18</b>
1.2.3.1. <i>Tipos de empresas</i> .....	18
<b>1.2.4. Comercialización.....</b>	<b>19</b>
1.2.4.1. <i>Elementos que interviene en la comercialización</i> .....	19
<b>1.2.5. Tomate Riñón.....</b>	<b>21</b>
1.2.5.1. <i>Generalidades</i> .....	21
1.2.5.2. <i>Composición y beneficios</i> .....	21
<b>1.3. Idea a Defender.....</b>	<b>21</b>
<b>1.4.1. Variable Independiente.....</b>	<b>21</b>
<b>1.4.2. Variable dependiente.....</b>	<b>22</b>

### CAPÍTULO II

<b>2.</b>	<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	23
<b>2.1.</b>	<b>Modalidad de la Investigación</b> .....	23
<b>2.1.1.</b>	<i>Enfoque cuantitativo</i> .....	23
<b>2.1.2.</b>	<i>Enfoque cualitativo</i> .....	23
<b>2.2.</b>	<b>Tipos de investigación</b> .....	24
<b>2.2.1.</b>	<i>Investigación de Campo</i> .....	24
<b>2.2.2.</b>	<i>Investigación descriptiva</i> .....	24
<b>2.2.3.</b>	<i>Investigación bibliográfica – documental</i> .....	24
<b>2.3.</b>	<b>Población y Muestra</b> .....	25
<b>2.3.1.</b>	<i>Población</i> .....	25
<b>2.3.2.</b>	<i>Muestra</i> .....	25
<b>2.4.</b>	<b>Métodos Técnicas e Instrumentos de Investigación</b> .....	26
<b>2.4.1.</b>	<i>Métodos de Investigación</i> .....	26
<b>2.4.2.</b>	<i>Técnicas de Investigación</i> .....	27
<b>2.4.3.</b>	<i>Instrumentos de Investigación</i> .....	27

### CAPÍTULO III

<b>3.</b>	<b>MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b> .....	28
<b>3.1.</b>	<b>Análisis e interpretación de resultados</b> .....	28
<b>3.1.1.</b>	<i>Resultados de la encuesta aplicada a los productores de tomate riñón de la parroquia Izamba</i> .....	29
<b>3.1.2.</b>	<i>Resultados de la encuesta aplicada a la población económicamente activa del cantón Ambato</i> .....	39
<b>3.1.3.</b>	<i>Análisis General de Resultados de las Encuestas</i> .....	47
<b>3.2.</b>	<b>Tema de la propuesta</b> .....	48
<b>3.3.</b>	<b>Desarrollo de la propuesta</b> .....	48
<b>3.3.1.</b>	<i>Estudio de mercado</i> .....	48
<b>3.3.1.1.</b>	<i>Descripción del producto</i> .....	48
<b>3.3.1.2.</b>	<i>Análisis de la demanda</i> .....	48
<b>3.3.1.3.</b>	<i>Proyección de la demanda</i> .....	49
<b>3.3.1.4.</b>	<i>Análisis de la oferta</i> .....	50
<b>3.3.1.5.</b>	<i>Proyección de la Oferta</i> .....	50
<b>3.3.1.6.</b>	<i>Determinación de la demanda insatisfecha de cajas de tomate riñón</i> .....	51
<b>3.3.1.7.</b>	<i>Definición del producto</i> .....	52
<b>3.3.1.8.</b>	<i>Determinación del precio</i> .....	54
<b>3.3.1.9.</b>	<i>Fijación del precio</i> .....	55

3.3.1.10.	<i>Canales de distribución</i>	55
3.3.1.11.	<i>Promoción y publicidad</i>	56
<b>3.3.2.</b>	<b><i>Estudio técnico</i></b>	<b>57</b>
3.3.2.1.	<i>Localización del centro de acopio</i>	57
3.3.2.2.	<i>Macro Localización</i>	58
3.3.2.3.	<i>Micro localización</i>	58
3.3.2.4.	<i>Tamaño y Capacidad del proyecto</i>	59
3.3.2.5.	<i>Distribución y diseño de las instalaciones</i>	60
3.3.2.6.	<i>Proceso productivo</i>	61
3.3.2.7.	<i>Capacidad instalada y tecnología</i>	63
3.3.2.8.	<i>Presupuesto técnico</i>	66
<b>3.3.3.</b>	<b><i>Estudio Administrativo – legal</i></b>	<b>67</b>
3.3.3.1.	<i>Aspectos legales del centro de acopio</i>	67
3.3.3.2.	<i>Denominación social</i>	68
3.3.3.3.	<i>Conformidad del capital social</i>	68
3.3.3.4.	<i>Base legal</i>	69
3.3.3.5.	<i>Filosofía empresarial</i>	69
<b>3.3.4.</b>	<b><i>Estudio económico – financiero</i></b>	<b>73</b>
3.3.4.1.	<i>Inversión del proyecto</i>	73
3.3.4.2.	<i>Inversión óptima en capital de trabajo</i>	85
3.3.4.3.	<i>Inversión total del proyecto</i>	86
3.3.4.4.	<i>Estudio de fuentes y usos</i>	86
3.3.4.5.	<i>Presupuestos</i>	87
3.3.4.6.	<i>Evaluación financiera</i>	87
	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>97</b>
	<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>98</b>
	<b>GLOSARIO</b>	
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	
	<b>ANEXOS</b>	

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-2:</b>	Población de estudio – consumidores .....	25
<b>Tabla 2-2:</b>	Población de estudio – productores .....	25
<b>Tabla 1-3:</b>	Cultivo de tomate riñón .....	29
<b>Tabla 2-3:</b>	Formar parte de alguna asociación de productores .....	30
<b>Tabla 3-3:</b>	Tiempo de cultivo.....	31
<b>Tabla 4-3:</b>	Tiempo de cultivo para la comercialización del tomate riñón.....	32
<b>Tabla 5-3:</b>	Producción según cajas de tomate riñón .....	33
<b>Tabla 6-3:</b>	Precio del producto en el mercado .....	34
<b>Tabla 7-3:</b>	Medio de venta del producto .....	35
<b>Tabla 8-3:</b>	Compradores potenciales.....	36
<b>Tabla 9-3:</b>	Existencia de un centro de acopio en la parroquia Izamba.....	37
<b>Tabla 10-3:</b>	Creación y asociación de un centro de acopio .....	38
<b>Tabla 11-3:</b>	Consumo de tomate riñón.....	39
<b>Tabla 12-3:</b>	Compra del producto escala semanal .....	40
<b>Tabla 13-3:</b>	Lugar de adquisición del producto.....	41
<b>Tabla 14-3:</b>	Precio de adquisición del producto .....	42
<b>Tabla 15-3:</b>	Característica que influye en la compra del producto .....	43
<b>Tabla 16-3:</b>	Presentación del producto.....	44
<b>Tabla 17-3:</b>	servicio Adicional .....	45
<b>Tabla 18-3:</b>	Valor Adicional .....	46
<b>Tabla 19-3:</b>	Demanda requerida.....	49
<b>Tabla 20-3:</b>	Tasa de crecimiento poblacional.....	49
<b>Tabla 21-3:</b>	Demanda proyecta .....	50
<b>Tabla 22-3:</b>	Oferta histórica de tomate riñón en el cantón Ambato.....	50
<b>Tabla 23-3:</b>	Oferta Proyectada .....	51
<b>Tabla 24-3:</b>	Demanda insatisfecha .....	51
<b>Tabla 25-3:</b>	Información del producto – Tomate riñón .....	53
<b>Tabla 26-3:</b>	Tabulación de la disposición a pagar por el producto .....	54
<b>Tabla 27-3:</b>	Costo unitario por caja de tomate riñón de 22 kilos .....	54
<b>Tabla 28-3:</b>	Costo de venta por unidad – tomate riñón - 2021 .....	55
<b>Tabla 29-3:</b>	Promoción y publicidad a utilizar .....	56
<b>Tabla 30-3:</b>	Producción de tomate riñón .....	59
<b>Tabla 31-3:</b>	Distribución de las instalaciones del centro de acopio .....	60
<b>Tabla 32-3:</b>	Prueba caja de tomate .....	62

<b>Tabla 33-3:</b>	Cálculo del tiempo por proceso – tomate riñòn .....	62
<b>Tabla 34-3:</b>	Demanda a cubrir anual-mensual-diario de cajas de tomate riñòn .....	63
<b>Tabla 35-3:</b>	Maquinaria y equipo .....	64
<b>Tabla 36-3:</b>	Inversión fija.....	66
<b>Tabla 37-3:</b>	Inversión diferida.....	66
<b>Tabla 38-3:</b>	Capital de trabajo para el primer año .....	67
<b>Tabla 39-3:</b>	Inversión del proyecto .....	67
<b>Tabla 40-3:</b>	Aporte de los socios.....	68
<b>Tabla 41-3:</b>	Terrenos.....	73
<b>Tabla 42-3:</b>	Edificio .....	74
<b>Tabla 43-3:</b>	Maquinaria y Equipo .....	74
<b>Tabla 44-3:</b>	Muebles y enseres.....	74
<b>Tabla 45-3:</b>	Equipo de oficina.....	74
<b>Tabla 46-3:</b>	Equipo de computación .....	75
<b>Tabla 47-3:</b>	Vehículo .....	75
<b>Tabla 48-3:</b>	Utensilios.....	75
<b>Tabla 49-3:</b>	Resumen de la Inversión fija o activos fijos .....	75
<b>Tabla 50-3:</b>	Depreciación de los activos fijos .....	76
<b>Tabla 51-3:</b>	Depreciación de los activos fijos en el primer año.....	76
<b>Tabla 52-3:</b>	Resumen de la inversión diferida o activo diferido.....	76
<b>Tabla 53-3:</b>	Amortización de los activos diferidos en el primer año .....	77
<b>Tabla 54-3:</b>	Costo de materia prima en cada año .....	77
<b>Tabla 55-3:</b>	Proyección de los sueldos.....	78
<b>Tabla 56-3:</b>	Salarios de la mano de obra directa – proyecta a 5 años .....	78
<b>Tabla 57-3:</b>	Costos de los insumos en cada año .....	79
<b>Tabla 58-3:</b>	Salarios de la mano de obra indirecta – proyectada a 5 años .....	79
<b>Tabla 59-3:</b>	Costos Indirectos de fabricación.....	79
<b>Tabla 60-3:</b>	Proyección de la inflación 2020.....	80
<b>Tabla 61-3:</b>	Proyección de la inflación de los 5 años restantes .....	81
<b>Tabla 62-3:</b>	Inflación proyectada .....	81
<b>Tabla 63-3:</b>	Inversión en capital de trabajo proyectado a 5 años.....	81
<b>Tabla 64-3:</b>	Sueldo personal administrativo - 2020.....	82
<b>Tabla 65-3:</b>	Sueldo personal administrativo proyectado .....	82
<b>Tabla 66-3:</b>	Sueldo del personal de ventas proyectado .....	83
<b>Tabla 67-3:</b>	Combustible y lubricante – año base .....	83
<b>Tabla 68-3:</b>	Proyección de los gastos en combustible y lubricante .....	83
<b>Tabla 69-3:</b>	Depreciación del activo fijo en los próximos 5 años.....	83

<b>Tabla 70-3:</b> Amortización del activo diferido para los próximos 5 años .....	84
<b>Tabla 71-3:</b> Servicios básicos proyectados .....	84
<b>Tabla 72-3:</b> Proyección de suministros de oficina.....	84
<b>Tabla 73-3:</b> Proyección materiales de limpieza.....	84
<b>Tabla 74-3:</b> Publicidad.....	85
<b>Tabla 75-3:</b> Proyección publicidad a utilizar.....	85
<b>Tabla 76-3:</b> Capital de trabajo Anual \$ .....	85
<b>Tabla 77-3:</b> Inversión total.....	86
<b>Tabla 78-3:</b> Estados de uso y fuentes proyectados .....	86
<b>Tabla 79-3:</b> Proyección de los ingresos.....	87
<b>Tabla 80-3:</b> Estado de Situación Inicial .....	88
<b>Tabla 81-3:</b> Estado de Resultados proyectado a 5 años.....	89
<b>Tabla 82-3:</b> Flujo de fondos proyectados .....	89
<b>Tabla 83-3:</b> Flujo de Fondo proyectado con Financiamiento .....	90
<b>Tabla 84-3:</b> Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento .....	90
<b>Tabla 85-3:</b> Período de recuperación de la inversión .....	93
<b>Tabla 86-3:</b> Costos variables y fijos.....	95

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-1:</b>	Hilo conductor.....	4
<b>Gráfico 2-1:</b>	Etapas de un proyecto.....	9
<b>Gráfico 3-1:</b>	Estructura del estudio del mercado .....	11
<b>Gráfico 4-1:</b>	Estructura del estudio técnico .....	13
<b>Gráfico 5-1:</b>	Elementos que intervienen en la comercialización .....	20
<b>Gráfico1-3:</b>	Cultivo de tomate riñón .....	29
<b>Gráfico 2-3:</b>	Formación de a alguna asociación de productores .....	30
<b>Gráfico 3-3:</b>	Tiempo de cultivo.....	31
<b>Gráfico 4-3:</b>	Tiempo de cultivo para la comercialización de tomate riñón.....	32
<b>Gráfico 5-3:</b>	Producción según cajas de tomate .....	33
<b>Gráfico 6-3:</b>	Precio que percibe por el producto .....	34
<b>Gráfico 7-3:</b>	Frecuencia venta.....	35
<b>Gráfico 8-3:</b>	Compradores potenciales.....	36
<b>Gráfico 9-3:</b>	Existencia de un centro de acopio en la Parroquia Izamba .....	37
<b>Gráfico 10-3:</b>	Creación y asociación de un centro de acopio .....	38
<b>Gráfico 11-3:</b>	Consumo de tomate riñón.....	39
<b>Gráfico 12-3:</b>	Compra del producto escala semanal.....	40
<b>Gráfico 13-3:</b>	Lugar de adquisición del producto .....	41
<b>Gráfico 14-3:</b>	Precio de adquisición el producto.....	42
<b>Gráfico 15-3:</b>	Característica que influye en la compra del producto .....	43
<b>Gráfico 16-3:</b>	Presentación del producto.....	44
<b>Gráfico 17-3:</b>	Servicio adicional .....	45
<b>Gráfico 18-3:</b>	Valor adicional .....	46
<b>Gráfico 19-3:</b>	Demanda Insatisfecha.....	52
<b>Gráfico 20-3:</b>	Diagrama de operaciones del proceso de comercialización .....	63
<b>Gráfico 21-3:</b>	Organigrama estructural .....	70
<b>Gráfico 22-3:</b>	Punto de equilibrio .....	96

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-1:</b> El ciclo de vida del proyecto.....	10
<b>Figura 2-1:</b> Componentes del estudio de factibilidad .....	11
<b>Figura 3-1:</b> Estructuración del análisis económico .....	16
<b>Figura 1-3:</b> Canal de distribución directo .....	55
<b>Figura 2-3:</b> Logotipo del centro de acopio .....	57
<b>Figura 3-3:</b> Macro localización .....	58
<b>Figura 4-3:</b> Macro localización .....	59
<b>Figura 5-3:</b> Plano de distribución del centro acopio .....	61

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXOS A:** ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES QUE SE DEDICAN A LAS ACTIVIDADES AGRÍCOLAS EN LA PARROQUIA IZAMBA.

**ANEXOS B:** ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DEL CANTÓN AMBATO

**ANEXOS C:** FOTOGRAFÍAS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como finalidad realizar un proyecto para la comercialización de tomate riñòn en la parroquia Izamba cantòn Ambato, a fin de conocer la factibilidad, productiva, técnica y administrativa, legal y económica-financiera para mejorar la economía de los agricultores del sector. Según los estudios realizados en este proyecto la metodología aplicada en la investigación fue la modalidad cuantitativa y cuantitativa, contrarrestándose con los tipos de investigación, de campo, descriptiva y bibliográfica-documental, plasmados a través de los métodos inductivo-deductivo, analítico-sintético, para el respectivo levantamiento de datos fue necesario aplicar las técnicas de observación directa, y encuestas, recolectando información a dos unidades de observación, de un total de 50 productores y la aplicación de una muestra a 384 a la población económicamente activa de la ciudad de Ambato, a fin de analizar la oferta y demanda existente con objetivo de proyectar la oferta futura a cubrir en base a la demanda insatisfecha. En el estudio se determinó el tamaño, localización, distribución e ingeniería óptima del proyecto y la capacidad instalada en tecnología. El proyecto fue estructurado mediante el estudio financiero donde se determinó la de factibilidad y rentabilidad del proyecto, donde se estableció la estructura del capital, determinándose una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 9,08%, el tiempo de recuperación de la inversión es en 3 años, 11 meses y 15 días, Razón Beneficio Costo de (RBC) \$1,03 y un Punto de Equilibrio (PE) es de 13.801 cajas de tomate en el primer año. Se comienda la pronta ejecución de este proyecto y aplicación de herramientas sencillas y prácticas de estudios necesarios para emprender.

**Palabras claves:** <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <COMERCIALIZACIÓN>, <TOMATE RIÑÓN>, <TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)>, <VALOR ACTUAL NETO (VAN)>, <RAZÓN BENEFICIO COSTO (RBC)>, <CENTRO DE ACOPIO>, <AMBATO (CANTÓN)>



Firmado electrónicamente por:  
JHONATAN RODRIGO  
PARREÑO UQUILLAS



01-02-2022

0171-DBRA-UTP-2022

## ABSTRACT

The purpose of this research work was to carry out a project for the commercialization of red tomato in Izamba parish in Ambato canton to know the productive, technical, administrative, legal, and economic-financial feasibility to improve the economy of the farmers in the sector. According to the studies carried out in this project, the methodology applied in the research was the qualitative and quantitative modality, counteracting with the types of research, field, descriptive, and bibliographic-documentary embodied through the inductive-deductive, analytical-synthetic methods. For the respective data collection, it was necessary to apply the techniques of direct observation and surveys collecting information from two observation units, a total of 50 producers, and the application of a sample of 384 of the economically active population of the city of Ambato to analyze the existing supply and demand to project the future supply to cover based on the unsatisfied demand. The study determined the size, location, distribution, and optimal engineering of the project and the installed capacity in technology. The project was structured through a financial study where the feasibility and profitability of the project were determined. The capital structure was established determining an Internal Rate of Return (IRR) of 9.08%, the recovery time of the investment is 3 years, 11 months, and 15 days, Benefit-Cost Ratio (BCR) of \$1.03, and a Point of Equilibrium (PE) of 13,801 boxes of tomatoes in the first year. It is recommended that this project and the application of simple and practical study tools necessary to undertake this project be implemented as soon as possible.

Keywords: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <COMMERCIALIZATION>, <RED TOMATO>, <INTERNAL RATE OF RETURN (IRR)>, <NET PRESENT VALUE (NPV)>, <COST BENEFIT RATIO (CBR)>, <CONCENTER PURCHASE>, <AMBATO (CANTON)>



Firmado electrónicamente por:  
**MARIA EUGENIA  
RODRIGUEZ DURAN**

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo de los pueblos ha dependido siempre de la manera en que se manejaron los recursos productivos, guardando relación con su estilo de vida, como es la agricultura. Con el paso del tiempo el crecimiento poblacional y la representatividad de las hortalizas en nuestra alimentación, ha hecho que los productores del campo se ven afectados debido a la existencia de una producción creciente ocasionado la sobreproducción y caída de los precios por la alta competencia y la inexistencia de mercados para su abastecimiento lo que ha ocasionado pérdidas al productor y consumidor final. El presente trabajo de titulación denominada “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de tomate riñòn en la Parroquia Izamba, Cantón Ambato tiene como objetivo principal elaborar un proyecto para la comercialización de tomate riñòn en la Parroquia Izamba, Cantón Ambato como herramienta que determina la viabilidad y rentabilidad de los productores. El presente proyecto se encuentra estructurado en tres capítulos donde:

- Capítulo I: Indaga sobre trabajos anteriores con temas similares al trabajo de investigación, posteriormente se examina los fundamentos teóricos relacionados con el proyecto comercialización, proyecto de inversión y estudio de factibilidad.
- Capítulo II: Detalla la metodología a utilizar en el trabajo investigativo, especificando la modalidad de la investigación, los tipos de investigación a aplicar, población y muestra, los métodos, técnicas e instrumentos de investigación y finalmente se presenta los resultados de las encuestas aplicadas a los productores y consumidores de tomate.
- Capítulo III: Detalla la propuesta del proyecto, donde se desarrolla el estudio de mercado, el estudio técnico-operativo, el estudio administrativo-legal y el estudio económico-financiero, finalizando con las respectivas conclusiones y recomendaciones.

## CAPÍTULO I

### 1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

#### 1.1. Antecedentes Investigativos

La parroquia Izamba, ubicada en el cantón Ambato, provincia Tungurahua, no se han realizado trabajos de investigación con el presente tema a desarrollar: “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de tomate riñón en la parroquia Izamba canto Ambato” sin embargo existen temas similares por el cual se ha tomado como referencia algunas tesis presentadas en la biblioteca de la institución la cual ha sido de guía para el desarrollo del presente tema.

Para (Noboa & Sanchez, 2019), con el tema de investigación *“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 el año 2019”*, de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas establece que a través del uso de técnicas se realizó un diagnóstico permitiendo identificar factores tanto internos como externo dentro de la parroquia, estudio que ayudó a determinar la existencia de la demanda insatisfecha para el tomate riñón consiguientemente se efectuó la realización de estudios económico, legal y ambiental la cual permitió determinar que la Parroquia San Luis es el lugar adecuado para la instalación y creación del centro de acopio, por sus condiciones geográficas y distancias hacia los sector productivo.

Según (Aucancela, 2019), con la investigación denominada *“Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio dedicado a la producción y comercialización de productos derivados de la papa china en la parroquia San José, Cantón Santa Clara, provincia de Pastaza para el año 2018”*, de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, establece que para dar cumplimiento al tema, fue necesario efectuar un diagnósticos actual de la parroquia, efectuando con antelación una encuesta a los productores, por el cual se procedió a efectuar estudios; de mercado, técnico, administrativo, legal y financiero; a fin de conocer la viabilidad del proyecto y ejecutarlo.

De acuerdo a (Guevarra, 2020), en su documento de titulación nombrado *“Plan de negocios para la comercialización de productos agrícolas en la asociación San pedro de Licto Parroquia Licto, cantón Riobamba”* de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, exhibieron a través de un análisis interno y externo, utilizando

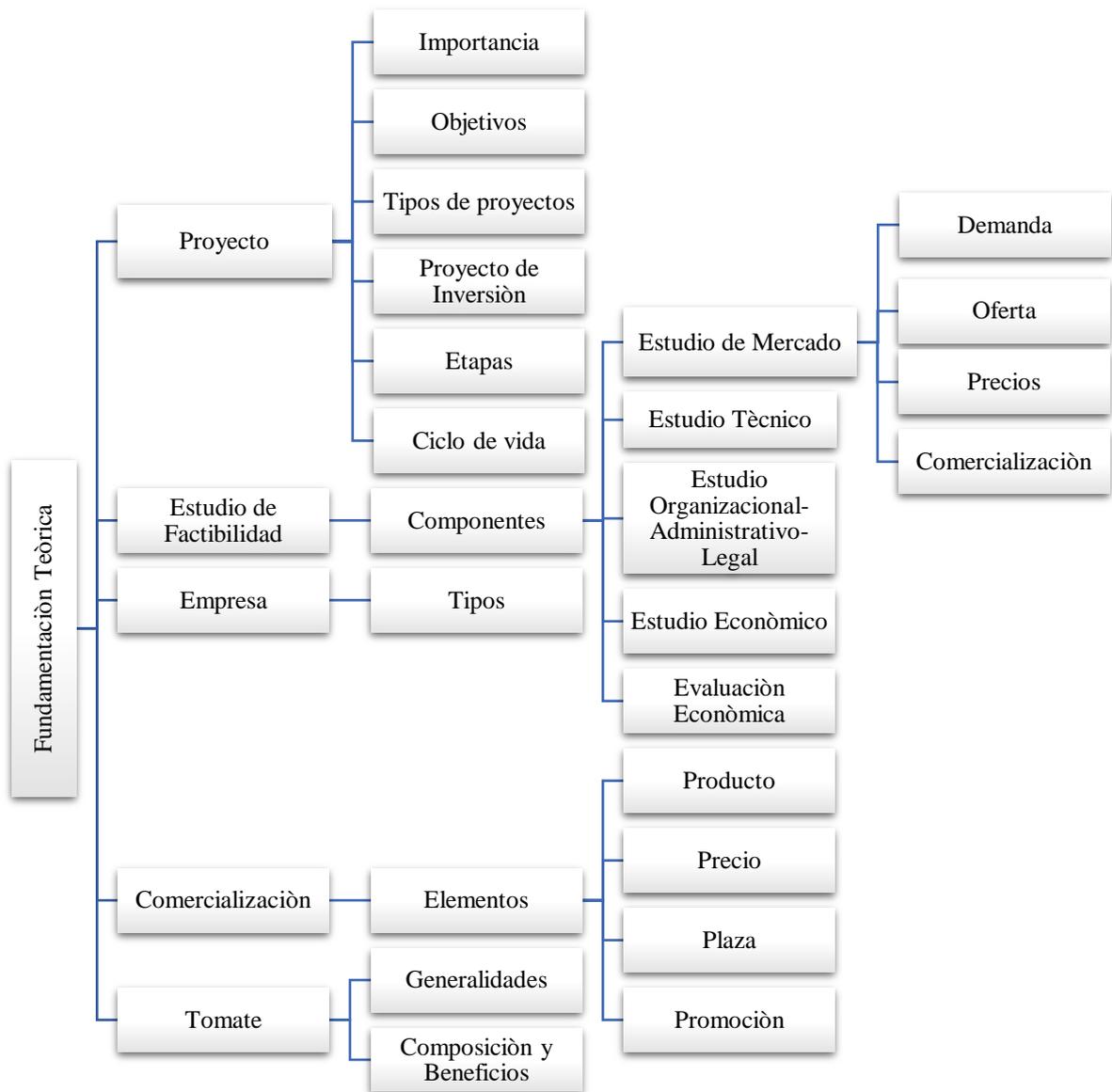
técnicas y herramientas para conocer el estado situacional de la asociación San Pedro de Licto, para implementar nuevas líneas de negocios para los productos, y por medio de las encuestas a los socios y comerciantes se ha obteniendo como resultados la oferta y la demanda, dando lugar a la viabilidad de implementar dicha investigación y contribución a mejorar la situación económica de los socios y la economía de la parroquia.

Citando a (Lema, 2019), expresa en su trabajo de titulación “*Estudio de factibilidad para la creación de una empresa asociativa para la comercialización de hortalizas orgánicas, en el GAD Municipal del cantón Suscal, de la provincia de Cañar*”, de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, la necesidad de aplicar una encuesta a los productores a fin de visualizar la necesidad de un centro de acopio, seguidamente se efectuó diferentes estudios; de mercado, técnico, administrativo-legal y económico - financiero a fin de conocer la viabilidad y rentabilidad dando lugar a su pronta ejecución.

Finalmente, citando a (Colcha, 2020), expresa en su trabajo de titulación “*Proyecto para la creación de una empresa para la producción de Vino de Uvilla en la Cuidad de Guaranda Provincia de Bolívar*”, de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, manifiesta que se efectuó diferentes estudios a fin de determinar la factibilidad tanto técnica-operativa y financiera para mejorar la economía de los agricultores, así también se determinó la demanda insatisfecha, el proyecto fue estructurado mediante el modelo de negocios Canvas fusionado con el estudio de factibilidad determinándose la tasa de interna de retorno, demostrando de manera sencilla y práctica los estudios necesarios para emprender el negocio.

Finalmente se puede concluir que es apropiado llevar a cabo el proyecto de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de tomate riñón, la cual permitirá mejorar el ámbito productivo de la parroquia a través de la cadena de comercialización, que dará una solución inmediata en el campo de la economía del sector y familias productoras de esta hortaliza.

## 1.2. Fundamentación Teórica



**Gráfico 1-1: Hilo conductor**

Fuente: (Yuni & Unbano, 2016)

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

### 1.2.1. *Proyecto*

De acuerdo con (Pacheco & Pérez, 2018), un proyecto es aquella idea que se planifica en busca de una solución al problema hallado.

Para (Salmòn, 2018), un proyecto es una operación de complejidad notable singular, con fechas definidas de inicio y conclusión. Es un trabajo no repetitivo que ha de planificarse y realizarse según unas especificaciones técnicas determinadas, con un presupuesto preestablecido y una organización temporal, con la participación de varios departamentos de una empresa que se desmantela cuando termina el proyecto y tal vez también con la colaboración de terceros. (pág. 16)

Un proyecto es un plan que se desarrolla para lograr algún propósito personal u organizacional. (Gallardo & Maldonado, 2016)

Según (Arias, 2016), el proyecto es un documento cuidadosamente elaborado a fin de disponer datos relevantes del tema a investigar, entre ellos cita a bases teóricas, metodología, recursos, entre otros.

De lo mencionado anteriormente se puede señalar que un proyecto es una herramienta que busca analizar y recopilar de manera sistemáticamente a la solución de un problema en una determinada área mediante la recolección y el análisis de datos capaces de satisfacer necesidades dentro de un periodo de tiempo determinado y permite ver al inversionista si es o no viable su realización.

#### 1.2.1.1. *Importancia de proyecto*

Otra importancia que expone (Bernal, 2016), sobre los proyectos es la temporalidad y la unicidad, a causa de que los proyectos se crean a fin de cumplir con un determinado objetivo de manera exclusiva y disponen de un inicio y un fin. Además de resolver problemas identificados, ayudando a mejorar las condiciones de vida del grupo en estudio, permitiendo al mismo tiempo, acceder a diversas fuentes de financiación, basados en decisiones en las estrategias y flujo de recursos. Y, por último, la gestión que se detalla en los proyectos, permitiendo organizar los recursos invertidos en base a los resultados esperados.

De acuerdo con (Baca, 2016), la importancia de efectuar proyectos se centra en invertir inteligentemente, disponiendo una base que lo justifique, un proyecto estructurado y evaluado para ejecutarlo, con el propósito de cubrir las necesidades de la sociedad o grupo determinado.

Un proyecto es importante porque es la forma en la cual se puede dar respuesta a un objetivo, ayuda a tomar una decisión compleja que se traduce firmemente en la supervivencia de una empresa, el éxito de los planes que se desean ejecutar, satisfacer las necesidades del consumidor con un nuevo producto o servicio, viabilidad de un emprendimiento, ayudará a tomar la decisión

si seguir o no con el proyecto de construcción, en fin, las posibilidades de dar inicio a un proyecto son bastantes. (Estrada, 2015, pág. 72)

Desde mi punto de vista un proyecto es muy importante ya que es una disciplina que nos permite gestionar y organizar nuestros recursos dando solución al problema existentes ya sean sociales, económicos, ambientales mediante ello buscar la forma de aprovechar una oportunidad de negocio para el logro de objetivos.

#### 1.2.1.2. *Objetivos del proyecto*

Los objetivos que persiguen los proyectos según (Carrión & Berasategi, 2016), se focalizan en conseguir un resultado final, buscar un coste económico equilibrado, cumplir un plazo establecido y satisfacer las necesidades del usuario o cliente.

Según (Bernal, 2016), la finalidad de todo proyecto es determinar de manera clara, sencilla y concreta de los objetivos que se desean alcanzar, para ello es necesario cumplir con el criterio “Smart”; por sus siglas en inglés; que consiste en ser específico, medible, realizable, realista y delimitado en tiempo.

Según lo mencionado por los autores se concluye que los objetivos de un proyecto, permite medir los resultados que se pretenden alcanzar a través del trabajo estas deben ser claras y entendibles para los interesados, por el cual tiene que ajustarse a lo que se quiere alcanzar.

#### 1.2.1.3. *Tipos de proyectos*

De acuerdo con (OBS Business, 2020), existen muchos tipos de proyectos, pero los más relevantes se muestran a continuación.

##### **1. Según el grado de dificultad:**

- a) Proyectos simples: Aquellos que se pueden realizar en un tiempo corto.
- b) Proyectos complejos: Demandan mayor planificación con tareas numerosas.

##### **2. Según la procedencia del capital:**

- a) Proyectos públicos: Proviene de recursos de instituciones gubernamentales.
- b) Proyectos privados: Proviene de recursos privados.
- c) Proyectos mixtos: Recursos de entidades públicas y privadas.

##### **3. Según el grado de experimentación del proyecto y sus objetivos:**

- a) Proyectos experimentales: Son aquellos que supone algo inédito o novedoso
- b) Proyectos normalizados: A través de parámetros para su respectiva ejecución.

#### **4. Según el sector:**

- a) Proyectos de construcción: Aquellas que ponen en marcha una obra civil.
- b) Proyectos de energía: Se basan en el aprovechamiento y uso de la energía.
- c) Proyectos de minería: Basada en la extracción de minerales halladas por la naturaleza.
- d) Proyectos de transformación: Plasmados en escenarios que generan transformación.
- e) Proyectos de medioambiente: Están orientados al cuidado y la preservación de los recursos naturales.
- f) Proyectos industriales: Elaboración de un producto o servicio de una industria.
- g) Proyectos de servicios: Orientadas a proporcionar bienes inmateriales a un tercero.
- h) Proyectos de banca o finanzas: Está centrada en el campo de las inversiones de capital.

#### **5. Según el ámbito:**

- a. Proyectos de ingeniería: Dirigidas al diseño y elaboración de técnicas y tecnológicas de uso industrial.
- b. Proyectos económicos: Aquellas relacionados a temas monetarios.
- c. Proyectos fiscales: Se relacionan con temas provenientes a leyes.
- d. Proyectos legales: La redacción y puesta en marcha de leyes en un contexto.
- e. Proyectos médicos: Orientados a la salud, sanidad y atención de pacientes.
- f. Proyectos matemáticos: Publicaciones de Teoremas académicas aplicadas a la realidad.
- g. Proyectos artísticos: Está relacionado con las artes plásticas
- h. Proyectos literarios: Se especializan en la producción de una obra escrita.
- i. Proyectos tecnológicos: Producción de un bien tecnológico.
- j. Proyectos informáticos: A la instalación y marcha de sistemas informáticos.

#### **6. Según su área de influencia:**

- a) Proyectos supranacionales: Se implementan en grandes regiones.
- b) Proyectos internacionales: Aquellas que comparten dos o más países.
- c) Proyectos locales: Se limita a ciertas comunidades, localidades, pueblos.
- d) Proyectos nacionales: Se implementan a lo largo y ancho de un país.
- e) Proyectos regionales: Relacionadas a las regiones establecidas de los países.

En particular de lo mencionado los tipos de proyectos tienen su importancia, ya que pueden ser aplicadas en cualquier ámbito, de tal manera sean aplicadas de acuerdo a las necesidades y llevar a cabo el proyecto.

#### 1.2.1.4. *Proyecto de Inversión*

De acuerdo a los autores (Pacheco & Pérez, 2018), un proyecto de inversión es una propuesta para la aplicación de recursos en distintas alternativas de negocio para lo cual se espera, genere ingresos futuros con el tiempo, capaces de compensar la aplicación de dichos recursos.

Del mismo modo un proyecto de inversión es un proyecto en marcha de las actividades u operaciones ya sean económica, financiera la cual tiene como fin el lograr un bien o servicio y obtener utilidad del mismo.

#### 1.2.1.5. *Etapas para la realización del proyecto*

Para (Ramirez, 2019), existen 5 etapas las cuales son importantes al momento de realizar un proyecto la cual se muestra a continuación:

**A. Inicio:** La fase de inicio es crucial en el ciclo de vida del proyecto, ya que es el momento de definir el alcance y proceder a la selección del equipo. Sólo con un ámbito claramente definido y un equipo especializado, se puede garantizar el éxito.

**Planificación:** Esta etapa trata de establecer una clara hoja de ruta para el resto del proyecto, esta debe constar de unas metas y objetivos fijados de unos costes estimados y de un alcance bien definidos

**Ejecución:** La fase de ejecución trata de crear un proyecto de calidad por él se debe gestionar el riesgo, el cambio, los eventos, los gastos, los recursos, el tiempo, y las actualizaciones y modificaciones. El éxito del proyecto dependerá de lo riguroso que se fue en la fase de la planificación.

**Seguimiento y control:** En esta fase es necesario realizar el seguimiento, revisión y monitorización de los procesos del proyecto, esta etapa se encuentra naturalmente asociada a la ejecución, durante el transcurso del proyecto es importante vigilar el estado de las tareas y programar reuniones para asegurar que todo funcione.

**B. Cierre:** Esta fase el proyecto comprende todos procesos orientados a completar formalmente el proyecto y las obligaciones contractuales inherentes ya han sido informados, una vez terminado este estudio, se establece formalmente que el proyecto ha concluido.

En la opinión de (Ramirez, 2019), las etapas de un proyecto, disponen de cuatro pasos fundamentales para llevar a cabo un proyecto, estas son inicio, planificación, ejecución y monitoreo y cierre del proyecto.



**Gráfico 2-1:** Etapas de un proyecto

Fuente: (Ramirez, 2019)

Elaborado por: Quinquiguano Gissela. 2020

Bajo estos puntos de vista del autor, las etapas mencionadas se encuentran bien definidas, razón por la cual es necesario recalcar y saber los términos que se va utilizar para la realización del proyecto, es decir, cómo se va llevar a cabo el estudio, saber la calidad del producto, donde va ser comercializado, la zona geográfica y posteriormente la venta del producto; todo esto permitirá realizar un análisis de la parte financiera del proyecto para que el mismo sea ejecutado de mejor manera.

#### 1.2.1.6. *Ciclo de vida del proyecto*

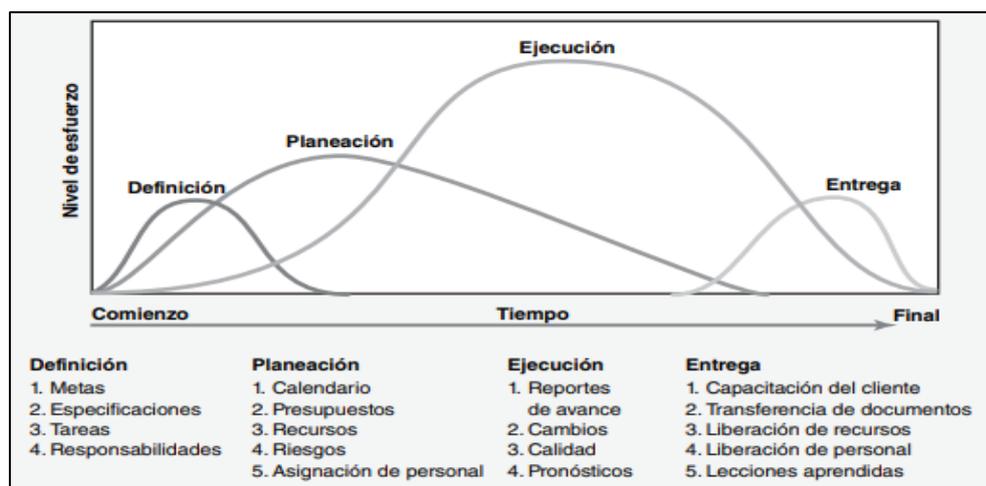
De acuerdo con (Gray & Larson, 2015), el ciclo de vida reconoce que los proyectos tienen un alcance limitado de vida y que hay cambios predecibles en el nivel de esfuerzo y de enfoque a lo largo de la vida del proyecto.

Por lo general, el ciclo de vida del proyecto atraviesa, en forma secuencial, cuatro etapas: definición, planeación, ejecución y entrega. El punto de partida se inicia en el momento en que arranca el proyecto. Los esfuerzos comienzan poco a poco, pero llegan a un punto máximo y luego caen hasta la entrega del proyecto al cliente.

1. **Etapa de definición:** se definen las especificaciones del proyecto; se establecen sus objetivos; se integran equipos; se asignan las principales responsabilidades.

**Etapa de planeación:** aumenta el nivel de esfuerzo y se desarrollan planes para determinar qué implicará el proyecto, cuándo se programará, a quién beneficiará, qué nivel de calidad debe mantenerse y cuál será el presupuesto.

2. **Etapa de ejecución:** una gran parte del trabajo del proyecto se realiza tanto en el aspecto físico como en el mental. Se elabora el producto físico (un puente, un informe, un programa de software). Se utilizan las mediciones de tiempo, costo y especificación como medios de control del proyecto. ¿El proyecto está dentro de lo programado, dentro de lo presupuestado y cumple con las especificaciones? ¿Cuáles son los pronósticos para cada una de estas medidas? ¿Qué revisiones/cambios se necesitan?
  
3. **Etapa de entrega:** comprende dos actividades: entregar el producto del proyecto al cliente y volver a desplegar los recursos del proyecto. Lo primero puede comprender la capacitación del cliente y la transferencia de documentos. Lo segundo implica, por lo general, la liberación del equipo/materiales del proyecto hacia otros proyectos y encontrar nuevas asignaciones para los integrantes del equipo.



**Figura 1-1:** El ciclo de vida del proyecto

Fuente: (Gray & Larson, 2015)

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

### 1.2.2. Estudio de Factibilidad

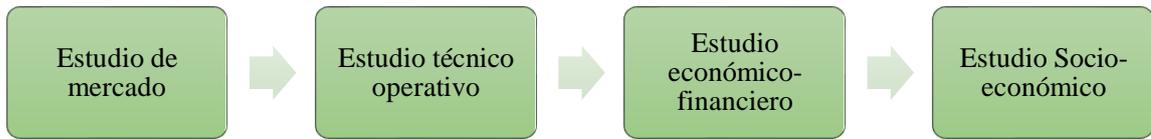
De acuerdo a la revisión bibliográfica (Gerencia, 2016) un estudio de factibilidad es una herramienta que se utiliza para orientar la decisión de continuar o abandonar un proyecto y se aplica ya en la parte pre-operativa del ciclo.

El estudio de factibilidad de un proyecto, también conocido como estudio de viabilidad, tiene la función de ayudar a decidir de manera objetiva si debe procederse con un proyecto propuesto. (PMOinformatica.com, 2016)

Un estudio de factibilidad se usa para proveer mucha más información intentando producir un bien o servicio para satisfacer una necesidad y generar una mejor comprensión para tomar decisiones de si es rentable o no, llevar a cabo dicho estudio.

### 1.2.2.1. Componentes del estudio de factibilidad

Por citar a (Baca, 2016), describe interrelaciones de un estudio de factibilidad.



**Figura 2-1:** Componentes del estudio de factibilidad

Fuente: (Baca, 2016)

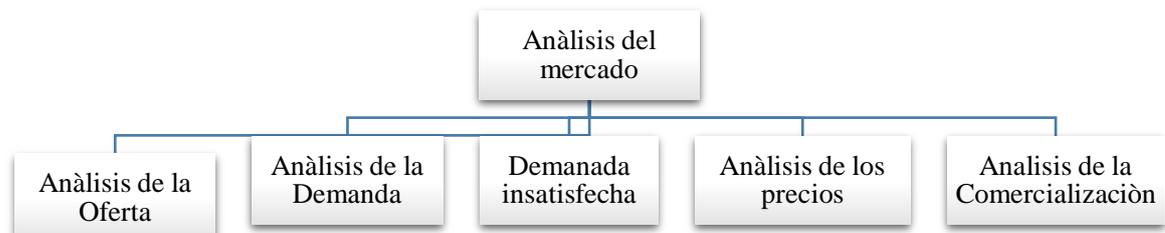
Elaborado por: Quinquigano Gissela. 2020

#### A. Estudio de Mercado

Como expresa (Rodríguez, 2016), es un conjunto de acciones sistematizadas que adopta datos que ayudan a mejorar técnicas de mercado para la venta del producto o de una serie de productos que cubran la demanda de los consumidores, ello mediante el conocimiento de respuesta del mercado, proveedores y competencia ante un producto o servicio, analizando la oferta y demanda, así como los precios y canales de distribución.

Según (Baca, 2016), estudio de mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio.

Para el análisis del mercado se reconoce 4 variables fundamentales que conforman la estructura:



**Gráfico 3-1:** Estructura del estudio del mercado

Fuente: (Baca, 2016)

Elaborado por: Quinquigano G. 2020

#### ➤ Componentes del estudio del mercado a analizar

- Producto:** son bienes o servicios que el mercado ofrece, formado de un conjunto con elementos tangibles e intangibles para así satisfacer las necesidades del comprador.
- Oferta:** cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.
- Demanda:** cantidad que requiere un mercado para satisfacer la necesidad determinada de un precio fijo.

- d) **Precio:** cantidad monetaria a la cual los productores están sujetos a comercializar y los consumidores a comprar un bien o servicio.
- e) **Comercialización:** acción que el productor desarrolla para hacer llegar un producto o bien al consumidor.

➤ *Canales de distribución y su naturaleza*

(Baca, 2016), menciona que canal de distribución es aquel “rumbo que toma un beneficio para pasar del interés a los clientes finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria”.

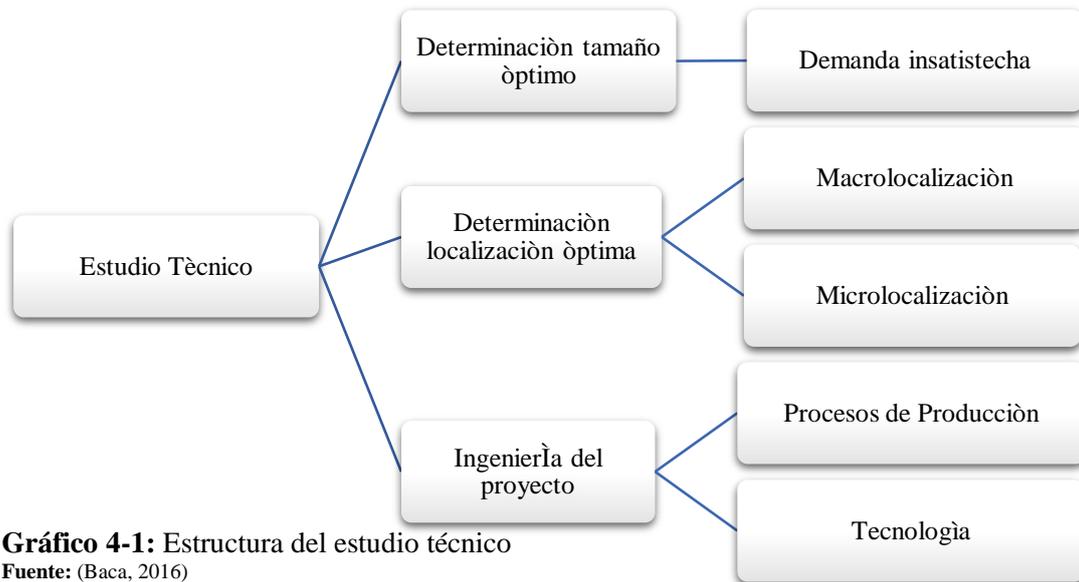
- a) **Productores Consumidores:** son aquellos consumidores que asiste directamente a fábricas para adquirir los productos.
- b) **Productores-minoristas-consumidores:** son aquellos productores que se relacionan con los minoristas para exhibir y comercializar los productos o bienes.
- c) **Productores-mayoristas-minoristas-consumidores:** productores que comercializan productos más especializados.
- d) **Productores-agentes-mayoristas-minoristas-consumidores:** acción que se utiliza para empresas para poder comercializar los productos a largas distancias de su sitio de origen.

Por medio de los canales de distribución el productor siempre tratara de optar por el canal más ventajoso tomando en cuenta desde todos los puntos de vista con el fin de planificar y ampliar las ventas.

## **B. Estudio de Técnico**

Manifiesta (Baca, 2016), “El estudio técnico en si pretende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto”.

Señala (Baca, 2016), el este se puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.



### C. Estudio Organizacional – Administrativo – Legal

Según manifiestan (Sapag, Sapag, & Sapag, 2014), un estudio organizacional - administrativo se encarga de los factores propios de la actividad ejecutiva de la administración del proyecto: organización, procedimientos administrativos y normativas legales asociadas.

Tan importante como los aspectos anteriores es el estudio legal según (Sapag, Sapag, & Sapag, 2014), mencionan que un correcto análisis de este aspecto necesariamente debe incorporar un estudio del entorno legal interno y otro del entorno legal externo.

#### Entorno legal interno

Según (Sapag, Sapag, & Sapag, 2014), “son aquellos efectos económicos derivados de las relaciones con los diferentes agentes directos del proyecto, como sus trabajadores, proveedores y clientes”. Tales como:

- Contratos laborales
- Contratos de servicios
- Contratos con entidades bancarias
- Contratos con abastecimiento
- Regulación sanitaria
- Contratos de abastecimientos de tecnología

#### Entorno legal externo

Para (Sapag, Sapag, & Sapag, 2014), son aquellos efectos económicos derivados de las normativas externas, que son de nominadores comunes para todos los operadores de la industria. Entre ellos se encuentra:

- Regulación laboral
- Regulación ambiental
- Regulación sanitaria
- Regulación financiera
- Regulación en la organización de mercados
- Regulación tributaria

Según (Pacheco & Pérez, 2018), define el estudio administrativo-legal aquella herramienta que proporciona la estructura estratégica y la normativa legal a regirse el proyecto a través de las acciones para alcanzar los objetivos de la organización, permitiendo cuantificar la inversión para poner en marcha el proyecto. Entre los elementos a considerarse son:

- a) Estructura organizacional
  - Misión
  - Visión
  - Políticas
  - Objetivos
  - Valores organizacionales
  - Marco legal y fiscal
    - i. Código civil
    - ii. Ley general de sociedades
    - iii. Legislación tributaria
  - Aspecto laboral
    - i. Contrato de trabajo
    - ii. Reglamento laboral
  - Aspecto ecológico
    - i. Compromiso ecológico-ambiental
  - Proceso Administrativo
    - i. Organigrama estructural
    - ii. Organigrama funcional
- b) Presupuesto técnico
  - Inversión fija
    - i. terreno

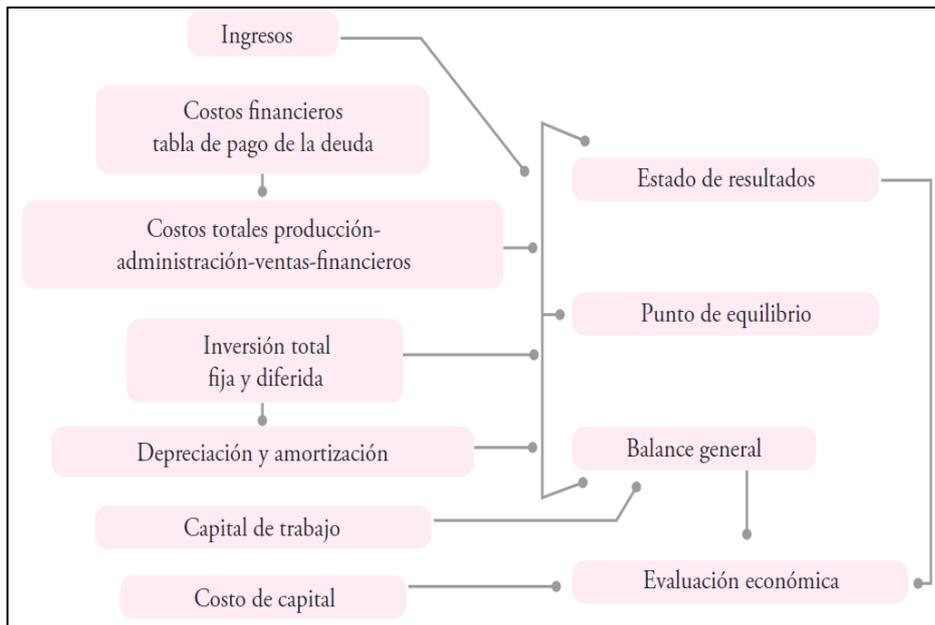
- ii. obras civiles
- iii. muebles y enseres
- iv. vehículo
- Inversión diferida
  - i. gastos pre-operativos
- c) Capital de trabajo. - capital disponible para operar.
  - Materia prima
  - Mano de Obra
  - Costos Indirectos de fabricación
- d) Gastos administrativos y de venta
  - Sueldos y Salarios
  - Servicios básicos
  - Amortización
  - Depreciación
  - Gastos de transporte
  - Impuesto
  - Otros
- e) Proformas financieras

Con base a las citas expuestas se puede decir que, el estudio administrativo permitirá determinar los aspectos organizativos que servirá de guía para la creación de la empresa así también su normativa legal la cual está enmarcada a todas las actividades para llevar a cabo el proyecto para el financiamiento.

#### **D. Estudio económico**

La antepenúltima etapa del estudio es el estudio económico. Según (Baca, 2016), su imparcial es establecer y reglamentar información de carácter financiero que suministran las etapas anteriores y realizar cuadros analíticos que ayudarían de base para la evaluación económica.

Sin embargo, el mismo autor afirma que el estudio económico pretende resolver cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración, y venta), así como otra serie de indicadores que sirvan como base para la parte final del proyecto que es la evaluación económica. (Baca, 2016)



**Figura 3-1:** Estructuración del análisis económico

Fuente: (Baca, 2016)

Elaborado por: Quinquiguano, G 2020

### E. Evaluación económica

De acuerdo con el autor (Baca, 2016), “la evaluación económica describe las técnicas actuales de evaluación que toman en cuenta el valor monetario a través del periodo”.

La evaluación económica es importante dentro de cualquier proyecto al final permite decidir la implantación del proyecto tomando en cuenta el nivel de rentabilidad con respecto a los datos arrojados en el estudio financiero. Como parte de la evaluación financiera entre los índices más relevantes se detallan a continuación:

- a) **Valor Presente Neto – VPN:** valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

g

$$VPN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5 + VS}{(1+i)^5}$$

Fuente: (Baca, 2016)

Dónde:

**FNE<sub>n</sub>**= Flujo Neto de Efectivo

**I**= interés

**P**= Inversión Inicial

- b) **Tasa Interna de Rendimiento – TIR:** permite determinar si la tasa de descuento es menor que el rendimiento a fin de decidir en invertir o no en el proyecto.

$$TIR = -\frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5 + VS}{(1+i)^5} = 0$$

**Fuente:** (Baca, 2016)

Donde:

$FNE_1$  = Flujo neto de efectivo del período considerado

$i$  = interés

- c) **Costo – Beneficio:** consiste en dividir todos los costos del proyecto sobre todos los beneficios económicos que se van obtener.

$$C/B = \frac{VPN}{P}$$

**Fuente:** (Baca, 2016)

Dónde:

$VPN$  = Valor presente Neto

$P$  = Inversión Inicial

- d) **Período de Recuperación:** determina el número de periodos, generalmente en años, requerida para recuperar la inversión inicial emitida, por medio de flujos de efectivos futuros que generará el proyecto.

$$PR = \frac{P}{BN}$$

**Fuente:** (Baca, 2016)

Dónde:

$P$  = Inversión Inicial

$BN$  = Beneficio Neto

- e) **Punto de Equilibrio:** nivel de producción en que las entradas por ventas son equivalentes a la suma de los costos fijos y los variables.

$$PE(\text{unidades}) = \frac{\text{costos fijos totales}}{\text{Precio} - \text{Costo Variables}}$$

**Fuente:** (Baca, 2016)

$$\text{Punto de Equilibrio (dinero)} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas totales}}}$$

**Fuente:** (Baca, 2016)

### **1.2.3. Empresa**

Citando a (Soto, 2019), en su libro Familia Empresaria una empresa es una entidad económica destinada a producir bienes, venderlos y obtener por ellos un beneficio. Las leyes la reconocen y autorizan para realizar determinada actividad productiva que, de algún modo, satisface las necesidades del hombre en la sociedad de consumo de la actualidad. (pag.23)

De acuerdo con (Salgado, Guerrero, & Salgado, 2016), la empresa es un ente económico social donde se conjugan los recursos materiales, técnicos, humanas y financieras a través de una adecuada administración para satisfacer las necesidades de una sociedad por medio de bienes y servicios con la finalidad de obtener un beneficio. (pág.46)

En síntesis, la empresa es aquella unidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales y técnicos y financieros a fin de centrar sus esfuerzos en la producción y prestación de bienes y servicios para satisfacer las necesidades a la sociedad y generad utilidad.

#### **1.2.3.1. Tipos de empresas**

De acuerdo con (Soto, 2019), las organizaciones están clasificadas en cinco grandes grupos como son:

#### **1. Por la cantidad de trabajadores.**

- 1.1. Microempresas: entre 1 a 4 trabajadores.
- 1.2. Pequeñas: entre 5 y 49 trabajadores.
- 1.3. Mediana: entre 50 a 199 trabajadores.
- 1.4. Grandes empresas: cuando alcanza y supera los 200 trabajadores.

#### **2. Por el nivel de ventas, existen montos mínimos y varían en cada país.**

- 2.1. Microempresas
- 2.2. PYMES
- 2.3. Grandes empresas

#### **3. Por su actividad económica**

- 3.1. Extractivas: proporcionan materia prima a otras empresas.
- 3.2. Industriales o fábricas: a la producción de bienes.
- 3.3. Comerciales: aquellas que se dedican a la compra y venta de productos.
- 3.4. Financieras: los intermediarios del sistema financiero.
- 3.5. Empresas de servicios: a la prestación de servicios no tangibles.

#### **4. Por su constitución patrimonial**

- 4.1. Públicas: aquellas que cuentan con recursos del estado.
- 4.2. Privadas: por recursos de personas particulares.
- 4.3. Mixtas: de recursos del estado y las personas particulares.

#### **5. Por tipo de administración.**

- 5.1. Autogestionadas: administradas por sus trabajadores
- 5.2. Centralizadas: aquellas donde las decisiones son tomadas por los niveles altos.
- 5.3. Heterogestionadas: decisiones tomadas por personas ajenas a la actividad propia.

Desde el punto de vista de (Salgado, Guerrero, & Salgado, 2016), una empresa sin importar su giro, capital o tamaño, todas las personas deben tener una o varias funciones específicas que cumplir, las cuales en conjunto han de lograrse con armonía para poder cumplir las metas organizacionales e individuales de la mejor manera.

Del indagado anteriormente, se puede expresar que medida de las necesidades van surgiendo diferentes tipologías, clasificando a las empresas de acuerdo a su sector, tamaño, propiedad de capital, ámbito, destino de los beneficiarios y de acuerdo a su forma jurídica tal como nos resalta el autor.

#### **1.2.4. Comercialización**

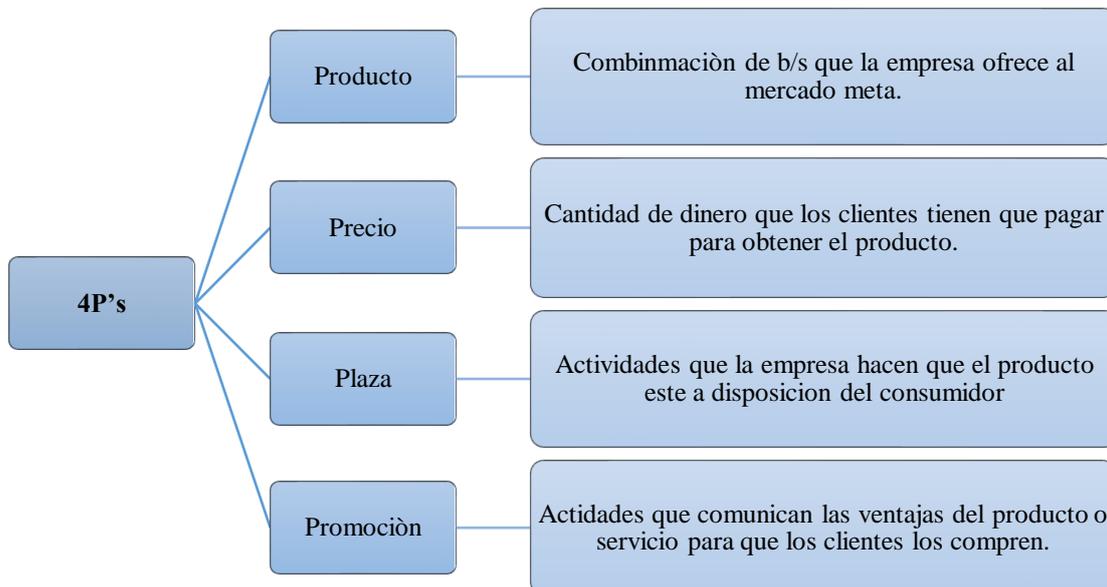
De acuerdo a (Gonzales, 2016), define a la comercializar aquella acción que lleva a cabo una empresa para poner a la venta un producto, mediante la búsqueda de todas las vías posibles de distribución para llegar al consumidor final.

Para (Imesun, 2016), determina que la comercialización es crear lealtad al cliente para que los clientes sigan regresando y que se sientan tan contentos que recomiendan su negocio y prestan sus bienes y servicios a otros.

De acuerdo a las definiciones de varios autores expuestos sobre la comercialización tiene como finalidad satisfacer las necesidades del cliente de tal forma se sientan contentos ya que ellos son quienes recomiendan dicho producto o servicio a otros y satisfacerlas mejor que sus competidores para obtener una ganancia.

##### *1.2.4.1. Elementos que interviene en la comercialización*

La comercialización o conjunto de herramientas tácticas de marketing para (Philip & Gary, 2017), las define como las 4P's, haciendo referencia a las cuatro variables como son el producto, precio, plaza y promoción.



**Gráfico 5-1:** Elementos que intervienen en la comercialización

Fuente: (Philip & Gary, 2017)

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

Desde la disposición de (Imesun, 2016), la comercialización dispone de ciertos principios para que las estrategias sean efectivas por el cual se utiliza ciertas variables que denominadas las siete “P” que le ayudara a responder ante las necesidades de los clientes de manera que distingue los negocios de los demás:

- **Producto:** aquellos bienes o servicios que les ofrece a sus clientes como elemento central para satisfacer las necesidades.
- **Precio:** es el proceso de fijar el precio de su producto permitiéndole una ganancia, y sea accesible para que sus clientes estén dispuestos a pagar.
- **Promoción:** consiste en informar a sus clientes sobre su producto y atraerlos para que lo adquieran.
- **Plaza:** denota la manera en que los bienes o servicios llegarán hasta los clientes.
- **Personas:** indica el personal clave que recluta y entrena haciendo que el negocio sea diferente y se destaque entre la competencia.
- **Proceso:** manera en que se organiza el trabajo para que pueda ofrecer su producto a los clientes.
- **Pruebas físicas:** puntualiza la percepción del negocio en las mentes de los clientes.

Con respecto a la comercialización o marketing, es necesario conocer los elementos claves como las cuatro “P”, para producir la respuesta deseada en el mercado meta, y determinar cuál mercado será el más conveniente, conocer las necesidades del cliente, y mejora cada uno de los elementos.

### **1.2.5. Tomate Riñón**

#### **1.2.5.1. Generalidades**

El tomate riñón es una hortaliza más cultivada en toda la región Andina del Ecuador como a su vez es consumida por su contenido nutricional y su demanda en la dieta diaria.

El tomate es una planta conocida como tomatara, siendo un cultivo que constituye uno de los rubros de mayor dinamismo. (Torres, 2017)

De acuerdo al mismo autor (Torres, 2017), menciona que el tomate prospera mejor en zonas de climas templado con temperaturas moderadas, ya que es una especie de estación cálida, su temperatura óptima se desarrolla entre 18 y 30°C, la luminosidad en el cultivo de tomate cumple un rol importante. Para (Vanguardia, 2018) menciona que el cultivo en sí consiste en trasplantar las plantas de tomate al terreno definitivo creciendo en forma de arbusto su cultivo es durante todo el año, es ideal en invernadero como también a campo abierto.

#### **1.2.5.2. Composición y beneficios**

El tomate es un fruto que se consume, desde tomarlas crudo en sopas frías, ensaladas, mermeladas como también preparar de diferentes maneras dando importancia a la gran cantidad de beneficios.

El consumo de tomate puede aportar alrededor del 40% de nuestras necesidades diarias vitaminas C, un antioxidante natural que actúa contra el cáncer, hallándose incluso en sus derivados como salsa de tomate. Además, esta fruta u hortaliza, según se la considere, contiene vitamina A y abundante potasio, así como hierro. Consumir tomate nos ayuda a mejorar la visión, por su contenido en vitamina A. el potasio juega un papel vital en el mantenimiento de la salud del nervio y el hierro es esencial para mantener la salud de la sangre. La vitamina K, que es esencial en la coagulación de la sangre. El tomate ayuda eliminar las toxinas del cuerpo, manteniendo sano el sistema digestivo. Es muy bajo en calorías ya que 100 g. de tomate contienen 22,17 kcal. Su riqueza de licopeno le hace un producto muy útil para salud. (HortoInfo, 2017)

### **1.3. Idea a Defender**

La elaboración de un proyecto para la comercialización de tomate riñón en el Sector Izamba, Cantón Ambato, identificará la factibilidad para la rentabilidad de los productores.

### **1.4. Variables**

#### **1.4.1. Variable Independiente**

- Proyecto para la comercialización de tomate riñón.

#### **1.4.2. *Variable dependiente***

- La factibilidad y la rentabilidad de los productores.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1. Modalidad de la Investigación

El presente estudio está orientada a un enfoque de investigación mixto, ya que se utilizarán ambos métodos tanto cuantitativo y cualitativo, es decir en el enfoque cuantitativo por la recopilación de la información de los factores ya que se puede comprobar y está orientado al estudio de variables con base en la medición numérica y el análisis estadístico relacionados con la demanda del producto de esta manera probar de una manera fácil y concreta los resultados de la investigación, cualitativo referente a la identificación, evaluación y descripción de los elementos para llegar a las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

##### 2.1.1. *Enfoque cuantitativo*

Según (Mendoza & Hernández, 2018), el término cuantitativo proviene del latín “quantitas”, se vincula a conteos numéricos y métodos matemáticos. Es apropiada cuando queremos estimar magnitudes u ocurrencias de los fenómenos y probar hipótesis.

Por medio de la investigación se pretende levantar información relevante mediante técnicas de recolección de datos, así también cuantificar y analizar; a fin de encontrar las deficiencias y los obstáculos que se tienen por parte de los productores al momento de ofertar los productos por ellos mismos; para posteriormente identificar la factibilidad y viabilidad del estudio.

##### 2.1.2. *Enfoque cualitativo*

De acuerdo con (Mendoza & Hernández, 2018), el término cualitativo proviene del latín “qualitas”, el cual hace referencia a la naturaleza, carácter y propiedades de los fenómenos. En la ruta cualitativa la realidad se define a través de las interpretaciones de los participantes y del investigador respecto de sus propias realidades.

Mediante la presente investigación se pretende recoger información a través de preguntas cerradas de la población del sector a beneficiarse, como fuente primaria, e información secundaria a través de libros, revistas e investigaciones similares sobre proyectos de comercialización de tomate riñón.

## **2.2. Tipos de investigación**

La presente investigación está basada en el tipo de investigación no experimental, ya que es un estudio que se realiza sin la manipulación de variables y en los que se observan los fenómenos en su ambiente natural. (Mendoza & Hernández, 2018)

Con respecto a lo anterior el estudio permitirá observar los hechos para posteriormente obtener los datos de forma directa.

### **2.2.1. Investigación de Campo**

De acuerdo a (Baena, 2017), Las técnicas específicas de la investigación de campo, tienen como finalidad recoger y registrar ordenadamente los datos relativos al tema escogido como objeto de estudio. Equivalen, por tanto, a instrumentos que permiten controlar los fenómenos. (pág. 70)

El método se aplica al momento de acudir a los hechos con el propósito de levantar información a los productores del sector a fin de obtener datos reales y confiables para el proyecto.

### **2.2.2. Investigación descriptiva**

Para (Mendoza & Hernández, 2018), “*Se considera descriptiva aquella que busca especificar propiedades y características de conceptos, fenómenos, variables o hechos en un contexto determinado*”.

En este nivel al describir las situaciones y eventos de la problemática existente permitirá realizar una investigación objetiva de la realidad actual para dar respuesta y poder proponer una alternativa de solución y contribuir al desarrollo.

### **2.2.3. Investigación bibliográfica – documental**

Citando a (Muñoz, 2015), la investigación bibliográfica o documental es un proceso sistemático y secuencial mediante el cual se colecciona, selecciona, clasifica, evalúa y analiza el contenido de material teórico, conceptual, fonográficos y digitales sobre una disciplina de estudios y cerca de un tema específico.

Este tipo investigación fue utilizado al momento de sustentar de manera teórica el tema propuesto, la cual se fundamenta a través de textos, artículos científicos ya publicados por varios autores permitiendo contribuir a los resultados alcanzados.

## 2.3. Población y Muestra

### 2.3.1. Población

Según (Mendoza & Hernández, 2018), Universo o Población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. Las poblaciones deben situarse de manera concreta por sus características de contenido, lugar y tiempo, así como accesibilidad.

Debido a que no existe información verídica de los productores de la Parroquia Izamba, se realizó un censo al sector, bajo este preámbulo la población de estudio asciende a 2 unidades de observación distribuidas en: la Población económicamente activa del Cantón Ambato considerada como los clientes potenciales de consumo, y los productores de tomate riñón de la Parroquia Izamba como proveedores.

**Tabla 1-2:** Población de estudio – consumidores

PEA - Cantón Ambato	Frecuencia	Porcentaje
Mujeres	199739	52%
Hombres	187570	48%
<b>Total</b>	<b>387309</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo – GAD de Ambato - INEC 2020  
**Elaborado por:** Quinquiguano, G. 2020

**Tabla 2-2:** Población de estudio – productores

Productores	Frecuencia	Porcentaje
Medianos	31	62%
Pequeños	19	38%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo a productores de tomate sector Izamba  
**Elaborado por:** Quinquiguano, G. 2020

### 2.3.2. Muestra

Para (Mendoza & Hernández, 2018), muestra es un subgrupo de la población o universo que te interesa, sobre la cual se recolectarán los datos pertinentes, y deberá ser representativa de dicha población (de manera *probabilística*, para generalizar los resultados encontrados en la muestra a la población).

A razón de una población muy amplia de futuros clientes potenciales, es necesario efectuar una muestra inferencial que disponga de un tamaño suficiente como para garantizar un análisis estadístico. Y en vista que la población es demasiado pequeña no es necesario realizar la muestra.

Para el cálculo de la muestra según (Baena, 2017) fue necesario aplicar la siguiente fórmula estadísticas de universo finito.

$$n = \frac{Z^2 * Npq}{e^2(N - 1) + Z^2pq}$$

Dónde:

**n**: Tamaño de la muestra

**Z**: Nivel de confianza

**N**: Población

**p**: Variable negativa

**q**: Variable positiva

**e**: error

Remplazando se obtuvo:

$$\frac{(1.96)^2 * (387309)(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(387309 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{316793,70}{826,59}$$

**n = 384** Encuestas a la población económicamente activa de Ambato

En la presente investigación se trabajó con dos unidades de observación finitas; donde se empleó una muestra de 384 encuestas a los posibles clientes potenciales y 50 encuestas aplicadas al total de los productores de tomate riñón.

## 2.4. Métodos Técnicas e Instrumentos de Investigación

### 2.4.1. *Métodos de Investigación*

- **Método Inductivo-Deductivo.** – de los conceptos extraídos de (Baena, 2017), se concluye que es un razonamiento que parte de lo particular a lo general o viceversa. De acuerdo a lo mencionado, se aplicó el método dual, a través del método inductivo permitió a la investigación determinar datos generales sobre los procesos que se vendrán realizando donde se pretende crear el proyecto y conocer la viabilidad del mismo, y aplicando el método deductivo se analiza los resultados de las encuestas a fin de dar respuesta a la problemática y verificar la necesidad del emprendimiento.
- **Método Analítico-Sintético.** –mediante estos dos métodos permitió determinar el producto a comercializar a través de las encuestas aplicadas a los productores para posteriormente interpretarlas y llegar a una conclusión de este modo, efectuar el estudio de mercado, técnico, administrativo y la evaluación económica.

#### **2.4.2. Técnicas de Investigación**

- **Observación Directa**

Según el autor (Muñoz, 2015), la observación directa es la inspección que se hace directamente dentro del ambiente donde se presenta el hecho o fenómeno observado, con la intención de complacer todos aspectos inherentes al comportamiento, conductas y características dentro de ese ambiente.

Se aplicó la observación directa desde el inicio de la investigación e identificación del problema existente de los agricultores del sector Izamba tomando datos de los principales factores que afectan a los productores para la comercialización del tomate riñón y posibles soluciones.

- **Encuesta**

Según el autor (Dlhigo, 2016), lo define como un método de recogida de datos por medio de preguntas, cuyas respuestas se obtienen de forma escrita u oral con el objetivo de estudiar determinados hechos o fenómenos por medio de la expresión de los sujetos.

La técnica se aplicó a los agricultores del sector de la Parroquia Izamba, quienes se dedican exclusivamente a la producción del tomate riñón una vez encontrada la información la misma será analizada e interpretada para la previa obtención de la información.

#### **2.4.3. Instrumentos de Investigación**

- **Cuestionario**

Citando a (Mendoza & Hernández, 2018), menciona que un “*cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de uno o más variables a medir*”.

En la investigación se efectuó dos cuestionarios, direccionando a los productores de tomate riñón y a los consumidores, a fin de conocer las necesidades y preferencias del producto para la toma de decisiones sobre la viabilidad y potencialidad del negocio.

- Paquete de Microsoft Office: programa Word, Excel y Power Point.
- Acceso a Internet: información referencial.
- Recursos de oficina: bolígrafos, hojas impresas y libreta de apuntes.

## **CAPÍTULO III**

### **3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

#### **3.1. Análisis e interpretación de resultados**

Para el análisis e interpretación se procedió a organizar la información para la respectiva tabulación, a través de la herramienta Software Excel permitiendo obtener directamente los cuadros de frecuencia, los porcentajes de las variables y efectuar el grafico pertinente a fin de obtener resultados exactos y confiables.

**3.1.1. Resultados de la encuesta aplicada a los productores de tomate riñón de la parroquia Izamba.**

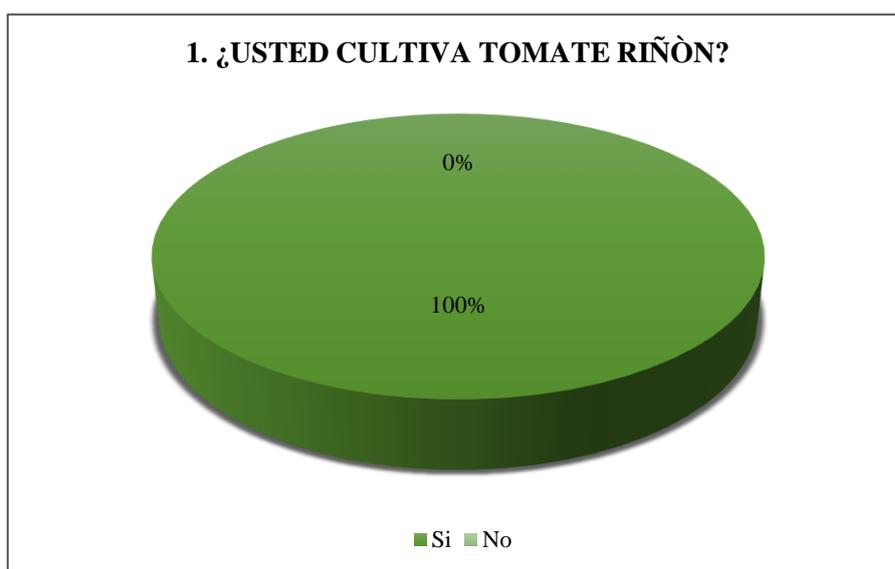
**1. ¿Usted cultiva tomate riñón?**

**Tabla 1-3:** Cultivo de tomate riñón

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los productores de tomate riñón de la parroquia Izamba

**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020



**Gráfico1-3:** Cultivo de tomate riñón

**Fuente:** Encuesta aplicada a los productores de tomate riñón de la parroquia Izamba

**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020

**Análisis e interpretación**

De las 50 encuestas aplicadas a los productores el 100% respondieron que, si realizan el cultivo de tomate riñón, mientras que opción “no”, no dispone de puntuación. Estos resultados demuestran que en la parroquia Izamba la mayoría de la población se dedica al cultivo siendo el sustento familiar de los agricultores.

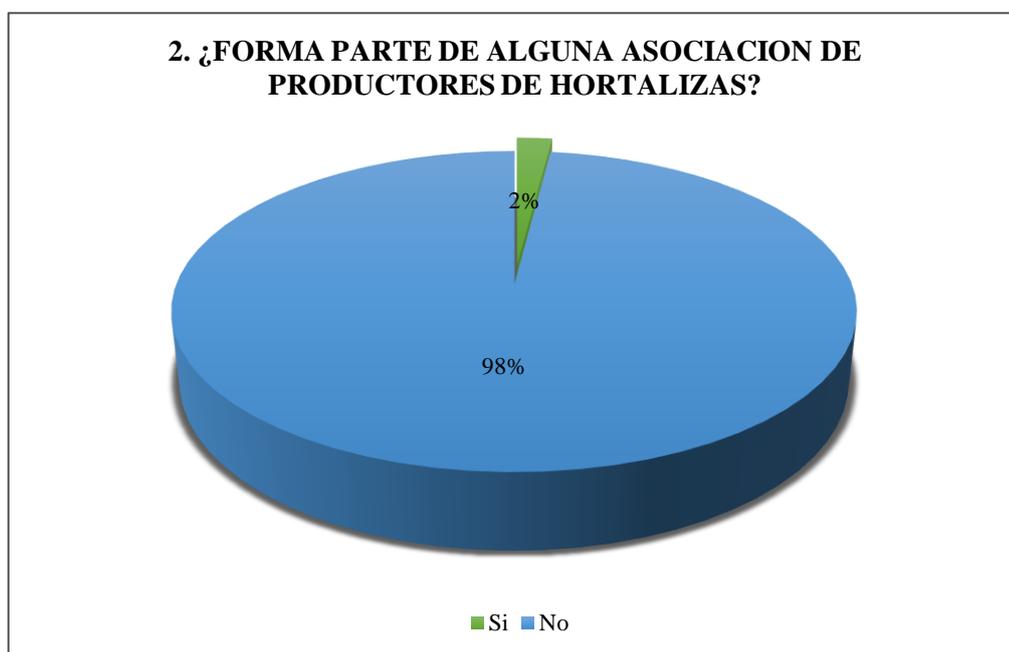
## 2. ¿Forma parte de alguna asociación de productores de hortalizas?

**Tabla 2-3:** Formar parte de alguna asociación de productores

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	2%
No	49	98%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los productores de tomate riñón de la parroquia Izamba

**Elaborado por:** Quinquiguano, G. 2020



**Gráfico 2-3:** Formación de a alguna asociación de productores

**Fuente:** Encuesta aplicada a los productores de tomate riñón de la parroquia Izamba

**Elaborado por:** Quinquiguano, G. 2020

### Análisis e interpretación

De los resultados obtenidos a los productores indica que el 98% correspondiente a 48 personas no forma parte de alguna asociación de productores de hortalizas mientras que el 2% correspondiente a 1 persona si pertenece a una asociación. Estos resultados hacen que los productores busquen alternativas para mejorar su producción.

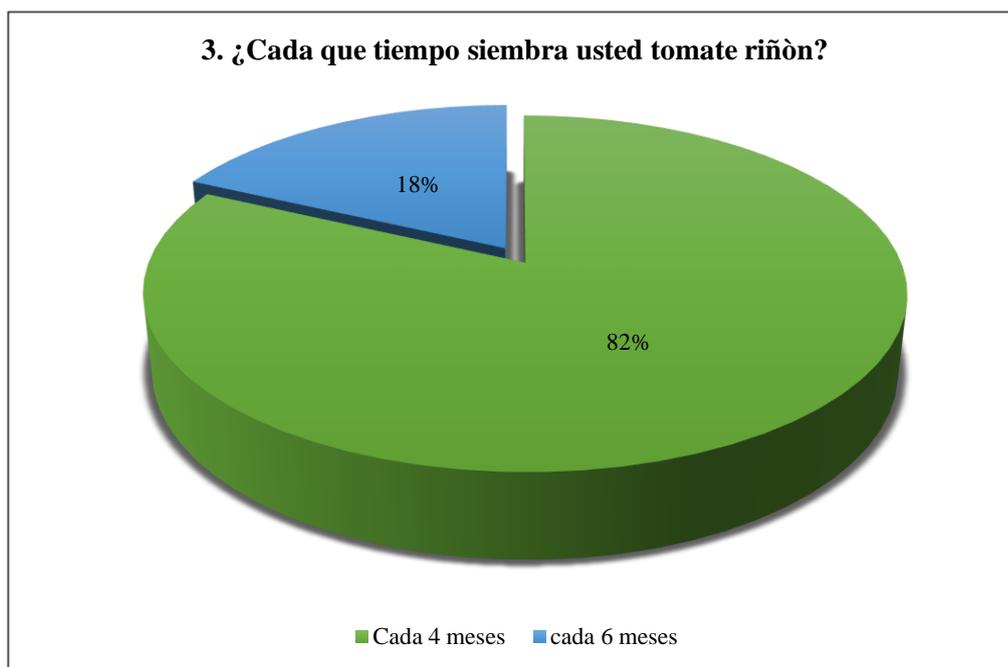
### 3. ¿Cada que tiempo siembra usted tomate riñón?

**Tabla 3-3:** Tiempo de cultivo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Cada 4 meses	41	82%
Cada 6 meses	9	18%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los productores de tomate riñón de la parroquia Izamba

**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020



**Gráfico 3-3:** Tiempo de cultivo

**Fuente:** Encuesta aplicada a los productores de tomate riñón de la parroquia Izamba

**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020

### Análisis e interpretación

De un total de 50 productores menciona que el tiempo que siembran el tomate riñón, el 82% realizan cada 4 meses, mientras el 18% lo realizan cada 6 meses. Estos resultados evidencian que la mayoría realizan su siembra cada cuatro meses ya que la mayoría tienen más de 2 invernaderos por ende mantienen la continuidad del producto para que no haya desabastecimiento.

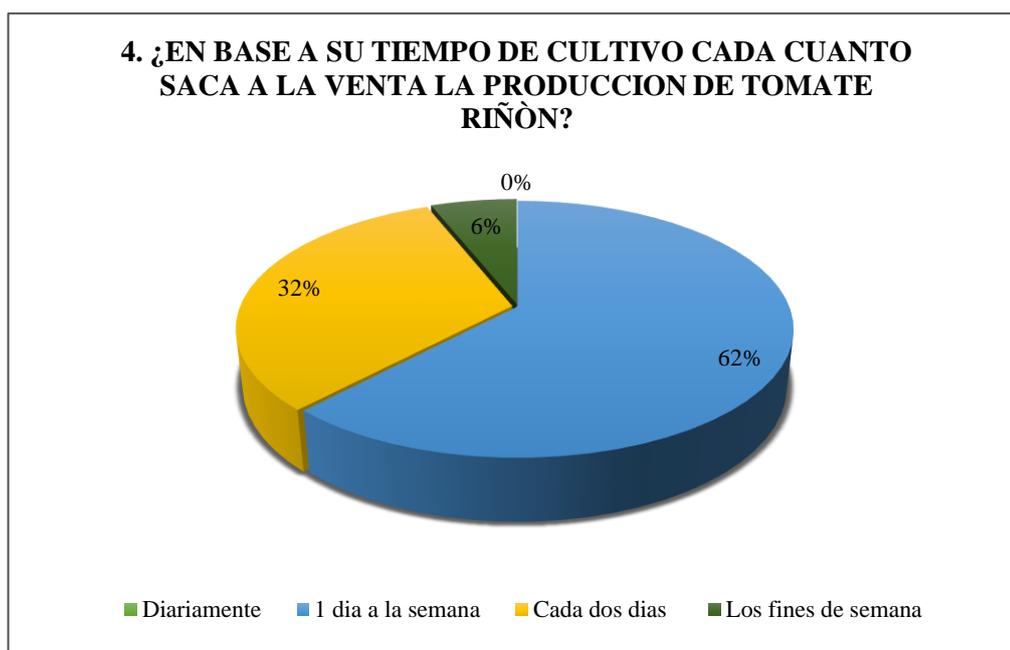
**4. ¿En base a su tiempo de cultivo cada cuanto saca a la venta la producción de tomate riñón?**

**Tabla 4-3:** Tiempo de cultivo para la comercialización del tomate riñón

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Diariamente	0	0%
1 día a la semana	31	62%
Cada dos días	16	32%
Los fines de semana	3	6%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los productores de tomate riñón de la parroquia Izamba

**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020



**Gráfico 4-3:** Tiempo de cultivo para la comercialización de tomate riñón

**Fuente:** Encuesta aplicada a los productores de tomate riñón de la parroquia Izamba

**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020

**Análisis e interpretación**

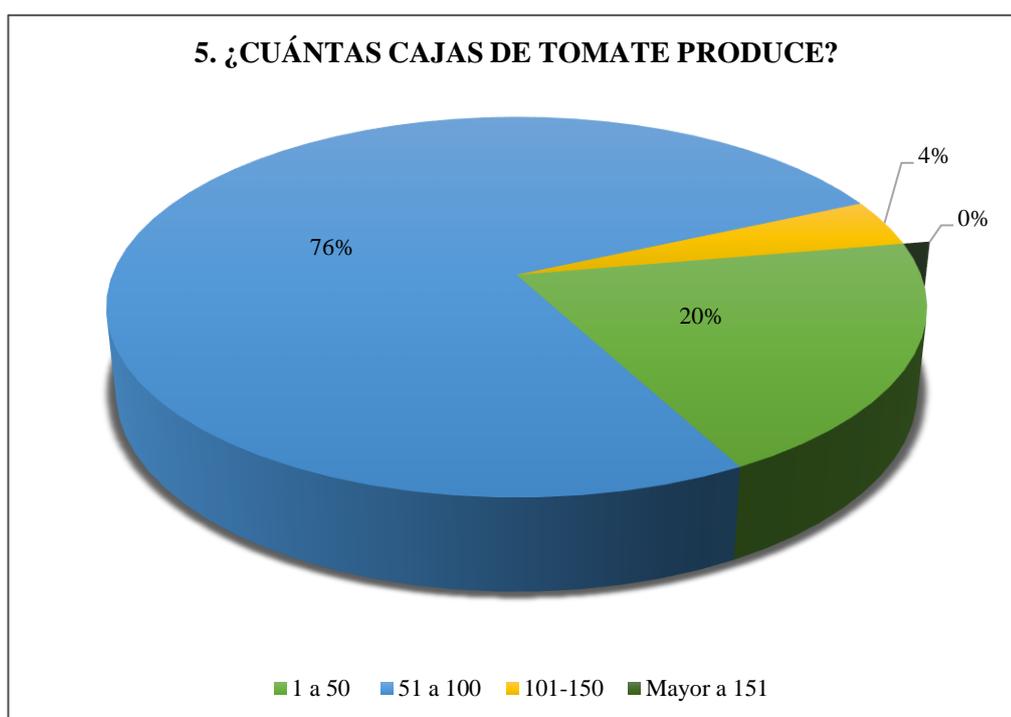
El 62% correspondientes a 31 productores de tomate riñón de la parroquia Izamba, señalaron cosechar y salir a la venta un día a la semana, el 32%; correspondiente a 16 personas; cosechan su producto cada dos días; el 6% señaló cosechar los fines de semana y la opción “diariamente” no dispuso de puntuación. Los resultados demuestran que los agricultores, frecuentemente sacan a la venta su producto una vez a la semana.

## 5. ¿Cuántas cajas de tomate riñón produce?

**Tabla 5-3:** Producción según cajas de tomate riñón

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 a 50	10	20%
51 a 100	38	76%
101 a 150	2	4%
Mayor a 151	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los productores de tomate riñón de la parroquia Izamba  
**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020



**Gráfico 5-3:** Producción según cajas de tomate

**Fuente:** Encuesta aplicada a los productores de tomate riñón de la parroquia Izamba  
**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020

### Análisis e interpretación

El 76% de los productores correspondiente a 38 personas producen alrededor de 51 a 100 cajas; el 20% correspondiente a 10 personas producen de 1 a 50 cajas, el 4%; señaló producir de 101 a 150 cajas y la opción con mayor a 151 cajas no dispuso de puntuación. De acuerdo a los datos obtenidos, se evidencia un mayor rendimiento de 51 a 100 cajas, siendo así algo representativo para el proyecto.

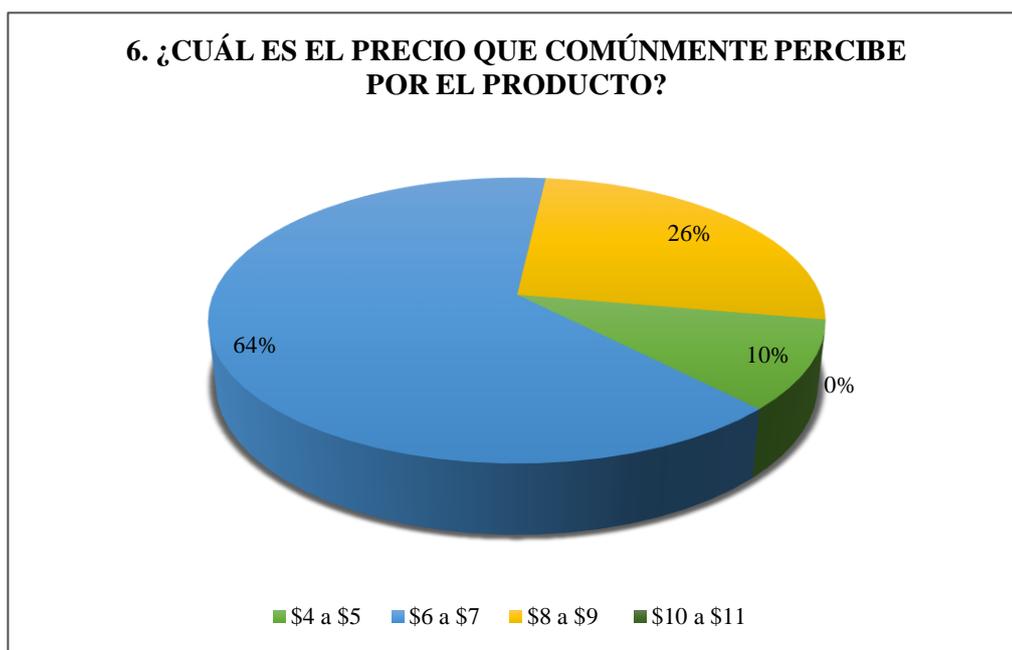
## 6. ¿Cuál es el precio que comúnmente percibe por el producto?

**Tabla 6-3:** Precio del producto en el mercado

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$4 a \$5	5	10%
\$6 a \$7	32	64%
\$8 a \$9	13	26%
\$10 a \$11	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los productores de tomate riñón de la parroquia Izamba

**Elaborado por:** Quinquiguano, G. 2020



**Gráfico 6-3:** Precio que percibe por el producto

**Fuente:** Encuesta aplicada a los productores de tomate riñón de la parroquia Izamba

**Elaborado por:** Quinquiguano, G. 2020

### Análisis e interpretación

Del total de los 50 encuestados el 64% mencionan que el precio que comúnmente perciben por el producto en el mercado es de 6 a 7 dólares; el 26% vende su producto entre 8 a 9 dólares; el 10% vende entre 4 a 5 dólares y de 10 a 11 dólares no dispuso de ninguna puntuación. Los resultados demuestran que en su mayoría los productores perciben de 6 a 7 dólares en el mercado lo que ayuda a darnos cuenta que ganan menos ya que en el mercado una caja de tomate puede encontrar hasta 10 dólares.

## 7. ¿Dónde vende Ud. su producto frecuentemente?

**Tabla 7-3:** Medio de venta del producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mercados de la ciudad	14	28%
Tiendas	0	0%
Ferias populares	0	0%
Intermediarios	36	72%
Supermercados	0	0%
Centros de acopios	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los productores de tomate riñón de la parroquia Izamba  
**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020



**Gráfico 7-3:** Frecuencia venta

**Fuente:** Encuesta aplicada a los productores de tomate riñón de la parroquia Izamba  
**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020

### Análisis e interpretación

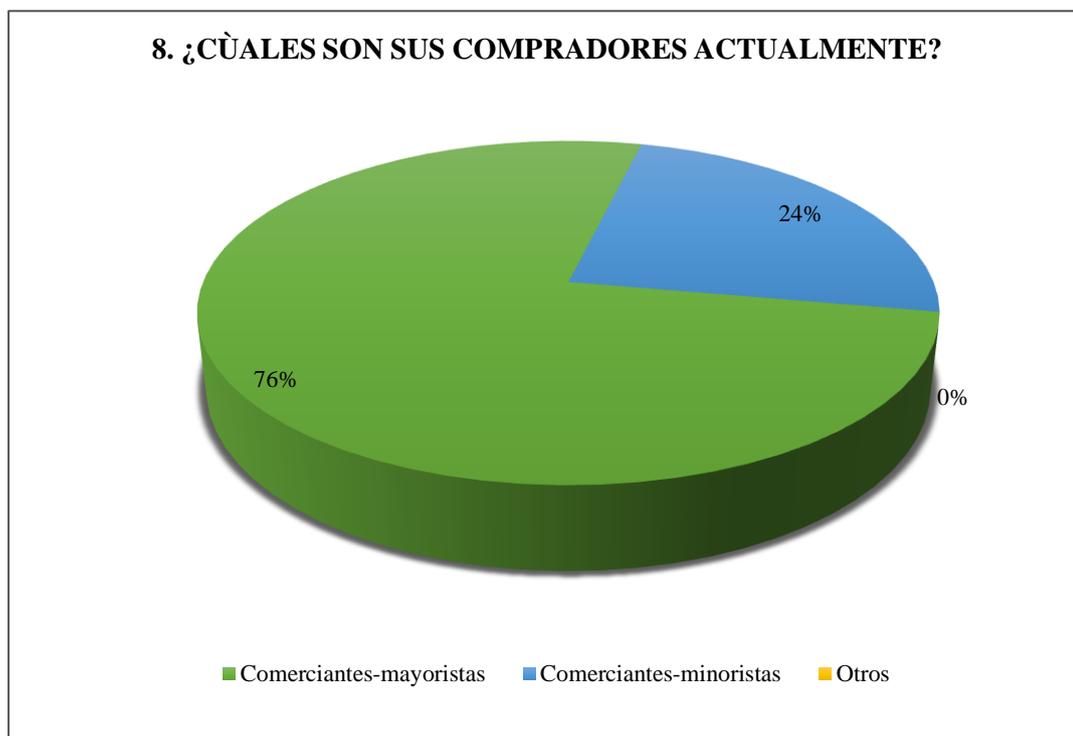
El 72% de los productores de tomate riñón vende su producto por medio de intermediarios mientras que un 28% lo hace a través de los mercados de la ciudad; en cuanto a tiendas de barrio, ferias populares, supermercados y los centros de acopio no tuvieron una puntuación. Estos resultados evidencian que la mayoría de los productores vende su producto por medio de un intermediario resultando beneficioso para el proyecto y a la vez mejorar las ganancias de los productores.

## 8. ¿Cuáles son los sus compradores actualmente?

**Tabla 8-3:** Compradores potenciales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Comerciantes-mayoristas	38	76%
Comerciantes-minoristas	12	24%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los productores de tomate riñón de la parroquia Izamba  
**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020



**Gráfico 8-3:** Compradores potenciales

**Fuente:** Encuesta aplicada a los productores de tomate riñón de la parroquia Izamba  
**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020

### **Análisis e interpretación**

El 76% de los productores menciona que sus compradores actuales son los comerciantes-mayoristas mientras que el 24% de las personas los comerciantes – minoristas. Se puede identificar con estos datos que los productores en su mayoría sus productos son vendidos a comerciantes mayorista.

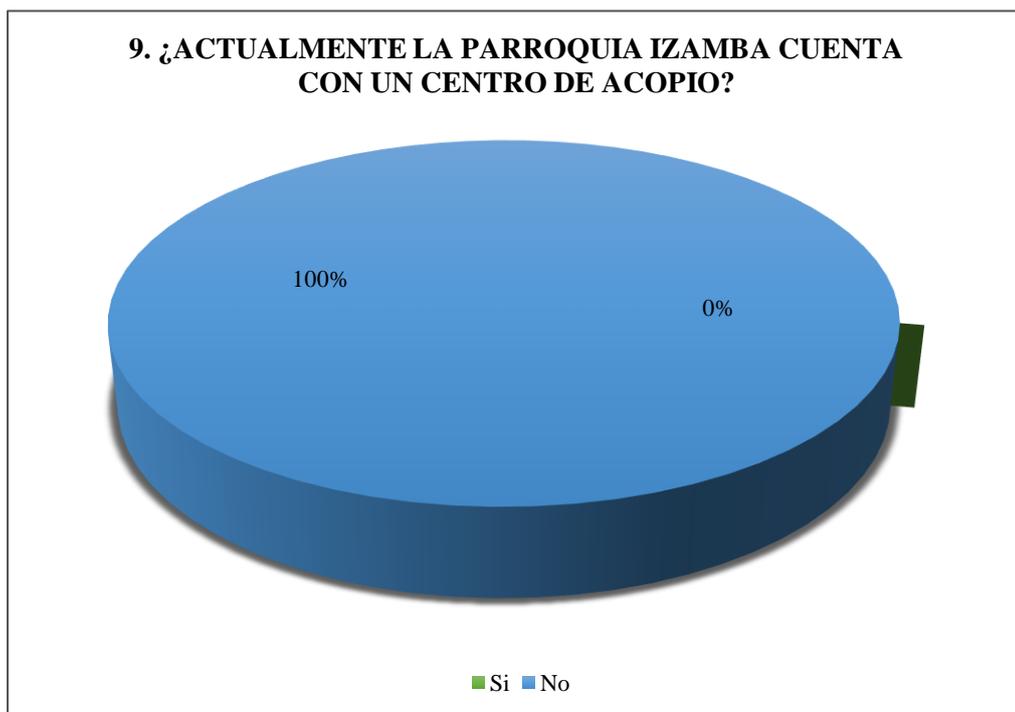
## 9. ¿Actualmente la parroquia Izamba cuenta con un centro de acopio?

**Tabla 9-3:** Existencia de un centro de acopio en la parroquia Izamba

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	50	100%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los productores de tomate riñón de la parroquia Izamba

**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020



**Gráfico 9-3:** Existencia de un centro de acopio en la Parroquia Izamba

**Fuente:** Encuesta aplicada a los productores de tomate riñón de la parroquia Izamba

**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020

### Análisis e interpretación

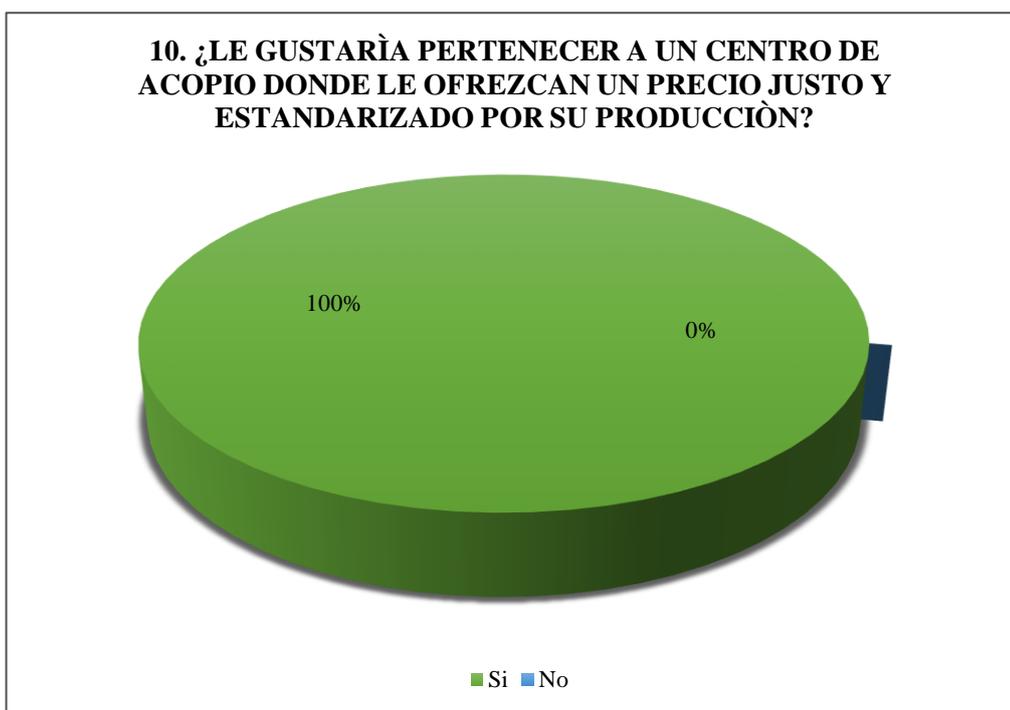
De un total de 50 productores encuestados, todos han respondido que no existe un centro de acopio en la parroquia Izamba lo que representa el 100%. Se ha determinado que en la parroquia de Izamba no existe un centro de acopio de tomate riñón, por lo que la creación del mismo es factible para dicha parroquia como también a los productores que cultivan dicho producto.

**10. ¿Le gustaría pertenecer a un centro de acopio donde le ofrezcan un precio justo y estandarizado por su producción?**

**Tabla 10-3:** Creación y asociación de un centro de acopio

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	50	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los productores de tomate riñón de la parroquia Izamba  
**Elaborado por:** Quinquiguano, G. 2020



**Gráfico 10-3:** Creación y asociación de un centro de acopio

**Fuente:** Encuesta aplicada a los productores de tomate riñón de la parroquia Izamba  
**Elaborado por:** Quinquiguano, G. 2020

**Análisis e interpretación**

Recopilando de los más importante de las 50 personas encuestadas el 100% está de acuerdo con que se cree un centro de acopio y están dispuesto asociarse del mismo. Según los datos arrojados es conveniente realizar un centro de acopio en la parroquia Izamba, ya que la mayoría de los productores de tomate riñón se asociarán al mismo.

### 3.1.2. Resultados de la encuesta aplicada a la población económicamente activa del cantón Ambato

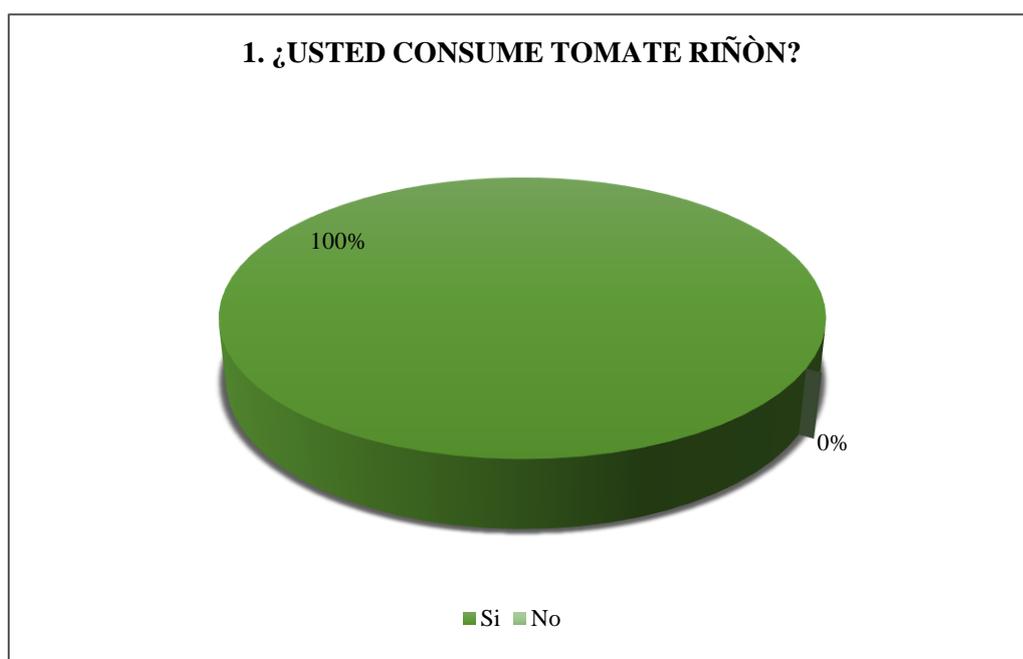
#### 1. ¿Usted consume tomate riñón?

**Tabla 11-3:** Consumo de tomate riñón

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	384	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a la población económicamente activa del cantón Ambato

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020



**Gráfico 11-3:** Consumo de tomate riñón

Fuente: Encuesta aplicada a la población económicamente activa del cantón Ambato

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

#### Análisis e interpretación

El gráfico demuestra de un total de 384 personas encuestadas el 100% de la población del cantón Ambato consume tomate riñón, mientras que la opción “no”, no dispone de puntuación. Estos resultados nos acercan a conocer el porcentaje exacto de la demanda insatisfecha dentro del cantón de Ambato de tal manera poder proyectar nuestra oferta del nuevo producto propuesto.

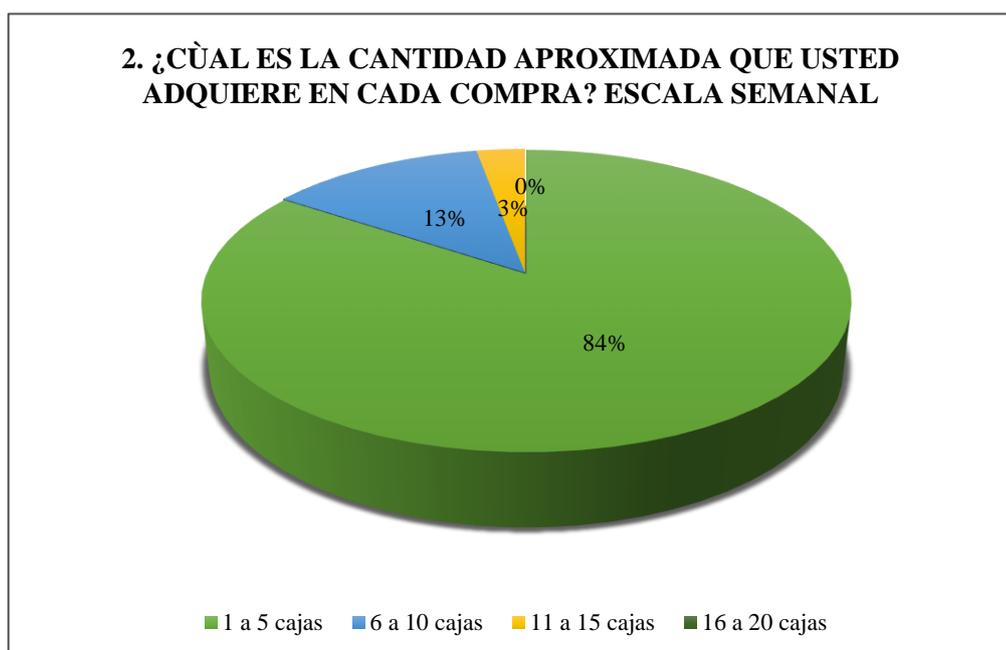
## 2. ¿Cuál es la cantidad aproximada que usted adquiere en cada compra? Escala semanal

**Tabla 12-3:** Compra del producto escala semanal

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5 cajas	324	84%
6 a 10 cajas	49	13%
11 a 15 cajas	11	3%
16 a 20 cajas	0	0%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población económicamente activa del cantón Ambato

**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020



**Gráfico 12-3:** Compra del producto escala semanal

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población económicamente activa del cantón Ambato

**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020

### **Análisis e interpretación**

Según las respuestas obtenidas el 84% de los encuestados adquieren su producto de 1 a 5 cajas de tomate riñón, el 13% de 6 a 10 cajas, el 3% de 11 a 15 cajas y de 16 a 20 cajas no obtuvo puntuación. De acuerdo con los resultados, la mayoría de los compradores realizan su adquisición de 1 a 5 cajas lo que es beneficio ya que es una cantidad considerable.

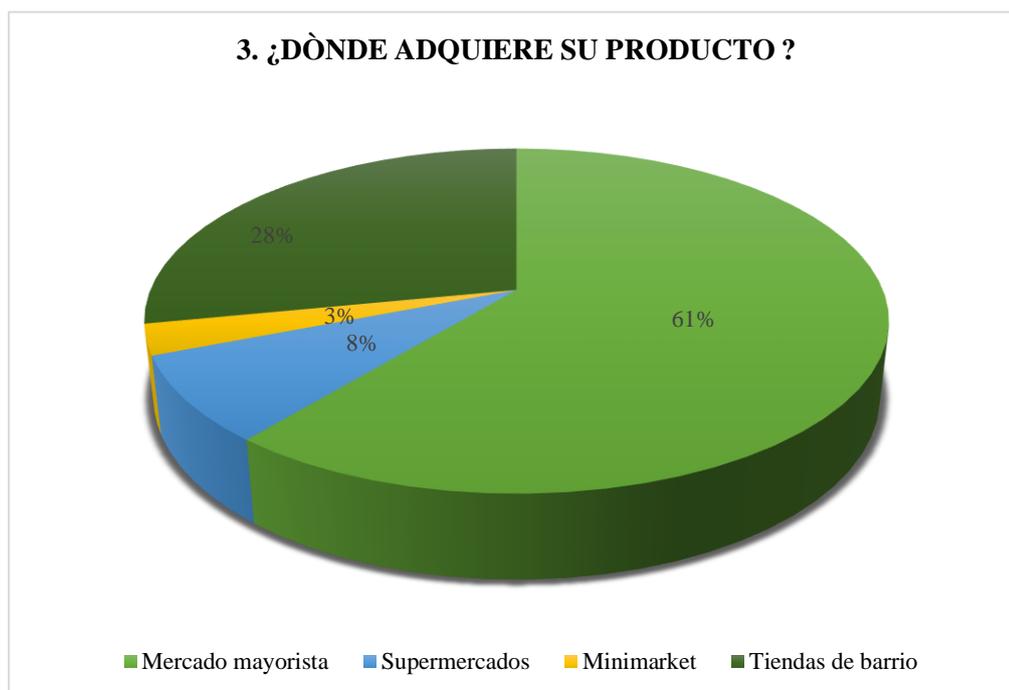
### 3. ¿Dónde adquiere su producto?

**Tabla 13-3:** Lugar de adquisición del producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mercado mayorista	234	61%
Supermercados	31	8%
Minimarket	11	3%
Tiendas de barrio	108	28%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población económicamente activa del cantón Ambato

**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020



**Gráfico 13-3:** Lugar de adquisición del producto

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población económicamente activa del cantón Ambato

**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020

#### **Análisis e interpretación**

Del total de 384 de la población activa de cantón Ambato, el 61% adquiere el producto en el mercado mayorista, el 28% en tiendas de barrio, el 8% lo adquieren en supermercados y el 3% en los minimarket. Se puede interpretar que la mayoría de las personas encuestadas compran el producto en el mercado mayorista y tiendas quienes llevan en grandes cantidades por lo que la idea de dar un servicio adicional es adecuada.

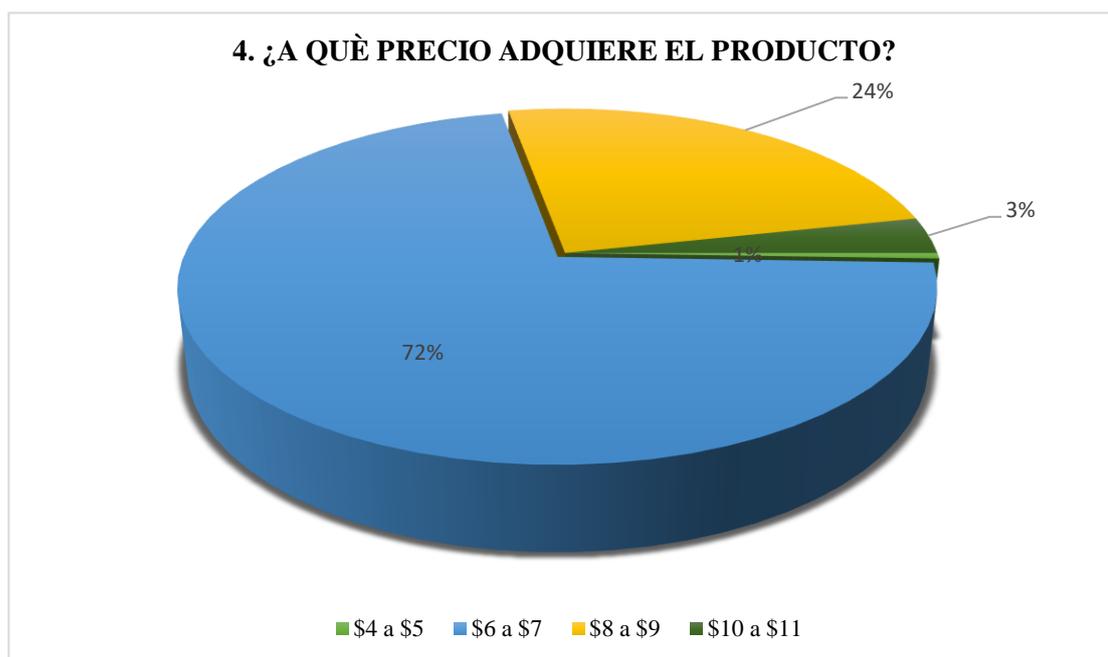
#### 4. ¿A qué precio adquiere el producto?

**Tabla 14-3:** Precio de adquisición del producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$4 a \$5	2	1%
\$6 a \$7	275	72%
\$8 a \$9	94	24%
\$10 a \$11	13	3%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a la población económicamente activa del cantón Ambato

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020



**Gráfico 14-3:** Precio de adquisición el producto

Fuente: Encuesta aplicada a la población económicamente activa del cantón Ambato

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

#### Análisis e interpretación

El 72% de los encuestados compra la caja de tomate entre 6 a 7 dólares, el 24% de 8 a 9 dólares, el 3% de 10 a 11 dólares y el 1% de 4 a 5 dólares. De acuerdo a los datos arrojados en la encuesta, se evidencia que la caja de tomate lo adquiere entre los 6 a 7 dólares de tal forma que se podrá vender la caja de tomate a un precio más económico ya que se venderá directamente del productor al consumidor.

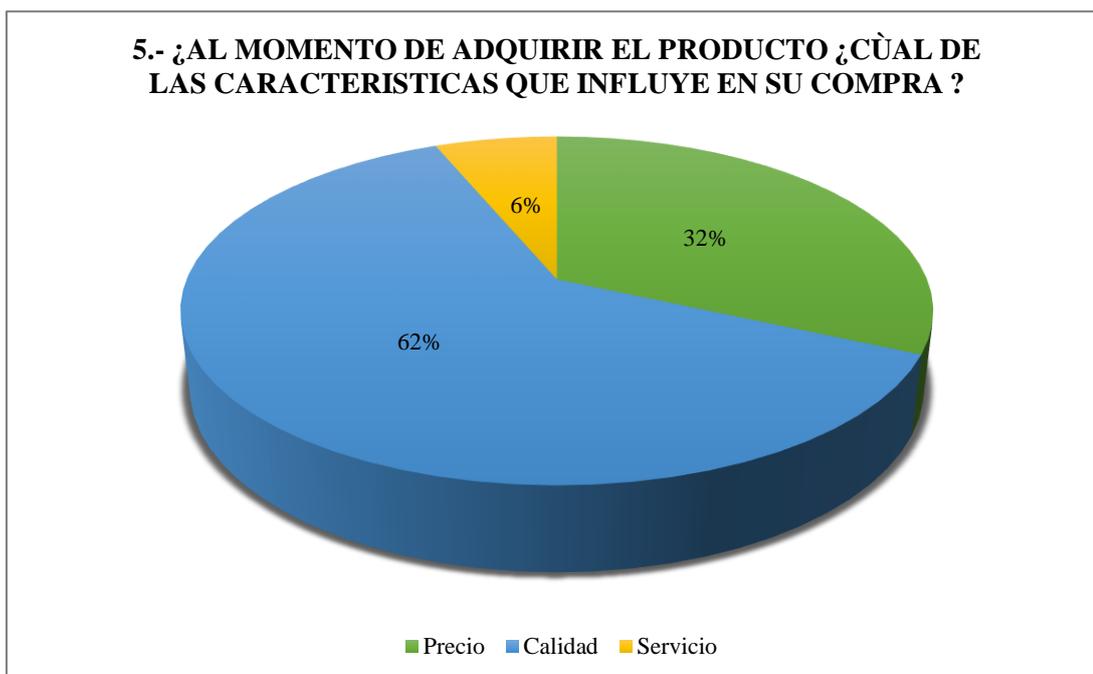
5. Al momento de adquirir el producto ¿Cuál de las características que influye en su compra?

**Tabla 15-3:** Característica que influye en la compra del producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio	122	32%
Calidad	238	62%
Servicio	24	6%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a la población económicamente activa del cantón Ambato

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020



**Gráfico 15-3:** Característica que influye en la compra del producto

Fuente: Encuesta aplicada a la población económicamente activa del cantón Ambato

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

### Análisis e interpretación

El 62% de las personas encuestadas al momento de adquirir el producto se fijan más en el la calidad seguida de 32% de quienes se fijan en el precio y un 6% en el servicio. Estos resultados demuestran que el tomate riñón en si es adquirido de acuerdo a la calidad lo que incide en el precio del producto. Resultando que el nuevo producto deberá tomar en consideración de tal manera sea más económico de mejor calidad y buen servicio.

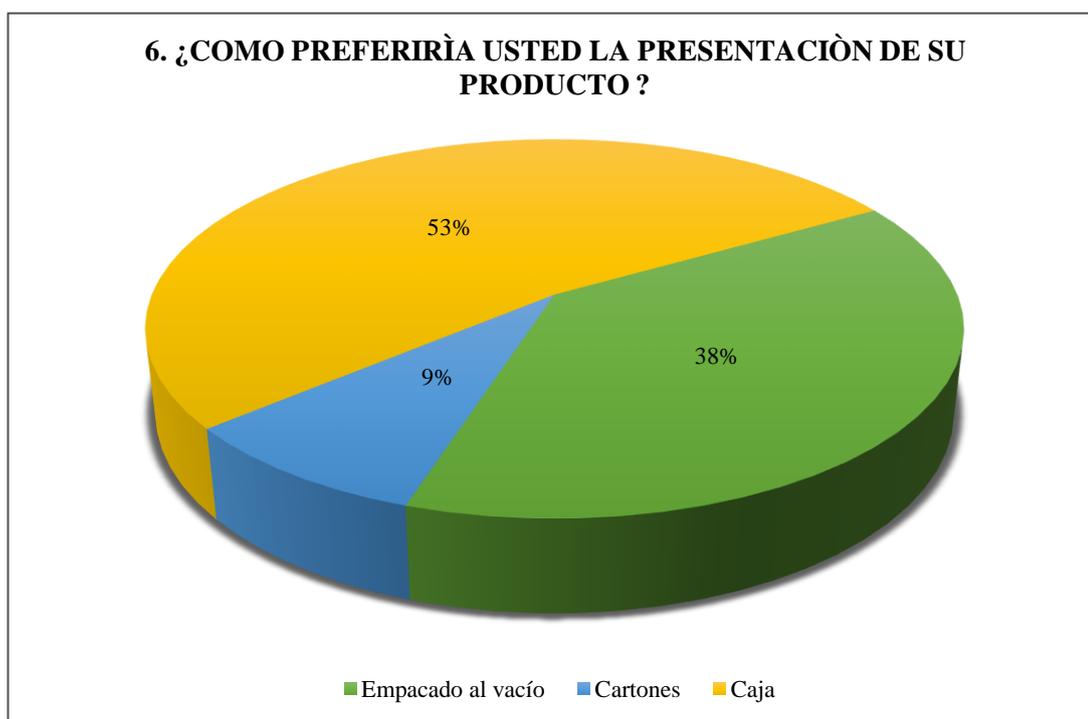
## 6. ¿Cómo preferiría usted la presentación de su producto?

**Tabla 16-3:** Presentación del producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Empacado al vacío	147	38%
Cartones	34	9%
Caja	203	53%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población económicamente activa del cantón Ambato

**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020



**Gráfico 16-3:** Presentación del producto

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población económicamente activa del cantón Ambato

**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020

### **Análisis e interpretación**

El 53% de las personas encuestadas manifestaron que prefieren su producto en cajas, el 38% empaque al vacío y el 9% en cartones. Estos resultados demuestran que la mayoría de consumidores prefieren su producto en caja, ya que las cajas suelen ser más durables lo que se considera favorable.

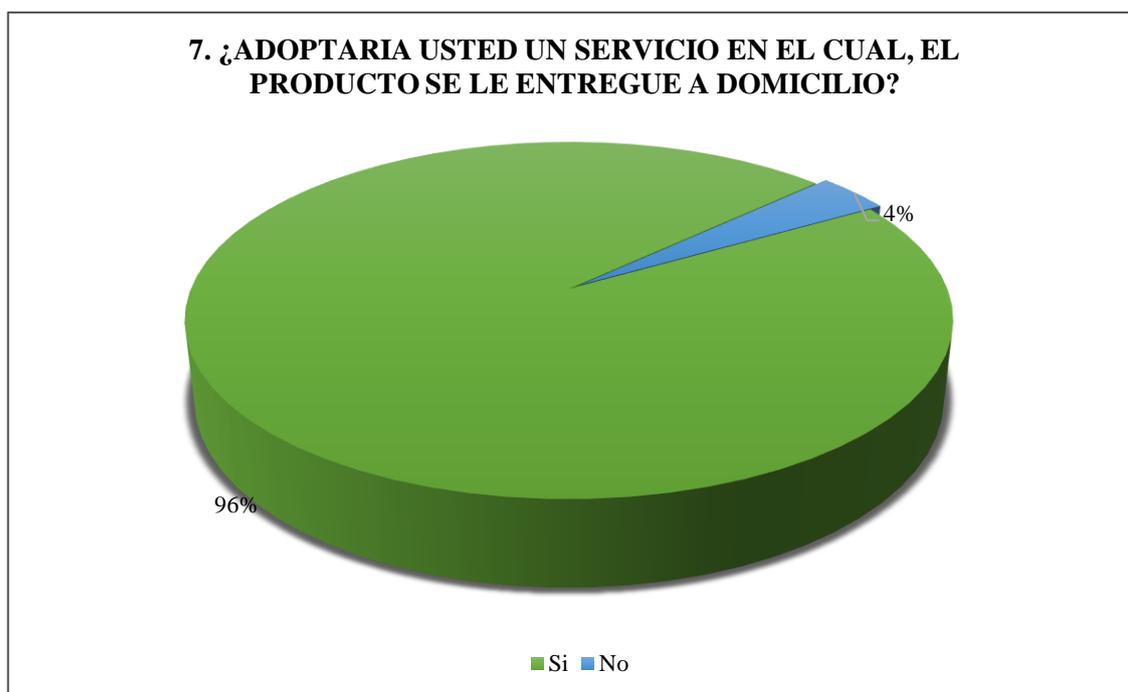
## 7. ¿Adoptaría usted un servicio en el cual, el producto se le entregue a domicilio?

**Tabla 17-3:** Servicio Adicional

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	370	96%
No	14	4%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población económicamente activa del cantón Ambato

**Elaborado por:** Quinquiguano, G. 2020



**Gráfico 17-3:** Servicio adicional

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población económicamente activa del cantón Ambato

**Elaborado por:** Quinquiguano, G. 2020

### **Análisis e interpretación**

Los resultados obtenidos a la población del cantón Ambato el 96% de los encuestados aceptarían adquirir un servicio en el que se les entregue el producto directamente y el 4% respondió que no. Se puede concluir que un porcentaje total de los encuestados estarían dispuestos adoptar nuestro servicio.

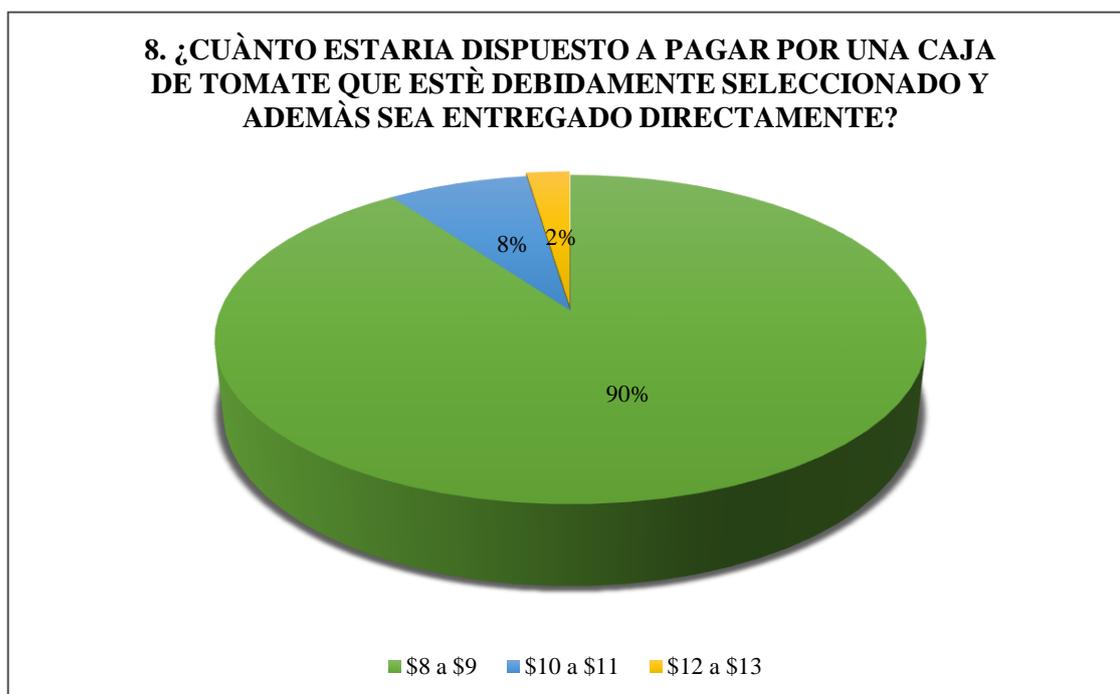
**8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de tomate que esté debidamente seleccionado y además sea entregado directamente?**

**Tabla 18-3:** Valor Adicional

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
\$8 a \$9	346	90%
\$10 a \$11	29	8%
\$12 a \$13	9	2%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a la población económicamente activa del cantón Ambato

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020



**Gráfico 18-3:** Valor adicional

Fuente: Encuesta aplicada a la población económicamente activa del cantón Ambato

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

**Análisis e interpretación**

El 90% de los encuestados aplicada a la población del cantón Ambato estarían dispuestos a pagar entre 8 a 9 dólares por un mejor producto y por un servicio el 8% entre los 10 a 11 dólares y con un 2% entre los 12 a 13 dólares. Se puede concluir que el proyecto será favorable a fin de darle un valor adecuado a la comercialización de tomate riñón.

### **3.1.3. *Análisis General de Resultados de las Encuestas***

Los resultados obtenidos en la encuesta aplicada en los productores de tomate riñón en la parroquia Izamba estos fueron los resultados hallados.

- a. El 100% de productores se dedican al cultivo de tomate riñón.
- b. El 98% no forma parte una asociación de hortalizas existente en el sector.
- c. El 82% cultivan el tomate riñón cada 4 meses.
- d. El 62% sacan su producción a la venta un día a la semana.
- e. El 76% producen el tomate riñón de 51 a 100 cajas.
- f. El 64% comercializan el tomate riñón entre \$6 a \$7 dólares.
- g. El 72% señaló comercializar su producto a intermediarios y un 28% a los mercados de la ciudad.
- h. Gran parte de compradores actualmente son los comerciantes-mayoristas con el 76%.
- i. El 100% se ha determinado que la parroquia Izamba no cuenta con un centro de acopio.
- j. El 100% estaría de acuerdo en formar parte de un centro de acopio que les permita comercializar su producto a un precio justo y estandarizado

Los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a la población económicamente activan del Cantón Ambato fueron los siguientes:

- a. El 100% de la población activa del cantón Ambato consume tomate riñón.
- b. El 84% adquieren semanalmente el producto de 1 a 5 cajas.
- c. El 61% señalaron que adquieren el producto en el mercado mayorista.
- d. El 72% manifestaron que adquieren el producto a un precio entre los 6\$ a 7\$.
- e. La característica que influye en su compra es la calidad con un 62%.
- f. El 53% prefieren la presentación del producto en cajas.
- g. El 96% estaría de acuerdo con un servicio que será entregado directamente al consumidor.
- h. El 90% estará dispuesto a pagar por una caja de tomate que sea debidamente seleccionado y entregado directamente entre \$8 a \$9.

Estos resultados dan paso a proponer un centro de acopio de tomate riñón en el sector a fin de cumplir con las características del producto, y a la vez, generar ingresos adecuados para los productores del sector de la Parroquia Izamba, por lo que se propondrá un proyecto de comercialización que permitirá determinar la factibilidad y contrarrestar los problemas existentes para mejorar la economía de los productores de tomate riñón.

### **3.2. Tema de la propuesta**

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE TOMATE RIÑÓN EN LA PARROQUIA IZAMBA CANTÓN AMBATO.

### **3.3. Desarrollo de la propuesta**

#### **3.3.1. Estudio de mercado**

A través del estudio de mercado va permitir determinar la oferta y demanda existente, se realizará un análisis y proyección con la finalidad de obtener la demanda insatisfecha que permitirá conocer la factibilidad del proyecto.

Por lo tanto, se estudia, a la población económicamente activa del cantón Ambato, para conocer a los futuros clientes potenciales donde se identifica la cantidad de frecuencia de consumo y la oferta existente dentro del mercado, siendo necesario efectuar el siguiente análisis a fin de disponer de la demanda insatisfecha a cubrir por la organización a crear.

##### *3.3.1.1. Descripción del producto*

El tomate riñón es consumido constantemente dentro de los hogares ecuatorianos. Actualmente existe una producción creciente en el cantón Ambato, parroquia Izamba lo que ocasiona la sobreproducción y caída del precio por la alta competencia y el no poseer un mercado plenamente establecido provoca la difícil negociación.

A fin de estandarizar el precio y la producción de tomate riñón el propósito del proyecto es crear un centro de acopio que permita clasificar y mejorar la presentación de la comercialización del tomate riñón, donde los mismos productores serán beneficiados a fin de otorgarle el precio adecuado a la producción y mejorar la economía de los habitantes.

##### *3.3.1.2. Análisis de la demanda*

En base a los datos obtenidos en la encuesta realizada a la población económica activa del cantón Ambato quienes se centran en adquirir el producto tiene como finalidad verificar la demanda que se obtendrá en el mercado a través del siguiente proceso:

- a) Inicialmente se tomó en consideración la pregunta N°2 donde se aborda sobre la frecuencia de compra de tomate riñón adquirida semanalmente, tomando en cuenta las alternativas de frecuencia.
- b) Una vez dispuesto con los resultados se precede a multiplicar sus respuestas de la siguiente manera:

**Tabla 19-3:** Demanda requerida

Alternativa	Nº de respuestas	Porcentaje	Consumo semanal	Consumo mensual	Consumo anual de cajas de tomate
1 a 5 cajas	324	84%	972	3888	46656
6 a 10 cajas	49	13%	392	1568	18816
11 a 15 cajas	11	3%	143	572	6864
16 a 20 cajas	0	0%	0	0	0
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>	<b>1507</b>	<b>6028</b>	<b>72336</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población económicamente activa del cantón Ambato

**Elaborado por:** Quinquiguano, G. 2020

### 3.3.1.3. Proyección de la demanda

Para realizar la demanda total requerida en el año base, se procede a determinar la demanda a futuro aplicando la tasa de crecimiento poblacional del cantón Ambato. Considerando a la tasa poblacional de crecimiento real para determinar la proyección. Estos fueron los resultados.

**Tabla 20-3:** Tasa de crecimiento poblacional

Año	Población Total del cantón Ambato	Tasa de crecimiento poblacional
2010	342.529	
2011	346.973	1,30%
2012	351.477	1,30%
2013	356.009	1,29%
2014	360.544	1,27%
2015	365.072	1,26%
2016	369.578	1,23%
2017	374.068	1,21%
2018	378.523	1,19%
2019	382.941	1,17%
2020	387.309	1,14%
2021	391628	1,12%
2022	395892	1,09%
2023	400093	1,06%
2024	404230	1,03%
2025	408301	1,01%

**Fuente:** (INEC, 2019)

**Elaborado por:** Quinquiguano, G. 2020

Una vez dispuesta la tasa de crecimiento poblacional se procede a calcular la demanda existente para los próximos 5 años que se realiza a través de la fórmula de valor futuro.

$$Vf = Va (1 + i)^n$$

Dónde:

**Vf:** Valor futuro

**Va:** Valor actual (año 2020)

**i:** Tasa de crecimiento

**n:** Año a estimarse

**Tabla 21-3:** Demanda proyectada

Año	Demanda proyectada
2020	72336
2021	73143
2022	74744
2023	77149
2024	80390
2025	84520

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** Quinquiguano, G. 2020

#### 3.3.1.4. Análisis de la oferta

En el caso de la oferta de tomate de riñón en el Cantón Ambato, se indagó mediante investigación de campo a diferentes tiendas, mercados entre otros. Llegando a identificar el ofrecimiento de tomate de riñón existente en mercado, sin dejar de lado factores que incurren (capacidad de compra, precio, calidad, condiciones legales del producto). La siguiente tabla detalla los 3 últimos datos históricos de la venta de tomate de riñón.

**Tabla 22-3:** Oferta histórica de tomate

Años	Venta (cajas)
2018	24090
2019	22840
2020	23100

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Quinquiguano, G. 2020

#### 3.3.1.5. Proyección de la Oferta

Para determinar la proyección de la oferta en los próximos 5 años, se consideró como base el último año, de los datos históricos proporcionados de las ventas de cajas de tomate anuales y la tasa poblacional de crecimiento real para determinar la proyección.

$$Vf = Va (1 + i)^n$$

Dónde:

**Vf:** Valor futuro

**Va:** Valor actual (año 2020)

**i:** Tasa de crecimiento

**n:** Año a estimarse

**Tabla 23-3:** Oferta Proyectada

<b>Años</b>	<b>Ventas (Cajas)</b>
2020	23100
2021	23358
2022	23869
2023	24637
2024	25672
2025	26991

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020

### 3.3.1.6. *Determinación de la demanda insatisfecha de cajas de tomate riñón*

A través de los datos reflejados para los cinco años futuros, para el cálculo se procede una operación simple el cual consiste en la diferencia entre la demanda y la oferta proyectada dando como resultado la demanda insatisfecha.

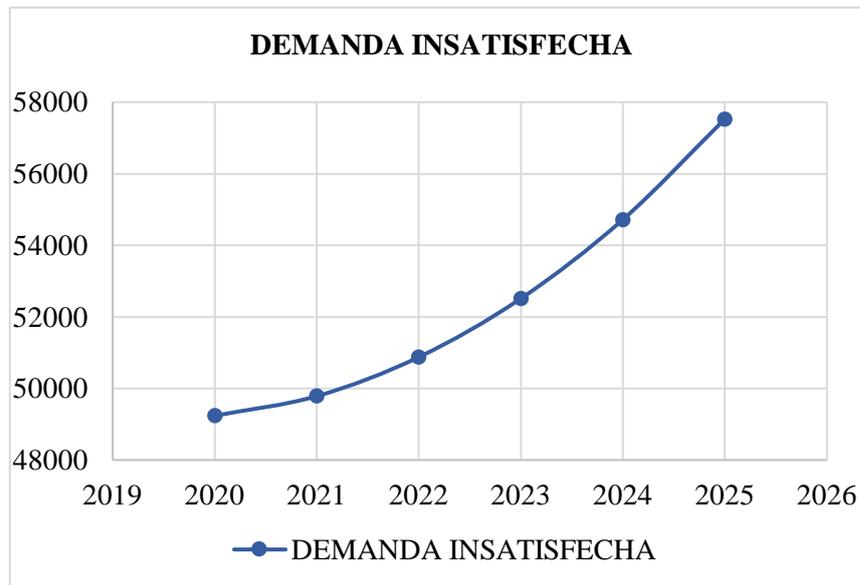
**Tabla 24-3:** Demanda insatisfecha

<b>Años proyectados</b>	<b>Demanda</b>	<b>oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2020	72336	23100	49236
2021	73143	23358	49785
2022	74744	23869	50875
2023	77149	24637	52512
2024	80390	25672	54717
2025	84520	26991	57529

**Fuente:** Datos de la demanda y la oferta

**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020

Al disponer la demanda insatisfecha se observa la existencia de un mercado suficientemente grande para la comercialización de tomate riñón que pretende comercializar, lo que da paso a continuar con el presente proyecto ya que se observa que hay un amplio mercado que cubrir permitiendo el centro de acopio poder cumplir con sus objetivos dentro del mercado.



**Gráfico 19-3:** Demanda Insatisfecha

**Fuente:** Demanda proyectada

**Elaborado por:** Quinquiguano, G. 2020

### 3.3.1.7. Definición del producto

El tomate riñón es una hortaliza cultivada en climas cálidos, la característica física de esta planta es su peso ya que la mayor parte es conformada de agua generalmente es de forma redonda, carnosa de coloración rojiza, amarilla o verdosa con un peso que puede llegar hasta los 400 gramos en cuanto a su sabor suele ser agrídulce ya que es propio de cada especie. Además de ser una hortaliza rica en nutrientes, el tomate presenta multitud de propiedades beneficiosas para el organismo como: método preventivo contra el cáncer, actúa como regulador de tránsito intestinal, protege la piel, fortalece el sistema inmune, previniendo enfermedades cardiovasculares. Entre las propiedades nutricionales se encuentra:

- ✓ Vitaminas: fuente de vitamina C, vitamina A, hierro y potasio y vitamina K que juega un papel fundamental en la salud.
- ✓ Contiene Fibra y proteínas.

Todas estas propiedades del tomate se pueden aprovechar en otros complementos alimenticios tales como jugos, salsas de tomate, sofritos que llevan tomate, como también ser consumida de modo fresco ya que son apetecidas por ser un alimento de fácil digestión. Esta hortaliza es importante ya que es popularizada como un alimento saludable creando espacios en menús de restaurantes hasta en cocinas de grandes chefs. El tomate riñón es consumido constantemente dentro de los hogares ecuatorianos.

La presentación del tomate será en cajas de madera con un peso de 22 kilos donde contendrá 90 tomates aproximadamente, tendrá una medida de 20 cm ancho, 30 cm de largo y alto de 30 cm

debidamente seleccionados, entre sus características es estar sin abolladuras, color rojo, ovalado y en tamaños estandarizados será un producto fresco.

✓ *Ficha del producto*

**Tabla 25-3:** Información del producto – Tomate riñón

<b>Producto</b>	Tomate Riñón																																									
<b>Definición</b>	Hortaliza de color rojizo que se caracteriza por su pulpa con múltiples semillas.																																									
<b>Características generales</b>	Esta hortaliza se comercializará en cajas de madera, con un peso de 22 kilos, donde contendrá el tomate en tamaños estandarizados.																																									
<b>Características físicas</b>	Color de fruto: rojo																																									
<b>Composición Nutricional</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Contenido</th> <th>Porción de 100g comestible</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Energía</td><td>18</td></tr> <tr><td>Agua</td><td>92</td></tr> <tr><td>Proteínas</td><td>1</td></tr> <tr><td>Hidratos de carbono</td><td>3.5</td></tr> <tr><td>Fibra</td><td>1.4</td></tr> <tr><td>Glucosa</td><td>1.60</td></tr> <tr><td>Fructosa</td><td>1.70</td></tr> <tr><td>Potasio</td><td>250</td></tr> <tr><td>Magnesio</td><td>8.3</td></tr> <tr><td>Calcio</td><td>10.6</td></tr> <tr><td>Fósforo</td><td>27</td></tr> <tr><td>Hierro</td><td>0.7</td></tr> <tr><td>Vitamina A</td><td>94</td></tr> <tr><td>Beta – caroteno</td><td>592</td></tr> <tr><td>Ácido fólico</td><td>28.8</td></tr> <tr><td>Biotina</td><td>1.5</td></tr> <tr><td>Yodo</td><td>2</td></tr> <tr><td>Licopeno</td><td>2166</td></tr> <tr><td>Luteína</td><td>52</td></tr> </tbody> </table>		Contenido	Porción de 100g comestible	Energía	18	Agua	92	Proteínas	1	Hidratos de carbono	3.5	Fibra	1.4	Glucosa	1.60	Fructosa	1.70	Potasio	250	Magnesio	8.3	Calcio	10.6	Fósforo	27	Hierro	0.7	Vitamina A	94	Beta – caroteno	592	Ácido fólico	28.8	Biotina	1.5	Yodo	2	Licopeno	2166	Luteína	52
Contenido	Porción de 100g comestible																																									
Energía	18																																									
Agua	92																																									
Proteínas	1																																									
Hidratos de carbono	3.5																																									
Fibra	1.4																																									
Glucosa	1.60																																									
Fructosa	1.70																																									
Potasio	250																																									
Magnesio	8.3																																									
Calcio	10.6																																									
Fósforo	27																																									
Hierro	0.7																																									
Vitamina A	94																																									
Beta – caroteno	592																																									
Ácido fólico	28.8																																									
Biotina	1.5																																									
Yodo	2																																									
Licopeno	2166																																									
Luteína	52																																									
<b>Vida útil</b>	1 mes a una temperatura entre 10° Centígrados.																																									
<b>Empaque</b>	La presentación será en cajas de madera, con un peso de 22 kilos de tomate.																																									
<b>Presentación</b>																																										

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquiano, G. 2020

### 3.3.1.8. Determinación del precio

Para determinar el precio del producto a comercializar existen varias fuentes para el cálculo, como son: de acuerdo al costo de producción, al prestigio del producto, a la competencia, oferta, demanda, etc. En el caso del proyecto se tomó en consideración:

- a. **Las opiniones de futuros clientes**, corroborando en la pregunta N°16, efectuada a la PEA del cantón Ambato, fue la siguiente:

**Tabla 26-3:** Tabulación de la disposición a pagar por el producto

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
\$8 a \$9	346	90%
\$10 a \$11	29	8%
\$12 a \$13	9	2%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población económicamente activa del cantón Ambato

**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020

- b. **El costo de producción**, en base a los datos recolectados y efectuando un análisis del precio existente en el mercado, el centro de acopio comercializará en función a los costos de producción que se incurren para la comercialización, compitiendo con producto de calidad, características específicas requeridas por el comprador lo cual se detallará en el análisis de evaluación económica y financiera, permitiendo con ello mayor competitividad dentro del mercado.

La presentación por la caja de tomate riñón será de acuerdo a su tamaño, valor añadido con su peso de 22 kilos cada caja de madera para el año 2020, determinando lo siguiente:

**Tabla 27-3:** Costo unitario por caja de tomate riñón de 22 kilos

<b>Detalle</b>	<b>Costo Unit.</b>
<u>Materia prima</u>	6,50
Caja de Tomate	6,50
<u>Mano de obra</u>	0,40
<u>CIF</u>	0,87
Insumos	0,60
Cajas de madera 22 kilos	0,50
Fundas	0,10
MO Indirecta	0,18
Otros	0,09
Servicios básicos	0,03
Suministros de oficina	0,00
Materiales de limpieza	0,00
Depreciación Inversión fija	0,06
<b>Costo unitario</b>	<b>7,77</b>
<b>Margen de Contribución 30%</b>	<b>2,33</b>
<b>Precio unitario</b>	<b>10,10</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población activa del cantón Ambato

**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020

### 3.3.1.9. Fijación del precio

Una vez identificado las dos opciones del precio, se puede concluir que las dos expectativas se ajustan al precio de venta al mercado, dejando un margen considerable para generar ganancias por la comercialización.

**Tabla 28-3:** Costo de venta por unidad – tomate riñón - 2021

<b>Detalle</b>	<b>Costo Unit.</b>
Materia prima	6,75
Mano de obra	0,42
CIF	0,95
<b>Costo unitario</b>	<b>7,91</b>
<b>Margen de Contribución 30%</b>	<b>2,42</b>
<b>Precio unitario</b>	<b>10,49</b>

Fuente: Estudio técnico

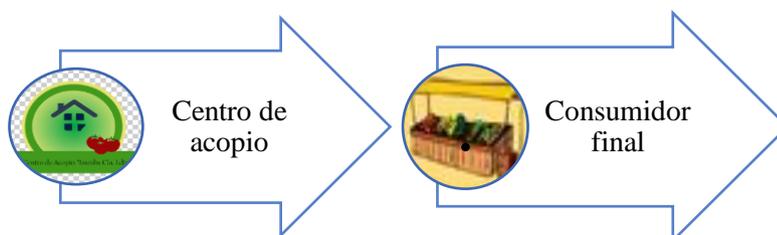
Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

La presentación de tomate en caja de maderas de 22 kilos, para el año 2021 el precio establecido conforme al costo de producción será de \$10,49, considerando la inflación de cada año.

### 3.3.1.10. Canales de distribución

La estrategia a utilizar una vez identificado la presentación del producto y el precio que este dispondrá, se trabajará con tácticas para la distribución y promociones a realizar, además de la publicidad a efectuarse.

Para distribuir el producto, debido a su característica perecedera se aplicará de manera rápida, donde dispondrá de canal directo a los comerciantes minoristas y mayoristas en el centro de acopio, ya que se les considera clientes objetivos. Considerándose un tipo de canal de distribución intensivo, de manera que este producto es consumido por un público en general.



**Figura 1-3:** Canal de distribución directo

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

El tipo de canal de distribución permitirá al centro de acopio dar a conocer el producto y generar estrategias de marketing de tal forma disponer de más afiliados, logrando colocar el producto a disposición del cliente en un lugar adecuado y momento oportuno.

### 3.3.1.11. Promoción y publicidad

Las estrategias a utilizar se orientan en dar a conocer al público objetivo sobre el producto que se comercializa a fin de disponer de una participación de las personas interesadas con el producto centro acopio y dentro del campo del marketing promover el consumo, teniendo en consideración: marketing online, marketing offline y las promociones como se muestran a continuación.

**Tabla 29-3:** Promoción y publicidad a utilizar

	<b>Publicidad</b>	<b>Características</b>	<b>Promociones</b>
Marketing online	Página web	Dispondrá de información acerca de la empresa, el producto que ofrece, videos, imágenes y número de contacto para poder comercializar	Descuentos/Alianzas
	Correo electrónico	Servirá como fuente de comunicación con proveedores, clientes y colaboradores a fin de recibir y enviar mensajes.	Descuentos
	Redes sociales	Permitirá interactuar con el público y disponer de seguidores a fin de dar a conocer el producto a través de Facebook, Whatsapp, Instagram, Twitter.	Descuentos
Marketing offline	Radio	En los anuncios publicitarios se propagarán el producto	Descuentos/Alianzas
	Volantes	Se efectuará 1000 a fin de repartir en toda la ciudad de Ambato.	Descuentos

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Quinquiano, G. 2020

### Logotipo del centro de acopio

La presente ilustración es el logotipo que regirá en el centro de acopio para dar a conocer en el mercado local y provincial.



**Figura 2-3:** Logotipo del centro de acopio

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

#### 3.3.2. Estudio técnico

El estudio técnico es fundamental para la determinación adecuada del proyecto en la que podremos verificar la factibilidad técnica y operativa para el centro de acopio. En el presente estudio se visualiza y determina la localización y el tamaño adecuado funcionamiento para a la instalación de la empresa, y a su vez cumpla con las necesidades de la población y abarque la demanda agrícola.

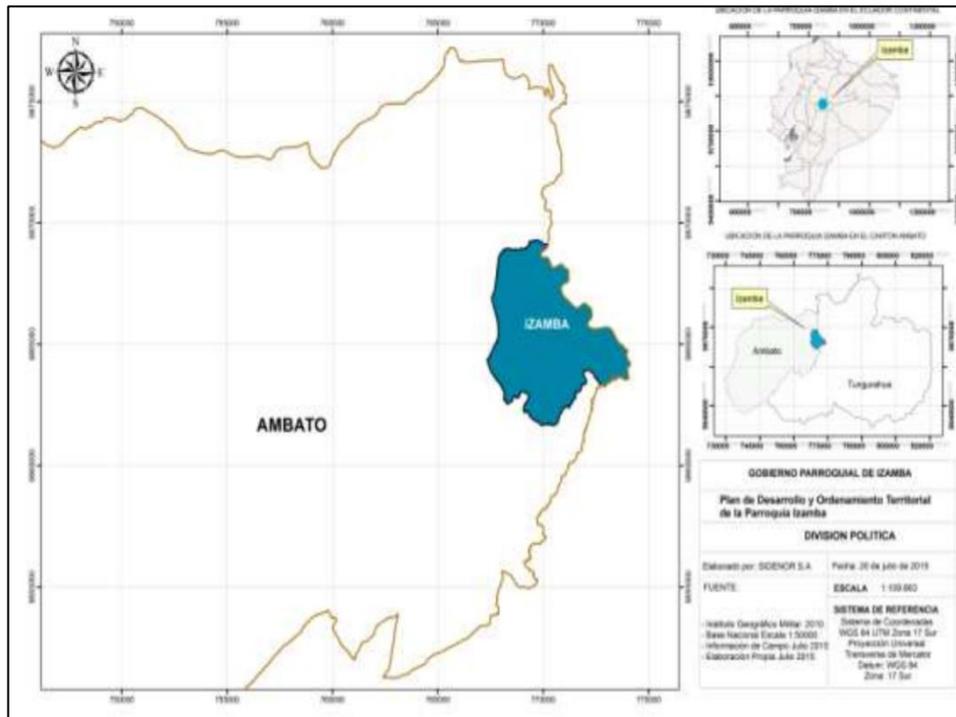
##### 3.3.2.1. Localización del centro de acopio

Este estudio se centra en establecer la ubicación óptima misma que se realizara un estudio macro y micro localización del proyecto de tal manera determinar el lugar ideal para la ubicación en este caso el centro de acopio. En este parte se enfoca el terreno, la dirección y calles donde este se pondrá en funcionamiento.

La presente investigación se realizará en la Parroquia Izamba que se encuentra ubicada en la parte norte a 5 Km de la urbe central de Ambato, provincia de Tungurahua, la tierra es productiva y con grandes riquezas naturales su potencial la agricultura en gran mayoría a la producción de hortalizas en su variedad; su clima es cálido y templado que oscila en los 12° C. El mismo que necesita de la creación de un centro de acopio que facilite a los productores vender sus productos a precios rentables y mejorar las condiciones de vida de cada uno de los productores de la parroquia.

### 3.3.2.2. Macro Localización

El proyecto estará ubicado en la provincia de Tungurahua en el cantón Ambato en la parroquia Izamba.



**Figura 3-3:** Macro localización

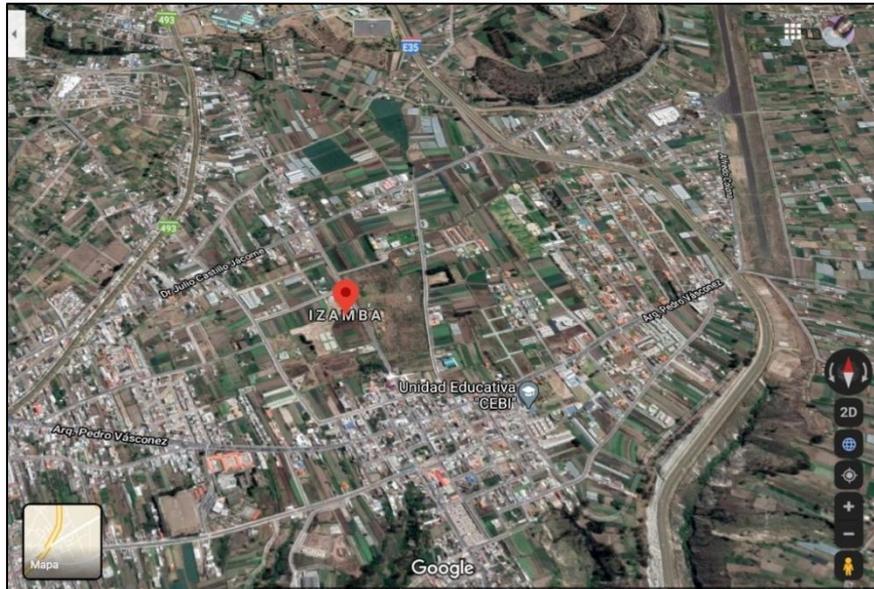
**Fuente:** Investigación de Google

**Elaborado por:** Quinquiguano, G. 2020

### 3.3.2.3. Micro localización

El centro de acopio se localizará en la parroquia Izamba la diferencia es que en el sector no existe una competencia debido a que no existe una empresa a lo que se va impulsar, por ello se decide que la mejor ubicación para el centro de acopio en la parroquia Izamba, en las calles Av. Pedro Vásquez Sevilla y Rafael Darquea.

Debido a los criterios como: precio del metro cuadrado de terreno a menor costo, dispone de area, servicios y cercanía a clientes potenciales, en cuanto a transporte y vías de acceso para llegar al lugar el sector dispone de los servicios para que la mayoría de los productores y consumidores puedan acudir con facilidad a las instalaciones del centro de acopio.



**Figura 4-3:** Macro localización

Fuente: Google maps

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

### 3.3.2.4. *Tamaño y Capacidad del proyecto*

#### ***a. Determinación de la capacidad instalada optima de la planta***

Consiste en estipular el desplazamiento que dispondrá la empresa en el área de producción para la comercialización de tomate de riñón en función al porcentaje establecido a producir en la demanda insatisfecha. De acuerdo al análisis y determinación de la demanda insatisfecha el proyecto espera cubrir un 75%, por lo tanto, su primer año a comercializar es de 37339 cajas de tomate de riñón. Como lo muestra la siguiente tabla.

**Tabla 30-3:** Producción de tomate riñón

<b>Años proyectados</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Demanda a Cubrir Anual</b>
2020	49236	36927
2021	49785	37339
2022	50875	38156
2023	52512	39384
2024	54717	41038
2025	57529	43147

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

El tamaño y capacidad del proyecto se ajusta a la adquisición o abastecimiento de materia prima para poder comercializar el tomate riñón, al igual que de las características básicas dentro de un centro de acopio establecidos en la normativa vigente del país, concertando de esa manera al tamaño del terreno que se espera adquirir, siendo este de 420m<sup>2</sup>, cubriendo de esta manera la demanda insatisfecha actual de 75%.

### 3.3.2.5. Distribución y diseño de las instalaciones

Para el correcto y la óptima distribución de la planta fue necesario detallar las particularidades y funcionalidad que proporcionen y optimicen las distribuciones eficientes de cada una de las áreas que dispondrá el centro de acopio.

El diseño para la construcción cuenta con una sola planta de procedimientos, que facilitará los procesos de producción y manejo de la materia prima que permita gestionar cada actividad facilitando operaciones más económicas y eficientes del mismo modo aprovechar de mejor manera los espacios y recursos para un fácil acceso tanto para productores, trabajadores y compradores manteniendo la seguridad y normativas a cumplirse para la construcción.

Como se puede visualizar en la gráfica, la infraestructura donde se desarrollará las actividades se realizará en un espacio de 420m<sup>2</sup>, efectuándose la construcción en su totalidad de terreno a adquirir, generando rentabilidad en cada espacio utilizado.

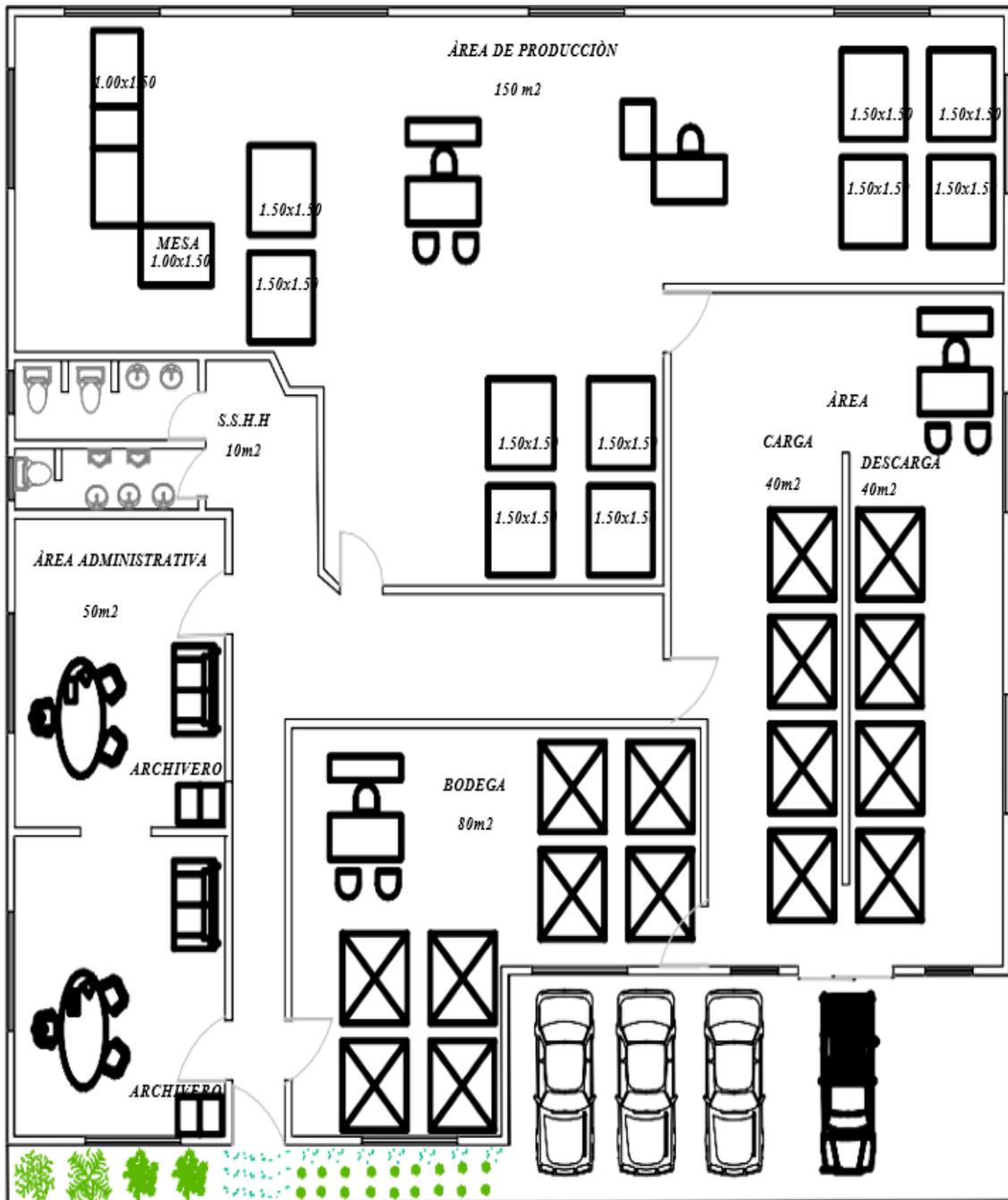
El costo del terreno por m<sup>2</sup> es de \$ 25,00. Sin embargo, según el evaluó por sector técnico, el precio de construcción en el cantón Ambato está valorada en \$100 por m<sup>2</sup>, utilizando material económico el cual dispondrá de las siguientes áreas:

**Tabla 31-3:** Distribución de las instalaciones del centro de acopio

Descripción	Detalle	Área m2
Área administrativa	Oficinas: gerente-vendedor-sala de junta	50
Área de producción	Procesamiento	150
Área de carga y descarga	Zona de carga y descarga	80
Bodega	Almacenamiento	80
Baños	SS. HH	10
Parqueadero	Parqueo	40
Zona ornamental	Áreas verdes	10
	<b>Espacio total requerido</b>	<b>420</b>
Costo por m2	100	<b>42.000,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020



**Figura 5-3:** Plano de distribución del centro acopio

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquiano, G. 2020

### 3.3.2.6. Proceso productivo

Para identificar las actividades necesarias para la comercialización, cumpliendo con las características de calidad en el producto, es necesario efectuar una prueba pertinente para identificar los elementos que intervienen; equipos y accesorios, materia prima e insumos a utilizar y las respectivas operaciones que procure cumplir con las características esenciales del producto. A continuación, se presenta las operaciones a efectuarse.

**Tabla 32-3:** Prueba caja de tomate

Producto	Materia prima e insumos	Equipos y accesorios
Caja de tomate riñòn	-22 kilos de tomate -1 caja de madera con calidad de 22 kilos -1 funda	-Banda transportadora de carga y descarga -Mesa de selección a motor -Carretilla hidráulica -Balanza digital -Perchas -Guantes -Gorras -Gabachas

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

Con base a los datos se procede a identificar y describir los procesos determinando las siguientes operaciones:

**Recepción del producto:** se realiza la compra de tomate a los productores de la comunidad, se recibe la materia prima en el centro de acopio a fin de posteriormente clasificarlos.

**Selección:** se procede a seleccionar de manera minuciosa, según su tamaño y peso, considerando el color de calidad del producto, para posteriormente separar el rechazo.

**Lavado y secado:** respectivamente se procede a lavar el producto que deberá quedar sin residuos de agua para evitar su pudrición y se deja reposar para que este pueda secarse.

**Empacado:** concluido en proceso de secado, se procede a colocarlos en sus respectivas cajas.

**Almacenado:** terminado el empacado, se procede a trasladarlo a las perchas para su pronta comercialización.

**Comercialización:** se entregará el producto a los intermediarios mayoristas y minoristas y consumidores finales que llegan al centro de acopio solicitando el producto.

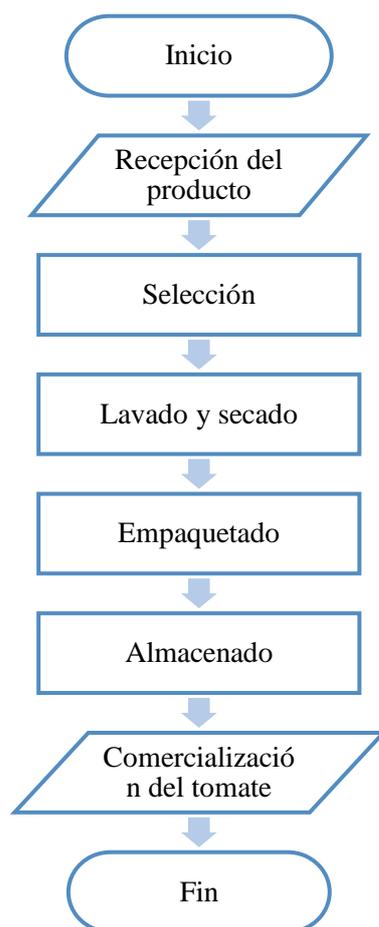
**Tabla 33-3:** Cálculo del tiempo por proceso – tomate riñòn

Proceso	Tiempo
Recepción del producto	5 minutos
Selección	3 minutos
Lavado y secado	3 minutos
Empacado del tomate en cajas	1 minutos
Almacenamiento del producto	3 minutos
<b>Total</b>	<b>15 minutos</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

a. *Diagrama de flujo de procesos*



**Gráfico 20-3:** Diagrama de operaciones del proceso de comercialización

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

3.3.2.7. *Capacidad instalada y tecnología*

La tecnología a instalar en el centro de acopio, se basa en la producción a desarrollarse dentro de la planta de acuerdo a la demanda a cubrir en el mercado; adquiriendo maquinaria que disponga de un nivel mayor posible para comercializar la producción disponible y sea técnicamente viable. La maquinaria y equipo seleccionado, requirió de una investigación de campo, de tal forma cumpla con las características y garantías adecuadas para el proyecto.

**Tabla 34-3:** Demanda a cubrir anual-mensual-diario de cajas de tomate riñón

<b>Años proyectados</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Demanda a Cubrir Anual</b>	<b>Demanda a Cubrir mensual</b>	<b>Demanda a Cubrir diaria</b>	<b>%</b>
2020	49236	36927	3077	1231	0,00
2021	49785	37339	3112	1245	1,12
2022	50875	38156	3180	1272	2,19
2023	52512	39384	3282	1313	3,22
2024	54717	41038	3420	1368	4,20
2025	57529	43147	3596	1438	5,14

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

La producción de tomate riñón al mes será 3077 cajas de tomate y 1231 cajas diarias, por lo que es necesario que la maquinaria requerida se adapte a la comercialización a realizarse.

De acuerdo a la demanda insatisfecha a cubrir durante los 5 años estipulados en el proyecto, se instalará la siguiente tecnología, se adquirirá la materia prima e insumos, se considerará la mano de obra, servicios básicos adicionales para el buen funcionamiento. Por lo que se seleccionó los siguientes equipos y maquinaria con su capacidad de producción.

**Tabla 35-3:** Maquinaria y equipo

	<b>Maquinaria y equipo</b>	<b>Detalle</b>
Banda transportadora para carga y descarga de camiones		Es un sistema de elevación automática, que ayudará ahorrar tiempo a la hora de bajar y subir la mercadería logrando mayor rapidez en el proceso.
Mesa de selección a motor		La mesa ayudará con facilidad a clasificar el producto.
Balanza electrónica		Facilitará el pesado del producto, al mismo tiempo se regulará para que automáticamente brinde el precio de acuerdo a la cantidad.
Carretilla hidráulica		Este tipo de carretilla favorecerá al personal para trasladar de un lugar a otro el producto.
Perchas		Servirá como almacenamiento en bodega y mostrador para su comercialización.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

**c. Capacidad instalada en insumos**

Los insumos necesarios para la comercialización del tomate en presentaciones de 22 kilos por caja es la siguiente:

- **Ingredientes para la comercialización**

1. Tomate riñón: Lo primero a considerar es la calidad de la hortaliza, la cual debe estar fresca y con características específicas como el color rojo, ovalo, sin abolladuras y no debe contener plagas.

- **Materiales**

1. Caja de madera: El empaquetado del producto será en cajas donde cada caja dispondrá de un contenido de 22 kilos de tomate.
2. Fundas: ayudara a cuidar a la hortaliza a fin de cubrir al producto de factores externos que pueda afectar.

**d. Mano de obra**

La mano de obra está compuesta por los operarios y el personal especializado en productos agrícolas para que intervenga en la supervisión del producto al momento de la recepción, el proceso y comercialización, para ello cuenta con tres trabajadores y un ingeniero agrónomo.

**e. Servicios básicos**

El centro de acopio requerirá de servicios básicos para el normal funcionamiento en sus operaciones siendo estos; agua y energía eléctrica.

**f. Servicios adicionales**

Para el fruncimiento administrativo, legal, estructural y manejo del proyecto, es necesario incorporar un Gerente – Administrador para que gestione todas las actividades de la empresa, procesando la información de manera organizada y sistematizada y a tiempo real para un mejor rendimiento de las operaciones de la organización.

Se contará con un vendedor encargado de contactarse con los clientes potenciales a fin de vender el total de cajas de tomate de forma inmediata, y recursos de contratación profesional un contador externo quienes brindaran asesoramiento en temas de tributación e informática.

De acuerdo a las actividades que se desarrollan para el buen funcionamiento de sus actividades, el personal administrativo y de ventas, requerirán de actividades de servicios básicos, a estas áreas se les destinara el agua, luz, teléfono e internet. Adicionalmente deberá contar con suministros de oficina, la construcción o edificio, maquinaria y equipo, los muebles y enseres que se emplearan, así también los equipos de cómputo requeridos para disponer de información y movimientos de la empresa y trámites legales y emergentes en el área de comercialización y la depreciación de

los utensilios. Los gastos incurridos por combustible por el que dispondrá la empresa, el gasto de publicidad que dispondrá la empresa.

### 3.3.2.8. Presupuesto técnico

Una vez identificada los requerimientos se procede a detallar la inversión en la que se detalla los costos en que se debe incurrir para poner en marcha el proyecto. Estos recursos se clasifican en inversión fija, inversión diferida y capital de trabajo.

**Tabla 36-3:** Inversión fija

<b>Inversión Fija</b>	<b>Valor</b>
Terreno	10.500,00
Edificio	42.000,00
Maquinaria y equipo	4.950,00
Muebles y enseres	2.060,00
Equipo de oficina	297,00
Equipo de computación	2.350,00
Vehículo	16.000,00
Utensilios	136,00
<b>Total</b>	<b>78.293,00</b>

**Fuente:** Presupuesto técnico

**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020

**Tabla 37-3:** Inversión diferida

<b>Inversión Diferida</b>	<b>Valor</b>
Gastos de constitución	500,00
Gastos de licencias y patentes	200,00
Gastos de estudios y diseños	1.000,00
Gastos de puesta en marcha	500,00
Imprevistos	200,00
<b>Total</b>	<b>2.400,00</b>

**Fuente:** Presupuesto técnico

**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020

**Tabla 38-3:** Capital de trabajo para el primer año

<b>Capital de Trabajo</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Producción Anual	37339	38156	39384	41038	43147
<b>Costo de Operación</b>	<b>305.838,99</b>	<b>318.406,25</b>	<b>332.720,63</b>	<b>350.178,61</b>	<b>371.001,40</b>
Materia Prima	252.035,22	261.725,73	274.009,44	289.060,01	307.072,45
Mano de Obra	20.120,71	21.702,40	22.091,41	22.487,40	22.890,49
Costos Indirectos de Fabricación	33.683,05	34.978,13	36.619,78	38.631,20	41.038,46
<b>Gastos Administrativos y Ventas</b>	<b>35.591,38</b>	<b>38.114,76</b>	<b>38.746,24</b>	<b>38.601,76</b>	<b>39.241,33</b>
Sueldo de Administración	24.438,34	26.402,68	26.875,95	27.357,70	27.848,08
Sueldo de Ventas	6.706,90	7.234,13	7.363,80	7.495,80	7.630,16
Combustible y lubricantes	598,57	608,27	616,96	624,61	624,61
Depreciación	2.386,03	2.386,03	2.386,03	1.602,70	1.602,70
Amortización	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00
Servicios Básicos	733,03	744,91	755,56	764,93	772,88
Suministros de Oficina	145,38	147,74	149,85	151,71	153,29
Publicidad	436,15	443,22	449,56	455,13	459,87
Materiales de limpieza	50,96	51,78	52,52	53,17	53,73
<b>Inversión Capital de Trabajo</b>	<b>341.430,36</b>	<b>356.521,01</b>	<b>371.466,87</b>	<b>388.780,37</b>	<b>410.242,72</b>

Fuente: Presupuesto técnico

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

**Tabla 39-3:** Inversión del proyecto

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
Inversión Fija	78.293,00	18,55%
Inversión Diferida	2.400,00	0,57%
<b>Inversión Capital de trabajo</b>	<b>341.430,36</b>	<b>80,88%</b>
<b>Total Inversión del proyecto</b>	<b>\$ 422.123,36</b>	<b>100%</b>

Fuente: Presupuesto técnico

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

Esta información se detallará de manera específica en el estudio financiero, donde se detalla cada uno de las cuentas contables.

### 3.3.3. Estudio Administrativo – legal

#### 3.3.3.1. Aspectos legales del centro de acopio

El crear un centro de acopio, exige cumplir con normas, leyes y decretos ya establecidos a las cuales se rige como unidad de comercialización de hortaliza entre los aspectos que se debe cumplir se encuentra los siguientes:

- Registro Mercantil como sociedad limitada
- Registro Único de Contribuyentes
- Patente Municipal
- Permiso de funcionamiento por parte del Ministerio de Salud Pública
- Permiso de funcionamiento por parte del Cuerpo de Bomberos
- Otros.

### 3.3.3.2. Denominación social

La razón social se tomó en consideración a la parroquia que tiene como principal actividad la agricultura designado Centro de Acopio “Izamba Cía. Ltda.”: localizado en el sector de la Parroquia Izamba, cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

### 3.3.3.3. Conformidad del capital social

El centro de acopios surge como un proyecto por parte de 4 socios, formando una Compañía Limitada, donde los productores serán los proveedores, a fin de fomentar la producción agropecuaria de tal manera disponer una mayor rentabilidad de la producción de tomate. El capital de la compañía estará conformado por las aportaciones de los socios aportando cada uno la cantidad de \$54.000,00, esta aportación puede ser en efectivo o en bienes quedando íntegramente suscrito y pagado en su totalidad, como se detalla a continuación:

**Tabla 40-3:** Aporte de los socios

<b>Aporte de bienes</b>	<b>Aporte de Capital</b>	<b>Aporte</b>	<b>Socios</b>
Terreno	10.500,00	5%	socio 1
Edificio	42.000,00	19%	socio 2
Maquinaria y equipo	4.950,00	2%	socio 3
Muebles y enseres	2.060,00	1%	socio 4
Equipo de oficina	297,00	0%	
Equipo de computación	2.350,00	1%	
Vehículo	16.000,00	7%	
Utensilios	136,00	0%	
Gastos de constitución	500,00	0%	
Gastos de licencia y patentes	200,00	0%	
Gastos de estudios y diseños	1.000,00	0%	
Gastos de puesta en marcha	500,00	0%	
Imprevistos	200,00	0%	
Efectivo	12.000,00	6%	
Efectivo	33.843,00	16%	
Efectivo	35464,00	16%	
Efectivo	54000,00	25%	
<b>Total</b>	<b>216.000,00</b>	<b>75%</b>	

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020

#### 3.3.3.4. *Base legal*

La base legal de centro de acopio se regirá bajo las disposiciones establecidas por la Ley de Compañías, Código de Trabajo, Código Tributario, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, Ministerio de Industria y Productividad entre otros que se encuentre sujeto.

#### 3.3.3.5. *Filosofía empresarial*

##### **1. Misión**

El centro de acopio Izamba Cía. Ltda. Tiene como misión comercializar tomate de alta calidad, servicio y precio a toda la comunidad de Ambato, con productos del sector de Izamba, que responde a las necesidades y requerimientos de sus clientes, aportando al desarrollo de la comunidad y cantón.

##### **2. Visión**

Llegar a ser al 2025 el primer centro de acopio líder en comercialización de tomate en el mercado provincial, contando con la mejor tecnología agrícola que aportará al desarrollo de los habitantes de la región, gracias el aprovechamiento de los recursos existentes.

##### **3. Objetivo empresarial**

Comercializar tomate de calidad, mediante de buenas prácticas de higiene y manipulación de alimentos, por el centro de acopio Izamba Cía. Ltda., mediante los canales de comercialización directos e indirectos. Logrando a la vez rentabilidad para los inversionistas, cumpliendo con el compromiso y contribuir al crecimiento del sector.

##### **4. Políticas**

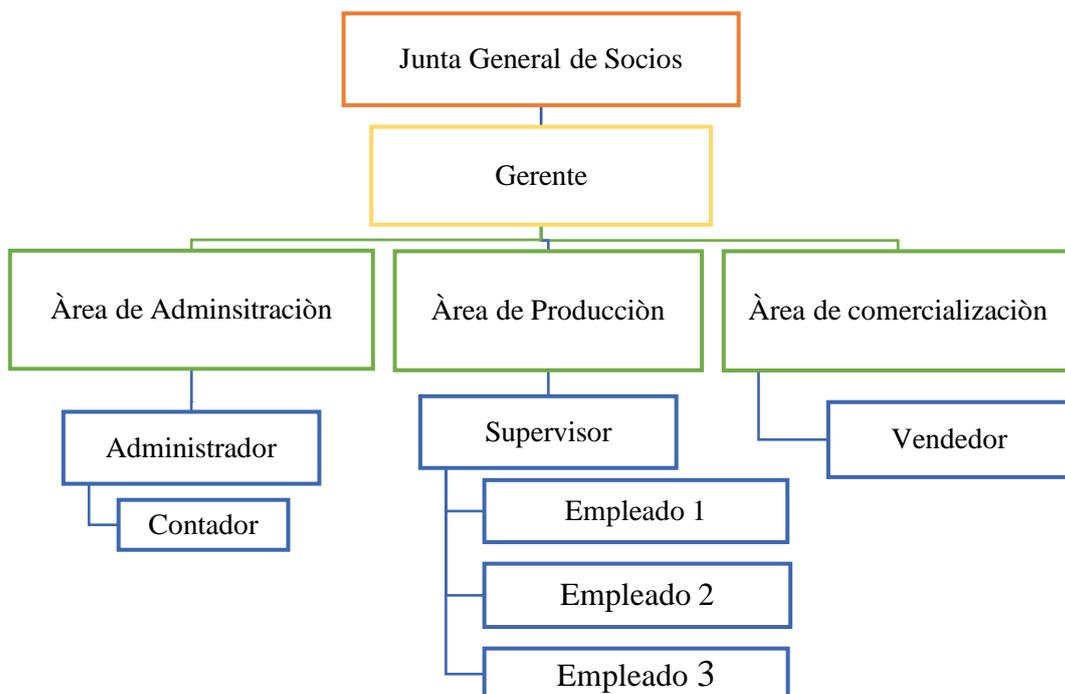
- Mostrar respeto para cada uno de los integran el centro de acopio y por ende a los clientes.
- Generar procesos de comercialización más eficientes, brindando abastecimiento de alimentos para la ciudad de Ambato y beneficios para los pequeños productores.
- Proporcionar estrategias competitivas para generar un eficiente funcionamiento y administración en el centro de acopio.
- Promover enseñanzas e inducir al mejoramiento continuo de todas las áreas y actividades, trabajando con mayor respeto y ética posible para ganar la confianza de todos los clientes y colaboradores.
- Entregar los productos a nuestros clientes en el mejor estado y calidad que se merecen.
- Capacitación al personal por lo menos una vez al año.
- Pago del precio justo a los agricultores

## 5. Valores corporativos

- Integridad laboral
- Orientación al cliente
- Compromiso con la calidad
- Responsabilidad social
- Transparencia
- Trabajo en equipo

## 6. Organigrama estructural

A continuación, se presenta la siguiente estructura del centro de acopio que constituirá el organigrama de la organización.



**Gráfico 21-3:** Organigrama estructural

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

## **1. Descripción del equipo de trabajo**

El equipo del trabajo estará constituido por tres áreas: administración, producción y comercialización. Constando así con un contador, 3 operarios y un vendedor.

## **2. Descripción de funciones y responsabilidades**

### **Gerente**

El gerente del centro de acopio actuará como representante legal de la empresa que será el encargado de planear, organizar, dirigir y controlar todas las actividades de la empresa, además tomar decisiones administrativas y financieras.

### **Funciones**

- Dirige y controla el desempeño de las áreas.
- Velar por el cumplimiento de las normas legales, procedimientos y reglamentos vigentes.
- Supervisar el trabajo del personal inmediato inferior
- Mantener actualizada la información en cuanto a normativa fiscal y tributaria.
- Efectuar estados financieros periódicamente de forma clara y precisa.
- Selecciona, capacita y controla al personal
  - Realiza los pagos en cuanto a sus proveedores y colaboradores.

### **Contador**

Responsable de manejar e interpretar la contabilidad y tributación, con la finalidad de diseñar mecanismos de apoyo para la gerencia en la toma de decisiones.

- Ejecutar el sistema contable establecido por el centro de acopio.
- Manejar la contabilidad, preparar los estados financieros, elaborar presupuestos manejar créditos bancarios.
- Preparar y presentar a la gerencia los estados financieros contables con información verídica.
- Vela por el cumplimiento de las disposiciones legales y tributarias.
- Redactar y firmar la correspondencia que deba mantener en el ejercicio de sus funciones.
- Llevar un registro diario de las actividades de la empresa.
- Realizar el cálculo de los beneficios y liquidación de los empleados.
- Afilar a los empleados al seguro ecuatoriano de seguridad social.

## **Supervisor**

Supervisar y liderar las operaciones de las áreas productivas, desde la concepción o materialización del producto hasta la entrega y distribución a los clientes.

### **Funciones**

- Coordinar las actividades diarias con los empleados para la comercialización.
- Supervisión y formación de los empleados.
- Efectuar contactos con proveedores para la adquisición de insumos y materia prima.
- Capacitar a los operarios en nuevos procesos de empaque y logística de tomate.
- Controlar el inventario diariamente de las entradas y salidas en los procesos.
- Presentar a la gerencia de operaciones reportes de tiempos de producción, horas hábiles laboradas, permisos y ausentismos, que permitirán medir el rendimiento.
- Programar, supervisar el mantenimiento de la maquinaria y el equipo y toda la parte operativa del centro de acopio.

## **Responsable de ventas**

Establecer y cultivar una comunicación directa y personal con los clientes actuales generando relaciones a corto y largo plazo para la organización.

### **Funciones**

- Comunicar y realizar reportes periódicos de las ventas realizadas.
- Efectuar ventas programadas por la empresa de acuerdo a las alianzas efectuadas con los clientes fijos.
- Llamar a los clientes a fin de conocer la satisfacción con el producto y recibir sugerencias como recomendaciones de los mismos.
- Realizar informes de las observaciones realizadas por los clientes.
- Diseñar estrategias para obtener y mantener la atención de los clientes.
- Planificar visitas comerciales a clientes potenciales y actuales para puntualizar pedidos.

## **Operarios**

Responsable de ejecutar y manejar las actividades del producto a comercializar tomando en consideración las normas, instrucciones y procedimientos establecidos para garantizar el cumplimiento a los programas de producción y una gestión adecuada.

## Funciones

- Cumplir con el horario asignado.
- Pesa el tomate y lleva un registro de la hortaliza que ingresa diariamente por el proveedor.
- Se encarga de la cargas y descargas para el respectivo traslado indicado con anticipación
- Se ocupa de clasificar y seleccionar el producto que posteriormente serán suministrados.
- Cumplir con las respectivas actividades pertinentes al proceso productivo.
- Paletizar adecuadamente el producto de acuerdo a las normas fijadas en las instalaciones para su salida de almacenaje.
- Informar al supervisor las anomalías que se presenta en el área de producción.
- Participa activamente en las capacitaciones realizadas por el centro de acopio.

### 3.3.4. Estudio económico – financiero

A través del estudio nos permitirá conocer los recursos económicos necesarios para poner en marcha el proyecto.

#### 3.3.4.1. Inversión del proyecto

Comprende la inversión inicial que requerirá el proyecto para empezar a funcionar. Se obtiene información a través del presupuesto técnico donde se puntualiza los activos fijos, diferidos y el capital de trabajo.

#### 1. Inversión fija

Son aquellos bienes tangibles que se utilizará en el proceso de transformación de los insumos que son necesarios para la realización y apoyo a la operación del proyecto. A continuación, se detalla los siguientes activos fijos que requerirá el proyecto.

- a. Terreno:** El proyecto contará con un área de terreno de 420m<sup>2</sup>, mismo que esta evaluada, según el GAD del cantón Ambato – Departamento de Avalúos y Catástrofes, en 10.500,00.

**Tabla 41-3:** Terrenos

Descripción	Cantidad m <sup>2</sup>	Valor	
		m <sup>2</sup>	Total
Terreno	420	25,00	10.500,00

**Fuente:** Departamento de avalúos y catástrofes del GAD de Ambato

**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020

- b. Edificios:** La infraestructura que se llevará en el centro de acopio como las instalaciones del área administrativa y ventas, tendrá un área de 420m<sup>2</sup>, se utilizará material económico compuesta de estructura resistente y bloque, el precio de construcción en el cantón Ambato esta evaluada en \$100,00 el m<sup>2</sup>.

**Tabla 42-3:** Edificio

Detalle	m <sup>2</sup>	Costo (\$) de construcción m <sup>2</sup>	Total, de construcción
Construcción	420	100,00	42.000,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

- c. Maquinaria y equipo:** Bienes indispensables para la comercialización del tomate.

**Tabla 43-3:** Maquinaria y Equipo

Detalle	Unidades	C.U	Costo total
Perchas	5	250,00	1.250,00
Carretilla hidraulica	2	600,00	1.200,00
Balanza electrónica - 300 kilos	2	200,00	400,00
Banda transportadora carga y descarga	2	800,00	1.600,00
Mesa de selección	1	500,00	500,00
<b>Total</b>			<b>4.950,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

- d. Muebles y enseres:** Bienes físicos, que el centro de acopio utiliza para propósitos administrativos.

**Tabla 44-3:** Muebles y enseres

Detalle	Unidades	C.U	Costo total
Estación de trabajo	3	400,00	1.200,00
Mesa de reunión	1	350,00	350,00
Sillas ejecutivas	6	60,00	360,00
Sillas de espera (conjunto de 3)	1	150,00	150,00
<b>Total</b>			<b>2.060,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

- e. Equipo de oficina:** Equipos que formaran parte de la empresa y efectuar actividades administrativas.

**Tabla 45-3:** Equipo de oficina

Detalle	Unidades	C.U	Costo total
Teléfono	3	25,00	75,00
Fax	1	35,00	35,00
Teléfono móvil	1	150,00	150,00
Memory flash	2	8,00	16,00
Calculadora	3	7,00	21,00
<b>Total</b>			<b>297,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

- f. **Equipo de computación:** Se utilizará para optimizar los procesos financieros, administrativos y de ventas.

**Tabla 46-3:** Equipo de computación

Detalle	Unidades	C.U	Costo total
Computadora de escritorio	2	650,00	1.300,00
Laptop	1	800,00	800,00
Impresora	1	250,00	250,00
<b>Total</b>			<b>2.350,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

- g. **Vehículo:** Transporte que permita efectuar diligencias y movilización del personal administrativo y a su vez trasportar la comercialización del tomate.

**Tabla 47-3:** Vehículo

Detalle	Unidades	C.U	Costo total
Camión Chevrolet NQR 915	1	16.000,00	16.000,00
<b>Total</b>			<b>16.000,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

- h. **Utensilios:** Herramientas a utilizar para llevar a cabo labores dentro de la producción del centro de acopio.

**Tabla 48-3:** Utensilios

Detalle	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Canastillas plásticas	10	10,00	100,00
Guantes	6	1,50	9,00
Gorras	6	3,00	18,00
Gabachas de plástico	3	3,00	9,00
<b>Total</b>			<b>136,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

Una vez detallado cada uno de la inversión fija, tanto depreciable como no depreciable, en la siguiente tabla se muestra el resumen de la inversión para determinar la factibilidad del proyecto.

**Tabla 49-3:** Resumen de la Inversión fija o activos fijos

Inversión Fija	Valor
Terreno	10.500,00
Edificio	42.000,00
Maquinaria y equipo	4.950,00
Muebles y enseres	2.060,00
Equipo de oficina	297,00
Equipo de computación	2.350,00
Vehículo	16.000,00
Utensilios	136,00
<b>Total</b>	<b>78.293,00</b>

Fuente: Estudio económico-financiero

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

Como parte de los activos fijos depreciables, es preciso generar el cálculo de desgaste de cada año, por tanto, se utilizará el método de línea recta donde se dispondrá de valores iguales en función de la vida útil del bien y el porcentaje establecido por la NIIF y NIC.

**Tabla 50-3:** Depreciación de los activos fijos

<b>Activo Fijo</b>	<b>Vida útil</b>	<b>% de Depreciación</b>
Edificios	20	5%
Maquinaria y Equipo	10	10%
Muebles y Enseres	10	10%
Equipo de oficina	10	10%
Utensilios	1	100%
Equipo de computación	3	33,33%
Vehículo	5	20%

Fuente: NIIF, NIC, ley de Régimen Interno

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

En el primer año de funcionamiento, el centro de acopio dispondrá las siguientes depreciaciones en sus activos tangibles.

**Tabla 51-3:** Depreciación de los activos fijos en el primer año

<b>Activo Fijo</b>	<b>Depreciación Anual</b>
Edificio	2.100,00
Maquinaria y equipo	495,00
Muebles y enseres	206,00
Equipo de oficina	29,70
Equipo de computo	783,33
Vehículo	800,00
Utensilios	136,00
<b>Total</b>	<b>4.414,03</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

## 2. *Inversión diferida*

Conocido como activo intangible, comprende a derechos adquiridos que serán invertidos antes de iniciar con las actividades para el correcto funcionamiento del negocio a fin de cumplir con la normativa vigente en el país.

A continuación, se muestra los siguientes valores que corresponde al activo diferido.

**Tabla 52-3:** Resumen de la inversión diferida o activo diferido

<b>Inversión Diferida</b>	<b>Valor</b>
Gastos de constitución	500,00
Gastos de licencias y patentes	200,00
Gastos de estudios y diseños	1.000,00
Gastos de puesta en marcha	500,00
Imprevistos	200,00
<b>Total</b>	<b>2.400,00</b>

Fuente: Estudio legal

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

De la misma forma que los activos depreciables, los activos diferidos están sujetos a la amortización del 20% para los 5 primeros años del proyecto, de acuerdo a la Ley de Régimen Tributario Interno.

**Tabla 53-3:** Amortización de los activos diferidos en el primer año

<b>Activo Intangible</b>	<b>Valor</b>
Gastos de constitución	100,00
Licencia y patentes	40,00
Estudios y diseños	200,00
Gastos de Puesta en Marcha	100,00
Imprevistos	40,00
<b>Total</b>	<b>480,00</b>

Fuente: Estudio legal

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

### 3. *Capital de Trabajo*

Es aquel recurso para poder operar con normalidad y cumplir con la demanda a cubrir durante el año.

#### a) *Determinación del costo de operación*

Todo producto a comercializar incurre a costos y gastos, siendo importante identificarlos para conocer el coste y rentabilidad que este genera en el caso del tomate en presentaciones de 22 kilos en caja de madera, intervendrán los siguientes elementos:

##### i. *Materia prima*

De acuerdo a datos recolectados mediante la investigación de campo, se estima adquirir cada caja de tomate riñón entre los \$ 6,50 con un peso 18 kilos en cada caja. Se estima comercializar 37339 cajas de tomate en el primer año, la materia prima que se requerirá se muestra a continuación:

**Tabla 54-3:** Costo de materia prima en cada año

<b>Detalle</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Producción Anual	37339	38156	39384	41038	43147
Materia prima - Tomate	252.035,22	261.725,73	274.009,44	289.060,01	307.072,45

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

*ii. Mano de obra*

Representa el costo de los servicios de los empleados que trabajarán directamente con el producto. Para la operación inicial del centro de acopio, fue necesario identificar el porcentaje de inflación causada en los últimos años 5 años, para utilizarla en la proyección del proyecto, fijando las remuneraciones de acuerdo a su trabajo y responsabilidad en base a la normativa vigente del país.

**Tabla 55-3: Proyección de los sueldos**

N°	Año	SMVG (Sueldo Mínimo Vital)
1	2015	354
2	2016	366
3	2017	375
4	2018	386
5	2019	394
6	2020	400
<b>Crecimiento</b>	<b>(1+i)</b>	<b>1,018</b>
	<b>I</b>	<b>0,01793</b>
	<b>I</b>	<b>1,79%</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

Este porcentaje servirá para proyectar la inflación año a año de los sueldos y salarios tanto del área de producción, administración y ventas obtenida mediante la fórmula del monto. Una vez detallado se procede a calcular el salario de los trabajadores o mano directa durante los 5 años del proyecto.

**Tabla 56-3: Salarios de la mano de obra directa – proyecta a 5 años**

Trabajadores	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Sueldo básico	14.400,00	14.658,12	14.920,87	15.188,32	15.460,57	15.737,70
13er Sueldo	1.200,00	1.221,51	1.243,41	1.265,69	1.288,38	1.311,48
14to Sueldo	1.200,00	1.221,51	1.243,41	1.265,69	1.288,38	1.311,48
Aporte Patronal	1.605,60	1.634,38	1.663,68	1.693,50	1.723,85	1.754,75
Aporte Personal	1.360,80	1.385,19	1.410,02	1.435,30	1.461,02	1.487,21
Fondo de Reserva	0,00	0,00	1.221,02	1.242,91	1.265,19	1.287,87
<b>Total</b>	<b>19.766,40</b>	<b>20.120,71</b>	<b>21.702,40</b>	<b>22.091,41</b>	<b>22.487,40</b>	<b>22.890,49</b>

Fuente: Estudio administrativo

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

### iii. Costos Indirectos de Fabricación

Los costos en que incidirá el centro de acopio son los siguientes:

- **Insumos:** Denominada materia prima indirecta, son aquellos valores que se adjuntan al producto a comercializar, en el caso del tomate estos son las cajas de madera y funda para proteger al producto, el cual dispone de un precio por unidad de \$0,50 cajas y \$0,03 fundas respectivamente.

**Tabla 57-3:** Costos de los insumos en cada año

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Producción Anual	37339	38156	39384	41038	43147
Insumos	1.057,49	1.098,15	1.149,69	1.212,84	1.288,42

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

- **Mano de obra indirecta:** Valor que se designará al supervisor.

**Tabla 58-3:** Salarios de la mano de obra indirecta – proyectada a 5 años

Supervisor	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Sueldo básico	6.600,00	6.718,31	6.838,73	6.961,31	7.086,10	7.213,11
13er Sueldo	550,00	559,86	569,89	580,11	590,51	601,09
14to Sueldo	400,00	407,17	414,47	421,90	429,46	437,16
Aporte Patronal	735,90	749,09	762,52	776,19	790,10	804,26
Aporte Personal	623,70	634,88	646,26	657,84	669,64	681,64
Fondo de Reserva	0,00	0,00	559,63	569,67	579,88	590,27
<b>Total</b>	<b>8.909,60</b>	<b>9.069,30</b>	<b>9.791,51</b>	<b>9.967,02</b>	<b>10.145,68</b>	<b>10.327,54</b>

Fuente: Estudio administrativo

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

- **Otros:** Hace referencia a gastos que se utilizan tanto en el área de producción, administración y venta, donde se designa valores de acuerdo a un porcentaje estimado que se cree utilizar cada área, en el caso de producción se utiliza parte de la inversión fija con su respectiva depreciación, los servicios básicos como agua, luz y materiales de limpieza.

**Tabla 59-3:** Costos Indirectos de fabricación

Detalle	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Servicios Básicos	1.211,76	1.231,39	1.249,00	1.264,49	1.277,64	1.277,64
Depreciación		2.236,00	2.238,46	2.240,70	2.242,72	2.244,49
Materiales de limpieza	50,95	51,87	52,71	53,47	54,13	54,69
<b>Total</b>	<b>1.262,71</b>	<b>3.519,26</b>	<b>3.540,17</b>	<b>3.558,66</b>	<b>3.574,48</b>	<b>3.576,82</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

Posteriormente se procede a obtener el costo de producción proyectado para los 5 años, para aquello es fundamental identificar la inflación de estos años en función de datos históricos.

**Obtención del porcentaje de la inflación de cada año a proyectar**

Actualmente no se dispone la inflación del año 2019 y en adelante por el cual se obtendrá a través del modelo de pronósticos “Promedio Móvil Simple”, sirviendo para predecir un conjunto de datos recientes.

**Tabla 60-3:** Proyección de la inflación 2020

N°	Año	2019				2020			
		A Inflación	B	A-B	(A-B) ^2	A Inflación	B	A-B	(A-B) ^2
1	2013	2,70		0,75	0,56	2,70		0,98	0,97
2	2014	3,67		1,72	2,96	3,67		1,95	3,81
3	2015	3,38	3,25	1,43	2,04	3,38	3,25	1,66	2,76
4	2016	1,12	2,72	-0,83	0,69	1,12	2,72	-0,60	0,36
5	2017	-0,20	1,43	-2,15	4,63	-0,20	1,43	-1,92	3,68
6	2018	0,27	0,40	-1,68	2,83	0,27	0,40	-1,45	2,10
7	2019		<b>1,95</b>		<b>2,28</b>	2,28	0,78	0,57	0,32
8	2020						<b>1,72</b>		<b>2,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

$$\hat{X}_t = \frac{\sum_{t=1}^n X_{t-1}}{n}$$

Dónde:

$\hat{X}_t$  = Promedio de Inflación 2019

$\sum_{t=1}^n$  = Sumatoria de datos

$X_{t-1}$  = Inflaciones reales de los años anteriores al 2019

$n$  = Número de datos

Los valores obtenidos de la columna B, corresponden a la suma de los tres primeros números de la tabla antecesora, para divididos para el numero de datos como se detalla a continuación.

$$Pronóstico = \frac{2,70+3,76+3,38}{3}$$

Posteriormente, la sumatoria total es dividida para el total de datos obtenidos ( $7,8/4 = 1,95$ ). Los resultados de la siguiente columna se obtuvieron de una resta entre la inflación de cada año con respecto a la inflación pronosticada ( $2,7-1,95=0,75$ ). Finalmente, la siguiente columna se eleva cada valor al cuadrado, y el resultado total dividido para el total de los datos es la inflación pronosticada para el 2019. De la misma manera, se efectuó el pronóstico del año 2020.

**Tabla 61-3:** Proyección de la inflación de los 5 años restantes

2021-2025					
Nº	Año	A Inflación	B	A-B	(A-B) ^2
1	2018	0,27		-1,44	-1,44
2	2019	2,28	1,28	0,57	0,57
3	2020	2,00	2,14	0,29	0,29
			<b>1,71</b>		<b>-0,19</b>
4	2021		2,00+(-0,19)		<b>1,81</b>
5	2022		1,81+(-0,19)		<b>1,62</b>
6	2023		1,62+(-0,19)		<b>1,42</b>
7	2024		1,42+(-0,19)		<b>1,23</b>
8	2025		2,00+(-0,19)		<b>1,04</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

La inflación en los años 2021, 2022, 2023, 2024, 2025 se obtuvo a través del mismo método, utilizando el resultado final hasta conseguir la desviación estándar (A-B) y, luego se procede a obtener el rango de los años restantes, mediante la suma de los valores obtenidos de la desviación y dividido para el número total de datos. El valor disponible, se le suma al valor de la última inflación, para disponer la siguiente inflación, arrojando la siguiente inflación del año base y de los próximos 5 años.

**Tabla 62-3:** Inflación proyectada

Detalle	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Inflación anual	2,00%	1,81%	1,62%	1,43%	1,24%	1,04%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

Con esta información se presenta la inversión en capital de trabajo, resumiendo el capital de trabajo en Costo de operación; Materia prima, Mano de obra y Costos indirectos de fabricación; y los Gastos de administración y venta.

**Tabla 63-3:** Inversión en capital de trabajo proyectado a 5 años

Capital de Trabajo	2021	2022	2023	2024	2025
Producción Anual	37339	38156	39384	41038	43147
<b>Costo de Operación</b>	<b>305.838,99</b>	<b>318.406,25</b>	<b>332.720,63</b>	<b>350.178,61</b>	<b>371.001,40</b>
Materia Prima	252.035,22	261.725,73	274.009,44	289.060,01	307.072,45
Mano de Obra	20.120,71	21.702,40	22.091,41	22.487,40	22.890,49
Costos Indirectos de Fabricación	33.683,05	34.978,13	36.619,78	38.631,20	41.038,46
<b>Gastos Administrativos y Ventas</b>	<b>35.591,38</b>	<b>38.114,76</b>	<b>38.746,24</b>	<b>38.601,76</b>	<b>39.241,33</b>
Sueldo de Administración	24.438,34	26.402,68	26.875,95	27.357,70	27.848,08
Sueldo de Ventas	6.706,90	7.234,13	7.363,80	7.495,80	7.630,16
Combustible y lubricantes	598,57	608,27	616,96	624,61	624,61
Depreciación	2.386,03	2.386,03	2.386,03	1.602,70	1.602,70
Amortización	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00
Servicios Básicos	733,03	744,91	755,56	764,93	772,88
Suministros de Oficina	145,38	147,74	149,85	151,71	153,29
Publicidad	436,15	443,22	449,56	455,13	459,87
Materiales de limpieza	50,96	51,78	52,52	53,17	53,73
<b>Inversión Capital de Trabajo</b>	<b>341.430,36</b>	<b>356.521,01</b>	<b>371.466,87</b>	<b>388.780,37</b>	<b>410.242,72</b>

Fuente: Estudio Económico

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

**b. Gastos de Administración y Ventas**

Son aquellos gastos en que incurrirá el centro de acopio para llevar una gestión administrativa adecuada, y acorde a reglamentos legales exigidos en el país.

Estos gastos formaran también parte del capital de trabajo, pero no son parte de los costos de operación siendo estos: los sueldos del personal administrativo y ventas, combustibles y lubricantes, depreciación, amortización, servicios básicos, suministros de oficina, materiales de limpieza y publicidad. A estos gastos se le considera la inflación antes proyectada.

En el caso de los sueldos se considera la inflación del sueldo básico del 1.79% calculado con anterioridad.

- i. Gastos de sueldos administrativos y ventas:** El área administrativa lo conforma el gerente administrativo y el contador, mientras que en el área de ventas existirá un vendedor. Para proyectar los sueldos, fue necesario calcular el valor en el año base y posteriormente proyectarlo.

**Tabla 64-3:** Sueldo personal administrativo - 2020

<b>Cargo</b>	<b>Gerente Administrador</b>	<b>Contador</b>
Sueldo básico	10.800,00	7.200,00
13er Sueldo	900,00	600,00
14to Sueldo	400,00	400,00
Aporte Patronal	1.204,20	802,80
Aporte Personal	1.020,60	680,40
Fondo de Reserva	0,00	0,00
<b>Total</b>	<b>14.324,80</b>	<b>9.683,20</b>

Fuente: Estudio administrativo

Elaborado por: Quinquiano, G. 2020

**Tabla 65-3:** Sueldo personal administrativo proyectado

<b>Detalle</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Sueldo básico	18.000,00	18.322,65	18.651,08	18.985,40	19.325,72	19.672,13
13er Sueldo	1.500,00	1.526,89	1.554,26	1.582,12	1.610,48	1.639,34
14to Sueldo	800,00	814,34	828,94	843,80	858,92	874,32
Aporte Patronal	2.007,00	2.042,98	2.079,60	2.116,87	2.154,82	2.193,44
Aporte Personal	1.701,00	1.731,49	1.762,53	1.794,12	1.826,28	1.859,02
Fondo de Reserva	0,00	0,00	1.526,28	1.553,64	1.581,48	1.609,83
<b>Total</b>	<b>24.008,00</b>	<b>24.438,34</b>	<b>26.402,68</b>	<b>26.875,95</b>	<b>27.357,70</b>	<b>27.848,08</b>

Fuente: Estudio administrativo

Elaborado por: Quinquiano, G. 2020

**Tabla 66-3: Sueldo del personal de ventas proyectado**

<b>Detalle</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Sueldo básico	4.800,00	4.886,04	4.973,62	5.062,77	5.153,52	5.245,90
13er Sueldo	400,00	407,17	414,47	421,90	429,46	437,16
14to Sueldo	400,00	407,17	414,47	421,90	429,46	437,16
Aporte Patronal	535,20	544,79	554,56	564,50	574,62	584,92
Aporte Personal	453,60	461,73	470,01	478,43	487,01	495,74
Fondo de Reserva			407,01	414,30	421,73	429,29
<b>Total</b>	<b>6.588,80</b>	<b>6.706,90</b>	<b>7.234,13</b>	<b>7.363,80</b>	<b>7.495,80</b>	<b>7.630,16</b>

Fuente: Estudio administrativo

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

- ii. **Combustible y lubricantes:** Se efectuó una investigación de campo a fin de conocer los valores que se invertirá en el transporte, para posteriormente agregar la inflación de cada año.

**Tabla 67-3: Combustible y lubricante – año base**

<b>Combustible y lubricantes</b>	<b>2020</b>
Combustible (galones)	326,4
Filtros y Lubricantes	150
Mantenimiento	100
<b>Total</b>	<b>576,4</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

**Tabla 68-3: Proyección de los gastos en combustible y lubricante**

<b>Detalle</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Combustible y lubricante	587,93	598,57	608,27	616,96	624,61	624,61

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

- iii. **Depreciación del activo fijo**

**Tabla 69-3: Depreciación del activo fijo en los próximos 5 años**

<b>Detalle</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Depreciación Edificio	567,00	567,00	567,00	567,00	567,00
Depreciación Muebles y enseres	206,00	206,00	206,00	206,00	206,00
Depreciación Equipo de oficina	29,70	29,70	29,70	29,70	29,70
Depreciación Equipo de computo	783,33	783,33	783,33	0,00	0,00
Depreciación Vehículo	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
<b>Total</b>	<b>2386,03</b>	<b>2386,03</b>	<b>2386,03</b>	<b>1602,70</b>	<b>1602,70</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

iv. *Amortización del activo diferido*

**Tabla 70-3:** Amortización del activo diferido para los próximos 5 años

<b>Detalle</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Amortiz. Gastos de constitución	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Amortiz. Licencia y patentes	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Amortiz. Estudios y diseños	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Amortiz. Gastos de Puesta en Marcha	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Amortiz. Imprevistos	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
<b>Total</b>	<b>96,00</b>	<b>96,00</b>	<b>96,00</b>	<b>96,00</b>	<b>96,00</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

Tanto la depreciación de los activos fijos como la amortización de los activos diferidos no presentan incremento, ya que son valores que se desgastan con el tiempo.

- v. *Servicios básicos:* El área de ventas y administración requerirá contar con línea telefónica e internet, además de un plan telefónico, luz 20% y agua un 10%.

**Tabla 71-3:** Servicios básicos proyectados

<b>Detalle</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Agua	24,00	24,43	24,83	25,19	25,50	25,76
Luz	96,00	97,74	99,32	100,74	101,99	103,05
Teléfono e internet	360,00	366,52	372,45	377,78	382,46	386,44
Plan telefónico	240,00	244,34	248,30	251,85	254,98	257,63
<b>Total</b>	<b>720,00</b>	<b>733,03</b>	<b>744,91</b>	<b>755,56</b>	<b>764,93</b>	<b>772,88</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

vi. *Suministros de oficina*

**Tabla 72-3:** Proyección de suministros de oficina

<b>Detalle</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Suministro de oficina	142,80	145,38	147,74	149,85	151,71	153,29

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

- vii. *Materiales de limpieza:* El área de administración y venta utilizará el 5% de los gastos que se incurrirá.

**Tabla 73-3:** Proyección materiales de limpieza

<b>Detalle</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Materiales de limpieza	50,05	50,96	51,78	52,52	53,17	53,73

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

- viii. *Publicidad:* Se adquirió proformas de los diferentes medios de comunicación y empresas de publicidad de la ciudad de Ambato a fin que el producto sea reconocido y llegue a los clientes objetivos sirviéndose como base para proyectar a los siguientes años.

**Tabla 74-3:** Publicidad

<b>Publicidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unit.</b>	<b>2020</b>
Diario El Heraldó	5	20,00	100,00
Radio Alegría	20	15,00	300,00
Volantes	1000	0,02	20,00
<b>Total</b>		<b>35,02</b>	<b>420,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

**Tabla 75-3:** Proyección publicidad a utilizar

<b>Detalle</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Publicidad	428,40	436,15	443,22	449,56	455,13	459,87

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

3.3.4.2. *Inversión óptima en capital de trabajo*

Para conocer la inversión óptima del proyecto, se procedió a aplicar el método de período de desfase el cual consiste en determinar la cuantía de los costos de operación que debe financiarse desde el momento en que se efectúa el primer pago por la adquisición de la materia prima hasta el momento en que se recauda en ingreso por la venta de los productos.

El cálculo de la inversión en capital de trabajo se determina por la siguiente expresión.

$$ICT = \frac{Ca}{365}(Nd)$$

Dónde:

**Ca**= Costo Anual**Nd**= Número de días desfase**Tabla 76-3:** Capital de trabajo Anual \$

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Costos de Operación	305.838,99
Gasto Administración y ventas	35.591,38
<b>Inversión requerida en CT Anual</b>	<b>341.430,36</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

$$ICT = \frac{341.430,36}{365}(98)$$

$$ICT = 91.671,71$$

La inversión inicial requerida en capital de trabajo es de \$91.671,71 valor que se dispondrá en efectivo de los aportes que harán los socios, por lo que no se hace necesario efectuar un financiamiento por entidades financieras.

### 3.3.4.3. Inversión total del proyecto

Para la operación y comercialización de tomate en caja de 22 kilos, durante el primer año, se necesitará de la siguiente inversión expresada en la tabla.

**Tabla 77-3:** Inversión total

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
Inversión fija	78.293,00	18,55%
Inversión diferida	2.400,00	0,57%
Inversión en capital de trabajo	341.430,36	80,88%
<b>Total, Inversión del Proyecto</b>	<b>422.123,36</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

### 3.3.4.4. Estudio de fuentes y usos

El estado de fuentes y usos, conocido también el estado de origen y aplicación de recursos del centro de acopio, muestra el principio del dinero requerido y que va ser utilizado en el proyecto, tanto en los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

**Tabla 78-3:** Estados de uso y fuentes proyectados

<b>Descripción</b>	<b>Inversión requerida</b>	<b>Recurso propio</b> Dólares	<b>Recurso ajeno</b> Dólares
<b>Activo fijo depreciable</b>			
Edificio	42.000,00	42.000,00	
Maquinaria y equipo	4.950,00	4.950,00	
Muebles y enseres	2.060,00	2.060,00	
Equipo de oficina	297,00	297,00	
Equipo de computación	2.350,00	2.350,00	
Vehículo	16.000,00	16.000,00	
Utensilios	136,00	136,00	
<b>Activo fijo no depreciable</b>			
Terreno	10.500,00	10.500,00	
<b>Activos diferidos</b>			
Gastos de constitución	500,00	500,00	
Gastos de licencias y patentes	200,00	200,00	
Gastos de estudios y diseños	1.000,00	1.000,00	
Gastos de puesta en marcha	500,00	500,00	
Imprevistos	200,00	200,00	
Capital de Trabajo	341.430,36	135.307,00	206.123,36
<b>Total inversión</b>	<b>422.123,36</b>	<b>216.000,00</b>	<b>206.123,36</b>
<b>Porcentaje</b>	<b>100%</b>	<b>51%</b>	<b>49%</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

El centro de acopio requerirá de un total, \$ 422.123,36 en el primer año. Los recursos propios serán captados de los accionistas que dispondrá de un capital propio de \$ 216.000,00 para inversión del proyecto el cual representa el 51% del total de la inversión. No se dispondrá de recursos externos, ya que se contará con dinero en efectivo de \$135.307,00 para cubrir la inversión óptima de en capital de trabajo, correspondiente a \$91.671,71.

### 3.3.4.5. Presupuestos

El presupuesto es una expresión cuantitativa, que calcula la entrada de los recursos que se propone alcanzar la empresa en un periodo, con adaptación de estrategias, así como planes operativos y financieros ya que es herramienta básica para la evaluación y preparación del proyecto y su respectivo control.

#### 1. Presupuesto de ingresos y costos

El presupuesto de ingreso muestra los recursos económicos que el centro de acopio recibirá por la comercialización del tomate a producir.

Los ingresos y costos a generar el proyecto inicialmente, será por concepto de la comercialización de tomate en cajas de 22 kilos, los valores a recaudar durante los 5 años del proyecto son los siguientes:

**Tabla 79-3:** Proyección de los ingresos

<b>Ingresos Proyectos</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Costo Unitario	7,91	8,04	8,15	8,26	8,34
Precio de Venta Unitario	10,49	10,66	10,81	10,95	11,06
Producción Anual	37.339,00	38.156,00	39.384,00	41.038,00	43.147,00
Costo Total	295.377,39	306.734,36	321.130,48	338.769,28	359.879,30
<b>Ventas Totales</b>	<b>391.670,42</b>	<b>406.729,76</b>	<b>425.819,02</b>	<b>449.208,07</b>	<b>477.199,95</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

### 3.3.4.6. Evaluación financiera

La evaluación financiera tiene como fin determinará la rentabilidad del centro de acopio, mediante la utilización de índices y herramientas matemáticas - financieros, para ello es necesario efectuar el Estado de Situación Inicial, el Estado de Resultados Proyectados y el Flujo de Fondos Proyectados y mediante indicadores financieros como Tasa mínima de Retorno (TMAR), Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) Período de Recuperación (PRI) y Razón/beneficio Costo (RBC).

1. *Estados financieros*

a. *Estado de Situación Inicial*

**Tabla 80-3:** Estado de Situación Inicial

<b>CENTRO DE ACOPIO IZAMBA Cía. Ltda.</b>		
<b>ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL</b>		
<b>AL 2 DE ENERO DEL 2021</b>		
<b>ACTIVO</b>		<b><u>216.000,00</u></b>
<b>Activo corriente</b>		135.307,00
Caja	135.307,00	
Bancos	0,00	
<b>Activo fijo</b>		78.293,00
<i>Activo fijo depreciable</i>	<i>67.793,00</i>	
Edificio	42.000,00	
Maquinaria y equipo	4.950,00	
Muebles y enseres	2.060,00	
Equipo de oficina	297,00	
Equipo de computación	2.350,00	
Vehículo	16.000,00	
Utensilios	136,00	
<i>Activo fijo no depreciable</i>	<i>10.500,00</i>	
Terreno	10.500,00	
<b>Activo diferido</b>		2.400,00
Gastos de constitución	500,00	
Gastos de licencias y patentes	200,00	
Gastos de estudios y diseños	1.000,00	
Gastos de puesta en marcha	500,00	
Imprevistos	200,00	
Intereses financieros	0,00	
<b>PASIVO</b>		<b><u>0,00</u></b>
<b>Pasivo corriente</b>		0,00
Obligaciones financieras	0,00	
Interés financiero	0,00	
<b>Pasivo no corriente</b>		0,00
Obligaciones financieras L/P	0,00	
Intereses Financieros	0,00	
<b>PATRIMONIO</b>		<b><u>216.000,00</u></b>
Capital social		216.000,00
Aporte socios	216.000,00	
<b>ACTIVO: PASIVO+PATRIMONIO</b>		<b><u>216.000,00</u></b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

**b. Estado de Resultados**

**Tabla 81-3:** Estado de Resultados proyectado a 5 años

<b>CENTRO DE ACOPIO IZAMBA Cía. Ltda.</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO</b>					
<b>AL 31 DE DICIEMBRE</b>					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>					
Ventas	391.670,42	406.729,76	425.819,02	449.208,07	477.199,95
Costo de Venta	295.377,39	306.734,36	321.130,48	338.769,28	359.879,30
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>96.293,03</b>	<b>99.995,40</b>	<b>104.688,54</b>	<b>110.438,79</b>	<b>117.320,65</b>
<b>GASTOS</b>					
<b>Otros Gastos</b>	<b>24.438,34</b>	<b>26.402,68</b>	<b>26.875,95</b>	<b>27.357,70</b>	<b>27.848,08</b>
Gastos Administrativos y Ventas	21.956,31	23.920,64	24.393,91	25.659,00	26.149,38
Gastos de depreciación	2.386,03	2.386,03	2.386,03	1.602,70	1.602,70
Gasto de amortización	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00
Gastos financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Utilidad o pérdida Operacional</b>	<b>71.854,69</b>	<b>73.592,72</b>	<b>77.812,59</b>	<b>83.081,09</b>	<b>89.472,57</b>
15% Participación de Utilidades Trabajadores	10.778,20	11.038,91	11.671,89	12.462,16	13.420,89
<b>Utilidad antes de Impuesto a la Renta</b>	<b>61.076,48</b>	<b>62.553,81</b>	<b>66.140,70</b>	<b>70.618,93</b>	<b>76.051,68</b>
22% Impuesto a la Renta	13.436,83	13.761,84	14.550,95	15.536,16	16.731,37
<b>Utilidad o pérdida Neta</b>	<b>47.639,66</b>	<b>48.791,98</b>	<b>51.589,75</b>	<b>55.082,76</b>	<b>59.320,31</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

**c. Flujo Neto de fondos**

**Tabla 82-3:** Flujo de fondos proyectados

<b>CENTRO DE ACOPIO IZAMBA Cía. Ltda.</b>							
<b>FLUJO DE FONDO PROYECTADO</b>							
<b>AL 31 DE DICIEMBRE</b>							
	Rubros	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+)	<b>Ventas</b>		<b>391.670,42</b>	<b>406.729,76</b>	<b>425.819,02</b>	<b>449.208,07</b>	<b>477.199,95</b>
(-)	Costo de Venta		295.377,39	306.734,36	321.130,48	338.769,28	359.879,30
(=)	<b>Utilidad antes Participación Trabajadores</b>		<b>96.293,03</b>	<b>99.995,40</b>	<b>104.688,54</b>	<b>110.438,79</b>	<b>117.320,65</b>
(-)	Gastos Administrativos y Ventas		21.956,31	23.920,64	24.393,91	25.659,00	26.149,38
(=)	<b>Utilidad de operación</b>		<b>74.336,72</b>	<b>76.074,76</b>	<b>80.294,62</b>	<b>84.779,79</b>	<b>91.171,27</b>
(-)	Gastos financieros		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	<b>Utilidad imponible</b>		<b>74.336,72</b>	<b>76.074,76</b>	<b>80.294,62</b>	<b>84.779,79</b>	<b>91.171,27</b>
(-)	15% Participación de Utilidades Trabajadores		11.150,51	11.411,21	12.044,19	12.716,97	13.675,69
(=)	<b>Utilidad antes de I. Renta.</b>		<b>63.186,21</b>	<b>64.663,54</b>	<b>68.250,43</b>	<b>72.062,82</b>	<b>77.495,58</b>
(-)	22% Impuesto a la Renta		13.900,97	14.225,98	15.015,09	15.853,82	17.049,03
(=)	<b>Utilidad o pérdida Neta</b>		<b>49.285,25</b>	<b>50.437,56</b>	<b>53.235,34</b>	<b>56.209,00</b>	<b>60.446,55</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Quinquigano, G. 2020

**d. Flujo de fondos del proyecto (con financiamiento)**

En este flujo se considera el costo de capital de terceros, provenientes de la aportación de los socios y también de un préstamo bancario, si existiera.

**Tabla 83-3:** Flujo de Fondo proyectado con Financiamiento

CENTRO DE ACOPIO IZAMBA Cía. Ltda.						
FLUJO DE FONDO CON FINANCIAMIENTO PROYECTADO						
AL 31 DE DICIEMBRE						
Rubros	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Ventas		391.670,42	406.729,76	425.819,02	449.208,07	477.199,95
(-) Costo de Venta		295.377,39	306.734,36	321.130,48	338.769,28	359.879,30
(-) Gastos Administrativos y Ventas		21.956,31	23.920,64	24.393,91	25.659,00	26.149,38
(=) Utilidad antes Participación Trabajadores		74.336,72	76.074,76	80.294,62	84.779,79	91.171,27
(-) 15% Participación de Utilidades Trabajadores		11.150,51	11.411,21	12.044,19	12.716,97	13.675,69
(=) Utilidad antes de I. Renta.		63.186,21	64.663,54	68.250,43	72.062,82	77.495,58
(-) 22% Impuesto a la Renta		13.900,97	14.225,98	15.015,09	15.853,82	17.049,03
(=) Utilidad o pérdida Neta		49.285,25	50.437,56	53.235,34	56.209,00	60.446,55
(+) Gastos de depreciación		2.386,03	2.386,03	2.386,03	1.602,70	1.602,70
(+) Gasto de amortización		96,00	96,00	96,00	96,00	96,00
(-) Inversión crédito bancario	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Interés préstamo		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Inversión Aporte Socios	-216.000,00					
(=) Flujo de fondos	-216.000,00	51.767,28	52.919,60	55.717,37	57.907,70	62.145,25

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

**2. Índices financieros**

Son indicadores que nos permiten conocer cifras con respecto a los estados financieros y otros estados contables con de fin de reflejar el comportamiento del mismo, y conocer con exactitud si el proyecto es factible o no.

**a. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR):** Mediante esta tasa permite identificar el interés mínimo a rendir que debe proporcionar el proyecto con el propósito de cubrir las deudas con terceros y accionistas. Para ello se considera a la tasa actual pasiva; que otorgan los bancos y cooperativas en caso de invertir; promedio de las entidades financieras, como el porcentaje a los accionistas y el porcentaje de una tasa pasiva máxima que pagaría un banco al momento de invertir en su institución.

**Tabla 84-3:** Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

Entidad	Rendimiento	% de aportación	Promedio ponderado
Accionistas	7,95%	49,18%	0,0391
Banco Desarrollo	8,21%	50,82%	0,0417
<b>Total</b>	<b>16,16%</b>	<b>100%</b>	<b>0,0808</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

El TMAR de este proyecto es de 8,08%

**b. Valor Actual Neto (VAN):** El VAN determina el valor presente de una determinada suma actualiza de todos los flujos netos de cada período que se origina por una inversión.

Mediante la fórmula financiera nos permite saber cuánto se puede llegar a ganar en algunos momentos dados, si se decide hacer una inversión durante un tiempo y a un costo de oportunidad estimado.

$$VAN = \sum x = \frac{FN}{(1+i)^n} - I_0$$

Dónde:

**VAN:** Valor actual neto

**FN:** Flujo neto

**I:** Tasa de interés

**n:** número de años del proyecto

**I<sub>0</sub>:** Inversión Inicial

$$VAN = -I_0 + \frac{FN1}{(1+i)^1} + \frac{FN2}{(1+i)^2} + \frac{FN3}{(1+i)^3} + \frac{FN4}{(1+i)^4} + \frac{FN5}{(1+i)^5}$$

### **VAN 1 con TMAR**

Datos:

**FN:** 51.767,28 - 52.919,60 - 55.717,37 - 57.907,70 - 62.145,25

**I:** 8,08%

**N:** 5

**IO:** -216.000,00

$$VAN_{TMAR} = -216.000,00 + \frac{51.767,28}{(1+0,0808)^1} + \frac{52.919,60}{(1+0,0808)^2} + \frac{55.717,37}{(1+0,0808)^3} + \frac{57.907,70}{(1+0,0808)^4} + \frac{62.145,25}{(1+0,0808)^5}$$

$$VAN_{TMAR} = -216.000,00 + 47.897,33 + 45.303,16 + 44.438,53 + 42.438,52 + 42.139,35$$

$$VAN_{TMAR} = 5.910,86$$

**Análisis:** Tomando en consideración la TMAR calculado, en un tiempo aproximado de 5 años se dispone de \$ 5.910,86 valor que generara rentabilidad si este se pone en ejecución.

### **VAN 2 con Tasa pasiva del Banco VISIONFUND**

Datos:

**FN:** 51.767,28 - 52.919,60 - 55.717,37 - 57.907,70 - 62.145,25

**I:** 6,81%

**N:** 5

**IO:** -216.000,00

$$VAN_{BANCO} = -216.000,00 + \frac{51.767,28}{(1+0,0681)^1} + \frac{52.919,60}{(1+0,0681)^2} + \frac{55.717,37}{(1+0,0681)^3} + \frac{57.907,70}{(1+0,0681)^4} + \frac{62.145,25}{(1+0,0681)^5}$$

$$VAN_{BANCO} = -216.000,00 + 48.466,70 + 46.386,62 + 45.725,12 + 44.492,69 + 44.704,20$$

$$VAN_{BANCO} = 13.775,33$$

**Análisis:** El Valor Actual Neto 2 calculado es mayor a 0 por lo que demuestra la viabilidad del proyecto, con un valor positivo de \$ 13.775,33 de acuerdo a la tasa pasiva del Banco VISIONFUND.

**VAN 3 con Tasa pasiva de la Cooperativa Oscus**

Datos:

**FN:** 51.767,28 - 52.919,60 - 55.717,37 - 57.907,70 - 62.145,25

**I:** 8,86%

**N:** 5

**IO:** -216.000,00

$$VAN_{COAC} = -216.000,00 + \frac{51.767,28}{(1 + 0,0886)^1} + \frac{52.919,60}{(1 + 0,0886)^2} + \frac{55.717,37}{(1 + 0,0886)^3} \\ + \frac{57.907,70}{(1 + 0,0886)^4} + \frac{62.145,25}{(1 + 0,0886)^5}$$

$$VAN_{COAC} = -216.000,00 + 48.466,70 + 46.386,62 + 45.725,12 + 44.492,69 + 44.704,20$$

$$VAN_{COAC} = \mathbf{1.285,49}$$

**Análisis:** El Valor Actual Neto, calculada con la tasa de la Coac Oscus, muestra un valor positivo de \$ 1285,49, evidenciando la viabilidad del proyecto.

- c. **Tasa Interna de Retorno:** La TIR refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojaría periodo a periodo durante la vida útil de 5 años. Se considera aceptable una inversión si la tasa interna de retorno es mayor o igual a la tasa de rendimiento esperada por el inversionista. Para ello se aplica la misma fórmula del VAN a fin de despejar e identificar el interés que dispondrá el proyecto.

$$TIR = VAN = 0$$

$$TIR = -216.000,00 + \frac{51.767,28}{(1+r)^1} + \frac{52.919,60}{(1+r)^2} + \frac{55.717,37}{(1+r)^3} + \frac{57.907,70}{(1+r)^4} + \frac{62.145,25}{(1+r)^5}$$

$$TIR = 9,08\%$$

**Análisis:** En el presente proyecto la TIR, resultó de 9,08% afirmando la factibilidad del proyecto.

- d. **Período de Recuperación de la Inversión:** Es un instrumento que da a conocer el tiempo exacto de recuperación, del total de la inversión. Para conocer de este dato es preciso tomar los flujos netos de los años proyectados en conjunto con la inversión inicial, para posteriormente sumar o acumular dichos valores hasta el tiempo del proyecto.

Para ello se efectuó la siguiente tabla, donde se puede visualizar los flujos a disponer durante los 5 años considerados del proyecto, donde los valores de flujo de fondo acumulados de color rojo, demuestra que la inversión no se recupera hasta ese año, esto nos indica que el período de recuperación para el centro de acopio se encuentra entre el periodo 3 y 4.

**Tabla 85-3:** Período de recuperación de la inversión

Años	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Flujos de fondos	-216.000,00	51.767,28	52.919,60	55.717,37	57.907,70	62.145,25
Flujo de fondos acumulado	-216.000,00	-164.232,72	-111.313,12	-55.595,76	2.311,94	64.457,20
% de Recuperación		24%	24%	26%	27%	29%
% de Recuperación Acum.		24%	48%	74%	101%	130%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Quinquiano, G. 2020

Para mayor exactitud es necesario tomar en consideración la siguiente fórmula:

$$PRI = P + \left( -\frac{VP}{PP} \right)$$

Dónde:

**P:** Último periodo negativo acumulado

**VP:** Valor de p acumulado

**PP:** Valor del periodo posterior

$$PRI = 3 + \left( -\frac{-55.595,76}{57.907,70} \right)$$

$$PRI = 3 + 0,96$$

$$PRI = 3 \text{ años}$$

$$PRI = 0,96 * 12 \text{ meses} = 11,5209042459$$

$$PRI = 3 \text{ años, } 11 \text{ meses}$$

$$PRI = 0,5209042459 * 30 = 15,62712738$$

$$PRI = 3 \text{ años, } 11 \text{ meses, } 15 \text{ dias}$$

El período de recuperación de la inversión que le tomará al centro de acopio IZAMBA Cía. Ltda., será de 3 años, 11 meses, 15 días, demostrando que el proyecto es rentable

- e. **Razón Beneficio Costo:** Es una técnica donde se determina la conveniencia del proyecto, el cual refleja cuanto se recupera por cada dólar que se invierte. Si este es superior a 1, es aceptable el proyecto.

$$RBC = \frac{\sum VP \text{ INGRESOS NETOS}}{\text{INVERSION INICIAL}}$$

$$RBC_1 = \frac{221.910,86}{216,00.00} \quad RBC_2 = \frac{229.775,33}{216,000.00} \quad RBC_3 = \frac{217.285,49}{216,000.0}$$

$$RBC_1 = 1,03 \quad RBC_2 = 1,06 \quad RBC_3 = 1,01$$

**Análisis:** La relación beneficio costo para la comercialización de tomate riñón en presentaciones de 22 kilos en cajas de madera es de 1,03 lo que significa que por cada dólar invertido el centro de acopio Izamba Cía. Ltda., recibe \$0,03 de beneficio siendo estos superiores a los egresos netos. Por lo que en todas las opciones la empresa, dispondrá de una ganancia debido a que sus ingresos son superiores a los egresos que se generarán. En el caso de la RB/C efectuada con el VAN2 se recibirá una rentabilidad de \$0,06 centavos, y con el VAN3 se receptorá \$0,01centavos por cada dólar invertido.

#### f. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio, es donde los costos fijos y los costos variables se igualan a los ingresos totales que generará el proyecto. En el caso del centro de acopio Izamba Cía. Ltda. que prevé que durante el primer año incurrirá con \$ 35.591,38 en costos fijos, y en sus costos variables oscila en \$ 305.838,99 como se muestra a continuación.

**Tabla 86-3:** Costos variables y fijos

Concepto	Costos Fijos	Costos Variables	Total
<b>Costos Directos</b>			305.838,99
Materia Prima		252.035,22	
Mano Obra		20.120,71	
Costos Indirectos de Fabricación		33.683,05	
<b>Otros Gastos</b>			35.591,38
Sueldo de Administración	24.438,34		
Sueldo de Ventas	6.706,90		
Combustible y lubricantes	598,57		
Depreciación	2.386,03		
Amortización	96,00		
Servicios Básicos	733,03		
Suministros de Oficina	145,38		
Publicidad	436,15		
Materiales de limpieza	50,96		
Gastos financieros	0,00		
<b>Total</b>	<b>35.591,38</b>	<b>305.838,99</b>	<b>341.430,36</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Quinquiguano, G. 2020

#### Cálculo del punto de equilibrio en cantidad

$$PE = \left( -\frac{CF}{PVq - CVq} \right)$$

Dónde:

**CF:** Costos fijo

**PV:** Precio de Venta Unitario

**CV:** Costo Variable unitario

$$PE_{unidades} = \left( \frac{35.591,38}{10,49 - 7,91} \right)$$

PE unidades = 13.801 cajas de tomate riñón de 22 kilos.

### Cálculo del punto de equilibrio en dólares.

$$PE\$ = \frac{CF}{1 - \frac{CVq}{PVq}}$$

Dónde:

**CF:** Costos fijos

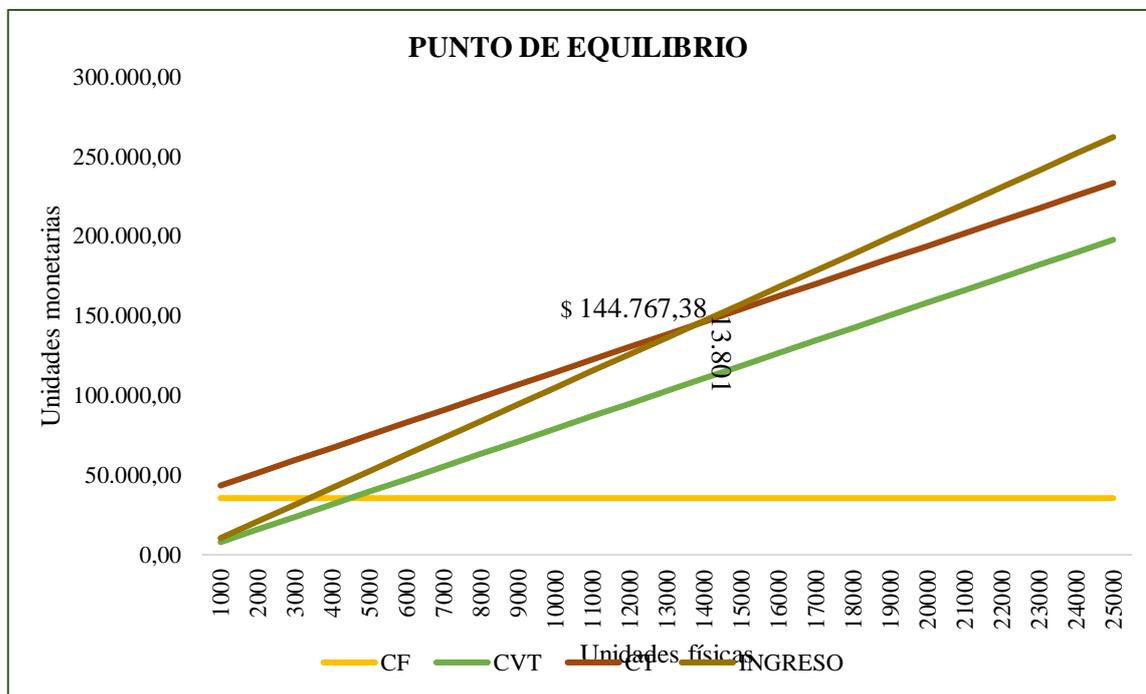
**PV:** Precio de Venta Unitario

**CV:** Costo Variable unitario

$$PE\$ = \frac{35.591,38}{1 - \frac{7,91}{10,49}}$$

$$PE\$ = 144.767,38.$$

A continuación, se muestra la gráfica del punto de equilibrio, donde se visualiza el costo total, el cual cruza con los ingresos totales.



**Gráfico 22-3:** Punto de equilibrio

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Quinquigano, G. 2020

**Análisis:** El centro de acopio deberá vender en su primer año 13.801 cajas de tomate riñon en presentación de 22 kilos, que en valores monetarios representa \$ 144.767,38 a fin de cubrir los costos fijos y variables.

## CONCLUSIONES

- A través de las encuestas aplicadas a productores de la parroquia Izamba y consumidores de cantón Ambato, se evidenció mediante el estudio de mercado que el presente proyecto si es factible, por medio de la determinación y cuantificación de la oferta y demanda, demostrando que existe una demanda insatisfecha de 49.785 cajas de tomate para el año 2021, considerando a cubrir el 75%.
- El estudio técnico que se efectuó en la Parroquia Izamba se determinó que es un sector apropiado y estratégico para la creación e instalación del centro de acopio debido al diagnóstico situacional que se realizó, ya que cuenta con lo necesario para el acceso de los productores y consumidores ayudando de esta manera al desarrollo del proyecto.
- El estudio administrativo – legal, permitió determinar la filosofía empresarial del centro de acopio de Izamba Cía. Ltda., de acuerdo a la normativa legal vigente, los procedimientos administrativos y reglamentos establecidos para este tipo de empresa.
- En el estudio económico financiero reveló que se requiere una inversión total de \$422.123,36 para la comercialización de tomate riñòn como proyecto de inversión, determinando que el proyecto es rentable mediante la Tasa Minina Aceptable de Rendimiento del 8,08%, un Valor Actual Neto de \$5.910,86, una Tasa Interna de Retorno de 9,08%, un período de recuperación de la inversión de 3 años, 11 meses y 15 días, la Razón Beneficio Costo \$1,03, un punto de equilibrio de 13.801 cajas de tomate con capacidad de 22 kilos, correspondiente a \$144.767,38 para cubrir con todos los costos en que se incurre.

## **RECOMENDACIONES**

- Realizar continuamente estudios de mercado a fin de crear estrategias adecuadas de comercialización de tal manera conocer los gustos, preferencias y necesidades de los consumidores de tal forma que los resultados obtenidos permita la determinación de toma de decisiones eficientes que aporten al sector y al centro de acopio.
- Aprovechar de los factores críticos de localización procurando el incremento de producción y expansión en el área de suministros de productos a fin de ampliar su comercialización a distintos lugares, beneficiando a las personas del sector en su situación económica.
- Seguimiento de los procesos y actividades que se desarrollan en el centro de acopio, las cuales deben estar orientadas a la filosofía empresarial, e incluso cumplir con las entidades a la cual se rige la organización.
- Efectuar constantemente actualizaciones de los estados financieros de igual manera el análisis de la evaluación permitiendo dar un enfoque de direccionamiento y cumplimiento de las metas planteadas permitiendo crecer a la empresa.

## GLOSARIO

**Agricultura:** “Conjunto de técnicas y conocimientos relativos al cultivo de la tierra.” (Real Academia Española, 2019)

**Canal de distribución:** “Manera en que el producto se hará llegar al lugar donde será vendido al consumidor final.” (Pacheco & Pérez, 2018)

**Comercialización:** “Identifica las necesidades de los clientes a fin de satisfacerlas mejor que sus competidores para obtener sus ganancias”. (Imesun, 2016)

**Costo:** “Se da consumo de factores de producción dentro de la realización de un bien o un servicio como actividad económica”. (Economipedia, 2019)

**Costos fijos:** “Permanecen constantes ante variaciones en el nivel de actividad o producción”. (Eiclopedia Financiera, 2019)

**Costo variable:** “Son aquellos que varían en función del nivel de producción o el nivel de ingresos”. (Eiclopedia Financiera, 2019)

**Demanda:** “Cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir”. (Economipedia, 2019)

**Factibilidad:** “Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetos o metas señaladas. (Villarreal, 2015)

**Financiamiento:** “Vías que utiliza la empresa para obtener los recursos financieros necesarios que sufragan su actividad”. (Economipedia, 2019)

**Oferta:** “Cantidad de bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos”. (Maciá, 2018)

**Proyecto:** De acuerdo a (Pinto, 2015), en su libro Gestión de Proyectos menciona que un proyecto es una iniciativa única con un principio y un final, llevada a cabo por personas para alcanzar las metas establecidas dentro de los parámetros de costos, plazo y calidad. Los proyectos están orientados a los objetivos implican un compromiso coordinado de actividades relacionadas entre sí, con duración limitada y son todas hasta cierto punto.

**Producto:** “Resultado que se obtiene del proceso de producción dentro de una empresa”. (Economipedia, 2019)

**Precio:** “Cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar para poder acceder a un producto o servicio”. (Philip & Gary, 2017)

**Rentabilidad:** “Beneficio que se han obtenido o se pueden obtener de una inversión”. (Economipedia, 2019)

**Tomate:** El tomate es el fruto de la planta conocida como tomatara, una especie herbácea que pertenece a la familia de los solanáceas y es nativa del continente americano. Los tomates son bayas de color rojizos que se caracterizan por su pulpa con múltiples semillas y por su jugo. (Porto & Gardey, 2015)

## BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F. (2016). *El Proyecto de Investigación*. Caracas -República Bolivariana de Venezuela : Ediciones El Pastillo 2011, C.A.
- Aucancela, C. R. (2019). *Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio dedicado a la producción y comercialización de productos derivados de la papa china en la parroquia San José, Cantón Santa Clara, provincia de Pastaza para el año 2018*. Riobamba - Ecuador: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11271/1/22T0488.pdf>
- Baca, U. G. (2016). *Evaluación de Proyectos* (8va Edición ed.). México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA.
- Baena, P. G. (2017). *Metodología de la investigación\_Serie integral por competencias* (3ra Edición ed.). México: Grupo editorial Patria.
- Barreno, J. M. (2015). *EL COMERCIO INFORMAL DEL TOMATE RIÑÓN Y LOS PRECIOS EN EL MERCADO MAYORISTA DE LA CIUDAD DE AMBATO*. Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/18404/1/tesis-010%20%20Gesti%C3%B3n%20de%20Empresas%20Agr%C3%ADcolas%20y%20manejo%20de%20poscosecha%20-CD%20338.pdf>
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Pearson.
- Carrión, R. I., & Berasategi, V. I. (2016). *Guía para la elaboración de proyectos*. País Vasco - España: Tresdetres, s.l. Obtenido de [https://www.pluralismoyconvivencia.es/upload/19/71/guia\\_elaboracion\\_proyectos\\_c.pdf](https://www.pluralismoyconvivencia.es/upload/19/71/guia_elaboracion_proyectos_c.pdf)
- Colcha, J. S. (2020). *Proyecto para la creación de una empresa para la producción de Vino de Uvilla en la Cuidad de Guaranda Provincia de Bolivar*. Riobamba-Ecuador: Escuela Superior Politecnica de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/14011/1/22T0553.pdf>
- Dlhigo, J. G. (2016). *Metodología de la investigación para administradores* (1a. edición ed.). Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Eciclopedia Financiera. (05 de Febrero de 2019). *Costos Fijos*. Obtenido de Definiciones: <http://www.encyclopediafinanciera.com/definicion-costos-fijos.html>
- Economipedia. (2019). *Creative Commons*. Obtenido de Fuente de Financiamiento: <https://economipedia.com/definiciones/fuente-de-financiacion.html>
- Estrada, J. (2015). Análisis de la gestión de proyectos a nivel mundial. *Palermo Business Review*, 38.

- FAOSTAT. (2020). *Producció*n. Canadá: Organizaci3n de las Naciones Unidas para la Alimentaci3n y la Agricultura. Obtenido de <http://www.fao.org/faostat/es/#data/QC/metadata>
- Gallardo, D., & Maldonado, V. (2016). *Proyectos Organizaci3n*ales. Buenos Aires: Maipue. Gerencia. (25 de Agosto de 2016). *¿QUÉ ES UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD?* Obtenido de *¿QUÉ ES UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD?*: <https://www.impulsapopular.com/gerencia/que-es-un-estudio-de-factibilidad/>
- G3nzales, P. (2016). *¿Què es la comercializaci3n?* Obtenido de <https://www.billin.net/glosario/definicion-comercializar/>
- Gray, C., & Larson, E. (2015). *Administraci3n de proyectos* (4ta Edici3n ed.). México: McGRAW-HILL.
- Guevarra, C. B. (2020). *Plan de negocios para la comercializaci3n de productos agrícol*os en la asociaci3n San pedro de Licto Parroquia Licto, cant3n Riobamba". Riobamba - Ecuador: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/14000/1/22T0542.pdf>
- Hora, L. (19 de Agosto de 2018). Izamba. *Izamba, ejemplo de superaci3n y desarrollo*, págs. 1-6. Obtenido de <https://www.pressreader.com/>
- Hortoinfo. (2017). *Informe Tomate*. Perú Ecuador: Diario digital de actualidad Hortofrutícola. Obtenido de <http://www.hortoinfo.es/index.php/6563-prod-mund-tomate-291217#:~:text=Noticias-,R%C3%A9cord%20hist%C3%B3rico%20en%20la%20producci%C3%B3n%20mundial%20de%20tomate,los%20177.000%20millones%20de%20kilos&text=29%2F12%2F2017.,por%20ciento%20del%20total%20mundi>
- HortoInfo. (21 de Julio de 2017). *Informe Tomate*. Obtenido de Info Tomate: <http://www.hortoinfo.es/index.php/informes/cultivos/5897-inf-tomate-2017>
- Imesun. (2016). *Comercializaci3n OIT* (1ra Edici3n ed.). Ginebra: Creative Commons Reconocimiento-CompartirIgual.
- INEC, I. N. (2019). *Secretaria Nacional de Planificaci3n y Desarrollo*. Obtenido de Secretaria Nacional de Planificaci3n y Desarrollo: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Izamba. (2015). *Actividad Econ3mica*. Obtenido de Agricultura: <http://parroquiaizamba.blogspot.com/2015/07/agricultura.html>
- Izamba, G. A. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial*. Ambato: C3digo Orgánico. Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1865015430001\\_PDyOT%20IZAMBA%2018\\_31-10-2015\\_18-09-59.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1865015430001_PDyOT%20IZAMBA%2018_31-10-2015_18-09-59.pdf)

- Lema, R. B. (2019). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa asociativa para la comercialización de hortalizas orgánicas, en el GAD Municipal del Cantón Suscal, de la Provincia del Cañar*. Riobamba - Ecuador: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/11418/1/12T01302.pdf>
- Maciá, D. F. (2018). *Estrategias de marketing digital* (2da Edición ed.). Madrid - España: Anaya Multimedia.
- Mendoza, C. P., & Hernández, R. S. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (2da Edición ed.). México: McGraw-Hill.
- Muñoz, C. R. (2015). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis* (3ra Edición ed.). México: Pearson.
- Noboa, B. V., & Sanchez, R. D. (2019). *Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio comunitario de tomate riñon en la parroquia san Luis, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo*. Riobamba - Ecuador: Escuela Politécnica de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/14001/1/22T0543.pdf>
- OBS Business, S. (21 de Julio de 2020). *Business School*. Obtenido de Administración de proyectos: <https://obsbusiness.school/int/blog-project-management/administracion-de-proyectos/tipos-de-proyectos-y-sus-principales-caracteristicas>
- Pacheco, C. C., & Pérez, B. G. (2018). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial* (2da Edición ed.). México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Philip, k., & Gary, A. (2017). *Fundamentos de Marketing* (13era edición ed.). México: Pearson.
- Pinto, J. K. (2015). *Gestión de Proyectos*. Bogota, Colombia: Pearson Educación de Colombia Ltda.
- PMOinformatica.com. (16 de Abril de 2016). *Modelo de estudio de factibilidad de un proyecto*. Obtenido de Modelo de estudio de factibilidad de un proyecto: <http://www.pmoinformatica.com/2016/04/modelo-estudio-de-factibilidad.html#:~:text=mi%C3%A9rcoles%2C%206%20de%20abril%20de%202016&text=El%20estudio%20de%20factibilidad%20de,procederse%20con%20un%20proyecto%20propuesto.>
- Porto, J. P., & Gardey, A. (2015). *Definición de tomate*. Obtenido de Definición.de: <https://definicion.de/tomate/#:~:text=El%20tomate%20es%20el%20fruto,semillas%20y%20por%20su%20jugo.>
- Ramirez, I. (29 de Octubre de 2019). *Conceptos e importancia de los proyectos de inversión*. Obtenido de Efecto Digital: <https://www.efectodigital.online/post/2019/01/27/conceptos-e-importancia-de-los-proyectos-de-inversi%C3%B3n>
- Real Academia Española. (2019). *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Real Academia Española.

- Rodriguez, I. H. (26 de Enero de 2016). *MARKETING*. Obtenido de EL ESTUDIO DE MERCADO EN LAS EMPRESAS: <http://www.nube.villanett.com/2016/01/26/estudio-de-mercado-en-las-empresas/#:~:text=Para%20Kotler%2C%20Bloom%20y%20Hayes,espec%ADfica%20que%20afrenta%20una%20organizaci%C3%B3n%E2%80%9C>.
- Salgado, J., Guerrero, L., & Salgado, N. (2016). *Fundamentos de Administración* (1ra Edición ed.). México: Exòdo.
- Salmòn, P. A. (2018). *Administración de proyectos: Enfoque por competencias* (1ra Edición ed.). México: Patria Educación.
- Sapag, C. N., Sapag, C. R., & Sapag, P. J. (2014). *Preparación y Evaluación de Proyectos* (Sexta Edición ed.). México: McGraw Hill Education.
- Soto, M. (2019). *Familia Empresaria*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C.
- Torres, A. (2017). *Manual de cultivo del tomate bajo invernadero*. Santiago, Chile: BOLETÍN INIA.
- Vanguardia, L. (24 de Octubre de 2018). Tomate: propiedades, beneficios y valor nutricional. *La Vanguardia*, pág. 1.
- Villarroel, C. L. (2015). *Preparación y evaluación de proyecto* (Segunda Edición ed.). Madrid - España: Agencia del ISBN.
- Yuni, J., & Unbano, C. (2016). *Tècniques para Investigar 2* (2da Edición ed.). Argentina: Editorial Brujas.



Firmado electrónicamente por:  
JHONATAN RODRIGO  
PARREÑO UQUILLAS

## ANEXOS

### ANEXOS A: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES QUE SE DEDICAN A LAS ACTIVIDADES AGRÍCOLAS EN LA PARROQUIA IZAMBA.

**Objetivo:** Obtener información representativa de la producción y comercialización del tomate riñón en la rentabilidad de los productores.

#### CUESTIONARIO



**Género:** Masculino ( ) y Femenino ( )

**Edad:** \_\_\_\_\_

#### Instrucción:

---

1. ¿Usted cultiva tomate riñón?

Si		No	
----	--	----	--

2. ¿Forma parte de alguna asociación de productores de hortalizas?

Si		No	
----	--	----	--

3. Cada que tiempo siembra usted tomate riñón

Cada 4 meses	
Cada 6 meses	

4. ¿En base a su tiempo de cultivo cada cuanto saca a la venta la producción de tomate riñón?

Diariamente		Cada dos días	
1 día a la semana		Los fines de semana	

5. ¿Cuántas cajas de tomate riñón produce?

1 a 50	
1 a 25	
26 a 50	
51 a 75	
Mayor a 76	

6. ¿Cuál es el precio que comúnmente percibe por el producto?

\$4 a \$5	
\$6 a \$7	
\$8 a \$9	
\$10 a \$11	

7. ¿Dónde vende Ud. su producto frecuentemente?

Mercados de la ciudad		Ferias populares		Supermercados	
Tiendas		Intermediarios		Centros de acopio	

8. ¿Cuáles son los sus compradores actualmente?

Comerciantes- mayoristas	
Comerciantes - minoristas	
Otros	

9. ¿Actualmente la parroquia Izamba cuenta con un centro de acopio?

Si		No	
----	--	----	--

10. ¿Le gustaría pertenecer a un centro de acopio donde le ofrezcan un precio justo y estandarizado por su producción?

Si		No	
----	--	----	--

**ANEXOS B: ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA  
DEL CANTÓN AMBATO**

**Objetivo:** Obtener información representativa de los consumidores de tomate riñón.

**CUESTIONARIO**



**Género:** Masculino ( ) y Femenino ( )

**Edad:** \_\_\_\_\_

**Instrucción:**

---

1. ¿Usted consume tomate riñón?

Si		No	
----	--	----	--

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

1 a 5 cajas	
6 a 10 cajas	
11 a 15 cajas	
16 a 20 cajas	

3. ¿Dónde adquiere su producto?

Mercado mayorista	
Supermercados	
Minimarket	
Tiendas de barrio	

4. ¿A qué precio adquiere el producto?

\$4 a \$5	
\$6 a \$7	
\$8 a \$9	
\$10 a \$11	

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

Precio	
Calidad	
Servicio	

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

Empacado al vacío	
Cartones	
Caja	

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

Si		No	
----	--	----	--

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

\$8 a \$9	
\$10 a \$11	
\$12 a \$13	

ANEXOS C: FOTOGRAFÍAS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO





epoch

Dirección de Bibliotecas y  
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y  
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 22 / 02 / 2022

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> GISSELA ABIGAIL QUINQUIGUANO CAGUANA
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>Carrera:</b> ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>Título a optar:</b> LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>f. Analista de Biblioteca responsable:</b> Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.



Firmado electrónicamente por:  
JHONATAN RODRIGO  
PARREÑO UQUILLAS

22 / 02 / 2022

0171-DBRA-UTP-2022