



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HARINA
DERIVADA DE YUCA Y PAPACHINA EN EL CANTÓN MORONA
PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO.**

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto de investigación

Presentado para optar por el grado académico de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA:

ELIZALDE RIVERA YADIRA ELIZABETH

Riobamba-Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HARINA
DERIVADA DE YUCA Y PAPACHINA EN EL CANTÓN MORONA
PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO.**

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto de investigación

Presentado para optar por el grado académico de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA:

ELIZALDE RIVERA YADIRA ELIZABETH

DIRECTOR: ING. STALIN EFREN ARGUELLO ERAZO

Riobamba-Ecuador

2022

©2022, Elizalde Rivera Yadira Elizabeth

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 del Autor.

Yo, Elizalde Rivera Yadira Elizabeth, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, 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, 22 de Febrero 2022.

A square image showing a handwritten signature in blue ink on a light-colored background. The signature is stylized and appears to be 'Yadira Elizabeth'.

Elizalde Rivera Yadira Elizabeth

C.I. 1400770457

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

El tribunal del trabajo de titulación certifica que. El trabajo de titulación: Tipo: Proyecto de Investigación: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HARINA DERIVADA DE YUCA Y PAPACHINA EN EL CANTÓN MORONA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO.”**, realizado por la señorita **Elizalde Rivera Yadira Elizabeth** ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

FIRMA

FECHA

Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Firmado electrónicamente por:
**JUAN CARLOS
ALARCON
GAVILANES**

2022-02-22

Ing. Stalin Efren Arguello Erazo
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**



Firmado electrónicamente por:
**STALIN EFREN
ARGUELLO
ERAZO**

2022-02-22

Ing. Adriana Margarita Morales Noriega
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

ADRIANA
MARGARITA
MORALES
NORIEGA

Firmado electrónicamente por ADRIANA
MARGARITA MORALES NORIEGA
Sociedad Anónima inscrita en el RUC - C.C.
SECURITY DATA S.A. LA ENTIDAD DE
CERTIFICACIÓN DE FIRMAS CON
CANTÓN MORONA - PROVINCIA DE
MORONA NORIEGA
MORALES NORIEGA
Verónica de Abdo Arcebal 11.02

2022-02-22

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación se lo dedico principalmente a Dios quien ha sido el creador de todas las bendiciones que se me han otorgado, a mis padres y hermano que son el pilar fundamental de mi vida, quienes han estado conmigo a lo largo de toda mi carrera, festejando triunfos y dándome aliento en mis fracasos. A mi familia que siempre ha estado pendiente de mí y de mis procesos. A mis amigos quienes han aportado con su granito de arena alegrando mis días y siendo siempre mi compañía. A mis maestros que con su paciencia han sabido inculcar en mí, valores y conocimientos y sobre todo a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por darme la oportunidad de ser una profesional.

Yadira

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por la bendición de estar aquí, por la vida de mis padres y de mi familia, también porque cada día me bendice dándome la oportunidad de ser cada día una mejor persona, gracias por rodearme de personas que sé que me aman y que están pendientes de mí, gracias a Dios y a la vida por este nuevo logro. Gracias a mis amigos, a mis compañeros que sin ellos nada de esto sería posible.

Gracias a mi padres por ser los principales promotores de mis sueños, gracias a ellos por confiar y creer en mí. Gracias a mi Madre por estar a mi lado brindando sus brazos en donde siempre encuentro paz y por ser la mujer más fuerte que conozco. Gracias a mi Padre porque a pesar de la distancia siempre estuvo presente en mi vida a través de sus consejos y enseñanzas. Gracias a mi hermano quien es mi ejemplo y quien ha sido mi compañero de aventuras y travesuras. Gracias a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por permitirme cumplir con este sueño.

Yadira

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE FIGURAS.....	XV
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	XVI
ÍNDICE DE ANEXOS	XVII
RESUMEN	XVIII
ABSTRACT.....	XIX
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	4
1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.2 MARCO TEÓRICO	6
1.2.1 Proyecto	6
1.2.2 Clasificación de los proyectos	6
1.2.2.1 Proyectos de inversión.....	6
1.2.2.2 Proyectos de inversión privada.....	6
1.2.2.3 Nuevos productos o mercados.....	7
1.2.2.4 Expansión de productos o mercados existentes.....	7
1.2.2.5 Proyecto de sustitución para continuar con las operaciones.....	7
1.2.2.6 Proyecto de sustitución para una reducción de los costes.....	8
1.2.2.7 Proyectos de inversión pública.....	8
1.2.2.8 Proyectos de infraestructura	8
1.2.2.9 Proyectos de desarrollo empresarial	9
1.2.2.10 Proyectos ambientales	9

1.2.3.	Importancia de los proyectos.....	9
1.2.4.	Características de los Proyectos	9
1.2.5.	Proyecto de factibilidad	10
1.2.5.1.	Factibilidad Técnica. -	10
1.2.5.2.	Factibilidad Económica. -	11
1.2.6.	Estudio de mercado	11
1.2.6.1	Mercado	11
1.2.7	Demanda.....	12
1.2.7.1.	Ley de la demanda.....	12
1.2.7.2	Demanda Insatisfecha	13
1.2.8.	Oferta.....	13
1.2.8.1.	Ley de la oferta.....	13
1.2.9.	Precio.....	14
1.2.10.	Canales de distribución	14
1.2.11.	Estudio técnico.	14
1.2.12.	Localización.....	15
1.2.12.1.	Micro localización.....	15
1.2.12.2.	Macro localización.....	16
1.2.13.	Distribución de Planta.....	16
1.2.14.	Maquinaria.....	16
1.2.15.	Flujograma de procesos.	17
1.2.16.	Estudio Económico-Financiero.	18
1.2.17.	Inversión Inicial.	18
1.2.18.	Ingresos.	19
1.2.19.	Egresos.	19
1.2.20.	Flujo de efectivo	19

1.2.20.1.	<i>Flujo de Efectivo por Actividades de Inversión.</i> -.....	20
1.2.21.	<i>Evaluaciones.</i>	20
1.2.21.1	<i>Valor Presente Neto.</i>	20
1.2.21.2	<i>Tasa Interna de Retorno.</i>	21
1.2.21.3.	<i>Relación Beneficio/Costo</i>	21
1.2.21.4.	<i>Periodo de Recuperación de la Inversión</i>	22
1.2.21.5.	<i>Evaluación ambiental.</i>	22
1.2.21.6.	<i>Evaluación social.</i>	23
1.2.22.	<i>Yuca.</i>	24
1.2.23.	<i>Papachina.</i>	24
1.2.24.	<i>Producción.</i>	25
1.2.24.1.	<i>Proceso productivo.</i>	25
1.2.25.	<i>Comercialización.</i>	25
1.2.26.	<i>Desarrollo Económico.</i>	26
1.2.27.	<i>¿Cómo se mide el desarrollo económico?</i>	26
1.2.27.1.	<i>El PIB Per Cápita.</i>	26
1.2.27.2.	<i>Índices de Desarrollo Humano.</i>	27
1.2.27.3.	<i>Importancia del desarrollo económico.</i> -.....	28

CAPÍTULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO	30
2.1	ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	30
2.1.1.	<i>Enfoque cualitativo</i>	30
2.1.2.	<i>Enfoque cuantitativo.</i>	30
2.1.3.	<i>Enfoque mixto.</i>	30

2.2	NIVEL DE INVESTIGACIÓN	31
2.2.1.	<i>Nivel exploratorio.....</i>	<i>31</i>
2.2.2.	<i>Nivel descriptivo</i>	<i>31</i>
2.3	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	32
2.3.1.	<i>Diseño no experimental.....</i>	<i>32</i>
2.3.2.	<i>Corte transversal.....</i>	<i>32</i>
2.4	TIPO DE ESTUDIO - INVESTIGACIÓN.....	32
2.4.1.	<i>Documental.....</i>	<i>32</i>
2.4.2.	<i>De campo.</i>	<i>33</i>
2.5	POBLACIÓN Y PLANIFICACIÓN, SELECCIÓN Y CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	33

CAPÍTULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	34
3.1	RESULTADOS.....	34
3.1.1	<i>Encuesta de mercado.....</i>	<i>34</i>
3.2.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	49
3.3	PROPUESTA.....	50
3.3.1	<i>Estudio de mercado</i>	<i>50</i>
3.3.1.1	<i>Producto.....</i>	<i>50</i>
3.3.1.2	<i>Análisis de la oferta.....</i>	<i>50</i>
3.3.1.3	<i>Análisis de la Demanda Actual y Proyectada.....</i>	<i>50</i>
3.3.1.4	<i>Demanda Insatisfecha</i>	<i>51</i>
3.3.1.5	<i>Precio</i>	<i>51</i>
3.3.1.6	<i>Análisis de la comercialización.....</i>	<i>52</i>

3.3.1.7	<i>Etiqueta</i>	52
3.3.1.8	<i>Marca</i>	53
3.3.1.9	<i>Logotipo y eslogan</i>	53
3.3.1.10	<i>Promoción</i>	54
3.3.1.11	<i>Medios publicitarios</i>	54
3.3.1.12	<i>Promociones de ventas</i>	54
3.3.1.13	<i>Plan de introducción al mercado</i>	55
3.3.1.14	<i>Plaza</i>	55
3.3.1.15	<i>Comisiones</i>	55
3.3.2	<i>Estudio Técnico</i>	56
3.3.2.1	<i>Capacidad instalada</i>	56
3.3.2.2	<i>Capacidad instalada a utilizar</i>	56
3.3.2.3	<i>Localización del proyecto</i>	56
3.3.2.3	<i>Ingeniería del proyecto</i>	58
3.3.3.4	<i>Requerimientos del proyecto</i>	61
3.3.3.5	<i>Especificaciones técnicas de la maquinaria y equipo</i>	61
3.3.4.	<i>Estudio administrativo</i>	64
3.3.4.1.	<i>Clasificación de la empresa</i>	64
3.3.4.2.	<i>Misión y visión de la empresa</i>	64
3.3.4.3	<i>Valores corporativos</i>	65
3.3.4.4	<i>Niveles jerárquicos</i>	66
3.3.4.5	<i>Manual de funciones</i>	67
3.3.5	<i>Estudio económico financiero</i>	73
3.3.5.1.	<i>Inversión y financiamiento</i>	73
3.4	EVALUACIÓN SOCIAL	87
3.5	EVALUACIÓN AMBIENTAL	88

3.5.1	<i>Fase de construcción</i>	88
3.5.2	<i>Fase de producción</i>	88
	CONCLUSIONES.....	91
	RECOMENDACIONES.....	92
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2.	Cálculo de la muestra.....	33
Tabla 1-3.	Consumo de harina.....	34
Tabla 2-3.	Personas que consumen harina dentro del hogar.....	35
Tabla 3-3.	Es necesaria una empresa de Harina.....	36
Tabla 4-3.	Personas dispuestas a comprar.....	37
Tabla 5-3.	Percepción de algún tipo de producto similar.....	38
Tabla 6-3.	Frecuencia de compra de harina en el cantón.....	39
Tabla 7-3.	Cantidad de libras de harina que consumiría al mes.....	40
Tabla 8-3.	Preferencia de la presentación del producto.....	41
Tabla 9-3.	¿Cómo le gustaría adquirir la Harina?.....	42
Tabla 10-3.	Precio que estarían dispuestos a pagar.....	43
Tabla 11-3.	Medios de comunicación de preferencia.....	44
Tabla 12-3.	Aspectos más relevantes al adquirir un producto.....	45
Tabla 13-3.	Lugares de preferencia para adquirir el producto.....	46
Tabla 14-3.	Tabulación de datos pregunta 14.....	47
Tabla 15-3.	Percepción sobre la creación de esta empresa.....	48
Tabla 16-3.	Proyección de la demanda potencial.....	50
Tabla 17-3.	Proyección de la demanda insatisfecha.....	51
Tabla 18-3.	Proyección del Precio.....	52
Tabla 19-3.	Capacidad Instalada a Utilizar.....	56
Tabla 20-3.	Flujograma.....	59
Tabla 21-3.	Manual de funciones del gerente.....	68
Tabla 22-3.	Manual de funciones de contadora.....	69
Tabla 23-3.	Manual de funciones del vendedor.....	70
Tabla 24-3.	Manual de funciones del jefe de producción.....	71
Tabla 25-3.	Manual de funciones del jefe de producción.....	72
Tabla 26-3.	Requerimientos área comercial (costos).....	73
Tabla 27-3.	Requerimientos de talento humano en el área comercial.....	74
Tabla 28-3.	Requerimientos área productiva.....	75
Tabla 29-3.	Requerimientos área administrativa.....	76
Tabla 30-3.	Tabla de inversiones.....	78
Tabla 31-3.	Depreciación de Activos.....	80
Tabla 32-3.	Estructura de costos y gastos.....	81

Tabla 33-3.	Presupuesto de ingreso.....	82
Tabla 34-3.	Estado de resultados.....	83
Tabla 35-3.	Flujo de Caja.....	84
Tabla 36-3.	Indicadores Financieros.....	85
Tabla 37-3.	Beneficiarios Directos e Indirectos	88

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-3.	Etiqueta.....	53
Figura 2-3.	Logotipo y Eslogan.....	53
Figura 3-3.	Macro localización.	57
Figura 4-3.	Micro localización.	57
Figura 5-3.	Distribución de Planta.	60
Figura 6-3.	Molino Industrial.	61
Figura 7-3.	Enfundadura automática.	62
Figura 8-3.	Mezcladora eléctrica.	63
Figura 9-3.	Balanza industrial.	63
Figura 10-3.	Selladora semi-industrial.	64
Figura 11-3.	Valores corporativos.	65

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1-3.	Consumo de harina.....	34
Gráfico 2-3.	Personas que consumen harina dentro del hogar.....	35
Gráfico 3-3.	Es necesaria una empresa de Harina	36
Gráfico 4-3.	Personas dispuestas a comprar	37
Gráfico 5-3.	Percepción de algún tipo de producto similar.....	38
Gráfico 6-3.	Frecuencia de compra de harina en el cantón.....	39
Gráfico 7-3.	Cantidad de libras de harina que consumiría al mes.	40
Gráfico 8-3.	Preferencia de la presentación del producto	41
Gráfico 9-3.	¿Cómo le gustaría adquirir la Harina?.....	42
Gráfico 10-3.	Precio que estarían dispuestos a pagar.	43
Gráfico 11-3.	Medios de comunicación de preferencia.	44
Gráfico 12-3.	Aspectos más relevantes al adquirir un producto	45
Gráfico 13-3.	Lugares de preferencia para adquirir el producto.	46
Gráfico 14-3.	Uso que se le daría al producto	47
Gráfico 15-3.	Percepción sobre la creación de esta empresa.	48

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: FORMATO DE ENCUESTA REALIZADA DE MANERA VIRTUAL.

RESUMEN

En el Ecuador a pesar de existir materia prima no se las sabe aprovechar correctamente, por lo que la creación de nuevas empresas que se dediquen a transformar la materia prima en productos elaborados es necesaria para dinamizar la economía. Por esta razón el objetivo del proyecto fue elaborar un estudio de factibilidad de una empresa productora y comercializadora de harina derivada de yuca y papachina en el cantón Morona, provincia de Morona Santiago que incida en el desarrollo económico de la zona. Para lograr esto se elaboró un estudio de mercado y estudio técnico de la producción y comercialización de harina derivada de productos como son la harina y la papachina, conjuntamente se realizó un estudio económico financiero y las evaluaciones correspondientes con respecto a la creación de una nueva empresa sabiendo si la misma es aceptada por los consumidores. La metodología fue de enfoque mixto de corte transversal con un alcance exploratorio y descriptivo de tipo no experimental, la población de estudio fueron 22.536 personas que corresponden a la población económicamente activa y se calculó una muestra de 378 encuestas a ser realizadas. En base a los resultados se obtuvo que la población está dispuesta a consumir un producto a base de yuca y papachina. Una vez aplicados los diferentes indicadores financieros se obtuvo un valor actual neto (VAN) de USD \$8,862; se adquiere una tasa interna de retorno (TIR) es del 24% de la inversión, la inversión se recupera en un lapso de 1 año aproximadamente. Estos resultados indicaron claramente que el proyecto es factible y rentable para su implementación, debido a que su inversión se recupera en corto plazo.

Palabras clave: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <PROYECTO DE FACTIBILIDAD>, <HARINA>, <PAPACHINA (*Colocasia Esculenta*)>, <YUCA (*Manihot Esculenta Crantz*)>.



04-03-2022

0387-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

In Ecuador, despite the existence of raw materials, these are not used correctly, so the creation of new companies dedicated to transforming raw materials into processed products is necessary to boost the economy. For this reason, the objective of the project was to prepare a feasibility study of a company that produces and trades flour derived from cassava and papachina in the canton of Morona, province of Morona Santiago, which will affect the economic development of the area. To achieve this, a market and a technical study of the production and commercialization of flour derived from products such as flour and papachina, a financial economic study and the corresponding evaluations were carried out to create of a new company, to see if it is accepted by consumers. The methodology was a cross-sectional mixed approach with an exploratory and descriptive scope of a non-experimental type, the study population was 22,536 people who correspond to the economically active population and a sample of 378 surveys to be carried out. Based on the results, it was obtained that the population is willing to consume a product based on cassava and papachina. Once the different financial indicators have been applied, a net present value (NPV) of USD \$8,862 was obtained; an internal rate of return (IRR) is acquired is 24% of the investment, the investment is recovered in roughly a year. These results clearly indicated that the project is feasible and profitable as its investment is recovered in the short term.

Keywords: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <FEASIBILITY PROJECT>, <FLOUR>, <PAPACHINA (*Colocasia Esculenta*)>, <YUCA (*Manihot Esculenta Crantz*)>.

LUIS
FERNANDO
BARRIGA FRAY
Firmado digitalmente
por LUIS FERNANDO
BARRIGA FRAY
Fecha: 2022.03.07
17:54:38 -05'00'

INTRODUCCIÓN

En el cantón Morona existe un número limitado de empresas, ya que la mayoría no han podido mantenerse por la falta de apoyo, por la falta de persistencia y un sinnúmero de inconvenientes que han tenido los pequeños y grandes emprendedores, la falta de influencias de las autoridades locales no contribuyen para ser conocidos a nivel Nacional e Internacional, todas estas causas han contribuido a que el cantón no sea considerado como un lugar estratégico en el Ecuador y por lo cual no se desarrolla Económicamente, ya que al existir potenciales de materia prima no se las sabe aprovechar correctamente y son otras ciudades las que aumentan su economía gracias a ello.

En la actualidad existen varias personas dedicadas a la siembra y cosecha de yuca y papachina en la provincia de Morona Santiago sobre todo en el cantón Morona y sus parroquias, pero sucede que las personas consumen este producto a través de los intermediarios mas no de los productores he ahí el dilema y la desigualdad de muchos pueblos indígenas. Según en tercer Censo Nacional Agropecuario realizado por el INEC en el año 2010 se muestra que existe un aproximado de 443 hectáreas sembradas de yuca y 47 hectáreas de papachina en el Cantón morona provincia de Morona Santiago. (PCDOT Morona, 2014)

Surge la necesidad de crear un estudio de factibilidad de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una harina derivada de los productos antes mencionados, considerando que no existe una empresa similar en la zona que esté dispuesta a pagar precios justos, ofrecer empleo y beneficiar a todos sus habitantes. Se entiende como Población Económicamente Activa, PEA, al conjunto de personas de 12 años y más que tienen una ocupación, ya sea remunerada o no, dentro o fuera del hogar, que en el período de referencia han trabajado por lo menos una hora semanal, así como las personas que no trabajan debido a que están gozando de vacación, están enfermas o no laboran a causa de huelga o mal tiempo, y las personas que no trabajan, pero buscan trabajo habiendo laborado antes (cesantes) o buscan un empleo por primera vez. (INEC, 2010)

Según el censo de población y vivienda realizado en noviembre del año 2010, la población de la provincia de Morona Santiago, es de 147940 y del cantón Morona, es de 41.200 habitantes, lo que representa el 27.8% respecto a la provincia.

El PEA (Población Económicamente Activa) del Cantón Morona representa el 54.7% de la población es decir 22536 personas de las cuales el 33.1% se dedica a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca quedando así un total de 7460 personas. Morona Santiago está entre las tres

provincias más pobres de Ecuador, junto a Bolívar y Orellana, según el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC). Esto porque más del 60% de la población es pobre en función de los índices de pobreza por consumo y por necesidades básicas insatisfechas. Estos índices miden las condiciones de vida, no solo los ingresos, por lo que se evidencia una población excluida de la provisión de adecuados servicios básicos, oportunidades laborales, servicios sociales y de salud.

La harina que se pretende producir servirá como materia prima de productos terminados tales como empanadas, pan, coladas, etc., de este modo daremos frente a un problema que ha venido agobiando a las familias se trata de la desnutrición, se entiende por desnutrición a la carencia de alguno o de todos los elementos nutritivos causados por deficiencias en la dieta o bien por alteraciones en la digestión o absorción. (Parra, Reyes y Escobar, 2003), como empresa se dará frente a este problema debido a los beneficios que posee tanto la papachina como la yuca.

El principal objetivo del proyecto es elaborar un estudio de factibilidad de una empresa productora y comercializadora de harina derivada de yuca y papachina en el cantón Morona provincia de Morona Santiago que incida en el desarrollo económico. Además de esto se busca medir la viabilidad de una empresa que se dedica a la producción y comercialización de harina derivada de yuca y papachina en el cantón Morona. Para lograr esto se busca elaborar un estudio de mercado y estudio técnico de la producción y comercialización de harina derivada de productos como son la harina y la papachina conjuntamente se realiza un estudio económico financiero y las evaluaciones correspondientes con respecto a la creación de una nueva empresa sabiendo si la misma es aceptada por los consumidores. Para lograr todo esto es indispensable que la investigación se fundamente en datos teóricos para que la misma tenga la veracidad que requiere, de igual manera dicha teoría nos ayudará a conceptualizar los términos más usados a lo largo de la investigación.

El presente proyecto pretende crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de harina derivada de productos como la yuca y la papachina para lo cual se hará uso de algunas técnicas y métodos que no permitirán que su desarrollo se dé de la mejor manera, se usará un enfoque mixto siendo que a lo largo de la investigación habrá un enfoque cualitativo que describa las preferencias y gustos de los clientes y uno cuantitativo que se centre en los datos numéricos que se utilizarán en un futuro. Posterior a eso la investigación se centrará en un nivel exploratorio y descriptivo los mismos que nos permitirán que la información obtenida cuente con la veracidad adecuada, de igual manera el diseño de la investigación será no experimental

con un corte transversal el mismo que permitirá analizar los datos obtenidos sobre la población a estudiar. Para finalizar la investigación se basará en un tipo de estudio documental y de campo, debido a que se recopilará información bibliográfica de fuentes confiables y se realizarán las encuestas necesarias que otorguen datos oportunos a la investigación.

Crear una empresa en el cantón Morona permitirá que el mismo se desarrolle y se haga conocer nacional y porque no en algunos años internacionalmente por la calidad de la producción que ofrece, al producir una harina de 2 productos propios de nuestra provincia logramos que el productor adquiera un precio justo por su producto y que las personas adquieran el producto terminado a un precio accesible porque eso es lo que se pretende, beneficiar a todas las personas que estarían involucradas en la creación de esta empresa.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1 Antecedentes de la investigación

El presente proyecto de factibilidad ha tomado como referencia algunos proyectos de investigación de distintos repositorios universitarios.

TEMA: “DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ELABORADORA Y EXPORTADORA DE HARINA DE YUCA CON CERTIFICACIÓN HACCP, DESDE EL CANTÓN HUAQUILLAS PROVINCIA DE EL ORO, ORIENTADA HACIA EL MERCADO ALEMÁN”.

Conclusiones:

El 66,67% de los exportadores de harina de yuca entrevistados sobre si Ecuador obtiene preferencias arancelarias con mercados europeos contestaron si, el 44,44% de los exportadores de harina de yuca entrevistados sobre los países donde se encuentran la mayor demanda internacional del producto contestaron Europeos, el 44,44% de los exportadores de harina de yuca entrevistados sobre los productos que se pueden obtener de la yuca contestaron harina y el 55,26% de los exportadores de harina de yuca entrevistados sobre la certificación internacional que utiliza para exportar el producto respondieron fairtrade. (Aponte, 2016).

Con la información obtenida en este trabajo de titulación podemos decir que el crear una empresa productora y comercializadora de harina de yuca y papachina es factible ya que se dispone de gran cantidad de estos dos productos en el Cantón Morona y en el país en general.

TEMA; “PLAN DE NEGOCIOS PARA EL MONTAJE DE UNA PLANTA PROCESADORA DE HARINA DE YUCA, MEDIANTE EL PROCESO DE EXTRACCIÓN POR VÍA SECA, EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR”.

Conclusiones:

El plan de negocio se sustenta en la creación de una planta productora de harina de yuca en el Departamento del Cesar, el cual se ha caracterizado por tener una vocación inminente agrícola y agroindustrial, es por ello que surge la idea de crear una planta productora para que con ello se logre procesar la cosecha de yuca que existe en este departamento. En el ámbito financiero se pudo determinar los ingresos y gastos para el proyecto, el cual arrojó los datos para la

construcción de los estados financieros, balance, estado de resultado y flujo de caja, este último permitió calcular los indicadores de bondad financiera, los cuales determinaron que el proyecto es financieramente viable, puesto se obtuvo una VPN de \$ 888.174.915 Y una TIRM 53,24%. (Martínez, 2011)

Con respecto a la información obtenida del trabajo antes mencionado se puede resaltar que este tipo de empresas una vez implementadas si generan ganancias y que son rentables debido a la capacidad de ventas que tienen.

TEMA: “PAN ARTESANAL CON HARINA DE PAPA CHINA (COLOCASIA ESCULENTA L.) Y TRIGO INTEGRAL (TRITICUM AESTIVUM L.) EN “SERVIPAN QUITUMBE”, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”.

Conclusiones:

El estudio de las bases históricas sobre el origen del pan y en papel en la alimentación demuestra que este producto se extiende desde los primeros momentos del origen de la civilización, alcanzando el presente como un producto consolidado en la alimentación mundial. En este trabajo se describe el proceso de obtención de la harina de papa china, desde la obtención de la materia prima su procesamiento hasta lograr el producto final: la harina. La papachina posee una gran variedad de proteínas que son buenas para la salud humana sobre todo aquellas personas que cuidan de su alimentación. (Chiriboga, 2016).

Analizada la información se puede decir que tanto la yuca como la papachina poseen una gran variedad de nutrientes que benefician la salud de las personas sobre todo si son productos netamente naturales.

TEMA: “ESTUDIO DEL EFECTO DE LA SUSTITUCIÓN DE LA HARINA DE TRIGO POR HARINA DE PAPA CHINA PARA LA ELABORACIÓN DE PAN”.

Conclusiones:

La harina de papa china tiene un alto contenido de carbohidratos, 84.36% BS, proteína 8.37% BS y fibra 1.34% BS, lo cual favorece su utilización en la panificación, mediante el análisis Mixolab fue posible determinar experimentalmente que la utilización de harina de papa china en la elaboración del pan, prolonga la vida útil del mismo, los principales factores que se ven afectados con la adición de harina de papa china en el pan son: el sabor, la textura y el volumen específico de los panes. Siendo la disminución del volumen específico más perceptible a partir

de una sustitución del 10% de harina de papa china. El pan con 5% de harina de papa china presentó un volumen superior en relaciones a los otros panes estudiados y la aceptabilidad global no presenta diferencias significativas con el pan control. (Vásquez, 2015)

Por ende, analizadas las conclusiones dadas en este trabajo de titulación se afirma que tanto la yuca como la papachina resultan beneficiosas para el cuidado de la salud de las personas, que es mucho más saludable consumir derivados de la harina de yuca o papachina que los que se realizan con la harina tradicional.

1.2 Marco teórico

Denominado también marco de referencia sirve como base teórica o compendio de pensamientos; ideas y conceptos reflejados en libros digitales y físicos, que permiten captar de mejor manera temas asociados al tema de investigación.

1.2.1 Proyecto

Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana. En este sentido puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etcétera. (Urbina, 2013).

Un proyecto es un esfuerzo temporal que en forma gradual permite lograr un resultado único o entregable único. (Arboleda, 2013).

1.2.2 Clasificación de los proyectos

1.2.2.1 Proyectos de inversión.

Hay una gran variedad de formas de inversión y de causas que las soportan, por ejemplo, son diferentes los tipos de inversiones que hace una empresa que tiene excedentes de liquidez y una que quiere construir una nueva planta. (Villarreal y Hernández, 2017).

1.2.2.2 Proyectos de inversión privada

Los proyectos de este tipo se refieren a aquellos cuyo único fin es rentabilizar la inversión de forma económica. Por este motivo su capital proviene de empresas y organizaciones del sector privado, que buscan poder recuperarlo y obtener un beneficio financiero futuro. Para ello, los

departamentos de Investigación y Desarrollo de las empresas se esmeran en explorar las diversas opciones con el fin de mejorar los productos o servicios existentes, buscar nuevos mercados, o descubrir formas de operar más eficientes, entre otras tareas. (García, 2018).

Características de la inversión privada

- Su objetivo es conseguir una rentabilidad económica y financiera, con el fin de recuperar la inversión de capital inicial.
- Se busca el máximo beneficio posible sobre la menor inversión.
- Los fondos invertidos son privados.
- Tipos de proyectos de inversión privada
- Dentro de este tipo de proyectos de inversión, hay una gran variedad de subtipos, dependiendo de dónde se invierta el capital:

1.2.2.3 Nuevos productos o mercados

Una inversión muy común en el sector privado es la que busca introducirse en un nuevo producto o servicio o en un nuevo mercado. Para ello, el capital es necesario para producir y poner en marcha la nueva línea de negocio. Este tipo de inversión podría cambiar la naturaleza del negocio. Por ello, es necesario un análisis financiero muy detallado de la misma. Además, es muy probable que sea necesaria la aprobación por parte del consejo directivo y los altos cargos de la empresa (Flórez, 2015).

Un ejemplo de esta inversión podría ser un nuevo aparato electrónico creado por una empresa tecnológica. Este producto también podría estar dirigido a un mercado nuevo para la empresa.

1.2.2.4 Expansión de productos o mercados existentes

Hay casos en los que la empresa quiere expandirse geográficamente, probablemente debido a un gran crecimiento de la demanda. Para este tipo de inversión, también es necesario un análisis, aunque quizá no tan detallado como en el caso de los nuevos productos o servicios. Esto es debido a que ya se conoce el proceso, aunque sea a menor escala, lo que ayudará a implementarlo en otros lugares. (Porter, 2008).

1.2.2.5 Proyecto de sustitución para continuar con las operaciones

Hay veces en las que hay que hacer algún cambio para poder continuar con las operaciones. Un ejemplo sería el reemplazamiento de una pieza que se ha estropeado en una máquina de

producción. Este caso es de los más sencillos, ya que, al ser una pieza que ya se poseía, se conoce y sus resultados son fáciles de estimar. (Urbina & Castellanos, 2006).

1.2.2.6 Proyecto de sustitución para una reducción de los costes

Este tipo de proyecto de inversión es muy común en las empresas hoy en día. Se refiere a la sustitución de algunos procesos por otros con la intención de reducir el coste final. Un ejemplo sería la sustitución de la pieza de la máquina anterior por otra más moderna y con mejoras que facilitan el proceso. (Chain, 2001).

Para este tipo de proyectos se requiere un análisis mayor y más detallado que el anterior, con el fin de estimar si realmente esa inversión va a reducir los costes futuros.

1.2.2.7 Proyectos de inversión pública

Los proyectos de inversión pública son gestionados por el estado, con fondos públicos. Por lo tanto, aquí el beneficio no es únicamente económico, sino también social: que puedan ser disfrutados por el mayor número de personas. Hay casos en los que incluso sin tener una rentabilidad, el impacto social es muy grande, con lo que se compensa el retorno de este otro modo. (Duarte & Tibana, 2015).

Características de la inversión pública:

- Se busca conseguir una mejora en el bienestar social.
- La rentabilidad se mide en el impacto social.
- El Estado es quien gestiona y ejecuta los proyectos.
- Se invierten fondos públicos, recaudados mediante impuestos.

1.2.2.8 Proyectos de infraestructura

Estos proyectos son obras públicas que tienen el objetivo de utilizarse para una actividad económica mejorando la producción, generando empleo, creando una mayor actividad económica o para una actividad social ayudando a mejorar las condiciones de vida de ciertos colectivos. (Pérez-Brito, 2013).

Dentro de esta entran muchos tipos de infraestructuras: de educación (universidades), sanitarias (hospitales), deportivas (estadios), energéticas (presas).

1.2.2.9 Proyectos de desarrollo empresarial

En este tipo de proyectos se busca ayudar a las pequeñas y medianas empresas e impulsar el emprendimiento, realizando subvenciones y ayudas con el fin de facilitarles la generación de actividad. (Miranda, 2005).

Un ejemplo podría ser una subvención para nuevas empresas del ámbito tecnológico.

1.2.2.10 Proyectos ambientales

En los proyectos ambientales, el objetivo final es la mejora del medio ambiente. Para ello, se invierte en programas de concienciación, tratamientos de residuos, recuperación de áreas degradadas, conservación de zonas protegidas, etc. (Urbina & Vallejo, 2014).

1.2.3. Importancia de los proyectos

La importancia de los proyectos radica en que se constituyen en un instrumento básico de información para la toma de decisiones de inversión, y por los efectos que puede generar su ejecución y operación en cuanto a la solución de los problemas existentes, al desarrollo económico y social de una región o un país y, en particular, por los beneficios que le puede generar a un inversionista. En la práctica se pueden identificar proyectos para satisfacer necesidades concretas o para aprovechar oportunidades especiales. (Meza, 2009).

1.2.4. Características de los Proyectos

Para Martínez & Pellicer (2009) todos los tipos de proyectos tienen en común una serie de características:

- Cuentan con un propósito.
- Se resumen en objetivos y metas.
- Se han de ajustar a un plazo de tiempo limitado.
- Cuentan con, al menos, una fase de planificación, una de ejecución y una de entrega.
- Se orientan a la consecución de un resultado.
- Involucran a personas, que actúan en base a distintos roles y responsabilidades.
- Se ven afectados por la incertidumbre.

- Han de sujetarse a un seguimiento y monitorización para garantizar que el resultado es el esperado.
- Cada uno es diferente, incluso aquellos con similares características.

1.2.5. Proyecto de factibilidad

Un proyecto factible consiste en un conjunto de actividades vinculadas entre sí, cuya ejecución permitirá el logro de objetivos previamente definidos en atención a las necesidades que pueda tener una institución o un grupo social en un momento determinado. Es decir, la finalidad del proyecto factible radica en el diseño de una propuesta de acción dirigida a resolver un problema o necesidad previamente detectada en el medio (Moya, 2002).

Según (Mejía et al., 2016) Determinan que un estudio de factibilidad consiste en definir el nivel posibilidades de éxito para conseguir la solución de las necesidades. El estudio incluye los objetivos, alcances y restricciones sobre el sistema, además de un modelo lógico de alto nivel del sistema actual. A partir de esto, se crean soluciones alternativas para el nuevo sistema, analizando para cada una de éstas, diferentes tipos de factibilidades.

Una vez expuesto el criterio de algunos autores podemos darnos cuenta que un estudio o proyecto de factibilidad es proponer soluciones a un problema o la búsqueda en sí de la satisfacción de los grupos sociales que conforman la sociedad.

1.2.5.1. Factibilidad Técnica. -

La factibilidad técnica es una evaluación que demuestre que el negocio puede ponerse en marcha y mantenerse, mostrando evidencias de que se ha planeado cuidadosamente, contemplado los problemas que involucra y mantenerlo en funcionamiento". (Vargas, 2016).

Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto.

El proyecto debe considerar si los recursos técnicos actuales son suficientes o deben complementarse. Es decir, dentro del aspecto técnico se determinará los elementos de tamaño, localización, equipos, instalaciones y organización. Que responde las siguientes interrogantes: cómo, cuándo, dónde y con qué equipamiento se va a elaborar el producto o servicio.

1.2.5.2. Factibilidad Económica. -

La factibilidad económica se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los recursos básicos que deben considerarse son el costo del tiempo, el costo de la realización y el costo de adquirir nuevos recursos. Generalmente la factibilidad económica es el elemento más importante ya que a través de él se solventan las demás carencias de otros recursos. (Vargas, 2016).

La factibilidad económica es de gran importancia, puesto que permite demostrar si el proyecto puede ponerse en marcha y si la inversión que se está realizando es justificada, factor que permite tomar una decisión clara y precisa. Si el proyecto a ejecutarse es rentable o no, en base a un flujo de caja que se proyecta mediante la investigación de campo y demanda potencial existente.

La presente investigación dará a conocer las bases legales que se alinea con el Sistema de Economía Popular y Solidaria de acuerdo al tema establecido. Según el artículo 24 de la Ley de Economía Popular y Solidaria, las organizaciones económicas del sector asociativo “Son organizaciones económicas del sector asociativo o simplemente asociaciones, las constituidas, al menos, por cinco personas naturales, productores independientes, de idénticos o complementarios bienes y servicios, establecidas con el objeto de abastecer a sus asociados, de materia prima, insumos, herramientas y equipos; o, comercializar, en forma conjunta, su producción, mejorando su capacidad competitiva e implementando economías de escala, mediante la aplicación de mecanismos de cooperación”. (Asamblea Nacional Constituyente, 2018).

1.2.6. Estudio de mercado

1.2.6.1 Mercado

La palabra mercado tiene varios significados. Por ejemplo, hay quien considera que es la acción de transportar y ofrecer artículos en una tienda para que estén disponibles cuando lo deseen los compradores; otros señalan que el mercado se muestra cuando el consumidor sale a recorrer tiendas y efectúa compras; también se considera que es el área geográfica donde concurren compradores y vendedores, o la relación que guardan entre sí la oferta y la demanda de un producto determinado.

Según (Urbina, 2013) es una área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.

Para realizar un estudio de mercado que comprenda todos los aspectos relacionados con los productos, esto es, oferta, demanda, precios, canales de distribución y promoción, es necesario investigar, es decir, aplicar una metodología científica que permita tomar las decisiones correspondientes a partir de los resultados que se obtengan. (Arboleda, 2013).

La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing. Cabe destacar que el estudio de mercado contrasta la suposición entre la oferta y la demanda, dónde se analiza puntualmente aspectos como el producto, precio y plaza. Además, se analiza la oferta y la demanda histórica, real y proyectada.

Producto: Es todo lo que se puede ofrecer al mercado, que reúne características tangibles y satisface necesidades de la demanda

Precio: Es el valor a ser pagado por lo clientes a cambio de la adquisición del producto.

Plaza: Son los medios de distribución que tendrá el producto para llegar al cliente final.

1.2.7 Demanda

La demanda se refiere a la cantidad de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado. El precio del producto se determinará por la demanda, ya que ésta constituye una serie de relaciones y cantidades.

Para estudiar la demanda es indispensable contar con una cuantificación de su volumen y del valor de la demanda real y potencial del producto o servicio. (Cortes, 2012).

En caso de no existir datos históricos del consumo, se necesita plantear en la investigación de campo interrogantes acordes que permitan determinar un consumo potencial.

1.2.7.1. Ley de la demanda

Las cantidades de una mercancía que los consumidores están dispuestos a comprar varían en relación inversa al movimiento de los precios; esto es, si los precios aumentan, la demanda baja y si los precios se reducen, la demanda aumenta. Dichas mercancías estarán determinadas por los siguientes factores:

- Los grupos y preferencias de los consumidores están condicionados por la costumbre, el hábito y la cultura.
- El número de consumidores.

- El precio de los productos sustitutos, que será más notable cuanto más perfectos sean los productos sustitutos.
- Los ingresos de los consumidores.
- El nivel general de los precios. (Fischer & Espejo, 2011)

1.2.7.2 Demanda Insatisfecha

Es aquella en donde parte de una población o un conjunto de instituciones no reciben el servicio y/o producto que requieren, por lo tanto, la demanda es mayor que la oferta. El proyecto cubrirá una porción o la totalidad de la brecha identificada. (Andía, 2011).

$$Demanda - Oferta = Demanda Insatisfecha \quad \text{Ec.1}$$

¿Cuánto se necesita?

¿Cuánto se ofrece?

1.2.8. Oferta

La oferta es la cantidad de productos que los diversos fabricantes, productores o prestadores de servicios ponen en los mercados a disposición de los consumidores para satisfacer sus necesidades. (Morales & Morales, 2009).

La oferta se refiere a las cantidades de un producto que los fabricantes están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado.

1.2.8.1. Ley de la oferta

La cantidad de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado varía en relación directa al movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta decrece y ésta aumenta si el precio se eleva.

Dichas mercancías están determinadas por los siguientes factores:

- El número de firmas en el sector industrial.
- La capacidad productiva de las firmas existentes.
- El costo de los factores de producción.
- Las técnicas de producción. (Fischer y Espejo, 2011).

1.2.9. Precio

El precio es el valor, expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto empresarial, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos.

En teoría se manifiesta que como punto de partida para la fijación del precio se deben tomar los costos de operación y de financiación, complementados con la estimación y el análisis de la demanda del producto. Esta metodología es poco utilizada en la práctica por lo dispendiosa. Casi siempre, el empresario lo hace con base en el conocimiento que tiene sobre el mercado. (Arboleda, 2013).

1.2.10. Canales de distribución

Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria. En cada intermediario o punto en el que se detenga esa trayectoria existe un pago o transacción, además de un intercambio de información. El productor siempre tratará de elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vista.

Existen dos tipos de productores claramente diferenciados: los de consumo en masa y los de consumo industrial. Existen dos tipos de productores claramente diferenciados: los de consumo en masa y los de consumo industrial. (Urbina, 2013).

Se realizará este estudio a través de una encuesta elaborada con el fin de saber la participación que vamos a tener en el mercado una vez ofertado el producto, una vez elaborada la encuesta se tendrá que realizar la tabulación de los datos y a partir de ello el análisis de los resultados, los mismos que nos brindarán gran información a la hora de tomar decisiones con respecto al producto que vamos a elaborar.

1.2.11. Estudio técnico. -

Consiste simplemente en hacer un análisis del proceso de producción de un producto o servicio para la realización de un proyecto de inversión. (Portales, 2011).

El estudio técnico comprende todos los mecanismos necesarios a la hora de empezar un proyecto o un negocio y que todos ellos se encuentren relacionados con el funcionamiento y operatividad del mismo.

El estudio técnico comprende varios aspectos, entre los que se destacan:

Estudio de materias primas.

- Localización general y específica de las diversas instalaciones.
- Dimensiones de la planta.

Estudio de ingeniería del proyecto, que incluye aspectos como:

- Descripción del proceso productivo.
- Selección del equipo de fabricación.
- Descripción del equipo e instalaciones de la planta. (Morales & Morales, 2009).

Este estudio se elaborará en base a un proceso a seguir:

- Descripción detallada.
- Diagrama de Flujo.
- Distribución de Planta.
- Diagrama de recorrido.

Además, en este estudio se detallarán la maquinaria y equipos necesarios para la elaboración de la harina de yuca y papachina además de una descripción de cada una de las maquinarias y equipos y a la par un detalle de todos los insumos requeridos para el proceso de producción de nuestro producto.

1.2.12. Localización.

El objetivo del Estudio de la Localización de un proyecto es analizar las diferentes alternativas de ubicación espacial del proyecto.

La localización tiene por objetivo, analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, buscando establecer un lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social. (Corrillo y Gutiérrez, 2016).

1.2.12.1. Micro localización.

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para elaborar el proyecto, en el cual se va elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde

se ubicará definitivamente la empresa o negocio, este dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.

1.2.12.2. Macro localización.

Es la localización general del proyecto, es decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, la localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto desde el punto de vista social. (Garduño, 2012).

1.2.13. Distribución de Planta.

Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

Los objetivos y principios básicos de una distribución de la planta son los siguientes:

- Integración total Consiste en integrar en lo posible todos los factores que afectan la distribución, para obtener una visión de todo el conjunto y la importancia relativa de cada factor.
- Mínima distancia de recorrido Al tener una visión general de todo el conjunto, se debe tratar de reducir en lo posible el manejo de materiales, trazando el mejor flujo.
- Utilización del espacio cúbico, Aunque el espacio es de tres dimensiones, pocas veces se piensa en el espacio vertical. Esta acción es muy útil cuando se tienen espacios reducidos y su utilización debe ser máxima.
- Seguridad y bienestar para el trabajador Éste debe ser uno de los objetivos principales en toda distribución.
- Flexibilidad Se debe obtener una distribución fácilmente reajutable a los cambios que exija el medio, para poder cambiar el tipo de proceso de la manera más económica, si fuera necesario. (Urbina, 2013).

1.2.14. Maquinaria.

El término de maquinaria hace referencia a un dispositivo mecánico compuesto por determinadas piezas (ya sean móviles o inmóviles) que permiten que interactúen entre sí

y, mediante la interacción, transformarse en energía y poder realizar una acción determinada. (Mendéz, 2019).

Conjunto de piezas que componen un mecanismo y que sirven para poner en funcionamiento un aparato. Conjunto de personas y medios organizados que hace funcionar una determinada actividad humana colectiva. (Lexico, 2020).

1.2.15. Flujo de procesos.

Un flujo de procesos, también denominado diagrama de flujo, es una representación gráfica de una secuencia de actividades o acciones que implican un proceso determinado. Es decir, el flujo de procesos consiste en representar gráficamente, situaciones, hechos, movimientos y relaciones de todo tipo mediante el uso de símbolos.

Esta herramienta es excelente para comprender un proceso e identificar las oportunidades de mejora que existen en el mismo; a la vez que permite diseñar un nuevo proceso partiendo de las mejoras identificadas. (Nova, 2017).

Un flujo de procesos de una empresa parece algo informal para llevar el control de una serie de procesos, pero lo cierto es que son muchas las ventajas que se asocian a su uso por distintos motivos:

- Ayudan a comprender e interiorizar mejor el proceso que se plantea, ya que al estar realizado con dibujos la comprensión y la memorización es más efectiva, incluso en aquellos procesos que se consideran más largos y tediosos.
- Con un simple vistazo se pueden ver las oportunidades y los problemas que presenta el proceso.
- Es una buena herramienta para la capacitación de nuevos empleados ya que, de manera fácil, explican la forma de proceder de la empresa en los diferentes procesos que tiene en marcha.
- Muestra todas las transacciones que se realizan y todos los agentes que intervienen en ella, con lo que se puede llevar un mejor control de quién es el responsable de cada etapa.
- Detecta áreas de mejora y permite estudiar en profundidad cada parte del proceso e identificar qué necesidades están atendidas, o no, en la actualidad. (EAE Business School, 2020).

1.2.16. Estudio Económico-Financiero.

Es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción.

Su finalidad es permitirnos ver si el proyecto que nos interesa es viable en términos de rentabilidad económica. Por ello, el estudio financiero se convierte en una parte fundamental en cualquier proyecto de inversión. No importa si se trata de un emprendedor con una idea de negocio, una empresa que quiere crear una nueva área de negocios o incluso un inversor que está interesado en poner su dinero en una empresa con el fin de obtener rentabilidad.

El estudio financiero formará parte de un posterior estudio de mercado. Toda la información recogida nos permitirá hacer el análisis de riesgos de un proyecto y evaluar en profundidad su viabilidad. (OBS Business School, 2020).

En este estudio económico-financiero se tomarán en cuenta varios factores y parámetros a seguir como son la obtención de costos y gastos considerando que existen dos tipos fijos y variables, además de eso se elaborara el flujo de caja de la empresa, se usara la fórmula para obtener la Tasa Interna de Retorno (TIR), el balance general, y de igual manera las inversiones que se realizaran a lo largo de la creación de la empresa para así saber cuál será el capital de trabajo que se necesitara y para finalizar obtendremos el punto de equilibrio es decir el punto en donde la empresa no pierda ni gane considerando la cantidad ofertada y la cantidad demandada.

1.2.17. Inversión Inicial.

La inversión inicial indica la cuantía y la forma en que se estructura el capital para la puesta en marcha de la empresa y el desarrollo de la actividad empresarial hasta alcanzar el umbral de rentabilidad. Para ello es necesario considerar varios usos del capital de inversión, bienes tangibles o activo fijo: tal como maquinaria, instalaciones, locales u oficinas, elementos de transporte, equipamiento informático, etc.

La inversión inicial indica la cuantía y la forma en que se estructura el capital para la puesta en marcha de la empresa y el desarrollo de la actividad empresarial hasta alcanzar el umbral de rentabilidad. A lo largo del desarrollo del Plan de Empresa posiblemente se encuentren nuevas necesidades de inversión o desechado otras previstas inicialmente. En el plan de Inversión es el momento de concretar qué inversiones son imprescindibles, cuales superfluas o susceptibles de aplazamiento, siempre teniendo en cuenta que se debe alcanzar la “masa crítica” o inversión mínima para que el negocio sea operativo.

Para ello es necesario considerar varios usos del capital de inversión:

- Bienes tangibles o activo fijo: tal como maquinaria, instalaciones, locales u oficinas, elementos de transporte, equipamiento informático, etc.
- Bienes intangibles o activo intangible: como gastos de constitución y primer establecimiento, fianzas, patentes.
- Fondo de maniobra: capital necesario para el desenvolvimiento del día a día del negocio, como sueldos, impuestos, Seguridad Social, pago a proveedores, alquileres, gastos de consumo como de luz, agua, telefonía y comunicaciones, entre otros. (Univia Virtual, 2014).

1.2.18. Ingresos.

Se entiende por ingreso el aumento de los recursos económicos. Este aumento no puede deberse a nuevas aportaciones de los socios, sino que deben proceder de su actividad, de prestar servicios o por venta de bienes.

Los ingresos provocan el incremento del patrimonio empresarial, ya que por un lado puede aumentar el activo de una empresa, y por otro reducir el pasivo y las obligaciones que existen. (Banda, 2016).

1.2.19. Egresos.

El termino egreso procede de la voz latina “*egressus*” que significa salida. En términos financieros se define egresos como toda salida de dinero que se produzca en una empresa o sociedad. Un egreso es, por lo tanto, la salida de recursos financieros con el fin de cumplir un compromiso de pago.

Pero también se entiende por egreso a la salida de dinero provocada por otros motivos como el de realizar una inversión. El término egresos tiene su antónimo en la palabra ingreso. (Diaz, 2018).

1.2.20. Flujo de efectivo

Según (Andrade et al., 2018) “Son las actividades que constituyen la principal fuente de ingresos actividades ordinarias de la entidad, así como otras actividades que no pueden ser calificadas como de inversión o financiación”.

1.2.20.1. Flujo de Efectivo por Actividades de Inversión. -

Según (Santander 2015) el flujo de efectivo por actividades de inversión es la de adquisición y disposición de activos a largo plazo, así como de otras inversiones no incluidas en el efectivo y los equivalentes al efectivo. La presentación separada de los flujos de efectivo procedentes de las actividades de inversión es importante, porque tales flujos de efectivo representan la medida en la cual se han hecho desembolsos que van a producir ingresos y flujos de efectivo en el futuro, ya sea que éstos correspondan a inversiones en propiedad, planta y equipos, inversiones en otras sociedades, y en otros activos en general”.

1.2.21. Evaluaciones.

La evaluación de proyectos es un instrumento que ayuda a medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas resultantes del estudio del proyecto; para medir objetivamente las premisas y supuestos estas deben nacer de la realidad misma en la que el proyecto estará inserto y en el que deberá rendir sus beneficios. (Thompson, 2006).

1.2.21.1 Valor Presente Neto.

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados la inversión Inicial (Baca Urbina, 2018).

El Valor presente Neto o llamado también Valor Actual Neto es la sumatoria de los flujos de efectivo actualizados menos el valor de la Inversión Inicial, si el resultado es menor a 0 el proyecto se rechaza, pero si el resultado es mayor a 0 el proyecto se acepta ya que se considera que va a tener ganancia o utilidad descontando la tasa de retorno. La fórmula de cálculo es la siguiente:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{BN_t}{(1+i)^t} - I_0 \quad \text{Ec.2}$$

Donde:

Bn= Flujos que se producen en cada momento.

i= Tipo de Interés.

n= Número de períodos.

I₀= Inversión inicial a realizar

k= La tasa de descuento o el tipo de interés mínimo esperado

1.2.21.2 Tasa Interna de Retorno.

Es un estándar utilizado para decidir opciones sobre especulación y financiación de proyectos. Se caracteriza por ser la tasa de reembolso que se aproxima a la estimación actual de pago por tarea con la estimación actual de costos. Es la tarifa del préstamo que, utilizada en el cálculo del Valor Actual Neto, lo hace equivalente a 0. El argumento fundamental detrás de esta técnica es que muestra el retorno que producen los ingresos que ponen recursos en el emprendimiento en una figura que resume las condiciones del emprendimiento. (Altuve, 2004).

Al no depender de las condiciones que ganen en el mercado monetario, es la figura interna o natural de la tarea, es decir, mide el rendimiento del dinero mantenido en el proyecto, y no depende de otra cosa que no sean los flujos de efectivo de aquel. (Mete, 2014).

Fórmula.

$$TIR = \sum_{t=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0 \quad \text{Ec. 3}$$

1.2.21.3. Relación Beneficio/Costo

El análisis del costo-beneficio es un proceso que, de manera general, se refiere a la evaluación de un determinado proyecto, de un esquema para tomar decisiones de cualquier tipo. Ello involucra, de manera explícita o implícita, determinar el total de costos y beneficios de todas las alternativas para seleccionar la mejor o más rentable. Este análisis se deriva de la conjunción de diversas técnicas de gerencia y de finanzas con los campos de las ciencias sociales, que presentan tanto los costos como los beneficios en unidades de medición estándar usualmente monetarias para que se puedan comparar directamente.

La técnica del costo-beneficio se relaciona de manera directa con la teoría de la decisión. Pretende determinar la conveniencia de un proyecto a partir de los costos y beneficios que se derivan de él. Dicha relación de elementos, expresados en términos monetarios, conlleva la posterior valoración y evaluación. (Díaz, 2017).

$$RBC = \frac{\sum IA}{\sum EA} \quad Ec. 4$$

Donde:

IA= Ingresos Actualizados

EA= Egresos actualizados incluidos la Inversión Inicial

1.2.21.4. Periodo de Recuperación de la Inversión

El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. (Salinas, 2015).

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. (Vaquiro, 2010).

$$PRI = \frac{a+(b-c)}{d} \quad Ec. 5$$

Dónde:

a= Año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

b= Inversión Inicial.

c= Flujo de efectivo acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d= Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

1.2.21.5. Evaluación ambiental.

La evaluación de efecto ambiental es una técnica apuntada a distinguir, representar y evaluar adecuadamente cada caso específico y según las directrices pertinentes actuales, los impactos inmediatos de una empresa en las variables que lo acompañan tanto en la afectación para las personas, la fauna, la vegetación, la suciedad, el agua, el aire, el medio ambiente

Esta evaluación se llevará a cabo a través de una cuadrícula que nos ayudará a diseccionar varios ángulos, por ejemplo, el efecto que la empresa tendrá en el clima, también, las actividades que son importantes para tener la opción de dar administración legítima de tales efectos. Cada uno de los indicadores se evaluará a través de una escala considerando las cualidades y deficiencias para más adelante establecer un informe en el que se establecen los puntos de comparación y los resultados. (Gómez & Gómez, 2014).

1.2.21.6. Evaluación social.

Consiste en comparar los beneficios con los costos que dichos proyectos implican para la sociedad, es decir, consiste en determinar el efecto que el proyecto tendrá sobre el bienestar de la sociedad (bienestar social de la comunidad). (Fontaine, 2008).

- Beneficios directos: considerados en la evaluación social de proyectos, miden el aumento en el ingreso nacional que provocará llevar a cabo dicho proyecto. En términos monetarios, el precio sombra corresponde al precio de mercado ajustado por un factor social. Asimismo, los costos directos corresponden a las compras de insumos y materiales directos, cuyo precio de mercado también es corregido por un factor.
- Beneficios y costos sociales indirectos: son los cambios o variaciones en la producción y consumo de bienes y/o servicios relacionados, es decir complementarios y suplementarios, provocados al llevar a cabo el proyecto.
- Beneficios y costos intangibles: son aquellos que no se pueden cuantificar, por lo que se consideran en la evaluación, pero de manera cualitativa y en donde normalmente tienen que ver con el bienestar de la comunidad respecto del proyecto. (Instituto Profesional IACC, 2019).

El impacto social se refiere a la contribución que nuestro proyecto tendrá en la mejora de las condiciones socioeconómicas de la población, para su desarrollo se tendrán en cuenta algunos indicadores como el número de empleos que se otorgarán, el incremento de la participación de la comunidad, la participación y beneficio para las mujeres, entre otros y una vez obtenidos los resultados tendremos la posibilidad de saber si el proyecto mejorará o no la calidad de vida de las personas que se encuentran en el entorno del mismo.

1.2.22. Yuca.

La yuca -*Manihot esculenta* Crantz- pertenece a la familia Euphorbiaceae. Esta familia está constituida por unas 7 200 especies que se caracterizan por el desarrollo de vasos laticíferos compuestos por células secretoras o galactocitos que producen una secreción lechosa. Su centro de origen genético se encuentra en la Cuenca Amazónica. Dentro de esta familia se encuentran tipos arbóreos como el caucho, *Hevea brasiliensis*; arbustos como el ricino o higuera, *Ricinus communis* y numerosas plantas ornamentales, medicinales y malezas además del género *Manihot* (Ospina, 2002).

La yuca, como cualquier otro cultivo, requiere una buena preparación del suelo que varía según el clima, el tipo de suelo y sus características físicas, biológicas y de vegetación, la topografía, el grado de mecanización y otras prácticas agronómicas. Es importante conocer la historia de uso del lote para mantener la sostenibilidad del suelo, verificar que no tenga zonas de encharcamiento y si fuera necesario realizar obras de drenaje y manejo de aguas. (Pérez y Rodríguez, 2018).

De acuerdo a (Míguez et al., 2015), su origen radica en Sudamérica donde fue domesticada por primera vez y es en Brasil donde existe el mayor número de especies y subespecies de *Manihot*. Es una de las primeras plantas alimenticias del mundo.

Según (Bennett et al., 2015) debido a su resiliencia en terrenos con poca agua disponible y su alto contenido de carbohidratos, la yuca es altamente consumida en las regiones tropicales y pobres.

La yuca crece bien en terrenos bajos desde el nivel del mar hasta los 140 m, con períodos vegetativos que van desde 8 hasta 12 y en algunos casos de 18 a 24 meses. Se adapta bien a los suelos ácidos e infértiles y tolera períodos largos sin lluvia. Algunas desventajas que presenta la yuca se refieren a su alta perfectibilidad, además que es un producto voluminoso por su alto contenido de agua.

1.2.23. Papachina.

La conocida vulgarmente como papa china, malanga, taro, ocumo chino depende su nombre al lugar donde se encuentre, sus tubérculos, cormos, hojas y peciolo son comestibles tanto para el ser humano como para algunos animales. (Miyasaka et al., 2003).

En Ecuador es posible sembrar esta planta en cualquier época del año, siempre y cuando se tengan las condiciones antes mencionadas. El rendimiento por hectárea que se obtenga puede variar según el mes de plantación; Martín, (2012) comenta que los meses con mayor rendimiento son diciembre, enero y febrero.

La preparación denominada poi es hipo alergénico, rica en vitaminas y minerales que disminuye la ocurrencia de diarrea, neumonía y enteritis en los bebés. Además, menciona la utilización de la harina de papa china en formulaciones para bebés, así como chips de papa china, pan, hamburguesa y otros productos en base de papa china. (Darkwa, 2013).

1.2.24. Producción.

“Se entiende por producción la adición de valor a un bien (producto o servicio) por efecto de una transformación. Producir es extraer o modificar los bienes con el objeto de volverlos aptos para satisfacer ciertas necesidades”. (Louis y Alain, 1993).

1.2.24.1. Proceso productivo.

Es un conjunto de actividades mediante las cuales uno o varios factores productivos se transforman en productos. La transformación crea riqueza, es decir, añade valor a los componentes o inputs adquiridos por la empresa. El material comprado es más valioso y aumenta su potencialidad para satisfacer las necesidades de los clientes a medida que avanza a través del proceso de producción, es necesario que en los procesos se identifiquen todos los inputs que se utilizan para obtener los outputs. Todos los procesos se componen de tareas, flujos y almacenamiento. Dentro de las tareas se tienen las esenciales, auxiliares, de apoyo, superfluas; en los flujos de producción existe el estático, funcional, secuencial. (Fernández et al., 2006).

1.2.25. Comercialización.

La comercialización es identificar las necesidades del cliente y satisfacerlas mejor que sus competidores para obtener una ganancia.

Matriz de Comercialización que incluye las siete "P" que le ayudan a responder ante las necesidades de sus clientes de tal forma que distingan su negocio de los demás:

- Producto se refiere a bienes o servicios que se les ofrece a los clientes. Es el elemento central para satisfacer sus necesidades.

- Precio se refiere al proceso de fijar el precio de su producto permitiéndole una ganancia, pero lo suficientemente asequible para que sus clientes estén dispuestos a pagar la cantidad solicitada.
- 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 Ud. recluta y entrena haciendo que su negocio sea diferente y se destaque de entre la competencia.
- Proceso es la manera en que se organiza el trabajo para que pueda ofrecer su producto a los clientes. Los procesos claros y bien organizados garantizan que sus bienes y servicios cumplan con ciertas normas de calidad y sean entregadas de manera conveniente a los clientes.
- Pruebas físicas definen la percepción de su negocio en las mentes de los clientes proporcionando la mayor cantidad de tangibles que le sea posible en sus interacciones con ellos. (OIT, 2016).

1.2.26. Desarrollo Económico.

El desarrollo económico a largo plazo es mucho más amplio. Implica cambios progresivos en la estructura socioeconómica de un país. Es importante resaltar que el crecimiento económico y desarrollo son dos términos diferentes usados en la economía. En general cuando se habla de desarrollo económico se refiere a los problemas de los países subdesarrollados y el crecimiento económico de los países desarrollados. El desarrollo económico se ha dado a través del crecimiento de la riqueza económica de los países o regiones, generando el bienestar de sus habitantes. (Gómez, 2010).

1.2.27. ¿Cómo se mide el desarrollo económico?

1.2.27.1. El PIB Per Cápita.

Tradicionalmente se ha utilizado como indicador de desarrollo, si bien no es excesivamente bueno en la medida de que se trata de un promedio del ingreso nacional, y no muestra de qué manera se distribuyen o incluso se gastan en servicios públicos dicho ingreso. Así podría ocurrir (y de hecho ocurre) que una economía tuviera renta per cápita muy elevada, pero la totalidad de la misma se encontrara en manos de una pequeña parte de la población. En este caso no podríamos hablar de verdadero desarrollo económico. (Amores Castillo, 2017).

Por tanto, como la riqueza es una medida imperfecta del desarrollo resulta necesario utilizar otros indicadores que reflejen mejor este concepto.

Fórmula. -

$$PIB \text{ pc} = \frac{PIB}{POBLACIÓN} \quad \text{Ec. 6}$$

1.2.27.2. Índices de Desarrollo Humano

Desde la década de los 80 del pasado siglo comenzaron a buscarse indicadores que reflejaran de manera certera el grado de desarrollo de las economías. Ninguno de ellos, por sí solo, constituye un indicador definitivo, por lo que resulta necesario considerar la totalidad de ellos para tener una idea lo más aproximada del grado de desarrollo de los países.

A este efecto el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo elabora los siguientes indicadores:

- IDH, o Índice de Desarrollo Humano. - Se trata de un indicador que se obtiene a través de la combinación de indicadores que tiene en cuenta tres aspectos relacionados con el desarrollo: la esperanza de vida, los logros en educación y el ingreso que perciben los individuos.
- IDG o Índice de Desarrollo relativo al género. - Utiliza las mismas variables que el IDH para reflejar las desigualdades en términos de progreso entre hombres y mujeres. La metodología empleada penaliza la desigualdad, lo que significa que el IDG disminuye cuando disminuyen los niveles de progreso de hombres y/o mujeres o cuando aumentan las disparidades entre estos.
- IPG Índice de Potenciación de Género Evalúa. - el progreso de las mujeres en su participación en foros económicos y políticos. Analiza, por tanto, hasta qué punto hombres y mujeres pueden participar activamente en la vida económica y política en un país.
- IPH o Índice de pobreza humana Para medir la pobreza. - en lugar de utilizarse los ingresos, se emplea este indicador que tiene en cuenta los aspectos en los que se manifiestan las privaciones de los seres humanos: una vida corta, falta de educación básica y falta de acceso a los recursos humanos.

1.2.27.3. Importancia del desarrollo económico. -

Comprender la importancia del desarrollo económico es fundamental, pero es necesario conocer algunas observaciones generales que las ciencias sociales nos hacen sobre este asunto. Por ejemplo, hay que tener muy en cuenta que crecimiento y desarrollo económico no viene siendo lo mismo; el primero se refiere exclusivamente al aumento de la producción, misma que se cuantifica en una cuenta denominada Producto Social o Producto Interno Bruto. (Chirinos et. al, 2018).

El PIB es muy importante porque nos da a conocer la realidad económica, como por ejemplo si crecemos o no y a qué ritmo lo hacemos, si es muy bajo o de plano si estamos estancados, nos da a conocer sobre los niveles de los ingresos personales de los miembros de la sociedad (el llamado ingreso per cápita); etcétera, por lo tanto, el PIB nos indica sobre el caudal de todos los bienes y servicios producidos por una sociedad en un determinado periodo (generalmente un año). En cambio, el concepto de desarrollo económico se refiere a la forma en que se distribuyen dichos bienes y servicios o la riqueza, sobre el desempleo o el pleno empleo, sobre la distribución del ingreso y la desigualdad social, etcétera. Cabe señalar que puede haber crecimiento sin haber desarrollo económico, es decir, cuando se da esta situación, se crea riqueza, pero ésta se concentra en sectores minoritarios. (Amores & Castillo, 2017).

Otra observación es que habrá de tenerse en claro que desarrollo no es lo mismo que expansión del mercado y del capitalismo; por ejemplo, de aprobarse el TLC, tendremos una expansión al tener acceso a uno de los mercados más grandes del mundo (EU y Canadá), pero no necesariamente habrá desarrollo económico; puede ser una oportunidad para crecer a un ritmo más acelerado, al haber mayor producción y crearse empleos, pero no siempre se obtienen tales resultados, ya que algunas veces se crece por la influencia de las tecnologías, las cuales aumentan la productividad, pero regularmente éstas son ahorradoras de mano de obra. (Pinedo & López, 2017).

Una tercera observación es que el crecimiento es resultado de la realidad, no es deliberado, es un resultado del funcionamiento normal de la economía de mercado; en cambio, el desarrollo es provocado, es intencional y deseado; es decir, es producto de ciertas políticas diseñadas con este fin; por ejemplo, en el crecimiento, las empresas producen más bienes pero sus objetivos son las ganancias; en cambio con el desarrollo se busca el pleno empleo, una mejor distribución de los ingresos y de la riqueza, disminuir las desigualdades entre sectores económicos (agricultura, industria y servicios), así como entre las regiones; por ejemplo, en México, la región norte está

creciendo y el sur está estancado; por último pero no lo menos importante, con el desarrollo económico se busca una mayor igualdad entre las personas o grupos sociales, etcétera.

Otra observación, es que el crecimiento y el desarrollo económico no es únicamente un fenómeno económico, sino que es a la vez político, social, cultural, ideológico, etcétera; por tal razón, se requieren de políticas integrales que abarquen el desarrollo tecnológico, la calidad de la educación, en fin, el crecimiento y el desarrollo económico es importante, porque sin ellos no puede haber bienestar. (Texa, 2018).

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Enfoque de investigación

Es un proceso sistemático disciplinado y controlado y está directamente relacionado a los métodos de investigación que son dos: método inductivo generalmente asociado con la investigación cualitativa que consiste en ir de los casos particulares a la generalización; mientras que el método deductivo, es asociado habitualmente con la investigación cuantitativa cuya característica es ir de lo general a lo particular. (Thomas et al., 2005).

Para la realización del proyecto se usó un enfoque mixto dada las características del proyecto en la cual se manejan datos y hay que interpretar los datos obtenidos desde un punto de vista cualitativo.

2.1.1. *Enfoque cualitativo*

En el enfoque cualitativo el investigador parte también de plantearse un problema científico como es de esperar, pero “no sigue un proceso claramente definido de manera que sus planteamientos no son tan específicos como en el enfoque cuantitativo y las preguntas de investigación no siempre se han conceptualizado ni definido por completo”. (Hernández et al., 2014).

2.1.2. *Enfoque cuantitativo.*

Como bien explican (Hernández et al., 2010) en el enfoque cuantitativo se parte de identificar y formular un problema científico, y a seguidas una revisión de la literatura afín al tema, con la que se construye un marco teórico-referencial; posteriormente y sobre la base de esos dos aspectos se formula hipótesis de investigación.

2.1.3. *Enfoque mixto.*

El enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento. Esta triangulación aparece como alternativa a fin de tener la posibilidad de encontrar diferentes caminos para conducirlo a una comprensión e interpretación lo más amplia del fenómeno en estudio. (Ruiz et al., 2013).

Se partió de un enfoque cualitativo al describir las situaciones de preferencias, gustos a través del uso de entrevistas que nos permitió medir dichas variables. Además, se usó un enfoque cuantitativo cuando nos centramos en las ventas, costos y todo lo relacionado a números dentro del emprendimiento y esto se lo realizó a través del uso de encuestas que nos ayudó en la obtención de datos. Es decir, en la investigación se usó un enfoque mixto en donde se correlacionan ambos enfoques.

2.2 Nivel de Investigación

El nivel de investigación se refiere al grado de profundidad con que se aborda un fenómeno u objeto de estudio. (Arias, 2012).

El nivel ha utilizado fue exploratorio y descriptivo.

2.2.1. Nivel exploratorio

Es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimiento. (Valle, 2009).

Al realizar este tipo de investigación nos ayudó a recopilar información preliminar para identificar el marco conceptual de la temática estudiada, lo que nos ayudó a comprender mejor la magnitud del problema o necesidad, las características de los actores implicados y cuáles son los puntos de interés más significativos.

2.2.2. Nivel descriptivo

También conocida como la investigación estadística, se describen los datos y características de la población o fenómeno en estudio. Este nivel de Investigación responde a las preguntas: quién, qué, dónde, cuándo y cómo. Un nivel exploratorio cuando tengamos que realizar entrevistas y encuestas para saber la aceptación en el mercado y descriptivo al explicar pasó a paso todo lo que se ha ido realizando a lo largo de la elaboración del estudio. (Maya, 2014).

El trabajo de investigación se centró en estos dos niveles ya que se identificó y se observó un problema y posterior a eso se procedió a describir dicho problema y cuáles son las causas del mismo.

2.3 Diseño de investigación

Diseño, Plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación. (Hernández et al., 2014).

2.3.1. Diseño no experimental

Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. (Hernández et al., 2014).

En la investigación no se manipulo deliberadamente ninguna variable, sino que se observó los fenómenos de interés en su ambiente natural, para luego describirlos y analizarlos sin necesidad de emularlos en un entorno controlado. Se recopilo datos a partir de un momento único, con el fin de describir las variables presentes y analizar su incidencia en lo acontecido en la investigación, para esto se usó indicadores descriptivos financieros.

2.3.2. Corte transversal

Tipo de investigación observacional que analiza datos de variables recopiladas en un periodo de tiempo sobre una población muestra o subconjunto predefinido.

El diseño de investigación del presente trabajo fue no experimental ya que se realizó un análisis de la factibilidad para crear una empresa que se dedique a la producción de harina derivada de yuca y papachina. Y también fue de corte transversal ya que se usaron encuestas las mismas que fueron elaboradas y realizadas por una sola vez.

2.4 Tipo de estudio - investigación

El tipo de investigación o de estudio se divide de acuerdo a la contextualización de generación del conocimiento y según las fuentes de información para la investigación.

2.4.1. Documental.

Son aquellos que se apoyan en registros y documentos, de los cuales se obtiene la información.

El tipo de estudio utilizado en el tema de investigación fue documental debido a que se usó información bibliográfica ya sea de libros, tesis, artículos, etc., para que la misma sea verídica y nos permitió obtener mejores resultados.

2.4.2. De campo.

Son aquellos que se llevan a cabo en el lugar de ocurrencia del fenómeno. (Müggenburg & Pérez, 2007).

La parte investigativa de campo se realizó a la hora de tener que realizar las encuestas tanto para saber cuál es la aceptación de los productos en el mercado como su capacidad de pago entre otros aspectos relevantes que nos permitan obtener datos reales.

2.5 Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra

La población según (Lerma, 2011) manifiesta que es el conjunto de todos los elementos de la misma especie que tienen una determinada característica en común. La población que se usó es la población económicamente activa del cantón Morona que es 22.536 personas. Para el cálculo de nuestra muestra se ha elegido los siguientes datos:

Tabla 1-2. Cálculo de la muestra.

Universo de estudio		PORCENTAJE
habitantes del Cantón Morona	22.536	100%
	0	0%
TOTAL	22536	100%
n=	Tamaño de la muestra	
N=	Universo de estudio	22536
e=	Margen de error (0,05)	0,05
z=	Nivel de confianza	1,96
p=	Probabilidad de ocurrencia de un hecho o fenómeno	0,5
q=	Probabilidad de no ocurrencia	0,5
	Numerador	5634
	Denominador	14,91511349
	MUESTRA	378

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021.

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1 Resultados

3.1.1 Encuesta de mercado

Las encuestas fueron aplicadas en el Cantón Morona Provincia de Morona Santiago, con el fin de poder realizar un análisis sobre la factibilidad que tiene la creación de una empresa productora y comercializadora de Harina derivada de Yuca y Papachina.

Pregunta 1.- ¿Consume usted algún tipo de Harina?

Tabla 1-3. Consumo de harina.

OPCIÓN	Frecuencia	Frecuencia Relativa
SI	344	91%
NO	34	9%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta Elaborada

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021.

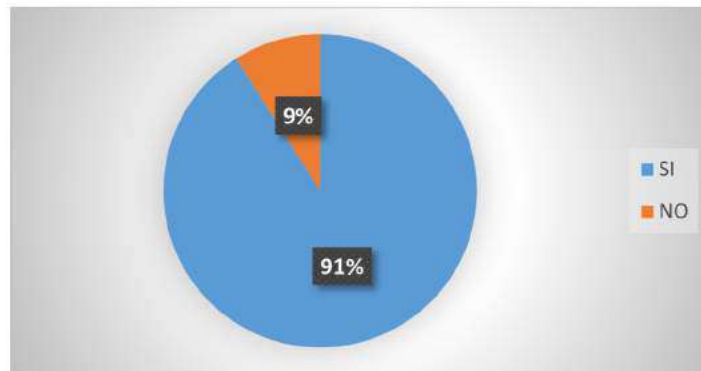


Gráfico 1-3. Consumo de harina.

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Análisis e Interpretación

De todos los encuestados el 91 % acepta que consume algún tipo de harina en su dieta por lo que resulta importante conocer estos para empezar un nuevo negocio en esta área. El que el

valor de consumo de harina por parte de la mayoría de personas encuestadas da a ver que es un producto de primera necesidad y muy consumido en los hogares ecuatorianos por lo que representa una buena oportunidad de negocio.

Pregunta 2.- ¿En su hogar existe alguna persona que consuma algún tipo de Harina?

Tabla 2-3. Personas que consumen harina dentro del hogar.

OPCIÓN	Frecuencia	Frecuencia Relativa
SI	344	91%
NO	34	9%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta Elaborada

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

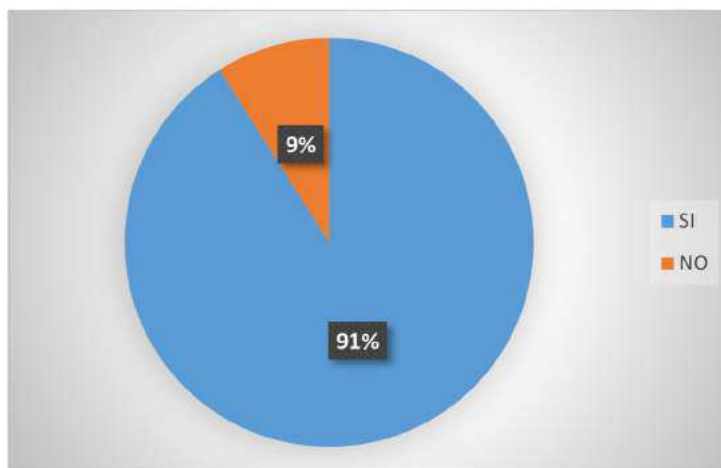


Gráfico 2-3. Personas que consumen harina dentro del hogar

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Análisis e Interpretación

De todos los encuestados el 91 % acepta que dentro del hogar exista alguna persona que consuma algún tipo de harina en su dieta por lo que resulta importante este dato para poder conocer el mercado existente dentro del cantón, además del consumo que se da dentro de las familias, de esta forma vamos a poder conocer o tener una idea de la cantidad de consumo de harina que se da dentro de los hogares.

Pregunta 3.- ¿Es necesario la existencia de una empresa productora y comercializadora de Harina?

Tabla 3-3. Es necesaria una empresa de Harina.

OPCIÓN	Frecuencia	Frecuencia Relativa
SI	374	99%
NO	4	1%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta Elaborada

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

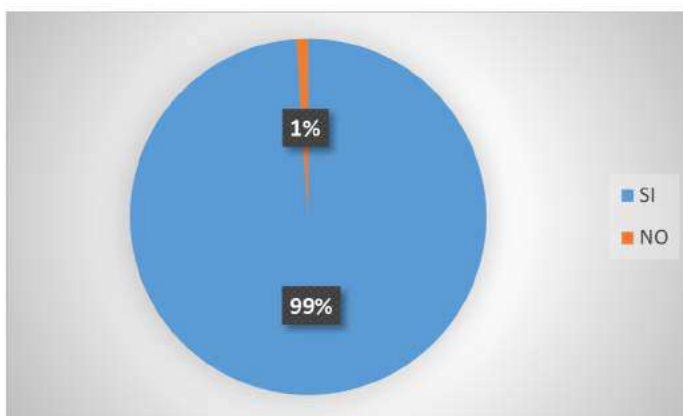


Gráfico 3-3. Es necesaria una empresa de Harina

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Análisis e Interpretación

Casi en su totalidad de las personas encuestadas cree muy necesario la existencia de una empresa productora y comercializadora de Harina derivada de Yuca y Papachina en el cantón Morona provincia de Morona Santiago. Estos datos nos dan a ver que la aceptación de las personas en consumir este producto fabricado por una empresa de la zona, lo que resulta importante a la hora de iniciar en el negocio.

Pregunta4.- ¿Estaría dispuesto a comprar la Harina derivada de Yuca y Papachina en el cantón Morona?

Tabla 4-3. Personas dispuestas a comprar.

OPCIÓN	Frecuencia	Frecuencia Relativa
SI	367	97%
NO	11	3%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta Elaborada

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

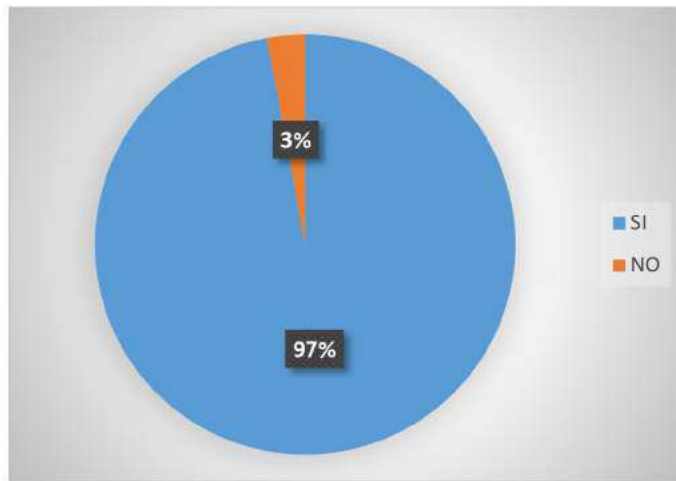


Gráfico 4-3. Personas dispuestas a comprar

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Análisis e Interpretación

El 97% de las personas encuestadas estarían dispuestos a comprar la harina derivada de yuca y papachina en el cantón Morona si se cuenta con el equipo necesario y el personal capacitado, resaltando que una empresa nueva en el mercado sería bien aceptada dentro del cantón sobre todo si es a base de estos productos, con el personal y procesos adecuados garantizando la calidad del producto.

Pregunta 5.- ¿Ha visto o escuchado que en el mercado exista este tipo de producto similar actualmente?

Tabla 5-3. Percepción de algún tipo de producto similar.

OPCIÓN	Frecuencia	Frecuencia Relativa
SI	117	31%
NO	261	69%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta Elaborada

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

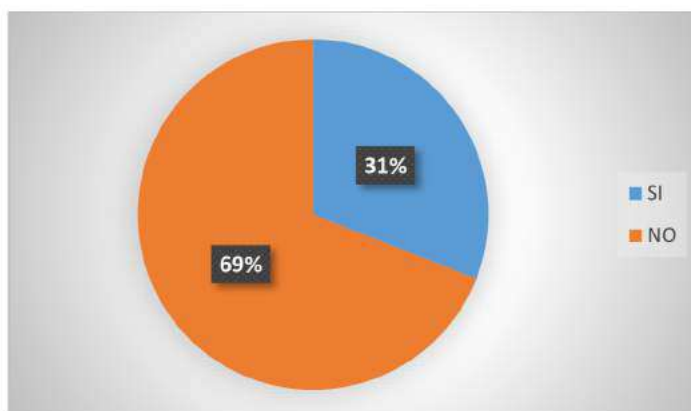


Gráfico 5-3. Percepción de algún tipo de producto similar.

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Análisis e Interpretación

El 69% de los encuestados no han visto en el mercado un producto similar al ofertado, lo que nos indica que existe un nicho de mercado donde el producto puede entrar a competir, esto debido a la falta de competidores dentro del cantón, además de que es un producto innovador y se lo realiza con productos de la zona.

Pregunta 6.- ¿Con qué frecuencia compra algún tipo de Harina en el cantón Morona?

Tabla 6-3. Frecuencia de compra de harina en el cantón.

OPCIÓN	Frecuencia	Frecuencia Relativa
1-3 Veces	291	77%
4-6 Veces	64	17%
7-9 Veces	23	6%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta Elaborada

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

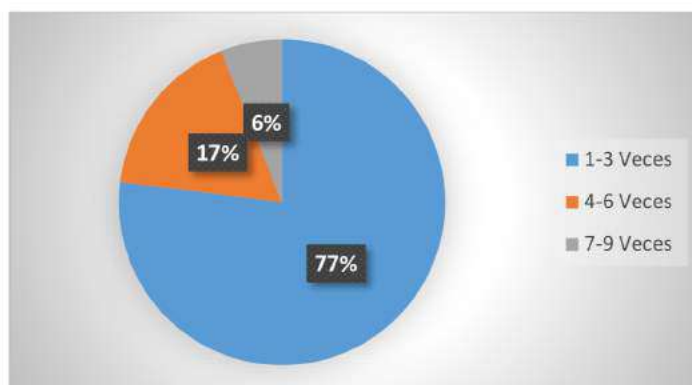


Gráfico 6-3. Frecuencia de compra de harina en el cantón.

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Análisis e Interpretación

En su mayoría de los encuestados el 77% nos dicen que compran entre 1 a 3 veces los productos, 4 a 6 veces el 17% y el 6% de 7 a veces por semana nos indica el consumo de los potenciales compradores y sus hábitos de compra. Conocer estos valores nos ayuda a planificar la producción de la harina ya que se conoce las características de consumo de los posibles consumidores y se puede calcular de acuerdo al mercado existente cuantas fundas del producto se podría vender.

Pregunta 7.- ¿Cuántas libras de harina derivada de yuca y papachina consumiría al mes?

Tabla 7-3. Cantidad de libras de harina que consumiría al mes.

OPCIÓN	Frecuencia	Frecuencia Relativa
1-5 Libras	306	81%
6-10 Libras	68	18%
11-15 Libras	0	0%
Más de 15 Libras	4	1%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta Elaborada

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

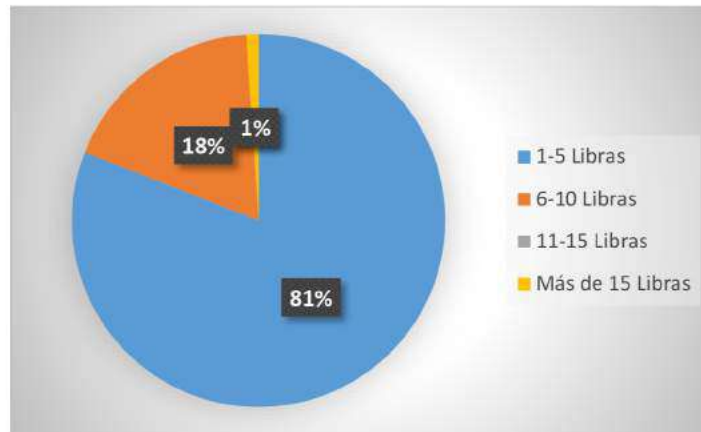


Gráfico 7-3. Cantidad de libras de harina que consumiría al mes.

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Análisis e Interpretación

Sobre la cantidad de libras de harina derivada de yuca y papachina consumiría al mes se tiene que en su mayoría el 81% consumen entre 1 a 5 libras al mes. Estos datos aportan información para saber la cantidad de producción que se debe tener en la empresa y cuanta cantidad de producto debemos colocar en el mercado para evitar producir más de lo necesario.

Pregunta 8.- ¿En qué tipo de presentación le gustaría encontrar la Harina derivada de Yuca y Papachina?

Tabla 8-3. Preferencia de la presentación del producto

OPCIÓN	Frecuencia	Frecuencia Relativa
250 gramos	159	42%
500 gramos	147	39%
1 kilogramo	72	19%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta Elaborada

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

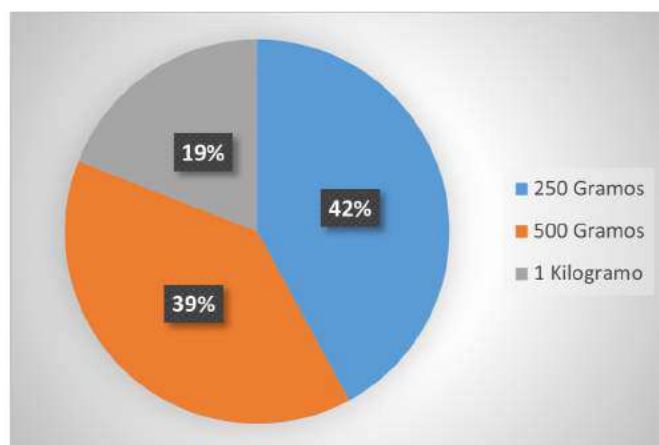


Gráfico 8-3. Preferencia de la presentación del producto

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Análisis e Interpretación

Sobre el tipo de presentación que le gustaría encontrar a los encuestados en la harina derivada de yuca y papachina la mayoría les gustaría consumir en presentación de 250 grs (42%) y 500 grs 39% lo que sirve para darse cuenta la preferencia de presentación de los productos y nos da la idea de que presentaciones debemos realizar en los productos a comercializar.

Pregunta 9.- ¿Cómo le gustaría adquirir la Harina derivada de Yuca y Papachina que estaría dispuesto a comprar?

Tabla 9-3. ¿Cómo le gustaría adquirir la Harina?

OPCIÓN	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Bolsas de Papel	72	19%
Film de Envasado	15	4%
Bolsas Tejidas	38	10%
Sacos de Tela	87	23%
Fundas plásticas Reciclables	166	44%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta Elaborada

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

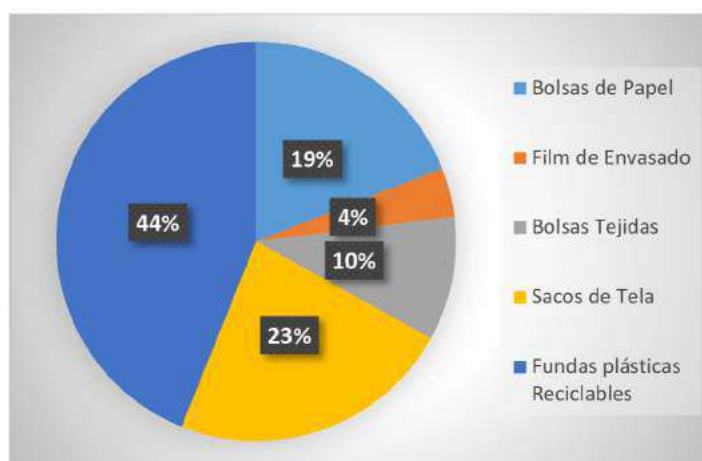


Gráfico 9-3. ¿Cómo le gustaría adquirir la Harina?

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Análisis e Interpretación

Sobre cómo le gustaría adquirir la harina derivada de yuca y papachina que estaría dispuesto a comprar la mayoría de encuestados destaca que en su mayoría (44%) prefieren las fundas plásticas reciclables. Por esta razón hay que buscar una presentación del producto que sea biológicamente amigable con el ambiente, con lo que mejoraríamos la imagen de la empresa.

Pregunta 10.- ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por una libra de producto de Harina derivada de Yuca y Papachina?

Tabla 10-3. Precio que estarían dispuestos a pagar.

OPCIÓN	Frecuencia	Frecuencia Relativa
0,80-0,90	249	66%
0,95-1,05	106	28%
1,10-1,20	23	6%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta Elaborada

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

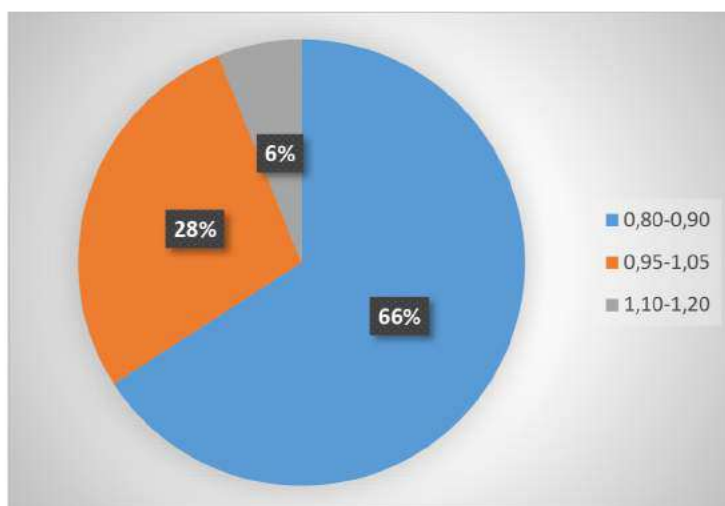


Gráfico 10-3. Precio que estarían dispuestos a pagar.

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Análisis e Interpretación

En el precio que estaría dispuesto a pagar por una libra de producto de harina derivada de yuca y papachina la mayoría destaca que estarían dispuestas a pagar menos de \$0,90 por unidad (66%) por lo que sería primordial usar este valor para los productos.

Pregunta 11.- ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información acerca de este producto?

Tabla 11-3. Medios de comunicación de preferencia.

OPCIÓN	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Redes Sociales	314	83%
Página Web	30	8%
Televisión	23	6%
Anuncios en Periódicos y Revistas	11	3%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta Elaborada

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

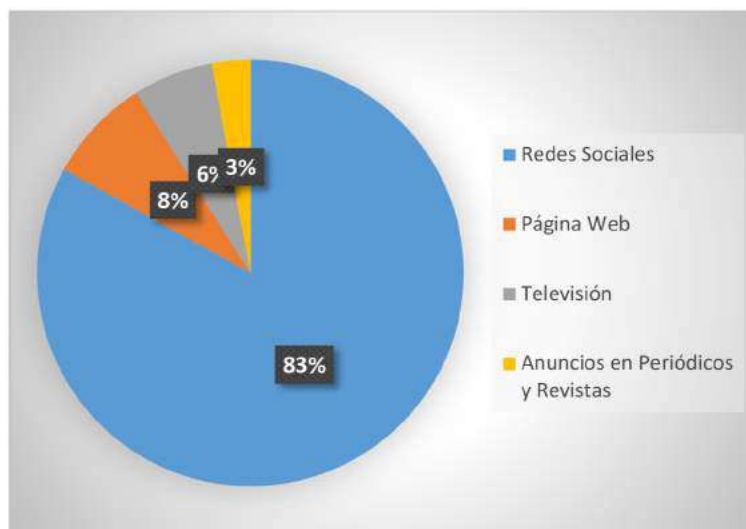


Gráfico 11-3. Medios de comunicación de preferencia.

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Análisis e Interpretación

El medio o medios donde le gustaría recibir información acerca de este producto la mayoría destaca que el medio más accesible a ellos serían las redes sociales por lo que será en medio de enfoque para dar a conocer el producto.

Pregunta 12.- ¿Para usted cuál de los siguientes aspectos le resulta más relevante al momento de adquirir un producto?

Tabla 12-3 Aspectos más relevantes al adquirir un producto.

OPCIÓN	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Calidad del Producto	212	56%
Relación Calidad/Precio	147	39%
Seguridad	19	5%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta Elaborada

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021



Gráfico 12-3. Aspectos más relevantes al adquirir un producto

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Análisis e Interpretación

La calidad del producto es uno de los aspectos que le resulta más relevante al momento de adquirir un producto (56%) por lo que se tendrá que enfocarse en producir un producto de calidad para tener mayor aceptación entre los consumidores.

Pregunta 13.- ¿En dónde y cómo le gustaría adquirir nuestra Harina derivada de Yuca y Papachina?

Tabla 13-3. Lugares de preferencia para adquirir el producto.

OPCIÓN	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Tiendas de Abarrotes	215	57%
Supermercados	140	37%
Entrega a Domicilio	23	6%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta Elaborada

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

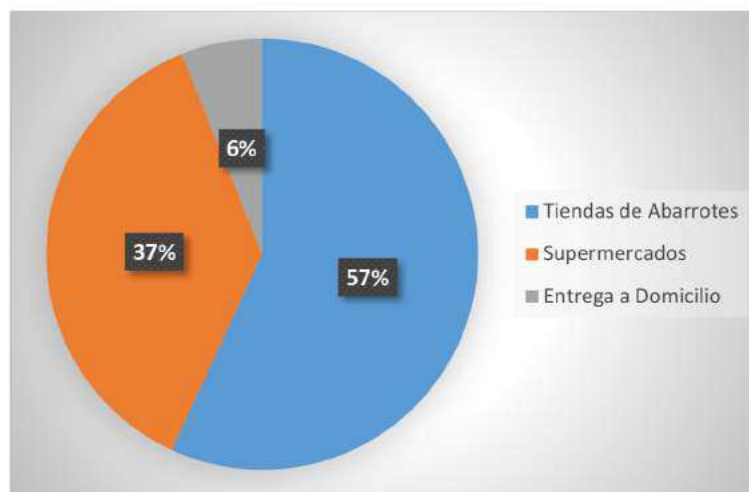


Gráfico 13-3. Lugares de preferencia para adquirir el producto.

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Análisis e Interpretación

Al hablar de cómo le gustaría adquirir nuestra Harina derivada de Yuca y Papachina a los clientes más de la mitad (57%) preferirían que se lo haga en las tiendas de abarrotes y el 37% en supermercados lo que vendría a ser nuestros centros de distribución.

Pregunta 14.- ¿En qué considera usted que utilizará nuestro Harina de Yuca y Papachina?

Tabla 14-3. Tabulación de datos pregunta 14.

OPCIÓN	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Tortillas	212	56%
Sopas	15	4%
Coladas	23	6%
Pan	98	26%
Otros	30	8%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta Elaborada

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

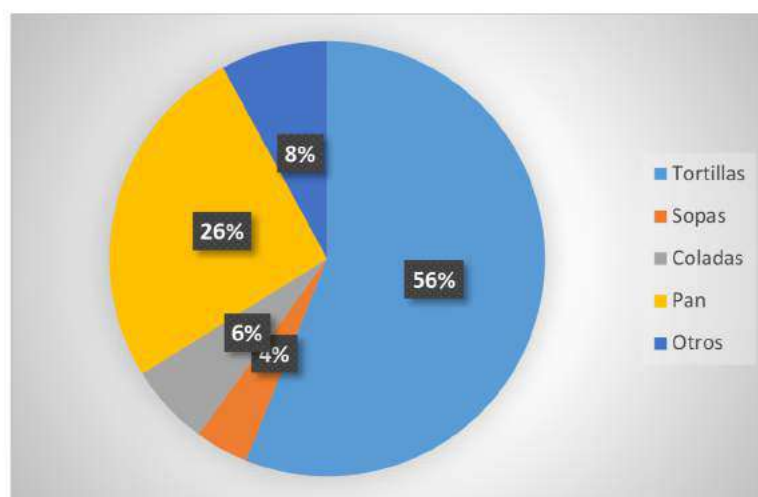


Gráfico 14-3. Uso que se le daría al producto

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Análisis e Interpretación

Al preguntar sobre cómo se utilizará nuestro Harina de Yuca y Papachina en su mayoría (56%) lo usará en tortillas y el 26% en pan, de esta forma podemos conocer el fin que tendrá la harina que se produzca.

Pregunta 15.- ¿Piensa usted que la creación de una empresa productora y comercializadora de Harina derivada de Yuca y Papachina incidirá de manera positiva en el desarrollo económico del Cantón Morona?

Tabla 15-3. Percepción sobre la creación de esta empresa.

OPCIÓN	Frecuencia	Frecuencia Relativa
SI	374	99%
NO	4	1%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta Elaborada

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

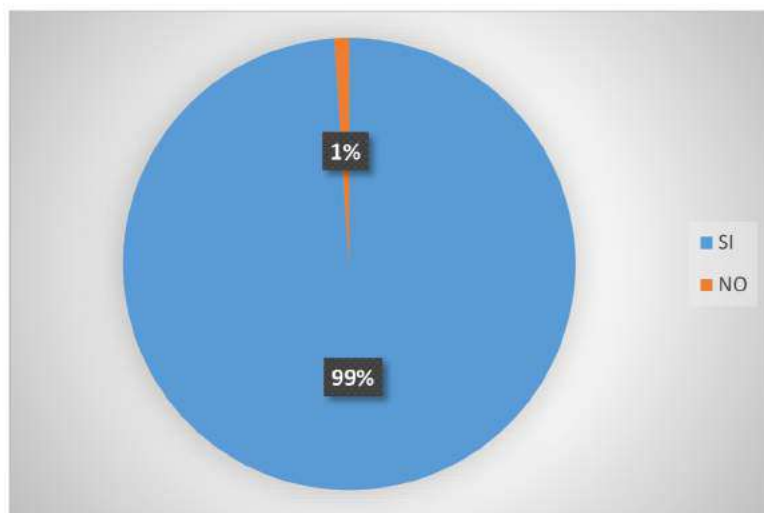


Gráfico 15-3. Percepción sobre la creación de esta empresa.

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Análisis e Interpretación

Casi la totalidad de los encuestados (99%) están de acuerdo con que la creación de una empresa productora y comercializadora de harina derivada de yuca y papachina incidirá de manera positiva en el desarrollo económico del Cantón Morona.

3.2. Discusión de resultados

Casi en su totalidad de las personas encuestadas cree muy necesario la existencia de una empresa productora y comercializadora de Harina derivada de Yuca y Papachina en el cantón Morona provincia de Morona Santiago. Estos datos nos dan a ver que la aceptación de las personas en consumir este producto fabricado por una empresa de la zona, lo que resulta importante a la hora de iniciar en el negocio. En su mayoría de los encuestados el 77% nos dicen que compran entre 1 a 3 veces los productos, 4 a 6 veces el 17% y el 6% de 7 a veces por semana nos indica el consumo de los potenciales compradores y sus hábitos de compra lo que nos ayuda a conocer y calcular nuestra producción óptima para lograr cubrir los requerimientos del mercado. Conocer estos valores nos ayuda a planificar la producción de la harina ya que se conoce las características de consumo de los posibles consumidores y se puede calcular de acuerdo al mercado existente cuantas fundas del producto se podría vender.

En el caso de elegir sobre el tipo de presentación que debemos tener en nuestra producción en la harina derivada de yuca y papachina la mayoría les gustaría consumir en presentación de 250 grs (42%) y 500 grs 39% lo que sirve para darse cuenta la preferencia de presentación de los productos y nos da la confianza para centrarnos en la producción de la presentación de 250 grs en los productos a comercializar.

Sobre cómo le gustaría adquirir la harina derivada de yuca y papachina que estaría dispuesto a comprar la mayoría de encuestados destaca que en su mayoría (44%) prefieren las fundas plásticas reciclables. Por esta razón hay que buscar una presentación del producto que sea biológicamente amigable con el ambiente, con lo que mejoraríamos la imagen de la empresa.

En el precio que estaría dispuesto a pagar por una libra de producto de harina derivada de yuca y papachina la mayoría destaca que estarían dispuestas a pagar menos de \$0,90 por unidad (66%) por lo que sería primordial usar este valor para los productos.

El medio o medios donde le gustaría recibir información acerca de este producto la mayoría destaca que el medio más accesible a ellos serían las redes sociales por lo que será en medio de enfoque para dar a conocer el producto, por lo que nos centraremos en la promoción en Facebook, Instagram y Whatsapp Business.

3.3 Propuesta

La propuesta que se realiza en el siguiente trabajo es la creación de una empresa que se proyecta como una proveedora de harina derivada de yuca y papachina en el cantón Morona provincia de Morona Santiago.

El nombre de la empresa será “Empresa Proveedora de harina derivada de yuca y papachina HAYUPA”

3.3.1 Estudio de mercado

3.3.1.1 Producto

El producto a ofrecer es fundas de harina que más demanda tienen en el cantón, entre ellas están las de 250 gr de producto para la venta.

3.3.1.2 Análisis de la oferta

En el Cantón Morona no existe oferta de este producto en el mercado que satisfaga esta necesidad, por lo que se considera que la oferta es 0.

3.3.1.3 Análisis de la Demanda Actual y Proyectada

En el cantón existen 22536 personas, en la pregunta 6 se tiene que consumen entre 1 a 3 veces por mes por lo que tenemos como 4% crecimiento anual.

Tabla 16-3. Proyección de la demanda potencial.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL				
Nº	AÑO	CONSUMIDORES	DEMANDA POTENCIAL	$(1+i)^n$
0	1	21860	21860	1,00
1	2	22210	22210	1,02
2	3	22565	22565	1,03
3	4	22926	22926	1,05
4	5	23293	23293	1,07
5	6	23666	23666	1,08

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

3.3.1.4 Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha que existe es la misma de la demanda potencial proyectada ya que no existe un producto dentro del mercado local que cubra parte de la demanda existente.

Tabla 17-3. Proyección de la demanda insatisfecha.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA		
Nº	AÑO	DEMANDA INSATISFECHA
0	1	21860
1	2	22210
2	3	22565
3	4	22926
4	5	23293
5	6	23666

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Al no existir oferta alguna de un producto similar, la demanda insatisfecha será la misma que la demanda potencial.

3.3.1.5 Precio

El precio se determina de acuerdo a productos similares que existen en el mercado para obtener un producto de alta calidad y obtener un margen de ganancia adecuado. En la actualidad se comercializa cada funda de 250gr de harina en un promedio de \$0,90. Se tomará en cuenta el precio preferido por la población, que según la tabulación de los resultados del cuadro 7 es de ese valor por lo tanto quedara en ese precio para la venta, de tal manera que participaremos en el mercado con un valor inicial menor al de la competencia con el fin de captar un mayor número de clientes.

Tabla 18-3. Proyección del Precio.

PROYECCIÓN DEL PRECIO		
Nº	AÑO	PRECIO
0	1	0,85
1	2	0,85
2	3	0,90
3	4	0,90
4	5	0,95
5	6	0,95

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

3.3.1.6 Análisis de la comercialización

Los canales de distribución que usaremos son:

Canal indirecto (TAT): Correspondiente a clientes del canal tradicional como: (tiendas, mini tiendas, tiendas de barrio) que se encargaran de vender el producto al consumidor final. Se toma en cuenta que para este tipo de canal tradicional los estándares de compra de productos de harinas se establecen mediante pedidos que se hacen a la empresa, la cual se encargara de surtir los establecimientos una vez al mes, realizando los pagos de modo contra entrega y estableciendo la cantidad de pedido de acuerdo con las ventas establecidas durante el periodo que hay entre una visita y la siguiente de los distribuidores.

3.3.1.7 Etiqueta.

La etiqueta es una parte importante del producto que puede estar visible en el empaque adherido al producto, cuya finalidad es la de brindarle al cliente información que le permita en primer lugar, identificar el producto mediante su nombre, marca y diseño; y, en segundo lugar, conocer sus características (ingredientes, componentes, peso, tamaño). La base del modelo de la etiqueta que se ha elegido demuestra claramente nuestra marca y el sello que se usa demuestra una letra H que la primera letra del nombre de la empresa combinada con colores verdes y amarillo que representa los colores de la provincia además de ser colores que significan la riqueza y la fertilidad de nuestro suelo.



Figura 0-1-3. Etiqueta.

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

3.3.1.8 Marca.

Nuestra marca servirá para identificar al producto, pero también para mostrar lo que nos hace diferente, los atributos que el público reconoce y valora asociados a nuestra marca. Con el fin de demostrar que la innovación es nuestra meta y ser los mejores en nuestra área de servicio nuestro objetivo primordial se ha elegido este símbolo como marca de la empresa para que se encuentre en todos los servicios, publicidad y en general en cualquier lugar donde se requiera de nuestros servicios.

3.3.1.9 Logotipo y eslogan.



Figura 0-2-3. Logotipo y Eslogan.

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

El logotipo de la empresa representa la primera letra de “HAYUPA” dentro del cual se puede observar los colores de la provincia que representan la riqueza y la fertilidad de nuestro suelo. Nuestro eslogan se refiere a la meta de producir alimentos sanos para la sociedad que ayuden a mantener la salud de nuestros clientes.

3.3.1.10 Promoción.

Dado que la mayoría de clientes se encuentran en zonas que disponen de redes sociales para abarcar una clientela más actualizada usaremos estrategias de venta online mediante redes sociales principalmente Facebook e Instagram mientras que usaremos la plataforma WhatsApp Business para comunicaciones como servicios y pedidos.

Las promociones se harán mediante publicaciones constante en la página web y redes sociales de promociones, además de pagar por Facebook Business promociones para que estén en constante presencia la publicidad de acuerdo a la segmentación de mercado propuesta en la red social. También se tendrá en cuenta la plataforma Market Place para publicar constantemente publicidad de nuestros productos. Usaremos la opción de obsequiar al potencial cliente un regalo que le haga sentir especial como carpetas, esferos, gorras con los logos de la empresa.

3.3.1.11 Medios publicitarios.

Nuestros principales medios para publicidad serán los radios locales que es lo que escuchan nuestros potenciales clientes en las zonas rurales, además de periódicos y canales de televisión locales a esto se le agregaran el uso de redes sociales. Entre las radios se pautará en Emisora Voz del Upano, Radio Morona 89.3 FM, Radio Olímpica 97.7 FM. En redes sociales se buscará tener presencia en la plataforma mediante la creación de una página de ventas usando el Facebook Business, a la par se usará Instagram la que estará enlazada a Facebook para las publicaciones, para ventas directas y soporte se usara un número que estará funcionando con la plataforma Whatsapp Business la cual constara de un sistema de respuestas automáticas para mejorar la atención al cliente.

3.3.1.12 Promociones de ventas.

El objetivo de una promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, lo que se traduce en un incremento puntual de las ventas. Nuestra principal promoción consiste en ofrecer un aumento de la cantidad del

producto al mismo precio de venta. De esta forma, nuestra marca se refuerza y es muy útil para el lanzamiento de nuestro nuevo servicio.

3.3.1.13 Plan de introducción al mercado.

Se deberá introducirse en el mercado mediante la estrategia de precios bajos y también buscando aquellos nichos de mercado que las empresas grandes dejan vacíos. Otro aspecto no menos importante es el de los contactos. Este mercado como cualquier otro tiene una gran influencia de las relaciones públicas y muchos trabajos son ganados por empresas que conocen personalmente a sus clientes. Así que se fomentara este tipo de relaciones como modo de hacerse conocido en el mercado.

3.3.1.14 Plaza.

La entrega del producto o servicio será distribuida a los pequeños y medianos vendedores que se encuentran distribuidos en diferentes parroquias del cantón, también se podrá realizar venta directa en el establecimiento de la empresa. Todo este proceso de distribución física del producto hasta el consumidor final se lo hará por la misma empresa. Estas son algunas de las actividades a realizar:

- Manipulación
- Almacenamiento
- Transporte
- Control de inventario
- Procesamiento de pedidos, etc.

3.3.1.15 Comisiones.

Se establece un mínimo de ventas antes de empezar a cobrar una comisión por venta, hasta que el vendedor no haya llegado a 250 fundas semanales vendidas de un total de 500 planteadas como objetivos de venta semanal, en ese momento se empezara a aplicar un valor extra de comisión por venta. De esta forma a los vendedores se les asegura un salario base más un valor por comisiones, esto les permiten a los vendedores además de sus responsabilidades de ventas tener una motivación extra.

3.3.2 Estudio Técnico

3.3.2.1 Capacidad instalada

La capacidad instalada se refiere a la capacidad máxima utilizada, con el rendimiento máximo de los equipos y recursos, por ello si consideramos que el fundamental recurso utilizado para el proceso de fabricación de las harinas. Un ciclo productivo de la fabricación tarda 2 horas, desde la preparación de la materia prima hasta el apilado del producto elaborado, el resultado de este ciclo es 7 quintales de harina terminada y lista para su comercialización. Lo cual implica una capacidad productiva de 28 quintales diarios durante la jornada laboral de 8 horas diarias, es decir, que al año la producción global de la empresa alcanzaría 7.280 quintales anuales.

3.3.2.2 Capacidad instalada a utilizar

La maquinaria y equipos de producción a ser adquiridos, son de gama media, pero para evitar la sobre producción y que la maquinaria se deprecie abruptamente, se ha decidido que la capacidad instalada alcance los siguientes niveles considerando que la cantidad a producir equivale a una medida en kilogramos siendo que se van a vender bolsas de 250 gr por cliente.

Tabla 19-3. Capacidad Instalada a Utilizar.

<i>Año</i>	<i>Capacidad Instalada en kilogramos</i>	<i>Capacidad a Utilizar</i>	<i>Kilogramos (Kg) a Producir</i>
1	20.000	80%	16.000
2	20.000	85%	17.000
3	20.000	90%	18.000
4	20.000	95%	19.000
5	20.000	100%	20.000

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021.

3.3.2.3 Localización del proyecto

La selección de la localización del proyecto se definió en dos ámbitos: el de la macro localización donde se eligió la zona más atractiva para el proyecto y la micro localización, que determinó el lugar específico donde se instalará el proyecto.

Macro localización

Está relacionada con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, que posea incidencia tanto a nivel regional como nacional. Para el proyecto se ha determinado que será en la parroquia Gral. Leónidas Proaño, misma que se representa en la siguiente imagen:

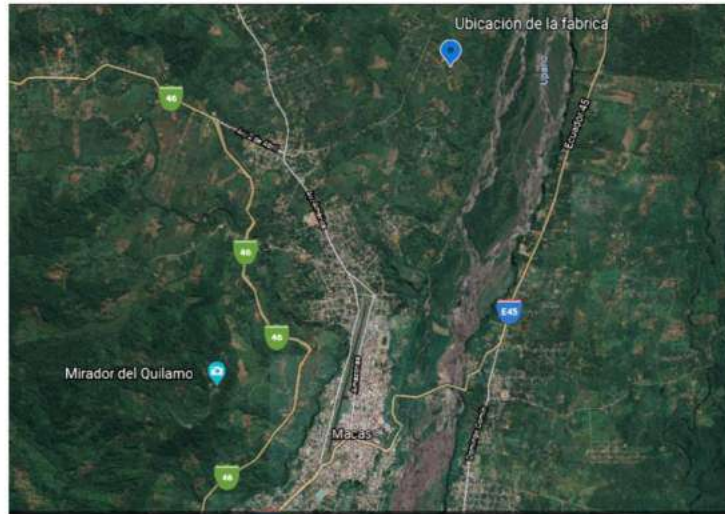


Figura 0-3-3. Macro localización.

Fuente: Google Maps.

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Micro localización

Es necesario un análisis exhaustivo de la región escogida para determinar la ubicación concreta del proyecto. La ubicación será en la Vía a Pacha en la parroquia Gral Leónidas Proaño a una Latitud de $-2,2826877$ y una Longitud $-78,1254808$ ubicado a 1.067 msnm.

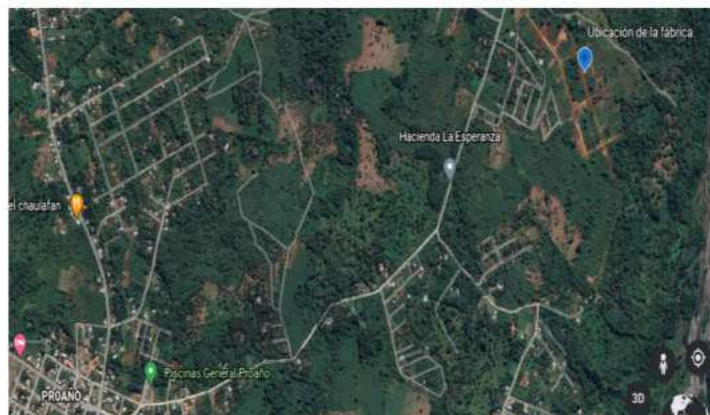


Figura 0-4-3. Micro localización.

Fuente: Google Maps.

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

3.3.2.3 Ingeniería del proyecto

Diagrama de procesos

A continuación, se detallará cada uno de los procesos que se realizan para la obtención y empaquetado de las fundas de harina.


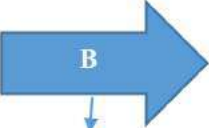





Actividades del proceso de producción:

- Se emite la orden de producción especificando a detalle la cantidad de fundas de harina que se requieren.
- Tomar de bodega la materia prima directa e indirecta a utilizarse
- Se alista la maquinaria
- Se vierte el contenido total del saco de materia prima directa en el molino
- Se pasa la harina recién obtenida al mezclador mecánico con la ayuda de gavetas
- Se repite el proceso
- Se constata que la harina se encuentre perfectamente mezclada, si es necesario se ayuda con una pala metálica
- Se alista el material y se lo lleva a la máquina enfundadora
- Culminado el proceso de enfundado se lo lleva hacia bodega
- Se limpia el molino y la mezcladora para su disposición inmediata en el siguiente ciclo de producción.

Flujograma del proceso productivo

Para una mejor apreciación del proceso productivo, a continuación, se expresa un flujograma que abarca todo el ciclo industrial.

Tabla 20-3. Flujograma.

Proceso	Descripcion	Tiempo
	Recepcion de materia prima	15 minutos
	Limpieza y encendido del molino	10 minutos
	Trituracion de un quintal de cada ingrediente	35 minutos
	Mezclar la harina en la maquina	20 minutos
	Llenado y pesaje del quintal de harina	20 minutos
	Colocacion del producto en la maquina enfundadora.	10 minutos
	Trasladar las fundas hasta bodega.	10 minutos

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Distribución de planta

El espacio físico de la empresa será distribuido de la siguiente manera:

- Área de producción: 250 m²
- Bodega: 65 m²
- Oficina gerente: 20 m²
- Oficina secretaria: 15 m²
- Baños: 30 m²

- Zona de carga y descarga: 10 m²
- Estacionamiento: 40 m²
- Zona libre: 50 m²

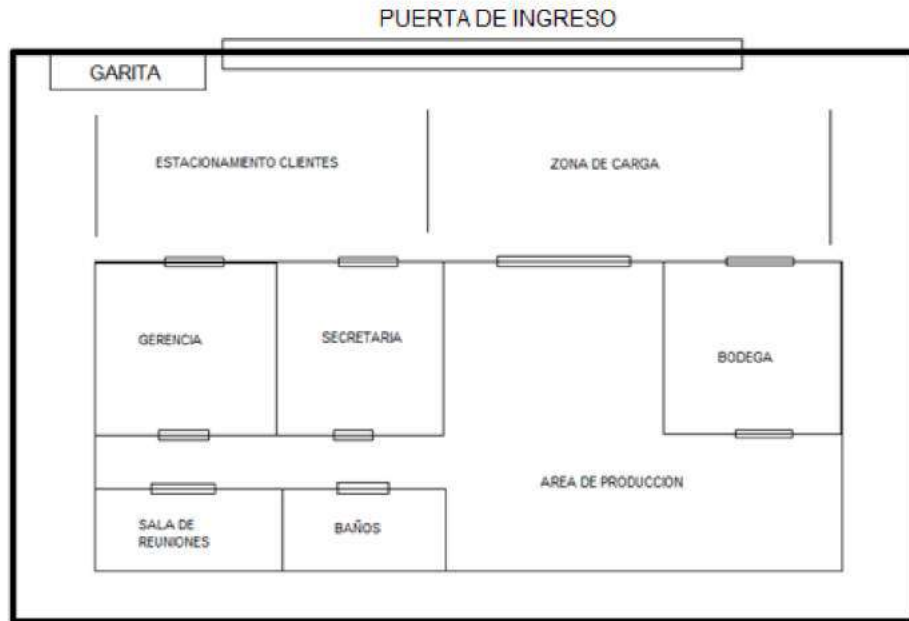


Figura 0-5-3. Distribución de Planta.

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Maquinaria y equipo.

El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con instalación y funcionamiento del proyecto, indicando el proceso productivo, así como la maquinaria y equipo necesario.

Las materias primas y materiales para la producción que se usaran son las siguientes:

- Yuca
- Papachina

Maquinaria y equipo

- Molino industrial capacidad de 180 kg, hoja de acero A 340
- Enfundadura y selladora

- Mezcladora eléctrica A 340
- Balanza industrial de 120 kg

3.3.3.4 *Requerimientos del proyecto*

Materia prima directa. - Los insumos necesarios para fabricar la harina son la yuca y la papachina. Todos estos productos serán de adquiridos en presentación de quintal.

Materia prima indirecta. - Adicional a la materia prima se requiere fundas y etiquetas.

Herramientas.

Como herramientas se usarán pala metálica para mezclar y gavetas plásticas grandes.

3.3.3.5 *Especificaciones técnicas de la maquinaria y equipo*

Se debe detallar las características de cada equipo de producción, a fin de garantizar su óptimo aprovechamiento y meticoloso cuidado.

Del potencial de la maquinaria y equipos como el molino y la mezcladora para generar harina, dependerá el aprovechamiento de la capacidad instalada.

Molino industrial.



Figura 0-6-3. Molino Industrial.

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

- Molino capacidad de 500kg/h a 1000kg/h.
- Motor de 30hp para el molino y 7hp para el ciclón
- Fabricación en acero inoxidable.

Enfundadura automática.

Equipo económico ideal para alimentación, pesaje y empaqueo de productos granulados, o sólidos como frutas secas, papas fritas, chifles, maní, habas, cereales, caramelos, confites, galletas, semillas, arroz, azúcar, piezas plásticas o metálicas, etc., que requieren ser empaçadas con peso exacto en fundas preformadas o envases rígidos de plástico, metal, o vidrio.



Figura 0-7-3. Enfundadura automática.
Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

- Pesaje Desde 10 a 500 gr. +/- 2%. (Opcional hasta 1.000 gr.)
- Rendimiento Aprox. 10 bolsas por minuto (en 500 gr.) (600 u/hora)
- Formato de Empaque Cualquier tipo de envase o funda para colocación manual
- Control Por microprocesador con pantalla y teclado simplificado
- Velocidad de Bandeja Regulable de mediante control de vibración
- Requerimiento Aire comprimido a 90 PSI (6 bares)
- Consumo Aprox. 6 CFM Tensión Requerida 220 VAC, 2 fases con neutro, 60 HZ.
- Dimensiones Ancho 1.680 mm; Fondo 1.000 mm, Alto total 2.270 mm
- Peso aprox. 115 Kg. (neto)

Mezcladora eléctrica



Figura 0-8-3. Mezcladora eléctrica.

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

- 4 cuchillas de remolino de acero inoxidable
- Soporta hasta 100 kg.
- Coladera para filtrar líquidos
- Reservorio

Balanza industrial



Figura 0-9-3. Balanza industrial.

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

- Peso máximo admisible 120 kg.
- Plataforma de acero reforzado
- Medidor digital de peso
- Ruedas móviles

Selladora semi-industrial



Figura 0-10-3. Selladora semi-industrial.

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

- Equipada con un cortador, después de sellar, se puede cortar la bolsa
- Se puede ajustar la perilla para cambiar el tiempo de sellado de acuerdo con el espesor y el tamaño de la bolsa.
- El transformador de alta potencia de alambre de cobre puro hace que la máquina sea resistente a altas temperaturas y el material de aluminio hace que la selladora sea más duradera, por lo tanto, tiene una vida útil más larga y la calidad está bien garantizada.
- Es adecuada para la mayoría de los materiales que son relativamente gruesos.

3.3.4. Estudio administrativo

3.3.4.1. Clasificación de la empresa.

Giro: “HAYUPA” es una empresa dedicada a la producción, almacenamiento y distribución de harina derivada de la yuca y papachina en el cantón Morona provincia de Morona Santiago.

Ubicación: “HAYUPA” estará ubicada en la parroquia General Leónidas Proaño en el cantón Morona provincia de Morona Santiago.

Tamaño de la empresa: “HAYUPA” se prevé incursionar en el mercado como una pequeña empresa del sector productivo.

3.3.4.2. Misión y visión de la empresa

Misión.

Ser una empresa líder en la producción, almacenamiento y distribución de harina derivada de yuca y papachina partiendo de la aplicación de las buenas prácticas y el cuidado al medio ambiente; buscando siempre la sostenibilidad y rentabilidad, que favorezcan al sector económico del sector.

Visión.

“HAYUPA” se consolidará como una empresa de calidad, con reconocimiento a nivel local y a nivel nacional, llevando un modelo empresarial que fomente un alto valor social, económico y ambiental, en búsqueda del agrado de nuestros clientes.

3.3.4.3 Valores corporativos.



Figura 11-3. Valores corporativos.

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

3.3.4.4 Niveles jerárquicos

Nivel Ejecutivo.

Planifica, gestiona y coordina la empresa y se encarga de cumplir con los planes, proyectos y todos los mandatos cumpliendo a cabalidad cada uno, maneja los órganos operativos y auxiliares dentro de la empresa para la ejecución de todos los planes. Tiene el segundo nivel de poder y es responsable de la satisfacción de los proyectos bajo su orden, puede asignar autoridad. El nivel de líder o administrativo es unipersonal, cuando hay un presidente, jefe o supervisor.

Nivel auxiliar o de apoyo.

Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia. Se encargan de ser el soporte en la realización de tareas complementarias

Nivel operativo.

El nivel operativo es directamente responsable de la ejecución de los proyectos fundamentales de una organización. Es la persona que ejecuta físicamente las órdenes dadas por los órganos de autoridad y jefes. Es el responsable directo de la ejecución de los ejercicios esenciales de la organización, siendo el pilar de la creación y la productividad. Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad, bajo su mando puede delegar autoridad, más no responsabilidad.

Organigrama.

Los organigramas son una representación gráfica de la distribución de una empresa, con sus servicios, miembros, lugares de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.

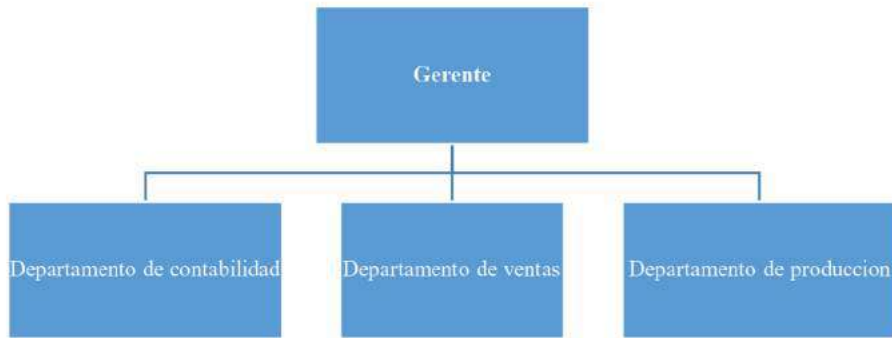


Figura 12-3. Organigrama estructural de la empresa “HAYUPA”

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021.

3.3.4.5 Manual de funciones

Para (León & Jiménez 2015) se conoce como manual de funciones, a cada uno de los perfiles de cada puesto de trabajo de la organización, enumerando la asociación adecuada a través de la descripción de los objetivos, autoridad y obligación de los distintos cargos que componen su diseño. Además, debe contener datos claros sobre las perspectivas que lo acompañan como:

- Relación de dependencia (Ubicación interna)
- Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad)
- Naturaleza del trabajo
- Tareas principales, tareas secundarias.
- Responsabilidades
- Requerimientos para el puesto

Tabla 21-3. Manual de funciones del gerente.

GERENTE	
Nivel Jerárquico:	EJECUTIVO
Inmediato Superior	Ninguno
Código:	01
NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificación, organización, ejecución y control de las actividades generales de la empresa.	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la empresa. • Nombrar y contratar trabajadores cumpliendo con los requisitos del caso. • Organizar cursos de capacitación del Recurso Humano de toda la empresa. • Administrar los recursos empresariales con eficiencia, eficacia y economía • Controlar oportunamente el desarrollo de los planes financieros • Evaluar la gestión del talento humano • Conocer, analizar y aprobar los estados financieros de la empresa • Ejercer prácticas de control interno para el cumplimiento de objetivos • Mediar situaciones de conflicto interno y externo • Establecer los niveles óptimos de producción 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:	
<p>El puesto, requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de las funciones.</p> <p>Establecer buenas relaciones interpersonales con todo el personal de la empresa y público en general.</p>	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
Educación:	Título de tercer Nivel en Administración, preferible Título de Cuarto Nivel.
Experiencia:	Experiencia mínima de dos años en puestos similares.
Cursos:	Microsoft Office, Administración, Gerencia, Relaciones Humanas, Riesgos laborales.

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Tabla 22-3. Manual de funciones de contadora.

CONTADORA	
Nivel Jerárquico:	ADMINISTRATIVO
Inmediato Superior	GERENTE
Código:	03
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
Realizar labores propias de la contaduría y brindar asistencia directa a las autoridades y público en general.	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el proceso contable de la empresa • Presentar declaraciones tributarias al SRI • Elaborar informes financieros periódicos • Elaborar los estados financieros de la empresa al cierre de año cuando fuese necesario • Mantener control sobre los inventarios, efectivo y activos fijos de la empresa • Controlar la asistencia del personal, el cumplimiento de sus actividades y su desempeño • Ordenar sistemáticamente los comprobantes de las diversas transacciones • Emitir informes financieros sobre compras y ventas para la toma de decisiones. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:	
El puesto requiere de eficiencia, honestidad, responsabilidad, discreción en el desarrollo de sus funciones y buenas relaciones interpersonales.	
Establecer buenas relaciones interpersonales con todo el personal de la empresa y público en general.	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
Educación:	Título de tercer Nivel: Ingeniería en Contabilidad y Auditoría
Experiencia:	Experiencia mínima de dos años en puestos similares.
Cursos:	Microsoft Office, Atención al cliente, Relaciones humanas, IESS, Excel, programas contables

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Tabla 23-3. Manual de funciones del vendedor

VENDEDOR	
Nivel Jerárquico:	ADMINISTRATIVO
Inmediato Superior	GERENTE
Código:	04
NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar estrategias de comercialización.	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Responsable de las ventas en el mercado de la provincia • Planificar programas, políticas y estrategias de comercialización. • Informes de ventas. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: El puesto requiere de eficiencia, honestidad, responsabilidad, discreción en el desarrollo de sus funciones y buenas relaciones interpersonales. Requiere de conocimiento de comercialización, y venta de productos de consumo masivo o naturistas.	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
Educación:	Bachillerato o superiores
Experiencia:	Experiencia mínima de dos años en puestos similares.
Cursos:	Mercadotecnia, marketing, publicidad, etc.

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Tabla 24-3. Manual de funciones del jefe de producción.

JEFE DE PRODUCCIÓN	
Nivel Jerárquico:	OPERATIVO
Inmediato Superior	GERENTE
Código:	05
NATURALEZA DEL TRABAJO: Supervisa permanentemente el proceso de producción de 7 Harinas.	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Emitir actas de requisición de materiales • Recibir la materia prima • Llevar registro del inventario de materia prima y producto terminado • Verificar el óptimo estado de la maquinaria previo y posterior a su uso • Elaborar informes de inventario, entradas de materia prima y ventas de 7 harinas • Mantener control y supervisión sobre los equipos, maquinaria e implementos puestos a su custodia 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: Responsabilidad económica y técnica de sus labores, por las características del trabajo se requiere habilidad y destreza.	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
Educación:	Título de Bachiller.
Experiencia:	Experiencia mínima de dos años en puestos similares.
Cursos:	Técnicas de fabricación industrial de harinas o afines

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Tabla 25-3. Manual de funciones del jefe de producción.

OBRERO	
Nivel Jerárquico:	OPERATIVO
Inmediato Superior	JEFE DE PRODUCCIÓN
Código:	06
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
Manipula con diligencia y cuidado la maquinaria para el procesamiento de la materia prima.	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir las disposiciones emanadas por el Jefe de Producción • Acopiar la materia prima y el producto terminado • Verificar el óptimo estado de la maquinaria previo y posterior a su uso • Moler los granos para la elaboración de las 7 harinas • Mezclar las harinas, ensacarlas, pesarlas, coserlas y almacenar el producto elaborado en bodega • Limpiar los equipos posteriores a su uso • Esterilizar el área de producción • Transportar la mercadería hacia la zona de embarque en cada venta • Mantener control y supervisión sobre los equipos, maquinaria e implementos puestos a su custodia 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:	
Responsabilidad económica y técnica de sus labores, por las características del trabajo se requiere habilidad y destreza.	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
Educación:	Título de Bachiller.
Experiencia:	Experiencia mínima de dos años en puestos similares.
Cursos:	Técnicas de fabricación industrial de harinas oafines y mecánica industrial básica.

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

3.3.5 Estudio económico financiero

El estudio financiero consiste en la cuantificación monetaria de los recursos económicos necesarios para que la empresa productora de harina, entre en operaciones, para ello se debe determinar los requerimientos en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, recursos que permitirán adquirir los bienes de larga duración, la infraestructura, materiales de producción, y demás costos y gastos relacionados a la naturaleza de la empresa.

El estudio financiero abarca estipulación de costos y gastos, las fuentes de ingresos y de financiamiento, para establecer el resultado del período mediante los estados financieros, posteriormente se evalúa la factibilidad financiera del proyecto a implementarse con la utilización de índices de rentabilidad.

3.3.5.1. Inversión y financiamiento

Todo proyecto requiere de considerables sumas de dinero para plasmarse en realidad, en el estudio financiero se prevé los montos requeridos para poner el negocio en marcha, sean estos propios del emprendedor u obtenidos desde entidades del sistema financiero. La serie de recursos que se obtengan, permitirán a los directivos a cargo del proyecto, adquirir bienes y/o servicios indispensables para la entidad. El destino de la inversión se hará en los siguientes ámbitos:

- Inversión en activos fijos
- Inversión en activos diferidos
- Inversión en capital de trabajo

Tabla 26-3. Requerimientos área comercial (costos)

REQUERIMIENTOS ÁREA COMERCIAL (Costos)		
1	Talento humano	Sueldos y salarios
2	Activos fijos	Bienes muebles
		Bienes inmuebles
3	Activos diferidos	
4	Promoción y publicidad	
5	Otros	

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

En la parte de requerimientos del área comercial se describe todos los activos fijos necesarios, así como los valores tanto de salarios, maquinarias, equipos para la consecución del proyecto.

Tabla 27-3. Requerimientos de talento humano en el área comercial

TALENTO HUMANO				
Denominación	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Agente vendedor	1	unidad	\$ 400,00	\$ 6.135,20,10
TOTAL				\$ 6.135,20
ACTIVOS FIJOS DE BIENES MUEBLES				
Denominación	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
a. Muebles y enseres				
Silla Giratoria	1	Unidad	\$130,00	\$130,00
Escritorio	1	Unidad	\$200,00	\$200,00
SUB TOTAL				\$ 330,00
TOTAL BIENES MUEBLES				\$ 330,00
ACTIVOS FIJOS DE BIENES INMUEBLES				
Denominación	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
a. Construcciones y edificaciones				
Baños	10	metros cuadrados	\$ 25,00	\$ 250,00
Sala para Clientes	10	metros cuadrados	\$ 25,00	\$ 250,00
	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
SUB TOTAL	1	Unidad	\$ 200,00	\$ 500,00
				\$ 500,00
	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
ACTIVOS INTANGIBLES				
Denominación	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Capacitación al personal	1	unidad	\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL				\$ 200,00
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD				
Denominación	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Página web	1	Unidad	\$ 150,00	\$ 150,00
Trípticos millar	1	unidad	\$ 80,00	\$ 80,00
Redes Sociales	1	unidad	\$ 50,00	\$ 50,00
TOTAL				\$ 280,00

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

El valor por salarios en esta área será de \$6.135,20 para un tiempo de un año, para los muebles, equipos de cómputo, construcciones y la capacitación al personal el valor necesario será de

\$1030,00.

En la parte productiva se detalla todos los requerimientos en la siguiente tabla.

Tabla 28-3. Requerimientos área productiva

REQUERIMIENTOS AREA PRODUCTIVA (Costos)				
1	Talento humano	Mano de Obra Directa		
		Mano de Obra Indirecta		
2	Activos fijos	Maquinarias y equipos		
		Muebles y enseres		
3	Materias Primas / Materiales / Insumos	Equipos de computo		
		Vehículos		
4	Otros	Construcciones y edificaciones		
		Terrenos		
MANO DE OBRA DIRECTA				
Denominación	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Jefe de Producción	1	unidad	\$ 700,00	\$ 10.436,60
Obrero	2	unidad	\$ 400,00	\$ 11.870,40
TOTAL				\$ 22.307,00
ACTIVOS FIJOS DE BIENES MUEBLES				
Denominación	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total (USD)
a. Maquinarias y equipos				
Molino industrial	1	unidad	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Cosedora automática de Sacos	1	unidad	\$ 180,00	\$ 180,00
Mezcladora Eléctrica	1	Unidad	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
Balanza Industrial	1	unidad	\$ 300,00	\$ 300,00
Selladora	1	Unidad	\$ 150,00	\$ 150,00
SUB TOTAL				\$ 3.530,00
b. Muebles y enseres				
Estación de trabajo	1	Unidad	\$ 250,00	\$ 250,00
Silla giratoria	1	Unidad	\$ 120,00	\$ 120,00
Mueble archivador	1	Unidad	\$ 250,00	\$ 250,00
Perchas	3	Unidad	\$ 100,00	\$ 300,00
SUB TOTAL				\$ 920,00
c. Equipos de computo				

SUB TOTAL				\$ -
TOTAL BIENES MUEBLES				\$ 4.450,00
ACTIVOS FIJOS DE BIENES INMUEBLES				
Denominación	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total (USD)
a. Construcciones y edificaciones				
Construcción Área de Producción	50	metros cuadrados	\$ 40,00	\$ 2.000,00
Construcción bodega de almacenamiento	30	metros cuadrados	\$ 30,00	\$ 900,00
Estacionamiento	40	metros cuadrados	\$ 10,00	\$ 400,00
Baños	20	metros cuadrados	\$ 20,00	\$ 400,00
Zona libre	50	metros cuadrados	\$ -	\$ -
SUB TOTAL				\$ 3.700,00
b. Terrenos				
Terreno área productiva	1000	metros cuadrados	\$ 10,00	\$ 2.000,00
SUB TOTAL				\$ 2.000,00
TOTAL, BIENES INMUEBLES				\$ 5.700,00
MATERIAS PRIMAS / MATERIALES E INSUMOS				
Denominación	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Yuca	15903	kg	\$ 0,40	\$ 6.361,20
Papachina	15903	kg	\$ 0,45	\$ 6.361,20
Fundas Plásticas Reciclables	60000	Unidad	\$ 0,005	\$ 300,00
TOTAL				\$13.022,40

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

En el presupuesto del área productiva el sueldo para el jefe de Producción y Obrero se estima una cantidad de \$22.307 anuales como mano de obra directa y una cantidad de \$13.022,00 como materia prima directa.

Tabla 29-3. Requerimientos área administrativa.

Requerimientos área Administrativa (Gastos)	
1	Talento humano Sueldos y salarios

2	Activos fijos	Maquinarias y equipos		
		Muebles y enseres		
		Equipos de computo		
		Vehículos		
		Construcciones y edificaciones		
		Terrenos		
3	Activos diferidos			
4	Permisos de funcionamiento			
5	Otros			
TALENTO HUMANO				
Denominación	Cantidad	Unidad	Gasto unitario	Gasto total
Administrador/Contador	1	unidad	\$ 700,00	\$ 10.411,60
TOTAL				\$ 10.411,60
ACTIVOS FIJOS DE BIENES MUEBLES				
Denominación	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total (USD)
a. Maquinarias y equipos				
SUB TOTAL				0
a. Muebles y enseres				
Estación de trabajo	2	unidad	\$ 200	\$ 400,00
Silla giratoria	2	unidad	\$ 150	\$ 300,00
Sillas de espera tripersonal	2	unidad	\$ 150	\$ 300,00
mueble archivador	2	unidad	\$ 230	\$ 460,00
SUB TOTAL				\$ 1460,00
b. Equipos de computo				
Computadora	2	unidad	\$ 500	\$ 1000,00
Impresora multifuncional	1	unidad	\$ 350	\$ 350,00
SUB TOTAL	0			\$ 1350,00
d. Vehículos				
SUB TOTAL				0
c. Suministros de oficina				
Grapadora	2	Unidad	\$ 3,00	\$ 6,00
Perforadora	2	Unidad	\$ 3,00	\$ 6,00
Calculadora	2	Unidad	\$ 9,00	\$ 18,00
Esferos cajas de 12 esferos	2	Unidad	\$ 5,00	\$ 10,00
Cajas de papel bond 10 resmas	2	Unidad	\$ 30,00	\$ 60,00
Cajas de grapas	2	Unidad	\$ 2,00	\$ 4,00
Varios	1	Unidad	\$ 30,00	\$ 30,00
SUB TOTAL				\$ 134,00
TOTAL BIENES MUEBLES				\$ 2810,00
ACTIVOS FIJOS DE BIENES INMUEBLES				
Denominación	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total

			unitario	(USD)
a. Construcciones y edificaciones				
Construcción Oficinas	10	metros cuadrados	\$ 50,00	\$ 500,00
SUB TOTAL				
b. Terrenos				
SUB TOTAL				0
TOTAL BIENES INMUEBLES				\$ 500,00
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO				
Denominación	Cantidad	Unidad	Gasto unitario	Gasto total (USD)
Permiso de funcionamiento otorgado por el cuerpo de Bomberos del Cantón Morona	1	permiso	\$ 25,00	\$ 25,00
Permiso ambiental	1	permiso	\$ 30,00	\$ 30,00
Permiso de uso de suelo	1	permiso	\$ 40,00	\$ 40,00
Patente Municipal de funcionamiento	1	patente	\$ 30,00	\$ 30,00
TOTAL				\$ 125,00
OTROS				
Denominación	Cantidad	Unidad	Gasto mensual	Gasto anual
a. Servicios básicos				
Agua	1	planilla	\$ 5,00	\$ 60,00
Luz	1	planilla	\$ 8,00	\$ 96,00
Teléfono	1	planilla	\$ 15,00	\$ 180,00
TOTAL			\$ 28,00	\$ 336,00

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

La tabla nos indica todo lo referente al area administrativa para el correcto funcionamiento de nuestra empresa a lo largo de su creación como son es el sueldo de un administrador que en este caso también cumplirá con el papel de contador, de igual manera se establecen los suministros necesarios.

Tabla 30-3. Tabla de inversiones

INVERSIONES	
DENOMINACIÓN	INVERSIÓN
Activos fijos	\$ 14.290,00
Maquinarias y equipos	\$ 3.530,00
Muebles y enseres	\$ 2.710,00

Equipos de computo	\$	1.350,00				
Construcciones y edificaciones	\$	4.700,00				
Terrenos	\$	2.000,00				
Activos Intangibles	\$	400,00				
Capacitación al personal	\$	400,00				
Capital de trabajo	\$	4.351,02				
Mano de obra directa	\$	1.858,92				
Materia Prima	\$	1.085,20				
Sueldos y salarios	\$	1.378,90				
Servicios básicos	\$	63,00				
TOTAL	\$	19.041,02				
DENOMINACIÓN	USD	FUENTES				
		Recursos propios	Préstamo			
Activos fijos	\$	14.290,00	\$	33.049,00	\$	-
Maquinarias y equipos	\$	3.530,00	\$	20.640,00		
Muebles y enseres	\$	2.710,00	\$	4.359,00		
Equipos de computo	\$	1.350,00	\$	1.350,00		
Construcciones y edificaciones	\$	4.700,00	\$	4.700,00		
Terrenos	\$	2.000,00	\$	2.000,00		
Activos Intangibles	\$	400,00	\$	400,00		
Capacitación al personal	\$	400,00	\$	400,00		
Capital de trabajo	\$	4.386,02	\$	4.386,02		
Mano de obra directa	\$	1.858,92	\$	1.858,92		
Materia Prima	\$	1.085,20	\$	1.085,20		
Sueldos y salarios	\$	1.378,90	\$	1.378,90		
Servicios básicos	\$	63,00	\$	63,00		
TOTAL	\$	19.076,02	\$	37.835,02	\$	-

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

En la tabla se muestran los valores que se generan por cuestión de inversión al momento de iniciar con este proyecto, de igual manera se muestran los valores por concepto de Mano de Obra Directa, Materia Prima Directa, Sueldos y salarios y servicios básicos, dichos valores establecidos hacen referencia al valor mensual que se genera.

Tabla 31-3. Depreciación de Activos.

DENOMINACIÓN	VALOR BIEN	DEPRECIACIÓN POR LEY	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	VALOR DE SALVAMENTO
Maquinarias y equipos	\$3.530,00	10	\$ 353,00	\$ 353,00	\$ 353,00	\$ 353,00	\$ 353,00	\$ 1.765,00
Muebles y enseres	\$2.710,00	10	\$ 271,00	\$ 271,00	\$ 271,00	\$ 271,00	\$ 271,00	\$ 1.355,00
Equipos de computo	\$1.350,00	5	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00			\$ 540,00
Construcciones y edificaciones	\$4.700,00	45	\$ 104,44	\$ 104,44	\$ 104,44	\$ 104,44	\$ 104,44	\$ 4.177,78
Terrenos	\$2.000,00							\$ 2.000,00
TOTAL	\$14.290,00		\$ 998,44	\$ 998,44	\$ 998,44	\$ 728,44	\$ 728,44	\$ 9.837,78

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

La tabla nos indica la depreciación anual de todos y cada uno de los activos que posee la empresa en referencia a la depreciación por ley y el valor que ya está establecido de igual manera el valor de salvamento nos indica el valor final que tendrá el activo al final de su vida útil.

Tabla 32-3. Estructura de costos y gastos.

DENOMINACIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5		AÑO 6	
	2021		2022		2023		2024		2025		2026	
Costos de producción	\$ 30.014,20	\$ 30.494,43	\$ 30.982,34	\$ 31.478,06	\$ 31.981,70	\$ 32.493,41						
Mano de obra directa	\$ 16.571,80	\$ 16.836,95	\$ 17.106,34	\$ 17.380,04	\$ 17.658,12	\$ 17.940,65						
Materias primas/materiales e insumos	\$ 13.022,40	\$ 13.230,76	\$ 13.442,45	\$ 13.657,53	\$ 13.876,05	\$ 14.098,07						
Servicios Básicos (Agua,Luz)	\$ 420,00	\$ 426,72	\$ 433,55	\$ 440,48	\$ 447,53	\$ 454,69						
Gastos administrativos	\$ 12.005,04	\$ 12.045,01	\$ 12.246,28	\$ 12.470,30	\$ 12.724,39	\$ 13.020,86						
Sueldos y salarios	\$ 10.411,60	\$ 10.578,19	\$ 10.747,44	\$ 10.919,40	\$ 11.094,11	\$ 11.271,61						
Servicios básicos	\$ 336,00	\$ 341,38	\$ 371,37	\$ 421,36	\$ 498,65	\$ 615,48						
Permisos	\$ 125,00	\$ 127,00	\$ 129,03	\$ 131,10	\$ 133,19	\$ 135,33						
Depreciaciones	\$ 998,44	\$ 998,44	\$ 998,44	\$ 998,44	\$ 998,44	\$ 998,44						
Suministros de oficina	\$ 134,00	\$ 136,14	\$ 138,32	\$ 140,54	\$ 142,78	\$ 145,07						
Gastos en ventas	\$ 6.415,20	\$ 6.517,84	\$ 6.622,13	\$ 6.728,08	\$ 6.835,73	\$ 6.945,10						
Sueldo Vendedor	\$ 6.135,20	\$ 6.233,36	\$ 6.333,10	\$ 6.434,43	\$ 6.537,38	\$ 6.641,98						
Promoción y publicidad	\$ 280,00	\$ 284,48	\$ 289,03	\$ 293,66	\$ 298,35	\$ 303,13						
TOTAL	\$ 48.434,44	\$ 49.057,28	\$ 49.850,75	\$ 50.676,44	\$ 51.541,83	\$ 52.459,38						

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

La tabla nos indica la estructura de los costos y gastos que tiene la empresa anualmente entre los que destacan costos de producción (Mano de Obra y Materia Prima Directa y demás Costos Indirectos de Fabricación), los gastos administrativos (Sueldos y salarios, permisos, servicios básicos y suministros de oficina utilizados), los gastos de ventas (Sueldo del vendedor y la promoción y publicidad)

Tabla 33-3. Presupuesto de ingreso.

DENOMINACIÓN	AÑO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Producto	\$ 54.070,20	\$ 54.664,97	\$ 59.747,55	\$ 62.661,57	\$ 70.478,59	\$ 76.300,21
Precio	\$ 0,85	\$ 0,85	\$ 0,90	\$ 0,90	\$ 0,95	\$ 0,95
Cientes	63612	64312	66386	69624	74188	80316
TOTAL	\$ 54.070,20	\$ 54.664,97	\$ 59.747,55	\$ 62.661,57	\$ 70.478,59	\$ 76.300,21

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

El número de clientes se le aumento debido a que en la encuesta realizada las personas (clientes) en la pregunta 7 que nos dice “¿Cuántas libras de harina derivada de yuca y papachina consumiría al mes?”, nos supieron manifestar que consumían entre 1-5 libras mensuales por lo que se consideró como un valor promedio 3 consumos mensuales por cliente.

Tabla 34-3. Estado de resultados.

DENOMINACIÓN	AÑOS					
	01	02	03	04	05	06
VENTAS	\$ 54.070,20	\$ 54.664,97	\$ 59.747,55	\$ 62.661,57	\$ 70.478,59	\$ 76.300,21
COSTOS DE PRODUCCION	\$ 30.014,20	\$ 30.494,43	\$ 30.982,34	\$ 31.478,06	\$ 31.981,70	\$ 32.493,41
UTILIDAD BRUTA	\$ 24.056,00	\$ 24.170,55	\$ 28.765,22	\$ 31.183,51	\$ 38.496,88	\$ 43.806,80
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 12.005,04	\$ 12.045,01	\$ 12.246,28	\$ 12.470,30	\$ 12.724,39	\$ 13.020,86
GASTOS VENTAS	\$ 6.415,20	\$ 6.517,84	\$ 6.622,13	\$ 6.728,08	\$ 6.835,73	\$ 6.945,10
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 5.635,76	\$ 5.607,70	\$ 9.896,81	\$ 11.985,13	\$ 18.936,76	\$ 23.840,83
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y REPARTICION DE BENEFICIOS	\$ 5.635,76	\$ 5.607,70	\$ 9.896,81	\$ 11.985,13	\$ 18.936,76	\$ 23.840,83
IMPUESTOS	\$ 1.408,94	\$ 1.401,92	\$ 2.474,20	\$ 2.996,28	\$ 4.734,19	\$ 5.960,21
UTILIDAD ANTES DE REPARTICION DE UTILIDADES	\$ 4.226,82	\$ 4.205,77	\$ 7.422,61	\$ 8.988,85	\$ 14.202,57	\$ 17.880,62
REPARTICION DE UTILIDADES	\$ 634,02	\$ 630,87	\$ 1.113,39	\$ 1.348,33	\$ 2.130,39	\$ 2.682,09
UTILIDAD NETA	\$ 3.592,79	\$ 3.574,91	\$ 6.309,22	\$ 7.640,52	\$ 12.072,18	\$ 15.198,53

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

La tabla nos indica el estado de resultados que se obtiene en la empresa una vez establecidas las ventas anuales y de igual manera el costo de producción de la misma, como sabemos en el estado de resultados se muestran también las utilidades antes de impuesto y antes de su repartición de esta menara obtenemos la utilidad neta del ejercicio contable y año en curso.

Tabla 35-3. Flujo de Caja.

DENOMINACIÓN	AÑO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Inversiones	\$ 18.598,08					
VALOR DE SALVAMENTO						\$ 9.837,78
CAPITAL DE TRABAJO						\$ 3.908,08
UTILIDAD NETA		\$ 3.592,79	\$ 3.574,91	\$ 6.309,22	\$ 7.640,52	\$ 12.072,18
DEPRECIACIONES		\$ 998,44	\$ 998,44	\$ 998,44	\$ 998,44	\$ 998,44
FLUJO DE CAJA	\$ (18.598,08)	\$ 4.591,24	\$ 4.573,35	\$ 7.307,66	\$ 8.638,97	\$ 13.070,63
FACTOR DE ACTUALIZACION	\$ 1,00	\$ 0,91	\$ 0,83	\$ 0,75	\$ 0,68	\$ 0,62
FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO	\$ (18.598,08)	\$ 4.173,85	\$ 3.779,63	\$ 5.490,35	\$ 5.900,53	\$ 8.115,83
TOTAL			\$ 7.953,48	\$ 13.443,83	\$ 19.344,36	\$ 27.460,20

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

Tabla 36-3. Indicadores Financieros.

	PRC	Se recupera desde el año 1
	RBC	1,48
	VAN	\$ 8.862,11
	TIR	24%

Elaborado por: Elizalde, Y. 2021

PCR (Periodo de Recuperación del Capital)

El periodo de recuperación del Capital.- es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo (Salinas, 2015).

Una vez realizado el estudio económico financiero se obtuvo que el periodo de recuperación es de un año es decir que en un año se podrá recuperar el dinero que se ha invertido en dicho proyecto.

RBC (Relación Beneficio/Costo)

El análisis del beneficio-costos es un proceso que, de manera general, se refiere a la evaluación de un determinado proyecto, de un esquema para tomar decisiones de cualquier tipo. Ello involucra, de manera explícita o implícita, determinar el total de costos y beneficios de todas las alternativas para seleccionar la mejor o más rentable. Este análisis se deriva de la conjunción de diversas técnicas de gerencia y de finanzas con los campos de las ciencias sociales, que presentan tanto los costos como los beneficios en unidades de medición estándar usualmente monetarias para que se puedan comparar directamente.

La técnica del beneficio/costo se relaciona de manera directa con la teoría de la decisión. Pretende determinar la conveniencia de un proyecto a partir de los costos y beneficios que se derivan de él. Dicha relación de elementos, expresados en términos monetarios, conlleva la posterior valoración y evaluación. (Díaz, 2017)

El valor de 1,48 que se obtuvo como resultado hace referencia a que por cada dólar que se invirtió en el proyecto se obtendrá 0,48 centavos como retribución.

VAN (Valor Actual Neto)

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados la inversión Inicial (Baca Urbina, 2018)

El Valor Presente Neto o llamado también Valor Actual Neto es la sumatoria de los flujos de efectivo actualizados menos el valor de la Inversión Inicial, si el resultado es menor a 0 el proyecto se rechaza, pero si el resultado es mayor a 0 el proyecto se acepta ya que se considera que va a tener ganancia o utilidad descontando la tasa de retorno.

El Valor Actual Neto que se obtuvo es de \$8.862,11 lo que significa que el proyecto es viable ya que la cantidad es mayor a 0 de tal manera se puede decir que con el proyecto se obtendrá una ganancia.

TIR (Tasa Interna de Retorno)

Es un estándar utilizado para decidir opciones sobre especulación y financiación de proyectos. Se caracteriza por ser la tasa de reembolso que se aproxima a la estimación actual de pago por tarea con la estimación actual de costos. Es la tarifa del préstamo que, utilizada en el cálculo del Valor Actual Neto, lo hace equivalente a 0. El argumento fundamental detrás de esta técnica es que muestra el retorno que producen los ingresos que ponen recursos en el emprendimiento en una figura que resume las condiciones del emprendimiento (Altuve, 2004).

Se obtuvo un resultado en la Tasa Interna de retorno del 24%, lo que significa que este será el retorno producido por los ingresos generados en el proyecto

Estos valores nos muestran los resultados que como empresa tendremos a lo largo de los años, dichos valores son positivos y con ello podemos decir que si sería una buena respuesta ante ciertas necesidades del cantón.

Los resultados tanto del TIR, VAN y RBC (Relación Beneficio/Costo) son positivos eso quiere decir que el proyecto es un proyecto con acogida que con años posteriores nos arrojará utilidad.

3.4 Evaluación social

Creación de empleo: se refiere al aumento de empleo en el sector de la construcción debido a la construcción de la planta, que será un nuevo foco de trabajo de dicho sector y en el sector industrial debido al trabajo de producción de la planta, que será un nuevo foco de trabajo de dicho sector. Se trata de un impacto positivo, de intensidad media, de aparición inmediata, permanente, reversible a medio plazo y de extensión total. Se trata de un impacto compatible que favorece la producción de empleo.

Los beneficiarios con la ejecución del proyecto son todas las personas involucradas en el mismo que, de una manera u otra, percibirán algún tipo de beneficio durante su desarrollo. La ejecución de este emprendimiento posee varios beneficiarios como son los:

- Productor: Empresa quien se dedicará a la elaboración y comercialización de la harina.
- Intermediarios: Tiendas o supermercados que oferten el producto, el mismo que obtiene ganancias en el negocio y favorece su economía.
- Consumidor: Público que adquirirá la harina de papa libre de gluten

Los resultados que se esperan alcanzar es la satisfacción de la población, ofertando un producto de calidad, con una característica diferenciadora de los productos similares y siendo un sustituto de gran riqueza nutricional, y a la vez de poseer características únicas, estos productos serán comercializados en los diferentes supermercados, tiendas a un precio justo y accesibles para nuestro nicho de mercado. El desarrollo del proyecto de emprendimiento busca potencializar la adquisición de productos elaborados en el país y que compita directamente con productos similares o sustitutos, exportados de otros países, dando renombre a los productos del cantón Morona y, así abarcar participación en nuevos mercados locales y nacionales; además, permite posicionar la marca en la mente de los clientes potenciales y generar mayores ingresos que contribuirán a la actividad económica y productiva de la empresa.

Una vez establecido el proyecto se contratará directamente a 4 colaboradores considerando que es una empresa pequeña, la misma que está por comenzar y de manera indirecta se contará con la colaboración de al menos 20 personas, que serán aquellas a las que les compraremos la materia prima, también a las personas que se dedican al agro dentro de nuestro cantón.

Tabla 37-3. Beneficiarios Directos e Indirectos

BENEFICIARIOS DIRECTOS	BENEFICIARIOS INDIRECTOS
4 Colaboradores directos:	Las familias de los colaboradores directos.
- Administrador/Contador	Los agricultores que se dedican a la producción de yuca y papachina.
- Jefe de producción	
- Obrero	
- Vendedor	Los compradores de nuestro producto ya que serán los beneficiados al momento de adquirir y consumir el producto.

Elaborado: Elizalde, 2021

3.5 Evaluación Ambiental

En este apartado se diferencian dos fases, la de construcción y de producción. Dentro de cada una de estas fases las acciones más significativas son:

3.5.1 Fase de construcción

Se estudiarán las posibles acciones que durante la fase de construcción del proyecto serán llevadas a cabo. En el caso de esta planta se han considerado tres acciones como las más influyentes o con una potencial influencia en el impacto ambiental:

- **Movimiento de tierras:** esta acción hace referencia al impacto que pueda tener la pérdida de suelo en el entorno, debido a la construcción de cimientos, nivelado de la planta, etc.
- **Movimiento de vehículos:** esta acción hace referencia al impacto que pueda tener el paso de vehículos, sobre todo aquellos afectados a obra, en el entorno sus consecuencias como el aumento de ruido, contaminación, etc.
- **Construcción:** esta acción hace referencia al impacto que pueda tener la construcción del edificio en dicho emplazamiento.

3.5.2 Fase de producción

Durante la producción del galpón de empaque existen también acciones que deben ser incluidas en los impactos. Las más importantes son:

- **Consumo de agua:** esta acción hace referencia al impacto que pueda tener el aumento del consumo de agua necesaria para el funcionamiento correcto de los procesos o para el simple abastecimiento del complejo en sí.
- **Movimiento de vehículos:** acción ya comentada que, al igual que en la fase de construcción, continúa también en la de explotación.
- **Creación de empleo:** esta acción hace referencia al impacto que pueda tener la creación de un nuevo foco de trabajo en la zona produciendo un aumento del empleo.
- **Efluentes líquidos y sólidos:** esta acción se refiere al vuelco a la red del agua de lavado de la fruta y los residuos sólidos de potenciales roturas de embalajes (cartones, nylon) que van a la recogida municipal.

Impacto sobre el suelo

Movimiento de tierras: se refiere a la pérdida de suelo debido a la construcción de cimientos, nivelado de la planta, así como a la necesidad de urbanizar la zona, creando accesos a la planta.

Se considera un impacto negativo, de intensidad media, de aparición inmediata, permanente, irreversible y de extensión parcial.

Por tanto, se trata de un impacto moderado.

Movimiento de vehículos durante la fase de construcción: se refiere a la alteración del suelo debida al paso de vehículos de obra y demás maquinaria pesada durante dicha fase.

Se considera un impacto negativo, de intensidad baja, de aparición a medio plazo, no persistente, reversible a corto plazo. Por tanto, se trata de un impacto compatible.

Movimiento de vehículos durante la fase de explotación: se refiere a la alteración del suelo debida al paso de vehículos que acceden a la planta, desde camiones cargados de mangos hasta vehículos personales.

Se trata de un impacto negativo, de intensidad media, de aparición inmediata, no persistente, reversible a corto plazo. Por tanto, se trata de un impacto moderado.

Impacto sobre el agua

Consumo de agua: se refiere al uso y consumo de agua necesario para el proceso de lavado y aplicación de fungicidas y, que produce una disminución en la cantidad y calidad del agua de la

tubería de abastecimiento, y luego se realizarán ciertos vertidos (analizados y previamente pasados por decantador) en dicha tubería.

Se considera un impacto negativo, de intensidad media, de aparición inmediata, de persistencia baja, irreversible y de extensión puntual. Al no disponer a priori de los caudales de abastecimiento que proporcionara se trata de un impacto moderado.

Desechos y desperdicios

Se refiere al hecho del uso que le daremos a los desechos y desperdicios ocasionados en todo el proceso productivo por lo que se ha considerado oportuno que las cascaras que se obtienen tanto de la yuca como de la papachina regalárselas a las personas que se dedican a la crianza de chanchos debido a que estos dos productos poseen un gran componente alimenticio para este tipo de animales, de esta manera le damos un uso adecuado a los desperdicios que se generarán a lo largo la producción de nuestra harina.

3.5.3 Medio Biótico

Impacto sobre la flora

Se refiere a la desaparición de vegetación debido a la construcción de la planta en una zona donde previamente sólo había vegetación.

Se considera un impacto negativo, de intensidad baja, de aparición inmediata, permanente, reversible a medio plazo y de extensión puntual. Se trata de un impacto moderado.

CONCLUSIONES

- Se realizó un estudio de factibilidad de una empresa productora y comercializadora de harina derivada de yuca y papachina en el cantón Morona provincia de Morona Santiago llegando a la conclusión de que resulta factible su creación en base a los resultados obtenidos en los análisis financieros.
- Se elaboró un estudio de mercado donde en base a los resultados obtenidos mediante las encuestas se obtuvo que la población estaba dispuesta a consumir un producto a base de yuca y papachina. La empresa se constituirá como una microempresa teniendo una imagen corporativa y un organigrama estratégicamente estructurado con los niveles jerárquicos necesarios y estudio técnico de la producción y comercialización de harina derivada de productos como son la harina y la papachina.
- Se comprobó la viabilidad de la empresa para la producción y comercialización de harina derivada de yuca y papachina en el cantón Morona mediante un estudio financiero donde una vez aplicados los diferentes indicadores financieros se obtiene, un valor actual neto (VAN) de USD \$8.862; se adquiere una tasa interna de retorno (TIR) es del 24% de la inversión, la inversión se recupera en un lapso de 1 año aproximadamente.
- Estos resultados nos indican claramente que el proyecto es factible y rentable para su implementación, debido a que su inversión se recupera en corto plazo. De esta forma se concluye con el objetivo central de investigación y con los objetivos específicos planteados.

RECOMENDACIONES

Luego de la evaluación y conclusión del estudio consideramos prudente plantear las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda la ejecución de este proyecto, ya que es económicamente viable de acuerdo de acuerdo a los resultados obtenidos; la materia prima es accesible y cuenta con mano de obra de calidad de nativa del cantón Morona, dando paso a la creación de nuevas fuentes de empleo, y de esta manera contribuyendo de forma positiva a la población económicamente activa (PEA).
- Los proyectos de este tipo deberán contar con la debida asistencia técnica especializada para así velar por la calidad del producto y llevar un adecuado rendimiento del negocio, sin dejar de tomar en cuenta el manejo sustentable de los recursos.
- Se debería evaluar la posibilidad de ampliar el proyecto a nivel nacional durante la vida útil del proyecto, tomando en consideración el comportamiento del mercado y las variables que lo afectan directamente como precios, costos, demanda y oferta.
- Realizar constantemente investigaciones de mercado para satisfacer adecuadamente los cambiantes requerimientos del mismo. Recordar la importancia de organizar eficientemente y en su debido tiempo las actividades promocionales. Establecer controles y realizar ajustes periódicos en el plan de mercadeo de la empresa, es sin duda alguna imprescindible.

BIBLIOGRAFÍA

- Equipo Técnico PCDOT MORONA. (2014). *Plan cantonal de desarrollo y ordenamiento territorial*. Macas.
- Andía, W. (2011). La demanda insatisfecha en los proyectos de inversión pública. *Redalyc*.
- Andrade, P., Toscano, D., & Parrales, M. (2018). El estado de flujo de efectivo, herramienta de gestión para evaluar la capacidad de los administradores. *Fadmi*, 11-16.
- Anónimo. (s.f.). Guía técnica para producción y análisis de almidón de Yuca.
- Aponte, J. (2016). *Repositorio UT Machala*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/6383/1/TTUACE-2016-CI-CD00014.pdf>
- Arboleda, G. (2013). *Proyectos Identificación, formulación, evaluación y gerencia*. Bogotá: Alfaomega.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de Investigación*. Caracas: Episteme.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2018). *Ley orgánica de economía popular y solidaria*. Quito.
- Baca Urbina, G. (2018). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw Hill.
- Banda, J. (03 de Octubre de 2016). *Economiasimple.net*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/ingreso>
- Bennett, M., Hickman, Z., Kang, W., & Taylor, A. (2015). Cassava Flour Production For Small-scale Farmers. *Nutri Fresh Farm y Agri Hub Michigan*.
- Chiriboga, J. (Octubre de 2016). *Repositorio Unibe*. Obtenido de <http://repositorio.unibe.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/83/1/CHIRIBOGA%20PEREZ%20JORGE%20LEONARDO.pdf>
- Corrillo, F., & Gutiérrez, M. (2016). Estudio de localizacion de un proyecto. *Revistas Bolivianas*, 29-33.
- Cortes, A. (2012). *Análisis de la Oferta y la Demanda*. Mexico: Universidad virtual del estado de Guanajuato.

- Darkwa, S. (2013). TARO “Colocasia esculenta”: It’s Utilization in Food. *Journal and Food Processing & Technology*.
- Deconceptos.com. (2020). *Deconceptos.com*. Obtenido de <https://deconceptos.com/ciencias-sociales/localizacion>
- Díaz, A. (2017). El costo-beneficio como herramienta de decisión en la inversión en actividades científicas. *Scielo*.
- Díaz, T. (02 de Julio de 2018). *Economiasimple.net*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/egresos>
- EAE Business School. (13 de Abril de 2020). *EAE Business School*. Obtenido de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/flujograma-de-una-empresa/>
- Fajardo, L., Girón, M., Vásquez, C., Fajardo, L., Zúñiga, X., & Solís, E. P. (2019). Valor actual neto y tasa interna de retorno como parámetros de evaluación de las inversiones. *Revista investigacion operacional*. 469-474. Obtenido de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=136929594&lang>
- Fernández, E., Fernández, M., & Avella, L. (2006). *Estrategia de producción*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. México: McGraw-Hill.
- Fontaine, E. (2008). *Evaluación Social de Proyectos*. México: Pearson Educación.
- Garduño, G. (24 de Enero de 2012). Obtenido de <http://garduno-elaboracion-de-proyectos.blogspot.com/2012/01/macro-localizacion-y-micro-localizacion.html#:~:text=La%20macro%20localizaci%C3%B3n%20es%20la,m%C3%A1xima%20ganancia%2C%20si%20es%20una>
- Gómez, G. (2010). Análisis sobre el concepto de desarrollo económico con una mirada hacia Latino América. *Universidad de San Buenaventura*.
- Guías Jurídicas. (s.f.). *Guías Jurídicas*. Obtenido de https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASnjIyNjtbLUouLM_DxbIwMDS0NDA1OQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAYbBr7zUAAAA=WKE

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL.
- INEC. (2010). *Análisis y proyección de la población económicamente activa (pea) del Ecuador*. Quito.
- Instituto Profesional IACC. (2019). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. IACC.
- Jerma, H. (2011). *Metodología de la Investigación Propuesta, anteproyecto y proyecto*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Lexico.com. (2020). Obtenido de <https://www.lexico.com/es/definicion/maquinaria>
- Louis, T., & Alain, C. (1993). *Administración de la producción*. México: McGraw-Hill.
- Martín, F. (10 de Septiembre de 2012). Obtenido de <https://es.slideshare.net/INGPAKOWPN/cultivo-de-la-papa-china-y-pelma-ecuador-provincia-de-morona-santiago-mts-ingfrancisco-martin-armas>
- Martínez, J. (2011). *Repository Javeriana*. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/10645/MartinezCastroJuanGuillermo2011.pdf?sequence=1>
- Mejía, C., Hernández, D., Cruz, E., & Blancas, Z. (2016). Apertura de posgrado mediante el estudio de factibilidad y viabilidad en upfm. *Revista de Sistemas y Gestión Educativa*, 611-629.
- Méndez, D. (04 de Octubre de 2019). *Economíasimple*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/maquinaria>
- Mete, M. (2014). Valor actual neto y tasa de retorno: su utilidad como herramientas para el análisis y evaluación de proyectos de inversión. *Scielo*.
- Meza, J. (2009). Evaluación financiera de proyectos. *ECOEdiciones*, 6-27.
- Miguez, J., Gutierrez, N., & Mercado, A. (2015). Cultivo de Yuca. *Universidad Autónoma Gabriel René Moreno*.
- Miyasaka, S., R. O., Tsuji, G., & Kodani, L. (2003). *Site and planting date effects on taro growth: comparison with aroid model predictions*. *Agronomy Journal*.

- Morales, A., & Morales, J. (2009). *Proyectos de Inversión, Evaluación y Formulación*. México: McGraw-Hill.
- Morales, J., & Morales, A. (2009). *Proyectos de Inversión, Evaluación y Formulación*. México: McGraw-Hill.
- Moya, R. D. (2002). El Proyecto Factible: una modalidad de investigación. *redalyc*, 1-18.
- Müggenburg, M., & Pérez, I. (2007). Tipos de estudio en el enfoque de investigación cuantitativa. *Redalyc*, 35-38.
- Nova, A. (31 de Mayo de 2017). *Bdo*. Obtenido de <https://www.bdo.com.do/es-do/blogs/articulos/mayo-2017/el-flujograma-como-herramienta-para-mejorar-proces>
- OBS Business School. (2020). *OBS Business School*. Obtenido de <https://obsbusiness.school/es/blog-investigacion/finanzas/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>
- Organización Internacional del Trabajo. (2016). *Comercialización*. Ginebra: OIT.
- Parra, L., Reyes, J., & Escobar, C. (2003). La desnutrición y sus consecuencias sobre el metabolismo intermedio. *Revista de la Facultad de Medicina de la UNAM*, 32-36.
- Portales, D. (2011). *E-técnico*. Obtenido de <https://e-tecnico.webnode.es/servicios/>
- Project Management. (2016). *Obsbusiness.school*. Obtenido de <https://obsbusiness.school/es/blog-project-management/administracion-de-proyectos-tipos-de-proyectos-y-sus-principales-caracteristicas>
- Región de Murcia. (s.f.). *Región de Murcia*. Obtenido de [https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=5194&IDTIPO=100&RASTRO=c511\\$m4688,5180](https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=5194&IDTIPO=100&RASTRO=c511$m4688,5180)
- Ruiz, M., Borboa, M., & Rodríguez, J. (2013). El enfoque mixto de investigación en los estudios fiscales. *Revista Académica de Investigación*, 1-25.
- Santander, L. (2015). Material de apoyo para la Cátedra de Formulación y Preparación de Estados Financieros. *USACH*.
- Sarmiento, J. (2015). Evaluación de Proyectos.

- Texa, C. (05 de Enero de 2018). *Novedadesaca*. Obtenido de <https://novedadesaca.mx/la-importancia-del-desarrollo/>
- Thomas, J., Nelson, J., & Silverman, S. (2005). *Research methods in physical*. Human Kinetics.
- Thompson, J. (Septiembre de 2006). *Promo negocios*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/proyecto/evaluacion-proyectos.html>
- Univia Virtual. (07 de Mayo de 2014). *Univia Virtual*. Obtenido de <https://finanzasunounivia.wordpress.com/2014/05/07/la-inversion-inicial/#:~:text=En%20el%20plan%20de%20Inversi%C3%B3n,que%20el%20negocio%20sea%20operativo.>
- Urbina, G. V. (2013). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill .
- Vaquirol, J. (23 de Febrero de 2010). *Pymesfuturo.com*. Obtenido de <https://www.pymesfuturo.com/pri.htm>
- Vargas, A. (2016). *Evaluación de Proyectos*. . Obtenido de <http://apuntesduoc.pbworks.com/f/Estudio+de+factibilidad+II.pdf>
- Vásconez, L. (Mayo de 2015). *Repositorio UTE*. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/14296/1/62647_1.pdf

ANEXOS

ANEXO A: FORMATO DE ENCUESTA REALIZADA DE MANERA VIRTUAL.

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

El presente cuestionario tiene por finalidad conocer y determinar necesidades y requerimientos generales, que usted como posible consumidor y cliente de Harina derivada de Yuca y Papachina en el cantón Morona provincia de Morona Santiago desearía recibir.

Instrucciones:

- Lea detenidamente cada una de las preguntas expuestas a continuación.
- Marque con una “X” la respuesta que usted considere correcta.
- No existe respuesta buena ni mala, pero se sugiere que responda con total sinceridad.

1. ¿Consume usted algún tipo de Harina?

SI

NO

2. ¿En su hogar existe alguna persona que consuma algún tipo de Harina?

SI

NO

3. ¿Cree usted que es necesario la existencia de una empresa productora y comercializadora de Harina derivada de Yuca y Papachina en el cantón Morona provincia de morona Santiago?

SI

NO

4. ¿Estaría dispuesto a comprar la Harina derivada de Yuca y Papachina en el cantón Morona si se cuenta con el equipo necesario y el personal capacitado?

SI

NO

5. **¿Ha visto o escuchado que en el mercado exista este tipo de producto similar actualmente?**

SI

NO

6. **¿Con qué frecuencia compra algún tipo de Harina en el cantón Morona?**

1 - 3 veces al mes

4 - 6 veces al mes

7 - 9 veces al mes

7. **¿Cuántas libras de harina derivada de yuca y papachina consumiría al mes?**

1-5 Libras

5-10 Libras

10-15 Libras

Más de 15 Libras

8. **¿En qué tipo de presentación le gustaría encontrar la Harina derivada de Yuca y Papachina?**

250 gramos

500 gramos

1 kilogramo

9. **¿Cómo le gustaría adquirir la Harina derivada de Yuca y Papachina con la que estaría dispuesto a comprar?**

Bolsas de papel

Film de Envasado

PP bolsas tejidas

Sacos de tela

Otros:

10. **¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por una libra de producto de Harina derivada de Yuca y Papachina?**

\$0,80 - \$0,90

\$1,00 - \$1,10

\$1,15 - \$1,25

11. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información acerca de este producto?

- Anuncios en periódicos o revistas
- Página web
- Televisión
- Redes Sociales

Otros:

12. ¿Para usted cuál de los siguientes aspectos le resulta más relevante al momento de adquirir un producto?

- Seguridad
- Calidad del producto
- Relación calidad/precio

13. ¿Piensa usted que la creación de una empresa productora y comercializadora de Harina derivada de Yuca y Papachina incidirá de manera positiva en el desarrollo económico del Cantón Morona?

- SI
- NO

14. ¿En dónde y cómo le gustaría adquirir nuestra Harina derivada de Yuca y Papachina?

- Tiendas de Abarrotes
- Supermercados
- Entrega a domicilio

15. ¿En qué considera usted que utilizará nuestro Harina de Yuca y Papachina?

- Tortillas
- Sopas
- Coladas
- Pan

Otros:

SUS RESPUESTAS SON MUY IMPORTANTES PARA REALIZAR NUESTRO TRABAJO GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.