

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyectos de
Emprendimiento previo a la obtención del Título de
Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios**

**TEMA: “Producción y comercialización de choclo
empacado al vacío para la asociación de productores
en la parroquia Salasaca”**

AUTOR: Galo Daniel Rosero Martínez

TUTOR: Ing. Mg. Jorge Iván Carrillo Hernández

AMBATO –ECUADOR

Octubre 2018



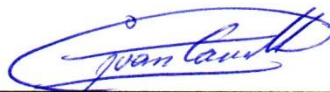
APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Mg. Jorge Iván Carrillo Hernández

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Producción y comercialización de choclo empacado al vacío para la asociación de productores en la parroquia Salasaca**”, presentado por el señor **Galo Daniel Rosero Martínez** para optar por el título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho Proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Ambato, 20 de junio del 2018

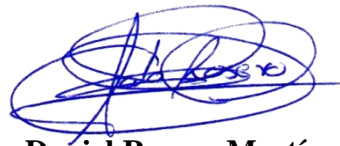


Ing. Mg. Jorge Iván Carrillo Hernández

C.I. 060377569-3

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Galo Daniel Rosero Martínez** declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Galo Daniel Rosero Martínez

C.I. 180433083-3

AUTOR

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos calificadores, aprueban el presente Trabajo de Titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'JUAN ENRIQUE RAMOS GUEVARA', with a stylized flourish below it.

Ing. Juan Enrique Ramos Guevara Mg.

C.C. 1803084209

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'JORGE FRANCISCO ABRIL FLORES', with a stylized flourish below it.

Dr. Jorge Francisco Abril Flores, Mg.

C.C. 1803035086

Ambato, 15 de octubre del 2018

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo de los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto, con fines de difusión pública además apruebo la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia y se realice respetando mis derechos de autor.



Galo Daniel Rosero Martínez

C.I. 180433083-3

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento efusivo a la Universidad Técnica de Ambato, por brindarme la oportunidad de formarme como un profesional altamente competitivo.

Mi infinito agradecimiento al Ing. Mg. Jorge Iván Carrillo Hernández por su invaluable guía en la culminación de la investigación.

Finalmente agradezco a la parroquia Salasaca por la apertura y la entrega de la información necesaria para poder realizar la investigación.

Daniel

DEDICATORIA

En primer lugar, a Dios que me ha dado toda la sabiduría y fortaleza para seguir con mis ideales, a mis Señores Padres y Hermanos que han sido mi apoyo incondicional en el día a día, educándome con amor, paciencia y comprensión, forjándome a ser una persona de bien para el logro de mis metas en búsqueda de llegar a ser un profesional exitoso.

Daniel

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	III
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	IV
DERECHOS DE AUTOR	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XI
ÍNDICE DE TABLAS	XIII
RESUMEN EJECUTIVO	XVI
ABSTRACT.....	XVII
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Definición del problema de la investigación.....	1
1.2. Árbol de problemas	4
1.3. Árbol de objetivos	6
1.4. Matriz de Involucrados.....	8
CAPÍTULO II	11
DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.....	11
2.1. Nombre del emprendimiento.....	11
2.2. Localización geográfica	11
2.3. Justificación.....	11
2.4. Objetivos	13
2.4.1. Objetivo general	13
2.6. Beneficiarios	14
2.7. Resultados a alcanzar	14
CAPÍTULO III.....	15
ESTUDIO DE MERCADO	15
3.1. Descripción del producto, características y usos.....	15
3.2. Segmentación del mercado	17

3.3. Resultados de las encuestas.....	21
3.4. Estudio de la demanda	37
3.5. Estudio de la oferta.....	40
3.6. Mercado potencial para el proyecto	44
3.7. Precio.....	45
3.8. Canales de comercialización	47
3.9. Canales de distribución	47
CAPITULO IV.....	51
ESTUDIO TÉCNICO	51
4.1. Tamaño del emprendimiento.....	51
4.2. Localización	52
4.3. Ingeniería del Proyecto.....	55
4.4. Distribución de la planta (Lay - out)	62
CAPÍTULO V	64
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	64
5.1. Aspectos generales	64
5.2. Diseño Organizacional	64
5.4. Estructura Funcional	69
5.5. Manual de funciones	70
CAPÍTULO VI.....	76
ESTUDIO FINANCIERO	76
6.1. Inversiones en activos fijos tangibles.....	76
6.2. Inversiones en activos diferidos intangibles	80
6.3. Inversiones en Activos circulantes o capital de trabajo.....	81
6.4. Resumen de las Inversiones.....	84
6.5. Financiamiento	84
6.6. Plan de Inversiones.....	85
6.7. Presupuesto de Costo e Ingresos	86
6.8. Situación financiera actual	94
6.9. Situación financiera proyectada	96
6.10. Presupuesto de ingresos	97
6.11. Estado de resultados proyectadas	98
6.12. Flujo de caja.....	99

6.13.	Punto de equilibrio.....	100
6.14.	Punto de Equilibrio en Unidades de Producción	101
6.15.	Tmar.....	103
6.16.	Valor presente neto o valor actual neto	105
6.17.	Indicadores Financieros	106
6.17.1.	Índices de solvencia	106
6.17.2.	Índice de liquidez.....	106
6.17.3.	Índice de endeudamiento	107
6.17.4.	Índice de apalancamiento.....	107
6.18.	Tasabeneficio _ costo.....	107
6.19.	Periodo de recuperación de la inversión	108
6.20.	Tasa interna de retorno	109
6.21.	Análisis de sensibilidad	109
6.22.	Escenario Optimista + 20%	110
6.23.	Escenario Pesimista - 20%.....	113
CAPITULO VII		116
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		116
3.1.	Conclusiones	116
3.2.	Recomendaciones	117
3.3.	Bibliografía.....	118
3.4.	Anexos.....	123
	123

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Árbol de problemas	4
Figura 2. Árbol de objetivos	6
Figura 3. Localización Geográfica.....	11
Figura 4. Los nueve cantones de Tungurahua.....	20
Figura 5. Género	21
Figura 6. Edad.....	22
Figura 7. Sector.....	23
Figura 8. Consumo de maíz	24
Figura 9. Consumo de choclo	25
Figura 10. Conocimiento del empacado al vacío.....	26
Figura 11. Compra de choclo.....	27
Figura 12. Ha escuchado sobre el choclo empacado al vacío	28
Figura 13. Consumo mensual de choclo	29
Figura 14. Dispuesto a pagar por el producto	30
Figura 15. Lugares de comercialización	31
Figura 16. Tipo de Envase	32
Figura 17. Conocimiento de los beneficios del choclo	33
Figura 18. Factores a considerar en una compra.....	34
Figura 19. Tipo de obsequio	35
Figura 20. Medios de comunicación	36
Figura 21. Demanda en personas	38
Figura 22. Demanda en productos	40
Figura 23. Estudio de la oferta en personas	42
Figura 24. Estudio de la oferta en productos	43
Figura 25. Demanda potencial insatisfecha	44
Figura 26. Precio.....	46
Figura 27. Canal de distribución.....	47
Figura 28. Demanda Potencial Insatisfecha Real.....	52
Figura 29. Macro localización	54
Figura 30. Micro localización	54
Figura 31. Distribución de la planta.....	63
Figura 32. Organigrama estructural	68
Figura 33. Organigrama funcional.....	69

Figura 34. Junta general de accionistas.....	70
Figura 35. Gerente General.....	71
Figura 36. Jefe Administrativo.....	72
Figura 37. Jefe Comercial.....	73
Figura 38. Jefe de producción.....	74
Figura 39. Secretaria.....	75
Figura 40. Punto de equilibrio.....	102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla # 1 Matriz de Involucrados	8
Tabla # 2 Beneficiarios del Proyecto	14
Tabla # 3 Características del producto	16
Tabla # 4 Segmentación del mercado	17
Tabla # 5 Tasa de crecimiento poblacional.....	18
Tabla # 6 Género.....	21
Tabla # 7. Edad	22
Tabla # 8 Sector	23
Tabla # 9. Consume usted maíz	24
Tabla # 10. Le gusta el choclo	25
Tabla # 11. Tiene conocimiento acerca del empacado al vacío	26
Tabla # 12. Compra de choclo	27
Tabla # 13. Ha escuchado sobre el choclo empacado al vacío	28
Tabla # 14. Consumo mensual de choclo empacado al vacío.....	29
Tabla # 15. Dispuesto a pagar por el producto	30
Tabla # 16. Lugares de comercialización.....	31
Tabla # 17. Tipo de Envase.....	32
Tabla # 18. Conocimiento sobre las propiedades del choclo	33
Tabla # 19. Factores que considera importante en una compra	34
Tabla # 20. Que le gustaría recibir por la compra del producto.....	35
Tabla # 21. Medios de comunicación	36
Tabla # 22. Estudio de la demanda en personas.....	37
Tabla # 23. Demanda en personas	38
Tabla # 24. Estudio de la demanda en productos.....	39
Tabla # 25. Demanda en productos.....	39
Tabla # 26. Estudio de la oferta en personas.....	41
Tabla # 27. Estudio de la oferta en personas.....	41
Tabla # 28. Estudio de la oferta en productos	42
Tabla # 29. Proyección del estudio de la oferta en productos.....	43
Tabla # 30. Demanda potencial insatisfecha.....	44
Tabla # 31 Precio.	46
Tabla # 32. Análisis FODA	48
Tabla # 33. Demanda potencial Insatisfecha Real	51

Tabla # 34. Matriz de Localización mediante puntos ponderados	53
Tabla # 35. Macro localización.....	53
Tabla # 36. Proceso de producción	55
Tabla # 37. Insumos.....	56
Tabla # 38. Materiales indirectos de fabricación	57
Tabla # 39. Simbología Normativa.....	58
Tabla # 40. Diagrama de procesos	59
Tabla # 41: Capacidad de producción.....	60
Tabla # 42. Maquinaria	61
Tabla # 43. Equipos	61
Tabla # 44. Equipo de computación.....	61
Tabla # 45. Muebles y Enseres	62
Tabla # 46. Niveles Jerárquicos	66
Tabla # 47. Matriz Axiológica de valores.....	67
Tabla # 48. Terreno.....	76
Tabla # 49. Edificio.....	76
Tabla # 50. Adecuaciones	76
Tabla # 51. Maquinaria.....	77
Tabla # 52. Equipos	77
Tabla # 53. Equipo de cómputo	77
Tabla # 54. Herramientas.....	78
Tabla # 55. Muebles y enseres	78
Tabla # 56. Vehículo.....	79
Tabla # 57. Total activos fijos.....	79
Tabla # 58. Gastos de constitución	80
Tabla # 59. Gastos de publicidad.....	80
Tabla # 60. Total activos diferidos.....	80
Tabla # 61. Total activo corriente.....	82
Tabla # 62. Financiamiento.....	85
Tabla # 63. Proformas de las instituciones financieras	85
Tabla # 64. Plan de inversiones	86
Tabla # 65. Materia prima.....	86
Tabla # 66. Insumos	87
Tabla # 67. Materiales Indirectos.....	87
Tabla # 68. Cargo Depreciación y Amortización	88
Tabla # 69. Mantenimiento de maquinaria y equipo.....	89

Tabla # 70. Mano de obra directa e indirecta.....	89
Tabla # 71. Total costo de producción.....	90
Tabla # 72. Servicios Básicos	91
Tabla # 73. Sueldos y Salarios.....	91
Tabla # 74. Suministro de oficina.....	92
Tabla # 75. Total costos administrativos	92
Tabla # 76. Sueldos y salarios (Costo venta).....	92
Tabla # 77. Flete o transporte.....	93
Tabla # 78. Total costo de venta	93
Tabla # 79. Interés bancario.....	93
Tabla # 80. Resumen de presupuestos de costos	94
Tabla # 81. Balance General	95
Tabla # 82. Balance general proyectado	96
Tabla # 83. Presupuesto de ingresos	97
Tabla # 84. Estado de resultados proyectados	98
Tabla # 85. Flujo de caja proyectado	99
Tabla # 86. Punto de equilibrio.....	100
Tabla # 87. Tmar global mixto 1.....	104
Tabla # 88. Tmar global mixto 2.....	104
Tabla # 89. Cuadro comparativo de sensibilidad.....	115

RESUMEN EJECUTIVO

CHOCLOS PROCESADOS DAROMA es una empresa procesadora de choclo empacado al vacío que está ubicado en el sector de Salasaca, barrio las cruces, a pocos pasos de la feria artesanal.

El presente proyecto tiene como finalidad impulsar la comercialización de choclo, mediante innovadores formas de comercialización ya que en los últimos años este sector agrícola ha sido afectado, en la actualidad existe saturación en el mercado del maíz o choclo, donde el productor no cubre ni los costos de producción debido a que el precio del producto es demasiado bajo e injusto.

Los datos arrojados por la investigación cuantitativa realizada por medio de las encuestas que fueron realizadas a 380 personas determina la percepción en relación a aceptación del producto en el mercado teniendo el 79,21% de aceptación del mercado objetivo, en cuanto a la oferta y demanda se pudo identificar el mercado potencial insatisfecho para el proyecto, siendo de 844104 consumidores para el 2018.

Los resultados son favorables ya que el periodo de recuperación de la inversión es en un año, dos meses y diecinueve días, en cuanto a la relación de beneficio costo dispone de un dólar con noventa y seis centavos por cada dólar invertido, el proyecto brinda una TIR de 51,37% siendo superior a la TMAR lo que hace atractivo el proyecto a los inversionistas, en cuanto al punto de equilibrio en unidades producidas tenemos un valor de 43286 unidades que es inferior a la capacidad de producción de la empresa lo que nos indica que el proyecto es factible y rentable.

PALABRAS CLAVE: EMPRENDIMIENTO, INDUSTRIA ALIMENTARIA, CHOCLO.

ABSTRACT

CHOCLOS PROCESADOS DAROMA is a vacuum-packed corn processing company located in the sector of Salasaca, Las Cruces neighborhood, a few steps from the craft fair.

The purpose of this project is to promote the commercialization of corn, through innovative ways of marketing, since in recent years this agricultural sector has been affected. There is currently saturation in the corn or corn market, where the producer does not cover production costs because the price of the product is too low and unfair.

The data obtained by the quantitative research carried out by means of the surveys that were carried out to 380 people determines the perception in relation to acceptance of the product in the market, with 79.21% acceptance of the target market, in terms of supply and demand. it was possible to identify the unsatisfied potential market for the project, being 844104 consumers for 2018.

The results are favorable since the period of recovery of the investment is in one year, two months and nineteen days, in terms of the benefit ratio cost has one dollar with ninety-six cents for each dollar invested, the project provides a Tir of 51.37% being superior to the tmar which makes the project attractive to investors, in terms of the equilibrium point in units produced we have a value of 43286 units that is lower than the production capacity of the company which It indicates that the project is feasible and profitable.

KEY WORDS: ENTREPRENEURSHIP, FOOD INDUSTRY, CHOCLO.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Definición del problema de la investigación.

El problema de investigación, consiste en afinar y estructurar más formalmente y con conocimiento la idea a investigar, para lo cual se debe tener en cuenta que el problema debe expresar una relación entre variables; debe ser formulado claramente y sin ambigüedad, en forma de pregunta y ser posible de observar (Henríquez & Zepeda, 2016).

Una de las fases más difíciles del proyecto de investigación es la elección y formulación de un problema adecuado.

El problema de investigación adquiere distintos sentidos según los fines que se plantee el equipo investigador. Puede considerarse como:

- Una dificultad u obstáculo que desconcierta a los investigadores.
- Una pregunta que el investigador se plantea de cara a la comprensión y explicación de un fenómeno de naturaleza educativo y social.
- Una situación que el investigador considera como susceptible de cambio o mejora (Chacín & Padrón, 2015).

Definir un problema de investigación es el combustible que impulsa el proceso científico y constituye la base de cualquier método de investigación y diseño experimental, desde un experimento verdadero hasta un estudio de caso.

Producción y comercialización de Choclo empacado al vacío para la Asociación de productores en la parroquia Salasaca”.

A través de la historia se conoce que Salasaca fue un pueblo aguerrido que no se sometió a la voluntad suprema y caprichosa del inca por lo que el monarca hijo del sol resolvió su extrañamiento, y salieron desde las márgenes del Lago Titicaca con rumbo hacia el Norte en condición de Mitimaes, pasando por grandes penalidades y recorriendo un largo camino de miles de Kilómetros hasta asentarse en las llanuras

arenosas de este sector de Pelileo, donde permanecen por más de quinientos años (GAD Salasaca, 2017).

Pueblo ubicado en la provincia de Tungurahua, específicamente al lado oriente de la ciudad de Ambato, es una población dispersa en el cantón de San Pedro de Pelileo, parroquias García Moreno y Salasaca. Su idioma es el Kichwa y español, este último como segunda lengua. Su población aproximada es de 12580 habitantes organizados en alrededor de 24 comunidades (Enriquez Guevara, 2015).

Los pueblos y nacionalidades indígenas del Ecuador tienen características muy relevantes como son: su vestimenta, agricultura y cosmovisión, especialmente los habitantes de Salasaca que conservan de manera celosa las formas ancestrales de la siembra, más aún cuando se trata del maíz, (LA HORA, 2016).

En el Ecuador una oportunidad de diversificación agrícola la ofrecen el maíz que es una gramínea considerado como uno de los antiguos granos que se identifica, es una gran fuente de resistencia para diferentes plagas y enfermedades, considerado también como primordial en la alimentación de diferentes comunidades (Tapia, 2015).

“Es uno de los cultivos tradicionales de la Sierra Ecuatoriana, el maíz tradicional es un elemento primordial para la alimentación de la población, es un cultivo importante para el país aunque existen limitantes en su producción pues se evidencia que los cultivos se infectan de malas hierbas, sin embargo se destina grandes áreas de terreno para su cultivo” (Silva, Morillo, Yáñez, Proaño, & Taipe, 2014).

“La asociatividad en la cadena productiva es una estrategia clave para el desarrollo de las MIPYMES en el mundo globalizado es fomentar la asociatividad de las empresas, promoviendo la creación y redes empresariales en cadenas productivas competitivas. Las cadenas productivas surgen como una alternativa de eficiencia colectiva, pero su desarrollo requiere políticas macroeconómicas coherentes, identificación de las ventajas competitivas y un entorno que genere estabilidad y confianza” (Bada Carbajal, Rivas Tovar, & Littlewood Zimmerman, 2017).

“La estrategia asociativa permite a las empresas desarrollar e incorporar tecnología a través de un proceso de aprendizaje interactivo para luego aplicarla en innovaciones de productos y procesos productivos, como estrategia asociativa tenemos un sistema

productivo local el cual es un conjunto de empresas y de instituciones localizadas en un mismo territorio, cuyo funcionamiento interactivo permite el desarrollo económico, tecnológico y social de su comunidad” (Naclerio & Trucco, 2015).

“La asociatividad se involucra como instrumento de desarrollo de procesos innovadores en la producción, distribución y consumo, se vincula con el capital social el cual es un dinamizador del desarrollo social y hace parte de una importante iniciativa para la sociedad y en particular para los productores del campo que no poseen recursos financieros, tecnológicos o humanos” (Hernández Valencia & Lasso Ramírez, 2015).

El maíz tradicional, aporte con proteínas, lípidos y poca agua, en bajo en calcio pero su contenido es elevado en fosforo, también tiene gran cantidad de magnesio, hierro y de zinc (Moreno & Pacas, 2017).

Dentro de la constitución del Ecuador aprobada en el 2008 señala:

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la población en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará a la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Características en relación al precio de los productos como inconveniente que debe enfrentar los productores de choclo, tenemos que en determinadas ocasiones estos son por debajo del costo, hecho que hace que el agricultor considere la alternativa de asociarse para poder tener poder de negociación en el mercado y a la vez estandarizar el precio de venta y lograr una competencia sana.

1.2. Árbol de problemas

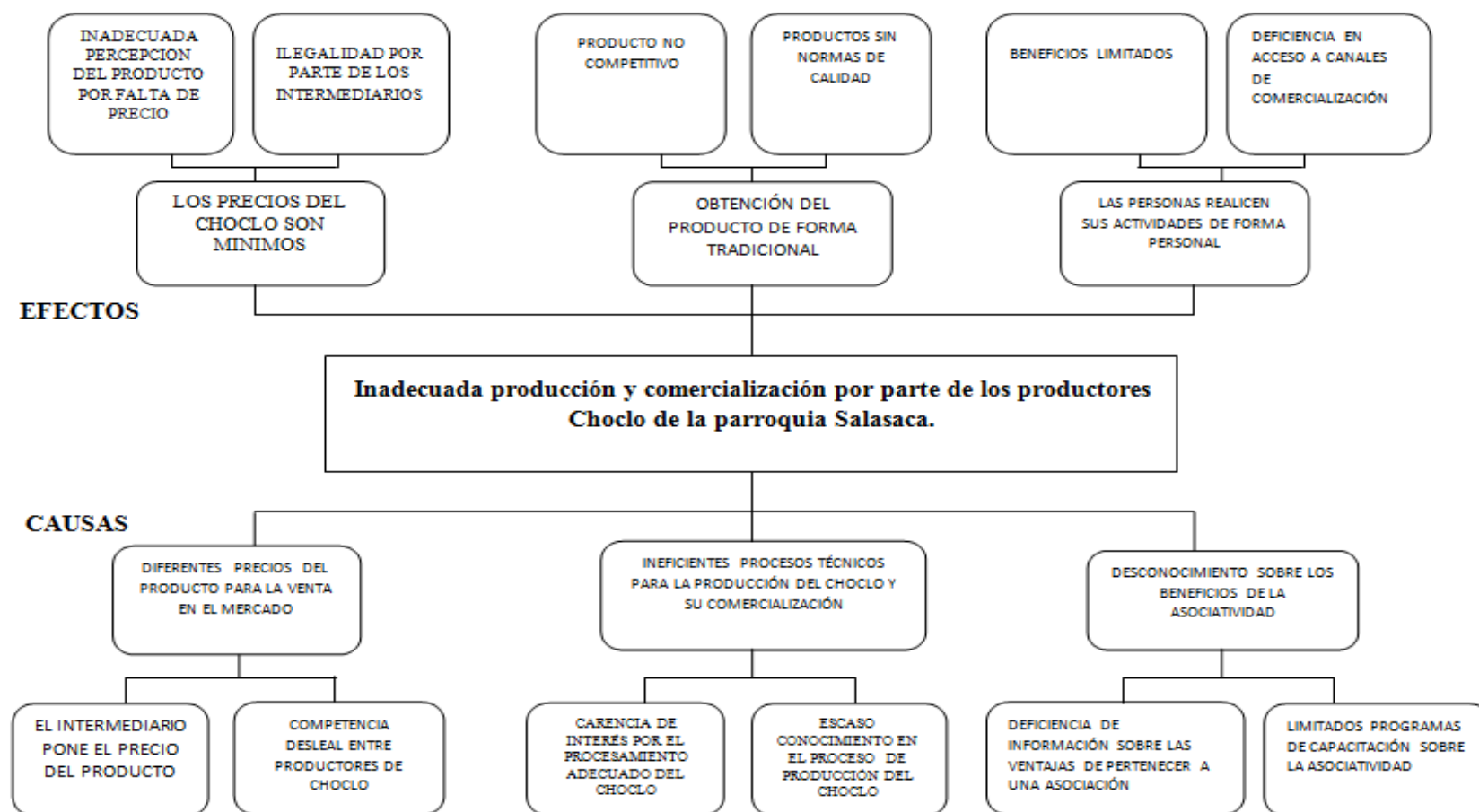


Figura 1. Árbol de problemas

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

Análisis de árbol de problemas

Mediante el árbol de problemas se identifica tres causas principales, seis sub-causas, lo que genera tres consecuencias y seis sub-consecuencias, lo que nos permite analizar de una forma minuciosa este problema planteado y a continuación se detalla el análisis de cada uno de ellas.

Los diferentes costos del producto de venta al público, así como la competencia desleal entre productores a diferentes costos de venta genera una inadecuada comercialización del choclo por parte de los productores de Salasaca, por ende su efecto se refleja en el precio de este producto, siendo demasiado bajo, que es aprovechado por los intermediarios siendo una oportunidad para la adquisición de materia prima que mediante una transformación adecuada y su valor agregado comercializan a un precio mayor.

La carencia de una implementación de nuevos procesos técnicos en la producción del choclo, genera un efecto en las personas que consumen este producto, lo que su procedencia se mantiene a manera tradicional, es decir que las personas en la actualidad consumen no cuentan con una suficiente seguridad en la aceptación al consumo del mismo, esto debido a que el proceso de extracción o producción no es de una manera tecnificada y se la realiza de manera tradicional sin normas de calidad haciendo al producto menos competitivo en el mercado.

El desconocimiento de los beneficios de una asociatividad entre productores del choclo, los procesos que realizan en sus actividades es en forma tradicional y empírica y en forma personal, esto limita el accesos a nuevos canales de comercialización lo que no garantiza mayor calidad del producto, muchas de las asociaciones que han tecnificado sus procesos han tenido resultados favorables que han ayudado al desarrollo y crecimiento de la asociación y por supuesto alcanzar sus objetivos.

1.3. Árbol de objetivos

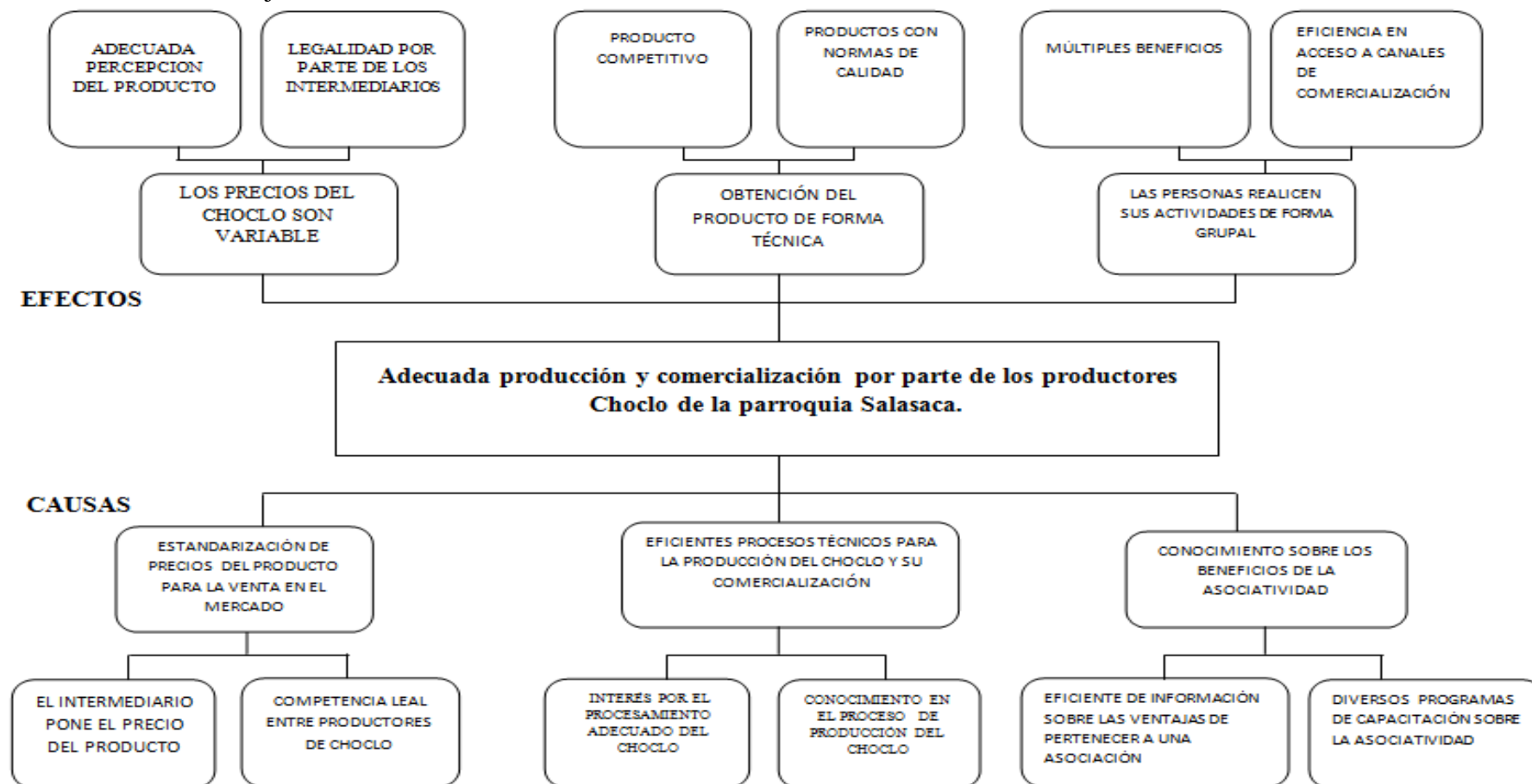


Figura 2. Árbol de objetivos
 Elaborado por: Galo Rosero
 Fuente: Investigación Propia

Análisis de árbol de objetivos

Mediante el árbol de objetivos nos permite analizar de una forma minuciosa los problemas identificados dándoles una posible solución a los problemas planteados y a continuación se detalla el análisis de cada uno de ellas.

Mediante una estandarización en los precios del producto de venta al público, la competencia desleal entre productores disminuirá lo que permitirá una adecuada comercialización del choclo por parte de los productores de Salasaca, por ende su efecto se refleja en el precio de este producto, siendo poco variable.

Con la implementación de nuevos procesos técnicos en la producción del choclo, generará un efecto positivo en las personas que consumen este producto, lo que su producción se transforma a una manera tecnificada, dándole a las personas una suficiente seguridad para el consumo del mismo, esto debido a que el proceso de extracción o producción es de una manera técnica y con normas de calidad haciendo al producto mayormente competitivo en el mercado.

Con una adecuada información acerca de los beneficios de una asociatividad entre productores del choclo, mejorar en los procesos que realizan en sus actividades, cambiando la forma tradicional y personal, permitiéndoles el acceso a nuevos canales de comercialización lo que garantiza mayor calidad del producto, al igual que muchas de las asociaciones que han tecnificado sus procesos han tenido resultados favorables que han ayudado al desarrollo y crecimiento de la asociación y por supuesto alcanzar sus objetivos.

1.4. Matriz de Involucrados

Tabla # 1

Matriz de Involucrados

GRUPOS	INTERESES	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS Y MANDATOS
Productores de maíz de la parroquia Salasaca	Aprovechar la producción de maíz mediante nuevas formas de comercialización	El precio del choclo por quintales es demasiado bajo	Ley de economía popular y solidaria MAGAP
El estado Ecuatoriano	Aporte al cambio de la matriz productiva	Ineficiente alimentos procesados en el Ecuador	Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones Secretaria de planificación y desarrollo
Gobierno Autónomo Descentralizado de Ambato	Reformas a los permisos de funcionamiento de las empresas	Exceso de tramitología	Ordenanzas municipales Art. 7. Ley Orgánica de Salud (Registro 423) Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización Art. 322-323. Remisión de intereses Multas y Recargos.
MAGAP	Aprovechar la materia prima de los productores de maíz de la parroquia Salasaca.	Inexistencias de proyectos de alimentos procesados	Reglamento Interno de la Administración de Talento Humano, sujeto a la Ley Orgánica del

			Servicio Público del MAGAP
MIPRO	Promover la industrialización de productos a nivel nacional	Desarrollo económico a través de productos procesados	Constitución de la República del Ecuador Art. 285 numeral 1,2,3
Futuros Colaboradores	Remuneración Justa y equitativa Estabilidad laboral para los colaboradores Mejorar la calidad de vida de las personas Afiliación al IESS Oportunidad de crecimiento personal y profesional	Incremento del desempleo en el Ecuador Explotación laboral Limitado oportunidades de crecimiento profesional Incumplimiento con las obligaciones de afiliación al IESS.	Código de trabajo Art. 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8.

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Análisis de involucrados

Para el proyecto del choclo empacado al vacío se utilizó la matriz de involucrados, teniendo en cuenta que esta matriz nos ayuda a identificar los grupos de interés, los problemas percibidos y los mandatos en las cuales están sujetos legalmente, a continuación se detalla el análisis de la misma.

Los productores de maíz de la parroquia Salasaca, el interés que tienen es buscar nuevas formas, estrategias de comercialización del choclo a fin de obtener mejores ingresos para el sustento de sus familias, teniendo en cuenta que muchas de estas familias únicamente tiene como fuente de ingreso de la venta del maíz y sus derivados como el choclo que en la actualidad es demasiado bajo.

El MAGAP entidad gubernamental creada para apoyar el desarrollo pecuario, agricultura, mediante planes de mejora a los productores e incentivar la producción y comercializar, siendo competitivos en el mercado a través de productos de excelente calidad.

Futuros colaboradores, este grupo de interés sin duda es uno de los más importantes debido que en la actualidad existe alto índice de desempleo, con la creación de esta empresa se pretende crear nuevas fuentes de trabajo a fin de ofrecer una buena calidad de vida a los colaboradores que en la actualidad mucho de ellos son explotados y mal remunerados.

El Estado Ecuatoriano, busca hacer realidad el Cambio de la Matriz Productiva, ya que para ello se ha creado varios planes, estrategias a través de diferentes instituciones gubernamentales que hasta la actualidad no existe resultados como se lo esperaba.

CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

2.1. Nombre del emprendimiento

Producción y comercialización de choclo empacado al vacío mediante una Asociación de productores en la parroquia Salasaca.

“CHOCLOS PROCESADOS DAROMA”

2.2. Localización geográfica

Zona: Tres

Provincia: Tungurahua

Cantón: Pelileo

Parroquia: Salasaca

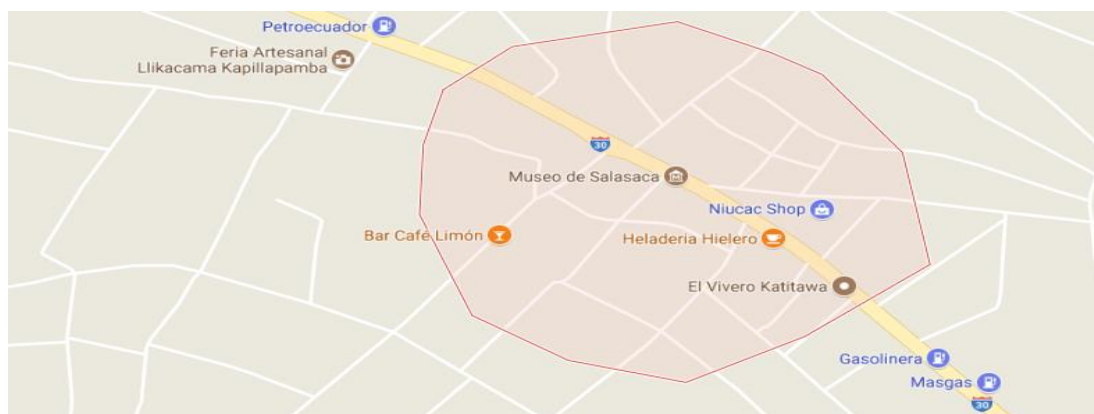


Figura 3. Localización Geográfica

Fuente: www.google.com.ec/maps

2.3. Justificación

En el apartado de justificación se deben incluir argumentos que avalen la importancia y el interés de la temática y /o enfoque de investigación del presente trabajo.

En la actualidad el consumo de hortalizas es menor debido a diversos factores ya sean sociales, de acuerdo con estimaciones de la OMS, el consumo recomendable de frutas y verduras es de 400 gramos por día, entre la cuales se encuentran hortalizas

amiláceas como son papas, choclo, por ejemplo los cuales contribuyen a una dieta saludable (Novelli, 2018).

El choclo posee nutrientes sumamente beneficiosos para el organismo humano, por tratarse de alimentos muy ricos en calorías, los especialistas sugieren incorporarlo a la dieta cotidiana, en tanto resulta muy provechoso por el alto nivel de grasas monoinsaturadas y proteínas que contiene, además ayuda a reducir el nivel de colesterol en sangre (Dextre, Farromeque, León, Guerrero, & Tamariz, 2016).

El choclo es el cereal de mayor cultivo en el planeta y posee características nutricionales que aportan a la reducción de colesterol (Herrera, Carrasco, Sandoval, & Cortés, 2017), el choclo o maíz es uno de los tres cereales de mayor producción en el mundo, es de gran consumo humano y animal. La planta del choclo en su ciclo vegetativo es muy amplio, dependiendo de la variedad y de las condiciones del cultivo puede variar de 80 a 200 días, desde la siembra hasta la cosecha (Torres, 2006).

El proyecto se ejecutará con la finalidad de que los pequeños productores renueven sus procesos de producción, de tal manera, contribuir al desarrollo del sector agrícola también incrementar los niveles de productividad mediante un proceso de transformación con el cual obtener mayor valor agregado, (Moreno & Pacas, 2017).

Las asociaciones conformadas dentro del país han presentado múltiples beneficios dentro de los cuales están: sistemas de pre-limpieza, secadoras verticales para mejorar el proceso de pos cosecha, de esta manera los agricultores disponen de centro de para procesar y comercializar el maíz tradicional, con lo que se fortalece su poder de negociación frente a los intermediarios, y garantizar un pago justo, calidad en la alimentación de la población (El productor, 2017).

Según el Plan Nacional del Buen vivir una adecuada gestión territorial se sustenta entre otros puntos con la promoción de la asociatividad y cooperatividad de las comunidades de los sectores vulnerables del país, para alcanzar así que las poblaciones sean más competitivas en un entorno cada día cambiante debido a que son actores del desarrollo territorial (SENPLADES, 2017).

Dentro del eje de la economía al servicio de la sociedad, se reconoce la necesidad e importancia del incentivo a emprendimientos productivos de las pequeñas y

medianas empresas con disminución de impuestos, incentivos tributarios y un comercio justo que permitan impulsar iniciativas de actores privados no solo con el aporte del gobierno fomenten la producción y emprendimientos sostenibles y sustentables en el tiempo para que se conviertan en una cadena productiva del cual salgan beneficiados proveedores, productores y comercializadores de productos y servicios del país (SENPLADES, 2017).

2.4. Objetivos

2.4.1. Objetivo general

- Determinar la factibilidad económica para la producción y comercialización de choclo empacado al vacío para la asociación de productores de la parroquia Salasaca.

2.4.2. Objetivos específicos

- Establecer un estudio de mercado para identificar la factibilidad para la creación de una asociación donde los productos de choclo sean acogidos.
- Realizar un estudio técnico, organizacional para la determinación el tamaño del proyecto, la ubicación de la asociación de productores de choclo.
- Estructurar un estudio económico y financiero que permita conocer la rentabilidad y factibilidad para la creación de una asociación de productores de choclo empacado al vacío en la parroquia Salasaca.

2.6. Beneficiarios

Tabla # 2
Beneficiarios del Proyecto

Beneficiarios	Descripción
Productores de maíz tradicional	Las familias que cultivan maíz se verán beneficiadas por un aumento en sus ingresos por la venta del maíz que cultivan.
Parroquia de Salasaca	Impulsar el reconocimiento del sector, sus productos, cultura así como es la fiesta del Inti Raymi en la parroquia Salasaca. Aportar al cambio de la matriz productiva mediante la creación de fuentes de empleo de forma directa e indirecta.
Miembros de la asociación	Mejorar la calidad de vida de la población.
Consumidores del maíz tradicional	Consumir un producto natural con múltiples beneficios.

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

2.7. Resultados a alcanzar

- Los resultados a alcanzar son la producción y comercialización de choclos empacados al vacío a través de la asociación de productores de este producto en la parroquia Salasaca.
- Creación de fuentes de empleo de manera directa e indirecta para el desarrollo de la parroquia.
- Impulsar el cultivo maíz en la parroquia Salasaca para obtener mejor cantidad de producción del choclo
- Contribuir con el cambio de la matriz productiva mediante la comercialización del choclo empacado al vacío.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Descripción del producto, características y usos

Un producto es un objeto fabricado, algo material producido ya sea de manera natural como también artificialmente, esto es elaborado mediante una serie de procesos para el consumo, un conjunto de atributos tangibles que son identificables por medio de diferentes elementos como precio, color, empaque, el diseño, el fabricante, el tamaño, la utilidad a fin de ofrecer en el mercado con el objetivo de satisfacer al consumidor (Pérez & Torres , 2014).


El producto y sus características, básicamente contiene una serie de elementos en la búsqueda por conseguir la satisfacción del cliente y de manera puntual poder establecer prioridad a aquellos productos que se ajustan con las estrategias que permitan a compañía a alcanzar la posición en el mercado competitivo (Ceballos, Tizol, Ramírez, Ibis, & Montes de Oca, 2012).

El producto tiene su ciclo de vida teniendo en cuenta que nada dura para siempre, por ello es necesario e importante calcular, estimar, tener una probabilidad de cuánto va a durar el producto o servicio que vamos a ofrecer, sin embargo existe decepciones donde el producto se convierte en algo constante como por ejemplo la sal, por lo que la mayoría de las empresas están innovando de manera constante a fin de mantenerse en el mercado (Ledón , Castillo, Caballero, & Dávila, 2017).

El producto a ofertar es choclo empacado al vacío, el cual consta de dos choclos en cada envase desechable, el envasado del choclo es al vacío, siendo una nueva forma de presentación del producto para su comercialización en el mercado local, incentivando el consumo de productos naturales y sobre todo productos nutritivos como lo es el maíz, cambiando la tradicional forma de comercialización del maíz que ha venido siendo a granel, así como su comercialización que se ha venido realizando en mercados.

Tabla # 3

Características del producto

CHOCLO EMPACADO AL VACÍO		
Características del producto	Propiedades nutricionales	Usos
 <p>Envasado al vacío</p> <p>Funda transparente</p> <p>Tres unidades</p> <p>Peso de 500 gramos</p>	<p>El choclo es un cereal que aporta energía.</p> <p>Una porción de 100 gramos aporta 86 calorías.</p> <p>Carbohidratos 19 gramos</p> <p>Grasas 1,18 gramos</p> <p>Proteínas 3,22 gramos</p> <p>Agua 76,96 gramos</p> <p>Vitaminas A (9 microgramos) Vitamina C (6,8 miligramos).</p> <p>Minerales como el Hierro (0,52 miligramos)</p> <p>Magnesio (37 miligramos)</p> <p>Potasio (270 miligramos)</p>	<p>Ensalada de maíz y tomate</p> <p>Arroz con choclo desgranado</p> <p>Cremita de maíz</p> <p>Panqueque Relleno de jamón y maíz</p> <p>Bowl de burrito</p> <p>Sopita de maíz</p> <p>Papas rellenas de maíz</p> <p>Pasta fría con maíz</p> <p>Tartaletas de maíz</p> <p>Canelones rellenos de maíz</p>

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: (La Barra, 2010), (Ledón , Castillo, Caballero, & Dávila, 2017).

3.2. Segmentación del mercado

La segmentación del mercado es la división del mercado en subgrupos uniformes pequeños, con la finalidad de conocer cuál de estos subgrupos tendrán la oportunidad de convertirse en un auténtico referente, tomando en cuenta tres pasos como es 1.- identificar las distintas variables de la segmentación del mercado, 2.- descripción del perfil dentro de cada segmento y 3.- determinar el segmento que puede ser realmente de nuestro interés con el cual se va trabajar (Ciribeli, 2015).

En este proceso los segmentos deben ser claramente identificables, medibles, accesibles y sobre todo manejables a fin de que el producto que se va lanzar al mercado tenga una aceptación positiva, lo que permita obtener resultados favorables y un crecimiento accedente.

Para conocer el mercado meta se procede a segmentar el mercado, para trabajar con la provincia de Tungurahua y con sus nueve cantones, en la siguiente tabla se muestra la segmentación geográfica y demográfica para el emprendimiento.

Tabla # 4
Segmentación del mercado

Variable de segmentación	Variable	Dato	Fuente	Año
Geográfica	Zona 3	1456302	INEC	2010
Geográfica	Provincia de Tungurahua	504583	INEC	2010
Geográfica	PEA Tungurahua (49%)	247245	INEC	2010
Demográfica	PEA Nivel medio-alto (39%)	96425	INEC	2010
Demográfica	Edades de 20 a 39 años (31.30%)	30181	INEC	2010

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: INEC, Fascículo provincial Tungurahua

Análisis:

Para la segmentación del mercado se trabajó con datos del último censo poblacional realizado en el 2010 por el Instituto Nacional de estadística y censos, teniendo en cuenta que la segmentación se realizó de forma descendente, es decir que se partió desde la Zona 3 con una población de 1456302 personas, la provincia de Tungurahua con 504583 personas, la PEA de Tungurahua 247245, PEA de nivel medio – alto 96425 y finalmente se tomó en cuenta que las edades de 20 a 39 años, donde el mercado objetivo es 30181 personas hasta el 2010.

Proyección mercado objetivo

Mediante la tasa de crecimiento poblacional de (1,56) información obtenida del INEC, en el catalogo provincial Tungurahua 2010, se procede a realizar la proyección del mercado objetivo hasta el año 2018.

Tabla # 5
Proyección del mercado objetivo

Proyección del mercado objetivo		
Año	Mercado objetivo	TCP
2010	30181	1,56
2011	30652	471
2012	31130	478
2013	31616	486
2014	32109	493
2015	32610	501
2016	33118	509
2017	33635	517
2018	34160	525

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Análisis

El mercado meta para este proyecto es de 34160 personas para el 2018, este valor se obtuvo mediante la proyección de la segmentación realizada con información obtenida del INEC del último censo poblacional realizado en el 2010, proyectando el valor obtenido mediante la aplicación de la TCP que es de 1,56, llegando a conocer el valor para el 2018.

Muestra

Ortega & De Blas (2016) en su investigación definen a la muestra como: “un grupo de unidades seleccionadas de la población o universo a estudiar en el cual se realizará toda la investigación”.

Se puede decir que la muestra es una parte de la población o universo de estudio con similares características en la cual el investigador desarrollo su trabajo de investigación.

El muestreo a utilizar es el aleatorio simple, el tamaño de la muestra permitió la aplicación de encuestas, este tipo de muestre según Martínez (2016) nos dice que “permitirá que al momento de la selección todos los elementos que conforman la población o universo de estudio tengan la misma oportunidad de ser incluidos en la muestra”.

Para el cálculo del tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra.

Z= Nivel de confianza 95% = 1.96

P= probabilidad a favor 50%

Q= probabilidad en contra 50%

N= Población Mercado Objetivo 2018

e= Nivel de error 5% = 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5) * (0.5) * (34160)}{(1.96)^2 0.5 * 0.5 + 34160 * 0.05^2}$$

$$n = \frac{29641,79}{78,12}$$

$$n = 380$$

El tamaño de la muestra obtenida es de 380 personas, lo que derivó a encuestar a 380 personas a fin de obtener información que fue de gran ayuda para los análisis desarrollados en este proyecto.

Para la recolección de información se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento de recolección el cuestionario el cual consta de preguntas cerradas a fin de evitar errores al momento de su codificación y tabulación de información.

En cuanto a la recolección de información mediante la aplicación de encuestas, se distribuyó en relación al número de cantones de la provincia y en proporción al número de habitantes en cada cantón.

Tungurahua y sus nueve cantones, población, área y cabecera cantonal, como se muestra en la siguiente figura que consta de todos los cantones y su respectiva población.







	Cantón	Pob. (2013)	Área (km²)	Cabecera Cantonal
	Ambato	329.856	1.009	Ambato
	Baños de Agua Santa	20.018	1.065	Baños de Agua Santa
	Cevallos	8.163	19	Cevallos
	Mocha	6.777	86	Mocha
	Patate	13.497	315	Patate
	Pelileo	62.573	202	San Pedro de Pelileo
	Píllaro	48.357	443	Santiago de Píllaro
	Quero	17.544	173	Quero
	Tisaleo	15.137	60	Tisaleo

Figura 4. Los nueve cantones de Tungurahua

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: (HGPT, 2013)

Teniendo en cuenta la población de cada uno de los nueve cantones, la distribución del número de encuestas a realizar son las siguientes: Ambato (226), Baños (20), Cevallos (5), Mocha (5), Patate (15), Pelileo (40), Pillaro (35), Quero (22), Tisaleo (12).

3.3. Resultados de las encuestas

Tabla # 6

Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	229	60%
Femenino	151	40%
Total	380	100%

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

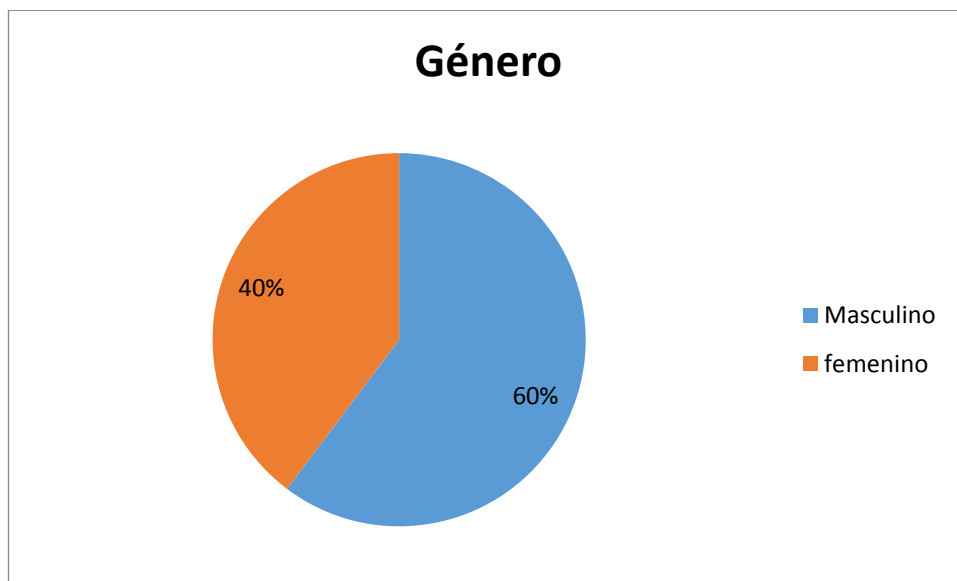


Figura 5. Género

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

Análisis e Interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas se pudo obtener que el 60%, corresponda a género masculino y 40% corresponde al género femenino. Lo que significa que la encuesta fue realizada en su mayoría a hombres.

2. Edad

Tabla # 7

Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
20-25	89	23%
26-30	185	49%
31 o más	106	28%
Total	380	100%

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

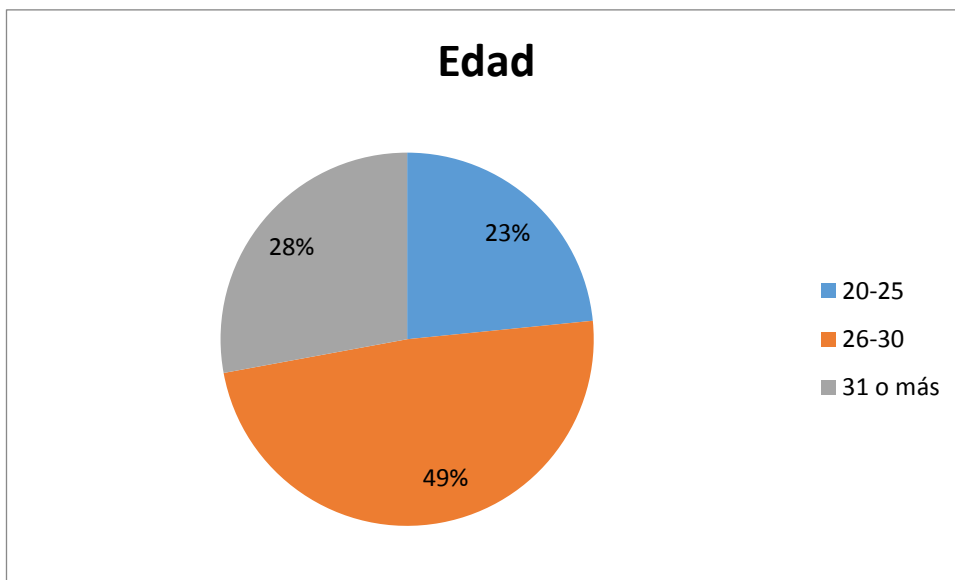


Figura 6.Edad

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

Análisis e Interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas se pudo obtener que el 49% corresponde a edades comprendidas entre 26-30, el 28% corresponde a edades superiores a 31 años o más y finalmente el 23% corresponde a edades de 20-25 años. Lo que significa el mayor porcentaje está en edades de 26-30 respectivamente.

3. Sector

Tabla # 8

Sector

Sector	Frecuencia
Ambato	226
Baños	20
Cevallos	5
Mocha	5
Patate	15
Pelileo	40
Quero	35
Pillaro	22
Tisaleo	12
Total	380

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

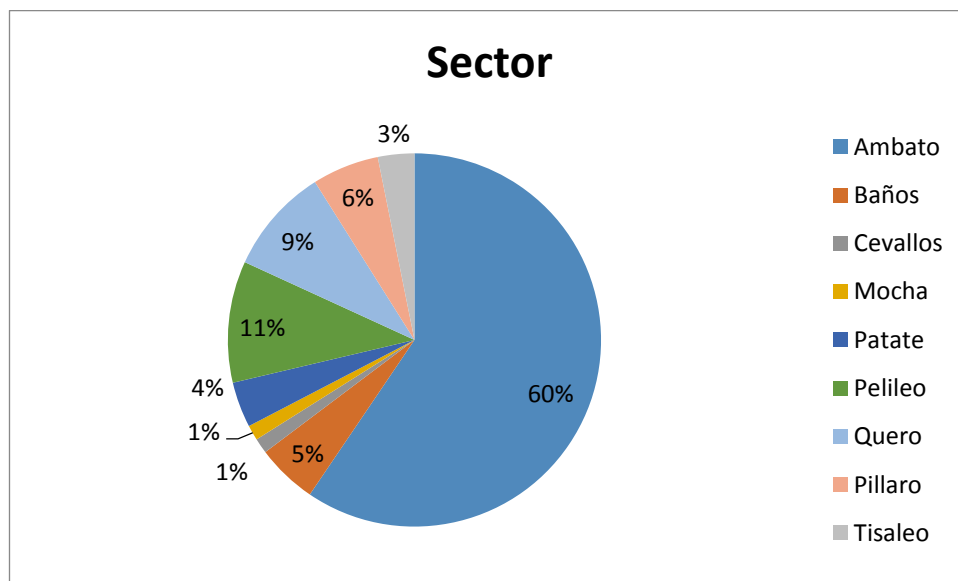


Figura 7. Sector

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

Análisis e Interpretación

Tomando en cuenta la población que tiene cada uno de los cantones se procedió asignar el número de encuestas a realizar, misma que fue de la siguiente manera: Ambato (60%), Baños (5%), Cevallos (3%), Mocha (1%), Patate (4%), Pelileo (11%), Quero (9%), Pillaro (6%), Tisaleo (3%).

4. ¿Consume usted maíz?

Tabla # 9

Consume usted maíz tierno (Choclo)

Pregunta	Consume usted maíz		
	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
Si	296	26609	77.89
No	84	7551	22.11
Total	380	34160	100%

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia



Figura 8. Consumo de maíz

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

Análisis

En las encuestas realizadas se pudo obtener que el 78% de las personas encuestadas mencionen que si les gusta el maíz y tan solo el 22% mencionaron que no les gusta el maíz.

Interpretación

Significando que el producto va tener una acogida favorable en el mercado, debido a que es un producto rico y nutritivo.

5. ¿Le gusta el maíz tierno (choclo)?

Tabla # 10
Le gusta el choclo

Pregunta	Consume usted choclo		
	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
Si	296	26609	77.89
No	84	7551	22.11
Total	380	34160	100%

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

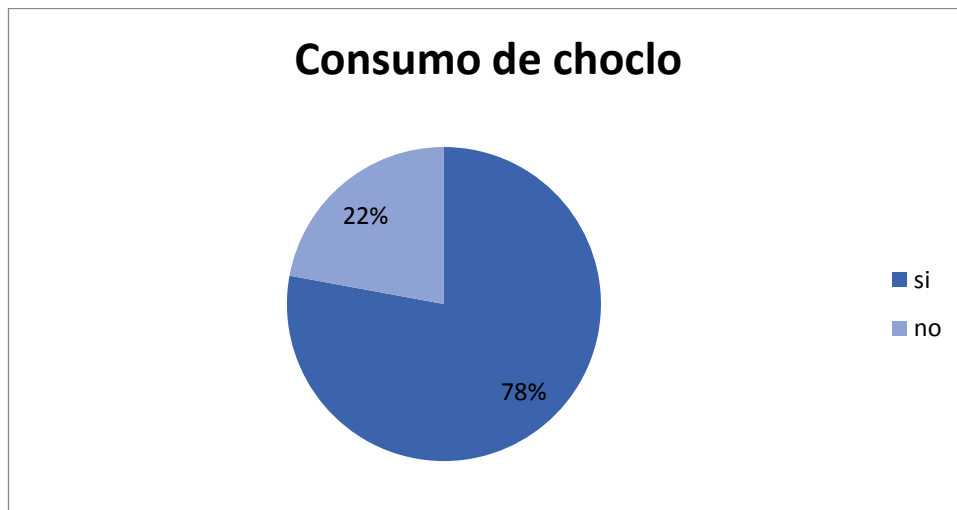


Figura 9. Consumo de choclo
Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Análisis

En las encuestas realizadas se pudo obtener que el 78% de las personas encuestadas indicaron que si les gusta el choclo y tan solo el 22% mencionaron que no les gusta el choclo.

Interpretación

Destacando que el producto va tener una acogida favorable en el mercado, debido a que es un producto rico y nutritivo y novedoso en el mercado.

6. ¿Tiene conocimiento acerca del empacado al vacío?

Tabla # 11

Tiene conocimiento acerca del empacado al vacío

Tiene conocimiento acerca del empacado al vacío			
Pregunta	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
si	251	22564	66.05
no	129	11596	33.95
Total	380	34160	100%

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

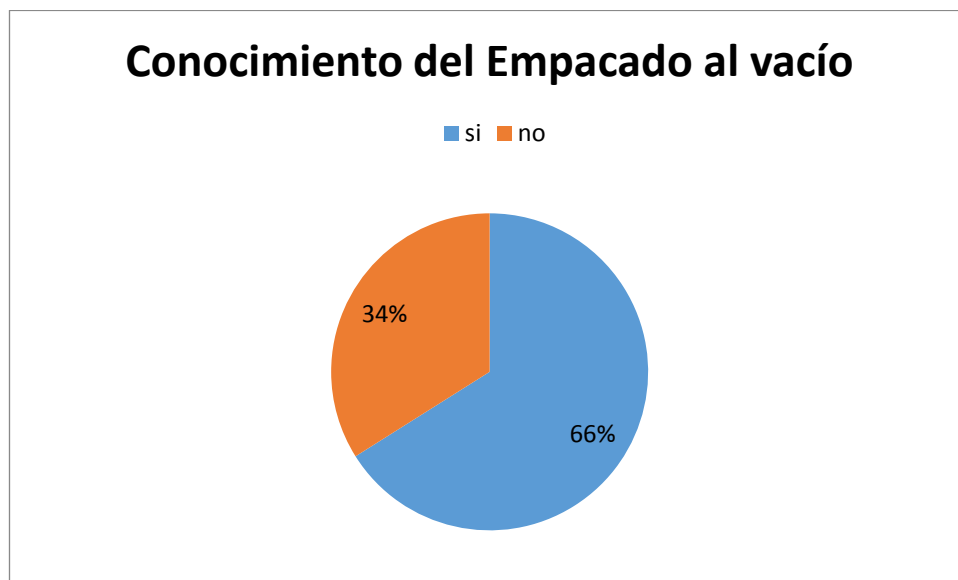


Figura 10. Conocimiento del empacado al vacío

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

Análisis

En concordancia a las encuestas realizadas se pudo obtener que el 66% de las personas encuestadas manifestaron que si tienen conocimiento del empacado al vacío y tan solo el 34% mencionaron que desconoce este término.

Interpretación

Lo que representa que el mayor porcentaje de encuestados tiene conocimiento del término empacado al vacío.

7. ¿Si en la ciudad de Ambato se produciría y comercializaría choclo empacado al vacío. Usted estaría dispuesto a comprarlas?

Tabla # 12
Compra de choclo

Si en la provincia de Tungurahua se produciría y comercializara choclo empacado al vacío, Usted estaría dispuesto a comprarlas			
Pregunta	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
Si	301	27058	79.21
No	79	7102	20.79
Total	380	34160	100%

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

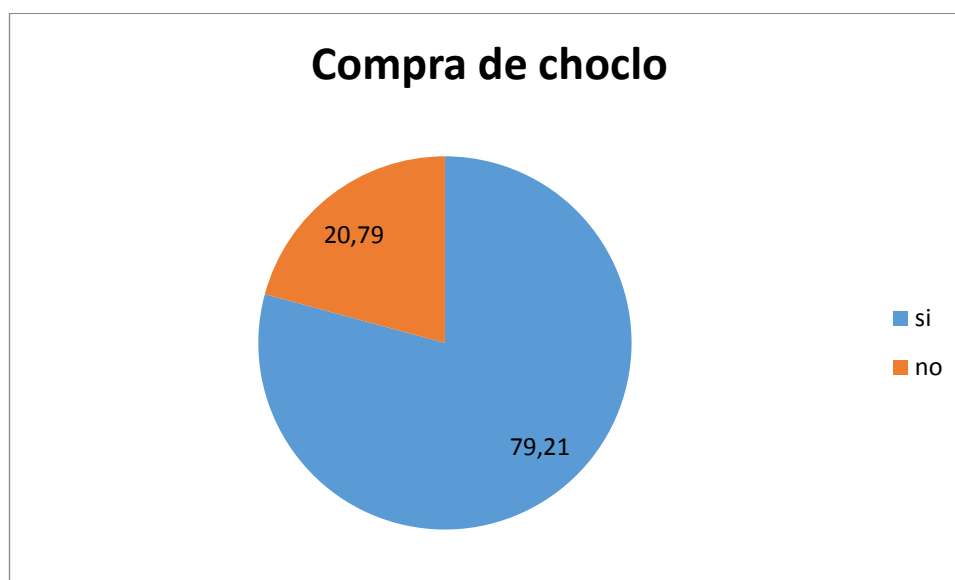


Figura 11. Compra de choclo
Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Análisis

Según las encuestas realizadas se pudo obtener que el 79,21% de las personas encuestadas indicaron que si comprarían choclo empacado al vacío y tan solo el 20,79% mencionaron que no lo harían.

Interpretación

Evidencia que el mayor porcentaje de encuestados mencionan que si comprarían choclo empacado al vacío, lo cual nos da resultados favorables para lanzar este producto al mercado.

8. ¿Ha visto o escuchado sobre el choclo empacado al vacío en la provincia de Tungurahua?

Tabla # 13

Ha escuchado sobre el choclo empacado al vacío

Ha visto o escuchado sobre el choclo empacado al vacío en la ciudad de Ambato			
Pregunta	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
Si	84	7551	22.11
No	296	26609	77.89
Total	380	34160	100%

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

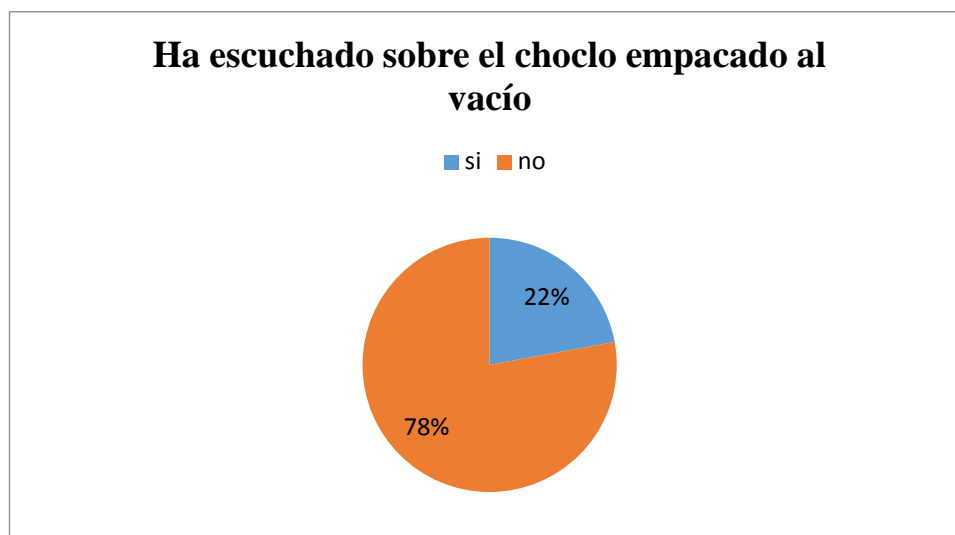


Figura 12. Ha escuchado sobre el choclo empacado al vacío

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

Análisis

Conforme a las encuestas realizadas se pudo obtener que el 78% de las personas encuestadas detallan que no han escuchado sobre el choclo empacado al vacío y tan solo el 22% mencionaron que si han escuchado.

Interpretación

Denota que el mayor porcentaje de encuestados mencionan que no conocen este producto en ese tipo de envase, lo cual nos da resultados favorables para lanzar este producto al mercado.

9. ¿Mensualmente cuantos choclos empacado al vacío usted consumiría?

Tabla # 14

Consumo mensual de choclo empacado al vacío

¿Mensualmente cuantos choclos empacado al vacío usted consumiría?			
Pregunta	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
De 1 a 2 Kg	60	5394	15,79
De 3 a 4 Kg	268	24092	70,53
Más de 6 Kg	52	4675	13,68
Total	380	34160	100%

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

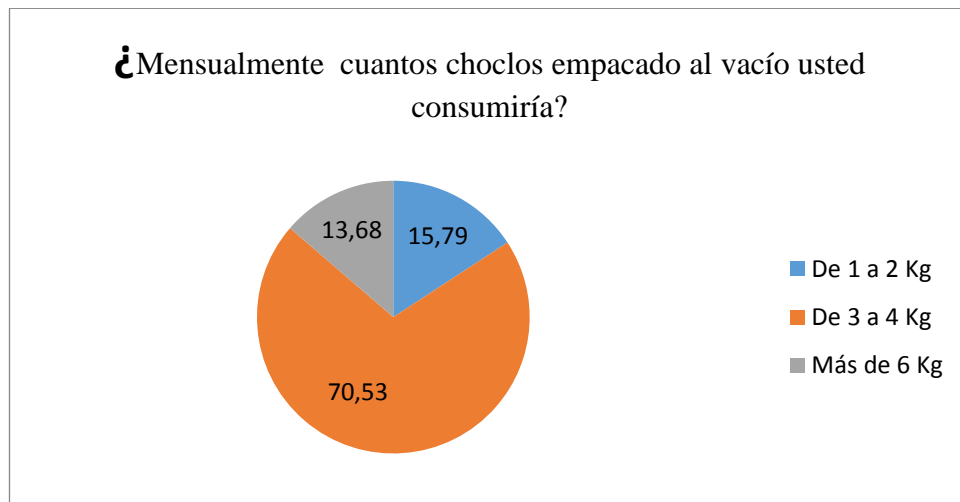


Figura 13. Consumo mensual de choclo

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

Análisis

Las encuestas realizadas permitieron obtener que el 70% de las personas encuestadas consumirían de 3 a 4Kg, el 16% mencionan que consumirían 1 a 2 kg y el 14% mencionaron que consumirían más de 6Kg.

Interpretación

Evidenciando que el mayor porcentaje consumirían de 3 a 4 kg, lo cual nos da resultados favorables para lanzar este producto al mercado.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un empaque de tres unidades de choclo empacado al vacío?

Tabla # 15
Dispuesto a pagar por el producto

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un empaque de tres unidades de choclo empacado al vacío?			
Pregunta	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
2 - 2,20 centavos	269	24182	70,79
2,21 - 2,40 centavos	59	5304	15,53
2,41 centavos o más	52	4675	13,68
Total	380	34160	100%

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

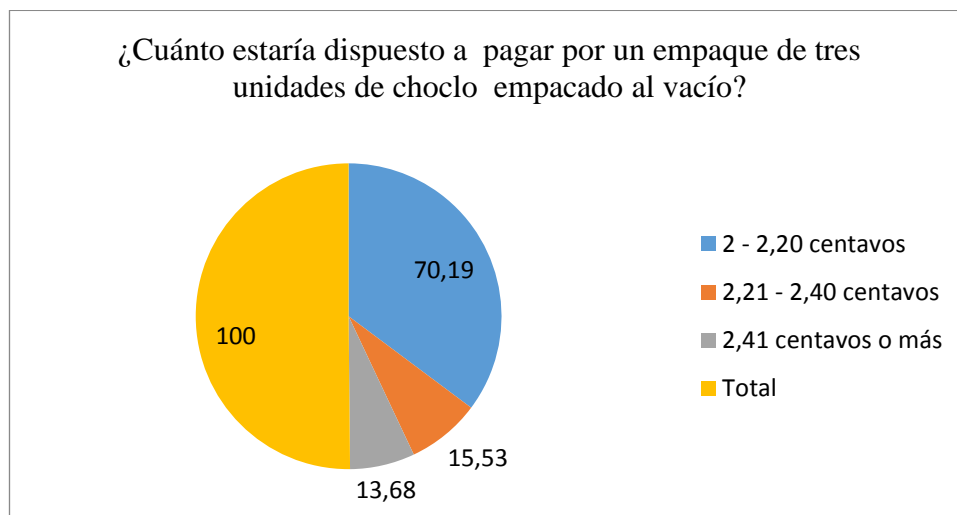


Figura 14. Dispuesto a pagar por el producto
Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Análisis

En las encuestas realizadas se pudo obtener que el 71% de las personas consideran que están dispuestas a pagar un precio en el rango entre el 2.00 al 2.20, el 15% en un rango de 2,21 al 2,40 y el 14% en un rango de 2 dólares con 41 centavos en adelante.

Interpretación

Significa que el mayor porcentaje están dispuestos a pagar en promedio 2 dólares con 10 centavos, lo cual nos da resultados favorables para lanzar este producto al mercado.

11. ¿En qué lugares desearía que le comercialicen el choclo empacado al vacío?

Tabla # 16
Lugares de comercialización

¿En qué lugares desearía que le comercialicen el choclo empacado al vacío?			
Pregunta	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
Venta a domicilio	21	1888	5,53
Tiendas	65	5843	17,11
Ferias Agropecuarias	38	3416	10
Supermercados	256	23013	67,37
Otros	0	0	0
Total	380	34160	100%

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

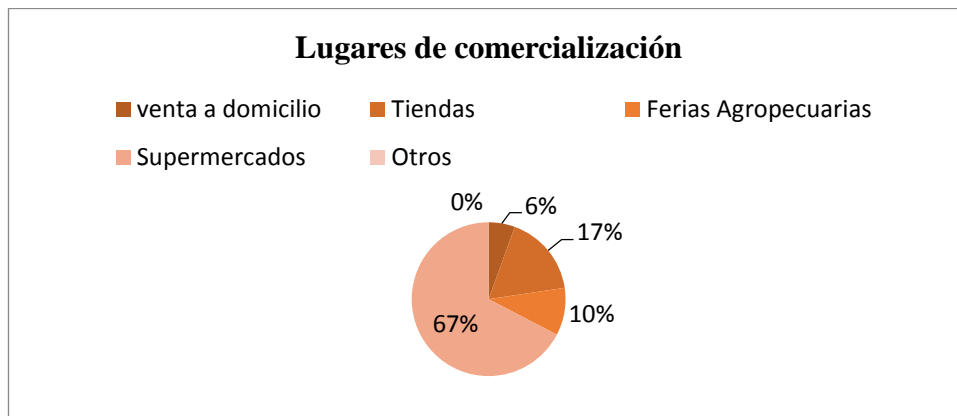


Figura 15. Lugares de comercialización
Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Análisis

De las encuestas realizadas se pudo obtener que el 67% de las personas encuestadas mencionen que el lugar para adquirir sería los supermercados, el 17% mencionan que en las tiendas, el 10% en las ferias agropecuarias, el 6% venta a domicilio.

Interpretación

Evidencia que el mayor porcentaje tienen la tendencia a adquirir este tipo de producto en los supermercados, lo cual nos da resultados favorables para lanzar este producto al mercado mediante convenios con las corporaciones existentes en el mercado nacional.

12. ¿ En que tipo de envase le gustaria que le comercializemos el choclo empacado al vacío?

Tabla # 17
Tipo de Envase

¿En qué tipo de envase le gustaría que le comercialicemos el choclo empacado al vacío?			
Pregunta	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
Funda			
Transparente	96	8630	25,26
Envase Desechable	284	25530	74,74
Otros	0	0	0,00
Total	380	34160	100,00

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

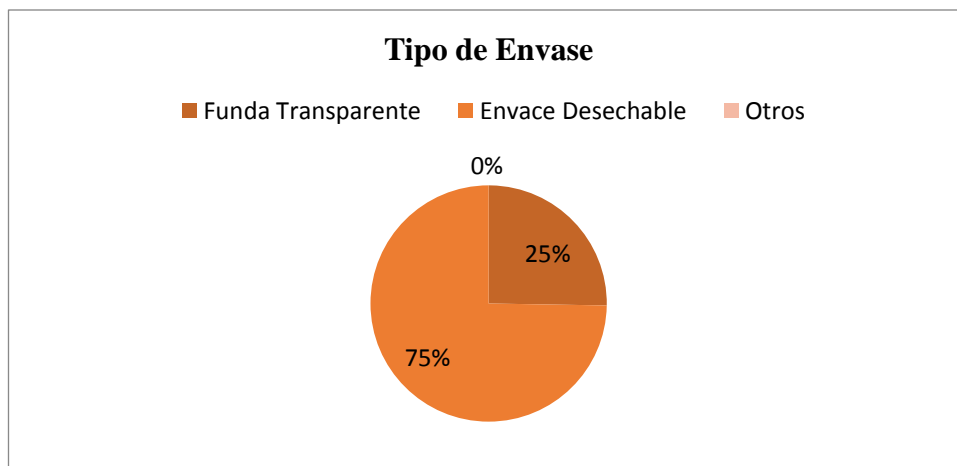


Figura 16. Tipo de Envase
Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Análisis

Según las encuestas realizadas se pudo obtener que el 75% de las personas encuestadas mencionen que el tipo de envase seria desechable, mientras que el 25% mencionan que desearía en funda transparente.

Interpretación

El mayor porcentaje indican su disponibilidad a comprar en los envases desechables, lo cual nos da resultados alentadores para lanzar este producto al mercado mediante convenios con las corporaciones distribuidoras de productos de consumo masivo en el mercado nacional.

13. ¿Ha escuchado o tiene conocimiento sobre las propiedades y beneficios alimenticios que posee el choclo?

Tabla # 18

Conocimiento sobre las propiedades del choclo

¿Ha escuchado o tiene conocimiento sobre las propiedades y beneficios alimenticios que posee el choclo?			
Pregunta	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
Si	96	8630	25,26
No	284	25530	74,74
Total	380	34160	100,00

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

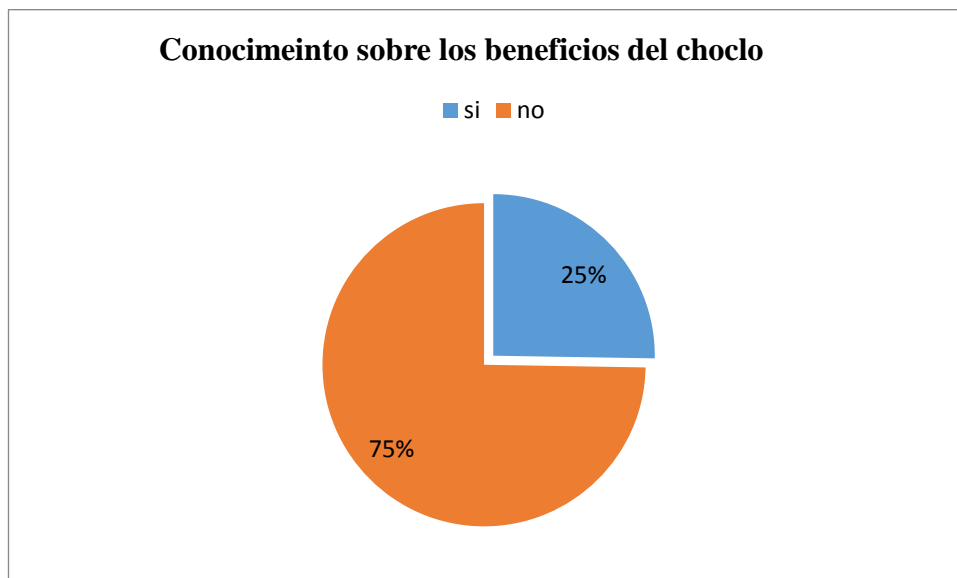


Figura 17. Conocimiento de los beneficios del choclo

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

Análisis

En concordancia a las encuestas realizadas se pudo obtener que el 75% de las personas encuestadas mencionen que no tienen conocimiento sobre las propiedades y los beneficios que tiene el choclo, mientras que el 25% mencionan que si conocen las bondades que tienen al consumir el choclo.

Interpretación

Lo que resalta que el mayor porcentaje no conocen los beneficios que tiene el choclo por ende se debería crear dar charlas sobre las propiedades nutritivas de este producto y difundirlas de una manera efectiva.

14. ¿Qué factores consideraría importante al momento de comprar choclo empacado al vacío?

Tabla # 19

Factores que considera importante en una compra

¿Qué factores consideraría importante al momento de comprar choclo empacado al vacío?

Pregunta	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
Precio	151	13574	39,74
Facilidad de uso	75	6742	19,74
Durabilidad	65	5843	17,10
Confianza	89	8001	23,42
Otros	0	0	0
Total	380	34160	100%

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

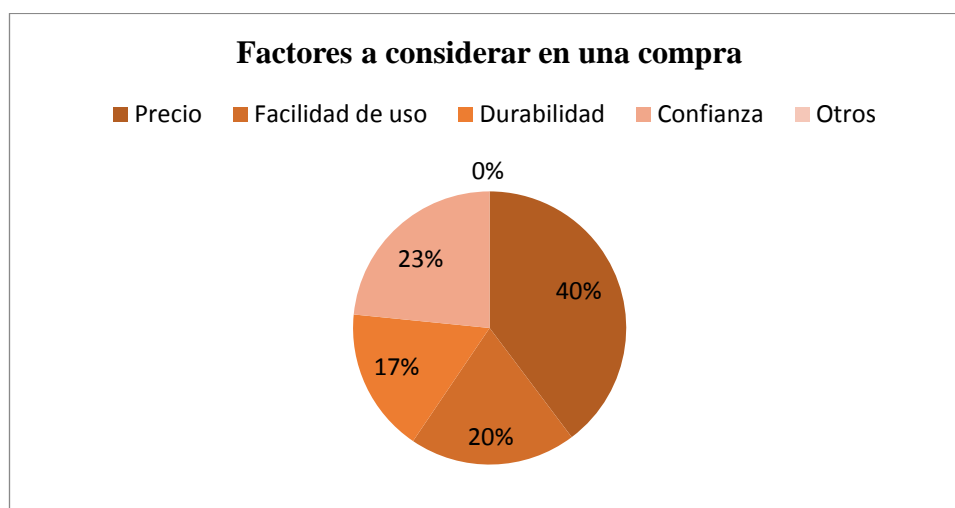


Figura 18. Factores a considerar en una compra

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

Análisis

Según las encuestas realizadas se pudo obtener que el 40% de las personas encuestadas mencionan que el factor clave es el precio, el 23% es la confianza, el 20% es la facilidad del uso, el 17% es la durabilidad.

Interpretación

El mayor porcentaje de personas determinan que el factor importante es el precio y los demás factores lo toman como factores secundarios.

15. ¿ Que le gustaria recibir por la compra de choclo empacado al vacio?

Tabla # 20

Que le gustaría recibir por la compra del producto

¿ Que le gustaria recibir por la compra de choclo empacado al vacio?			
Pregunta	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
Descuentos	256	23013	67,37
Promociones	95	8540	25,00
Bolso Biodegradable	29	2607	7,63
Total	380	34160	100,00

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

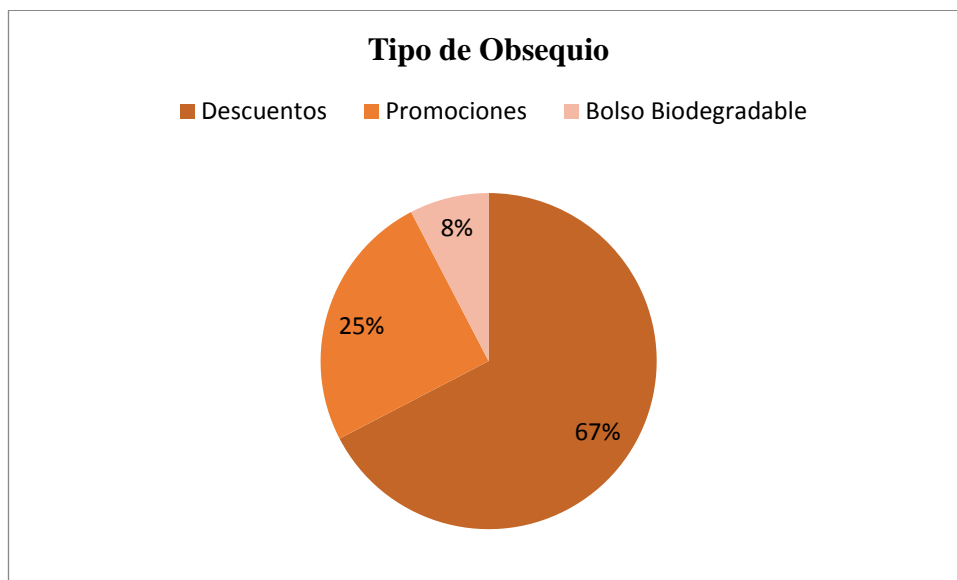


Figura 19. Tipo d obsequio
Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Análisis

En relación a las encuestas realizadas se pudo obtener que el 67% de las personas encuestadas mencionan que desearían descuentos, el 25% desearían promociones, el 8% desearían bolsos biodegradables.

Interpretación

Lo que denota que el mayor porcentaje consideran que los descuentos es el factor más beneficioso en la compra de un producto.

16. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre los choclos empacado al vacío?

Tabla # 21

Medios de comunicación

¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre los choclos empacado al vacío?

Pregunta	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
Televisión	151	13363	39,12
Radio	75	6637	19,43
Internet	65	5752	16,84
Prensa	83	7876	23,06
Hojas Volantes	6	531	1,55
Total	380	34160	100%

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

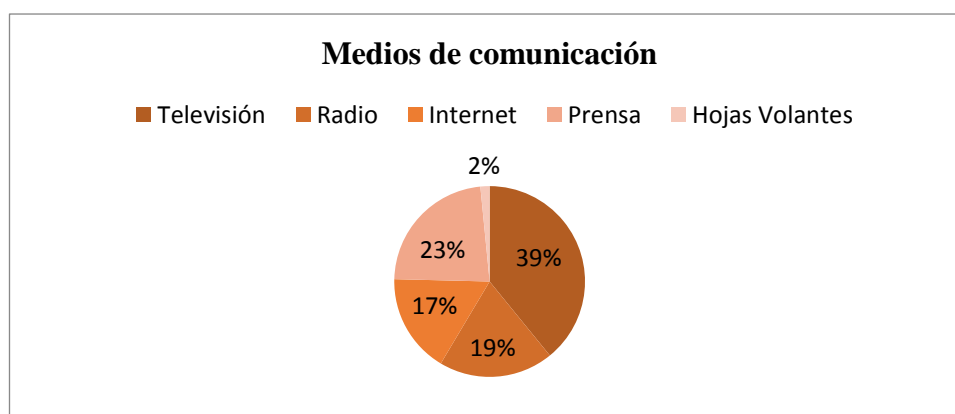


Figura 20. Medios de comunicación

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

Análisis

Las encuestas realizadas se pudo obtener que el 39% de las personas encuestadas indican que desearían que se publiquen en televisión local, el 23% desearían que se promocionen en la prensa, el 19% desearían que publiquen en la radio y el 17% en internet.

Interpretación

Se determina que el mayor porcentaje desean que la publicidad se realice en el medio de comunicación masivo como en un canal de televisión local, en programas de entretenimiento familiar.

3.4. Estudio de la demanda

“La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido”(Andrade, 2013, pág. 112).

Estudio de la demanda en personas

Tabla # 22.

Estudio de la demanda en personas

AÑO	MERCADO META	PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN	DEMANDA DE PERSONAS
2018	34160	79%	26986

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

Esta información se obtiene de la pregunta #7, que menciona lo siguiente “*Si en la provincia de Tungurahua se produjera y se comercializara choclo empacado al vacío, usted lo compraría*”, es decir las personas que respondieron que sí, que este caso es el 79%.

Cálculo de la proyección de la demanda en personas

Para el cálculo de la proyección de la demanda en personas, tomamos en cuenta la demanda de personas del año 2018, posteriormente con Tasa de Crecimiento Poblacional de 1,56%, dato obtenido del Banco Central del Ecuador, procedemos a realizar el cálculo respectivo.

Tabla # 23.
Demanda en personas

Demanda en personas		
AÑO	DEMANDA EN PERSONAS	TCP
2018	26986	1,56%
2019	27.480	422
2020	27.909	429
2021	28.344	435
2022	28.786	442
2023	29.235	449

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

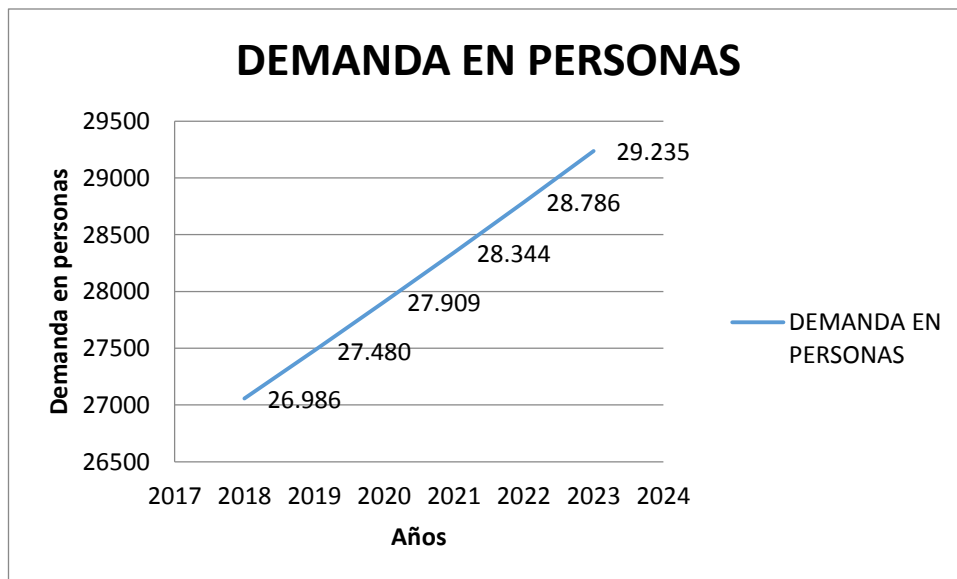


Figura 21. Demanda en personas
Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos es que en el año 2018 existe 26986 personas, mediante la proyección para el año 2023 existirá 29.235.

Estudio de la demanda en productos

Para el estudio de la demanda en productos se toma en cuenta la frecuencia de compra, sacando la media de las alternativas y posteriormente multiplicando la población por la cantidad promedio.

Tabla # 24.
Estudio de la demanda en productos

DEMAN DA	CANTIDAD	PORCENTAJE	POBLACIÓN	CANTIDAD PROMEDIO	CANTIDAD DE COMPRA MENSUAL
	De 1 a 2	15%	4047	1,5	6071
26986	De 3a 4	71%	19160	3,5	67060
	De 6 a más	14%	3779	6	22674
Total mensual 2018					95805
Total Anual 2018					1.149.660

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Cálculo de la proyección de la demanda en productos

Tabla # 25.
Demanda en productos

AÑO	DEMANDA EN PRODUCTOS	TCP
2018	1.149660	1,56%
2019	1.167.595	17.935
2020	1.185.809	18.214
2021	1.204.308	18.499
2022	1.223.095	18.787
2023	1.242.175	19.080

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

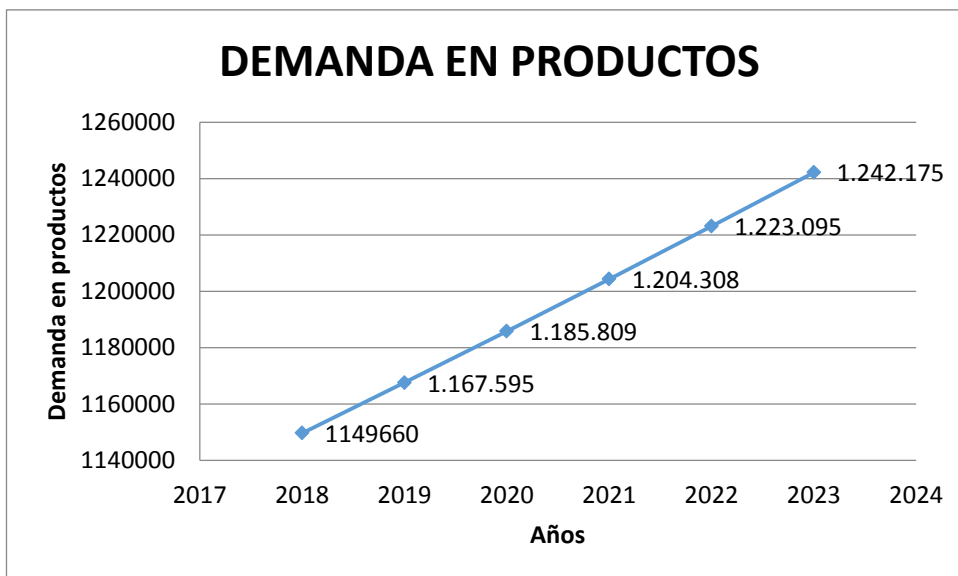


Figura 22. Demanda en productos
 Elaborado por: Galo Rosero
 Fuente: Investigación Propia

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos es que en el año 2018 existe 1.149.660 productos, mediante la proyección para el año 2023 existirá 1.242.175 productos.

3.5. Estudio de la oferta

“La oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos” (Jaime, 2014, pág. 78).

Estudio de la oferta en personas

En el estudio de la oferta se toma en cuenta el porcentaje de no aceptación, porque dicha cantidad está siendo cubriendo por productos similares.

Tabla # 26.
Estudio de la oferta en personas

Año	Mercado Meta	Porcentaje de no aceptación	Oferta en Personas
2018	34160	21%	7173

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Tabla # 27.
Estudio de la oferta en personas

Oferta en personas		
AÑO	Estudio de la oferta en personas	TCP
2018	7.173	1,56%
2019	7.213	111
2020	7.325	113
2021	7.440	114
2022	7.556	116
2023	7.674	118

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

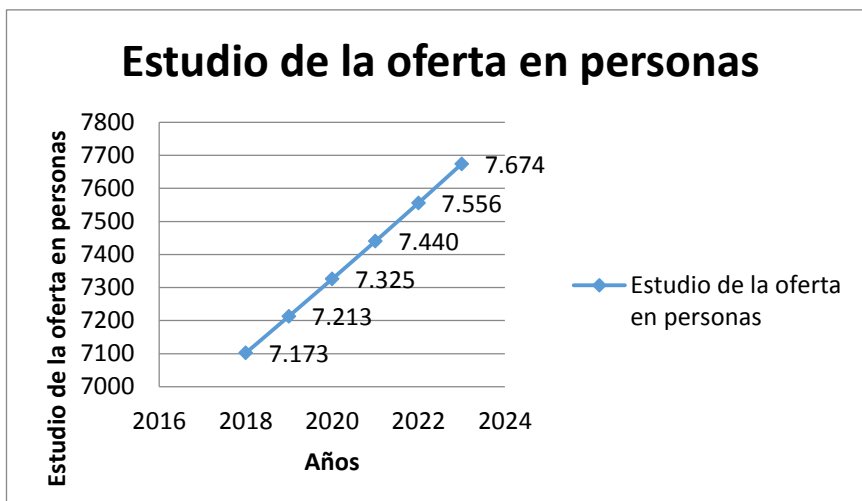


Figura 23. Estudio de la oferta en personas
Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Análisis

Mediante el cálculo respectivo en el estudio de la oferta en personas se pudo ver que en el 2018 hay 7.173 personas y para el año 2023 existirán 7674 personas, tomando en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de 1,56% de acuerdo al Banco Central del Ecuador.

Oferta de productos

Para el cálculo de productos se basa en la frecuencia de consumo o de compra, de cuanto kg de choclo consumiría mensualmente y mediante los cálculos respectivos.

Tabla # 28.
Estudio de la oferta en productos

DEMANDA	CANTIDAD (Kg)	PORCENTAJE	POBLACIÓN	CANTIDAD PROMEDIO	CANTIDAD DE COMPRA (Kg)
7173	De 1 a 2	15%	1076	1,5	1.614
	De 3a 4	71%	5093	3,5	17.825
	De 6 a más	14%	1004	6	6024
Total Mensual 2018					25.463
Total Anual 2018					305.556

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Tabla # 29.
Proyección del estudio de la oferta en productos

Oferta en productos		
Año	Estudio de la oferta en productos (Kg)	TCP
2018	305.556	1,56%
2019	308.556	4.740
2020	313.369	4.813
2021	318.258	4.889
2022	323.222	4.965
2023	328.265	5.042

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

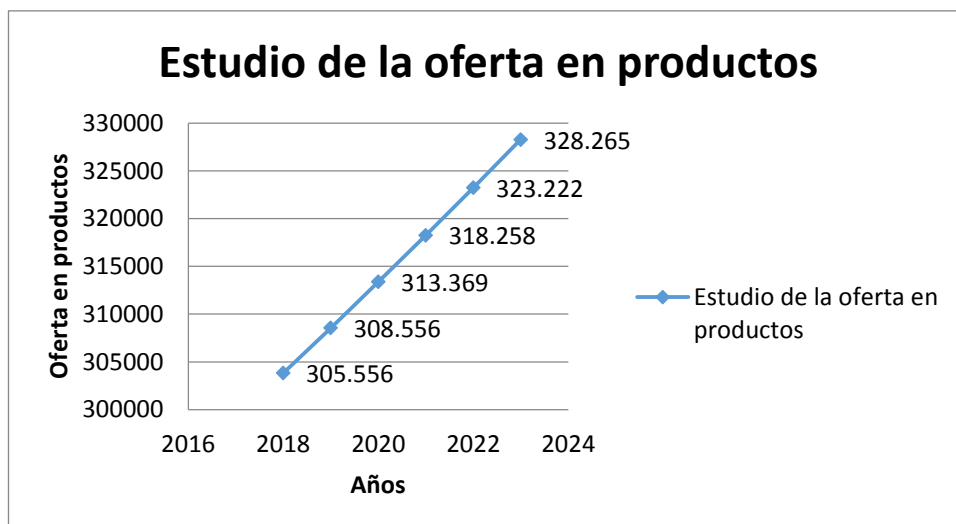


Figura 24. Estudio de la oferta en productos
Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Análisis

Para el cálculo de la proyección se toma en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de 1,56, por ende para el primer año será de 305.556 productos, para el año 2023 será de 328,265 productos de choclo empacado al vacío.

3.6. Mercado potencial para el proyecto

“Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que el mercado consume en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”(Andrade, 2013).

Para el cálculo de la demanda potencial insatisfecha es igual a la demanda de productos menos la oferta de productos es así como se obtiene la DPI.

Tabla # 30.
Demanda potencial insatisfecha

Año	DPI		
	Demanda de Productos	Oferta de productos	DPI
2018	1.149.660	305.556	844.104
2019	1.167.595	308.556	859.039
2020	1.185.809	313.369	872.440
2021	1.204.308	318.258	886.050
2022	1.223.095	323.222	899.873
2023	1.242.175	328.265	913.910

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

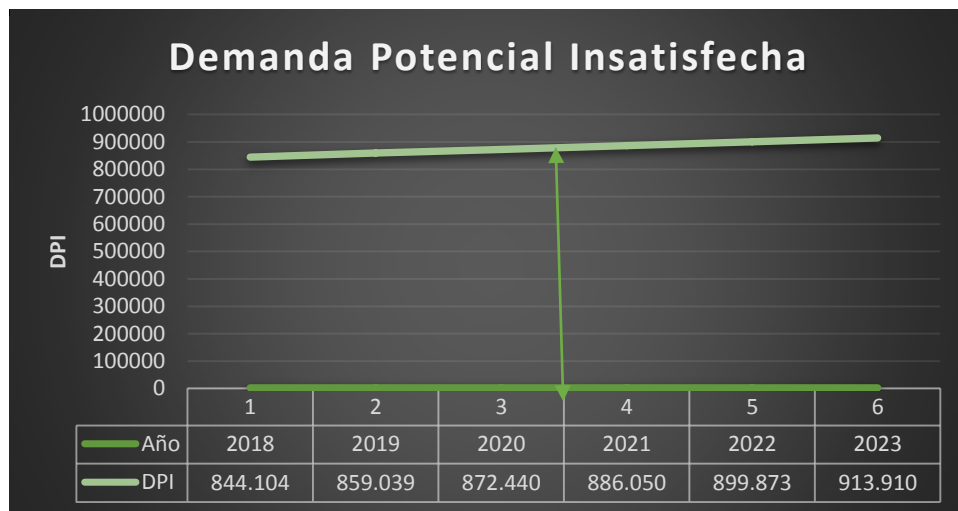


Figura 25. Demanda potencial insatisfecha
Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Análisis

De acuerdo a los cálculos realizados se obtiene los siguientes resultados en el año 2018 844.104 y mediante el cálculo de la proyección con la tasa de crecimiento poblacional se obtiene un valor de 913.910 productos, lo cual significa que la demanda de este producto es excelente de acuerdo al estudio de mercado realizado.

3.7. Precio

“Las políticas de precios de una empresa determinan la forma en que se comportará la demanda. Es importante considerar el precio de introducción en el mercado, los descuentos por compra en volumen o pronto pago, las promociones, comisiones, los ajustes de acuerdo con la demanda, entre otras” (GESTIOPOLIS, 2012).

“El establecimiento del precio es de suma importancia, pues éste influye más en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio. Nunca se debe olvidar a qué tipo de mercado se orienta el producto o servicio. Debe conocerse si lo que busca el consumidor es la calidad, sin importar mucho el precio o si el precio es una de las variables de decisión principales. En muchas ocasiones una errónea fijación del precio es la responsable de la mínima demanda de un producto o servicio” (PRO-NEGOCIOS, 2013).

El precio en general es una medida cuantitativa, que nos indica el valor de un producto o servicio. No así, para algunos bienes que tienen valores cualitativos, como el precio o las consideraciones de otro tipo, como el valor adquirido por ser un único bien producido en el mundo o algún regalo que provenga de una persona a la cual estimamos mucho. (Sulser Valéz & Pedrosa Escandón, 2014, pág. 223).

Para obtener el precio, acudimos a la encuesta que anteriormente ya fue realizada a los clientes potenciales, para ello tomamos la alternativa que obtuvo mayor aceptación, y para el cálculo de la proyección lo hacemos mediante la inflación acumulada que es 1,12%, este valor lo tomamos como referencia del año 2016 debido a que el año 2017 hay un decrecimiento de -0,09% en la inflación del país.

Tabla # 31.
Precio

PRECIO		
Año	Precio	Inflación
2018	2,10	1,12%
2019	2,12	0,02
2020	2,15	0,02
2021	2,17	0,02
2022	2,20	0,02
2023	2,22	0,02

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

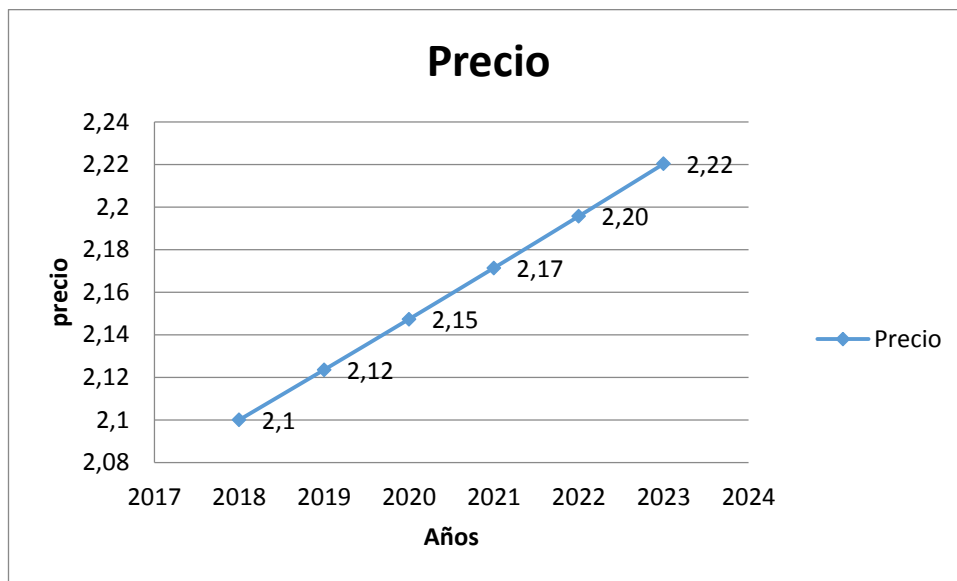


Figura 26. Precio
Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Análisis

Después de haber realizado los cálculos respectivos se puede ver que el precio para el año 2018 es de \$ 2,10, y para el año 2023 será de \$2,20, lo que significa que el precio tendrá un crecimiento considerable paulatinamente.

3.8. Canales de comercialización

Según Stanton (2012), es un aspecto de trascendencia para dar viabilidad al desarrollo productivo; esto incluye desde los estudios previos de mercado hasta las estrategias y la organización para la comercialización de productos y servicios.

Kotler (2013), manifiesta que es el desempeño de actividades comerciales dirigidas hacia y relacionadas con el flujo de bienes y servicios desde el productor hasta el consumidor o usuario.

De acuerdo a Naylor (2013), comprende el proceso integrado de hacer llegar las mercaderías y los servicios desde la fábrica o establecimiento hasta el consumidor para su uso final.

3.9. Canales de distribución

“Los canales de distribución es la ruta que tiene como finalidad distribuir productos desde su creación hasta el destino final donde cada uno de las personas realizan”.(Vázquez Casielles , Álvarez Álvarez , & Trespalacios Gutiérrez , 2014).

“Los canales de distribución es un sistema que abarca a todos los componentes tal es el caso del fabricante, intermediario, consumidor, tomando en cuenta la estructuración de los diferentes canales” (Alcaraz Lladro & García guardia, 2014).

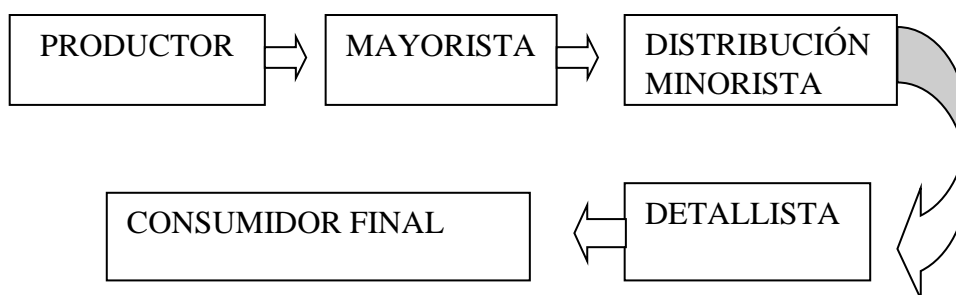


Figura 27. Canal de distribución
Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Se propone utilizar estos canales de distribución debida que es la más apta para este tipo de productos que en este caso es de choclo empacado al vacío.

Tabla # 32.
Análisis FODA

Estrategias FODA-DODA		
	Fortalezas	Oportunidades
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Producto innovador 2. Producto de calidad 3. Precio competitivo 4. Facilidad de transportar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fechas tradicionales 2. Disponibilidad de las páginas web de manera gratuita. 3. Tendencia a cuidar la salud 4. Ferias Agropecuarias impulsada por el Gobierno Provincial 5. Apoyo financiero para este producto (CFN). 6. Programas virtuales del HGPT 7. Alto índice de restaurantes en la Provincia de Tungurahua.
Debilidades	FO	DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Productos sustitutos 2. Imagen y marca no posicionada en el mercado. 3. Inexistencia de publicidad 	<p>F3, O1. Aprovechar el precio del producto con el fin de ofrecer descuentos en fechas especiales como semana santa.</p>	<p>D3, O4. Aprovechar las ferias agropecuarias que impulsa el gobierno provincial para que el producto pacte en la mente de los consumidores.</p> <p>D7O1. Realizar convenios con restaurantes o paraderos con el fin de poder sustituir sus menús con nuestro producto.</p>
Amenazas	FA	DA
<ol style="list-style-type: none"> 1.- Poco conocimiento de este producto. 2.- Ingreso de nuevos productos 3.- Ingreso de productos de otros países 4.- Posicionamiento de competidores internacionales. 	<p>F7, A17. Aprovechar el Nuevo producto de calidad para competir con productos de similares características que actualmente son potencia en el mercado.</p>	<p>A19,D8 Implementar buena imagen corporativa que nos permitan posesionarnos en la mente del consumidor</p>

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Estrategias de comercialización

Ofrecer descuentos del producto en fechas especiales como semana santa.



Promocionar en las redes sociales mediante páginas, programas como el Jimdo y Wix.



Asociar a los programas que impulsa el Gobierno Provincial de Tungurahua: Consume lo sano, Productos Orgánicos.



Asociar a ferias agropecuarias del Gobierno Provincial



Convenios con restaurantes



CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del emprendimiento

Según, (Bacalla, Formulación y Evaluación de Proyectos, 2012), el tamaño del proyecto se refiere a la capacidad de producción instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o por año. Depende del equipo que se posea, así será nuestra capacidad de producción

Según, (Cabrera, 2013). “El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año”

Según, (Bacalla, Tamaño Óptimo del Proyecto, 2012) “El tamaño de un proyecto viene dado por su capacidad instalada de producción de bienes, y por su capacidad de generar un número determinado de servicios en un tiempo dado”.

a) Tamaño óptimo

Para determinar el porcentaje de estimación para determinar el número de unidades a producir, se toma en cuenta factores importantes como: Demanda potencial Insatisfecha, disponibilidad del capital, tecnología, insumos, materia prima.

Tabla # 33.

Demanda potencial Insatisfecha Real

AÑO	DPI	DPIR		PRODUCCIÓN DIARIA
		ESTIMACIÓN	DPI REAL	
2018	844.104	6,36%	53.662	225
2019	859.039	6,36%	54.499	225
2020	872.440	6,36%	55.349	225
2021	886.050	6,36%	56.213	225
2022	899.873	6,36%	57.089	225
2023	913.910	6,36%	57.980	225

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

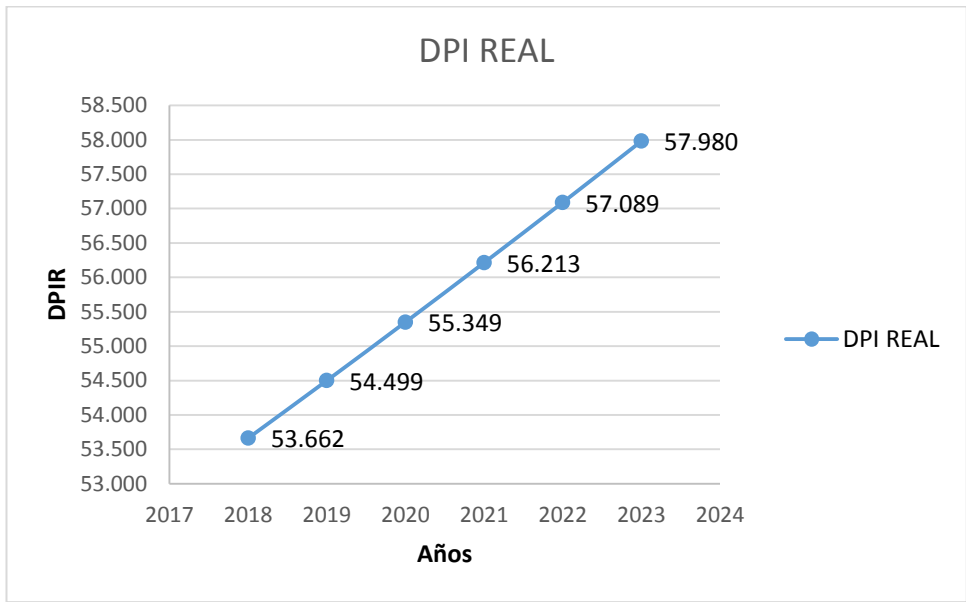


Figura 28. Demanda Potencial Insatisfecha Real
 Elaborado por: Galo Rosero
 Fuente: Investigación Propia

4.2. Localización

Según Sánchez (2013) define a la localización del proyecto como un punto, el cual es importante analizar cuál es el sitio idóneo donde se puede instalar el proyecto, incurriendo en costos mínimos y en mejores facilidades de acceso a recursos, equipo, etc.

Para Álvarez (2014) la localización de un proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental y de consecuencias a largo plazo, ya que una vez emplazada la empresa, no es cosa simple cambiar de domicilio.

MATRIZ DE LOCALIZACIÓN

Escala	
1	Bajo Impacto
2	Mediano Impacto
3	Alto Impacto

Tabla # 34.
Matriz de Localización mediante puntos ponderados

Factores relevantes Fuerzas Localizaciones	Peso Ponderado	Salasaca (centro)	Punta Rumi	Cruz Pamba
Sector Comercial	0,12	3	0,36	2
Aglomeración de personas	0,1	3	0,30	2
Accesibilidad vial	0,1	3	0,30	1
Locales de arriendo	0,05	2	0,10	2
Precio de arriendo	0,07	1	0,07	2
Personal eficiente	0,08	2	0,16	2
Sector seguro	0,12	3	0,36	2
Visibilidad del producto	0,1	3	0,30	1
Permisos legales de funcionamiento	0,08	3	0,24	4
Disponibilidad de espacio físico	0,08	2	0,16	3
Potencialidad de la zona	0,1	3	0,30	3
Suma Total	1,00		2,65	2,23

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Análisis

Una vez realizada el respectivo análisis de localización mediante el método de puntos ponderados, se obtuvo como la localización óptima parroquia Salasaca centro, teniendo en cuenta que es un lugar muy turístico y comercial lo cual eso permite el desarrollo de la empresa que se pretende implementar.

Macro localización

Tabla # 35.
Macro localización

País: Ecuador

Región: Sierra

Zona: 3

Provincia: Tungurahua

Parroquia: Ambato

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

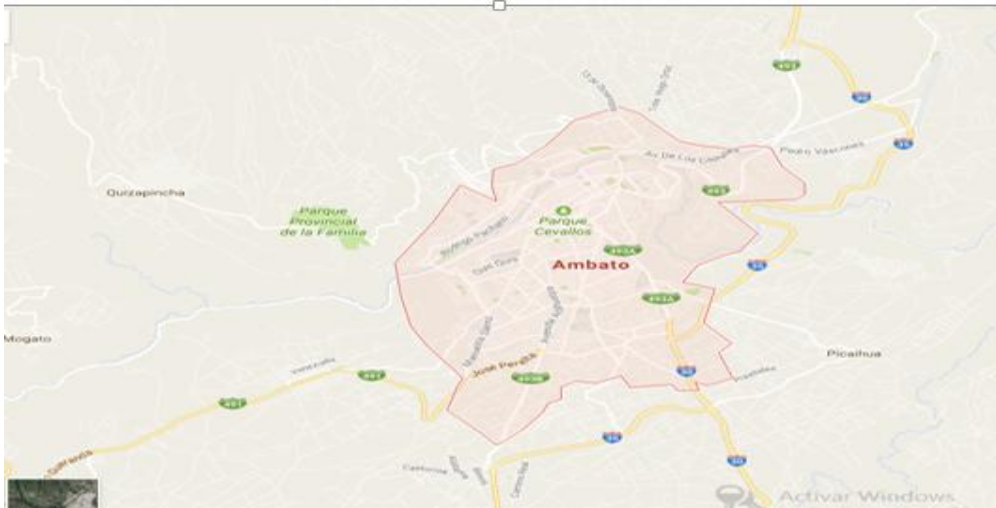


Figura 29. Macro localización
Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Micro localización

Ciudad: Ambato

Parroquia: Salasaca

Sector: Salasaca centro

Calles: Av. Confraternidad y 22 de Julio

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

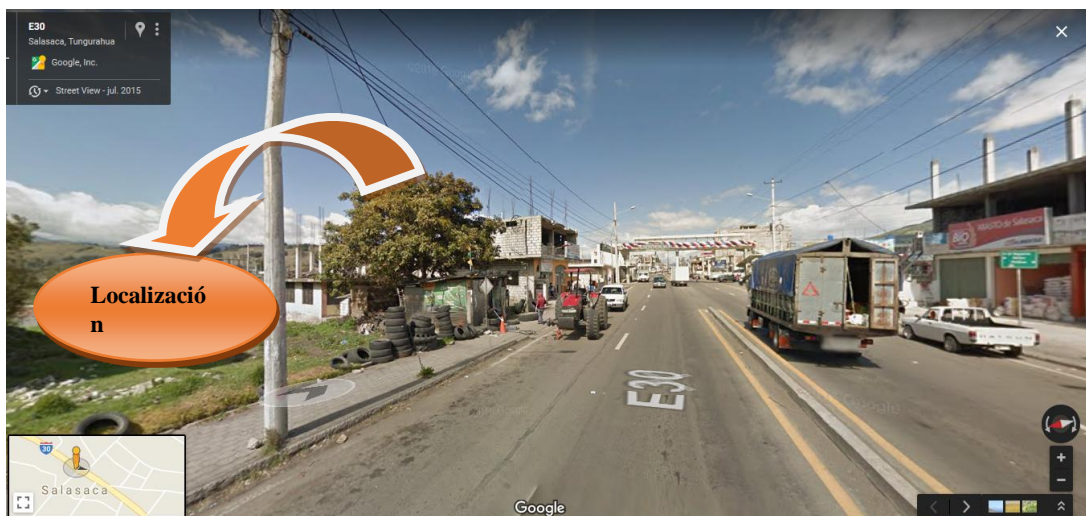


Figura 30. Micro localización
Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

4.3. Ingeniería del Proyecto

Según Urbina (2012), el objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva.

Para Handy (2014) el estudio de Ingeniería del proyecto aporta los datos técnicos y económicos que faciliten establecer sus costos de construcción y explotación. Deben identificarse problemas de carácter técnico en la ejecución o aquellos que limiten la concreción del proyecto.

a) Producto – proceso

El choclo empacado al vacío está elaborado a base choclo desgranado, en la área de producción cuenta con mano de obra calificada y el control de calidad es constante en cada una de las fases lo que significa que el producto es garantizado.

Tabla # 36.
Proceso de producción

N°	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	TIEMPO	RECURSOS
			Minutos	/INTERVENCIÓN
1	Compra de materia prima	Adquisición de materia prima e insumos para la elaboración del producto, el estado debe ser fruto fresco.	20	Maíz
2	Desgranado	Se procede a desgranar el choclo	20	Maíz, Recipiente
3	Lavado	Se procede a lavar el choclo desgranado	30	Choclo, recipiente
4	Oreo	Deshidratar el choclo desgranado	30	Choclo desgranado, cedazo
		En esta etapa se procede a pesar, el peso es de 1kg, misma q estará en una funda		Choclo desgranado Balanza Digital

5	Pesado	transparente.	20	Electrónica
		En esta fase del proceso se procede sellar el producto mediante la empacadora		Choclo desgranado
6	Empacado		10	funda transparente Polietilenos de 30 x 36 cm
				Empacadora de choclo
7	Refrigeración	Se procede a poner en congelador MI-300 para el respectivo congelamiento a una temperatura de -18°C y a la espera del camión de transportación	5	Choclo empacado al vacío Congeladora MI-300

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Materia Prima

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD DE UNIDAD DE CONSUMO ANUAL	DE UNIDAD DE MEDIDA
Choclos	53662	kg

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

“Insumo son elementos que representa una fracción dentro de la elaboración de un determinado producto es decir sirve de complemento para concluir el proceso de transformación de producto con determinado fin” (Arya, 2014).

Tabla # 37.
Insumos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD DE UNIDAD DE CONSUMO ANUAL	DE UNIDAD DE MEDIDA
Bolsas plásticas transparente Polietilenos (paq. 100 u.30x36cm.)	53662	Unidades
Etiquetas	53662	Unidades

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

“Los materiales indirectos de fabricación son utilizados en la elaboración de un determinado producto, es difícil llevar un control porque no son fácilmente

identificables y son incluidos como costos indirectos de fabricación”. (Foster & Horngren, 2015)

Materiales Indirectos de fabricación

Tabla # 38.

Materiales indirectos de fabricación

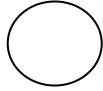
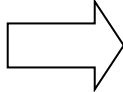

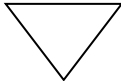

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD DE CONSUMO ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA
Envase de cloro (1 galón)	4	Galones
Guantes plásticos	12	Unidades
Paquete de mascarillas desechables (50 unid.)	2	Unidades
Mandil plástico	3	Unidades
Fundas de basura grande (paquete 10)	3	Paquetes
Botas de caucho	4	pares

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Teniendo en cuenta que todos los recipientes se deben desinfectar, para ello es recomendable hacerlo con el cloro, debido a que es un producto apto para esta actividad.

Diagrama de flujo

Tabla # 39.
Simbología Normativa Asme

SIMBOLOGÍA	REPRESENTACIÓN	DESCRIPCIÓN
	Operación	Una operación cada vez que una forma o documento es cambiado de sus características, cuando se prepara para otra operación, transporte o mantenimiento.
	Transporte	Transporte cada vez que un documento se mueve, excepto cuando el movimiento forma parte de una inspección.
	Inspección	Inspección cada vez que un documento es examinado de un objeto para comprobar su calidad o cantidad.
	Almacenamiento	Ocurre un almacenamiento cuando se mueve bajo condiciones controladas de un objeto.
	Demora	Cuando no requiere de la ejecución de la acción planeada y no permite la realización del siguiente pasó.

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Diagrama de flujo del proceso de producción

Tabla # 40.

Diagrama de procesos

CHOCLOS PROCESADOS DAROMA								
DIAGRAMA DE FLUJO								
Producto: Choclo empacado al vacío.			Inicia en: Compra de materiales e insumos					
Fábrica: choclos procesados Daroma			Termina en: Almacenamiento					
Método: Normativa Asme			Elaborado por: Galo Rosero					
Fecha: 12 de marzo 2017								
N°	ACTIVIDAD	TIEMPO (minutos)	DISTANCIA (metros)	○	□	⇒	⊖	▽
1	Compra de materia prima	20		●				
2	Desgranado	20		●				
3	Lavado	30		●				
4	Secado al ambiente	30		●				
5	Pesado	20				●		
6	Empacado	10					●	
7	Refrigeración	5						●

Elaborado por: Galo Rosero
 Fuente: Investigación Propia
 Fuente formato: (Crespo Ramos, López Yepes)

Periodo operacional estimado de la planta

“Periodo operacional de la planta es la vida útil que tiene un proyecto que se establece en forma práctica, tomando en cuenta la vida útil estimada de los equipos más costosos de la organización o de acuerdo al plazo se estima conseguir el préstamo”. (Manco Posada, 2014)

Capacidad de producción

La capacidad de producción se basa en la DPI real, que se obtiene de la estimación de un porcentaje establecido, en este proyecto es de 4,7 %, dicho valor que representará las unidades de producción que la Empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA podrá cubrir en periodo anual, además se determina los materiales, insumos y los costos indirectos de fabricación, se divide de la demanda potencial insatisfecha real con los días de trabajo anuales y así se obtiene el valor de producción diaria.

El tamaño óptimo del proyecto se basa en la capacidad de producción ya sea esto anual, mensual y diarias, de la DPI se alcanza a cubrir el 4,7 %, lo cual equivale a 53662 unidades de 1kg de choclo empacados al vacío, la producción diaria de la empresa choclos procesados DAROMA tendrá alrededor de 225 unidades diarias.

Tabla # 41: Capacidad de producción

Producción Diaria	Producción Anual	DPI REAL
225 unidades	53662	6,36

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

b) Distribución de maquinaria y equipos (Lay-out)

- Detalle de maquinaria

Maquinaria

Tabla # 42.

Maquinaria

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD DE CONSUMO ANUAL
Maquina peladora de choclo fresco (CornThereshing)	1
Empacadora	1

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Tabla # 43.

Equipos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD DE CONSUMO ANUAL
Cocina Inducción	1
Congelador Indurama modelo I 300	1
Balanza digital electrónica	2

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Equipo de Computación

Tabla # 44.

Equipo de computación

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD DE CONSUMO ANUAL
Computador	1
Impresora	1

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Muebles y Enseres

Tabla # 45

Muebles y Enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD DE CONSUMO ANUAL
Mesa rectangular de 2 metros de largo x 1 metro de alto cubierta de acero inoxidable	2
Escritorio	1
Silla de oficina	2

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

4.4. Distribución de la planta (Lay - out)

“La distribución de la planta consiste en organizar los elementos de una manera adecuada, que asegure la fluidez en las actividades diarias en el trabajo, teniendo en cuenta las dimensiones para cada una de las áreas, que actividades se deben realizar en dicho departamento con la finalidad de evitar accidentes dentro de las áreas”. (García & Fernández Quesada, 2014)

En cuanto a la distribución de la planta en la empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA pretende tomar como referencia a la distribución de la planta que están instalados en Chile, debido que las plantas en el vecino país funciona de una manera adecuada y lo cual ha permitido alcanzar sus objetivos en cuanto a cumplimientos de metas en el procesamiento de choclo empacado al vacío.

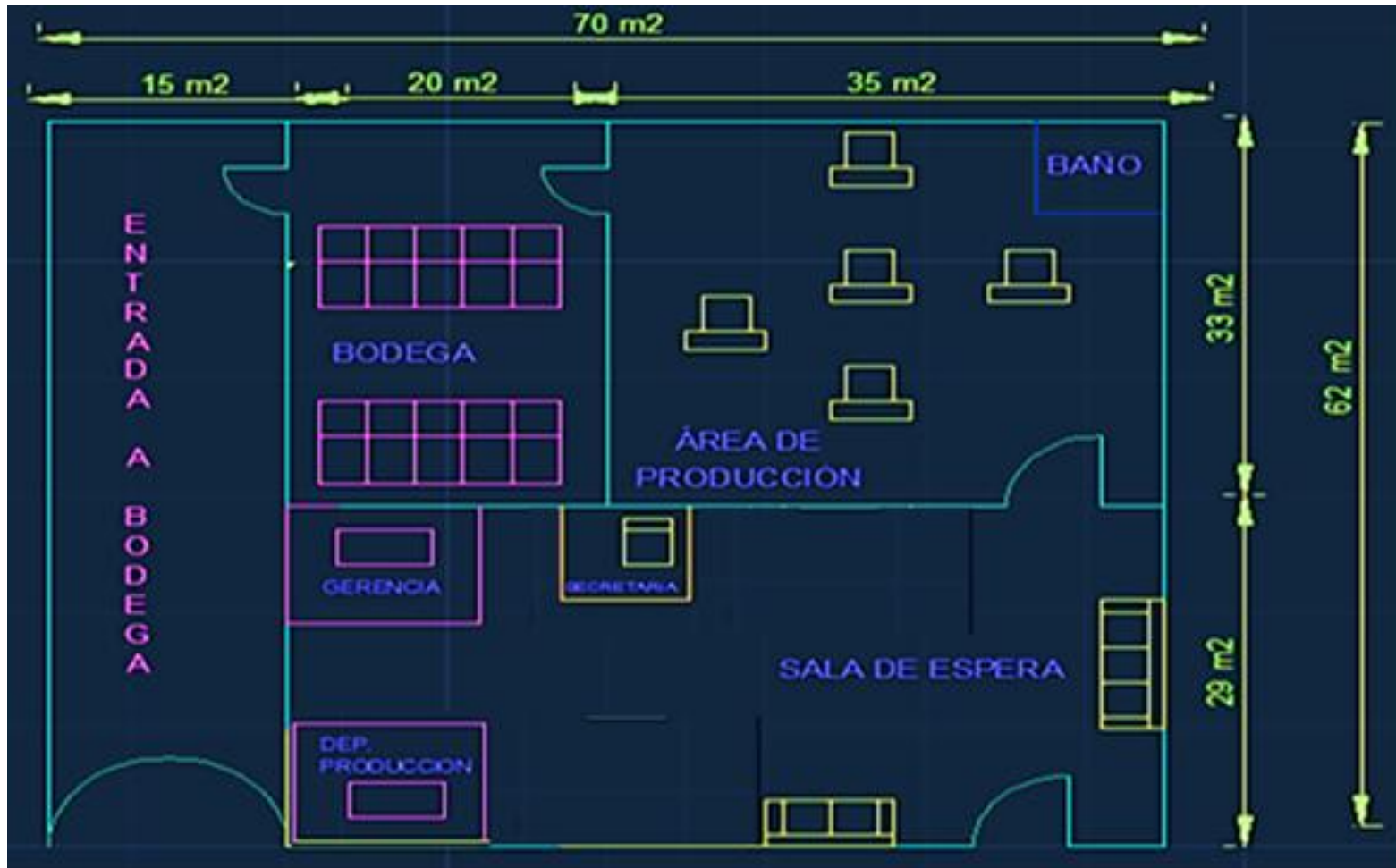


Figura 31. Distribución de la planta
 Elaborado por: Galo Rosero
 Fuente: AUTOCAD - Elaboración propia

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1. Aspectos generales

CHOCLOS PROCESADOS DAROMA es una empresa productora y comercializadora de choclos empacado al vacío, esta empresa nace con el fin de mejorar la comercialización de maíz, para ello se propone innovar el producto mediante un proceso adecuado de desgranado es decir cambiar la actividad artesanal por un proceso técnico para lo cual se deberá realizar ciertas adecuaciones e implantar instalaciones acorde a los requerimientos que exige las nuevas normativas para las PYMES que estará ubicado en sector de Salasaca.

Lo más importante es que el acceso a la materia prima es ilimitado debido a que en en la provincia de Tungurahua son productoras de maíz, son impulsados por instituciones del estado como el MAGAP y Consejo Provincial que mediante programas han motivado a que los agricultores lo hagan de una forma adecuado es por eso que en la actualidad el maíz es mejorado mediante semillas certificadas de calidad.

5.2. Diseño Organizacional

Niveles Jerárquicos

“Los niveles jerárquicos es el conjunto de órganos que están agrupados con el grado de autoridad a su vez con el de responsabilidad, teniendo en cuenta que la administración se encarga de delegar responsabilidades a fin de evitar la sobrecarga de funciones”. (Tapia & Gutiérrez , 2015)

Los niveles jerárquicos son conjunto de órganos que se están compuesto por diferentes niveles que cada uno de los niveles poseen características propias y específicas a la cual están sujetadas y en el caso de la empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA se usaran los más básicos, teniendo en cuenta que es una

empresa nueva y por ende una persona realizara las funciones que normalmente otra persona lo pudiere hacer, esto debido a los costos que se pretende evitar, mientras el producto se va incursionando en el mercado y por supuesto que a futuro se tiene planificado ampliar la organización, acorde a los requerimientos y exigencias necesarias que la situación lo amerite y se requiera el incremento del personal.

- **Nivel Directivo**

Conformado por el gerente administrativo (representante legal) y accionistas son encargados de legislar políticas, realizan reglamentos internos, resoluciones a fin de mejorar constantemente el desenvolvimiento del personal administrativo y operativo.

- **Nivel Ejecutivo**

El nivel ejecutivo es el representante legal de la empresa, es decir el responsable de todo lo que ocurre en la organización, entre sus funciones esta hacer cumplir las leyes, normas, políticas y procedimientos que ha sido asignado por el nivel directivo.

- **Nivel Asesor**

El nivel asesor no tiene autoridad en mando, sin embargo es necesario el asesoramiento en alguna área en los que el gerente crea conveniente pedir asesoramiento a fin de tomar las decisiones correctas y oportunas.

- **Nivel auxiliar o apoyo**

El nivel auxiliar o también conocido como el nivel de apoyo, consiste en apoyar a los otros niveles administrativos mediante la prestación de servicios como es el caso de la secretaria que es de gran apoyo al gerente general para cumplir con sus funciones de una manera responsable.

- **Nivel operativo**

El nivel operativo es el responsable directo de las actividades que lo realizan en la empresa, teniendo en cuenta que sin este nivel una organización no tendría productos para ofrecer a los clientes.

Tabla # 46
Niveles Jerárquicos

NIVEL	CARGO
Nivel directivo	Directorio
Nivel Ejecutivo	Gerente General
Nivel Auxiliar o de apoyo	Secretaria
Nivel Administrativo	Jefe Administrativo
	Jefe Comercial
	Jefe de Producción

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Misión

Producir y comercializar choclo empacado al vacío, procesado bajo normas sanitarias satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes a través de un sistema de productos eficientes y un servicio de calidad.

Visión

Para el año 2022 seremos la empresa pionera de Tungurahua en producción y comercialización de choclo empacado al vacío, mediante la innovación constante de nuestro producto.

Valores

- Honestidad
- Responsabilidad
- Respeto
- Profesionalismo
- Confianza

Matriz axiológica de valores

Tabla # 47

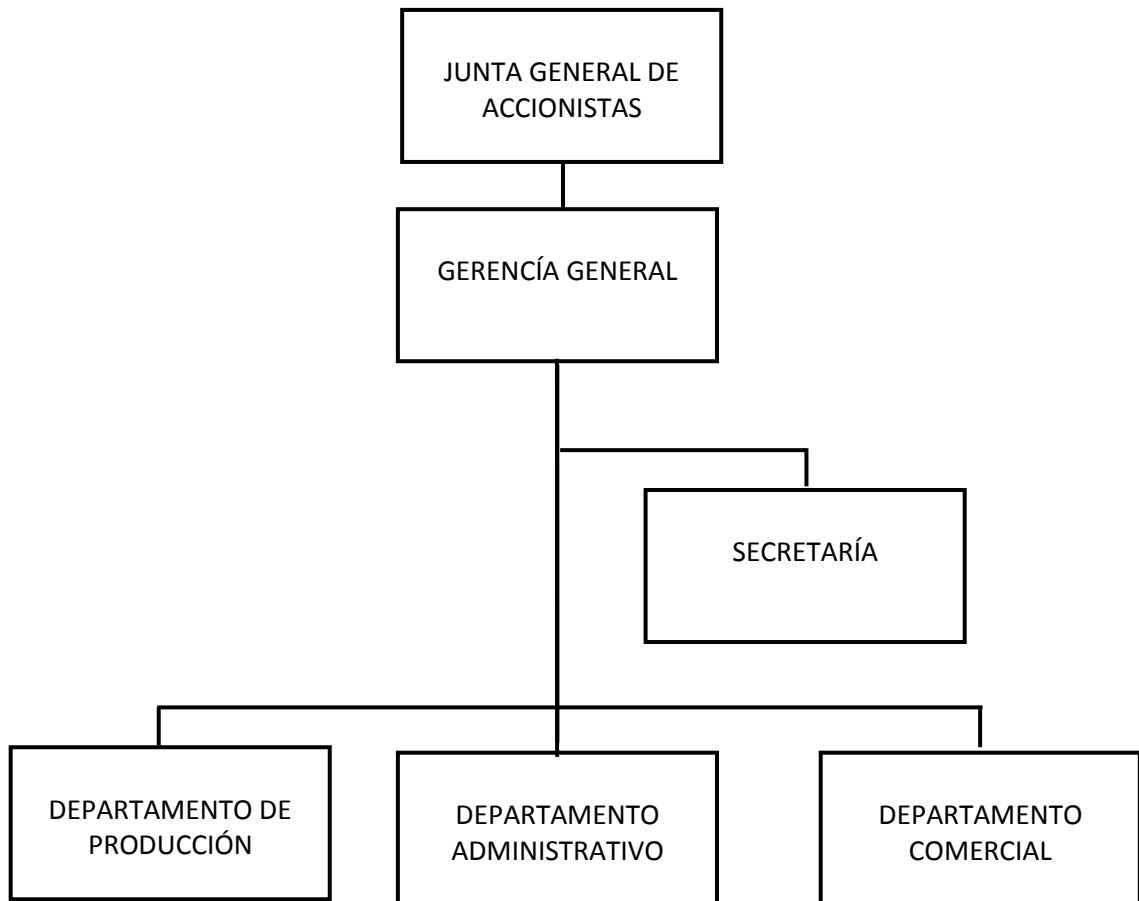
Matriz Axiológica de valores

Grupo	Administrativo	Operativos	Proveedores	Clientes
Honestidad	X	X	X	X
Responsabilidad	X	X	X	X
Respeto	X	X	X	X
Profesionalismo	X	X	X	X
Confianza	X	X	X	X

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

5.3. Estructura Organizativa

Organigrama Estructural CHOCLOS PROCESADOS DAROMA




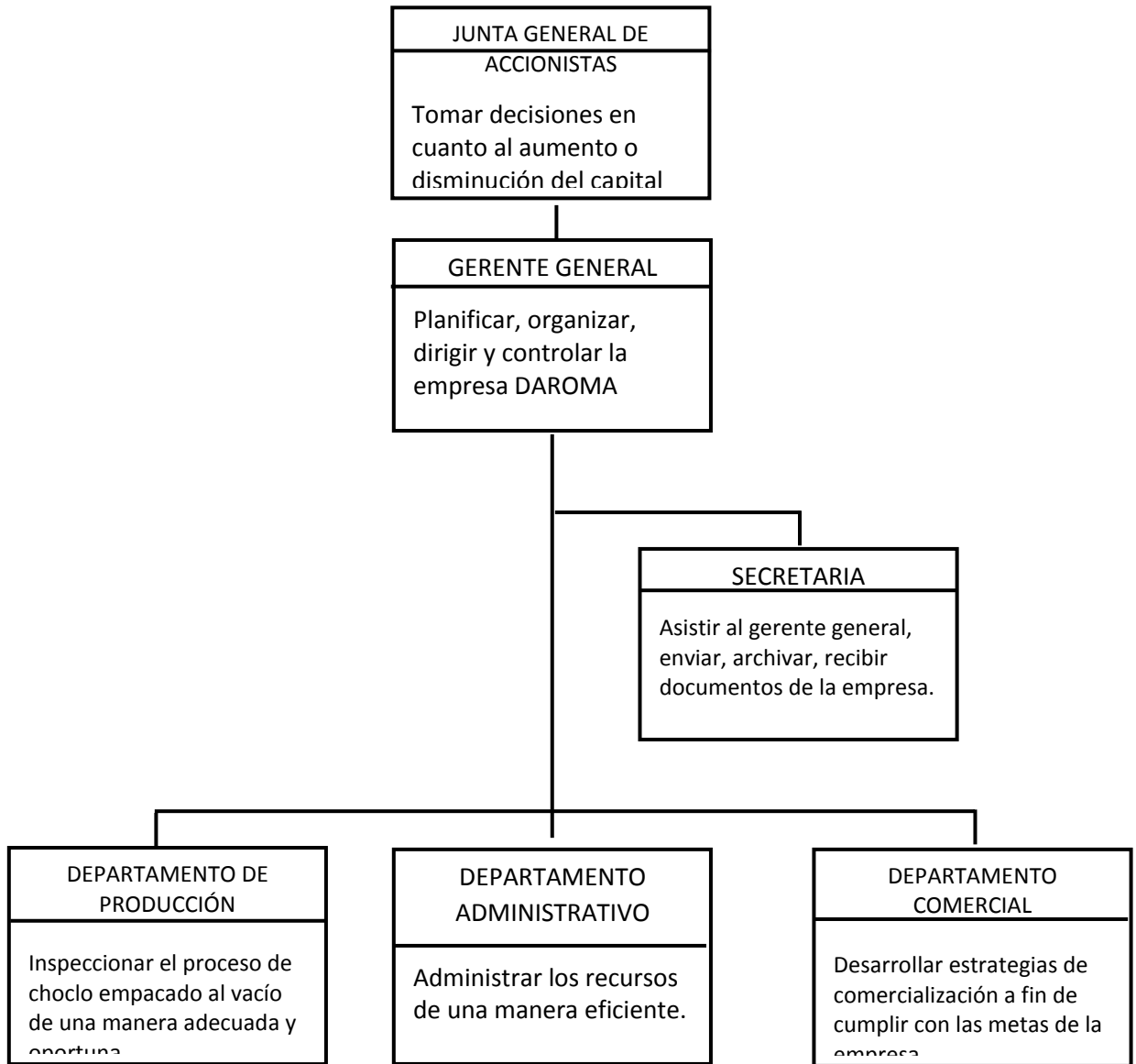
REFERENCIA	ELABORADO POR	APROBADO POR	FECHA
LÍNEA DE AUTORIDAD AUXILIAR NIVEL AUXILIAR - OPERATIVO 	Galo Daniel Rosero Martínez	Ing. Mg. Jorge Iván Carrillo Hernández	02/01/2018

Figura 32. Organigrama estructural
 Elaborado por: Galo Rosero
 Fuente: (Investigación Propia, formato Fincowsky)

5.4. Estructura Funcional

Organigrama funcional CHOCLOS PROCESADOS DAROMA



REFERENCIA	ELABORADO POR	APROBADO POR	FECHA
LÍNEA DE AUTORIDAD AUXILIAR ——— NIVEL ——— AUXILIAR - OPERATIVO □	Galo Daniel Rosero Martínez	Ing. Mg. Jorge Iván Carrillo Hernández	02/02/2018

Figura 33. Organigrama funcional

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: (Investigación Propia, formato Fincowsky)

5.5. Manual de funciones

	CHOCLOS PROCESADOS DAROMA		Fecha		02/02/2018		
			Pagina		1	De	6
	Manual de Funciones (General)		Sustituye a				
			Pagina		De		
			De fecha				
DESCRIPCIÓN DE PUESTOS							
IDENTIFICACIÓN							
Nombre del puesto:			Junta General de Accionistas				
Ubicación:			Nivel Directivo				
Clave:			J.G.				
Ámbito de operaciones:			Directivo				
RELACIÓN							
<p>Jefe Inmediato: Ninguno Subordinados Directos: Director Administrativo, Comercial y Jefe de Producción Dependencia Funcional: Junta General de Accionistas</p> <p>Propósito del Puesto: Invertir sus ahorros a fin de obtener ganancias por el dinero invertido.</p> <p>Funciones:</p> <p>Nombrar, remover o suspender de sus funciones al gerente general. Conocer los balances y estados financieros e informes del gerente general. Tomar resolución en cuanto al incremento o disminución del capital social de la empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA.</p> <p>Comunicación: Descendente</p> <p>Especificaciones: Conocimiento: Riesgos financieros Experiencia: Inversiones de mediano y largo plazo Personalidad: Emprendedor, Innovador, Analítico</p>							
Elaboró: Galo Rosero M.			Revisó: Ing. Jorge Iván Carrillo H.		Autorizó:		
						Clave: J.G	

Figura 34. Junta general de accionistas
Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación propia, (Fincowsky, 2014)

Manual de funciones Gerente General

 <p align="center">CHOCLOS PROCESADOS DAROMA</p> <hr/> <p align="center">Manual de Funciones</p>	Fecha	02/02/2018		
	Página	2	De	6
	Sustituye a			
	Página		De	
	De fecha			
DESCRIPCIÓN DE PUESTOS				
IDENTIFICACIÓN				
Nombre del puesto:		Gerente General		
Ubicación:		Nivel Ejecutivo		
Clave:		G.G		
Ámbito de operaciones:		Administrativo		
RELACIÓN				
<p>Jefe Inmediato: Junta General de Accionistas Subordinados Directos: Director Administrativo, Comercial y Jefe de Producción Dependencia Funcional: Gerencia General</p> <p>Propósito del Puesto: Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar los recursos de la empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA de una forma adecuada, eficaz y eficiente a fin de alcanzar los objetivos propuestos.</p> <p>Funciones:</p> <p>Supervisar, vigilar el cumplimiento de los objetivos Representar legalmente a la empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA Decidir y aprobar la contratación de personal para la empresa Comunicación: Descendente</p> <p>Especificaciones:</p> <p>Conocimiento: Administración de Empresas, Finanzas y Carreras Afines. Experiencia: Experiencia mínima de 2 años en Gerencia, Asesor Comercial Personalidad: Emprendedor, Crítico, Analítico</p>				
Elaboró: Galo Rosero M.		Revisó: Ing. Jorge Iván Carrillo H.		Autorizó:
				Clave: G.G

Figura 35. Gerente General
 Elaborado por: Galo Rosero
 Fuente: Investigación propia, (Fincowsky, 2014)

Manual de funciones Director Administrativo


 <p>CHOCLOS PROCESADOS DAROMA</p> <hr/> <p>Manual de Funciones</p>	Fecha	02/02/2018		
	Página	3	De	6
	Sustituye a			
	Página		De	
	De fecha			
DESCRIPCIÓN DE PUESTOS				
IDENTIFICACIÓN				
Nombre del puesto:		Jefe Administrativo		
Ubicación:		Nivel Administrativo		
Clave:		D.A		
Ámbito de operaciones:		Dirección Administrativa		
RELACIÓN				
Jefe Inmediato:		Gerente General		
Subordinados Directos:		Ninguna		
Dependencia Funcional:		Dirección Administrativa		
Propósito del Puesto: Gestionar todas las actividades financieras y operativas de la empresa, a fin de evitar sanciones por parte de las autoridades gubernamentales.				
Funciones:				
Realizar pagos al personal, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y beneficios adicionales.				
Presentar los Estados Financieros con sus respectivos anexos				
Capacitar al personal administrativo y operativo				
Coordinar las operaciones contables, transacciones adecuadas y oportunas que se realicen en la empresa				
Comunicación: Ascendente y Horizontal				
Especificaciones:				
Conocimiento: Contabilidad y Auditoría, Finanzas.				
Experiencia: Experiencia mínima de 2 años en cargos similares				
Personalidad: Gestor de Cambio, Analítico y Autoexigente				
Elaboró: Galo Rosero M.		Revisó: Ing. Jorge Iván Carrillo H.		Autorizó:
Clave: D.A				

Figura 36. Jefe Administrativo
Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación propia, (Fincowsky, 2014)

Manual de funciones Director Comercial


 <p>DAROMA Choclos procesados Ambato-Ecuador</p>	CHOCLOS PROCESADOS DAROMA			Fecha	02/02/2018		
				Pagina	4	De	6
	Manual de Funciones			Sustituye a			
				Pagina		De	
				De fecha			
DESCRIPCIÓN DE PUESTOS							
IDENTIFICACIÓN							
Nombre del puesto:		Jefe Comercial					
Ubicación:		Nivel Administrativo					
Clave:		D.C					
Ámbito de operaciones:		Dirección Comercial					
RELACIÓN							
Jefe Inmediato:		Gerente General					
Subordinados Directos:		Ninguna					
Dependencia Funcional:		Dirección Comercial					
Propósito del Puesto: Desarrollar estrategias innovadoras de comercialización a fin de incursionar nuestro producto en el mercado local, buscar oportunidades de crecimiento constante.							
Funciones:							
Determinar el potencial de compras de las diferentes categorías de clientes.							
Gestionar la cartera de clientes asignadas, diseñar estrategias							
Establecer relaciones con clientes potenciales, visitas constantes.							
Elaborar un modelo de ventas con el fin de alcanzar los objetivos propuestos por la empresa							
Controlar el cumplimiento de los objetivos y en caso de ser necesario modificar las estrategias acorde a los cambios o requerimientos del mercado.							
Comunicación: Ascendente y Horizontal							
Especificaciones:							
Conocimiento: Conocimientos en estrategias comerciales, Marketing y Gestión de Negocios, Atención al cliente, conocimientos básicos de contabilidad.							
Experiencia: Experiencia mínima de 2 años en cargos similares							
Personalidad: Proactivo, Adaptabilidad, Sociable, Emprendedor							
Elaboró: Galo Rosero M.		Revisó: Ing. Jorge Iván Carrillo H.			Autorizó:		
Clave: D.C							

Figura 37. Jefe Comercial

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación propia, (Fincowsky, 2014)

Manual de funciones Jefe Producción

	CHOCLOS PROCESADOS DAROMA			Fecha	02/02/2018		
	Manual de Funciones			Pagina	5	De	6
				Sustituye a			
				Pagina		De	
De fecha							
DESCRIPCIÓN DE PUESTOS							
IDENTIFICACIÓN							
Nombre del puesto:				Jefe de Producción			
Ubicación:				Nivel Administrativo			
Clave:				J.P.			
Ámbito de operaciones:				Operativo – Producción			
RELACIÓN							
Jefe Inmediato:				Gerente General			
Subordinados Directos:				Operarios			
Dependencia Funcional:				Departamento de Producción			
<p>Propósito del Puesto: Cumplir con la producción planificada en tiempo estipulado y con calidad de trabajo técnicamente calificada, mediante la eficiente administración del departamento a fin de cumplir con las expectativas de la empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA.</p> <p>Funciones: Mantener una comunicación efectiva acerca de los procedimientos necesarios a sus subordinados. Resolver las quejas y requerimientos de los operarios. Elaborar los informes respectivos y presentar al gerente general para el análisis respectivo. Abastecer de manera eficiente de materiales e insumos a fin de no paralizar la producción Controlar el cumplimiento de todos los procesos productivos, estándares de calidad.</p> <p>Comunicación: Ascendente y Descendente y Horizontal</p> <p>Especificaciones: Conocimiento: Conocimiento en productos fabricados, prácticas de BPM, control de calidad Experiencia: Experiencia mínima de 2 años en cargos similares Personalidad: Enfoque, Creatividad, Flexibilidad, destrezas en informática.</p>							
Elaboró: Galo Rosero M.		Revisó: Ing. Jorge Iván Carrillo H.			Autorizó:		
Clave: J.P							

Figura 38. Jefe de producción

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación propia, (Fincowsky, 2014)

Manual de funciones Secretaria


 <p>DAROMA Choclos procesados Ambato-Ecuador</p>	CHOCLOS PROCESADOS DAROMA			Fecha	02/02/2018			
				Pagina	6	De	6	
	Manual de Funciones			Sustituye a				
				Pagina		De		
				De fecha				
DESCRIPCIÓN DE PUESTOS								
IDENTIFICACIÓN								
Nombre del puesto:				Secretaria				
Ubicación:				Nivel Auxiliar o de Apoyo				
Clave:				S.				
Ámbito de operaciones:				Administrativo				
RELACIÓN								
Jefe Inmediato:				Gerente General				
Subordinados Directos:				Ninguno				
Dependencia Funcional:				Secretaría				
<p>Propósito del Puesto: Asistir al gerente, administrar la agenda del gerente general y la recepción y despacho de documentos relacionados directamente con la empresa.</p> <p>Funciones: Recibir, clasificar y archivar la documentación en general de la empresa. Atender a clientes con amabilidad y llevar una base de datos actualizados de los clientes. Facturación Apoyar en la coordinación con gerente y el equipo administrativo. Redactar los oficios correspondientes y realizar instrucciones que le sean organizadas por el gerente.</p> <p>Comunicación: Ascendente</p> <p>Especificaciones: Conocimiento: Secretariado, mecanografía, caligrafía, idiomas extranjeras, archivo y conocimientos de contabilidad. Experiencia: Experiencia profesional mínima demostrable de 2 años, labores de secretaria en empresas de producción, manufacturas. Personalidad: Agudeza visual, sentido de humor, pro-activa, concentración y amplitud de memoria.</p>								
Elaboró: Galo Rosero M.			Revisó: Ing. Jorge Iván Carrillo H.			Autorizó:		
Clave: S.								

Figura 39. Secretaria
 Elaborado por: Galo Rosero
 Fuente: Investigación propia, (Fincowsky, 2014)

CAPÍTULO VI
ESTUDIO FINANCIERO

6.1. Inversiones en activos fijos tangibles

Activos Fijos

“El activo fijo es aquel que no está destinado a ser comercializado, sino más bien son para utilizarlos dentro de las actividades de la empresa ya sean estos activos fijos o móviles, los activos fijos no están destinados a vender, mientras que los activos móviles si están destinados para venderse” (Panzavuota, 2014).

Tabla # 48.
Terreno

TERRENO			
DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
100 m2	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
	TOTAL	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Tabla # 49.
Edificio

EDIFICIO			
DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Construcción de la planta	1	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
	TOTAL	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Tabla # 50.
Adecuaciones

ADECUACIONES			
DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Adecuaciones de la planta	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
	TOTAL	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

Tabla # 51.
Maquinaria

MAQUINARIA			
DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Maquina peladora de choclo	6	\$ 15,00	\$ 90,00
Maquinaria Empacadora al vacío.	1	\$ 7500,00	\$ 7.500,00
TOTAL			\$ 7590,00

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Tabla # 52.
Equipos

EQUIPOS			
DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cocina de Inducción	1	\$120,00	\$120,00
Congeladora MI300	2	\$850,00	\$1.700,00
Balanza Digital	2	\$23,00	\$46,00
TOTAL			\$ 1866,00

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Tabla # 53.
Equipo de cómputo

EQUIPO DE CÓMPUTO			
DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Laptop Toshiba de 15.6 pulgadas	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Impresora Multifunción	1	\$ 250,00	\$ 250,00
TOTAL			\$ 1.150,00

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Tabla # 54.
Herramientas

HERRAMIENTAS			
DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Bandejas de acero inoxidable	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Cuchillos	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Baldes plásticas	4	\$ 3,00	\$ 12,00
Tina grande (tortuga)	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Canastillas plásticas (medianas)	4	\$ 4,00	\$ 16,00
Bandejas plásticas	4	\$ 2,00	\$ 8,00
TOTAL			\$ 134,00

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Tabla # 55.
Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mesa rectangular de metros de largo x 1 metro de alto cubierta de acero inoxidable	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Escritorio	2	\$ 260,00	\$ 520,00
Silla de oficina	2	\$ 49,00	\$ 98,00
TOTAL			\$ 858,00

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Tabla # 56.
Vehículo

VEHÍCULO		VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL		
Chevrolet	1	\$ 23.000,00	\$ 23.000,00
	TOTAL		\$ 23.000,00

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Tabla # 57.
Total activos fijos

ACTIVO FIJO	VALOR
TERRENO	\$ 10.000,00
EDIFICIO	\$ 20,000,00
ADECUACIONES	\$ 2.000,00
MAQUINARIA	\$ 7590,00
EQUIPOS	\$1866,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 858,00
VEHÍCULO	\$ 23.000,00
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 1.150,00
HERRAMIENTAS	\$ 134,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 66.598,00

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Análisis e interpretación

La inversión en activos tangibles que realizará la empresa “CHOCLOS PROCESADOS DAROMA” será en la construcción de la planta y adecuaciones con un monto de \$ 32.000,00, además en un vehículo adaptado para que su balde permanezca frío todo el tiempo para ello se invertirá \$ 23.000,00, seguido por maquinaria y equipos que necesitamos para cambiar de la actividad artesanal por un proceso técnico mediante la adquisición de las maquinarias antes mencionadas que tendrá un costo de \$ 7590,00, equipo de cómputo que tendrá un valor de \$ 1.150,00 que sin duda es vital para facilitar el trabajo, herramientas con \$ 134,00 y finalmente muebles enseres con un valor de \$ 858,00. La mayor inversión será destinada en la construcción de la planta y el vehículo.

6.2. Inversiones en activos diferidos intangibles

Activos diferidos

“Activos diferidos se encuentran clasificados como un activo, sin embargo son costos y gastos ya pagados pero que aún no son utilizados, además cabe recalcar que el fin no es afectar de alguna manera a la información financiera en los periodos que aún no se han sacado provecho de estos gastos” (Mendoza & Ortiz, 2016).

Tabla # 58.
Gastos de constitución

Concepto	Valor
Escritura Pública	\$ 600,00
RUC	\$ 10,00
Permisos de Funcionamiento	\$ 30,00
TOTAL	\$ 640,00

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Tabla # 59.
Gastos de publicidad

Concepto	Valor
Radio	\$ 600,00
Diseños de Páginas web	\$ 40,00
Total	\$ 640,00

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Tabla # 60.
Total activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	\$ 640,00
Publicidad	\$ 640,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.280,00

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Análisis e Interpretación

Los activos diferidos que tiene la empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA se destaca en la constitución de la empresa en la que designara un monto de \$

640,00, así como también en publicidad con un monto de \$ 640,00. La inversión en publicidad y promoción es considerada básico debido a que se espera ser parte de la cadena de promoción y publicidad del Gobierno Provincial de Tungurahua.

6.3. Inversiones en Activos circulantes o capital de trabajo

Activos Corriente o Circulante

“El activo circulante o también conocido como activo corriente es el activo líquido o que es convertible en dinero en corto plazo es decir inferior a un año, además este activo está en operación de modo continuo y puede transformarse, utilizarse, convertirse en efectivo”(Romero , Bejarano , & García , 2015).

- Caja-Bancos

CHOCLOS PROCESADOS DAROMA tendrá un valor de \$ 2.500,00 en liquidez dicha cuenta permitirá solventar algunos pagos que sean de importancia para la empresa.

- Inventarios

CHOCLOS PROCESADOS DAROMA utilizara el modelo del Lote Económico, este modelo se basa en los costos más el inventario que cuenta, además otras variables como el transporte, costo de compra de materia prima que en nuestro caso el choclo.

$\text{Inventario} = \frac{\text{Lote Económico} *}{\text{Precio}}$

$$\text{Inventario} = 1374,77 * 4$$

$$\text{Inventario} = \$ 5499,08$$

$$\text{Lote Económico} = \sqrt{\frac{2 * F * U}{C * P}}$$

Dónde:

LE = Cantidad Óptima que se requiere de materia prima

2 = Constante

F = Costo de colocar y recibir una orden de compra

U = Consumo anual de unidades de materia prima

C = Tasa pasiva referencial 4,98% Banco Central del Ecuador 2017,

P = Precio unitario de compra

$$LoteEconómico = \sqrt{\frac{2 * 15 * 12600}{0.05 * 4}}$$

$$LoteEconómico = \sqrt{\frac{378000}{0.20}}$$

$$LoteEconómico = \sqrt{1.890.000,00}$$

$$LoteEconómico = 1374,77 \text{ cantidad óptima que se requiere de materia prima}$$

- Cuentas por cobrar

$$\text{Cuentas por cobrar} = \frac{\text{ventas anuales}}{360} * \text{período promedio de recuperación}$$

$$\text{Cuentas por cobrar} = \frac{112690,2}{360} * (30)$$

$$\text{Cuentas por cobrar} = \$ 9569,77$$

El periodo promedio de recuperación se obtiene a través del número de días que la EMPRESA CHOCLOS PROCESADOS DAROMA otorgara el crédito a 15,30 y 45 días.

PPR= (15+30+45) / 3 = 30 días, cabe recalcar que el plazo estipulado es política de cada empresa, en este caso la empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA tiene un plazo de recuperación de 30 días.

Total Activo Circulante

Tabla # 61.

Total activo corriente

ACTIVO CIRCULANTE	
CAJA BANCOS	\$ 2.500,00
INVENTARIOS	\$ 5.499,08
CUENTAS POR COBRAR	\$ 9.569,77
TOTAL	\$ 17568,85

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

Análisis e Interpretación

Los activos circulantes de la empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA dispone de las siguientes cuentas que se detalla a continuación: Caja-Bancos con un valor de \$ 2500,00 en efectivo que cuenta la empresa a fin de afrontar necesidades imprevistas, en inventario una suma de \$ 5499,08 cabe recalcar que no está almacenado en la empresa más bien está separada mediante el pago anticipado a los proveedores a fin de que el maíz estén en óptimas condiciones para el procesamiento, en cuanto a cuentas por cobrar con un valor de \$ 9569,77 este valor corresponde a la recuperar a terceras personas. Lo que significa que la cuenta por cobrar es la cuenta con alto valor, que será recuperado en un plazo de 30 días.

Pasivo Circulante

$$\textit{Tasa Circulante} = \frac{\textit{Activo Corriente}}{\textit{Pasivo Corriente}}$$

$$2.5 = \frac{17568,85}{\textit{Pasivo Corriente}}$$

$$\textit{Pasivo Corriente} = \frac{17568,85}{2.5}$$

$$\textit{Pasivo Corriente} = \$ 7027,54$$

Teniendo en cuenta que la tasa circulante que es de (2,5) es considerado como un valor referencial en el mercado bancario que en este caso por Banco Central que brinda información por las instituciones financieras.

Análisis e Interpretación

El pasivo corriente de la empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA es de \$ 7027,54, este valor se obtiene dividiendo el activo corriente que en este es \$ 17670,12 para la tasa circulante (2.5), y es así como se obtiene el pasivo corriente que es \$ 7027,54.

Capital de Trabajo

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Total Activo Circulante} - \text{Total Pasivo Circulante}$$

$$\text{Capital de trabajo} = \$ 17568,85 - \$ 7027,54$$

$$\text{Capital de trabajo} = \$ 10541,31$$

Análisis e Interpretación

La empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA cuenta con el capital de trabajo de \$ 10541,31, lo cual permitirá operar las actividades de una manera adecuada, además se tiene en cuenta que los valores antes mencionados se consideran a corto plazo lo que implica que serán variables en el transcurso del tiempo.

6.4. Resumen de las Inversiones

$$\text{Inversión Inicial} = \text{Activo Fijo} + \text{Activos Diferidos} + \text{Capital de trabajo}$$

$$\text{Inversión Inicial} = \$ 66.598,00 + \$ 1280,00 + 10541,31$$

$$\text{Inversión Inicial} = \$ \mathbf{78.419,31}$$

La empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA necesitara una inversión inicial de \$ **78419,31** dicha cantidad se encuentra distribuida entre los activos fijos, diferidos y capital de trabajo, esto es necesario para llevar a cabo la operación con normalidad.

6.5. Financiamiento

El financiamiento para la empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA será determinada mediante el capital propio, el saldo faltante será adquirido mediante las instituciones financieras, teniendo en cuenta el monto, plazo, interés y los requisitos que dicha institución lo soliciten, cabe recalcar que esta empresa no financiara bajo ningún acuerdo con las terceras personas, debido al riesgo que tendría la empresa en caso de incumplimiento de pagos.

Tabla # 62.
Financiamiento

PROYECTO CON FINANCIAMIENTO	MONTO	% DE APORTACIÓN
CAPITAL PROPIO	\$ 38.419,31	48,99
INSTITUCIÓN FINANCIERA	\$ 40.000,00	51,01
TOTAL	\$ 78.419,31	100,00

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

La empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA, cuenta con \$ 38.419,31 con capital propio, que equivale al 48,99%, y para cubrir el saldo faltante para el proyecto de emprendimiento se procede a solicitar a una institución financiera por el monto de \$ 40.000,00 equivalente al 11,21%, es así como se cubre con el financiamiento que este proyecto requiere.

Tabla # 63.
Proformas de las instituciones financieras

INSTITUCIONES FINANCIERAS	MONTO	TASA DE INTERÉS ACTIVA	MESES PLAZO	GARANTE	ENTRADA
BanEcuador	\$ 40000	11,26%	48	2 Garantes	\$ 0,00
CCCA	\$ 40000	9,82%	48	1 Garantes	\$ 0,00
CFN	\$ 40000	8,12%	48	0 Garantes	\$ 0,00
Banco Pacifico	\$ 40000	11,23%	48	1 Garante	\$ 0,00

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Una vez realizada el análisis minucioso de cada institución financiera se opta por financiar a través de BanEcuador debido a que la tasa de interés es de 11,26% siendo un de las instituciones financieras con eficiencia y ayuda oportunamente en cuanto al financiamiento se refiere.

6.6. Plan de Inversiones

Teniendo en cuenta la inversión que la empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA necesita realizar y el financiamiento que se requiere, para ello se toma como referencia a BanEcuador, a continuación se detalla el plan de inversión:

Tabla # 64.
Plan de inversiones

INVERSIÓN	VALOR (USD)	VALOR (%)
ACTIVO FIJO	\$ 66.598,00	84,93
ACTIVO DIFERIDO	\$ 1.280,00	1,63
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 10.541,31	13,44
TOTAL INVERSIÓN	\$ 78.419,31	100%
FINANCIAMIENTO RECURSOS PROPIOS	\$ 38.419,31	48,99
FINANCIAMIENTO INSTITUCIONES FINANCIERAS	\$ 40.000	51,01
TOTAL FINANCIAMIENTO	\$ 78.419,31	100%

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

La empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA, presenta una inversión de 84,93% en activos fijos, 1,63% en activos diferidos y 13,44% en capital de trabajo, serán financiados con 48,99% de recursos propios y el 51,01% financiada por una institución financiera.

6.7. Presupuesto de Costo e Ingresos

Costos de Producción

“Los costos de producción se refiere a los gastos que incurre en la empresa relacionados con la actividad específicamente productiva tales como: mano de obra directa, materiales directos, gastos de terceros que se facturan directamente a los clientes” (Gonzáles Ruiz & Hernández , 2014).

Tabla # 65.
Materia prima

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD DE CONSUMO ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Choclos	3000	q	\$6	\$18000

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Tabla # 66.
Insumos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD DE CONSUMO ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Guantes	8	Pares	\$1,20	\$ 9,60
Mandiles	4	Unidades	\$ 2,50	\$ 6,50
Botas de caucho	4	Pares	\$ 5,50	\$ 22,00
Mascarillas Lavables	4	Unidades	\$ 2,20	\$ 8,80
Envase de cloro	5	Galones	\$ 2,80	\$ 14,00
Fundas de basura (Paq.10)	2	Unidades	\$ 1,00	\$ 2,00
			TOTAL	\$ 62,90

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

- ❖ Envase de cloro es específicamente para desinfectar los recipientes, considerando que es un producto delicado en cuanto a la conservación en frío.

Tabla # 67.
Materiales Indirectos

Descripción	Cantidad de consumo anual	Unidad de medida	Precio unitario	Precio total
Bolsas plásticas transparente Polietilenos (paq. 100 u.30x36cm.)	53662	Unidades	\$ 0,12	\$ 6439,44
Etiquetas	53662	Unidades	\$ 0.02	\$ 1073,24
Cloro granulado Hth Americano Tacho de 45 Kilos	1	Unidades	\$ 235,00	\$ 235,00
			TOTAL	\$ 7747,68

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

- ❖ Cloro granulado es para desinfectar bolsas plásticas previo a la introducción del producto en la misma, a fin de evitar el ingreso de micro elementos además es una de las obligaciones que tienen que cumplir con las instituciones de control sanitario.

Tabla # 68.
Cargo Depreciación y Amortización

CARGO DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN		
DEPRECIACIÓN		
DETALLE	VALOR	VALOR DEPRECIADO
EDIFICIO	\$ 20.000,00	\$ 4.000,00
ADECUACIONES	\$ 2.000,00	\$ 400,00
MAQUINARIA	\$ 7590,00	\$ 1518,00
EQUIPOS	\$ 1866,00	\$ 373,20
MUEBLES Y ENSERES	\$ 858,00	\$ 171,60
VEHÍCULO	\$ 23.000,00	\$ 4.600,00
HERRAMIENTAS	\$ 134,00	\$ 26,80
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 1.150,00	\$ 230,00
TOTAL DEPRECIACIÓN	\$ 56598,00	\$ 11.319,60
		AMORTIZACIÓN
Gastos de Constitución	\$ 640,00	\$ 128,00
Publicidad	\$ 640,00	\$ 128,00
TOTAL AMORTIZACIÓN	\$ 1.280,00	\$ 256,00
	TOTAL	\$ 11575,60

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Para el cálculo de la depreciación y amortización se realiza a través del método más conocido que es el de la línea recta, se toma el valor del bien y se divide para la duración, funcionamiento de la misma, que para nuestro proyecto es de 5 años, finalmente se divide el valor del bien dividido para 5 y el resultado de esto sería la depreciación, lo mismo sucede con la amortización.

Mantenimiento de maquinaria y equipo

El porcentaje para el mantenimiento es de 5%, por lo que se procede a sacar el respectivo porcentaje.

Tabla # 69.
Mantenimiento de maquinaria y equipo

MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO			
DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Maquina peladora de choclo	1 (anual)	\$ 9,50	\$ 9,50
Maquina empacado al vacio	1 (anual)	\$ 375,00	\$ 375,00
Cocina de inducción	1 (anual)	\$ 6,00	\$ 6,00
Congelador Indurama modelo MI 300	1 (Anual)	\$ 42,20	\$ 42,20
Balanza Digital electrónica	1 (anual)	\$ 1,50	\$ 1,50
	TOTAL	\$ 80,00	\$ 434,20

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

El mantenimiento de la maquinaria y el equipo se lo realizara semestral y anual acorde a las exigencias de cada una de ellas lo requieran, tomando en cuenta que las maquinarias y equipos son nuevas, la tendencia a dañarse es mínima, sin embargo se lo realizara anualmente a fin de evitar contratiempos en las máquinas y por supuesto el objetivo principal es mantener el proceso productivo de una manera adecuada y estable.

Tabla # 70.
Mano de obra directa e indirecta

MANO DE OBRA DIRECTA			
DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
	MANO DE OBRA DIRECTA		
OPERARIOS	2	380	\$ 9120,00
	MANO DE OBRA INDIRECTA		
Ing. Alimentos (Medio tiempo)	1	\$ 300	\$ 3600,00
	TOTAL		\$ 12720,00

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Tomando como referencia la estructura ocupacional de incremento para la remuneración mínima sectorial y tarifas de la comisión sectorial, define que la persona encargada de faenar tienen un sueldo estipulado como salario mínimo de \$380, mediante el código del IESS: 0504151100244, detalle del puesto denominado preparación y conservación de carne. Por otro lado el encargado de supervisar Alimentos tiene un sueldo mínimo de medio tiempo de \$300 de acuerdo al código del IESS: 0504154910005, el puesto denominado: Supervisor técnico en control de calidad de alimentos.

Tabla # 71.
Total costo de producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN	
MATERIA PRIMA	\$ 18000,00
MATERIALES INDIRECTOS	\$ 66,40
INSUMOS	\$ 7747,68
CARGOS AMORTIZACIÓN Y DEPRECIACIÓN	\$ 11575,60
MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 434,20
MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA	\$ 12720,00
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 50543,88

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Costos Administrativos

“Los costos administrativos son recursos que son importantes para las operaciones, manejos dentro de una organización, es decir son los costos que la empresa necesita para ejecutar todo lo referente a tramitología, en su mayoría son manejados por los gerentes” (Jacobsen & Ramírez Padilla , 2014).

Tabla # 72.
Servicios Básicos

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Luz	1000 wl	\$ 16,00	\$ 192,00
Agua Potable	700 m3	\$ 12,00	\$ 144,00
Teléfono /celular	100 minutos	\$ 11,00	\$ 121,00
TOTAL			\$ 457,00

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Tabla 73.
Sueldos y Salarios

SUELDOS Y SALARIOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Gerente	1	\$ 380,00	\$ 4560,00
Jefe Administrativo	1	\$ 380,00	\$ 4560,00
Jefe Comercial	1	\$380,00	\$ 4560,00
Secretaria	1	\$ 200,00	\$ 2400,00
TOTAL			\$ 10163,00

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Referencia: Art. 82 Código del trabajo que dice lo siguiente: se pagara aplicando la proporcionalidad en relación a la remuneración que corresponde a la jornada completa, tomando la referencia el salario básico unificado. Tal es el caso del Jefe de producción es un Ing. Alimentos que va laborar a medio tiempo como mano de obra directa por ende ese costo no consta en costos administrativos, considerando que es una empresa es factible suprimir algunos departamentos tal es el caso del gerente además de sus funciones tendrá el rol del jefe administrativo

Tabla # 74.
Suministro de oficina

SUMINISTRO DE OFICINA			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Unitario
Resmas de papel bond formato a4	1	\$ 5,50	\$ 5,50
Esferos	2	\$ 0,30	\$ 0,60
Sello de la empresa	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Archivadores	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Grapadora	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Perforadora	1	\$ 2,90	\$ 2,90
TOTAL			\$ 34,50

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Tabla # 75.
Total costos administrativos

TOTAL COSTOS ADMINISTRATIVOS	
Servicios Básicos	\$ 457,00
Sueldos y Salarios	\$ 10163,00
Suministros de Oficina	\$ 34,50
TOTAL	\$ 10774,50

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Costos de Venta

“El costo de venta es el costo que incurre específicamente en la comercialización de un bien, o en una prestación de servicio, para determinar el costo se procede a restar al valor de la venta, al valor que se invirtió en el producto, se tienden a ser complejas de acuerdo al volumen, cantidades grandes de venta”(Pérez , Rantasila, & Sela, 2014).

Tabla # 76.
Sueldos y salarios (Costo venta)

SUELDOS Y SALARIOS			
Descripción	Consumo Anual	Precio Unitario	Precio Total
Vendedor	1	\$ 380,00	\$ 4560,00
Total			\$ 4560,00

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Tabla # 77.
Flete o transporte

TRANSPORTE			
Descripción	Consumo Anual	Valor unitario	Precio Total
Transporte de producto	12	\$ 40,00	\$ 480,00
Flete y Estibaje	24 (2 pedidos mensuales)	\$ 15,00	\$ 360,00
	Total		\$ 840,00

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

Tabla # 78.
Total costo de venta

Costo de venta	
Sueldos y Salarios	\$ 4560,00
Transporte	\$ 840,00
Total costos de venta	\$ 5400,00

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

▪ Costos Financieros

“Los costos financieros son los pagos, retribuciones que deben realizar como efecto de la adquisición de fondos financieros a fin de mantener en el tiempo, los activos que permitan el funcionamiento adecuado de la empresa, dichos activos requieren financiamiento y por ende la realización de crédito, se procederá a cubrir en un periodo de tiempo” (Passananti & Gerber, 2015).

Tabla # 79.
Interés bancario

PRÉSTAMO BANCARIO	
Intereses por préstamo tasa activa referencial del 11,23%	\$ 4122,26
TOTAL	\$ 4122,26

Elaborado por: Galo Rosero
Tabla de Amortización

Fuente: (Banco del Austro)

Tabla # 80.
Resumen de presupuestos de costos

COSTOS DE PRODUCCIÓN		TOTALES
Materia Prima	\$ 18.000,00	
Materiales Indirectos	\$ 66,40	
Insumos	\$ 7.747,68	
Cargos Depreciación y Amortización	\$ 11.575,60	
Mantenimiento de Maquinaria y Equipos	\$ 434,20	
Mano de Obra Directa e Indirecta	\$ 12.720	
TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCIÓN		\$ 50.543,88
COSTOS ADMINISTRATIVOS		
Servicios Básicos	\$ 1.380,00	
Sueldos y Salarios	\$ 9.360,00	
Suministro de Oficina	\$ 34,50	
TOTAL COSTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 10.774,50
COSTOS DE VENTA		
Sueldos y Salarios	\$ 4.560,00	
Transporte	\$ 840,00	
TOTAL DE COSTOS DE VENTA		\$ 5.400,00
COSTOS FINANCIEROS		
Interés Préstamo Bancario	\$ 4.122,26	
TOTAL COSTO FINANCIERO		\$ 4.122,26
<u>TOTAL COSTO DEL PROYECTO</u>		\$ 70.840,64

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

6.8. Situación financiera actual

“El balance general es el estado financiero de una empresa en un periodo determinado, tiene la finalidad de revisar la situación financiera, está compuesta por los activos, pasivos y el patrimonio” (Solís, 2016).

“El balance general es la fotografía lo que refleja la empresa en términos financieros, es decir lo que dispone la empresa hasta una fecha específica, este documento sirve para poder tomar decisiones adecuadas en el beneficio de la organización” (Urquiso Torres & Bocco Verdinelli, 2016).

EMPRESA CHOCLOS PROCESADOS DAROMA

Tabla # 81.
Balance General

ACTIVO		PASIVO	
Caja-Bancos	\$ 2.500,00	Pasivo Corriente	<u>\$ 7027,54</u>
Cuentas por Cobrar	\$ 9.569,77	TOTAL PASIVO	
Inventario	\$ 5.499,08	CORRIENTE	\$ 7.027,54
TOTAL ACTIVO		Largo Plazo	
CORRIENTE	<u>\$ 17.568,85</u>	Préstamo Bancario	\$ 40.000,00
Tangibles		TOTAL PASIVO LP	\$ 40.000,00
Terreno	\$ 10.000,00	TOTAL PASIVO	\$ 47.027,54
Edificio	\$ 20.000,00		
Adecuaciones	\$ 2.000,00		
Maquinaria y Equipo	\$ 9.456,00		
Equipo de Computo	\$ 1.150,00		
Herramientas	\$ 134,00		
Muebles y Enseres	\$ 858,00		
Vehículo	\$ 23.000,00		
(-) Depreciación Acumulada			
Neta	\$ 11.319,60		
TOTAL TANGIBLES	<u>\$ 55.278,40</u>		
Intangible			
Gastos de Constitución	\$ 640,00		
Publicidad y Propaganda	\$ 640,00		
(-) Amortización Acumulada			
neta	\$ 256,00	Capital	\$ 26.843,71
TOTAL INTANGIBLES	<u>\$ 1.024,00</u>	TOTAL PATRIMONIO	\$ 26.843,71
TOTAL ACTIVO	<u>\$ 73.871,25</u>	TOTAL PASIVO +	
		PATRIMONIO	<u>\$ 73.871,25</u>

Gerente General

Galo Rosero

Jefe Administrativo

Ing. Luis Rosero

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

6.9. Situación financiera proyectada

Para realizar la proyección de los valores en estado de situación inicial o conocido también balance general se realizara en base a la tasa de inflación del 1,12% (2016), según lo estipulado por el BCE del año 1(2019) al año 5 que es (2023).

Tabla # 82.
Balance general proyectado

	2019	2020	2021	2022	2023
ACTIVO					
Circulante	\$ 17.568,85	\$ 17.765,62	\$ 17.964,59	\$ 18.165,80	\$ 18.369,26
Caja-Bancos	\$ 2.500,00	\$ 2.528,00	\$ 2.556,31	\$ 2.584,94	\$ 2.613,90
Cuentas por Cobrar	\$ 9.569,77	\$ 9.676,95	\$ 9.785,33	\$ 9.894,93	\$ 10.005,75
Inventario	<u>\$ 5.499,08</u>	<u>\$ 5.560,67</u>	<u>\$ 5.622,95</u>	<u>\$ 5.685,93</u>	<u>\$ 5.749,61</u>
Tangibles	55.278,40	\$ 56.024,30	\$ 56.778,55	\$ 57.541,24	\$ 58.312,49
Terreno	\$ 10.000,00	\$ 10.112,00	\$ 10.225,25	\$ 10.339,78	\$ 10.455,58
Edificio	\$ 20.000,00	\$ 20.224,00	\$ 20.450,51	\$ 20.679,55	\$ 20.911,17
Adecuaciones	\$ 2.000,00	\$ 2.022,40	\$ 2.045,05	\$ 2.067,96	\$ 2.091,12
Maquinaria y Equipo	\$ 9.456,00	\$ 9.561,91	\$ 9.669,00	\$ 9.777,29	\$ 9.886,80
Equipo de Computo	\$ 1.150,00	\$ 1.162,88	\$ 1.175,90	\$ 1.189,07	\$ 1.202,39
Herramientas	\$ 134,00	\$ 135,50	\$ 137,02	\$ 138,55	\$ 140,10
Muebles y Enseres	\$ 858,00	\$ 867,61	\$ 877,33	\$ 887,15	\$ 897,09
Vehículo	\$ 23.000,00	\$ 23.257,60	\$ 23.518,09	\$ 23.781,49	\$ 24.047,84
(-) Depreciación Acumulada neta	<u>\$ 11.319,60</u>	<u>\$ 11.319,60</u>	<u>\$ 11.319,60</u>	<u>\$ 11.319,60</u>	<u>\$ 11.319,60</u>
Intangible	\$ 1.024,00	\$ 1.038,34	\$ 1.052,84	\$ 1.067,50	\$ 1.082,32
Gastos de Constitución	\$ 640,00	\$ 647,17	\$ 654,42	\$ 661,75	\$ 669,16
Publicidad y Propaganda	\$ 640,00	\$ 647,17	\$ 654,42	\$ 661,75	\$ 669,16
(-) Amortización Acumulada neta	\$ 256,00	\$ 256,00	\$ 256,00	\$ 256,00	\$ 256,00
TOTAL ACTIVO	\$ 73.871,25	\$ 74.828,26	\$ 75.795,98	\$ 76.774,54	\$ 77.764,07
PASIVO					
Circulante	\$ 7.027,54	\$ 7.106,25	\$ 7.185,84	\$ 7.266,32	\$ 7.347,70
Pasivo Circulante	\$ 7.027,54	\$ 7.106,25	\$ 7.185,84	\$ 7.266,32	\$ 7.347,70
Largo plazo	\$ 40.000,00	\$ 30.000,00	\$ 20.000,00	\$ 10.000,00	0
Préstamo bancario	\$ 40.000,00	\$ 30.000,00	\$ 20.000,00	\$ 10.000,00	0
TOTAL PASIVO	\$ 47.027,54	\$ 37.106,25	\$ 27.185,84	\$ 17.266,32	\$ 7.347,70
PATRIMONIO					
Capital	\$ 26.843,71	\$ 37.722,01	\$ 48.610,14	\$ 59.508,22	\$ 70.416,37
TOTAL PATRIMONIO	\$ 26.843,71	\$ 37.722,01	\$ 48.610,14	\$ 59.508,22	\$ 70.416,37
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 73.871,25	\$ 74.828,26	\$ 75.795,98	\$ 76.774,54	\$ 77.764,07

6.10. Presupuesto de ingresos

Tabla # 83.
Presupuesto de ingresos

Años	DPI Real	Precio	Ingresos Mensuales	Ingresos Anuales
2018	53662	\$ 2	\$ 9.390,81	\$ 112.689,74
2019	54499	\$ 2,12	\$ 9.628,14	\$ 115.537,66
2020	55349	\$ 2,15	\$ 9.916,71	\$ 119.000,52
2021	56213	\$ 2,17	\$ 10.165,10	\$ 121.981,16
2022	57089	\$ 2,20	\$ 10.466,40	\$ 125.596,77
2023	57980	\$ 2,22	\$ 10.726,31	\$ 128.715,70

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

El presupuesto de ingresos de la empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA para el año (1) será de \$112.689,74 y para el año (5) será de \$128.715,70 Para obtener el ingreso anual se calcula mediante la cantidad obtenida en el DPI Real, posteriormente multiplicar por el precio, el precio estipulado se encuentra en el análisis de precios y es así como se obtiene el ingreso anual. Cabe recalcar que el precio al pasar el tiempo puede ser flexible debido a los factores macroeconómicos y microeconómicos que ocurrirán en el país, por ende se deberá preparar para poder competir en el mercado local.

6.11. Estado de resultados proyectadas

EMPRESA CHOCLOS PROCESADOS DAROMA ESTADO DE RESULTADO

Tabla # 84.
Estado de resultados proyectados

	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos	\$ 115.537,66	\$ 119.000,52	\$ 121.981,16	\$ 125.596,77	\$ 128.715,70
(-) Costos de Producción	\$ 50.543,88	\$ 51.109,97	\$ 51.682,40	\$ 52.261,25	\$ 52.846,57
(=) Utilidad Bruta	\$ 64.993,78	\$ 67.890,55	\$ 70.298,76	\$ 73.335,52	\$ 75.869,13
(-) Costos Administrativos	\$ 10.774,50	\$ 10.895,17	\$ 11.017,20	\$ 11.140,59	\$ 11.265,37
(-) Costos Financieros	\$ 4.122,26	\$ 3.111,52	\$ 2.024,88	\$ 713,70	\$ 0,00
(-) Costos de Venta	\$ 5.400,00	\$ 5.460,48	\$ 5.521,64	\$ 5.583,48	\$ 5.646,01
(=) Utilidad					
Antes de Impuestos	\$ 44.697,02	\$ 48.423,37	\$ 51.735,04	\$ 55.897,75	\$ 58.957,75
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$ 11.174,26	\$ 12.105,84	\$ 12.933,76	\$ 13.974,44	\$ 14.739,44
(=) Utilidad después de Impuestos	\$ 33.522,77	\$ 36.317,53	\$ 38.801,28	\$ 41.923,31	\$ 44.218,31
(-) Reparto Utilidades					
Trabajadores 15%	\$ 5.028,41	\$ 5.447,63	\$ 5.820,19	\$ 6.288,50	\$ 6.632,75
(=) Utilidad Neta	\$ 28.494,35	\$ 30.869,90	\$ 32.981,09	\$ 35.634,82	\$ 37.585,56
(+) Cargos Depreciación y Amortización	\$ 11.575,60	\$ 11.575,60	\$ 11.575,60	\$ 11.575,60	\$ 11.575,60
(-) Pago Principales	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 0,00
(=) Flujo Neto de Efectivo	\$ 30.069,95	\$ 32.445,50	\$ 34.556,69	\$ 37.210,42	\$ 49.161,16

Gerente General

Galo Rosero

Jefe Administrativo

Ing. Luis Rosero

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

6.12. Flujo de caja

Tabla # 85.

Flujo de caja proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO (0)	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 78.419,31	\$ 115.537,66	\$ 119.000,52	\$ 121.981,16	\$ 125.596,77	\$ 128.715,70
(+) Recursos Propios	\$ 38.419,31					
(+) Recurso Ajenos	\$ 40.000,00					
(+) Ingresos por ventas		\$ 115.537,66	\$ 119.000,52	\$ 121.981,16	\$ 125.596,77	\$ 128.715,70
(-) EGRESOS OPERACIONALES		\$ 54.708,58	\$ 55.321,32	\$ 55.940,91	\$ 56.505,61	\$ 57.138,47
(+) Costos Operacionales		\$ 38.534,08	\$ 38.965,66	\$ 39.402,08	\$ 39.843,38	\$ 40.289,63
(+) Costos de Venta		\$ 5.400,00	\$ 5.460,48	\$ 5.521,64	\$ 5.521,64	\$ 5.583,48
(+) Costos Administrativos		<u>\$ 10.774,50</u>	<u>\$ 10.895,17</u>	<u>\$ 11.017,20</u>	<u>\$ 11.140,59</u>	<u>\$ 11.265,37</u>
(=) FLUJO OPERACIONAL	\$ 78.419,31	\$ 60.829,08	\$ 63.679,20	\$ 66.040,25	\$ 69.091,16	\$ 71.577,23
INGRESOS NO OPERACIONALES						
(+) Créditos a contratarse a corto plazo		0	0	0	0	0
(-) EGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 4.122,26	\$ 3.111,52	\$ 2.024,88	\$ 713,70	\$ 0,00
(+) Interés de Pago a largo plazo		\$ 4.122,26	\$ 3.111,52	\$ 2.024,88	\$ 713,70	\$ 0,00
Otros Egresos		<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>
(=) Flujo no operacional		\$ 4.122,26	\$ 3.111,52	\$ 2.024,88	\$ 713,70	\$ 0,00
(=) flujo neto de caja	\$ 78.419,31	\$ 56.706,82	\$ 60.567,68	\$ 64.015,37	\$ 68.377,46	\$ 71.577,23

Gerente General
Galo Rosero

Jefe Administrativo
Ing. Luis Rosero

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

6.13. Punto de equilibrio

“El punto de equilibrio es conocido como una herramienta financiera que permite determinar la cantidad exacta de ventas que cubrirán los costos, ya sea en valores, porcentajes, unidades, además muestra la gráfica para conocer la magnitud de utilidades cuando está por encima del punto” (Valdivia García , 2015).

Tabla # 86.
Punto de equilibrio

DETALLE	COSTOS FIJOS	VALOR	COSTO VARIABLE	VALOR
Costo de Producción	Cargo Depreciación y Amortización	\$ 11.575,60	Materia Prima	\$ 18.000,00
	Mantenimiento de Maquinaria	\$ 434,20	Materiales Indirectos	\$ 66,40
	Mano de Obra Directa e Indirecta	\$ 12.720,00	Insumos	\$ 7.747,68
Costo Administrativo	Servicios Básicos	\$ 1.380,00	Suministro de Oficina	\$ 34,50
	Sueldos y Salarios	\$ 9.360,00		
Costo de Venta	Sueldo Vendedor	\$ 4.560,00	Transporte	\$ 840,00
Costo Financiero	Interés Préstamo Bancario	\$ 4.122,26		
Total	Costos Fijos	\$ 44.152,06	Costos Variables	\$ 26.688,58

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

Punto de Equilibrio (Unidades Monetarias)

$$PUNTO DE EQUILIBRIO = \frac{COSTOS FIJOS}{1 - \frac{COSTOS VARIABLES}{VENTAS}}$$

EN DONDE:

PE = Punto de Equilibrio

CF = Costos Fijos

CV = Costos Variables

V = Ventas

$$P.E. = \frac{44152,06}{1 - \frac{26688,58}{115537,66}}$$

$$P.E. = \frac{\$ 44152,06}{0,77}$$

P.E. = \$ 57340, 34

Análisis

El punto de equilibrio de la empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA es de \$ 57414,50 (unidades monetarias), es decir que la empresa debe alcanzar la cantidad antes mencionado para estar en un estado donde no está ni bien ni mal monetariamente.

6.14. Punto de Equilibrio en Unidades de Producción

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

EN DONDE:

PE = Punto de Equilibrio

CF = Costos Fijos

CVU = Costos Variable Unitario

PVU = Precio de Venta Unitario

$$PE = \frac{\$44152,06}{2,10 - 1,08}$$

PE = 43.286 Unidades

Análisis

El punto de equilibrio de la empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA en unidades físicas es 43.286 unidades, tomando como base el número de unidades de choclos empacados al vacío que se debe fabricar la empresa a fin de recuperar la inversión realizada.

Punto de Equilibrio Graficado

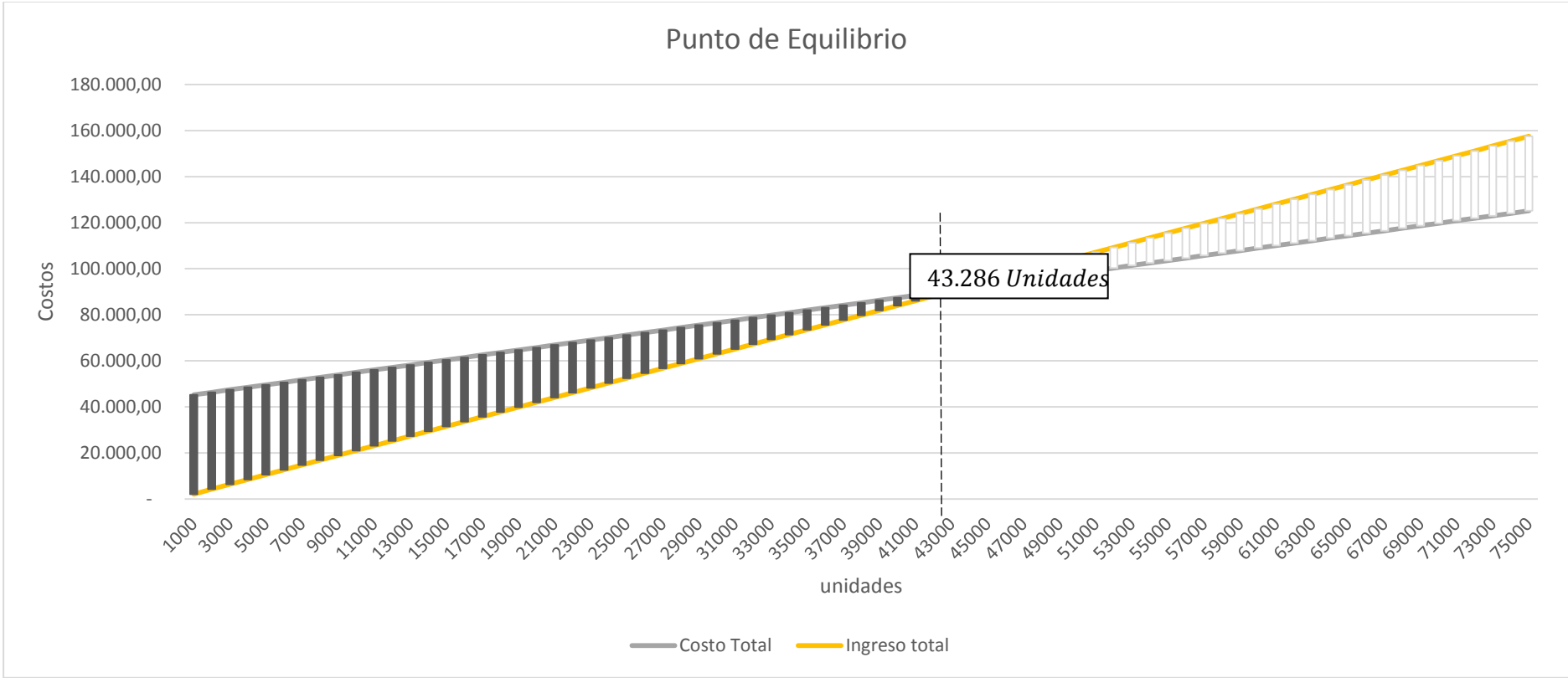


Figura 40. Punto de equilibrio
Elaborado por: Galo Rosero

6.15. Tmar

Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos.

“Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR) es la cantidad obtenida como ganancia, mediante la división entre la cantidad original, la tasa que ofrece debe ser necesariamente superior a la tasa que ofrece un banco, teniendo en cuenta el riesgo que implica invertir, los inversionistas tienen muy en cuenta esto y ellos trabajan bajo la premisa de mayor ganancia implica mayor riesgo que mediante un buen estudio se pretende evitar riesgos” (Haeussler & Richard , 2015).

Cálculo Tmar1 sin financiamiento

$$\mathbf{Tmar1 = i + f}$$

En donde:

Tmar =Tasa mínima aceptable de rendimiento

i = Riesgo país 665(6,65%)

f = 1,12% (Banco Central del Ecuador)

$$Tmar1 = 0,067 + 0,011$$

$$Tmar1 = 0,078 \rightarrow 7,80\%$$

Cálculo Tmar2 sin financiamiento

$$Tmar2 = i + f (2)$$

$$Tmar2 = 0,067 + 0,011 (2)$$

$$Tmar2 = 0,089 \rightarrow 8,90\%$$

Análisis

La tasa de rendimiento del proyecto de la empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA es de 7,80% y 8,90%, siendo una tasa atractiva para los accionistas que invertirán en este proyecto, tomando en cuenta que la tasa pasiva referencial del Banco Central del Ecuador en febrero 2018 es de 5,85%. Lo que significa que la tasa que ofrecemos es una tasa bastante atractiva y real.

Cálculo Tmar1 global mixto

Tabla # 87.

Tmar global mixto 1

PROYECTO CON FINANCIAMIENTO	MONTO	PORCENTAJE (%) DE APORTACIÓN A LAS FUENTES	TMAR ANUAL	PONDERACIÓN
Capital Propio	\$ 38.419,31	0,4899	0,078	0,0382122
Inversión Financiera	\$ 40.000,00	0,5101	0,1021	0,05208121
Total	\$ 78.419,31	1,00	0,1801	0,09029341
			%	9,02%

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

Análisis

La tasa mínima aceptable de rendimiento global mixto1 para el financiamiento del proyecto CHOCLOS PROCESADOS DAROMA es de 9,02% para los inversionistas que decidieran invertir en este proyecto.

Cálculo Tmar2 global mixto

Tabla # 88.

Tmar global mixto 2

PROYECTO CON FINANCIAMIENTO	MONTO	PORCENTAJE (%) DE APORTACIÓN A LAS FUENTES	TMAR ANUAL	PONDERACIÓN
Capital Propio	\$ 38.419,31	0,4899	0,089	0,0436011
Inversión Financiera	\$ 40.000,00	0,5101	0,1021	0,05208121
Total	\$ 78.419,31	1,00	0,1911	0,09568231
			%	9,56%

Elaborado por: Galo Rosero

Fuente: Investigación Propia

Análisis

La empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA tiene la tasa mínima de rendimiento de 9,56% para los intereses de los inversionistas de este proyecto.

6.16. Valor presente neto o valor actual neto

“El Valor Actual Neto (VAN) es un método que se utiliza para valorar las distintas opciones de inversión, además consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto y calcular su diferencia, es decir trae todos los flujos de caja al momento presente descontándose a un tipo de interés determinado, se determina en unidades monetarias” (Rosales Asensio, 2015).

Cálculo del VAN₁

Para calcular el VAN₁ se procede a tomar como referencia la tasa mínima aceptable de rendimiento con financiamiento del Tmar global 1 que es de (9,02%).

$$VAN_1 = - \text{Inversión Inicial} + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN_1 = - \$ 78.419,31 + \frac{56706,82}{(1+0,0902)^1} + \frac{60567,68}{(1+0,0902)^2} + \frac{64015,37}{(1+0,0902)^3} + \frac{68377,46}{(1+0,0902)^4} + \frac{71577,23}{(1+0,0902)^5}$$

$$VAN_1 = - 78419,31 + 52015,06 + 27780,79 + 19572,97 + 15680,03 + 13131,03$$

$$VAN_1 = \$ 49.760,57$$

Análisis

El valor actual neto (VAN) que se ha obtenido en el cálculo realizado es mayor a cero, lo que permite la factibilidad del proyecto, el proyecto tiene la capacidad de recuperar la cantidad invertido y lo más importante generar utilidad mediante una tasa de rendimiento del 9,02% respectivamente.

Cálculo VAN2

Para poder calcular el VAN2 se procede a tomar como referencia la tasa mínima aceptable de rendimiento con financiamiento del Tmar global 2, que mediante el cálculo antes realizado se obtuvo un (Tmar Global2) que es de 9,56%.

$$VAN_2 = - \text{Inversión Inicial} + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN_2 = - \$ 78.419,31 + \frac{56706,82}{(1+0,0956)^1} + \frac{60567,68}{(1+0,0956)^2} + \frac{64015,37}{(1+0,090256)^3} + \frac{68377,46}{(1+0,0956)^4} + \frac{71577,23}{(1+0,0956)^5}$$

$$VAN_2 = - 78419,31 + 51758,69 + 27641,33 + 19476,50 + 15602,74 + 13066,31$$

$$VAN_2 = \$ 49.126,26$$

Análisis

El valor actual neto que se obtuvo mediante el cálculo respectivo es mayor a cero, por ende se convierte en la factibilidad de la empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA, tiene la capacidad de recuperar lo que invirtieron y sobre todo podrá generar utilidad mediante la tasa de rendimiento de 9,56%.

6.17. Indicadores Financieros

6.17.1. Índices de solvencia

$$\text{Solvencia} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$$

$$\text{Solvencia} = \frac{73871,25}{47027,54}$$

$$\text{Solvencia} = \$ 1,57$$

La empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA está en la capacidad de recuperar \$1,57 por cada dólar invertido en el proyecto, esto se obtuvo a través del cálculo de la división entre activo total dividido para pasivo total, acorde a la ecuación del indicador de la solvencia.

6.17.2. Índice de liquidez

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{17568,85}{7027,54}$$

$$\text{Liquidez Corriente} = \$ 2,50$$

La empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA, tendrá liquidez corriente de \$2,50 con lo que respaldara las obligaciones, es decir que por cada dólar de deuda tendrá \$2.50, lo cual se obtuvo mediante la división de activo corriente para pasivo corriente o circulante.

6.17.3. Índice de endeudamiento

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{47027,54}{73871,25} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = 63,66\%$$

La empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA muestra que el porcentaje de participación de los acreedores sobre los activos es de 63,66%, este resultado se obtuvo mediante la aplicación de la fórmula del endeudamiento que consiste en dividir el pasivo total dividido para el activo total que posteriormente se multiplicara por 100 y finalmente se obtiene el resultado.

6.17.4. Índice de apalancamiento

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Apalancamiento} = \frac{47027,54}{26843,71}$$

$$\text{Apalancamiento} = 1,75 \text{ veces}$$

La empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA, el porcentaje de compromiso con los acreedores es mayor a 1, lo que significa que es conveniente financiar la actividad de la empresa debido a que la empresa produce una utilidad superior a lo que se adeuda.

6.18. Tasabeneficio _ costo

“La relación beneficio – costo consiste en dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto es decir de los ingresos entre el valor actualizado de los costos en este caso

en el de los egresos tomando en cuenta la tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable” (Fisher , 2017).

$$R\ B/C = \frac{\sum Ingresos\ Brutos}{\sum Costos\ Totales\ del\ Proyecto}$$

$$R\ B/C = \frac{610.831,81}{351120,88}$$

$$R\ B/C = \$ 1,73$$

La empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA en lo que se refiere a la relación beneficio costo es de \$ 1,73 de recuperación y beneficio por cada dólar invertido, para la obtención de resultado se procedió a sumar todos los ingresos brutos, posteriormente dividir para la suma total de los costos totales del proyecto.

6.19. Periodo de recuperación de la inversión

“Periodo de recuperación de la inversión consiste en medir en cuanto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente, en pocas palabras permite conocer de manera claro y preciso la fecha en la cual se cubre la inversión tantos en años, meses y días mediante la aplicación de la formula respectivamente” (Añazco Cadena & Pazmiño, 2015).

$$Periodo\ de\ Recuperación\ de\ la\ Inversión = \frac{Inversión\ Inicial}{\frac{\sum FNE}{Número\ de\ Años}}$$

$$PRI = \frac{78.419,31}{\frac{321244,55}{5}}$$

$$PRI = \frac{78.419,31}{64248,91}$$

$$PRI = 1,22$$

1 años

$$0,22 * 12 meses = 2,64$$

$$0,64 * 30 días = 19$$

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto de la empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA será de 1 años, 2 meses y 19 días, estos resultados se obtuvieron a través de la aplicación de la fórmula del PRI.

6.20. Tasa interna de retorno

“La tasa interna de retorno es la tasa efectiva anual que compone de tasa de descuento que se lo hace que el (van) de todos los flujos de efectivos de una determinada inversión a cero, mientras mayor sea la tasa interna de retorno será más factible llevar a cabo el proyecto” (Mete, 2014).

$$\text{Tasa Interna de Retorno} = T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right]$$

$$TIR = T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right]$$

$$TIR = 0,0902 + (0,0956 - 0,0902) \left[\frac{49.760,57}{49.760,57 - 49.126,26} \right]$$

$$TIR = 0,0902 + (0,0054) (78,44)$$

$$TIR = 0,0902 + 0,4235$$

$$TIR = 0,5137 \rightarrow 51,37\%$$

La empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA, dispone del porcentaje de rendimiento de 51,37%, lo cual cumple la premisa de que la TIR debe ser mayor que la TMAR, lo cual permite la factibilidad económica del proyecto.

6.21. Análisis de sensibilidad

“El análisis de sensibilidad es una técnica que se aplica para valorar inversiones, donde se puede observar la variación de los elementos de una inversión, a fin de determinar la eventualidad de una inversión, para poner en orden de preferencia entre algunas inversiones existentes” (Lajous & Esponga Aguilar, 2014). “El análisis de sensibilidad tiene como objetivo facilitar la toma de decisiones en una empresa, el análisis de sensibilidad indicará las variables que más afecten los resultados económicos dentro de un proyecto” (Della, Dassen , & Zoltan , 2016).

6.22. Escenario Optimista + 20%

FLUJO DE CAJA

DESCRIPCIÓN	AÑO (0)	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 78.419,31	\$ 138645,19	\$ 142.800,62	\$ 146.377,39	\$ 150.716,12	\$ 154.458,84
(+) Recursos Propios	\$ 38.419,31					
(+) Recurso Ajenos	\$ 40.000,00					
(+) Ingresos por ventas		\$ 138645,19	\$ 142.800,62	\$ 146.377,39	\$ 150.716,12	\$ 154.458,84
(-) EGRESOS OPERACIONALES		\$ 54.708,58	\$ 55.321,32	\$ 55.940,91	\$ 56.505,61	\$ 57.138,47
(+) Costos Operacionales		\$ 38.534,08	\$ 38.965,66	\$ 39.402,08	\$ 39.843,38	\$ 40.289,63
(+) Costos de Venta		\$ 5.400,00	\$ 5.460,48	\$ 5.521,64	\$ 5.521,64	\$ 5.583,48
(+) Costos Administrativos		<u>\$ 10.774,50</u>	<u>\$ 10.895,17</u>	<u>\$ 11.017,20</u>	<u>\$ 11.140,59</u>	<u>\$ 11.265,37</u>
(=) FLUJO OPERACIONAL	\$ 78.419,31	\$ 39.394,59	\$ 87.479,31	\$ 90.436,48	\$ 94.210,51	\$ 97.320,37
<hr/>						
INGRESOS NO OPERACIONALES						
(+) Créditos a contratarse a corto plazo		0	0	0	0	0
(-) EGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 4.122,26	\$ 3.111,52	\$ 2.024,88	\$ 713,70	\$ 0,00
(+) Interés de Pago a largo plazo		\$ 4.122,26	\$ 3.111,52	\$ 2.024,88	\$ 713,70	\$ 0,00
Otros Egresos		<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>
(=) Flujo no operacional		\$ 4.122,26	\$ 3.111,52	\$ 2.024,88	\$ 713,70	\$ 0,00
(=) flujo neto de caja	\$ 78.419,31	\$ 35.272,33	\$ 84.367,79	\$ 88.411,60	\$ 93.496,81	\$ 97.320,37

Gerente General

Jefe Administrativo

Cálculo del VAN₁

$$VAN_1 = - \text{Inversión Inicial} + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN_1 = - \$ 78.419,31 + \frac{35272,33}{(1+0,0902)^1} + \frac{84367,79}{(1+0,0902)^2} + \frac{88411,60}{(1+0,0902)^3} + \frac{93496,81}{(1+0,0902)^4} + \frac{97320,37}{(1+0,0902)^5}$$

$$VAN_1 = - 78419,31 + 32354 + 38639,72 + 27032,23 + 21440,29 + 17853,67$$

$$VAN_1 = \$ 58954,60$$

Cálculo VAN₂

$$VAN_2 = - \text{Inversión Inicial} + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN_2 = - \$ 78.419,31 + \frac{35272,33}{(1+0,0956)^1} + \frac{84367,79}{(1+0,0956)^2} + \frac{88411,60}{(1+0,0956)^3} + \frac{93496,81}{(1+0,0956)^4} + \frac{97320,37}{(1+0,0956)^5}$$

$$VAN_2 = - 78.419,31 + 45397,76 + 42904,47 + 40046,42 + 37469,66 + 35098,15$$

$$VAN_2 = \$ 58277,60$$

Tasa beneficio _ costo

$$R B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos}}{\sum \text{Costos Totales del Proyecto}}$$

$$R B/C = \frac{688456,15}{351120,88}$$

$$R B/C = \$ 1,96$$

Periodo de recuperación de la inversión

$$\text{Periodo de Recuperación de la Inversión} = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Número de Años}}}$$

$$PRI = \frac{78.419,31}{\frac{398868,90}{5}}$$

$$PRI = \frac{78419,31}{79773,78}$$

$$PRI = 0,98$$

$$0,98 * 12 \text{ meses} = 11,76$$

$$0,76 * 30 \text{ días} = 22$$

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto será de 11 meses y 22 días, estos resultados se obtuvieron a través de la aplicación de la fórmula del PRI.

Tasa interna de retorno

$$\text{Tasa Interna de Retorno} = T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right]$$

$$TIR = T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right]$$

$$TIR = T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right]$$

$$TIR = 0,0902 + (0,0956 - 0,0902) \left[\frac{58954,60}{58954,60 - 58277,60} \right]$$

$$TIR = 0,0902 + (0,0054) (87,08)$$

$$TIR = 0,0902 + 0,4702$$

$$TIR = 0,5604 \rightarrow 56,04\%$$

6.23. Escenario Pesimista - 20%

FLUJO DE CAJA

DESCRIPCIÓN	AÑO (0)	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 78.419,31	\$ 92.430,13	\$ 95.200,42	\$ 97.584,93	\$ 100.477,42	\$ 102.972,56
(+) Recursos Propios	\$ 38.419,31					
(+) Recurso Ajenos	\$ 40.000,00					
(+) Ingresos por ventas		\$ 92.430,13	\$ 95.200,42	\$ 97.584,93	\$ 100.477,42	\$ 102.972,56
(-) EGRESOS OPERACIONALES		\$ 54.708,58	\$ 55.321,32	\$ 55.940,91	\$ 56.505,61	\$ 57.138,47
(+) Costos Operacionales		\$ 38.534,08	\$ 38.965,66	\$ 39.402,08	\$ 39.843,38	\$ 40.289,63
(+) Costos de Venta		\$ 5.400,00	\$ 5.460,48	\$ 5.521,64	\$ 5.521,64	\$ 5.583,48
(+) Costos Administrativos		<u>\$ 10.774,50</u>	<u>\$ 10.895,17</u>	<u>\$ 11.017,20</u>	<u>\$ 11.140,59</u>	<u>\$ 11.265,37</u>
(=) FLUJO OPERACIONAL	\$ 78.419,31	\$ 37.721,55	\$ 39.879,10	\$ 41.644,01	\$ 43.971,81	\$ 45.834,09
<hr/>						
INGRESOS NO OPERACIONALES						
(+) Créditos a contratarse a corto plazo		0	0	0	0	0
(-) EGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 4.122,26	\$ 3.111,52	\$ 2.024,88	\$ 713,70	\$ 0,00
(+) Interés de Pago a largo plazo		\$ 4.122,26	\$ 3.111,52	\$ 2.024,88	\$ 713,70	\$ 0,00
Otros Egresos		<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>
(=) Flujo no operacional		\$ 4.122,26	\$ 3.111,52	\$ 2.024,88	\$ 713,70	\$ 0,00
(=) flujo neto de caja	\$ 78.419,31	\$ 33.599,29	\$ 36.767,58	\$ 39.619,13	\$ 43.258,11	\$ 45.834,09

Gerente General

Jefe Administrativo

Cálculo del VAN₁

$$VAN_1 = - \text{Inversión Inicial} + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN_1 = - \$ 78.419,31 + \frac{33599,29}{(1+0,0902)^1} + \frac{36767,58}{(1+0,0902)^2} + \frac{39619,13}{(1+0,0902)^3} + \frac{43258,11}{(1+0,0902)^4} + \frac{45834,09}{(1+0,0902)^5}$$

$$VAN_1 = - \$ 78.419,31 + 30819,38 + 16862,77 + 12113,72 + 9919,76 + 8408,38$$

$$VAN_1 = \$ 295,30$$

Cálculo VAN₂

$$VAN_2 = - \text{Inversión Inicial} + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN_2 = - \$ 78.419,31 + \frac{33599,29}{(1+0,0956)^1} + \frac{36767,58}{(1+0,0956)^2} + \frac{39619,13}{(1+0,090256)} + \frac{43258,11}{(1+0,0956)^4} + \frac{45834,09}{(1+0,0956)^5}$$

$$VAN_2 = - 78419,31 + 30667,48 + 16779,65 + 12054,01 + 9870,87 + 8366,94$$

$$VAN_2 = 680,35$$

Tasa beneficio _ costo

$$R B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos}}{\sum \text{Costos Totales del Proyecto}}$$

$$R B/C = \frac{488665,45}{351120,88}$$

$$R B/C = \$ 1,74$$

Periodo de recuperación de la inversión

$$\text{Periodo de Recuperación de la Inversión} = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Número de Años}}}$$

$$PRI = \frac{78.419,31}{\frac{199078,19}{5}}$$

$$PRI = \frac{78419,31}{39815,64}$$

$$PRI = 1,97$$

1 años

$$0,97 * 12 \text{ meses} = 11,64$$

$$0,64 * 30 \text{ días} = 19$$

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto será de 1 años, 11 meses y 19 días, estos resultados se obtuvieron a través de la aplicación de la fórmula del PRI.

Tasa interna de retorno

$$\text{Tasa Interna de Retorno} = T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right]$$

$$TIR = T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right]$$

$$TIR = T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right]$$

$$TIR = 0,0902 + (0,0956 - 0,0902) \left[\frac{\$ 295,30}{\$ 295,30 - 680,35} \right]$$

$$TIR = 0,0902 + (0,0054) (-0,7669)$$

$$TIR = 0,0902 + (-0,004)$$

$$TIR = 0,0862 \rightarrow 8,62\%$$

Tabla # 89.

Cuadro comparativo de sensibilidad

Variaciones	Escenario Optimista	Valor	Escenario Real	Escenario Pesimista	Valor
VAN 1	(+) 20%	\$58954,60	\$49760,57	(-) 20%	\$295,30
VAN 2	(+) 20%	\$58277,60	\$49126,26	(-) 20%	680,35
TIR	(+) 20%	56,04%	51,37%	(-) 20%	8,62%
R B/C	(+) 20%	\$1,96	\$1,73	(-) 20%	\$ 0,74
PRI	(+) 20%	11 meses, 22 días.	1 año, 2 meses, 19 días.	(-) 20%	1 años, 11 meses, 19días.

Elaborado por: Galo Rosero
Fuente: Investigación Propia

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.1. Conclusiones

La creación de la empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA impulsará el consumo de este producto, mediante la innovación, valor agregado que se le da mediante el procesamiento adecuado de maíz a fin de satisfacer las necesidades de los consumidores, lo más importante crear hábitos de consumo en los niños, adolescentes que en los últimos tiempos han optado por productos sustitutos, cabe mencionar que el choclo es el alimento nutritivo a la vez impulsar la comercialización de choclo.

La producción de CHOCLOS PROCESADOS DAROMA está bajo el cumplimiento del objetivo 10: del PNBV, que consiste en impulsar la transformación de la matriz productiva, específicamente nos centramos en la agenda de productividad y competitividad de Tungurahua que propone la implementación de centros de procesamiento agroindustrial, dando el valor agregado, cumpliendo con los requisitos sanitarios vigentes, a fin de incentivar el comercio justo.

Se determina la factibilidad de mercado mediante la aplicación de las encuestas, en donde se pudo obtener resultados favorables ya que se obtuvo una aceptación del 77%, misma que da factibilidad del proyecto, el precio será de \$2,10.

La factibilidad técnica de la Empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA se basa en la capacidad operativa, misma que tiene la estimación de 4,70% del total de la demanda potencial insatisfecha, lo que significa que se producirá 225 choclos procesados diarios, 53662 choclos procesados anuales, se pretende ampliar la capacidad operativa en un mediano plazo.

Los resultados de la evaluación económica son favorables ya que el periodo de recuperación interna será en 1 año, 2 meses y 19 días, con una tasa interna de rendimiento 38,39%, tomando en cuenta el escenario pesimista la tasa interna de

retorno es de 51,37%, el nivel de endeudamiento es moderado, sin embargo la empresa si presenta rentabilidad atractiva para los inversionistas que invertirán en el proyecto.

3.2. Recomendaciones

Crear nuevas formas de comercialización de choclos, mediante el procesamiento adecuado, basando en normas sanitarias vigentes, mediante la utilización de tecnología de punta, a fin de que el producto sea de alta calidad y que llene las expectativas del cliente.

Ser actores del cambio de la matriz productiva que permite el desarrollo del país, mediante la producción, y comercialización de CHOCLOS PROCESADOS DAROMA y es así como pretendemos cumplir con el objetivo del PNBV que busca el bienestar de todas y todos los Ecuatorianos.

Innovar constantemente a fin de identificar nuevos gustos y preferencias de los consumidores, tomando en cuenta que el mercado es bastante turbulento, es por eso que se debe estar en constante investigación de mercado, a fin de poder adaptar a los cambios que se presenten el mercado.

Ampliar la capacidad de producción acorde a la evolución, desarrollo de la empresa con la finalidad de poder cubrir nuevos nichos de mercado que serán analizados previo a un estudio adecuado de mercado, conforme vaya posesionando el producto en el mercado.

Capacitar constantemente en cuanto a nuevos métodos de análisis, prevención de riesgos financieros, además incentivar a los inversionistas mediante una tasa atractiva a fin de que ellos puedan incrementar la inversión y la empresa CHOCLOS PROCESADOS DAROMA pueda expandir a nuevas ciudades del Ecuador.

3.3. Bibliografía

- Alcaraz Lladro, A., & García guardia, M. L. (2014). *Comunicación y Tics: Su Efecto en la Distribución Comercial*. Madrid.
- Alvarez, R. V. (2014). *La Evaluacion del Proyecto*. Mexico: Unam.
- Andrade, S. (2013). *Demanda*. En S. Andrade, *Demanda* (pág. 14). Mexico: Mundo Hispano.
- Añazco Cadena , C., & Pazmiño, A. (2015). *Administración Financiera Contemporánea: Proyectos de Inversión*. México: Editorial McGraw-Hill.
- Bacalla, C. (2012). *Obtenido de Tamaño Optimo del Proyecto*: <http://es.slideshare.net/rosmarozueth/tema-2-37107573>
- Bacalla, C. (2012). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. Chiclayo.
- Bada Carbajal, L. M., Rivas Tovar , L. A., & Littlewood Zimmerman, H. F. (2017). *Model of associativity in the production chain in Agroindustrial SMEs*. *Rervista ScienceDirect*.
- Barroso , E., & Ante , F. (Junio de 2016). *Finanzas Piadosas y Redes de Negocios: Los Mercados de la Ciudad de México ante la Crisis de Nueva España*. *Revista SciELO*.
- Bejarano Vázquez , V., & Corona Romero , E. (2016). *Normas de Contabilidad en la Unión Europea* . Madrid .
- Berrío Guzmán , D., & Castrillón Cifuentes , J. (2014). *Costos para Gerenciar Organizaciones Manufactureras Comerciales y de Servicios* . Barranquilla : Uninorte.
- Carvajal, Y. A., Morales Zamora, G., & Santos Herrero, R. (2014). *Optimal Desing For an Ethanol Plant Combining First and Second Generation Technologies*. *Revista ScIELO*.
- Ceballos, M., Tizol, G., Ramírez, R., Ibis, A., & Montes de Oca, N. (2012). *Research and obtainment of tangible products for animal, plant and plant health (CENSA)*. La Habana, Scielo: *Revista de salud animal: ISSN 0253-570x*.
- Chacín, M., & Padrón, J. (2015). *Investigación-Docencia, Temas para Seminario*. Caracas: *Publicaciones del Decanato de Postgrado de la USR*.
- Ciribeli, J. (2015). *Market segmentation by psychographic criteria: an essar on the main psychografic theoretical approaches and its relationship with performace criteria (ISSN 1668-8708 ed.)*. Lanus: Scielo: *Visión de futuro*.
- Colás, P., Bravo, J., & Guerrero, R. (2015). *Métodología de la Investigación*. España: Española.
- Colom Gorgues, A. (2015). *Guía Básica y Ejercicios Prácticos para la Gestión Empresarial*. Lleida.

- Della, R., Dassen, N., & Zoltan, M. (2016). *Panorama de las Administraciones Públicas América Latina el Caribe*. Paris: OCCDE.
- Domínguez, J., & Gutiérrez, J. (2016). *Estudios de la OCDE sobre los Sistemas de Salud de México*. México: Berkshire.
- Domínguez Bocanegra, G., Domínguez Bocanegra, A. R., & Torres Muños, J. A. (2015). *Didáctica y Aplicación de la Administración Operaciones: Contaduría y Administración*. México: OCCDE.
- Donet Sepúlveda, J. C., & Juárez Verón, D. (2014). *Cuadernos de Marketing y Comunicación Empresarial: Marketing para Marca Infantil*. Valencia : Editorial Área de Innovación y Desarrollo.
- El productor. (10 de Marzo de 2017). Ecuador: Poructores de maíz amarillo duro mejorarán procesos de pos cosecha. Obtenido de <https://elproductor.com/noticias/ecuador-productores-de-maiz-amarillo-duro-mejoraran-procesos-de-pos-cosecha/>
- Enriquez Guevara, P. (17 de Abril de 2013). *ETNIAS DEL ECUADOR*. Obtenido de *ETNIAS DEL ECUADOR*: <http://pamenriquez.blogspot.com/2013/04/pueblo-salasaca.html>
- Faca, H. A., & Ramos Mejía, M. (2015). *Cómo Profundizar en el Análisis de sus Costos para Tomar Mejores Decisiones Empresariales*. Buenos Aires : Granica S.A.
- Fazle Hasan, A., & Akinwumi, A. (2015). *Acciones y Responsabilidades para hacer Progresar la Nutrición y el Desarrollo Sostenible*. Nigeria : Schutter.
- Fisher, J. (2017). *Panorama de las Administraciones Públicas de América Latina y el Caribe*. Colombia: OCDE.
- GAD Salasaka. (17 de 10 de 2017). *Gobiernoparroquialsalasaka.gob.ec*. Obtenido de <http://gobiernoparroquialsalasaka.gob.ec/parroquia/resena-historica>
- GESTIOPOLIS. (2012). *ANALISIS DE PRECIOS*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/analisis-de-precios-unitarios-presentacion/>
- Gómez Jurado, J. (2015). *Punto de Equilibrio (Point of Balance Spanish Edition): Una Novela*. Nueva York : Editorial Planeta S.A.
- González Ruiz, & Hernández, L. (2014). *El concepto de Marketing: Identificar, Conquistar y Fidelizar Clientes*. Madrid : Pearson Prentice.
- Guzmán Sánchez, J., & Rodríguez, J. (2015). *Marketing Estratégico: Conceptos Básicos y Consideraciones Fundamentales*. México: Netbiblo.
- Haeussler, E., & Richard, P. (2015). *Matemáticas para Administración y Economía: Operaciones con Expresiones*. México: Pearson Educación.
- Harumova, A. (2016). *The Economic Function Of Deferred Taxes*. New York: Cambridge Scholars Publishing.
- Henríquez, E., & Zepeda, M. (9 de Diciembre de 2016). *Preparación de un proyecto de investigación*. Scielo, 9(2), 8.

- Hernández Valencia, R. A., & Lasso Ramírez, N. C. (2015). Transactions of Minor Farmers in Municipalities of Risaralda (Colombia) and Factors affecting them. Revista Scielo, 8.*
- Jacobsen , L., & Ramírez Padilla , D. N. (2014). Contabilidad de Costos: Un Enfoque Administrativo para la Toma de Decisiones. (McGraw-Hill, Ed.) Colombia.*
- Jaime, Á. (2014). La oferta. En Á. Jaime, La oferta (págs. 16-19). Madrid: Española.*
- Juman, A. (2015). Introducción a la Información Contable, Estimación y Aplicación para la Toma de Decisiones. México : Editorial de Innovación y Desarrollo.*
- Kotler, P. (2013). Comercializacion. Obtenido de "Dirección de marketing. Análisis, planificación, gestión y control". Tomo I. y II.*
- Kugler, A., & Rosales , E. (2017). Panorama de las Administraciones Públicas América Latina y el Caribe. Paris: OCCDE.*
- LA HORA. (14 de Enero de 2016). El maíz, un alimento ancestral sagrado.*
- Lagos Escobar , R., & Bachelet, M. (Enero de 2016). Chile y la Financiación Innovadora para el Desarrollo: Una experiencia para hacer Globalización Inclusiva. Revista SciELO.*
- Lajous, A., & Esponga Aguilar, L. (2014). La Industria Petrolera Mexicana: Estrategias del Bobierno y Reformas. México: Editorial Fondo de Cultura Económica .*
- Ledón , N., Castillo, A., Caballero, I., & Dávila, A. (2017). Gestión de desarrollo de productos en la industria biotecnológica. (I. 1025-0298, Ed.) La Habana: Scielo: Vaccimonitor.*
- Manterola, C., Pineda, V., & Vial, M. (2 de Abril de 2016). ¿Cómo presentar los resultados de una investigación científica. Scielo, 59, 5.*
- Martínez, M. R. (2013). Manual de localziacion. Madrid: Norma.*
- Mendoza, C., & Ortiz, O. (2016). Contabilidad Financiera para Contaduría y Administración. Colombia: Universidad del Norte.*
- Menjivar , L., & Salazar , J. (2014). Perspectivas de la Economía Mundial: Secuelas, Nubarrones, Incertidumbres. Estados Unidos: International Monetary Found.*
- Mete, M. R. (Marzo de 2014). Valor Actual Neto y Tasa de Retorno: Su Utilidad como Herrameintas para el Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión. Fides et Ratio- Revista de Difusión Cultural y Científica de la Universidad La Salle en Bolivia.*
- Milanesi , G. (June de 2016). The Fuzzy Average Internal Rate of Return: Development and Applications. Journal of Economics, Finance and Administrative Science.*

- Ministerios de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y pesca (MAGAP). (2014). Boletín situacional de maíz suave choclo. Quito: Coordinación general de sistemas de información nacional.*
- Miño Valdés, J. E. (Junio de 2014). Technological Development to Elaborate Common Withe Wine in Misiones, with Economic Evaluation at Industrial Scale. Revista SciELO.*
- Moreno, E., & Pacas, W. (2017). Proponer un programa de asociatividad para los pequeños productores de maíz. Quito.*
- Naclerio, A., & Trucco, P. (2015). Construir el desarrollo con políticas públicas: asociatividad, tecnología e innovación productiva. Revista Scielo, 33-65.*
- Navarro palacios, E., & Muños Rodríguez, R. (2015). Gestión Administrativa para el Asesoramiento de Productos de Activo. España.*
- Naylor, J. y. (2013). Obtenido de "Economía de la Empresa". Amorrortu. Buenos Aires.*
- Orjuela, S., Sandoval, P., & Sapag, N. (2015). Guia del estudio de mercado para la evaluación de proyectos. Santiago: Norma.*
- Osorio Agudelo , J., & Duque , I. (2016). Costeo Basado en Actividades ABC: Gestión Basada en Actividades ABM (Eco Ediciones ed.). Bogotá, Colombia .*
- Panzavuota, M. (2014). Manual Práctico con Modelos para Implementar un Sistema Integral e Interactivo Contable por Áreas. Lima.*
- Passananti, T., & Gerber, G. (Abril de 2015). Consecuencias Económicas de los Regímenes Financieros: Una Nueva Perspectiva de las Políticas Bancarias de México y Brasil. Revista SciELO.*
- Pérez , A., Rantasila, C., & Sela, J. (2014). Perspectivas Económicas de América Latina 2014: Logística y Competitividad para el Desarrollo. Santiago de Chile: Maritime Economics.*
- Pérez , f., & Torres , F. (2014). Inventory models with deteriorating items: A literature review. New Yersey, Scielo.*
- Prado, J. E. (2015). Proyecto y Viabilidad del Negocio o Microempresa: Creación y Gestión de Microempresas. España: Ediciones Nobel, S.A.*
- PRO-NEGOCIOS. (2013). ANALISIS DE PRECIOS. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/precio-definicion-concepto.html>*
- Ramírez Cavassa, C. (2014). Seguridad Industrial: Un Enfoque Integral . México.*
- Riopelle, M., & Soto, G. (2015). Fundamentos de Administración Financiera. México .*
- Romero , E., Bejarano , V., & García , R. (2015). Análisis de Estados Financieros Individuales y Consolidados. Madrid.*

- Rosales Asensio, E. (2015). *Importancia de la Tasa de Descuento en la Gestión de Proyectos Energéticos: Aplicación al Caso de Redes de Calefacción Urbana*. México: Grin Publishing.
- Ruiz Conde , E., Parreño Selva, J., & Casado Días , A. B. (2015). *Proyecto de Planificación Integral de las Fincas de los Colegios Agropecuarios de Costa Rica*. Costa Rica.
- Sabangan, D. (2014). *Preserving Stability and Promoting Growth*. Washington : The World Bank.
- Sanchez, J. L. (2013). *Naturaleza, Localización y Sociedad*. España: Universidad de Salamanca.
- SENPLADES, S. N. (07 de 12 de 2017). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de https://www.unicef.org/ecuador/Plan_Nacional_Buen_Vivir_2013-2017.pdf
- Silva, C., Morillo , E., Yáñez, C., Proaño, K., & Taipe, M. (2014). *Caracterización molecular de las razas de canuil, tusilla y mezcla de maíz del banco de trabajo del programa de maíz del INIAP*. *Ciencia y Tecnología ESPE* , 4.
- Solís, R. (Diciembre de 2016). *La Crisis Gemelas, los Problemas de la Balanza de Pagos y Bancaria: Efectos en la Moneda y los Bancos*. SciELO: América Latina en la Historia Económica.
- Stanton, W. (2012). *comercialización*. Obtenido de "Fundamentos de Marketing". Ediciones del Castillo. Madrid.
- Stutely, R., & Toraya , J. (2014). *Plan de Negocios La Estrategia Inteligente*. México: Pearson.
- Sulser Valéz, R. A., & Pedrosa Escandón, J. E. (2014). *Exportación Efectiva*. México.
- Tapia, C. G. (2015). *Identificación de áreas prioritarias para la conservación de razas de maíz en la sierra de Ecuador*. Madrid.
- Tarcísio , P., & Hein , N. (Junio de 2016). *Riesgo Positivo de la Actividad Crediticia: Optimización en el Rendimiento de las Cooperativas de Crédito*. *Revista Scielo*.
- Urquiso Torres, P. S., & Bocco Verdinelli, G. (Agosto de 2016). *Pensamientos Geográficos en América Latina: Retrospectiva y Balances Generales*. SCIELO.
- Valdivia García , J. (2015). *Comercialización de Productos y Servicios en Pequeños Negocios o Microempresas*. Madrid-España: IC Editorial Pertenece a Innovación y Cualificación S.L. .
- Vázquez Casielles , R., Álvarez Álvarez , B., & Trespalacios Gutiérrez , J. (2014). *Estrategias de Distribución Comercial*. España.
- Wahlen, J., Jones , J., & Pagach, D. (2015). *Intermediate Accounting: Reporting y Analysis*. Canada.

3.4. Anexos

BANCO DEL AUSTRO :: SIMULADOR DE CRÉDITO

TABLA DE AMORTIZACIÓN


Segmento: Productivo PYMES	Monto: 40,000.00	Tasa de Interés Nominal: 11.23 %
Sistema de Amortización: Sistema Francés (Cuota Fija)	Plazo: 48	Tasa Contribución SOLCA: 0,5 %

No. de Pago	Fecha	No. de Días	Capital	Interés	Valor Cuota	Saldo Capital
	-	-	0.00	0.00	0.00	40,000.00
1	07/03/2018	28	691.61	349.48	1,041.09	39,308.39
2	07/04/2018	31	660.86	380.23	1,041.09	38,647.53
3	07/05/2018	30	679.31	361.78	1,041.09	37,968.22
4	07/06/2018	31	673.82	367.27	1,041.09	37,294.40
5	07/07/2018	30	691.98	349.11	1,041.09	36,602.42
6	07/08/2018	31	687.03	354.06	1,041.09	35,915.38
7	07/09/2018	31	693.68	347.41	1,041.09	35,221.70
9	07/11/2018	31	707.27	333.82	1,041.09	33,803.05
10	07/12/2018	30	724.66	316.43	1,041.09	33,078.39
11	07/01/2019	31	721.12	319.97	1,041.09	32,357.27
12	07/02/2019	31	728.10	312.99	1,041.09	31,629.18
13	07/03/2019	28	764.75	276.34	1,041.09	30,864.43
14	07/04/2019	31	742.54	298.55	1,041.09	30,121.89
15	07/05/2019	30	759.12	281.97	1,041.09	29,362.77
16	07/06/2019	31	757.06	284.03	1,041.09	28,605.71
17	07/07/2019	30	773.31	267.78	1,041.09	27,832.39
18	07/08/2019	31	771.87	269.22	1,041.09	27,060.53
19	07/09/2019	31	779.33	261.76	1,041.09	26,281.19
20	07/10/2019	30	795.07	246.02	1,041.09	25,486.12
21	07/11/2019	31	794.56	246.53	1,041.09	24,691.56
22	07/12/2019	30	809.95	231.14	1,041.09	23,881.61
23	07/01/2020	31	810.08	231.01	1,041.09	23,071.52
24	07/02/2020	31	817.92	223.17	1,041.09	22,253.61
25	07/03/2020	29	839.72	201.37	1,041.09	21,413.89
26	07/04/2020	31	833.95	207.14	1,041.09	20,579.93
27	07/05/2020	30	848.44	192.65	1,041.09	19,731.49
28	07/06/2020	31	850.23	190.86	1,041.09	18,881.27
29	07/07/2020	30	864.34	176.75	1,041.09	18,016.92
30	07/08/2020	31	866.81	174.28	1,041.09	17,150.11
31	07/09/2020	31	875.20	165.89	1,041.09	16,274.91
32	07/10/2020	30	888.74	152.35	1,041.09	15,386.17
33	07/11/2020	31	892.26	148.83	1,041.09	14,493.91
34	07/12/2020	30	905.41	135.68	1,041.09	13,588.50
35	07/01/2021	31	909.65	131.44	1,041.09	12,678.85

34	07/12/2020	30	905.41	135.68	1,041.09	13,588.50
35	07/01/2021	31	909.65	131.44	1,041.09	12,678.85
36	07/02/2021	31	918.45	122.64	1,041.09	11,760.40
37	07/03/2021	28	938.34	102.75	1,041.09	10,822.06
38	07/04/2021	31	936.41	104.68	1,041.09	9,885.65
39	07/05/2021	30	948.55	92.54	1,041.09	8,937.10
40	07/06/2021	31	954.64	86.45	1,041.09	7,982.46
41	07/07/2021	30	966.37	74.72	1,041.09	7,016.10
42	07/08/2021	31	973.22	67.87	1,041.09	6,042.87
43	07/09/2021	31	982.64	58.45	1,041.09	5,060.23
44	07/10/2021	30	993.72	47.37	1,041.09	4,066.51
45	07/11/2021	31	1,001.76	39.34	1,041.09	3,064.76
46	07/12/2021	30	1,012.40	28.69	1,041.09	2,052.35
47	07/01/2022	31	1,021.24	19.85	1,041.09	1,031.12
48	07/02/2022	31	1,031.12	9.97	1,041.09	0.00
TOTAL:			40,000.00	9,972.36	49,972.36	

The screenshot shows a Mercado Libre product listing for a 'Pelador De Choclos - Corn Threshing' machine. The product is priced at U\$S 15 and is described as 'Nuevo - 3 vendidos'. The listing includes a main image of the machine in use, a smaller thumbnail image on the left, and a sidebar with purchase options. The sidebar offers two payment methods: 'Pago a acordar con el vendedor' (Accepts bank deposit, cash) and 'Entrega a acordar con el vendedor' (Quito, Pichincha (Quito)). A quantity selector is set to 1, and a blue 'Comprar' button is visible.

mercado libre Regístrate Ingresar Vender



CORN THRESHING STRIPPING
Corn Threshing Stripping Round Corn Stripper
Thresher Kitchen Utensil Tool

Saca los granos del maíz fácilmente con esta práctica herramienta.

Descripción:

- Cuchillas de acero de alta calidad
- Material: Plástico
- Tamaño: los 12cm los 5cm

Pelador De Choclos - Cor...
 U\$S 15 Comprar

Formas de pago y entrega

Este vendedor ofrece:

- Efectivo
- Depósito bancario


Envío a acordar con el vendedor
 Ubicado en Quito (Pichincha, Quito)

[Conocer más sobre formas de pago y entrega](#)

mercado libre Regístrate Ingresar Vender

También puede interesarte: makita - plastificadora - juego de dados stanley - cepilladoras canteadoras - mascarara para soldar

[Volver al listado](#) | [Industrias y Oficinas](#) > [Otros](#) Compartir [Vender uno igual](#)



Nuevo - 6 vendidos

Empacadora Sacheteadora Líquidos

U\$S 7.500

- [Pago a acordar con el vendedor](#)
 Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)
- [Entrega a acordar con el vendedor](#)
 Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

¡Único disponible!

Comprar

mercado libre Regístrate Ingresar Vender

DESCRIPCIÓN:
 Máquina de llenado automática sirve para llenar líquidos de baja densidad y viscosidad, así como de alta viscosidad, tales como refrescos, leche, salsas, cremas. Aceites, etc.
 Fabricada en acero inoxidable 304A apta para la industria alimenticia, química y farmacéutica.

CARACTERÍSTICAS:

- Es una maquina muy fiable, precisa y rentable.
- Reduce considerablemente los costos de producción.
- Es una maquina muy versátil y adaptable a las necesidades del cliente.
- La máquina cuenta con elementos taiwaneses de primera calidad.

PARÁMETROS TÉCNICOS:
 Ancho de película 320-240mm
 Capacidad llenado 200-500ml
 Velocidad 1500 a 2000bolsas/h

Empacadora...
 U\$S 7.500 Comprar

Tarjeta de Crédito
 Efectivo
 Depósito bancario

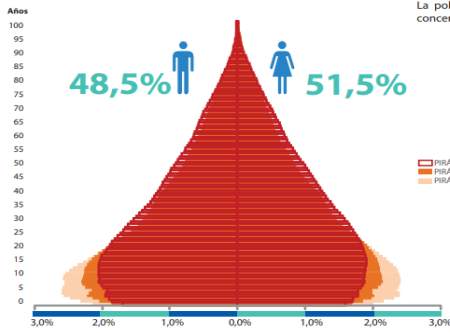
Envío a acordar con el vendedor
 Ubicado en Quito (Pichincha, Quito)

[Conocer más sobre formas de pago y entrega](#)

01

Estructura de la población

¿QUÉ EDAD TENEMOS LOS HAB. DE TUNGURAHUA?



La población de la provincia de Tungurahua, según el Censo del 2010, se encuentra concentrada principalmente en edades jóvenes.

Rango de edad	2001	%	2010	%
De 95 y más años	1.098	0,2%	398	0,1%
De 90 a 94 años	1.275	0,3%	1.207	0,2%
De 85 a 89 años	2.764	0,6%	3.163	0,6%
De 80 a 84 años	4.550	1,0%	5.612	1,1%
De 75 a 79 años	6.850	1,6%	7.867	1,6%
De 70 a 74 años	8.606	2,0%	10.581	2,1%
De 65 a 69 años	10.372	2,4%	13.675	2,7%
De 60 a 64 años	12.470	2,8%	15.761	3,1%
De 55 a 59 años	13.602	3,1%	18.951	3,8%
De 50 a 54 años	17.817	4,0%	21.629	4,3%
De 45 a 49 años	19.456	4,4%	26.371	5,2%
De 40 a 44 años	23.705	5,4%	28.966	5,7%
De 35 a 39 años	27.678	6,3%	32.874	6,5%
De 30 a 34 años	30.367	6,9%	37.189	7,4%
De 25 a 29 años	33.296	7,5%	42.233	8,4%
De 20 a 24 años	41.475	9,4%	45.622	9,0%
De 15 a 19 años	45.287	10,3%	49.701	9,8%
De 10 a 14 años	47.913	10,9%	49.194	9,7%
De 5 a 9 años	48.156	10,9%	48.391	9,6%
De 0 a 4 años	44.273	10,0%	45.198	9,0%
Total	441.034	100,0%	504.583	100,0%

¿CUÁNTOS SOMOS Y CUÁNTO HEMOS CRECIDO?

Tasa de Crecimiento Poblacional.

countrymeters.info/es/Ecuador

This website uses cookies to ensure you get the best experience on our website [More info](#)

2002	12 962 405	1.74 %
2003	13 180 828	1.69 %
2004	13 399 623	1.66 %
2005	13 622 439	1.66 %
2006	13 851 361	1.68 %
2007	14 086 485	1.70 %
2008	14 326 540	1.70 %
2009	14 569 455	1.70 %
2010	14 813 001	1.67 %
2011	15 055 986	1.64 %
2012	15 298 387	1.61 %
2013	15 540 403	1.58 %
2014	15 782 114	1.56 %
2015	16 023 640	1.53 %
2016	16 272 968	1.56 %
2017	16 526 175	1.56 %
2018	16 783 322	1.56 %