

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de emprendimiento
previo a la obtención del Título de Ingeniero de Empresas.**

**TEMA: “Creación de una Empresa productora de
semielaborados derivados de la papa china, en la
Provincia de Pastaza, Ciudad de Puyo”.**

AUTOR: Karol Lizbeth Pérez López

TUTOR: Eco. Mg. Luis Fabricio Lascano Pérez



AMBATO – ECUADOR

ABRIL/ 2017


APROBACIÓN DEL TUTOR

ECO. MG. LUIS FABRICIO LASCANO PÉREZ

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “Creación de una Empresa productora de semielaborados derivados de la papa china, en la Provincia de Pastaza, Ciudad de Puyo” presentado por la señorita Pérez López Karol Lizbeth para optar por el título de Ingeniero en Organización de Empresas, 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 sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 2 de febrero del 2017



ECO. MG. LUIS FABRICIO LASCANO PÉREZ
CI: 1803521945
DOCENTE-TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Pérez López Karol Lizbeth, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



PÉREZ LÓPEZ KAROL LIZBETH

C.I. 1600801581

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores 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.



f) _____

Ing. MBA. Iván Fernando Silva Ordoñez.

C.I. 1802490548



f) _____

Ing. MBA. Raúl Francisco Villalba Miranda.

C.I. 0500972369

Ambato, 10 de abril del 2017.

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 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 económica y se realice respetando mis derechos de autor.



PÉREZ LÓPEZ KAROL LIZBETH

C.I. 1600801581

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por brindarme sabiduría, fortaleza y perseverancia para culminar este proyecto, además por llenarme de bendiciones a lo largo de mi vida.

Agradezco especialmente a mi tutor y a mis profesores por contribuir con sus valiosos conocimientos, por su paciencia y por su cariño a lo largo de mi carrera estudiantil.

Mi eterno agradecimiento a mi querida madre por guiarme y apoyarme incondicionalmente en cada paso de mi vida. A mi hijo por entenderme y esperarme siempre con una sonrisa a pesar de sus días de soledad.

A mi familia por sus consejos y apoyo emocional durante el transcurso de mi carrera profesional.

Karol Lizbeth Pérez López

DEDICATORIA

Dedico este proyecto y todos mis logros a mis padres y mis hermanas por ser mi guía, por su apoyo incondicional, por ser un ejemplo de superación y su eterno amor.

También dedico especialmente al Amor de mi vida, mi hijo por ser mi razón de superación en cada una de mis situaciones difíciles.

Karol Lizbeth Pérez López

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDO

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	ii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA	vii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDO	viii
RESUMEN EJECUTIVO	xix
ABSTRACT.....	xx
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1. Definición del problema de la investigación.	1
1.1. Matriz FODA	1
1.1. 1. Análisis interno (PCI)	3
1.1.2. Análisis externo (POAM).....	4
1.2. Estrategias operacionales	5
1.2.2. Objetivos Estratégicos internos	6
1.2.3. Objetivos Estratégicos externos	6
1.3. Análisis del Problema	7
CAPÍTULO II	9
DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	9
2.1. Nombre del emprendimiento.....	9
2.2. Localización geográfica	9
2.2.1. Macro localización	9
2.2.2. Micro localización.....	9

2.3.	Justificación.....	10
2.4.	Objetivos	11
2.4.1	Objetivo general:.....	11
2.4.2	Objetivos específicos:	11
2.5.	Beneficiarios	12
2.6.	Resultados a alcanzar	13
CAPITULO III.....		14
ESTUDIO DE MERCADO		14
3.	Objetivos.....	14
3.1.	Descripción de producto, características y usos.....	14
3.1.1.	Segmentación de mercado.....	17
3.1.2.	Población y Muestra	20
3.1.3.	Encuesta.....	21
3.1.4.	Resultados de la encuesta	22
3.2.	Estudio de la demanda	34
3.2.1	Estudio de demanda en personas.....	34
3.2.2	Estudio de demanda en productos	35
3.3.	Estudio de la oferta.....	37
3.3.1	Estudio de la oferta en personas.....	37
3.3.2	Estudio de oferta en productos	38
3.3.3.	Análisis de la competencia.	39
3.4.	Mercado potencial para el proyecto	40
3.5.	Precios	41
3.6.	Canales de comercialización	41
3.7.	Canales de distribución	43
3.8.	Estrategias de Comercialización	44
3.8.1.	Producto	45

3.8.2. Precio.....	46
3.8.3. Plaza	46
3.8.4. Promoción.....	49
3.8.5. Análisis FODA	50
3.8.6. Ponderación de Matrices PCI- POAM	51
CAPÍTULO IV	54
ESTUDIO TÉCNICO	54
4.1. Tamaño del Emprendimiento.....	54
a) Factores determinantes del tamaño	54
b) Tamaño óptimo	55
4.2. Localización	56
4.2.1. Macro localización	58
4.2.2. Micro localización.....	58
4.3. Ingeniería del proyecto.....	60
a. Producto- Proceso.....	60
b. Balance de materiales.....	64
c. Diagrama de Flujo	70
d. Período operacional estimado de la planta	73
e. Capacidad de Producción.....	73
f. Distribución de máquinas y equipos (Lay-out).....	74
CAPÍTULO V	76
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	76
5.1. Aspectos Generales	76
Tabla 67: Información de la Empresa.	76
5.1.1 Eslogan y Logotipo	77
5.1.2. Misión	77
5.1.3. Visión	78

5.1.4. Valores	78
5.1.5. Matriz Axiológica	79
5.2. Diseño Organizacional	79
5.2.1 Niveles Jerárquicos	79
5.3. Estructura Organizativa.....	81
5.4. Estructura Funcional	82
5.5. Manual de Funciones	83
CAPITULO VI.....	87
ESTUDIO FINANCIERO	87
6.1. Inversiones en activos fijos tangibles.....	87
6.2. Inversiones en activos fijos intangibles.....	90
6.3. Inversiones en activos circulantes o capital de trabajo	91
6.4. Resumen de las Inversiones.	94
6.5. Financiamiento.....	95
6.6. Plan de Inversiones.	96
6.7. Presupuesto de Gastos e Ingresos	96
6.7.1. Situación financiera actual	103
6.7.2. Situación financiera proyectada	104
6.7.3. Presupuesto de ingresos	105
6.7.4. Estado de resultados proyectados.....	106
6.7.5. Flujo de caja.....	107
6.8. Punto de equilibrio.....	109
6.9. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos.	111
6.10. Valor presente neto o valor actual neto (VAN)	112
6.11. Indicadores Financieros	113
6.12. Tasa beneficio – costo.....	115
6.13. Periodo de recuperación de la inversión.	116

6.14. Tasa interna de retorno.....	116
6.15. Análisis de sensibilidad.....	117
CAPITULO VII	124
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	124
7.1 Conclusiones	124
7.2 Recomendaciones.....	125
8. Referencias bibliográficas.....	126
ANEXOS.....	130
ANEXO N°1.- ENCUESTA PROBLEMA	130
ANEXO N°2.- ENCUESTA PILOTO	132
ANEXO N°3.- ENCUESTA GENERAL	134
ANEXO N°4.- PRODUCCIÓN DE HARINA	136
ANEXO N°5.- TABLA DE AMORTIZACIÓN	141

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz FODA	2
Tabla 2: Matriz de Evaluación Interna del FODA.	3
Tabla 3: Matriz de Evaluación Externa del FODA.	4
Tabla 4: Estrategias operacionales.	5
Tabla 5: Beneficiarios	12
Tabla 6: Composición química de 100 gr. De papa china de porción comestible.	15
Tabla 7: Producto	16
Tabla 8: Segmentación de Mercado.	17
Tabla 9: Proyección.....	17
Tabla 10: Proyección.....	18
Tabla 11: Proyección.....	18
Tabla 12: Proyección.....	18
Tabla 13: Proyección.....	19
Tabla 14: Segmentación de Mercado Proyectada.	19
Tabla 15: Productos Amazónicos como alternativa de alimentación.	22
Tabla 16: Productos vegetales amazónicos de mayor agrado.	23
Tabla 17: Preparación de Productos derivados Papa china.....	24
Tabla 18: Disposición de adquirir productos	25
Tabla 19: Precio	26
Tabla 20: Relleno	27
Tabla 21: Frecuencia de consumo.....	28
Tabla 22: Lugar que les gustaría encontrar el producto.	29
Tabla 23: Presentación	30
Tabla 24: Aspecto de consideración de compra.....	31
Tabla 25: Inconveniente que no le motivaría a adquirir los productos.....	32
Tabla 26: Medios publicitarios.....	33
Tabla 27: Estudio de demanda en personas	34
Tabla 28: Demanda Proyectada	34
Tabla 29: Demanda Proyectada en productos.....	35
Tabla 30: Demanda Proyectada en productos.....	36
Tabla 31: Oferta en personas.....	37
Tabla 32: Oferta proyectada en personas.....	37

Tabla 33: Oferta proyectada en productos	38
Tabla 34: Oferta proyectada en productos	38
Tabla 35: Análisis de la competencia.....	39
Tabla 36: Demanda potencial insatisfecha.....	40
Tabla 37: Precio	41
Tabla 38: 4P	45
Tabla 39: FODA.....	50
Tabla 40: Tabla de Valorización Impacto.....	51
Tabla 41: Ponderación de Matrices PCI.....	51
Tabla 42: Ponderación de Matrices POAM	52
Tabla 43: Estrategias operacionales.....	53
Tabla 44: Demanda Potencial Insatisfecha Real	55
Tabla 45: Tabla de Valorización Impacto.....	56
Tabla 46: Matriz de Localización por Puntos Ponderados.....	57
Tabla 47: Macro localización.....	58
Tabla 48: Micro localización	58
Tabla 49: Proceso de producción de la harina.	60
Tabla 50: Proceso de producción de las empanadas.....	62
Tabla 51: Materia prima (HARINA DE PAPA CHINA)	64
Tabla 52: Materiales Indirectos de fabricación	64
Tabla 53. Materiales Indirectos de fabricación	65
Tabla 54: Insumos	66
Tabla 55: Utensilios de cocina	66
Tabla 56: Utensilios de cocina	67
Tabla 57: Máquinas.....	67
Tabla 58: Equipos de cocina	68
Tabla 59: Equipos de cocina	68
Tabla 60 Equipos y Software	69
Tabla 61: Muebles y enseres	69
Tabla 62: Simbología	70
Tabla 63: Proceso de producción de la harina.	71
Tabla 64: Proceso de producción de las empanadas.....	72
Tabla 65: Capacidad de producción.....	73

Tabla 66: Simbología	74
Tabla 67: Información de la Empresa	76
Tabla 68: Matriz axiológica	79
Tabla 69: Niveles Jerárquicos	80
Tabla 70: Terreno e infraestructura	87
Tabla 71: Maquinaria	87
Tabla 72: Equipo de cocina (harina de papa china)	88
Tabla 73: Equipo de cocina (empanadas de papa china)	88
Tabla 74: Muebles y enseres	88
Tabla 75: Utensilios de cocina	89
Tabla 76: Equipo de cómputo	89
Tabla 77: Resumen de activo fijo	90
Tabla 74: Inversión activos intangibles	91
Tabla 75: Activos circulantes	93
Tabla 80: Resumen de las inversiones	94
Tabla 81: Financiamiento	95
Tabla 82: Instituciones financieras	95
Tabla 83: Plan de inversiones	96
Tabla 84: Materia prima	96
Tabla 85: Insumos	97
Tabla 86: Suministros básicos	97
Tabla 87: Cargos de depreciación	97
Tabla 88: Cargos de amortización	98
Tabla 89: Sueldos operativos	98
Tabla 90: Materiales indirectos	98
Tabla 91: Mantenimiento maquinaria y equipo	98
Tabla 92: Costo indirecto de fabricación	99
Tabla 93: Resumen de costo de producción	99
Tabla 94: Personal administrativo	99
Tabla 95: Servicios básicos	100
Tabla 96: Suministros de oficina	100
Tabla 97: Útiles de oficina	100
Tabla 98: Resumen Costo Administrativo	101

Tabla 99: Personal de ventas.....	101
Tabla 100: Transporte de producto terminado	101
Tabla 101: Resumen de costo de ventas	101
Tabla 102: Monto financiamiento.....	102
Tabla 103: Resumen de costos.....	102
Tabla 104: Balance general.....	103
Tabla 105: Balance General Proyectado	104
Tabla 106: Ingresos	105
Tabla 107: Estado de resultados.....	106
Tabla 108: Flujo de Caja.....	108
Tabla 109: Punto de equilibrio.....	109
Tabla 110: TMAR1	112
Tabla 111: TMAR2	112
Tabla 112: Análisis de sensibilidad Flujo de Caja Optimista	118
Tabla 113: Análisis de sensibilidad Flujo de Caja Pesimista.....	121
Tabla 114: Resumen de análisis de sensibilidad	123

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1: Pregunta 1	22
Ilustración 2: Pregunta 2	23
Ilustración 3: Pregunta 3	24
Ilustración 4: Pregunta 4	25
Ilustración 5: Pregunta 5	26
Ilustración 6: Pregunta 6	27
Ilustración 7: Pregunta 7	28
Ilustración 8: Pregunta 8	29
Ilustración 9: Pregunta 9	30
Ilustración 10: Pregunta 10	31
Ilustración 11: Pregunta 11	32
Ilustración 12: Pregunta 12	33
Ilustración 13: Demanda Proyectada en personas.....	35
Ilustración 14: Demanda Proyectada en productos.....	36
Ilustración 15: Oferta Proyectada en personas.....	37
Ilustración 16: Demanda proyectada en productos.....	39
Ilustración 17: Demanda Proyectada en productos.....	40
Ilustración 18: Canal de distribución.....	43
Ilustración 19: Presentación del producto.....	46
Ilustración 20: Vallas publicitarias.....	47
Ilustración 21: Ferias.....	47
Ilustración 22: Facebook.....	48
Ilustración 23: Puesto de degustación.....	48
Ilustración 24: Propaganda.....	49
Ilustración 25: Demanda Potencial Insatisfecha Real.....	56
Ilustración 26: Macro localización.....	58
Ilustración 27: Micro localización.....	59
Ilustración 28: Distribución espacio físico.....	75
Ilustración 29: Logotipo.....	77
Ilustración 30: Organigrama Estructural.....	81

Ilustración 31: Organigrama Funcional	82
Ilustración 32: Manual de Funciones	83
Ilustración 33: Manual de Funciones	84
Ilustración 34: Manual de Funciones	85
Ilustración 35: Manual de Funciones	86
Ilustración 36: Punto de equilibrio	110

ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1 Inventario	91
Ecuación 2 Lote económico	91
Ecuación 3 Cuentas por cobrar	92
Ecuación 4 Tasa circulante.....	93
Ecuación 5 Capital de trabajo	94
Ecuación 6 Inversión inicial.....	94
Ecuación 7 Punto de equilibrio en unidades monetarias.....	109
Ecuación 8 Punto de equilibrio en unidades de producción	110
Ecuación 9 Tasa mínima aceptable de rendimiento.....	111
Ecuación 10 Tasa mínima aceptable de rendimiento 2	111
Ecuación 11 Valor actual neto 1	112
Ecuación 12 Valor actual neto 2	113
Ecuación 13 Liquidez circulante	114
Ecuación 14 Prueba ácida	114
Ecuación 15 Razón efectivo.....	114
Ecuación 16 Tasa de deuda	115
Ecuación 17 Rentabilidad	115
Ecuación 18 Tasa Beneficio - costo	116
Ecuación 19 Periodo de recuperación de la inversión	116
Ecuación 20 Tasa interna de retorno	117

RESUMEN EJECUTIVO

En presente proyecto de emprendimiento se idealiza la creación de la Empresa “Delicias Amazónicas” la cual estará dedicada a la elaboración de productos semielaborados derivados de la papa china, ubicada en la Provincia de Pastaza, Ciudad de Puyo.

Los productos que se desarrollarán en la empresa “Delicias Amazónicas” serán la harina de papa china y las empanadas semielaboradas de este tubérculo. La elaboración de estos permitirá aprovechar el exceso de oferta del tubérculo, permitiendo la generación de fuentes de empleo para las organizaciones dedicadas al cultivo de papa china y personas especializadas en transformarlo. Se comercializará las empanadas de papa china un producto de alta calidad y con altos beneficios nutricionales al consumidor final. Además, con este proyecto se aspira contribuir e involucrarse a los ejes en los que se basa la Agenda Zonal y a los objetivos plasmados por el Estado.

El estudio de mercado nos permitió enfocarnos a nuestro mercado objetivo siendo este la población económicamente activa en ocupación plena de la provincia de Pastaza, a los mismos que se realizó una encuesta para poder analizar e interpretar sus gustos y preferencias, además de esto se logró analizar numéricamente la oferta y la demanda, DPI real y fijar estrategias de comercialización.

En el estudio técnico mediante el método cualitativo por puntos el lugar estratégico para la ubicación de la empresa y a su vez determinar los factores y materiales que se involucran en el proceso de los productos y mediante el estudio financiero pudimos conocer la factibilidad y rentabilidad del proyecto.

Palabras claves:

Emprendimiento, Semielaborados, Comercialización, Industria Alimentaria, Papa china.

ABSTRACT

In this project of entrepreneurship, the creation of the company "Delicias Amazónicas", which will be dedicated to the elaboration of semi-processed products derived from the Chinese potato, idealized, will be located in the Province of Pastaza, Puyo City,

The products that will be developed in the company "Delicias Amazónicas" will be the flour of Chinese potato and the empanadas of this tuber. The elaboration of these will allow to take advantage of the excess supply of the tuber, allowing the generation of employment sources for the organizations dedicated to the cultivation of Chinese potato and people specialized in transforming it. Chinese potato empanadas will be marketed as a high-quality product with high nutritional benefits to the final consumer. In addition to this project, it is hoped to contribute and get involved in the axes on which the Zonal Agenda is based and the objectives established by the State.

The market study allowed us to focus on our target market being this the economically active population in full occupation of the province of Pastaza, the same that a survey was conducted to be able to analyze and interpret their tastes and preferences, in addition to this was able to analyze Numerically supply and demand, REAL DPI and set marketing strategies.

In the technical study by means of the qualitative method by points the strategic place for the location of the company and in turn determine the factors and materials that are involved in the process of the products and through the financial study we were able to know the feasibility and profitability of the project.

Key words:

Business, Semi-finished, Commercialization, Food industry, Chinese potato

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1. Definición del problema de la investigación.

1.1. Matriz FODA

El primer instrumento estratégico que aparece es la matriz FODA. Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. La misma que permite relacionar las fortalezas y debilidades de la empresa con las oportunidades y amenazas del ambiente, con el objetivo de elaborar un diagnóstico que ubique a la organización en una de cuatro posiciones posibles ya sea expansión, diversificación, reposicionamiento o liquidación. (Dvoski, 2013, pág. 178)

El análisis FODA se hace mediante la elaboración de una matriz de doble entrada: en el eje de las coordenadas se ubica el componente externo de la institución (amenazas y oportunidades) y en el eje de las abscisas se ubica el componente interno (debilidades y fortalezas). Identificados estos elementos externos e internos, luego de un análisis de confiabilidad, se pueden establecer unas líneas gruesas de carácter estratégico para la institución. (Dvoski, 2013, pág. 78)

Es como si se tomara una “radiografía” de una situación puntual de lo particular que se esté estudiando. Las variables analizadas y lo que ellas representan en la matriz son particulares de ese momento. Luego de analizarlas, se deberán tomar decisiones estratégicas para mejorar la situación actual en el futuro. (Bonta & Farber, 2012)

Para el planteamiento del problema se realizó un análisis FODA de acuerdo a los factores tanto internos como externos del entorno que involucran a la creación de la empresa.

Tabla 1: Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Producto 100% natural sin pesticidas. • Bajo costo de materia prima. • Personal calificado con conocimientos gastronómicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuir a la generación de fuentes de trabajo. • Excesiva Oferta del cultivo de la papa china de productores minoristas y mayoristas. • Apoyo del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca los cuales controlan el proceso de producción de la papa china.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Limitada comercialización de productos semielaborados derivados de la papa china. • Escases de recursos económicos. • Escases de tecnología. 	<ul style="list-style-type: none"> • Posibles empresas entrantes. • Incremento de nuevos productos similares. • El Calentamiento global y cambio climático y se provoque una sequía en el cultivo de la papa china.

Elaborado por: Pérez Karol

1.1.1. Análisis interno (PCI)

Matriz de Evaluación Interna del FODA

Tabla 2: Matriz de Evaluación Interna del FODA.

FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERADO
FORTALEZAS			
Producto 100% natural, sin pesticidas.	0,20	3	0,60
Costos bajos de Materia prima.	0,15	2	0,30
Personal calificado con conocimientos gastronómicos.	0,20	3	0,60
DEBILIDADES			
Limitada comercialización de productos semielaborados derivados de papa china.	0,15	2	0,30
Escases de Recursos económicos.	0,20	3	0,60
Escases de Tecnología.	0,10	1	0,10
TOTAL	1,00		2,50

Elaborado por: Pérez Karol

Análisis:

La sumatoria de evaluación interna nos proyecta resultados de 2,50 lo que nos quiere decir que las fortalezas están sobre el promedio de la escala de valorización y son mayores a las debilidades, por tanto, se deberá aprovechar estos factores para elaborar un producto que impacte a la sociedad y se posicione en la mente del consumidor .

1.1.2. Análisis externo (POAM)

Matriz de Evaluación Externa del FODA

Tabla 3: Matriz de Evaluación Externa del FODA.

FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERADO
OPORTUNIDADES			
Generación de fuentes de empleo	0,15	2	0,30
Exceso de oferta del tubérculo.	0,20	3	0,60
Apoyo Institucional (MAGAP).	0,20	3	0,60
AMENAZAS			
Posibles empresas entrantes.	0,15	2	0,30
Incrementos de productos similares.	0,10	1	0,10
Calentamiento global.	0,20	3	0,60
TOTAL	1		2,50

Elaborado por: Pérez Karol

Análisis:

La sumatoria de evaluación externa nos proyecta resultados de 2,50 lo que nos quiere decir que las oportunidades están sobre el promedio de la escala de valorización ya que estas son mayores a las amenazas, por tanto, se deberá aprovechar estos factores para mantener a la vanguardia un producto innovador en el mercado.

1.2. Estrategias operacionales

Tabla 4: Estrategias operacionales.

<h1>FODA</h1>	<p>F1. Producto 100% natural. F2. Bajo costo de materia prima. F3. Personal calificado con conocimientos gastronómicos.</p>	<p>D1. Limitada comercialización de derivados de papa china. D2. Escases de recursos económicos. D3. Escases de tecnología.</p>
<p>O1. Generación de fuentes de empleo. O2. Exceso de oferta del cultivo de papa china. O3. Apoyo Institucional. (MAGAP)</p>	<p>F1- F2-O1- O2.- Introducir un producto natural e innovador al mercado para incentivar el consumo de un producto ancestral permitiendo la generación de empleos a las personas de la zona que se encargaran de transformar el mismo. F3-O3.- Aprovechar el apoyo institucional con la finalidad que el personal asista a constantes actualizaciones de conocimientos.</p>	<p>F1- F2-A1-A2.- Mantener el mejoramiento continuo en los productos y personal, para reducir al máximo la competencia desleal y aparición de nuevas empresas. F3- A3.- Buscar personal adecuado para prevenir y tomar acciones sobre un posible calentamiento global que afecte al cultivo de Papa china.</p>
<p>A1. Empresas entrantes. A2. Productos similares. A3. Calentamiento Global y cambio climático.</p>	<p>D1-O1-O2.O3.- Posicionar el producto étnico en la mente del consumidor. D2-D3.- Aprovechar el apoyo Institucional y buscar planes de financiamiento para así cubrir las necesidades de la empresa.</p>	<p>D1-A1-A2.- Implementar planes de promoción y publicidad para evitar el ingreso de nuevas empresas y productos similares. D2-D3-A3.- Buscar fuentes de financiamiento para abastecer y precaver a la empresa en lo necesario para evitar ser afectados por nuevas leyes y eventos catastróficos naturales.</p>

Elaborado por: Pérez Karol

1.2.2. Objetivos Estratégicos internos

- Incentivar a la población el consumo de un producto ancestral e informar de sus beneficios nutricionales.
- Introducir un producto étnico e innovador al mercado a bajo costo.
- Capacitar continuamente al personal con la finalidad de estar actualizados en las tendencias gastronómicas.

1.2.3. Objetivos Estratégicos externos

- Generar fuentes de empleo para disminuir los niveles de pobreza, contribuyendo a la generación de fuentes de trabajo en la zona.
- Aprovechar el apoyo de las Instituciones encargadas del proceso de producción de papa china para garantizar un producto de calidad.
- Mantener la mejora continua del producto para salvaguardar y asegurar la fidelidad de los clientes.
- Diseñar un plan de capacitación de actualización de conocimientos con las instituciones que brindan apoyo.
- Posesionar el producto en la mente del consumidor a través de estrategias comerciales.

1.3. Análisis del Problema

Según el análisis de los factores del entorno que se involucran en el lugar de implementación de la empresa se precisa la existencia de un tubérculo 100% natural sin pesticidas el mismo que no requiere de un control excesivo en su producción debido a que este se da sin ninguna dificultad por las ventajas comparativas que presenta la zona, además que gracias al apoyo del MAGAP los agricultores son capacitados constantemente sobre el suelo adecuado de siembra y evitación de problemas en cuanto a cambios climáticos y problemas catastróficos naturales que puedan intervenir en la siembra de su cultivo.

De acuerdo a una investigación exploratoria realizada a los diferentes agricultores dedicados al cultivo de papa china se puede constatar la excesiva oferta del cultivo de este tubérculo a pesar de que este es un producto de bajo costo, estos muchas de las veces no tienen un destino fijo donde puedan deshacerse de todo su sembrío y es por esto que éste se desperdicia y llega a deteriorarse.

Éste tubérculo es de cultura neolítica muy primitiva, el desconocimiento de la existencia de este tubérculo beneficioso y la inadecuada iniciativa de transformación con valor agregado del mismo dificulta la comercialización de los mismos y de sus derivados.

La inexistencia de empresas dedicadas a transformar este tubérculo en productos semielaborados en la provincia de Pastaza es notable debido a que las personas no cuentan con recursos económicos ni recursos tecnológicos para emprender.

Por tanto, la investigación propone la implementación de una empresa que elabore productos alimenticios semielaborados con este tubérculo con la finalidad de aprovechar sus propiedades y sus beneficios, fomentando el consumo y el uso de la papa china a través de la producción y comercialización de productos alimenticios innovadores a un precio accesible para el consumidor.

Además de esto se pretende generar fuentes de empleo a personas con conocimientos gastronómicos capaces de transformar este tubérculo con valor agregado y a su vez adquirir parte de su cultivo a las Organizaciones Jurídicas dedicadas al cultivo de papa china, tales como: “Asociación de Productores de papa china Teniente Hugo Ortiz, Asociación Nueva Esperanza, Asociación Sumak Kausay y Asociación de Productores

de Papa china el Triunfo”, (GADPPz, 2014). Concibiendo así que los ingresos que se generen dentro de esta provincia ayude a mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Alineando así el emprendimiento los con objetivos plasmados por el Estado; “Objetivo 4: Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía; Objetivo 5 Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad y Objetivo 9 Garantizar el trabajo digno en todas sus formas”. (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013- 2017)

CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

2.1. Nombre del emprendimiento

Creación de la Empresa “Delicias Amazónicas” productora de semielaborados derivados de la papa china, en la Ciudad de Puyo, Provincia de Pastaza,

2.2. Localización geográfica

2.2.1. Macro localización

Esta empresa estará ubicada en el Ecuador, en la región Amazonia la misma que pertenece geográficamente a la zona 3; exactamente en la Provincia de Pastaza siendo esta la más grande de esta zona con una extensión de 29.520 km². Posee un clima cálido y húmedo con una temperatura que varía entre los 18 °C y 24 °C.

2.2.2. Micro localización

La capital de la provincia de Pastaza es la ciudad de Puyo la misma que es afortunada por sus recursos naturales y por la gran diversidad de rutas silvestres (cacao, caña, plátano, naranjilla, yuca, papa china, cae, te, entre otros); esta empresa se ubicará en el barrio las Américas km 4 de la vía al Tena ya que ahí se encuentra una gran cantidad de productores de papa china las mismas que por su cercanía disminuirá el costo de la materia prima; generando así el desarrollo socioeconómico del barrio y de la Provincia.

2.3. Justificación

El Ecuador es un país que posee 24 provincias, único por su enorme biodiversidad, su clima tropical húmedo, flora, fauna, su variedad de etnias, sus tierras fértiles y su gente trabajadora; los ecuatorianos ejercían la agricultura desde sus primicias, pues gracias a este factor sobrevivían, sus principales cultivos fueron: la palma africana, caña de azúcar, papa china, cacao, plátano, café, papa china, cebada, maíz, hortalizas, maíz, entre otros.

(Caicedo, 2016)

Una reseña sobre el uso de tubérculos de papa china colocasia esculenta conservados en forma de ensilaje para alimentar cerdos. *REDVET. Volumen (15 N° 01)*. Recuperado el 06 de junio de 2016 de <http://www.veterinaria.org/revistas/redvet/n010114/011401.pdf>.

“La papa china Colocasia esculenta, conocida como; malanga, taro, ocumo chino en dependencia al lugar donde se encuentre; sus tubérculos, hojas y peciolos son comestibles tanto para el hombre así como también para los animales, es fácil de cultivar y muy resistente al ataque de plagas y enfermedades, sus tubérculos pueden ser fácilmente almacenados en el suelo sin sufrir daños, poseen un buen contenido de almidón rápidamente digerible debido a su pequeño tamaño; además de su alto contenido de almidón, los tubérculos tienen mayor contenido de calcio, magnesio, potasio, zinc, hierro, proteína y aminoácidos que otras raíces y tubérculos tropicales.”

La zona 3 posee capacidades productivas, ambientales, manufactureras y energéticas ya cuenta con una biodiversidad exuberante, climas favorables y un suelo productivo; por tanto, hace de este un lugar privilegiado por ser uno de las mayores sedes socioeconómicas del Ecuador.

En Pastaza las actividades que caracterizan a esta provincia son la ganadería, pesca, agricultura y turismo; el entorno favorece para que todas estas actividades se alineen a generar ingresos y así se pueda lograr mejorar la calidad de vida de los habitantes, destacándose en la agricultura la producción de papa china desde el año 2008, a pesar

de que esta no es propia de la Amazonia y es introducida; esta se multiplica en altos volúmenes de producción presentando alta calidad.

Según la investigación exploratoria realizada a las diferentes Organizaciones Jurídicas dedicadas al cultivo de la papa china nos revelan que la Provincia de Pastaza produce un total de 7700 quintales mensuales; de los cuales clasifican para exportación como condición de que estas pesen 8 gr y tengan una forma circunferencial siendo este el 60,64% y existe un rechazo de 39,36% del total de la cosecha que es destinado a consumo local y engorde de animales.

Cabe recalcar que existen agricultores no formalizados que cultivan este tubérculo en grandes cantidades por lo que se da un exceso de oferta de este cultivo debido a que en la Provincia no existen suficientes Centros de Acopio para estos minoristas donde ellos puedan comercializar sus productos y deshacerse de todo su cultivo, al contrario, ellos venden independientemente y otro porcentaje se deteriora.

Es por esto que se idealiza en la creación de una Empresa de emprendimiento que genere productos semielaborados a base de productos endémicos de la Amazonía Ecuatoriana, por tanto, se pretende aprovechar la oportunidad de utilizar este tubérculo con personas capaces de transformarlo.

2.4.Objetivos

2.4.1 Objetivo general:

- Crear una empresa productora de semielaborados derivados de la papa china, en la Ciudad de Puyo.

2.4.2 Objetivos específicos:

- Fundamentar teóricamente el cultivo y proceso del tubérculo denominado papa china en la Ciudad de Puyo.
- Realizar un estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y financiero para garantizar su factibilidad y lograr un posicionamiento de los productos en el mercado.
- Proponer la creación de una empresa productora de semielaborados derivados de la papa china, en la Ciudad de Puyo.

2.5. Beneficiarios

Tabla 5: Beneficiarios

GRUPO DE INVOLUCRADOS	INTERÉS	BENEFICIOS
Agricultores	<ul style="list-style-type: none"> • Elevar su nivel de vida • Diversificar su mercado a través de la comercialización de productos semielaborados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento económico de sus familias. • Generación de plazas de empleo.
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacer sus gustos y preferencias. • Adquirir productos derivados de la papa china de valor nutricional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alimentarse sanamente y disfrutar de los beneficios y propiedades de la papa china.
Promotora	<ul style="list-style-type: none"> • Factibilidad del proyecto. • Generación de empleo en su entorno. 	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficio social para sectores vulnerables de la Provincia. • Obtener título.
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Suministrar materia prima y los materiales para ejecutar el proceso de producción. 	<ul style="list-style-type: none"> • Producir productos de calidad y lograr posicionarlos en el mercado.
Personal	<ul style="list-style-type: none"> • Generar empleos para disminuir los niveles de pobreza en la zona. 	<ul style="list-style-type: none"> • Concebir la generación de ingresos para mejorar la calidad de vida de los habitantes de la zona.

Fuente: Investigación exploratoria.

Elaborado por: Pérez Karol

2.6. Resultados a alcanzar

- Implementar una empresa sólida, estable, con precios accesibles y productos de calidad.
- Desarrollar un producto que aproveche al máximo los recursos naturales con los que cuenta la ciudad, satisfaciendo las necesidades de los consumidores y se favorezcan con sus beneficios y propiedades de este tubérculo.
- Cubrir el mercado objetivo cumpliendo con los estándares de calidad y tecnología de punta.
- Ser una empresa reconocida y líder en el mercado puesto que existen escasas empresas dedicadas a fabricación de productos semielaborados de papa china en la ciudad de Puyo.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3. Objetivos

Objetivo general

Determinar la factibilidad de la creación de una Empresa productora de semielaborados derivados de la papa china, Ciudad de Puyo, Provincia de Pastaza.

Objetivos específicos

- Definir el producto a realizar para conocer todos sus componentes, beneficios y propiedades.
- Analizar la oferta y la demanda para saber que acogida tendrá el producto.
- Realizar un análisis de precios.

3.1. Descripción de producto, características y usos.

El objeto de la producción es obtener uno o varios productos, sean bienes o servicios. Estos productos deberán ajustarse al máximo a las necesidades y requerimientos de los consumidores reales y potenciales del sistema productivo donde se obtienen. (Lluís , 2013, pág. 23)

Dentro de la familia de las Aráceas vegetan varias especies que se cultivan en el aprovechamiento de sus raíces comestibles y sus hojas. Entre estas tenemos al Eddoes (colocasia esculenta); conocida como taro, malanga, *papa china*, ocumo, entre otros. Las poblaciones silvestres existentes todavía en la India hacen pensar que su origen pudo tenerlo allí, o en algún otro lugar de Asia, tal vez china o Indochina. De algún país asiático desde la antigüedad pudo extenderse el cultivo (una vez domesticada la planta) a las diversas Islas del Pacífico. Desde nueva Zelanda a Hawái y de Japón-Filipinas. Hacia áreas mediterráneas pudo llegar de la mano de los egipcios o sirios y en África, donde se conoció siglos más tarde, pudo hacerse presente por medio de navegantes orientales; su cultivo en América se inició a principios del siglo XV. (Díaz, 2004, pág. 66)

Conviene tener presente que Eddoes (*antiquorum*) y Dasheens (*esculenta*) son variedades del Taro y pertenecen a la “Colocasia Esculenta”, todos los tubérculos y raíces de esta planta son colores marrones, peludos y redondos en su forma; su color de carne puede ser blanco nieve y en algunos tipos se puede encontrar rosado amarillento, es muy digestiva y su sabor es parecido a la de la patata. Estas plantas son de fácil cultivo y rápido crecimiento, pudiendo ofrecer un alto rendimiento económico a muy corto plazo. (Díaz, 2004, pág. 68). La papa china se identifica por contener diferentes propiedades entre estas:

Tabla 6: Composición química de 100 gr. De papa china de porción comestible.



COMPOSICIÓN QUÍMICA DE 100 GR. DE PAPA CHINA DE PORCIÓN COMESTIBLE (USO HUMANO)			
COMPOSICIÓN	UNIDAD	CORMELO CRUDO	CORMELO COCINADO
Humedad	G	71.9	72
Proteína	G	2.5	2.0
Grasa	G	0.8	0.2
Carbohidratos	G	23.8	25.7
Fibra	G	0.6	0.4
Cenizas	G	1.2	0.7
Ca.	mg	22.0	26.0
P.	mg	71.0	32.0
Fe.	mg	0.9	0.6
Vitamina A	mcg-meq	3	
Titamina	Mg	0.12	0.08
Riboflavina	Mg	0.02	0.01
Niacina	Mg	0.06	0.4
Ácido Ascórbico	Mg	6	
Energía	Mcal/Kg	3808	3892

Fuente: (“Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela”, 2012)

En la Empresa “Delicias Amazónicas” se pretende realizar dos tipos de semielaborados derivados de la papa china tales como son la harina de papa china y como producto final las empanadas semielaboradas.

La harina de papa china es un producto que se consigue del secado y molido del tubérculo, es por esto que además de poseer una gran composición química sirve como suplemento de la harina de trigo es por esto que se idealiza ocupar esta harina y transformar a empanadas semielaboradas.

Tabla 7: Producto

PRODUCTOS SEMIELABORADOS DERIVADOS DE LA PAPA CHINA			
CARACTERÍSTICAS	PROPIEDADES Y ATRIBUTOS	USOS	CLASIFICACIÓN
Serán productos semielaborados para que las personas que no disponen de tiempo ni saben cómo prepararlos solo tengan que freírlos y consumirlos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. El tubérculo con que se realizará los productos son 100% natural, sin pesticidas. 2. Los productos serán rellenos de queso. 3. Serán totalmente garantizados. 4. Tendrán alto grado de control de seguridad e higiene. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se podrá utilizar estos productos para degustar con café, agua aromática, entre otras. 	Se pretende realizar la harina de papa china para transformarlo en un producto final que serán las empanadas rellenas de queso listas para freír.

Fuente: Investigación.
Elaborado por: Pérez Karol

3.1.1. Segmentación de mercado

La segmentación del mercado es un proceso encaminado a la identificación de aquellos consumidores con necesidades homogéneas a fin de que resulte posible establecer para cada grupo una oferta comercial diferenciada, orientada de un modo específico hacia las necesidades, intereses y preferencias de los consumidores que componen ese grupo o segmento. (Munuera, 2012, pág. 79). Para determinar nuestra segmentación de mercado se tomó en cuenta las siguientes variables:

Tabla 8: Segmentación de Mercado.

VARIABLE DE SEGMENTACIÓN	VARIABLE	NÚMERO DE HABITANTES	FUENTE
Geográficas	Región Amazónica	613.339	INEC (Censo de Población y Vivienda 2010)
Geográficas	Provincia Pastaza	83.933	INEC (Censo de Población y Vivienda 2010)
Geográficas	Población Urbana (Pastaza)	36.927	INEC (Censo de Población y Vivienda 2010)
Demográficas	Población Económicamente Activa (Pastaza)	33.266	INEC (Censo de Población y Vivienda 2010)
Demográficas	Ocupación plena (70% del PEA)	23.286	INEC (Censo de Población y Vivienda 2010)

Fuente: INEC censo 2010.

Elaborado por: Pérez Karol.

Tabla 9: Proyección.

PROYECCIÓN POBLACIONAL DE LA REGIÓN AMAZÓNICA			
AÑO	DATOS	TCP (Tasa de crecimiento poblacional)	ICP (Incremento poblacional)
2.010	613.339	3,33%	-
2.011	633.763	3,33%	20.424
2.012	654.868	3,33%	21.104
2.013	676.675	3,33%	21.807
2.014	699.208	3,33%	22.533
2.015	722.491	3,33%	23.284
2.016	746.550	3,33%	24.059

Fuente: Proyección censo poblacional 2010.

Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 10: Proyección.

PROYECCIÓN POBLACIONAL PROVINCIA DE PASTAZA			
AÑO	DATOS	TCP (Tasa de crecimiento poblacional)	ICP (Incremento poblacional)
2.010	83.933	3,41%	-
2.011	86.795	3,41%	2.862
2.012	89.755	3,41%	2.960
2.013	92.815	3,41%	3.061
2.014	95.980	3,41%	3.165
2.015	99.253	3,41%	3.273
2.016	102.638	3,41%	3.385

Fuente: Proyección censo poblacional 2010.

Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 11: Proyección.

PROYECCIÓN POBLACIONAL URBANA DE LA PROVINCIA DE PASTAZA			
AÑO	DATOS	TCP (Tasa de crecimiento poblacional)	ICP (Incremento poblacional)
2.010	36.927	4,90%	-
2.011	38.736	4,90%	1.809
2.012	40.635	4,90%	1.898
2.013	42.626	4,90%	1.991
2.014	44.714	4,90%	2.089
2.015	46.905	4,90%	2.191
2.016	49.204	4,90%	2.298

Fuente: Proyección censo poblacional 2010.

Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 12: Proyección.

PROYECCIÓN POBLACIONAL PEA DE LA PROVINCIA DE PASTAZA			
AÑO	DATOS	TCP (Tasa de crecimiento poblacional)	ICP (Incremento poblacional)
2.010	33.266	2,52%	-
2.011	34.104	2,52%	838
2.012	34.964	2,52%	859
2.013	35.845	2,52%	881
2.014	36.748	2,52%	903
2.015	37.674	2,52%	926
2.016	38.624	2,52%	949

Fuente: Proyección censo poblacional 2010.

Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 13: Proyección.

PROYECCIÓN POBLACIONAL CON OCUPACIÓN PLENA			
AÑO	DATOS	TCP (Tasa de crecimiento poblacional)	ICP (Incremento poblacional)
2.010	23.286	2,52%	-
2.011	23.873	2,52%	587
2.012	24.474	2,52%	602
2.013	25.091	2,52%	617
2.014	25.723	2,52%	632
2.015	26.372	2,52%	648
2.016	27.036	2,52%	665

Fuente: Proyección.
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 14: Segmentación de Mercado Proyectada.

VARIABLE DE SEGMENTACIÓN	VARIABLE	NUMERO DE HABITANTES	FUENTE
Geográficas	Región Amazónica	746.550	INEC (Censo de Población y Vivienda 2010)
Geográficas	Provincia Pastaza	102.638	INEC (Censo de Población y Vivienda 2010)
Geográficas	Población Urbana (Pastaza)	49.204	INEC (Censo de Población y Vivienda 2010)
Demográficas	Población Económicamente Activa (Pastaza)	38.624	INEC (Censo de Población y Vivienda 2010)
Demográficas	Ocupación plena (70% del PEA)	27.036	INEC (Censo de Población y Vivienda 2010)

Fuente: Elaboración propia.
Autor: Pérez Karol.

Análisis

Utilizando las variables de segmentación y la información otorgada por el INEC y el Sistema Nacional de Información hemos logrado definir el mercado objetivo del proyecto 2016, el cual corresponde a 27.036 personas las cuales se encuentran dentro de la población económicamente activa en ocupación plena; los mismos que son habitantes y residentes en la Provincia de Pastaza.

3.1.2. Población y Muestra

“Una población es un conjunto de elementos acotados en un tiempo y en un espacio determinado, con alguna característica observable y medible”. (Di Rienzo, Casanoves, Gonzalez, & otros., 2013, pág. 02)

Se entiende por muestra a todo procedimiento de selección de individuos, procedentes de una población objetivo, que asegure, a todo individuo componente de dicha población, una probabilidad conocida; de ser seleccionado; esto es, de formar parte de la muestra que será sometida. (Rodriguez E. M., 2014, pág. 82)

La población finita serán aquellos grupos o conjuntos de seres, que comparten atributos comunes, pero que a la vez constituyen una cantidad limitada de elementos o miembros. En cuanto a su naturaleza matemática, se establece que una Población Finita está básicamente constituida cuando el conjunto cuenta con un número menor a cien mil miembros. (Rodriguez E. M., 2014, pág. 85)

Ecuación de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra

z= nivel de confianza 1.96

P= probabilidad a favor 50%

Q= probabilidad en contra 50%

N= población del universo

E= nivel de errores 5%

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(27.036)}{(1.96)^2(0.5)(0.5) + (27.036)(0.05)^2}$$

$$n = \frac{25.965,3744}{68,5504}$$

$$n = 378,77$$

$$n = 379$$

3.1.3. Encuesta

La encuesta censal o censo es aquella que se realiza a todos los componentes de la población (Pérez R. , 2013, pág. 78)

“Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa, para averiguar estados de opinión o diversas cuestiones de hecho”. (Pérez, Miguel , Oscar , & Diego, 2013, pág. 193)

Para la recolección de información del problema objeto de estudio se utilizará una de las técnicas de investigación; la encuesta que ayudaran a determinar la aceptación del proyecto.

Ver anexo N°1 Encuesta

3.1.4. Resultados de la encuesta

- 1) ¿Considera que hoy en día los productos de la Amazonía son una alternativa de alimentación viable para la población del Ecuador?

Tabla 15: Productos Amazónicos como alternativa de alimentación.

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
SI	268	19.118	70,71
NO	111	7.918	29,29
Total	379	27.036	100

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Pérez Karol

Ilustración 1: Pregunta 1



Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

Del total del 100% encuestado que son 379 personas, las mismas que corresponden a 27.036 personas, podemos analizar qué; el 71% que corresponde a 19.118 personas consideran los productos amazónicos como una alternativa de alimentación, mientras que el 29 % restante que corresponde a 7.918 personas se encuentran en desacuerdo.

Interpretación

Dando como resultado que la mayor parte de personas encuestadas consideran los productos amazónicos como una alternativa de alimentación, por ser netamente natural, mientras que a una mínima cantidad de personas rechazan esta alternativa.

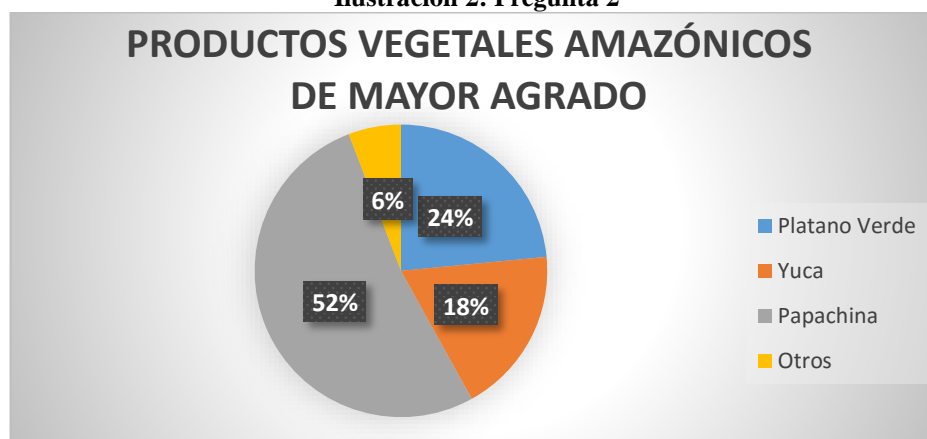
2) ¿De los productos vegetales de la Amazonía cuales son de su mayor agrado?

Tabla 16: Productos vegetales amazónicos de mayor agrado.

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Plátano Verde	89	6.349	23,48
Yuca	70	4.993	18,47
Papa china	198	14.124	52,24
Otros	22	1.569	5,80
Total	379	27.036	100

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Pérez Karol

Ilustración 2: Pregunta 2



Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

Del total del 100% encuestado que son 379 personas, las mismas que corresponden a 27.036 personas, podemos analizar qué; el 52% que corresponde a 14.124 personas prefieren como vegetal amazónico a la papa china, al 24% que corresponde a 6.349 personas prefieren como vegetal amazónico al plátano verde, al 18% que corresponde a 4.993 personas prefieren como vegetal amazónico a la yuca, y el porcentaje restante prefieren otros.

Interpretación

Dando como resultado que con un alto porcentaje de personas encuestadas prefieren consumir como un vegetal amazónico a la papa china. Se cree que por ser un tubérculo 100% natural y por su exceso de oferta en la Provincia, seguidamente se encuentra el plátano verde y la yuca, los mismos que nos propios de la Amazonía sino introducidos.

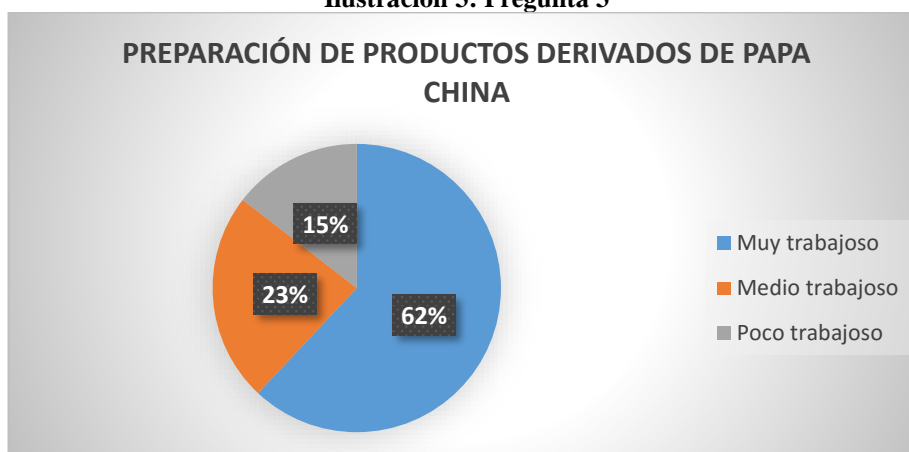
3) ¿Considera que la elaboración de los alimentos preparados con papa china son?

Tabla 17: Preparación de Productos derivados Papa china

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Muy trabajoso	235	16.764	62,01
Medio trabajoso	89	6.349	23,48
Poco trabajoso	55	3.923	14,51
Total	379	27.036	100

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Pérez Karol

Ilustración 3: Pregunta 3



Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

Del total del 100% encuestado que son 379 personas, las mismas que corresponden a 27.036 personas, podemos analizar qué; el 62% que corresponde a 16.764 personas consideran la preparación de productos derivados de papa china muy trabajosos, el 23% que corresponde a 6.349 personas consideran la preparación de productos derivados de papa china medio trabajoso, mientras que el 15% restante consideran su preparación poco trabajosa.

Interpretación

Como resultado obtenemos que con un alto porcentaje de personas consideran muy trabajosa la preparación de productos derivados de papa china ya que la manipulación de este tubérculo requiere de mucha paciencia y estrategias al manipularlo, mientras que un porcentaje mínimo considera media y poco trabajosa.

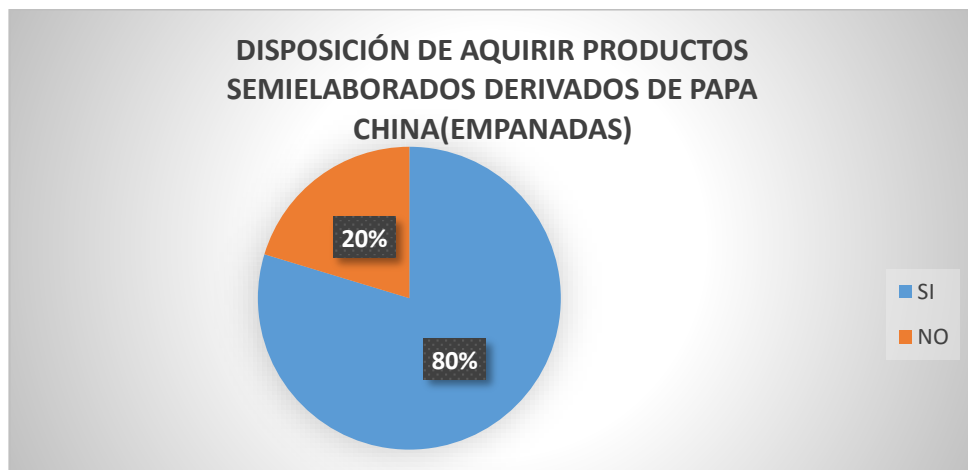
4) ¿Si lanzaran al mercado productos semielaborados derivados de papa china (EMPANADAS) usted estaría dispuesto a adquirirlo?

Tabla 18: Disposición de adquirir productos semielaborados derivados de papa china (EMPANADAS).

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
SI	302	21.543	79,68
NO	77	5.493	20,32
Total	379	27.036	100

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Pérez Karol

Ilustración 4: Pregunta 4



Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

Del total del 100% encuestado que son 379 personas, las mismas que corresponden a 27.036 personas, podemos analizar qué; el 80% que corresponde a 21.543 personas estarían dispuestas a adquirir productos semielaborados derivados de papa china, mientras que el 20% que corresponde a 5.493 personas no estarían dispuestas a adquirirlos.

Interpretación

Se obtiene como resultado que con un notable alto porcentaje de personas encuestadas estarían dispuestas a adquirir un producto semielaborado derivado de la papa china, básicamente estos productos serán las empanadas. Mientras que el porcentaje restante que es mínimo no estarían dispuestos a adquirirlos, se cree que un motivo principal es que les guste preparar con sus gustos y recetas.

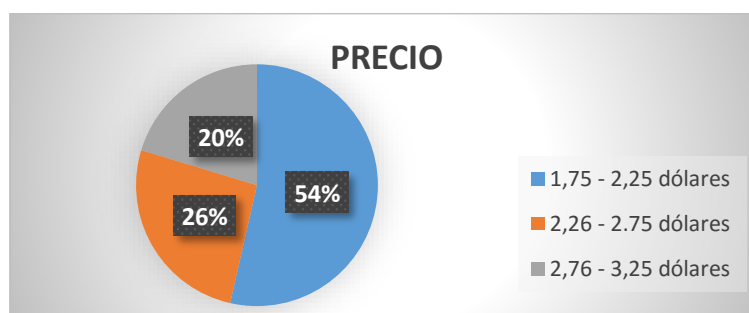
5) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete de empanadas semielaboradas derivadas de papa china de seis unidades con un peso de 205 gramos?

Tabla 19: Precio

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
1,75 - 2,25 dólares	203	14.481	53,56
2,26 - 2.75 dólares	99	7.062	26,12
2,76 - 3,25 dólares	77	5.493	20,32
Total	379	27.036	100

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Pérez Karol

Ilustración 5: Pregunta 5



Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

Del total del 100% encuestado que son 379 personas, las mismas que corresponden a 27.036 personas, podemos analizar qué; el 54% que corresponde a 14.558 personas estarían dispuestas a pagar por los productos semielaborados derivados de papa china de 1,75-2,25 dólares, mientras que el 26% que corresponde a 7.100 personas estarían dispuestas a pagar por los productos semielaborados derivados de papa china de 2,26-2,75 dólares, y el 20% restante estarían dispuestas a pagar por los productos semielaborados derivados de papa china de 2,75 a 3,25 dólares.

Interpretación

Dando como resultado que las personas encuestadas estarían dispuestas a adquirir un producto semielaborado derivado de la papa china, por el mínimo precio el cual varía de 1,75 a 2,25 dólares. Siendo los precios más altos los menos opcionados, debido que obviamente las personas prefieren adquirir un producto a menor precio y de calidad.

6) ¿Con que tipo de relleno o mezcla preferiría que se elabore las empanadas semielaboradas derivadas de papa china?

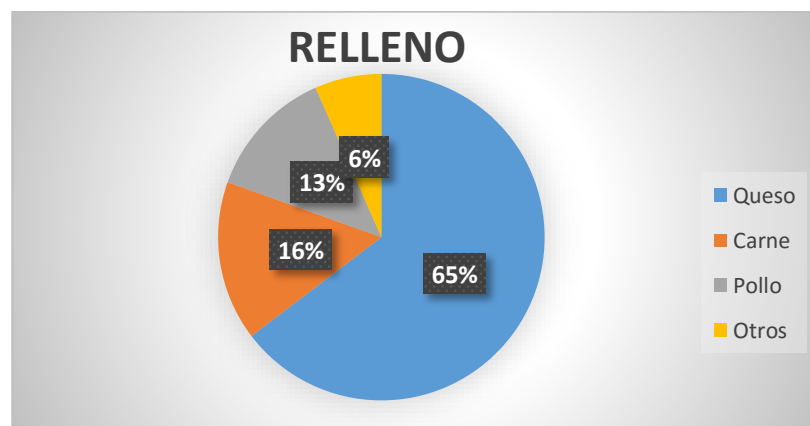
Tabla 20: Relleno

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Queso	245	17.477	64,64
Carne	60	4.280	15,83
Pollo	49	3.495	12,93
Otros	25	1.783	6,60
Total	379	27.036	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Pérez Karol

Ilustración 6: Pregunta 6



Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

Del total del 100% encuestado que son 379 personas, las mismas que corresponden a 27.036 personas, podemos analizar qué; el 65% que corresponde a 17.477 personas estarían dispuestas a adquirir los productos rellenos con queso, mientras que el 16% que corresponde a 4.280 personas estarían dispuestas a adquirir los productos rellenos con carne, mientras que el 13% estarían dispuestas a adquirir los productos rellenos con pollo, mientras que el 6% restante prefieren con otro relleno.

Interpretación

Se concluye que se realizara productos semielaborados derivados de papa china rellenos de queso, ya que la mayoría de personas optó por este relleno y es a su vez mucho más factible realizar con este relleno debido a que este es menos propenso a su descomposición.

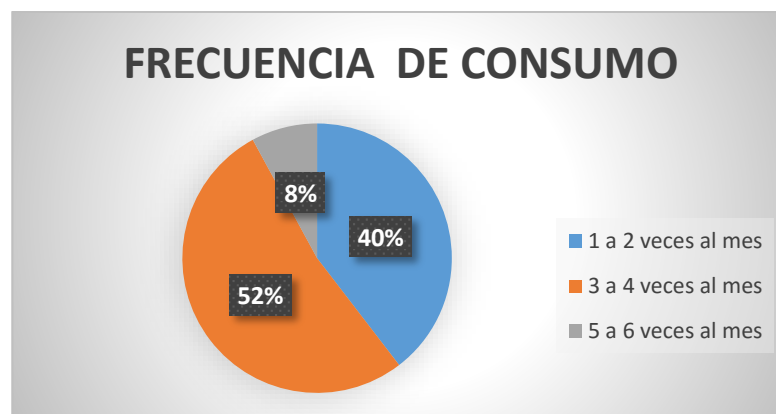
7) ¿Con que frecuencia usted consumiría un paquete de empanadas semielaboradas derivadas de papa china al mes?

Tabla 21: Frecuencia de consumo

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
1 a 2 veces al mes	150	10.700	39,58
3 a 4 veces al mes	199	14.196	52,51
5 a 6 veces al mes	30	2.140	7,92
Total	379	27.036	100

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Pérez Karol

Ilustración 7: Pregunta 7



Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

Del total del 100% encuestado que son 379 personas, las mismas que corresponden a 27.036 personas, podemos analizar qué; el 52% que corresponde a 14.196 personas estarían dispuestas a adquirir los productos semielaborados derivados de papa china de 3 a 4 veces al mes, el 40% que corresponde a 10.700 personas estarían dispuestas a adquirir los productos semielaborados derivados de papa china de 1 a 2 veces al mes, mientras que el 8% que corresponde a 2.140 personas estarían dispuestas a adquirir de 5 a 6 veces al mes.

Interpretación

Según los datos obtenidos podemos concluir que la mayor parte de personas están dispuestas a adquirir el producto de 1 a 2 veces al mes, lo cual nos asegura tener clientes asiduos e ingresos mensuales altos.

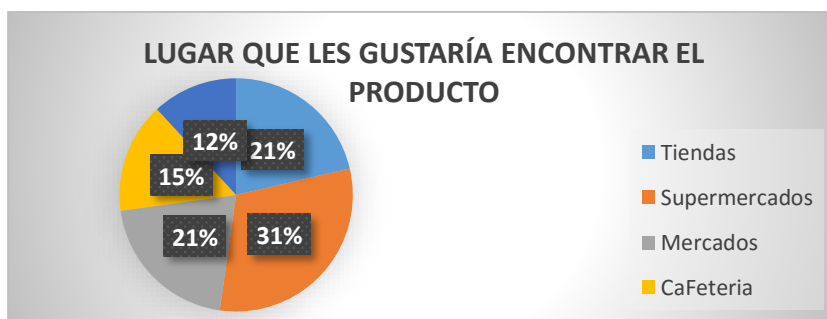
8) ¿En qué lugar le facilitaría encontrar estos productos semielaborados derivados de la papa china?

Tabla 22: Lugar que les gustaría encontrar el producto.

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Tiendas	81	5.778	21,37
Supermercados	117	8.346	30,87
Mercados	78	5.564	20,58
Cafetería	58	4.137	15,30
Otros	45	3.210	11,87
Total	379	27.036	100

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Pérez Karol

Ilustración 8: Pregunta 8



Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

Del total del 100% encuestado que son 379 personas, las mismas que corresponden a 27.036 personas, podemos analizar qué; el 31% que corresponde a 8.346 personas prefieren adquirir por los productos semielaborados derivados de papa china en supermercados, el 21% que corresponde a 5.778 personas prefieren adquirir los productos semielaborados derivados de papa china en tiendas y mercados, mientras que el 12% que corresponde a 3.210 personas prefieren adquirir los productos semielaborados derivados de papa china en cafeterías. Mientras que al 12% restante prefieren adquirir los productos en otros lugares.

Interpretación

Según concluye que a la mayor parte de personas les gustaría adquirir el producto en supermercados y tiendas puestos que estos se encuentran cerca de sus viviendas.

9) ¿Los productos semielaborados derivados de la papa china, los compraría en una presentación en paquetes de?

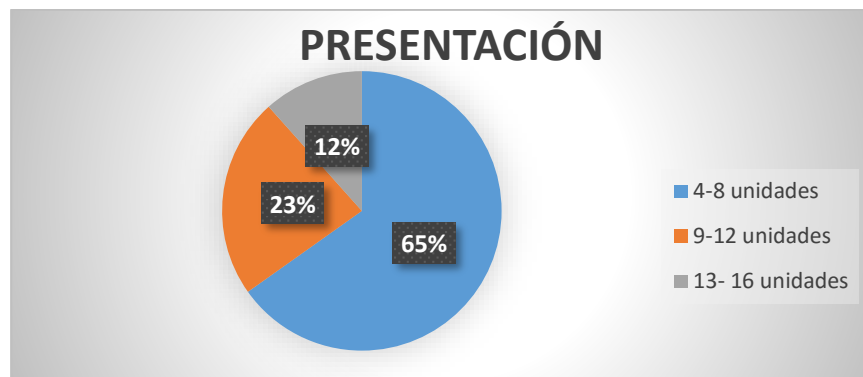
Tabla 23: Presentación

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
4-8 unidades	247	17.620	65,17
9-12 unidades	88	6.277	23,22
13- 16 unidades	44	3.139	11,61
Total	379	27.036	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Pérez Karol

Ilustración 9: Pregunta 9



Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

Del total del 100% encuestado que son 379 personas, las mismas que corresponden a 27.036 personas, podemos analizar qué; el 65% que corresponde a 17.620 personas prefieren adquirir los productos semielaborados derivados de papa china en presentación de 4 a 8 unidades, el 23% que corresponde a 6.267 personas prefieren adquirir los productos semielaborados derivados de papa china de 9 a 12 unidades, mientras que el 12% que corresponde a 3.139 personas prefieren adquirir los productos semielaborados derivados de papa china de 13 a 16 unidades.

Interpretación

La mayor parte de personas les gustaría adquirir el producto en una presentación de 4 a 8 unidades, pues se considera que este es el número frecuente de número de personas que puede haber en una familia.

10) ¿Qué aspecto considera para la adquisición de los productos semielaborados derivados de la papa china?

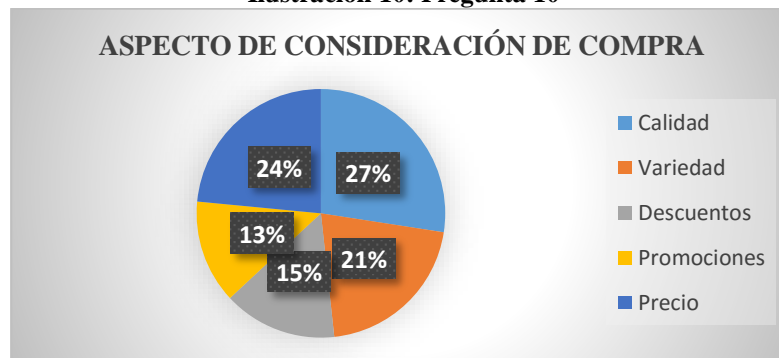
Tabla 24: Aspecto de consideración de compra.

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Calidad	104	7.419	27,44
Variedad	79	5.635	20,84
Descuentos	56	3.995	14,78
Promociones	51	3.638	13,46
Precio	89	6.349	23,48
Total	379	27.036	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Pérez Karol

Ilustración 10: Pregunta 10



Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

Del total del 100% encuestado que son 379 personas, las mismas que corresponden a 27.036 personas, podemos analizar qué; el 27% que corresponde a 7.419 personas consideran como aspecto importante la calidad del producto, el 24% que corresponde a 6.349 personas consideran como aspecto importante el precio, el 21% que corresponde a 5.635 personas consideran la variedad y el 15% que corresponde a 3.995 personas consideran los descuentos, y el 13% restante consideran importante las promociones.

Interpretación

Según los datos obtenidos podemos interpretar que la mayor parte de personas tomarán en cuenta la calidad, variedad y precio de los productos al momento de realizar la compra. Lo mismo que como empresa nos permite estar atentos al momento de realizar los productos para evitar quejas de los clientes y ganar su confianza.

11) ¿Qué inconveniente no le motivaría a adquirir los productos semielaborados derivados de la papa china?

Tabla 25: Inconveniente que no le motivaría a adquirir los productos.

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Tamaños diferentes	55	3.923	14,51
Productos partidos	43	3.067	11,35
Mal olor o sabor	134	9.559	35,36
Empaque abierto	66	4.708	17,41
Cantidad incorrecta	81	5.778	21,37
Total	379	27.036	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Pérez Karol

Ilustración 11: Pregunta 11



Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

Del total del 100% encuestado que son 379 personas, las mismas que corresponden a 27.036 personas, podemos analizar qué; al 35 % que corresponde a 9.559 personas no les motivaría a adquirir el producto su mal olor o sabor, al 21% que corresponde a 5.778 personas no les motivaría a adquirir el producto la cantidad incorrecta, al 18% que corresponde a 4708 personas no le motivaría a adquirir el producto un empaque abierto, mientras que al 15% y 11 % que corresponde a 3.923 y 3.067 personas no le motivaría a adquirir el producto con productos partidos correspondientemente.

Interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos obtenemos que la mayor parte de personas no les motivaría adquirir el producto si este estuviese con mal olor, tamaños diferentes y empaque abierto. Lo mismo que nos sirve para tener un control adecuado al momento

de distribuir y perchar el producto en los diferentes lugares donde se comercializara el mismo.

12) ¿Por qué publicitario le resulta más agradable y rápido mantenerse informado sobre las promociones del producto?

Tabla 26: Medios publicitarios

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Prensa	33	2.354	8,71
Radio	109	7.776	28,76
Televisión	87	6.206	22,96
Vallas	43	3.067	11,35
Trípticos	25	1.783	6,60
Internet	82	5.849	21,64
Total	379	27.036	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Pérez Karol

Ilustración 12: Pregunta 12



Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

Del total del 100% encuestado que son 379 personas, las mismas que corresponden a 27.036 personas, podemos analizar qué ; al 29 % que corresponde a 7.776 personas les gustaría tener información por radio, el 23% que corresponde a 6.206 personas les gustaría tener información por televisión, el 22% que corresponde a 5.849 personas les gustaría tener información por internet, al 11 % y al 9% que corresponde a 2.354 personas les gustaría tener información por vallas publicitarias y medio de la prensa.

Interpretación

Según los datos obtenidos podemos interpretar que la mayor parte de personas encuestadas les gustaría y prefieren escuchar información de los productos por radio, televisión e internet. Pues se considerara la petición de los clientes al momento de realizar las estrategias de comercialización.

3.2. Estudio de la demanda

“La demanda son las distintas cantidades alternativas de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo todos los demás determinantes constantes en un tiempo determinado”. (Rosales, 2012, pág. 25)

3.2.1 Estudio de demanda en personas

El estudio de demanda se realizó en base a la pregunta N°4 que abarca la aceptación del producto es decir, utilizamos los datos de las personas que dijeron que sí, siendo el 79, 68% del mercado meta que corresponde a 21.543 personas en el año 2.016 ; las mismas que proyectamos al 2.021.

Tabla 27: Estudio de demanda en personas

AÑO	MERCADO META	PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN	DEMANDA EN PERSONAS
2.016	27.036	79,68	21.543

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Pérez Karol

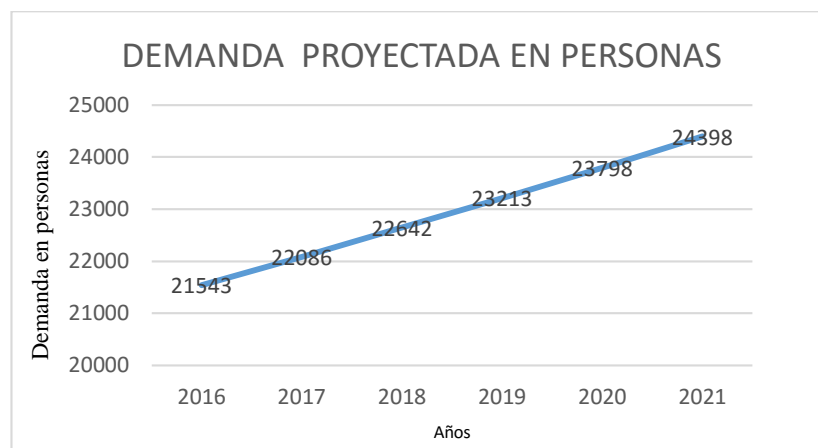
Tabla 28: Demanda Proyectada

DEMANDA EN PERSONAS PROYECTADA			
AÑO	DEMANDA EN PERSONAS	TCP (Tasa de crecimiento Poblacional)	ICP (Incremento Poblacional)
2.016	21.543	2,52%	-
2.017	22.086	2,52%	543
2.018	22.642	2,52%	557
2.019	23.213	2,52%	571
2.020	23.798	2,52%	585
2.021	24.398	2,52%	600

Fuente: Proyección

Elaborado por: Pérez Karol

Ilustración 13: Demanda Proyectada en personas



Fuente: Demanda proyectada en personas
Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

La demanda al 2.016 es de 21.543 personas del mercado meta, las cuales se proyectan al 2.021 dando como resultado 24.398 personas con una tasa de crecimiento poblacional de 2,52%.

3.2.2 Estudio de demanda en productos

La demanda en productos se realizó en base a la pregunta de N° 7 de frecuencia de compra. Y a la pregunta N° 9 de cantidad de compra.

Tabla 29: Demanda Proyectada en productos.

FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	OPCIONES FRECUENCIA DE CONSUMO (MENSUAL)	%		FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PROMEDIO DE UNIDADES	DEMANDA EN PRODUCTOS
21543	1-2 veces	39,58%	=	8.527	6	51.160
	3-4 veces	52,51%	=	11.312	11	118.778
	5-6 veces	7,92%	=	1.706	15	24.740
SUMAN				21.543		194.679

DEMANDA EN PRODUCTOS 2016

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 30: Demanda Proyectada en productos.

DEMANDA EN PRODUCTOS PROYECTADA			
AÑO	DEMANDA EN PRODUCTOS	TCP (Tasa de crecimiento poblacional)	ICP (Incremento poblacional)
2.016	194.679	2,52%	-
2.017	199.585	2,52%	4.906
2.018	204.614	2,52%	5.030
2.019	209.770	2,52%	5.156
2.020	215.057	2,52%	5.286
2.021	220.476	2,52%	5.419

Fuente: Proyección
Elaborado por: Pérez Karol

Ilustración 14: Demanda Proyectada en productos.



Fuente: Oferta proyectada en personas
Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

La demanda al 2.016 es de 194.679 productos del mercado meta, las cuales se proyectan al 2.021 dando como resultado 220.476 productos con una tasa de crecimiento poblacional de 2,52%.

3.3. Estudio de la oferta

3.3.1 Estudio de la oferta en personas

El estudio de la oferta se realizó en base a la pregunta N°4 que abarca la aceptación del producto es decir, utilizamos los datos de las personas que dijeron que no, siendo el 20,32% del mercado meta que corresponde a 5.493 personas en el año 2.016.

Tabla 31: Oferta en personas

AÑO	MERCADO META	PORCENTAJE DE RECHAZO	DEMANDA EN PERSONAS
2.016	27.036	20,32	5.493

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 32: Oferta proyectada en personas.

OFERTA EN PERSONAS PROYECTADA			
AÑO	OFERTA EN PERSONAS	TCP (Tasa de crecimiento poblacional)	ICP (Incremento poblacional)
2.016	5.493	2,52%	-
2.017	5.631	2,52%	138
2.018	5.773	2,52%	142
2.019	5.919	2,52%	145
2.020	6.068	2,52%	149
2.021	6.221	2,52%	153

Fuente: Proyección
Elaborado por: Pérez Karol

Ilustración 15: Oferta Proyectada en personas.



Fuente: Oferta proyectada en personas.
Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

La Oferta al 2.016 es de 5.493 personas del mercado meta, las cuales se proyectan al 2.021 dando como resultado 6.221 personas con una tasa de crecimiento poblacional de 2,52%.

3.3.2 Estudio de oferta en productos

La oferta en productos se realizó en base a la pregunta de N° 7 de frecuencia de compra. Y a la pregunta N° 9 de cantidad de compra.

Tabla 33: Oferta proyectada en productos

FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	OPCIONES FRECUENCIA DE CONSUMO	%		FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PROMEDIO DE UNIDADES	OFERTA EN PRODUCTOS
5.493	1-2 veces al mes	39,58%	=	2.174	6	13.045
	3-4 veces al mes	52,51%	=	2.884	11	30.286
	5-6 veces al mes	7,92%	=	435	15	6.308
SUMAN				5.493		49.639

OFERTA EN PRODUCTOS 2016

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 34: Oferta proyectada en productos

OFERTA PROYECTADA EN PRODUCTOS			
AÑO	OFERTA EN PRODUCTOS	TCP (Tasa de crecimiento poblacional)	ICP (Incremento poblacional)
2016	49639	2,52%	-
2017	50890	2,52%	1.251
2018	52172	2,52%	1.282
2019	53487	2,52%	1.315
2020	54835	2,52%	1.348
2021	56217	2,52%	1.382

Fuente: Proyección
Elaborado por: Pérez Karol

Ilustración 16: Demanda proyectada en productos.



Fuente: Oferta proyectada en productos
Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

La Oferta al 2.016 es de 46.639 productos del mercado meta, las cuales se proyectan al 2.021 dando como resultado 56.217 productos con una tasa de crecimiento poblacional de 2,52%.

3.3.3. Análisis de la competencia.

Una vez realizado el análisis de la población de la Provincia de Pastaza, se ha realizado una observación exploratoria de productos similares ofertados en el mercado, se ha encontrado tres prototipos de marcas de empanadas; puesto que al no encontrar productos derivados del mismo tubérculo se considera competencia a los productos sustitutos. A continuación se muestra en el cuadro:

Tabla 35: Análisis de la competencia.

SUPERMERCADO	MARCA DEL PRODUCTO	P.V.P	TIEMPO DE DURACIÓN	UNIDADES	TIPO DE RELLENO
AKÍ, TÍA, SIZA, DON DIEGO	Taty	2,11	15 días	6	Queso
AKÍ, TÍA, SAN MARTÍN	Tasty	2,51	15 días	5	Carne
AKÍ, TÍA	Facundo	3,55	15 días	12	Queso

Fuente: Investigación exploratoria
Elaborado por: Pérez Karol

3.4. Mercado potencial para el proyecto

El mercado potencial es el número máximo de compradores al que puede dirigir la oferta comercial y que está disponible para todas las empresas de un sector durante un periodo de tiempo determinado. Si estos compradores potenciales reciben suficientes estímulos de marketing pueden llegar a demandar el producto ofertado. (Alvarado O. , 2013, pág. 77)

El mercado potencial se consigue de la diferencia entre la demanda en productos y la oferta en productos.

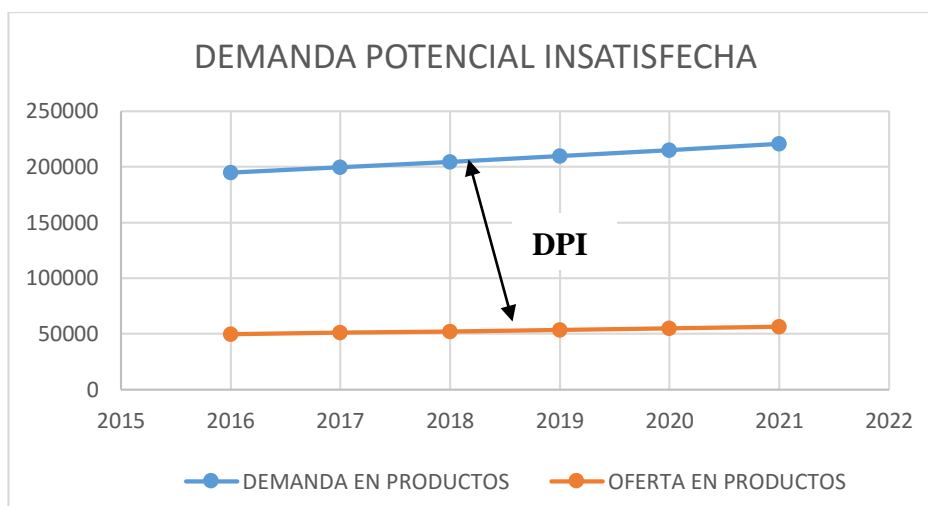
Tabla 36: Demanda potencial insatisfecha.

DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA			
AÑO	DEMANDA EN PRODUCTOS	OFERTA EN PRODUCTOS	DPI (Demanda potencial insatisfecha)
2016	194.679	49.639	145.040
2017	199.585	50.890	148.695
2018	204.614	52.172	152.442
2019	209.770	53.487	156.283
2020	215.057	54.835	160.222
2021	220.476	56.217	164.259

Fuente: Cálculos oferta y demanda.

Elaborado por: Pérez Karol

Ilustración 17: Demanda Proyectada en productos.



Fuente: Oferta proyectada en productos

Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

La demanda potencial insatisfecha (DPI) para el 2016 será de 145.040 empanadas, mientras que en 2021 será de 164.259 empanadas; los mismos que serán transformados a paquetes de seis unidades debido a que se optó por comercializar en paquetes.

3.5. Precios

“El precio es la cantidad de unidades monetarias que pagamos a cambio de adquirir un producto o un servicio”. (Di Rienzo, Casanoves, Gonzalez, & otros., 2013, pág. 111)

El precio se estableció de acuerdo a la pregunta N° 5 donde se establece el precio más opcionado de 1,75- 2,25; donde se saca un precio promedio el cuál es \$2,00 dólares.

Tabla 37: Precio

AÑO	PRECIO PROMEDIO	INFLACIÓN
2016	\$ 2,00	3,67%
2017	\$ 2,07	\$ 0,07
2018	\$ 2,15	\$ 0,08
2019	\$ 2,23	\$ 0,08
2020	\$ 2,31	\$ 0,08
2021	\$ 2,39	\$ 0,08

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Pérez Karol

3.6. Canales de comercialización

“Canal de comercialización es la red de organizaciones que intervienen, en transacciones o flujos físicos de productos o servicios, entre proveedores y clientes”. (Rodriguez E. M., 2014). En relación a la encuesta realizada a la muestra se puede decir que las personas preferirían estar informados a través de los medios publicitarios tales como la radio, televisión e internet.

Radio

En este medio publicitario se pretende transmitir a través de la emisora más codiciada de la zona un mensaje claro y preciso que incentive a las personas a consumir nuestros productos. Además se transmitirá información de la Empresa, lugares de distribución, información acerca de los productos y promociones.

Ventajas

- Las personas pueden escuchar mediante este medio mientras están realizando su rutina diaria.
- Las transmisiones por lo general son a bajo costo.

Desventajas

- Saturación de anuncios publicitarios.
- Poca atención de las personas al escuchar sobre la información transmitida.

Televisión

En este medio se transmitirá imágenes de los productos y sus beneficios que ofrece la empresa “Delicias Amazónicas” con un logotipo y eslogan que caracteriza a la misma.

Ventajas

- Se puede convencer mediante imágenes que cautiven al consumidor final
- El cliente puede informarse rápidamente acerca de nuestros productos.

Desventajas

- No todas las personas tienen tiempo de estar viendo televisión.
- Menor interés en los productos nacionales.

Internet

En este medio publicitario se pretende realizar una página web en donde puedan las personas encontrar todo tipo de información de la empresa, además se idealiza recabar una base de datos de clientes y estar en constante contacto a través de correos electrónicos, cuenta de Facebook e Instagram.

Ventajas

- Los clientes pueden acceder a todas nuestras páginas las 24 horas del día, los 365 días del año.
- Hay diferentes maneras que mediante el internet las personas pueden acceder a buscar información, sin limitaciones geográficas.

Desventajas

- Los correos spam tienden a irritar a las personas.
- No todas las personas tienen contratado un plan de internet en su casa o su celular.

3.7. Canales de distribución

Es el instrumento de marketing que relaciona la producción con el consumo, teniendo como finalidad poner los productos fabricados por las empresas a disposición del consumidor final en la cantidad demandada, en el momento en que los necesite y en el lugar donde desee adquirirlos. La distribución es el nexo de unión entre la producción y el consumo. (Cabanillas, Ginorio, & Mercado, 2013, pág. 122)

Para la distribución de nuestros productos será mediante un canal corto:

Ilustración 18: Canal de distribución.



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Pérez Karol

El proceso consistirá en elaborar en la Empresa “Delicias Amazónicas” los productos semielaborados derivados de la papa china, que son básicamente Empanadas, posteriormente se entregara a Supermercados de la zona tales como; AKI, TIA, Supermercado Don Diego, Supermercado San Martín, Supermercado SIZA , FERPLAST entre otros., donde estos se encargarán de vender al consumidor final.

Ventajas

- La confianza es mayor, ya que los flujos del producto, de información y monetarios del canal son más cortos.
- Forma precios más justos donde se beneficien ambas partes.

Desventajas

- El fabricante debe asumir grandes costos, almacenamientos y transporte.
- Se requiere mayor requerimiento de representante de ventas.

3.8. Estrategias de Comercialización

La estrategia de comercialización no se reduce a una simple inserción de estrategias, sino que constituye a algo superior, que parte de la misión de la empresa y de las estrategias generales de la misma al fin de perfilar el rumbo comercial en sintonía con las premisas de la empresa; para esto se deberá realizar un FODA, de tal forma enfocar a la empresa en el mercado sin desatender a los competidores y proveedores. (Rodriguez N. , 2012, pág. 55)

El marketing ha contado tradicionalmente con cuatro herramientas operativas como instrumentos básicos, estas cuatro herramientas operativas como instrumentos básicos. Estas cuatro herramientas, según el esquema planteado de la década de 1950 por Jerome McCarthy, son conocidas como las 4 P:” Producto, Plaza, Precio y Promoción. (Rosales, 2012).

Tabla 38: 4P

PRODUCTO	PRECIO	PLAZA	PROMOCIÓN
El producto es el medio que dispone la empresa, o cualquier organización humana, para satisfacer las necesidades de los consumidores. (Rodriguez E. M., 2014, pág. 55)	El precio es la cantidad de unidades monetarias que pagamos a cambio de adquirir un producto o servicio. (Sulser & Pedroza, 2012, pág. 99)	Es la forma en que los productos se desplazarán desde su punto de origen hasta sus consumidores finales, la plaza también tiene que ver también con elementos relacionados con canales de distribución o intermediarios. (Sulser & Pedroza, 2012, pág. 66)	La promoción es el elemento de la mezcla de la mercadotecnia que a través de diversos elementos como la publicidad, las empresas dan a conocer de su existencia y la de sus productos, entre sus mercados meta, con la finalidad de generar una respuesta favorable. (Sulser & Pedroza, 2012, pág. 55)
Fuente: (Alvarado O. , 2013). Elaborado por: Pérez Karol			

3.8.1. Producto

Se promoverá un producto diseñado de acuerdo a la encuesta realizada con características que fueron de preferencia, las mismas que son tangibles como: su presentación 6 unidades y su relleno de queso, características intangibles como: calidad, descuentos y promociones. Además se agregará a la presentación del producto; su contenido de ingredientes, sus atributos, beneficios y un logotipo llamativo. Y en un futuro se pretende ampliar la línea de productos.

Descripción del producto:

- **Categoría:** Productos semielaborados alimenticios.
- **Producto:** Empanadas derivadas del tubérculo papa china.
- **Marca:** “Delicias Amazónicas”
- **Presentación:** Paquetes de 6 unidades.
- **Relleno:** Queso.

- **Tiempo de duración:** 3 semanas de duración, en refrigeración a (4 °C)

Ilustración 19: Presentación del producto.



Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Pérez Karol

3.8.2. Precio

Se establece un precio de acuerdo a la encuesta realizada donde se realiza un promedio del más oicionado, dando como resultado 2,00 dólares. Se cree que el precio fijado es accesible a todas las personas para tener un alto grado de penetración en el mercado.

3.8.3. Plaza

Los puntos de distribución donde será ofrecido el producto al consumidor final serán los distintos supermercados de la zona tales como: AKI, TÍA, Supermercado Don Diego, Supermercado San Martín, Supermercado SIZA, entre otros. Para esto se proyecta informar mediante canales de televisión local “Sonovisión”, radio “Aventura FM.” redes sociales y vallas publicitarias en las calles de la ciudad para que de esta manera las personas sepan dónde puede adquirir nuestros productos. También se idealiza participar en ferias y exposiciones, habilitar dentro de los supermercados puestos de degustación.

Ilustración 20: Vallas publicitarias.



Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Pérez Karol

Ilustración 21: Ferias



Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Pérez Karol

Ilustración 22: Facebook



Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Pérez Karol

Ilustración 23: Puesto de degustación



Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Pérez Karol

3.8.4. Promoción

Se realizará promociones que consistirá en: “Paga 6 y lleva ocho productos”, con la finalidad de obtener mayor concurrencia de los clientes. Para esto se utilizara los medios publicitarios que fueron más opcionados en las encuestas para transmitir la información de promociones y descuentos, tales como en la radio, redes sociales, vallas publicitarias, etc.

Ilustración 24: Propaganda.



Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Pérez Karol

3.8.5. Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta de carácter gerencial válida para las organizaciones privadas y públicas, la cual facilita la evaluación situacional de la organización y determina los factores que influyen y exigen desde el exterior hacia la Institución Gubernamental. Estos factores se en amenazas u oportunidades que condicionan, en mayor o menor grado, el desarrollo o alcance de la misión, la visión, los objetivos y las metas de la organización. (Zambrano , 2007, pág. 84)

Tabla 39: FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Producto 100% natural.	Limitada comercialización
Control de Materia prima.	Desconocimiento del tubérculo
Personal Calificado	Infraestructura
Diferencia del producto en el mercado.	Escases de recursos económicos
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Exceso de oferta del cultivo.	Impacto ambiental
Aporte a la Matriz Productiva Local.	Políticas y leyes
Clientes Asiduos.	Empresas nuevas.
Apoyo Institucional.	Hábitos cambiantes de los consumidores.

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Pérez Karol

3.8.6. Ponderación de Matrices PCI- POAM

Tabla 40: Tabla de Valorización Impacto

ESCALA	IMPACTO
3	Alto
2	Medio
1	Bajo

Fuente: (Baca, 2015)

Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 41: Ponderación de Matrices PCI

FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERADO
FORTALEZAS			
Producto 100% natural	0,15	2	0,30
Control de M.P.	0,15	2	0,30
Personal calificado	0,10	1	0,10
Diferencia del producto en el mercado	0,20	3	0,60
DEBILIDADES			
Limitada comercialización	0,10	2	0,20
Desconocimiento del tubérculo	0,05	1	0,05
Infraestructura	0,10	2	0,20
Escases de recursos económicos	0,15	3	0,45
TOTAL	1,00		2,20

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

Según los datos arrojados de la ponderación realizada obtenemos que las fortalezas con un 2.20 se encuentran sobre el promedio de la escala de valorización, es por esto que tienen gran influencia en los factores internos y se pretende aprovechar los mismos para ofertar un producto de calidad.

Tabla 42: Ponderación de Matrices POAM

FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERADO
OPORTUNIDADES			
Exceso de oferta del tubérculo.	0,20	3	0,60
Aporte a la Matriz Productiva Local.	0,10	2	0,20
Clientes Asiduos.	0,10	2	0,20
Apoyo Institucional.	0,20	3	0,60
AMENAZAS			
Impacto Ambiental.	0,10	2	0,20
Políticas y leyes.	0,05	1	0,05
Empresas nuevas.	0,10	2	0,20
Hábitos cambiantes de los consumidores.	0,15	3	0,45
TOTAL	1,00		2,50

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

Según los datos arrojados de la ponderación realizada obtenemos que las oportunidades con un 2.50 se encuentran sobre el promedio de la escala de valorización, es por esto que tienen gran influencia en los factores externos y se pretende aprovechar estas oportunidades para crear un producto innovador que abarque todos estos factores.

Tabla 43: Estrategias operacionales.

<h1 style="text-align: center;">FODA</h1>	<p>F1. Producto 100% natural.</p> <p>F2. Control de materia prima.</p> <p>F3. Personal Calificado.</p> <p>F4. Diferenciación del producto en el mercado.</p>	<p>D1. Limitada comercialización.</p> <p>D2. Desconocimiento del tubérculo.</p> <p>D3. Infraestructura.</p> <p>D4. Escases de recursos económicos.</p>
<p>O1. Exceso de oferta del tubérculo.</p> <p>O2. Apoyo a la Matriz Productiva local.</p> <p>O3. Clientes asiduos.</p> <p>O4. Apoyo Institucional.</p>	<p>F1- F2- O1-O2: Introducir al mercado un producto 100% natural, con un adecuado control de materia prima.</p> <p>F3- F4- O3-O4: Posicionarse en el mercado con un producto diferente, elaborado por personas especialistas que garanticen y un producto de calidad que convierta a los consumidores en clientes asiduos.</p>	<p>D1- D2- O1-O3: Implementar estrategias de comercialización para abrir la mente de los consumidores y aprovechar el exceso de oferta del tubérculo.</p> <p>D3- D4- O2-O4: Aprovechar el apoyo Institucional para lograr obtener recursos económicos y cubrir todas las necesidades de la empresa.</p>
<p>A1. Impacto ambiental.</p> <p>A2. Políticas y leyes.</p> <p>A3. Empresas nuevas.</p> <p>A4. Hábitos cambiantes de los consumidores.</p>	<p>A1- A2- F1- F2: Buscar estrategias adecuadas para evitar afectar al medio ambiente, al mismo tiempo ser afectados por las mismas.</p> <p>A3- A4- F3- F4: Aprovechar la diferenciación de productos para que las personas se atrevan a consumirlo y evitar el ingreso de nuevas empresas.</p>	<p>D1- D2- A3-A4: Realizar campañas publicitarias, participar en ferias, realizar actividades de degustación del producto para posesionarse en la mente del consumidor y confíen 100% en la empresa.</p> <p>D3- D4- A1-A2: Buscar los recursos necesarios para evitar ser afectados por cualquier situación tanto interna como externamente.</p>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Pérez Karol

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del Emprendimiento

a) Factores determinantes del tamaño

Los factores que determinan el tamaño de la producción son:

- Demanda Potencial Insatisfecha

De acuerdo a la Demanda Potencial Insatisfecha para el 2016 será de 145.040 empanadas, mientras que en 2021 será de 164.259 empanadas, del cual se estima la Demanda Potencial Insatisfecha Real que alcanza a cubrir el 79 % que corresponde a 114.581 empanadas anuales (19.097 paquetes de seis unidades al año), lo mismo que equivale a 477 productos semielaborados derivados de papa china diarios (80 paquetes de seis unidades diarios).

- Financiamiento

Se dispone de un capital mínimo, por lo que será necesario obtener ayuda mediante Instituciones Financieras y a su vez pedir el apoyo del MAGAP.

- Ubicación geográfica

Se escogió la Ciudad de Puyo como lugar estratégico para implementar la Empresa “Delicias Amazónicas” debido a que en esta ciudad no existen empresas dedicadas a la elaboración de productos semielaborados derivados con el tubérculo papa china; por lo que se pretende adquirir el tubérculo de las Organizaciones Jurídicas y personas no formalizadas productoras del cultivo de papa china del sector.

- Maquinaria y equipo

Este equipo incluye todos los egresos que por adquisición de maquinaria, equipo y accesorios complementa la unidad principal. Es por esto que la empresa considerará la importancia de adquirir estos adecuadamente para ofrecer un producto de alta calidad.

- Mano de obra

La zona escogida para la implementación de la empresa cuenta con personas con conocimientos en cuanto a productos amazónicos, además de esto estas personas saben cómo manipularlos y transformarlos.

- Tecnología

La tecnología es utilizada como una herramienta de trabajo ya que se han creado para hacer más fáciles las tareas. Las comunicaciones hoy en día se realizan mediante medios tecnológicos, los trámites más importantes así como gestión de finanzas, facturas tienen su propio programa informático.

b) Tamaño óptimo

Será aquel que conduzca a resultados económicos más razonables para el proyecto en su conjunto. El tamaño de un proyecto debe basarse en dos consideraciones: la relación del precio-volumen, por el efecto de la elasticidad de la demanda y relación costo volumen, por las economías de escala que pueden lograrse en el proceso productivo. (Alvarado O. , 2013, pág. 127)

Para obtener el tamaño óptimo del proyecto se basa en la capacidad de producción que sería capaz de resguardar la Empresa como tal, para esto se calcula mediante la demanda potencial insatisfecha (DPI), alcanzando a cubrir el 79 % de esta, la cual corresponde a 114581 empanadas anuales (19097 paquetes de seis unidades al año) de acuerdo a los días laborables, lo mismo que equivale a 477 empanadas de papa china diarios (80 paquetes de seis unidades diarios).

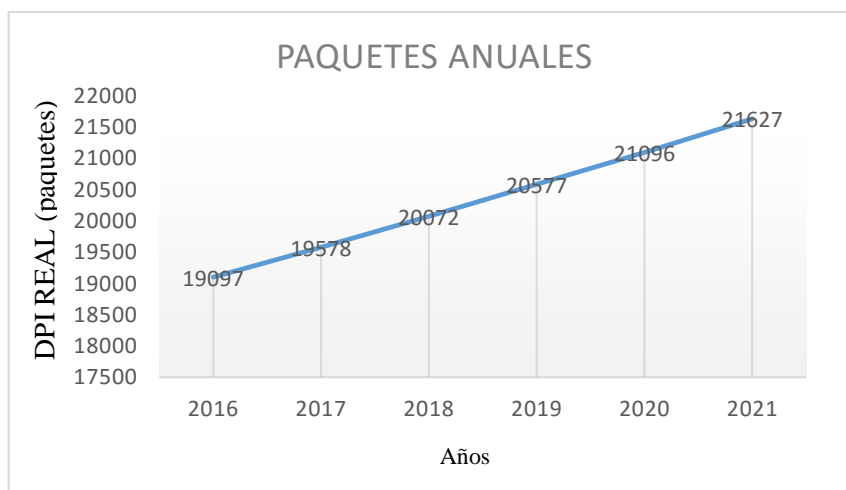
Tabla 44: Demanda Potencial Insatisfecha Real

DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA REAL						
AÑO	DPI	ESTIMACIÓN	DPI REAL	PAQUETES ANUALES	PRODUCCIÓN DIARIA (PRODUCTOS)	PAQUETES DIARIOS
2016	145040	79%	114581	19097	477	80
2017	148695	79%	117469	19578	489	82
2018	152442	79%	120429	20072	502	84
2019	156283	79%	123464	20577	514	86
2020	160222	79%	126575	21096	527	88
2021	164259	79%	129765	21627	541	90

Fuente: Demanda potencial Insatisfecha

Elaborado por: Pérez Karol

Ilustración 25: Demanda Potencial Insatisfecha Real



Fuente: Demanda Potencial Insatisfecha
Elaborado por: Pérez Karol

4.2. Localización

El estudio de localización consiste en el análisis de las variables consideradas como factores de localización, las que determinan el lugar donde el proyecto logrará la máxima utilidad o el mínimo de costos unitarios. (Erossa, 2014, pág. 74)

La selección de la localización del proyecto se basa en dos etapas principales, Para estas se realizará el método cualitativo por puntos, los mismos que serán valorados en la siguiente escala:

Tabla 45: Tabla de Valorización Impacto

ESCALA	IMPACTO
3	Alto
2	Medio
1	Bajo

Fuente: (Baca, Evaluación de proyectos, 2012)
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 46: Matriz de Localización por Puntos Ponderados.

<u>FACTORES RELEVANTES</u>	PESO PONDERADO	BARRIO LAS AMÉRICAS		BARRIO CUMANDA	
Disponibilidad espacio físico.	20	3	60	1	20
Servicios Básicos.	16	3	48	3	48
Sector Comercial.	8	2	16	2	16
Vías de fácil acceso.	9	2	18	2	18
Cercanía y producción de la materia prima.	13	3	39	1	13
Redes de Comunicación.	5	2	10	3	15
Seguridad Ciudadana.	12	3	36	2	24
Transporte.	11	3	33	3	33
Competencia.	6	2	12	2	12
$\Sigma =$	100		272		199

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Pérez Karol.

Análisis

De acuerdo a la matriz realizada por puntos ponderados de acuerdo a los factores relevantes que involucran al sector tenemos como resultado que con 272 puntos el lugar adecuado para implementar la Empresa “Delicias Amazónicas” es el Barrio las Américas, debido a que en este Barrio se dispone de un espacio físico propio, servicios básicos, cercanía de la producción de materia prima puesto que las Asociaciones Productoras del Cultivo de papa china se encuentran a pocos kilómetros, a su vez también existen vías de fácil acceso y es totalmente seguro.

4.2.1. Macro localización

Tabla 47: Macro localización

País: Ecuador
Región: Amazónica
Zona: 3
Provincia: Pastaza

Fuente: Matriz de Localización

Elaborado por: Pérez Karol

Ilustración 26: Macro localización



Fuente: (Google Maps, 2016)

Elaborado por: Pérez Karol

4.2.2. Micro localización

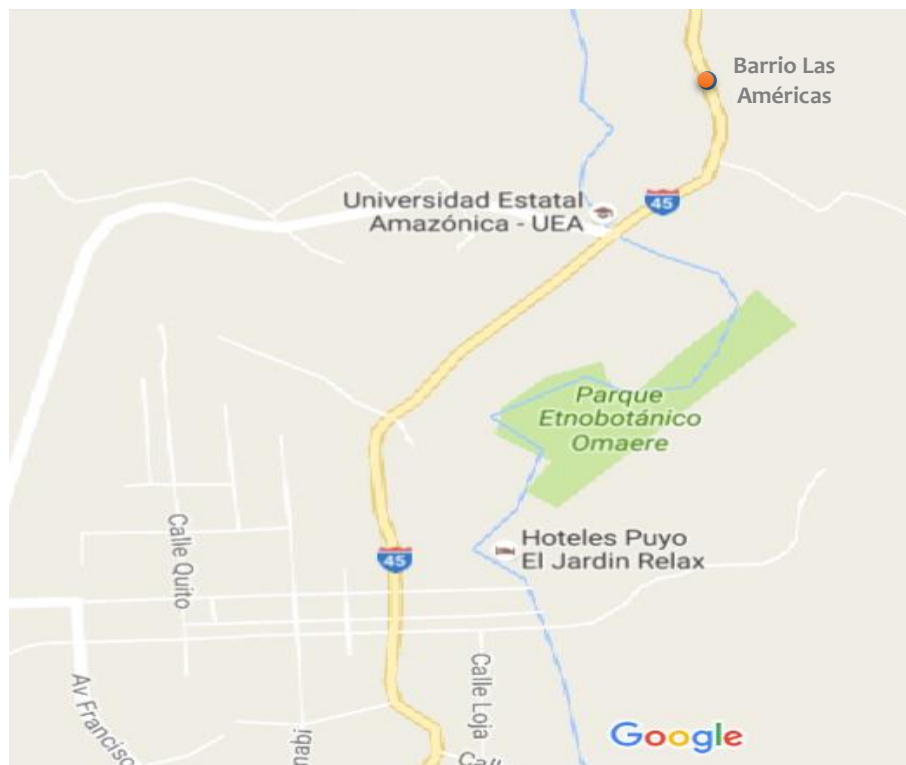
Tabla 48: Micro localización

Ciudad: Puyo
Barrio: Las Américas, km4 vía Tena.

Fuente: Matriz de Localización

Elaborado por: Pérez Karol

Ilustración 27: Micro localización



Fuente: (Google Maps, 2016)
Elaborado por: Pérez Karol

4.3. Ingeniería del proyecto

a. Producto- Proceso

El producto es el medio que dispone la empresa, o cualquier organización humana, para satisfacer las necesidades de los consumidores. (Rodríguez E. M., 2014, pág. 102)

Las empanadas de papa china básicamente estarán elaboradas con harina de este tubérculo es por esto que el proceso productivo se efectuará desde el proceso de la harina. Cabe recalcar que el proceso de la harina se realizara mensualmente para los 1600 paquetes que se pretende realizar.

Tabla 49: Proceso de producción de la harina.

ACTIVIDAD	PROCESO	TIEMPO	RECURSOS
1. Selección y adquisición de materia prima.	Compra de los materiales, e insumos para la preparación del producto.	15 minutos.	<ul style="list-style-type: none">• Papa china.
2. Lavado y pelado de materia prima.	Ingresar a la máquina de lavado y pelado para eliminar impurezas.	15 minutos.	<ul style="list-style-type: none">• Papa china• Maquina Peladora.• Energía eléctrica.• Agua potable.• Guantes.
3. Rebanado.	Ingresar a la máquina de rebanado para cortar en rodajas sumamente delgadas hasta conseguir su deshidratación.	30 minutos.	<ul style="list-style-type: none">• Máquina rebanadora.• Energía eléctrica.• Guantes.

4. Secado	Ingresar a la máquina de secado para eliminar la humedad, hasta convertir un tubérculo seco con un grado de humedad del 4-5%.	5 horas. (65 °C)	<ul style="list-style-type: none"> • Horno industrial deshidratador. • Energía eléctrica. • Bandejas industriales • Guantes.
5. Molido	Ingresar al molino industrial para descomponer el tubérculo seco.	1 hora.	<ul style="list-style-type: none"> • Molino industrial. • Energía eléctrica. • Guantes.
6. Inspección	Verificar que no existan impurezas en la harina obtenida.	15 minutos.	<ul style="list-style-type: none"> • Cernidor. • Pinza. • Guantes.
7. Almacenamiento.	Recopilar toda la harina obtenida en el anterior proceso.	45 minutos.	<ul style="list-style-type: none"> • Lonas. • Hilo. • Guantes.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 50: Proceso de producción de las empanadas.

ACTIVIDAD	PROCESO	TIEMPO	RECURSOS
1. Pesado	Se procede a tomar el peso necesario de harina de papa china para realizar los paquetes estimados.	15 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Balanza • Harina de papa china.
2. Incorporación de materiales.	Se agrega todos los ingredientes necesarios (sal, agua, mantequilla, polvo de hornear, harina de trigo, conservante) hasta conseguir una masa homogénea.	15 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Cucharas • Sal • Agua • Mantequilla • Polvo de hornear. • Harina de trigo.
3. Amasado	Realizar manualmente la manipulación de los ingredientes hasta lograr obtener una masa consistente.	45 Minutos	
4. Distribución de la masa.	Distribuir la masa en bultos circunferenciales.	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Bandejas.
5. Estirado	Esparcir la masa en los moldes.	2 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Moldes
6. Preparación del relleno.	Rallar el queso en recipientes hondos.	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Rallador • Recipientes

7. Colocación de relleno y sellado.	Incorporar el relleno en el centro del molde. Presionar el molde hasta cerrar totalmente el producto sin dejar aberturas.	60 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Cucharas • Moldes
8. Terminado	Retirar la masa cuidadosamente del molde y colocar en las bandejas espumadas jumbo. Colocar el papel (película extensible industrial) y el adhesivo de identificación de la empresa sobre las bandejas y sellarlo totalmente.	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Bandejas espumadas JUMBO • Película extensible industrial. • Etiquetas.
9. Almacenamiento	Trasladar las bandejas terminadas en el refrigerador. (4°C).	40 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Refrigerador.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Pérez Karol

b. Balance de materiales

- **Materia prima y Materiales indirectos**

Materia prima es el insumo que sufrirá precisamente el proceso de transformación y quedará plenamente involucrado en el bien producido. (Miranda, 2014, pág. 187)

Los materiales indirectos de fabricación serán considerados como originarios sin tomar en cuenta el lugar de su producción. Se entienden por materiales indirectos los bienes utilizados en la producción, verificación o inspección de un bien. (Bonta & Farber, 2012).

A continuación se muestran en el cuadro la materia prima y material indirecta de fabricación, cabe recalcar que como primer proceso tenemos que realizar el proceso de la harina de papa china es por esto que la materia prima se convierte el tubérculo en sí. También es importante conocer que de un quintal del tubérculo de papa china incluido el proceso de rebanado, secado y molido se obtiene el 40% en harina de papa china.

Tabla 51: Materia prima (HARINA DE PAPA CHINA)

MATERIA PRIMA		
Descripción	Consumo anual	Unidad de medida.
PAPA CHINA(TUBERCULO)	240	QUINTALES

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 52: Materiales Indirectos de fabricación (HARINA DE PAPA CHINA)

MATERIALES INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		
Descripción	Consumo anual	Unidad de medida.
COSTALES	8	DOCENAS
HILO	5	ROLLOS(20 METROS)

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Pérez Karol

**Tabla 53. Materiales Indirectos de fabricación
(EMPANADAS DE PAPA CHINA)**

MATERIALES INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		
Descripción	Consumo anual	Unidad de medida.
BANDEJAS ESPUMADAS JUMBO	19.200	UNIDADES
PELÍCULA EXTENSIBLE INDUSTRIAL	50	ROLLOS
ETIQUETAS LOGOTIPO	4	CAJAS(5000 <i>u</i>)

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Pérez Karol

- **Insumos**

Como insumos se consideran aquellos elementos que ingresan al sistema y que servirán para implementar los procesos. Los insumos y productos directos son los más importantes en cuanto a costos y beneficios totales del proyecto y ocupan un lugar primordial en los análisis tanto económico como financiero de un proyecto. En la mayoría de los análisis de los proyectos, son los únicos efectos a los que se ha prestado atención expresa en cuanto valores monetarios. (Gregersen & Contreras , 2015, pág. 48)

A continuación se describe en la Tabla los insumos necesarios que utilizará la empresa Delicias Amazónicas:

**Tabla 54: Insumos
(EMPANADAS DE PAPA CHINA)**

INSUMOS		
Descripción	Consumo anual	Unidad de medida.
SAL	4	PAQUETES (2 Kg)
AZUCAR	4	PAQUETES (2 Kg)
MANTEQUILLA	48	LIBRAS
QUESO	240	UNIDADES(250 gr)
GAS DOMÉSTICO	6	CILINDROS
AGUA	480	LITROS
POLVO DE HORNEAR	2	PAQUETE(1 Kg)
CONSERVANTES (Sorbato de potasio 0.15%)	10	FRASCOS(1 Kg)
HARINA DE TRIGO	9	QUINTALES

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Pérez Karol

- **Utensilios de cocina**

Los utensilios de cocina, de acuerdo con el uso a que se destinan, pueden clasificarse en tres grupos: utensilios para cocer directamente al fuego como ollas y calderos, para cocer al horno como moldes, cuchillos y utensilios misceláneos. Los utensilios misceláneos que son esenciales para la cocina para el trabajo preliminar de medir, rallar, batir, cernir, moler, colar, etc. (Cabanillas, Ginorio, & Mercado, 2013, pág. 7)

**Tabla 55: Utensilios de cocina
(HARINA DE PAPA CHINA)**

UTENSILIOS DE COCINA		
Descripción	Consumo anual	Unidad de medida.
CEDAZO GRANDE	1	UNIDADES
GUANTES	1	CAJA(300 u)

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Pérez Karol

**Tabla 56: Utensilios de cocina
(EMPANADAS DE PAPA CHINA)**

UTENSILIOS DE COCINA		
Descripción	Consumo anual	Unidad de medida.
OLLA GRANDE	2	UNIDADES
MOLDES	5	PIEZAS
RALLADORES	2	UNIDADES
BANDEJAS	10	UNIDADES
CUCHILLOS	1	UNIDADES
CUCHARAS	1	DOCENA
PH JUMBO FAMILIA	12	ROLLOS
GUANTES	3	CAJA(300 u)
RECIPIENTES	5	UNIDADES
UNIFORMES DE COCINEROS	2	UNIDADES
LAVA PLATOS AXION	10	UNIDADES
DESINFECTANTE	6	UNIDADES
MANTELES	2	UNIDADES
BOTELLONES DE AGUA (20 LITROS)	1	UNIDADES

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Pérez Karol

- **Máquinas y equipos**

**Tabla 57: Máquinas
(HARINA DE PAPA CHINA)**

MAQUINARIA	
Descripción	Consumo anual
MÁQUINA PELADORA. Producción aprox. 500kg/h, motor de 1 HP, 110V-60Hz, CSA. Capacidad 40 kg.	1
MÁQUINA REBANADORA, MORETTI 300 mm, 50-80 Kg por hora, rebanadoras de vegetales, cuchillas regulables.	1

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Pérez Karol

**Tabla 58: Equipos de cocina
(HARINA DE PAPA CHINA)**

EQUIPOS DE COCINA	
Descripción	Consumo anual
HORNOS DESHIDRATADO INDUSTRIAL DE ALIMENTOS HD 120-1000 AG B. Potencia: 18 Kw. Temperatura de trabajo : 50 – 120 °C máximo 180°C regulables.	1
MOLINO INDUSTRIAL NOVITAL ITALIANO, Potencia: 200 v ,50 Hz - h / min. 16000.	1

**Tabla 59: Equipos de cocina
(EMPANADAS DE PAPA CHINA)**

EQUIPOS DE COCINA	
Descripción	Consumo anual
COCINETA INDUSTRIAL, C-2Q-CH-CP.	1
REFRIGERADOR de Acero Inox Mod. T-72 Marca: True / SKU: 6175. Capacidad total: 72 pies ³ .	1
CILINDROS DE GAS DOMÉSTICO	2
BALANZA DE PRECISIÓN XS; CPACIDAD DE 65 kg Y LEGIBILIDAD DE HASTA 1mg.	1

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Pérez Karol

- **Equipos y Software**

Tabla 60 Equipos y Software

EQUIPOS Y SOFTWARE	
Descripción	Consumo anual
COMPUTADORA DE ESCRITORIO Todo en Uno, Modelo Inspiron.	1

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Pérez Karol

- **Muebles y enseres**

Tabla 61: Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES	
Descripción	Consumo anual
MESA INDUSTRIAL (1.70 CM X90 CM)	1
ESTANTERIA	5



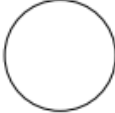

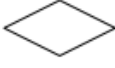




Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Pérez Karol

c. Diagrama de Flujo

Los diagramas de Flujo de datos de alto nivel reflejan el sistema de información desde una perspectiva general y sin entrar en detalle en las tareas o actividades que el sistema de información debe realizar. El elemento principal de un diagrama de Flujo es el proceso. Un proceso es el conjunto de tareas o acciones realizadas a partir de un Flujo de datos de entrada para producir Flujos de datos de entrada. (Fernandez V. , 2016, pág. 177).

Símbolos utilizados para elaborar los esquemas del Flujograma.

Tabla 62: Simbología






SIMBOLO	SIGNIFICADO
	Inicio o fin del proceso
	Etapa del proceso (actividad a desarrollar)
	Entrada procedente de otro proceso del SGIC
	Salida del proceso (evidencia documental)
	Decisión
	Proceso preestablecido
	Elementos del entorno (normativas) a considerar para el desarrollo de una actividad
	Conector con otra etapa del proceso
	Conector con otra página de la descripción del proceso

Fuente: (Alvarado O. , 2013)

Elaborado por: Pérez Karol

La empresa realizará el proceso de harina de papa china un día a la semana, es por esto que se considera el proceso en 8 horas. Por lo cada semana se transformará en dicho proceso 5 quintales del tubérculo, dando como resultado 2 quintales de harina de papa china.

Tabla 63: Proceso de producción de la harina.

DELICIAS AMAZÓNICAS						
DIAGRAMA DE FLUJO						
PRODUCTOS SEMIELABORADOS DERIVADOS DE LA PAPA CHINA						
PROCESO	TIEMPO					
SELECCIÓN Y ADQUISICIÓN DE MATERIA PRIMA	15 MINUTOS	●				
LAVADO Y PELADO DE MATERIA PRIMA	15 MINUTOS	●				
REBANADO	30 MINUTOS	●				
SECADO	300 MINUTOS				●	
MOLIDO	60 MINUTOS	●				
INSPECCIÓN	15 MINUTOS		●			
ALMACENAMIENTO	45 MINUTOS					●
TOTAL	480 MINUTOS	4	1	-	1	1

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Pérez Karol

El proceso refleja el proceso de producción de las empanadas semielaboradas diariamente en el transcurso de ocho horas para ochenta paquetes de seis unidades.

Tabla 64: Proceso de producción de las empanadas.

DELICIAS AMAZÓNICAS						
DIAGRAMA DE FLUJO						
PRODUCTOS SEMIELABORADOS DERIVADOS DE LA PAPA CHINA						
PROCESO	TIEMPO	○	□	⇒	D	▽
PESADO	15 MINUTOS	●				
INCORPORACION DE MATERIALES	10 MINUTOS	●				
AMASADO	45 MINUTOS	●				
DISTRIBUCIÓN DE LA MASA	30 MINUTOS	●				
ESTIRADO	120 MINUTOS				●	
PREPARACION DEL RELLENO	60 MINUTOS	●				
COLOCACIÓN RELLENO	10 MINUTOS	●				
SELLADO	50 MINUTOS	●				
TERMINADO	60 MINUTOS	●				
ALMACENADO	40 MINUTOS					●
TOTAL	480 MINUTOS	8	-	-	1	1

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Pérez Karol

d. Período operacional estimado de la planta

Para desarrollar un plan eficiente de producción, se requiere tomar en consideración la suficiencia de las instalaciones de manufactura. En efecto debe mantenerse suficiente capacidad para producir el volumen planificado. (Welsch, Hilton , & Gordon, 2015, pág. 164)

El periodo operacional estimado de la planta se pretende consolidar hasta los próximos 5 años debido a que en las proyecciones se realizó un estimado hasta el 2021, puesto que se tendrá una vida útil hasta los mismos años de maquinaria, equipo y herramientas que dispondrá la empresa.

e. Capacidad de Producción

La capacidad de producción es el número promedio de unidades de flujo que salen del sistema por unidad de tiempo. La administración adecuada de la tasa de flujo incide de manera importante en la rentabilidad de la empresa, ya que la producción excesiva conduce a costos innecesarios y a reducciones de precio durante promociones. (Muñoz , 2015, pág. 121)

La capacidad de producción se estima en base a la Demanda potencial insatisfecha real, la misma que fue alcanzada mediante el porcentaje estimado del 79 % que corresponde a 114.581 productos anuales (19.097 paquetes de seis unidades al año), lo mismo que equivale a 477 productos semielaborados derivados de papa china diarios (80 paquetes de seis unidades diarios).

Tabla 65: Capacidad de producción

AÑO	DPI	ESTIMACIÓN	DPI REAL	PAQUETES ANUALES	PRODUCCION DIARIA (PRODUCTOS)	PAQUETES DIARIOS
2016	145.040	79%	114.581	19.097	477	80

Fuente: Demanda potencial Insatisfecha real

Elaborado por: Pérez Karol

f. Distribución de máquinas y equipos (Lay-out)

Para la distribución del espacio físico se optó por una distribución por producto, puesto que se coloca las máquinas en la secuencia en que van a ser utilizadas. El material se desplaza de un puesto a otro a lo largo de la línea de producción. Este tipo de distribución es la más recomendable para la fabricación de grandes cantidades de productos idénticos.

Ventajas

- Menor manejo de materiales pues el recorrido que siguen es más corto ya que las máquinas están unas junto a otras.
- Mínimos tiempos de fabricación porque el flujo de trabajo sigue rutas bien definidas y directas.
- La inspección durante el proceso fabricación se vuelve más simple.

Desventajas

- Poca flexibilidad en el proceso porque este tipo de distribución es diseñada para un producto específico.
- La máquina más lenta o una avería puede retrasar o parar por completo todo el proceso de la línea de producción.
- Inversión muy elevada en maquinaria porque algunas líneas de fabricación no pueden ser empleadas para realizar otras.

Simbología

Tabla 66: Simbología

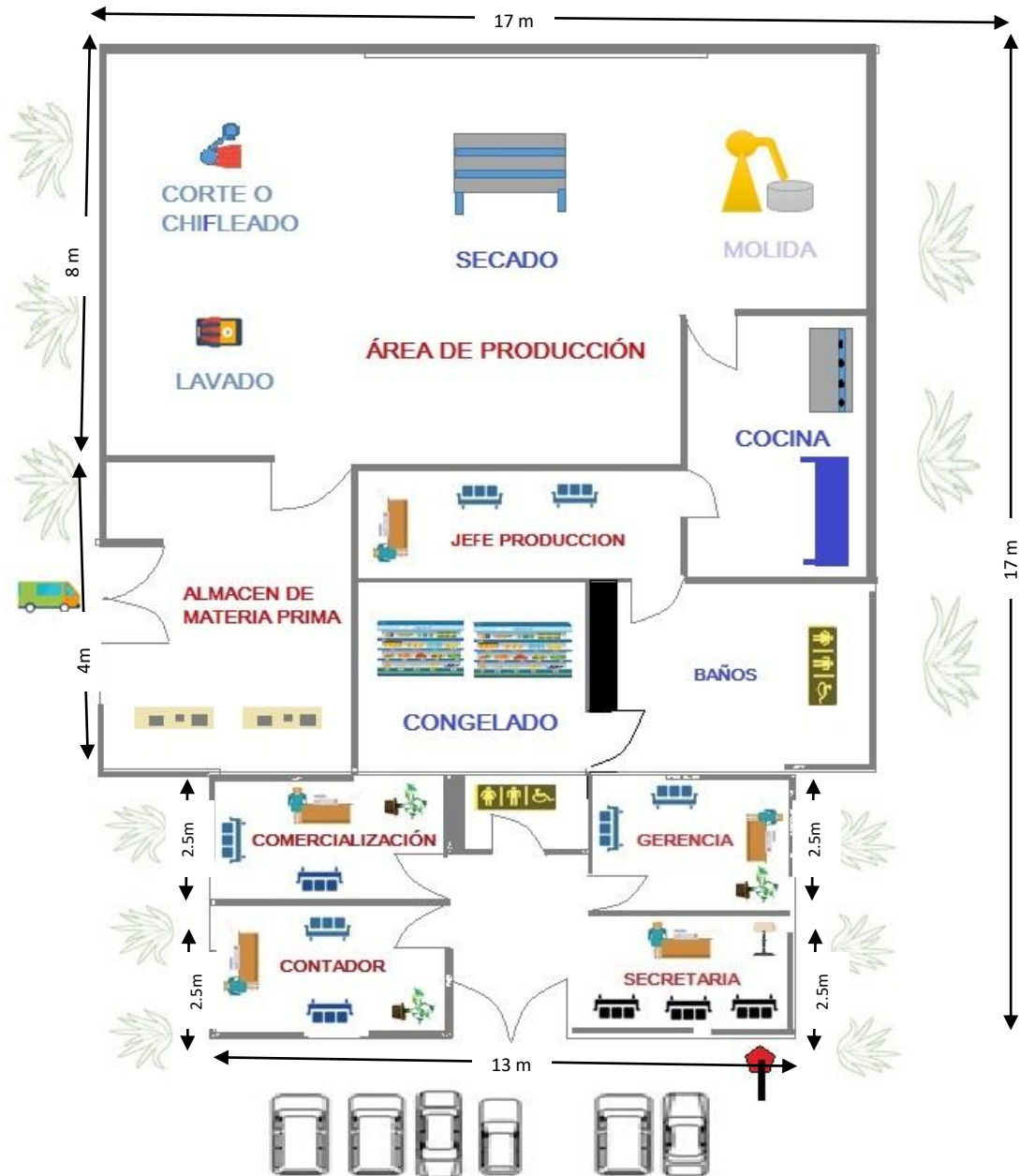
	Máquina de secado		Baños
	Máquina de Rebanado		Escritorio
	Molino		Sillas
	Máquina de lavado		Vehículos
	Cocina		Espacios verdes
	Mesas de aluminio		Refrigerador
	Estantería		

Fuente: (Alvarado O. , 2013)

Elaborado por: Pérez Karol

- **Distribución espacio físico**

Ilustración 28: Distribución espacio físico



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Pérez Karol

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1. Aspectos Generales

“Delicias Amazónicas” estará ubicada en la Ciudad de Puyo en el Barrio Las Américas (Vía Tena) la cual estará dedicada a la elaboración de productos semielaborados derivados de la papa china, siendo este un tubérculo amazónico muy beneficioso para la salud de las personas por su contenido y ser un producto 100% natural. Se pretende ser la primera empresa líder en este tipo de productos puesto que no existen otras empresas dedicadas a elaborar productos semielaborados derivados de este tubérculo. Además de esto la empresa contará con un personal calificado y que dominan la manipulación alimenticia de este tubérculo. La empresa entrará al mercado con un línea de productos, que serán las Empanadas de queso, pues en un futuro se proyecta ampliar la gama de productos. Los procesos tendrán un alto grado de control de seguridad e higiene, para conseguir un producto de calidad y de total confianza.

Tabla 67: Información de la Empresa.

DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS
Nombre o Razón Social	Delicias Amazónicas.
Actividad	Elaboración de productos semielaborados derivados de la papa china.
Gerente	Ing. Pérez Karol
Dirección	Ciudad de Puyo, Barrio las Américas. (Vía Tena)

Elaborado por: Pérez Karol

5.1.1 Eslogan y Logotipo

El concepto creativo de la marca, muchas veces esta sintetizado en una frase que lo representa. Así como el logotipo o isotipo constituye la síntesis gráfica de una marca, el slogan es su símil literario. (Bonta & Farber, 2012, pág. 126)

- **Eslogan:**

“Sabores de mi Tierra”

- **Logotipo:**

Ilustración 29: Logotipo



Elaborado por: Pérez Karol
Fuente: Investigación Propia.

5.1.2. Misión

Somos una empresa que ofrece productos que cumplen estándares de calidad, bajo la mejora continua de los procesos con la participación de un talento humano calificado y la utilización de métodos y técnicas innovadoras, con una infraestructura adecuada, operando de manera viable, competitiva; generando nuevos empleos y comprometidos con la preservación del medio ambiente.

5.1.3. Visión

En el 2020 “Delicias Amazónicas”, llegará a ser una empresa de éxito reconocida nacionalmente por la elaboración de sus productos de calidad, innovación y tecnología; velando por el bienestar de nuestros clientes y grupos de interés, bajo un respeto permanente del medio ambiente.

5.1.4. Valores

- Responsabilidad

Se deberá cumplir y poner en práctica este valor por todos los integrantes de la empresa ya que es necesario cumplir con cada una de las actividades planificadas de una manera eficiente. Al mismo tiempo cada trabajador debe llegar a la hora indicada y cuidar todos los materiales que estén bajo su cargo.

- Trabajo en equipo

Los integrantes de la empresa deberán estar en constante contacto y comunicación con todos los miembros y a su vez ayudarlos en lo que este a su alcance, evitar los malos entendidos y que el trabajo sea equitativo.

- Honestidad

Todos los miembros de la organización deberán realizar cada una de sus actividades con transparencia y ética. Además tener total discreción con la información interna de la Empresa.

- Respeto

Todos los miembros de la empresa deberán respetarse unos a otros, sin importar el nivel jerárquico que poseen. Además deberán respetar y cuidar las instalaciones, materiales y equipos que estén a su alrededor.

- Optimismo

Todos los miembros de la empresa deberán sacar adelante y llevar con éxito todo lo que se propone. Conserva la calma aun al encontrarse en situaciones muy difíciles y deberán esmerarse por encontrar una solución a los problemas y enfrentar los mismos, buscando el bienestar de la empresa.

Los Grupo de interés de la Empresa son:

- Agricultores
- Clientes
- Proveedores
- Personal

5.1.5. Matriz Axiológica

Tabla 68: Matriz axiológica

Valores	Agricultores	Clientes	Proveedores	Personal
Responsabilidad	X	X	X	X
Trabajo en equipo	X		X	X
Honestidad	X	X	X	X
Respeto	X	X	X	X
Optimismo	X	X		X

Elaborado por: Pérez Karol

5.2. Diseño Organizacional

5.2.1 Niveles Jerárquicos

Definición de las unidades funcionales en un tercer nivel de análisis, que permite implementar en una forma completa la estrategia organizativa definida. Se trata de definir las unidades orgánicas a todos los niveles jerárquicos necesarios. Para cubrir todos los objetivos, responsabilidades y atributos esperados de la estructura. (Herrscher, 2012, pág. 548)

- Nivel directivo

Toda organización requiere de personas que la conduzcan, y aunque la autoridad este racionalmente repartida, es necesario que esta se concentre, finalmente, en una sola persona responsable. (Montalvan, 2013, pág. 24)

- Nivel ejecutivo

Conformado por puestos que ejecutan actividades, administrativas, de supervisión, de jefaturas, profesionales en general. Son los encargados de realizar funciones, y tareas específicas, y de verificar que el personal a su cargo cumpla con sus tareas correspondientes. (Montalvan, 2013, pág. 23)

- Nivel auxiliar o el de apoyo

Tienen a su cargo actividades complementarias, para ofrecer ayuda material, de procedimientos o servicios internos a todos los niveles y unidades administrativas, a in de que cumplan sus funciones y objetivos institucionales. (Montalvan, 2013, pág. 23)

- Nivel operativo

Ésta área será encargada será la responsable de contar con los productos necesarios, adecuados, idóneos, y de calidad para su comercialización. Esta área deberá estar integrada por personas que conozcan a la perfección, lo que hacen, sea lo que fuere, ya que de ellas dependerá la garantía del producto. (Montalvan, 2013, pág. 23)

La empresa Delicias Amazónicas estará conformada por:

Tabla 69: Niveles Jerárquicos.

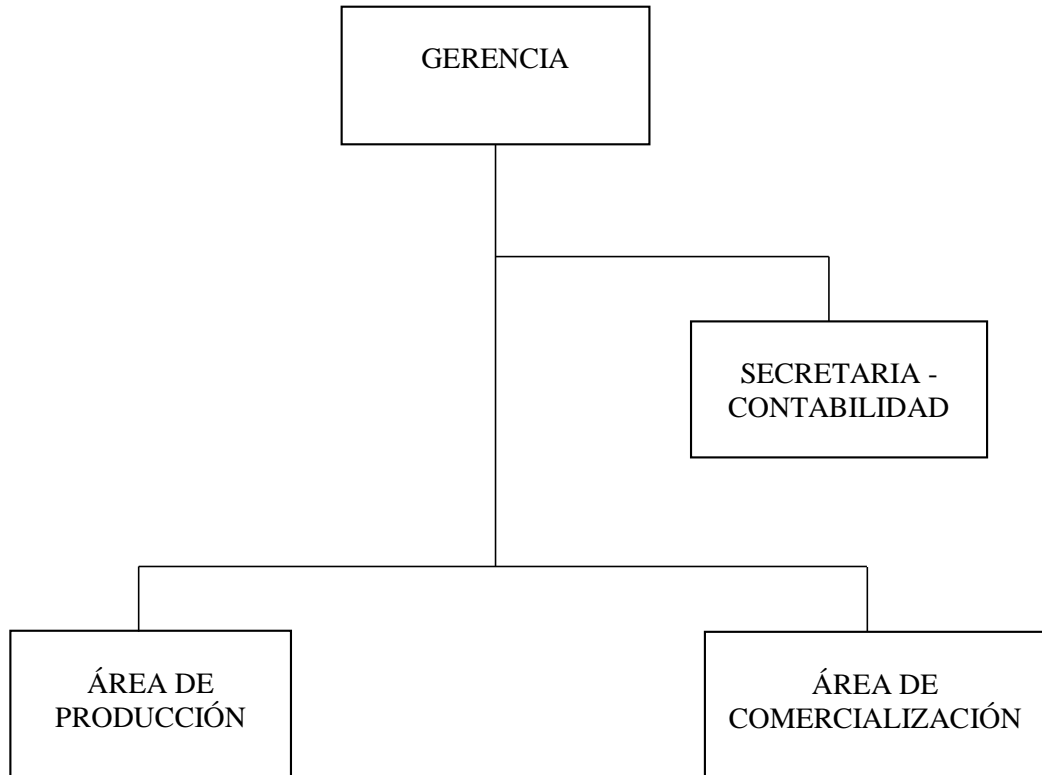
NIVEL	PUESTO	NOMBRES
Nivel Ejecutivo	Gerente General	Ing. Pérez Karol
Nivel Auxiliar o de apoyo	Secretaria- Contadora	Ing. Miriam Martínez
	Área de Comercialización.	Ing. Francisco Carvajal
	Área de Producción.	Ing. Ximena Pérez

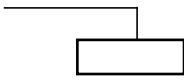
Elaborado por: Pérez Karol

Fuente: Investigación propia

5.3. Estructura Organizativa

Ilustración 30: Organigrama Estructural

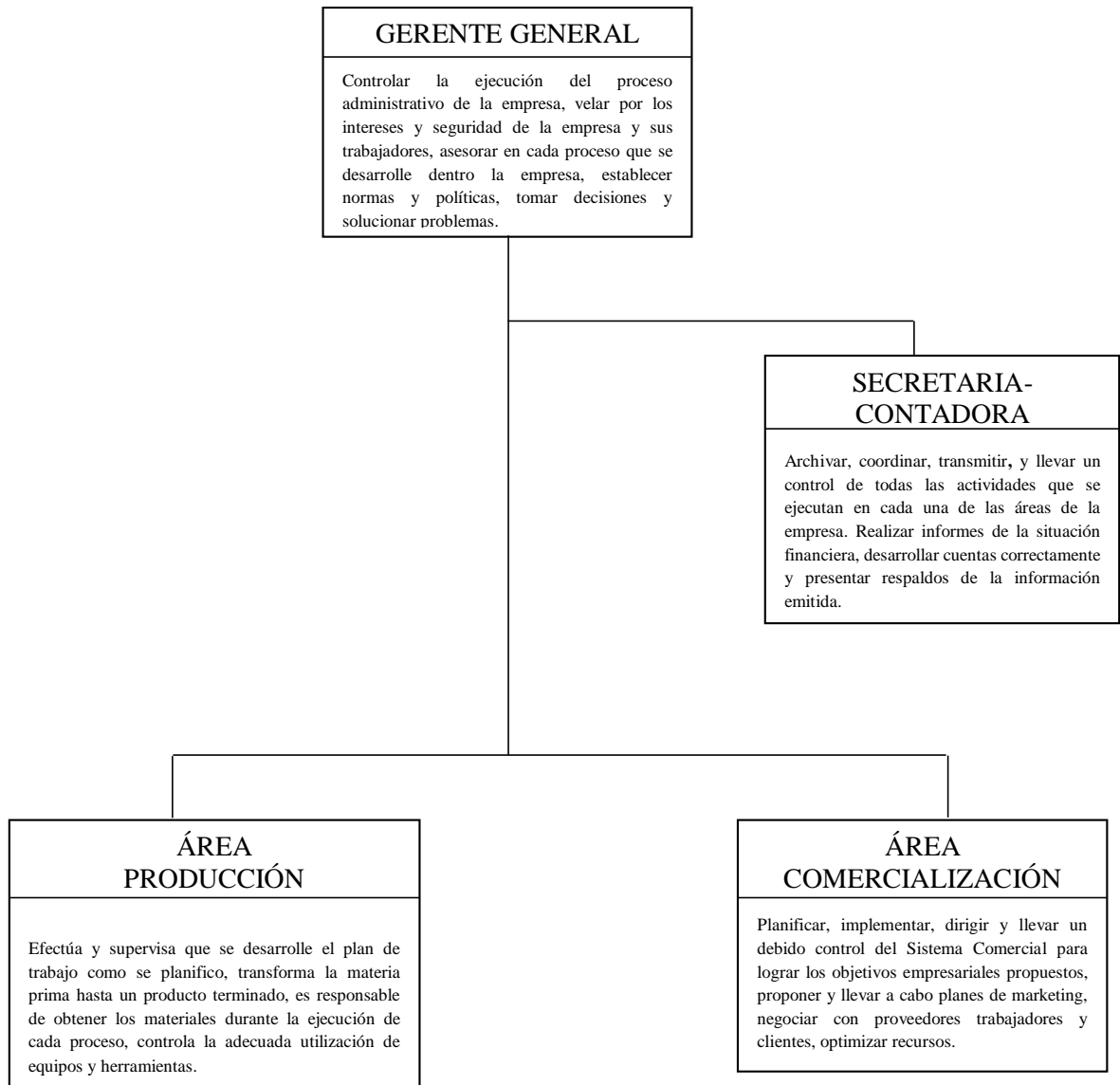


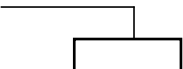
REFERENCIAS	ELABORADO POR:	APROBADO POR:	FECHA
Línea Autoridad Auxiliar 	Pérez Karol	Eco. Mg. Luis Lascano.	12/10/2016

Fuente: (Andia & Paucara, 2013)
 Elaborado por: Pérez Karol

5.4. Estructura Funcional

Ilustración 31: Organigrama Funcional




REFERENCIAS	ELABORADO POR:	APROBADO POR:	FECHA
Línea Autoridad Auxiliar 	Pérez Karol	Eco. Mg. Luis Lascano.	12/10/2016

Fuente: (Andia & Paucara, 2013)

Elaborado por: Pérez Karol

5.5. Manual de Funciones


Ilustración 32: Manual de Funciones

 DELICIAS AMAZÓNICAS	DELICIAS AMAZÓNICAS	Fecha: 12 de octubre del 2016
	Manual de Funciones General	Página: 1 de 4
DESCRIPCION DE PUESTOS		
IDENTIFICACIÓN		
Nombre del puesto:	Gerente General	
Nivel Jerárquico:	Nivel Ejecutivo	
Ámbito de Operación:	Administrativo	
RELACIÓN		
Jefe Inmediato:	-	
Subordinados Directos:	Área contable, Comercialización y Producción.	
Dependencia Funcional:	-	
<p>Función Principal: Planificar, organizar, dirigir y controlar el proceso Administrativo de la Empresa para el cumplimiento de metas y objetivos propuestos.</p> <p>Funciones Secundarias:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Velar por los intereses y seguridad de la empresa y sus trabajadores. 2. Asesoramiento y control de cada proceso que se desarrolle en la Empresa. 3. Establecer normas y políticas de la Empresa. 4. Tomar decisiones y solucionar problemas que se presenten en la Empresa. <p>Comunicación: Descendente</p> <p>Requerimientos:</p> <p>Conocimientos: Título Tercer Nivel en Administración de Empresas.</p> <p>Experiencia: Mínima de 4 años en Gerencia Administrativa.</p> <p>Competencias: Liderazgo, optimista, trabajo en equipo, leal, disciplinado, habilidad para comunicarse, perseverante, emprendedor e innovador.</p>		
ELABORADO POR: PÉREZ KAROL	REVISADO POR: ECO.MG LUIS LASCANO	APROBADO POR: ECO.MG LUIS LASCANO

Elaborado por: Pérez Karol


Fuente: Investigación propia

Ilustración 33: Manual de Funciones

 DELICIAS AMAZÓNICAS	DELICIAS AMAZÓNICAS	Fecha: 12 de octubre del 2016
	Manual de Funciones General	Página: 2 de 4
DESCRIPCION DE PUESTOS		
IDENTIFICACIÓN		
Nombre del puesto:		Secretaria- Contadora
Nivel Jerárquico:		Operativo
Ámbito de Operación:		Área administrativa- contable
RELACIÓN		
Jefe Inmediato:		Gerente General
Subordinados Directos:		-
Dependencia Funcional:		Área administrativa- contable
<p>Funciones Principales: Procesar, codificar y registrar las diferentes transacciones de la Empresa. Archivar, coordinar, transmitir, y llevar un control de todas las actividades que se ejecutan en cada una de las áreas de la empresa.</p> <p>Funciones Secundarias:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Registra, Clasifica y analiza todo tipo de transacción. 2. Desarrollar cuentas correctamente y presentar respaldos de su información emitida. 3. Realizar informes de la situación financiera a sus superiores. 4. Realizar libros generales de compras y ventas. Para su respectiva declaración de IVA. <p>Comunicación: Ascendente- Vertical</p> <p>Requerimientos: Conocimientos: Administración, Contabilidad, Auditoria o similares. Experiencia: 2 años en área contable o similares. Competencias: eficaz, leal, responsable, trabajo en equipo. Manejo de equipos, discreción, procesador de textos, eficiencia y responsabilidad.</p>		
ELABORADO POR: PÉREZ KAROL	REVISADO POR: ECO.MG LUIS LASCANO	APROBADO POR: ECO.MG LUIS LASCANO

Elaborado por: Pérez Karol
Fuente: Investigación propia

Ilustración 34: Manual de Funciones

 DELICIAS AMAZÓNICAS	DELICIAS AMAZÓNICAS	Fecha: 12 de octubre del 2016
	Manual de Funciones General	Página: 3 de 4
DESCRIPCION DE PUESTOS		
IDENTIFICACIÓN		
Nombre del puesto:		JEFE DE PRODUCCIÓN
Nivel Jerárquico:		Nivel Operativo
Ámbito de Operación:		Producción
RELACIÓN		
Jefe Inmediato:		Gerente General
Subordinados Directos:		Auxiliar de cocina
Dependencia Funcional:		Área de producción
<p>Función Principal: Efectúa y supervisa que se desarrolle el plan de trabajo como se planifico.</p> <p>Funciones Secundarias:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza la manipulación y transformación de materia prima hasta producto terminado. 2. Es responsable de la existencia de obtener todos los materiales durante el proceso. 3. Efectua la adecuada utilización de máquinas, herramientas y equipos. 4. Emite informes y analiza los resultados para generar toma de decisiones. <p>Comunicación:</p> <p>Requerimientos:</p> <p>Conocimientos: Ingeniero en Alimentos.</p> <p>Experiencia: 2 años en área de producción o similares.</p> <p>Competencias: Responsable, puntual, eficaz, trabajo en equipo, innovador, detallista y proactivo.</p>		
ELABORADO POR: PÉREZ KAROL	REVISADO POR: ECO.MG LUIS LASCANO	APROBADO POR: ECO.MG LUIS LASCANO

Elaborado por: Pérez Karol

Fuente: Investigación propia

Ilustración 35: Manual de Funciones

 DELICIAS AMAZÓNICAS	DELICIAS AMAZÓNICAS	Fecha: 12 de octubre del 2016
	Manual de Funciones General	Página: 4 de 4
DESCRIPCION DE PUESTOS		
IDENTIFICACIÓN		
Nombre del puesto:		JEFE DE COMERCIALIZACIÓN
Nivel Jerárquico:		Nivel Operativo
Ámbito de Operación:		Marketing y Ventas
RELACIÓN		
Jefe Inmediato:		Gerente General
Subordinados Directos:		-
Dependencia Funcional:		Gerente General
<p>Función Principal: Planificar, implementar, dirigir y llevar un debido control del sistema comercial para lograr los objetivos empresariales propuestos.</p> <p>Funciones Secundarias:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Proponer y llevar a cabo planes de Marketing para el logro de una mejor posición de mercado. 2. Negociar con proveedores, trabajadores y clientes para optimizar recursos económicos. 3. Desarrollar procedimientos, políticas, objetivos de promoción y venta. 4. Buscar y optimizar los recursos necesarios para alcanzar los planes propuestos. <p>Comunicación:</p> <p>Requerimientos:</p> <p>Conocimientos: Ingeniero en Marketing y Ventas.</p> <p>Experiencia: 2 años en área comercialización o similares.</p> <p>Competencias: eficaz, leal, responsable, trabajo en equipo, innovador, negociador, facilidad de palabra.</p>		
ELABORADO POR: PÉREZ KAROL	REVISADO POR: ECO.MG LUIS LASCANO	APROBADO POR: ECO.MG LUIS LASCANO

Elaborado por: Pérez Karol
Fuente: Investigación propia

CAPITULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

6.1. Inversiones en activos fijos tangibles

Según la Comunidad Contable (2013) afirma: “Los activos tangibles son los bienes que se pueden representar físicamente y que cumple una vida útil en un determinado momento, por lo general no se destina para la venta, un ejemplo de ello son los equipos, maquinaria, terrenos, edificios, etc., por lo que se toma como inversión y no como gastos”. (p.1). Son los bienes que se utilizan en el proceso de transformación de los recursos para lograr el producto.

Tabla 70: Terreno e infraestructura

Terreno e Infraestructura					
Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total	%	Depreciación
Terreno	1	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	64,29%	\$ 0,00
Infraestructura	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	35,71%	\$ 1.000,00
TOTAL		\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	100,00%	\$ 1.000,00

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 71: Maquinaria

Maquinaria					
Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total	%	Depreciación
Máquina Peladora	1	\$ 600,00	\$ 600,00	48,00%	\$ 120,00
Máquina Rebanadora	1	\$ 650,00	\$ 650,00	52,00%	\$ 130,00
TOTAL		\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	100,00%	\$ 250,00

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 72: Equipo de cocina (harina de papa china)

Equipos de cocina (harina de papa china)					
Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total	%	Depreciación
Horno deshidratado industrial	1	\$ 200,00	\$ 200,00	26,67%	\$ 40,00
Molino industrial novital	1	\$ 550,00	\$ 550,00	73,33%	\$ 110,00
TOTAL		\$ 750,00	\$ 750,00	100,00%	\$ 150,00

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 73: Equipo de cocina (empanadas de papa china)

Equipos de cocina (empanadas de papa china)					
Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total	%	Depreciación
Cocineta industrial	1	\$ 155,00	\$ 155,00	20,67%	\$ 31,00
Refrigerador	1	\$ 350,00	\$ 350,00	46,67%	\$ 70,00
Cilindros de gas	2	\$ 45,00	\$ 90,00	12,00%	\$ 18,00
Balanza de precisión XS	1	\$ 155,00	\$ 155,00	20,67%	\$ 31,00
TOTAL		\$ 705,00	\$ 750,00	100,00%	\$ 150,00

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 74: Muebles y enseres

Muebles y enseres					
Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total	%	Depreciación
Mesa industrial	1	\$ 220,00	\$ 220,00	18,41%	\$ 44,00
Estantería	5	\$ 150,00	\$ 750,00	62,76%	\$ 150,00
Escritorio	1	\$ 150,00	\$ 150,00	12,55%	\$ 30,00
Sillas	3	\$ 25,00	\$ 75,00	6,28%	\$ 15,00
TOTAL		\$ 545,00	\$ 1.195,00	100,00%	\$ 239,00

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 75: Utensilios de cocina

Utensilios de cocina					
Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total	%	Depreciación
Cedazo grande	1 unidad	\$ 2.00	\$ 2.00	0.33%	\$ 0.40
Guantes	1 caja de 300 unidades	\$ 10.00	\$ 10.00	1.66%	\$ 2.00
Olla grande	2 unidades	\$ 45.00	\$ 90.00	14.95%	\$ 18.00
Moldes	5 piezas	\$ 25.00	\$ 125.00	20.76%	\$ 25.00
Ralladores	2 unidades	\$ 5.00	\$ 10.00	1.66%	\$ 2.00
Bandejas	10 unidades	\$ 12.00	\$ 120.00	19.93%	\$ 24.00
Cuchillos	1 unidad	\$ 2.50	\$ 2.50	0.42%	\$ 0.50
Cucharas	1 docena	\$ 5.00	\$ 5.00	0.83%	\$ 1.00
PH Jumbo familia	12 rollos	\$ 4.50	\$ 54.00	8.97%	\$ 10.80
Guantes	3 cajas de 300 unidades	\$ 10.00	\$ 30.00	4.98%	\$ 6.00
Recipientes	5 unidades	\$ 6.00	\$ 30.00	4.98%	\$ 6.00
Uniformes de cocineros	1 unidades	\$ 50.00	\$ 50.00	8.31%	\$ 10.00
Lava platos axion	10 unidades	\$ 1.25	\$ 12.50	2.08%	\$ 2.50
Desinfectante	6 unidades	\$ 6.00	\$ 36.00	5.98%	\$ 7.20
Manteles	2 unidades	\$ 5.00	\$ 10.00	1.66%	\$ 2.00
Botellón de agua 20 litros	1 unidad	\$ 15.00	\$ 15.00	2.49%	\$ 3.00
TOTAL		\$ 204.25	\$ 602.00	100.00%	\$ 120.40

Fuente: Propia

Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 76: Equipo de cómputo

Equipo de cómputo					
Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total	%	Depreciación
Equipo de cómputo	1	\$ 700,00	\$ 700,00	100,00%	\$ 140,00
TOTAL		\$ 700,00	\$ 700,00	100,00%	\$ 140,00

Fuente: Propia

Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 77: Resumen de activo fijo

ACTIVO FIJO	VALOR
Terreno e infraestructura	\$ 14.000,00
Maquinaria	\$ 1.250,00
Equipos de cocina (harina de papa china)	\$ 750,00
Equipos de cocina (empanadas de papa china)	\$ 750,00
Muebles y enseres	\$ 1.195,00
Utensilios de cocina	\$ 602,00
Equipo de cómputo	\$ 700,00
TOTAL	\$ 19.247,00

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

La empresa Delicias Amazónicas hace un análisis detallado de los activos fijos tangibles que será necesario para iniciar la actividad económica siendo: terreno e infraestructura de \$14.000,00, maquinaria para la producción con un total de \$1.200,00, equipos de cocina (harina de papa china) \$750,00, equipos de cocina (empanadas de papa china) \$750,00, muebles y enseres sumando \$1195,00, los utensilios de cocina necesarios para producir con un total de \$602,00 y el equipo de cómputo es \$700,00 por lo que en conjunto son componentes fundamentales para la empresa y el área de producción.

6.2. Inversiones en activos fijos intangibles

Para el autor Tu Guía Contable (2012) menciona: Los activos intangibles son bienes que no tiene una apariencia física, pero son títulos que confieren al dueño de la empresa tener un derecho sobre un bien y que es útil para llevar a cabo una actividad económica (p.1).

Son aquellos que se realizan sobre los activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto de inversión. Los activos fijos intangibles pierden valor con el tiempo, a esta pérdida se les denomina amortizaciones. Estas inversiones afectan al lujo de caja indirectamente, por la vía de una disminución de la base imponible y, por lo tanto, de los impuestos a pagar. (Alvarado O. , 2013, pág. 140)

Tabla 78: Inversión activos intangibles

Detalle	Total	%	Amortización
Permisos de funcionamiento	\$ 500.00	29.41%	\$ 100.00
Patente	\$ 500.00	29.41%	\$ 100.00
Publicidad	\$ 700.00	41.18%	\$ 140.00
TOTAL	\$ 1,700.00	100.00%	\$ 340.00

Fuente: Propia

Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

Los activos intangibles dentro de la empresa son necesario para que se dé a conocer la empresa y sobre todo llevar legalmente su funcionamiento es por ello que se toma en cuenta los permisos de funcionamiento con \$500.00, la patente y demás con un valor de \$500.00 y la publicidad se estima un valor de \$ 700.00 para iniciar la actividad de emprendimiento.

6.3. Inversiones en activos circulantes o capital de trabajo

- Cuenta caja – bancos

El dinero en efectivo es un rubro que ayuda a la empresa a realizar gastos cotidianos que ayudan a cubrir en el momento en el que se solicita y que es un intervalo de corto tiempo.

- Inventario

El inventario se puede calcular mediante el lote económico basado en el costo de inventario, transporte y compra de materia prima.

Ecuación 1 Inventario

$$\text{Inventario} = \text{Lote económico} * \text{precio}$$

Ecuación 2 Lote económico

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

Donde:

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 (Banco Central del Ecuador año 2016 5.47%)

P: Precio unitario de compra

$$LE = \sqrt{\frac{2*6*240}{0.0547*11}}$$

$$LE = 69.18$$

$$\mathbf{Inventario} = 69.18*11$$

$$\mathbf{Inventario} = 761.02$$

Análisis

La cantidad óptima de materia prima es de 761.02 que se requiere.

- Cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar son rubros que la empresa tiene a favor para el ingreso económico dentro de la empresa y que haya rotación y flujo de dinero.

Ecuación 3 Cuentas por cobrar

$\mathbf{Cuentas\ por\ cobrar = (ventas\ anuales / 360)\ periodo\ promedio\ de\ recuperación}$
--

$$Cuentas\ por\ cobrar = (\$40.526,46/360) * 30$$

$$Cuentas\ por\ cobrar = 3.377,21$$

Donde el periodo de recuperación son los días que la empresa puede otorgar crédito a las cadenas de supermercados como la suma de 15, 30 y 45 días divididos para 3 obteniendo 30 días.

Tabla 79: Activos circulantes

Detalle	Total
Caja	\$ 500.00
Bancos	\$ 500.00
Inventario	\$ 761.02
Cuentas por cobrar	\$ 3, 377.21
TOTAL	\$ 5,138.23

Fuente: Propia

Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

El activo circulante dentro de la empresa conforma los siguientes rubros: caja \$500.00, Bancos \$ \$500.00 Inventario \$761.02 y cuentas por cobrar \$3377.21 siendo el rubro mayoritario y con más movimiento circulante dentro de la organización.

Pasivo Circulante

La tasa circulante es conocida como valor referencial de 2.5 que está marcado por el mercado bancario emitido por el Banco Central del Ecuador en función de la información otorgada por las instituciones financieras para percibir ganancias.

Ecuación 4 Tasa circulante

$$\text{Tasa Circulante} = \text{Activo Corriente} / \text{Pasivo Corriente}$$

$$2.5 = 5,138.23 / \text{Pasivo Corriente}$$

$$\text{Pasivo Corriente} = 5.138,23 / 2.5$$

$$\text{Pasivo Corriente} = 2.055,29$$

Análisis

La tasa circulante es un valor marcado por el Banco Central y proveniente de las instituciones financieras para la generación de ganancias, es por ello que el pasivo circulante se obtiene un valor de 2.055,29 dólares americanos.

Capital de trabajo

Ecuación 5 Capital de trabajo

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

$$\text{Capital de Trabajo} = 5.138,23 - 2.055,29$$

$$\text{Capital de Trabajo} = 3.082,94$$

Análisis

La empresa Delicias Amazónicas cuenta con \$3.082,94 que son recursos económicos que ayuda a manejar de mejor manera sus actividades de producción a corto plazo.

6.4. Resumen de las Inversiones.

Tabla 80: Resumen de las inversiones

Detalle	Total
Activo Fijo Tangible	\$ 19.247,00
Activo Intangible	\$ 1.700,00
Capital de Trabajo	\$ 3.082,94
Inversión Inicial	\$ 24.029,94

Fuente: Propia

Elaborado por: Pérez Karol

Ecuación 6 Inversión inicial

$$\text{Inversión Inicial} = \text{Activo Tangible} + \text{Activo Intangible} + \text{Capital de Trabajo}$$

$$\text{Inventario inicial} = 19.247,00 + 1.700,00 + 3.082,94$$

$$\text{Inversión Inicial} = \$ 24.029,94$$

Análisis

La inversión inicial de la empresa iniciará con \$24.029,94 sumado activo tangible, activo intangible y capital lo que hace que ayude a la inversión con la que contará la empresa para la iniciación de sus actividades.

6.5. Financiamiento.

Para iniciar la actividad una empresa es necesario contar con dinero para poder adquirir bienes, es por ello que se toma en cuenta que se necesitará financiamiento de una institución financiera para llevar a cabo la inversión inicial, por lo que se toma en cuenta las tasas de interés, plazo, documentación, etc.

Tabla 81: Financiamiento

Detalle	Total	Porcentaje
Inversión Inicial	\$ 24.029,94	100%
Capital Propio	\$ 19.247,00	80,10%
Financiamiento	\$ 4.782,94	19,90%
Inversión Inicial	\$ 24.029,94	100,00%

Fuente: Propia

Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

La empresa cuenta con \$19.247,00 como fondos propios, mientras que \$4.782,94 son fondos que la organización debe gestionar para adquirir en una institución financiera para cubrir la inversión que debe realizar en el presente emprendimiento para inicial la actividad empresarial y que es necesaria para cubrir la demanda.

Tabla 82: Instituciones financieras

Entidad	Monto	Tasa Activa	Tiempo de entrega	Garantía	Plazo
Produbanco	\$ 4,322.00	14,25%	3 semanas	\$ 400,00	60 meses
Cooperativa Mushuc Runa	\$ 4,322.00	11,07%	2 semanas	\$ 300,00	60 meses
Cooperativa El Sagrario	\$ 4,322.00	12,42%	2 semanas	\$ 240,00	60 meses

Fuente: Propia

Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

Para poder obtener financiamiento se procede al análisis de varias instituciones financieras que otorguen créditos tomando en cuenta la tasa activa, tiempo de entrega, garantía y plazo por lo que la mejor opción es la Cooperativa Mushuc Runa ya que la tasa es la mejor siendo 11.07% más baja que las demás entidades.

6.6. Plan de Inversiones.

Dentro de un plan de inversiones se encuentra un conjunto de estudios, los cuales permitirán sintetizar la información mediante el análisis de la inversión y lo que necesitará la empresa. (Andia & Paucara, 2013)

Tabla 83: Plan de inversiones

Inversión	Monto	Fondos Propios	Financiamiento
Activo Fijo Tangible	\$ 19.247,00	\$ 19.247,00	
Activo Intangible	\$ 1.700,00		\$ 1.700,00
Capital de Trabajo	\$ 3.082,94		\$ 3.082,94
		80,10%	19,90%
TOTAL	\$ 24.029,94	\$ 19.247,00	\$ 4.782,94

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

La empresa Delicias Amazónicas cuenta con fondos propios y financiados por lo que el capital propio es de \$19.247,00 y el financiamiento es de \$4.782,94 que será otorgado por la institución financiera que ayudará a la iniciación de la actividad económica.

6.7. Presupuesto de Gastos e Ingresos

- **Costos de producción**

Los costos de producción permiten conocer los bienes que se necesitan para la transformación de la materia prima a producto elaborado.

Tabla 84: Materia prima

Materia prima			
Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total
Papachina	240 quintales	\$ 11,00	\$ 2.640,00
TOTAL	240	\$ 11,00	\$ 2.640,00

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 85: Insumos

Insumos			
Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total
Sal	4 paquetes de 2kg	\$ 1,20	\$ 4,80
Azúcar	4 paquetes de 2kg	\$ 1,50	\$ 6,00
Mantequilla	48 libras	\$ 1,20	\$ 57,60
Queso	240 unidades 250gr	\$ 2,00	\$ 480,00
Gas doméstico	2 cilindros	\$ 3,50	\$ 7,00
Polvo de hornear	2 paquetes 1kg	\$ 5,00	\$ 10,00
Conservantes	2 frascos	\$ 20,00	\$ 40,00
Harina de trigo	9 quintales	\$ 35,00	\$ 315,00
TOTAL		\$ 69,40	\$ 920,40

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 86: Suministros básicos

Suministros Básicos			
Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total
Energía Eléctrica	kVh	\$ 18.00	\$ 216.00
Agua Industrial	m ³	\$ 48.00	\$ 576.00
TOTAL			\$ 792.00

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 87: Cargos de depreciación

Cargos de depreciación			
Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total
Máquina Peladora	1	\$ 120.00	\$ 120.00
Máquina Rebanadora	1	\$ 130.00	\$ 130.00
Horno deshidratado industrial	1	\$ 40.00	\$ 40.00
Molino industrial	1	\$ 110.00	\$ 110.00
Cocineta industrial	1	\$ 31.00	\$ 31.00
Refrigerador	1	\$ 70.00	\$ 70.00
Cilindros de gas	1	\$ 18.00	\$ 19.00
Balanza de precisión XS	1	\$ 31.00	\$ 31.00
TOTAL			\$ 550.00

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 88: Cargos de amortización

Cargos de amortización			
Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total
Permisos de funcionamiento	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Patente	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Publicidad	1	\$ 140.00	\$ 140.00
TOTAL			\$ 340.00

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 89: Sueldos operativos

Sueldos Operativos			
Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total
Productor	1	\$ 385.00	\$ 4,620.00

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 90: Materiales indirectos

Materiales Indirectos			
Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total
Costales	8 docenas	\$ 5.00	\$ 40.00
Hilo	5 rollos 20metros	\$ 10.00	\$ 50.00
Bandejas espumadas jumbo	19200 unidades	\$ 0.05	\$ 960.00
Película extensible industrial	50 rollos	\$ 5.00	\$ 250.00
Etiquetas logotipo	4 cajas (5000 unidades)	\$ 20.00	\$ 80.00
TOTAL			\$ 1,380.00

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 91: Mantenimiento maquinaria y equipo

Mantenimiento maquinaria y equipo			
Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total
Mantenimiento al equipo de computo	Semestral	\$ 35.00	\$ 70.00
Mantenimiento de maquinaria	Trimestral	\$ 20.00	\$ 80.00
TOTAL			\$ 150.00

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 92: Costo indirecto de fabricación

Costo indirecto de fabricación			
Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total
Transporte de materia prima	12 veces	\$ 5.00	\$ 60.00

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 93: Resumen de costo de producción

Costo	Valor
Materia prima	\$ 2.640,00
Insumos	\$ 920,40
Servicios Básicos	\$ 792,00
Cargos de depreciación	\$ 550,00
Cargos de amortización	\$ 340,00
Sueldos Operativos	\$ 4.620,00
Materiales Indirectos	\$ 1.380,00
Mantenimiento maquinaria y equipo	\$ 150,00
Costo indirecto de fabricación	\$ 60,00
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 11.452,40

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

- **Costos administrativos**

Los costos administrativos son rubros que aparecen en la actividad administrativa que no incluyen gastos con el área de producción que son controlados por la dirección.

Tabla 94: Personal administrativo

Personal administrativo			
Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total
Gerente	1	\$ 420.00	\$ 5,040.00
Secretaria-contadora	1	\$ 380.00	\$ 4,560.00
TOTAL			\$ 9,600.00

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 95: Servicios básicos

Servicios básicos			
Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total
Agua	kVh	\$ 8.00	\$ 96.00
Luz eléctrica	m ³	\$ 30.00	\$ 360.00
Teléfono	minutos	\$ 10.00	\$ 120.00
Internet	megas	\$ 20.00	\$ 240.00
TOTAL			\$ 816.00

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 96: Suministros de oficina

Suministro de oficina			
Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total
Resma de papel bond	12 unidades	\$ 3.50	\$ 42.00
Esferos	24 unidades	\$ 0.50	\$ 12.00
Lápices	24 unidades	\$ 0.50	\$ 12.00
Archivadores	15 unidades	\$ 5.00	\$ 75.00
Perforadora	2 unidades	\$ 4.00	\$ 8.00
Grapadora	2 unidades	\$ 4.00	\$ 8.00
TOTAL			\$ 157.00

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 97: Útiles de oficina

Útiles de oficina			
Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total
Desinfectador	12 unidades	\$ 3.00	\$ 36.00
Trapeador	2 unidades	\$ 2.50	\$ 5.00
Papel higiénico	75 unidades	\$ 0.50	\$ 37.50
Escobas	2 unidades	\$ 3.00	\$ 6.00
Recipientes	5 unidades	\$ 2.00	\$ 10.00
TOTAL			\$ 94.50

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 98: Resumen Costo Administrativo

Costo	Valor
Personal Administrativo	\$ 9,600.00
Servicios básicos	\$ 816.00
Suministro de oficina	\$ 157.00
Útiles de oficina	\$ 94.50
TOTAL COSTO ADMINISTRATIVO	\$ 10,667.50

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

- **Costos de venta**

Los costos de venta son los que se originan por las ventas del producto por lo que se otorga atributos lo que incurre en gastos, beneficiando al cliente su adquisición y uso.

Tabla 99: Personal de ventas

Personal de ventas			
Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total
Jefe de venta	1	\$ 400.00	\$ 4,800.00

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 100: Transporte de producto terminado

Transporte de producto terminado			
Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total
Transporte de producto terminado	15 veces	\$ 3.00	\$ 45.00

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 101: Resumen de costo de ventas

Costo	Valor
Jefe de venta	\$ 4,800.00
Transporte de Producto terminado	\$ 45.00
TOTAL COSTO DE VENTA	\$ 4,845.00

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

- **Costos financieros**

Son rubros que se pagan los fondos de financiamiento que por lo general su pago se realiza en moneda de circulación, mediante condiciones específicas sobre el monto y el interés que debe ser cubierto a una determinada fecha o plazo de vencimiento.

Tabla 102: Monto financiamiento

Monto	Año	Interés
4782,94	1	\$586,22
	2	\$457,23
	3	\$328,96
	4	\$199,21
	5	\$70,21

Fuente: Propia

Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 103: Resumen de costos

Costo	Valor
Materia prima	\$ 2.640,00
Insumos	\$ 920,40
Servicios Básicos	\$ 792,00
Cargos de depreciación	\$ 550,00
Cargos de amortización	\$ 340,00
Sueldos Operativos	\$ 4.620,00
Materiales Indirectos	\$ 1.380,00
Mantenimiento maquinaria y equipo	\$ 150,00
Costo indirecto de fabricación	\$ 60,00
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 11.452,40
Personal administrativo	\$ 9.600,00
Servicios básicos	\$ 816,00
Suministro de oficina	\$ 157,00
Útiles de oficina	\$ 94,50
TOTAL COSTO ADMINISTRATIVO	\$ 10.667,50
Jefe de venta	\$ 4.800,00
Transporte de Producto terminado	\$ 45,00
TOTAL COSTO DE VENTA	\$ 4.845,00
Interés préstamo bancario	\$586,22
TOTAL COSTO BANCARIO	586,22
TOTAL COSTOS DEL PROYECTO	\$27.551,12

Fuente: Propia

Elaborado por: Pérez Karol

6.7.1. Situación financiera actual

El estado de situación financiera actual muestra la situación en la que se encuentra la empresa conjuntamente con sus proyecciones.

**Tabla 104: Balance general
Delicias Amazónicas
Balance General**

ACTIVO		PASIVO	
Caja	\$ 500,00	Pasivo circulante	\$ 2.055,29
Bancos	\$ 500,00	TOTAL PASIVO CIRCULANTE	\$ 2.055,29
Cuentas por cobrar	\$ 3.377,21	Largo Plazo	
Inventario	\$ 3.117,47	Préstamo Bancario	\$ 4.782,94
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	\$ 7.494,68	TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 4.782,94
Tangible		TOTAL PASIVO	\$ 6.838,23
Terreno e infraestructura	\$ 14.000,00		
Maquinaria	\$ 1.250,00		
Equipos de cocina (harina de papa china)	\$ 750,00		
Equipos de cocina (empanadas de papa china)	\$ 750,00		
Muebles y enseres	\$ 1.195,00		
Utensillos de cocina	\$ 602,00		
Equipo de cómputo	\$ 700,00		
(-) Depreciación acumulada neta	\$ 2.049,40		
TOTAL TANGIBLES	\$ 17.197,60		
Intangible			
Permisos de funcionamiento	\$ 500,00		
Patente	\$ 500,00		
Publicidad	\$ 700,00		
(-) Amortización acumulada neta	\$ 340,00	Capital	\$ 19.214,05
TOTAL INTANGIBLES	\$ 1.360,00	TOTAL PATRIMONIO	\$ 19.214,05
TOTAL ACTIVO	\$ 26.052,28	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 26.052,28

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Gerente general
Ing. Pérez Karol

Secretaria –Contadora
Ing. Miriam Martínez

6.7.2. Situación financiera proyectada

La proyección financiera ayuda a conocer a futuro rubros de acuerdo a un determinado porcentaje para tomar decisiones a futuro.

Tabla 105: Balance General Proyectado

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO					
Caja	\$ 500,00	\$ 516,90	\$ 534,37	\$ 552,43	\$ 571,11
Bancos	\$ 500,00	\$ 516,90	\$ 534,37	\$ 552,43	\$ 571,11
Cuentas por cobrar	\$ 3.377,21	\$ 3.491,35	\$ 3.609,36	\$ 3.731,36	\$ 3.857,48
Inventario	\$ 3.117,47	\$ 3.222,84	\$ 3.331,77	\$ 3.444,39	\$ 3.560,81
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	\$ 7.494,68	\$ 7.748,00	\$ 8.009,88	\$ 8.280,61	\$ 8.560,50
Tangible					
Terreno e infraestructura	\$ 14.000,00	\$ 14.473,20	\$ 14.962,39	\$ 15.468,12	\$ 15.990,95
Maquinaria	\$ 1.250,00	\$ 1.292,25	\$ 1.335,93	\$ 1.381,08	\$ 1.427,76
Equipos de cocina (harina de papa china)	\$ 750,00	\$ 775,35	\$ 801,56	\$ 828,65	\$ 856,66
Equipos de cocina (empanadas de papa china)	\$ 750,00	\$ 775,35	\$ 801,56	\$ 828,65	\$ 856,66
Muebles y enseres	\$ 1.195,00	\$ 1.235,39	\$ 1.277,15	\$ 1.320,31	\$ 1.364,94
Utensillos de cocina	\$ 602,00	\$ 622,35	\$ 643,38	\$ 665,13	\$ 687,61
Equipo de cómputo	\$ 700,00	\$ 723,66	\$ 748,12	\$ 773,41	\$ 799,55
(-) Depreciación acumulada neta	\$ 2.049,40	\$ 2.049,40	\$ 2.049,40	\$ 2.049,40	\$ 2.049,40
TOTAL TANGIBLES	\$ 17.197,60	\$ 17.848,15	\$ 18.520,69	\$ 19.215,95	\$ 19.934,72
Intangible					
Permisos de funcionamiento	\$ 500,00	\$ 516,90	\$ 534,37	\$ 552,43	\$ 571,11
Patente	\$ 500,00	\$ 516,90	\$ 534,37	\$ 552,43	\$ 571,11
Publicidad	\$ 700,00	\$ 723,66	\$ 748,12	\$ 773,41	\$ 799,55
(-) Amortización acumulada neta	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00
TOTAL INTANGIBLES	\$ 1.360,00	\$ 1.417,46	\$ 1.476,86	\$ 1.538,27	\$ 1.601,76
TOTAL ACTIVO	\$ 26.052,28	\$ 27.013,60	\$ 28.007,43	\$ 29.034,84	\$ 30.096,98
PASIVO					
Pasivo Circulante	\$ 2.055,29	\$ 2.124,76	\$ 2.196,58	\$ 2.270,82	\$ 2.347,58
TOTAL PASIVO CIRCULANTE	\$ 2.055,29	\$ 2.124,76	\$ 2.196,58	\$ 2.270,82	\$ 2.347,58
Largo Plazo					
Préstamo Bancario	\$ 3.826,30	\$ 2.869,66	\$ 1.913,02	\$ 956,38	-\$ 0,06
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 3.826,30	\$ 2.869,66	\$ 1.913,02	\$ 956,38	-\$ 0,06

TOTAL PASIVO	\$ 5.881,59	\$ 4.994,42	\$ 4.109,60	\$ 3.227,20	\$ 2.347,51
Capital	\$ 20.170,69	\$ 22.019,18	\$ 23.897,83	\$ 25.807,64	\$ 27.749,46
TOTAL PATRIMONIO	\$ 20.170,69	\$ 22.019,18	\$ 23.897,83	\$ 25.807,64	\$ 27.749,46
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 26.052,28	\$ 27.013,60	\$ 28.007,43	\$ 29.034,84	\$ 30.096,98

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Gerente general
Ing. Pérez Karol

Secretaria – Contadora
Ing. Miriam Martínez

6.7.3. Presupuesto de ingresos

Se puede considerar como aquella parte de la contabilidad constituida por el conjunto de operaciones y anotaciones relativas a la ejecución del presupuesto de ingresos corriente, correspondientes al año en curso.

Tabla 106: Ingresos

DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA REAL					
AÑO	DPI	ESTIMACIÓN	DPI REAL	PAQUETES ANUALES	VENTAS NETAS
2016	145040	79%	114581	19097	\$38.194,00
2017	148695	79%	117469	19578	\$40.526,46
2018	152442	79%	120429	20072	\$43.154,80
2019	156283	79%	123464	20577	\$45.886,71
2020	160222	79%	126575	21096	\$48.731,76
2021	164259	79%	129765	21627	\$51.688,53

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

Para la Empresa Delicias de la Amazonia el año uno cuenta con \$38.194.00 de ingresos económicos por medio de la multiplicación de los paquetes anuales y \$2.00 del precio del producto para conocer acertadamente los ingresos de la organización.

6.7.4. Estado de resultados proyectados

Según el autor Label (2012) afirma: “El estado de resultados también se le conoce también como estado de ganancias y pérdidas en donde se encuentra detalladamente los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha generado una empresa durante un periodo de tiempo” (pág. 60).

Tabla 107: Estado de resultados

Delicias Amazónicas						
Estado de Resultados						
	DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Ingresos	\$ 38.194,00	\$ 40.526,46	\$ 43.154,80	\$ 45.886,71	\$ 48.731,76
-	Gastos Operativos	\$ 11.452,40	\$ 11.839,49	\$ 12.239,67	\$ 12.653,37	\$ 13.081,05
=	Utilidad Bruta	\$ 26.741,60	\$ 28.686,97	\$ 30.915,13	\$ 33.233,34	\$ 35.650,71
-	Gastos Administrativos	\$ 10.667,50	\$ 11.028,06	\$ 11.400,81	\$ 11.786,16	\$ 12.184,53
-	Gastos Financieros	\$ 586,22	\$ 457,23	\$ 328,96	\$ 199,21	\$ 70,21
-	Gasto de Ventas	\$ 4.845,00	\$ 5.008,76	\$ 5.178,06	\$ 5.353,08	\$ 5.534,01
=	Utilidad antes de Impuestos	\$ 10.642,88	\$ 12.192,92	\$ 14.007,31	\$ 15.894,90	\$ 17.861,96
-	Impuesto a la Renta	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
=	Utilidad después de la Renta	\$ 10.642,88	\$ 12.192,92	\$ 14.007,31	\$ 15.894,90	\$ 17.861,96
-	Utilidades Trabajadores 15%	\$ 1.596,43	\$ 1.828,94	\$ 2.101,10	\$ 2.384,24	\$ 2.679,29
=	Utilidad Neta	\$ 9.046,45	\$ 10.363,98	\$ 11.906,21	\$ 13.510,67	\$ 15.182,67
+	Gastos Depreciación y amortización	\$ 849,40	\$ 849,40	\$ 849,40	\$ 849,40	\$ 849,40
-	Pago Principales	\$ 956,64	\$ 956,64	\$ 956,64	\$ 956,64	\$ 956,44
=	Flujo Neto de Efectivo	\$ 8.939,21	\$ 10.256,74	\$ 11.798,97	\$ 13.403,43	\$ 15.075,63

Fuente: Propia

Elaborado por: Pérez Karol

Gerente general
Ing. Pérez Karol

Secretaria – Contadora
Ing. Miriam Martínez

6.7.5. Flujo de caja.

Para el autor Gutiérrez (2015) manifiesta: “El flujo de caja es la variación de entradas y salidas de efectivo en un período dado para una empresa” (pág. 60). Por lo que el flujo de caja es el incremento de activos en un periodo determinado lo que constituye como un elemento importante de la liquidez empresarial. El flujo de caja es una herramienta que nos permite resumir en forma ordenada información cuantitativa; según el objetivo de su elaboración se pueden presentar:

Tabla 108: Flujo de Caja

Delicias Amazónicas							
Flujo de Caja							
	DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	INGRESOS OPERACIONALES	\$24.029,94	\$40.526,46	\$43.154,80	\$45.886,71	\$48.731,76	\$51.688,53
+	Recursos propios	\$19.247,00					
+	Recursos ajenos	\$4.782,94					
+	Ingresos por ventas		\$40.526,46	\$43.154,80	\$45.886,71	\$48.731,76	\$51.688,53
=	EGRESOS OPERACIONALES		\$26.964,90	\$27.876,31	\$28.818,53	\$29.792,60	\$30.799,59
+	Costos Operacionales		\$11.452,40	\$11.839,49	\$12.239,67	\$12.653,37	\$13.081,05
+	Costos de Venta		\$4.845,00	\$5.008,76	\$5.178,06	\$5.353,08	\$5.534,01
+	Costos Administrativos		\$10.667,50	\$11.028,06	\$11.400,81	\$11.786,16	\$12.184,53
=	FLUJO OPERACIONAL	\$24.029,94	\$13.561,56	\$15.278,49	\$17.068,18	\$18.939,16	\$20.888,94
	INGRESOS OPERACIONALES		-	-	-	-	-
+	Créditos a contratarse a corto plazo		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
=	EGRESOS NO OPERACIONALES		\$586,22	\$457,23	\$328,96	\$199,21	\$70,21
+	Interés pago de créditos a largo plazo		\$586,22	\$457,23	\$328,96	\$199,21	\$70,21
	Otros egresos		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
=	FLUJO NO OPERACIONAL		\$586,22	\$457,23	\$328,96	\$199,21	\$70,21
=	FLUJO NETO DE CAJA	\$24.029,94	\$12.975,34	\$14.821,26	\$16.739,22	\$18.739,95	\$20.818,73

Fuente: Propia

Elaborado por: Pérez Karol

Gerente general
Ing. Pérez Karol

Secretaria – Contadora
Ing. Miriam Martínez

6.8. Punto de equilibrio.

Para el autor IngenieriaIndustrialenline.com (2012) asume: “El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades”. El punto de equilibrio es el análisis que ayuda a realizar proyecciones y referencia en cuanto a ingresos, gastos unidades de producción que segmentan en costos variables y fijos.

Tabla 109: Punto de equilibrio

Detalle	Costos fijos	Valor	Costo Variable	Valor
Costo de producción	Cargo amortización y depreciación	\$2.389,40	Materia prima	\$920,40
	Mantenimiento de maquinaria y equipo	\$150,00	Materiales indirectos	\$1.380,00
	Mano de obra directa e indirecta	\$4.620,00	Insumos	\$60,00
	Servicios básicos	\$792,00	Costo indirecto de fabricación	\$60,00
Costo Administrativo	Servicios básicos	\$816,00	Suministros de oficina	\$157,00
	Sueldos y salarios	\$9.600,00	Útiles de oficina	\$94,50
Costo de venta	Sueldos y salarios	\$4.800,00	Transporte	\$45,00
Costo financiero	Interés préstamo bancario	\$586,22		
TOTAL		\$23.753,62		\$2.716,90

Fuente: Propia

Elaborado por: Pérez Karol

Punto de equilibrio en unidades monetarias

Ecuación 7 Punto de equilibrio en unidades monetarias

$$PE = (CF / (1 - CV / V))$$

Donde:

Pe: Punto de equilibrio

CF: Costos fijos

CV: Costos variables

V: Ventas

$$PE = 23.753,62 / (1 - 2.716,90 / 40.526,46)$$

$$PE = 25.460,50 \text{ dólares}$$

Punto de equilibrio en unidades de producción

Ecuación 8 Punto de equilibrio en unidades de producción

$$PE = (CF / (PVU - CVU))$$

Donde:

Pe: Punto de equilibrio

CF: Costos fijos

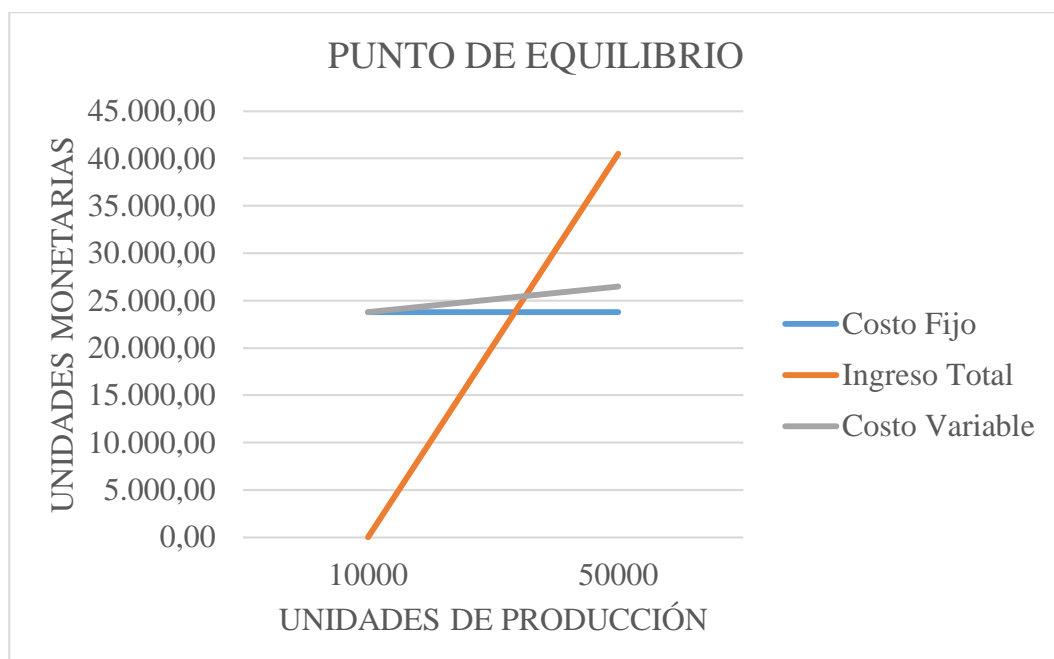
CVU: Costos variables unitario

PVU: Precio de venta unitario

$$PE = 23.753,62 / 2,00 - 1,50$$

$$PE = 47.507,24 \text{ unidades}$$

Ilustración 36: Punto de equilibrio



Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

En el presente proyecto se observa que el punto de equilibrio en unidades monetarias es de 25.460,50 dólares americanos y en unidades de producción es de 47.507,24, es decir, que es el punto donde no existe pérdida tampoco ganancia y a partir de los presentes valores se afirma la ganancia neta para la empresa.

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

La situación económica de la empresa genera la producción de un producto y que como resultado arroja la factibilidad del proyecto.

Ecuación 9 Tasa mínima aceptable de rendimiento

$$\text{TMAR1} = i + f$$

Donde:

TMAR: Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

I: Riesgo al país 9.08 (Banco Central del Ecuador)

f: Inflación 1.3 (Banco Central del Ecuador)

$$\text{TMAR1} = 0.908 + 0.013$$

$$\text{TMAR1} = 0.1038 \text{ ó } (10.38\%)$$

Ecuación 10 Tasa mínima aceptable de rendimiento 2

$$\text{TMAR2} = i + f (2)$$

$$\text{TMAR2} = 0.908 + (0.013 * 2)$$

$$\text{TMAR2} = 0.1168 \text{ ó } (11.68\%)$$

Análisis

La tasa mínima aceptable para el presente proyecto es de 10.38% y 11.68%, siendo tasas atractivas para posible ingreso de accionistas para la adquisición de compra de acciones.

Tabla 110: TMAR1

FUENTE DE FINANCIAMIENTO	VALOR	% APORTACIÓN	%	TMAR	PONDERACIÓN
Capital Propio	\$ 19.247,00	80%	0,8	0,1038	0,083
Financiamiento	\$ 4.782,94	20%	0,2	0,1107	0,022
	\$ 24.029,94	100%	100%		0,1052
					10,52%

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Tabla 111: TMAR2

FUENTE DE FINANCIAMIENTO	VALOR	% APORTACIÓN	%	TMAR	PONDERACIÓN
Capital Propio	\$ 19.247,00	80%	0,8	0,1168	0,09344
Financiamiento	\$ 4.782,94	20%	0,2	0,1107	0,02214
	\$ 24.029,94	100%	100%		0,1156
					11,56%

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Análisis

La tasa mínima del proyecto con financiamiento es de 10.52% para los inversionistas, por lo que puede afrontar interés en el pago de créditos. A su vez existe otra tasa de 11.56% para interés de los inversionistas.

6.10. Valor presente neto o valor actual neto (VAN)

Cálculo VAN 1

Ecuación 11 Valor actual neto 1

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

$$VAN 1 = -24029,94 - \frac{12975,34}{(1+0.1052)^1} + \frac{14821,26}{(1+0.1052)^2} + \frac{16739,22}{(1+0.1052)^3} + \frac{18739,95}{(1+0.1052)^4} + \frac{20818,73}{(1+0.1052)^5}$$

$$VAN 1 = -24029,94 - \frac{12975,34}{1,1052} + \frac{14821,26}{1,1163} + \frac{16739,22}{1,3500} + \frac{18739,95}{1,4920} + \frac{20818,73}{1,6489}$$

$$VAN 1 = -24029,94 \quad 11740,2642 \quad + 13277,5186 \quad + 12399,7380 \quad + 12560,4424 \quad + 12625,5372$$

$$VAN 1 = \quad 62603,50$$

$$VAN 1 = \quad 62.603,50 + (-24029,94)$$

$$VAN 1 = \quad 38573,56$$

Análisis

Según el cálculo del VAN 1 es un valor mayor a cero por lo que se puede evidenciar que el proyecto es factible, la Empresa Delicias Amazónicas está en la capacidad de recuperar la inversión generando utilidad con una tasa de rendimiento de 10.52%.

Cálculo VAN 2

Ecuación 12 Valor actual neto 2

$VAN = -Inversión\ Inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$									
VAN 2 = -24029,94	$\frac{12975,34}{(1+0.1156)^1}$	+	$\frac{14821,26}{(1+0.1156)^2}$	+	$\frac{16739,22}{(1+0.1156)^3}$	+	$\frac{18739,95}{(1+0.1156)^4}$	+	$\frac{20818,73}{(1+0.1156)^5}$
VAN 2 = -24029,94	12975,34	+	14821,26	+	16739,22	+	18739,95	+	20818,73
	1,1156		1,2446		1,3884		1,5489		1,7373
VAN 2 = -24029,94	11630,8175	+	11908,8002	+	12056,1772	+	12098,5805	+	11983,3218
	59677,70								
VAN 2 =	59.677,70 + (-24029,94)								
VAN 2 =	35647,76								

Análisis

Según el cálculo del VAN 2 es un valor mayor a cero por lo que se puede evidenciar que el proyecto es factible, la Empresa Delicias Amazónicas está en la capacidad de recuperar la inversión generando utilidad con una tasa de rendimiento de 11.56%.

6.11. Indicadores Financieros

Un indicador financiero ayuda a medir la capacidad que tiene la empresa para el pago de sus obligaciones a un tiempo determinado, por lo general menor a un año.

El sistema financiero es la expresión más importante de la globalización económica. En él se relejan las posibilidades de expansión y crecimiento con que cuenta cualquier sistema económico. (Wiley & Sons, 2014)

Liquidez circulante

Ecuación 13 Liquidez circulante

$$\text{Liquidez circulante} = \text{Activo Circulante} / \text{Pasivo Corriente}$$

$$\text{Liquidez Circulante} = 5.138,23 / 2.055,29$$

$$\text{Liquidez circulante} = \$ 2.50$$

El presente proyecto indica la liquidez que cuenta con un valor de 2.50 para cumplir con las obligaciones de pagos por cada dólar que tiene de deuda a un corto plazo.

Prueba Ácida

Ecuación 14 Prueba ácida

$$\text{Prueba Ácida} = (\text{Activo Circulante} - \text{Inventarios}) / \text{Pasivo Corriente}$$

$$\text{Prueba Ácida} = (5.138,23 - 761,02) / 2.055,29$$

$$\text{Prueba Ácida} = \$ 2.13$$

Por cada dólar de pasivo corriente tiene 2.13 lo que ayuda al análisis de la liquidez y la capacidad de pago que tiene la empresa a corto plazo, por lo que por cada dólar que debe la empresa dispone de 2.13 para pagar sus obligaciones.

Razón de Efectivo

Ecuación 15 Razón efectivo

$$\text{Razón de Efectivo} = \text{Caja} + \text{Bancos} / \text{Pasivo Corriente}$$

$$\text{Razón de Efectivo} = 1.000 / 2.055,29$$

$$\text{Razón de Efectivo} = 0.49$$

Por cada dólar de inversión dispone de 0.49 que es la disposición inmediata de dinero frente a la deuda que posee la empresa en un corto plazo.

Tasa de deuda

Ecuación 16 Tasa de deuda

$$\text{Tasa de Deuda} = (\text{Pasivo Total} / \text{Activo Total}) * 100$$

$$\text{Tasa de Deuda} = (6.838,23 / 26.052,28) * 100$$

$$\text{Tasa de Deuda} = 26.25$$

El endeudamiento muestra el porcentaje de fondos totales que se obtuvo de los acreedores dando un valor de 26.25% para el presente proyecto de emprendimiento, por lo que es un porcentaje de participación de los proveedores de la empresa sobre los activos que posee.

Rentabilidad

La rentabilidad mide la relación que existe entre la ganancia e inversión tomando en cuenta el costo para mostrar en porcentaje de dinero invertido para ver si se ha ganado perdido.

Ecuación 17 Rentabilidad

$$\text{Rentabilidad} = (\text{Ganancia} / \text{Inversión Inicial}) * 100$$

$$\text{Rentabilidad} = (9.046,45 / 24.029,94) * 100$$

$$\text{Rentabilidad} = 37.65$$

El 37.65% es el valor de la rentabilidad del proyecto de emprendimiento, siendo un valor positivo por lo que es rentable la empresa.

6.12. Tasa beneficio – costo

Para el autor Mata (2015) afirma: “La relación Beneficio-Costo (B/C) compara de forma directa los beneficios y los costes” (pág. 156). La tasa beneficio costo actualiza los costos e ingresos a una tasa de actualización que incluye de manera cuantificable un valor actualizado considerando su recuperación.

Ecuación 18 Tasa Beneficio - costo

$$\text{Tasa Beneficio-Costo} = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos}}{\sum \text{Costos Totales del Proyecto}}$$

$$\text{Tasa beneficio - costo} = 40.526,46 / 27.551,12$$

$$\text{Tasa beneficio - costo} = 1.47$$

Análisis

Para la empresa Delicias de la Amazonía la relación beneficio – costos es un valor recuperable, es decir, por cada dólar de inversión obtiene un valor de \$1.47 dólares americanos.

6.13. Periodo de recuperación de la inversión.

Es el tiempo al que se va a recuperar la inversión inicial que realiza una empresa, por lo general se mide en años, meses y días.

Ecuación 19 Periodo de recuperación de la inversión

$$\text{PRI} = (\text{Inversión Inicial} / (\sum \text{FNE} / \text{Número de años}))$$

$$\text{PRI} = (24.029,94 / (84.094,49 / 5))$$

$$\text{PRI} = 1.43 \text{ AÑOS}$$

$$\text{PRI} = 0.43 * 12 = 5.16 \text{ MESES}$$

$$\text{PRI} = 0.64 * 30 = 4.8 \text{ DÍAS}$$

El periodo de recuperación de la inversión es en 1 año, 5 meses y 4 días.

6.14. Tasa interna de retorno.

Según el autor Solorio (2012) manifiesta: “La Tasa Interna de Retorno (TIR) es un indicador que se relaciona con el VAN ya que determina cuál es la tasa de descuento que hace que el VAN de un proyecto sea igual a cero” (pág. 98). La tasa interna de

retorno más conocido como TMAR es igualada la suma a cero, por lo que ayuda a demostrar la rentabilidad de un proyecto de emprendimiento.

La TIR de un proyecto de inversión es la tasa de descuento (r), que hace que el valor actual de los flujos de beneficio (positivos) sean igual al valor actual de los flujos de inversión negativos. (Fernandez S. , 2007, pág. 132).

Ecuación 20 Tasa interna de retorno

$$TIR = Tmar_1 + (Tmar_2 - Tmar_1) \left(\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right)$$

$$TIR = 0.1052 + (0.0104) ((38.573,56 / (38.573,56 - 35.647,76))$$

$$TIR = 0.2423 \text{ ó } 24.23\%$$

Análisis

El porcentaje de la tasa interna de retorno de la Empresa Delicias Amazónicas es de 24.23% siendo un valor mayor de la tasa mínima aceptable de rendimiento por lo que es un emprendimiento posee factibilidad económica, permitiendo invertir y aceptar accionistas que inviertan en el proyecto, por lo que se concluye que existe rentabilidad y utilidad notablemente atractiva.

6.15. Análisis de sensibilidad.

El análisis de sensibilidad simula los resultados del proyecto para someter a una evaluación de la rentabilidad para medir sus riesgos y utilidades. Para el presente proyecto se toma en cuenta el 20% para el escenario optimista y pesimista siendo un dato estimado para el emprendimiento, a continuación, se presenta los dos escenarios con sus comparaciones:

ESCENARIO OPTIMISTA

Tabla 112: Análisis de sensibilidad Flujo de Caja Optimista

Delicias Amazónicas						
Flujo de Caja						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	\$24.029,94	\$46.299,29	\$49.157,42	\$52.332,14	\$55.633,06	\$59.069,47
+ Recursos propios	\$19.247,00					
+ Recursos ajenos	\$4.782,94					
+ Ingresos por ventas		\$46.299,29	\$49.157,42	\$52.332,14	\$55.633,06	\$59.069,47
= EGRESOS OPERACIONALES		\$26.964,90	\$27.876,31	\$28.818,53	\$29.792,60	\$30.799,59
+ Costos Operacionales		\$11.452,40	\$11.839,49	\$12.239,67	\$12.653,37	\$13.081,05
+ Costos de Venta		\$4.845,00	\$5.008,76	\$5.178,06	\$5.353,08	\$5.534,01
+ Costos Administrativos		\$10.667,50	\$11.028,06	\$11.400,81	\$11.786,16	\$12.184,53
= FLUJO OPERACIONAL	\$24.029,94	\$19.334,39	\$21.281,11	\$23.513,61	\$25.840,46	\$28.269,88
INGRESOS OPERACIONALES		-	-	-	-	-
+ Créditos a contratarse a corto plazo		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
= EGRESOS NO OPERACIONALES		\$586,22	\$457,23	\$328,96	\$199,21	\$70,21
+ Interés pago de créditos a largo plazo		\$586,22	\$457,23	\$328,96	\$199,21	\$70,21
Otros egresos		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
= FLUJO NO OPERACIONAL		\$586,22	\$457,23	\$328,96	\$199,21	\$70,21
= FLUJO NETO DE CAJA	\$24.029,94	\$18.748,17	\$20.823,88	\$23.184,65	\$25.641,25	\$28.199,67

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Gerente general
Ing. Pérez Karol

Secretaria – Contadora
Ing. Miriam Martínez

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

$$VAN 1 = -24029,94 \quad \frac{18748,17}{(1+0.1052)^1} + \frac{20823,88}{(1+0.1052)^2} + \frac{23184,65}{(1+0.1052)^3} + \frac{25641,25}{(1+0.1052)^4} + \frac{28199,67}{(1+0.1052)^5}$$

$$VAN 1 = -24029,94 \quad \frac{18748,17}{1,1052} + \frac{20823,88}{1,1163} + \frac{23184,65}{1,3500} + \frac{25641,25}{1,4920} + \frac{28199,67}{1,6489}$$

$$VAN 1 = -24029,94 \quad \mathbf{16963,60} + \mathbf{18654,92} + \mathbf{17174,25} + \mathbf{17186,04} + \mathbf{17101,71}$$

$$VAN 1 = 87.080,53 + (-24029,94)$$

$$VAN 1 = \mathbf{63050,59}$$

$$VAN 2 = -24029,94 \quad \frac{18748,17}{(1+0.1156)^1} + \frac{20823,88}{(1+0.1156)^2} + \frac{23184,65}{(1+0.1156)^3} + \frac{25641,25}{(1+0.1156)^4} + \frac{28199,67}{(1+0.1156)^5}$$

$$VAN 2 = -24029,94 \quad \frac{18748,17}{1,1156} + \frac{20823,88}{1,2446} + \frac{23184,65}{1,3884} + \frac{25641,25}{1,5489} + \frac{28199,67}{1,7373}$$

$$VAN 2 = -24029,94 \quad \mathbf{16805,46} + \mathbf{16731,87} + \mathbf{16698,41} + \mathbf{16554,09} + \mathbf{16231,81}$$

$$VAN 2 = 83.021,64 + (-24029,94)$$

$$VAN 2 = \mathbf{58991,70}$$

$$TIR = Tmar_1 + (Tmar_2 - Tmar_1) \left(\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right)$$

$$TIR = 0.1052 + (0.0104) ((63.050,59 / (63.050,59 - 58.991,70))$$

$$TIR = 0.2667 \text{ ó } 26.67\%$$

$$\mathbf{Tasa Beneficio-Costo = \sum Ingresos Brutos / \sum Costos Totales del Proyecto}$$

$$Tasa beneficio - costo = 46.299,29 / 27551,12$$

$$Tasa beneficio - costo = 1.68$$

$$\text{PRI} = (\text{Inversión Inicial} / (\sum \text{FNE} / \text{Número de años}))$$

$$\text{PRI} = (24.029,94 / (116.597,62 / 5))$$

$$\text{PRI} = 1.03 \text{ AÑOS}$$

$$\text{PRI} = 0.03 * 12 = 0.36 \text{ MESES}$$

$$\text{PRI} = 0.36 * 30 = 10.8 \text{ DÍAS}$$

ESCENARIO PESIMISTA

Tabla 113: Análisis de sensibilidad Flujo de Caja Pesimista

Delicias Amazónicas						
Flujo de Caja						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	\$24.029,94	\$32.421,17	\$34.523,84	\$36.709,37	\$38.985,41	\$41.350,82
+ Recursos propios	\$19.247,00					
+ Recursos ajenos	\$4.782,94					
+ Ingresos por ventas		\$32.421,17	\$34.523,84	\$36.709,37	\$38.985,41	\$41.350,82
= EGRESOS OPERACIONALES		\$26.964,90	\$27.876,31	\$28.818,53	\$29.792,60	\$30.799,59
+ Costos Operacionales		\$11.452,40	\$11.839,49	\$12.239,67	\$12.653,37	\$13.081,05
+ Costos de Venta		\$4.845,00	\$5.008,76	\$5.178,06	\$5.353,08	\$5.534,01
+ Costos Administrativos		\$10.667,50	\$11.028,06	\$11.400,81	\$11.786,16	\$12.184,53
= FLUJO OPERACIONAL	\$24.029,94	\$5.456,27	\$6.647,53	\$7.890,83	\$9.192,81	\$10.551,23
INGRESOS OPERACIONALES		-	-	-	-	-
+ Créditos a contratarse a corto plazo		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
= EGRESOS NO OPERACIONALES		\$586,22	\$457,23	\$328,96	\$199,21	\$70,21
+ Interés pago de créditos a largo plazo		\$586,22	\$457,23	\$328,96	\$199,21	\$70,21
Otros egresos		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
= FLUJO NO OPERACIONAL		\$586,22	\$457,23	\$328,96	\$199,21	\$70,21
= FLUJO NETO DE CAJA	\$24.029,94	\$4.870,05	\$6.190,30	\$7.561,87	\$8.993,60	\$10.481,02

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Gerente general
Ing. Pérez Karol

Secretaria – Contadora
Ing. Miriam Martínez

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

$$VAN\ 1 = -24029,94 \quad \frac{4870,05}{(1+0.1052)^1} + \frac{6190,30}{(1+0.1052)^2} + \frac{7561,87}{(1+0.1052)^3} + \frac{8993,60}{(1+0.1052)^4} + \frac{10481,02}{(1+0.1052)^5}$$

$$VAN\ 1 = -24029,94 \quad \frac{4870,05}{1,1052} + \frac{6190,30}{1,1163} + \frac{7561,87}{1,3500} + \frac{8993,60}{1,4920} + \frac{10481,02}{1,6489}$$

$$VAN\ 1 = -24029,94 \quad \mathbf{4406,49} + \mathbf{5545,53} + \mathbf{5601,53} + \mathbf{6027,95} + \mathbf{6356,23}$$

$$VAN\ 1 = \quad 27.937,73 + (-24029,94)$$

$$VAN\ 1 = \quad \mathbf{3907,80}$$

$$VAN\ 2 = -24029,94 \quad \frac{4870,05}{(1+0.1156)^1} + \frac{6190,30}{(1+0.1156)^2} + \frac{7561,87}{(1+0.1156)^3} + \frac{8993,60}{(1+0.1156)^4} + \frac{10481,02}{(1+0.1156)^5}$$

$$VAN\ 2 = -24029,94 \quad \frac{4870,05}{1,1156} + \frac{6190,30}{1,2446} + \frac{7561,87}{1,3884} + \frac{8993,60}{1,5489} + \frac{10481,02}{1,7373}$$

$$VAN\ 2 = -24029,94 \quad \mathbf{4365,41} + \mathbf{4973,87} + \mathbf{5446,33} + \mathbf{5806,30} + \mathbf{6032,91}$$

$$VAN\ 2 = \quad 26.624,82 + (-24029,94)$$

$$VAN\ 2 = \quad \mathbf{2594,88}$$

$$TIR = Tmar_1 + (Tmar_2 - Tmar_1) \left(\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right)$$

$$TIR = 0.1052 + (0.0104) ((3.907,80 / (3.907,80 - 2.594,88))$$

$$TIR = 0.1361 \text{ ó } 13.61\%$$

$$\mathbf{Tasa\ Beneficio-Costo = \sum\ Ingresos\ Brutos / \sum\ Costos\ Totales\ del\ Proyecto}$$

$$Tasa\ beneficio - costo = 32.421,17 / 27.551,12$$

$$Tasa\ beneficio - costo = 1.18$$

$$\mathbf{PRI = (Inversión\ Inicial / (\sum\ FNE / \text{Número de años}))}$$

$$PRI = (24.029,94 / (35.905,02 / 5))$$

$$PRI = 3.15 \text{ AÑOS}$$

$$PRI = 0.15 * 12 = 1,80 \text{ MESES}$$

$$PRI = 0.80 * 30 = 24 \text{ DÍAS}$$

Tabla 114: Resumen de análisis de sensibilidad

VARIACIONES	ESCENARIO OPTIMISTA	ESCENARIO PESIMISTA	ESCENARIO REAL
VALOR ACTUAL NETO 1	63050,59	3907,80	38573,56
VALOR ACTUAL NETO 2	58991,70	2594,88	35647,76
TASA INTERNA DE RETORNO	0,26673	0,13613	0,2423
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO	1,68	1,18	1,47096
PERIODO INTERNO DE RECUPERACIÓN	1 años, 0 meses y 10 días	3 años, 1 meses y 24 días	1 años, 5 meses y 4 días

Fuente: Propia
Elaborado por: Pérez Karol

Mediante la aplicación de 20% de estimación se obtiene los valores correspondientes a cada indicador tomando en cuenta sus variaciones que ayudarán a notar como avanza el proyecto y los correctivos que debe tomar para mejorar dichos valores en caso de que los ingresos bajen, es por ello que se ha estimado datos para diferenciar el escenario optimista, pesimista y real.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

La creación de la Empresa “Delicias Amazónicas” dedicada a la elaboración de productos semielaborados derivados de la papa china, contribuye a la utilización de productos endémicos de la provincia de Pastaza, además se pretende aprovechar al máximo el exceso de oferta de este tubérculo con la finalidad de disminuir los niveles de pobreza, generando fuentes de empleo tanto para las Organizaciones Jurídicas dedicadas al cultivo de papa china como para personas especialistas en transformar esta materia prima; para de esta manera ofrecer al consumidor final un producto de calidad y benéfico para su salud.

En estudio de mercado se detectó un amplio target para ofrecer los productos, seleccionando a las personas económicamente activas con ocupación plena de la provincia de Pastaza arrojando resultados de 27.036 personas. Además de esto se determina mediante la encuesta la aceptación del producto con un precio de 2,00 dólares en bandejas de 6 unidades; tomando en cuenta aspectos que incentivan a la compra tales como: calidad, precio y promociones. Se definen estrategias de comercialización para dar a conocer el producto a través del canal televisivo “Sonovisión”, radio “Aventura”, y mediante redes sociales.

El estudio técnico se basa en factores que determinan la capacidad de producción de la empresa, tales como la Demanda Potencial Insatisfecha para el 2016 será de 145.040 productos, mientras que en 2021 será de 164.259 productos, del cual se estima la Demanda Potencial Insatisfecha Real que alcanza a cubrir el 79 % que corresponde a 114.581 productos anuales (19.097 paquetes de seis unidades al año), lo mismo que equivale a 477 productos semielaborados derivados de papa china diarios (80 paquetes de seis unidades diarios). Además, mediante estos factores se pudo encontrar el lugar estratégico y más conveniente para la ubicación de la Empresa, que es el Barrio las Américas.

El estudio organizacional nos ayudó a definir el número de personal de la empresa, sus niveles jerárquicos, sus funciones y su aporte para que de esta manera exista un adecuado desarrollo de las actividades que se desarrollen en esta.

Gracias al estudio financiero y los cálculos correspondientes al plan de inversiones y sus presupuestos nos asegura que la empresa va a disponer de los suficientes recursos económicos para su implementación. Así podemos concluir la factibilidad y rentabilidad de la empresa ya que nos arrojan resultados positivos y un periodo de recuperación considerable, concibiendo así ganancias para la empresa.

7.2 Recomendaciones

Investigar en el transcurso del tiempo sobre nuevas tendencias, gustos y preferencias de los consumidores para ampliar la línea de productos semielaborados derivados de la papa china, mejorando estándares de calidad y así satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores.

Evaluar al personal mediante una evaluación de desempeño continua para verificar el desenvolvimiento correcto en cada una de sus actividades correspondientes.

Realizar un adecuado y continuo mantenimiento de maquinaria y equipo para evitar que estas se vuelvan obsoletas.

Realizar una evaluación constante con la finalidad de conocer la situación económica-financiera de la empresa. Y así prevenir cualquier tipo de situación y tomar las adecuadas decisiones.

Se comprueba la solvencia de la empresa puesto que es más factible invertir dinero en la empresa que tener el dinero en una institución financiera, además se asegura la disponibilidad de materia prima todo el tiempo y personal calificado con conocimientos gastronómicos en productos endémicos de la zona.

8. Referencias bibliográficas

- “Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela”. (2012). *Composiciones Químicas*. Madrid: INNV.
- Alvarado, O. (2013). *Gestión de Proyectos*. Perú: FONDO EDITORIAL.
- Alvarado, O. (2013). *Gestión de proyectos educativos: Lineamientos Metodológicos*. Perú: Fondo Editorial.
- Andia, W., & Paucara, E. (2013). *Los planes de Negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias*. Lima, Perú: Industria Data. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81629469009>
- Baca. (2015). *Evaluación de proyectos*. Madrid.
- Bonta, P., & Farber, M. (2012). *Preguntas sobre el Marketing y Publicidad*. Bogotá: NORMA EDITORIAL.
- Cabanillas, B., Ginorio, C., & Mercado, C. (2013). *Cocine a gusto*. Puerto Rico: UNIVERSIDAD DE PUERTO RICO.
- Caicedo. (2016). *Una reseña sobre el uso de tubérculos de papa china colocasia esculenta conservados en forma de ensilaje para alimentar cerdos*. (Vol. 15). REDVET. Obtenido de [/www.veterinaria.org/rEVISTAS/REDVET/N010114/011401.pdf](http://www.veterinaria.org/rEVISTAS/REDVET/N010114/011401.pdf).
- Comunidad Contable . (16 de Julio de 2013). Obtenido de http://www.comunidadcontable.com/BancoConocimiento/R/renta_naturales_2013_%28que_son_activos_fijos_depreciables_amortizables_y_agotables%29/renta_naturales_2013_%28que_son_activos_fijos_depreciables_amortizables_y_agotables%29.asp
- Di Rienzo, J. A., Casanoves, F., Gonzalez, L., & otros., e. (2013). *Estadística para las ciencias Agropecuarias*. Editorial Brujas.
- DIARIO REGIONAL INDEPENDIENTE LOS ANDES. (03 de abril de 2013). Provincias. *Productores exportan papa china con apoyo del MAGAP en Pastaza*.

- Díaz, R. (2004). *Especies Aráceas*. Bogotá: MM EDITORES.
- Dvoski, R. (2013). *Fundamentos del Marketing*. México: Granica S.A.
- Erossa, V. (2014). *Proyectos de Inversión en Ingeniería*. España: LIMUSA S.A.
- Fernandez, S. (2007). *Los proyectos de Inversión*. Costa Rica: Tecnología de Costa Rica.
- Fernandez, V. (2016). *Desarrollo de Sistemas de InFormación*. EDICIONS UPC.
- GAD PROVINCIAL DE PASTAZA. (ENERO de 2014). *PLAN PRODUCTIVO PROVINCIAL DE PASTAZA*. PUYO: DIRECCION DE DESARROLO SUSTENTABLE.
- GADPPz. (2014). *PLAN PRODUCTIVO PROVINCIAL DE PASTAZA*. PUYO: DIRECCION DE DESARROLLO SUSTENTABLE.
- Gregersen, H., & Contreras, A. (2015). *Evaluación Económica de las repercusiones de los proyectos*.
- Gutiérrez, J. (2015). *Gestión y control administrativo de las operaciones de caja*. España: Ediciones Digitales.
- HARPER, P. (2012). *Administración De Proyectos*. Trillas.
- Herrscher, E. (2012). *Introducción a la Administración*. GRANICA S.A.
- Ingenieriaindustriaonline.com. (2012). *Análisis del punto de equilibrio*. Obtenido de <http://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/producci%C3%B3n/an%C3%A1lisis-del-punto-de-equilibrio/>
- Label, W. (2012). *Contabilidad para no contadores*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Lluís, C. (2013). *El producto análisis de valor*. Madrid: Diaz Santos.
- Marcial, C. (2012). *Gestion Financiera*. Bogotá.
- Mata, J. (2015). *Introducción a la contabilidad financiera de las Pymes*. España: Ediciones Paraninfo.
- MIES. (2011). *ASPECTOS PRODUCTIVOS PROVINCIALES*.

- Miranda, J. (2014). *Gestión de Proyectos*. Bogotá: MM EDITORES.
- Montalvan, C. (2013). *Los recursos para la pequeña y mediana empresa*. México: UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA.
- Munuera, R. (2012). *Estrategias del Marketing*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Muñoz , D. (2015). *Administración e operaciones: Enfoque de administración de procesos de negocios*. México: CENGAGE LEARNIG.
- Pérez, R. (2013). *Introducción a la estadística económica*. Universidad de Oviedo.
- Pérez, T., Miguel , G., Oscar , G., & Diego, G. (2013). *Innovación de Docencia Universitaria*. Spain: Editorial Club Universitario.
- Pimienta Lastra, R. (2000). *Encuestas Probabilísticas*. México: Política y Cultura. Obtenido de <http://tuxchi.redalyc.org/articulo.oa?id=26701313>
- Pinto, J. M. (2013). *Principios del Marketing*. Bogotá .
- Plan Nacional del Buen Vivir. (2013- 2017). Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/agenda-zona3>
- Rodriguez, E. M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Rodriguez, N. (2012). *Cómo preparar el plan de empresa*. Bogotá.
- Rosales, J. (2012). *Elementos de Microeconomía*. EUNED.
- SENPLADES. (2013-2017). *AGENDA ZONAL- ZONA 3*. Quito, Ecuador.
- Solorio, E. (2012). *Contabilidad Financiera* . Estados Unidos : Palibrio.
- Sulser , R., & Pedroza, J. (2012). *Exportación Efectiva*. México: Empresa Lider.
- Tu Guía Contable. (28 de Noviembre de 2012). Obtenido de <http://www.tuguiacontable.com/2012/11/activos-intangibles.html>
- URBINA, G. B. (2013). *EVALUACION DE PROYECTOS*. (7ma Edición ed.). MEXICO: Mc, GRAW.HILL/INTERAMERICANA EDITORES,S.A DE C.V.

Welsch, Hilton , & Gordon. (2015). *Presupuestos: control y planificación*. México: PEARSON EDUCACIÓN.

WIKIPEDIA. (2015). *Enciclopedia Libre*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Ecuador>

Wiley, J., & Sons. (2014). *Using Economic Indicators to improve. Investment Analysis*. New Jersey: Third Edition.

Zambrano , A. (2007). *Planificación estratégica*. Caracas: Uniebvrsidad Católica Andres Bello.

ANEXOS

ANEXO N°1.- ENCUESTA PROBLEMA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
ENTREVISTA



Datos

Nombre Asociación:

OBJETIVO: Investigar e identificar la producción de las diferentes Organizaciones Jurídicas dedicadas al cultivo de la papa china en la provincia de Pastaza.

INSTRUCCIONES

1. Lea detenidamente antes de contestar.
2. Conteste con toda la sinceridad.

Preguntas

1. ¿Cuál es la cantidad de producción de cultivo de papa china al mes?

.....

2. ¿Cuál es el porcentaje de cultivo de papa china destinada a la exportación?

.....

3. ¿Cuál es el porcentaje de cultivo de papa china considerada rechazo?

.....

4. ¿Cuál es el porcentaje de cultivo de papa china destinada al consumo local?

.....

5. ¿Qué se realiza con el porcentaje considerado rechazo?

.....

6. ¿Qué condiciones se toman en cuenta para considerar productos de rechazo?

.....

7. ¿Qué condiciones se toman en cuenta para considerar productos de exportación?

.....

Análisis e Interpretación de resultados

Según la investigación exploratoria realizada a las diferentes Organizaciones Jurídicas dedicadas al cultivo de la papa china nos revelan que la Provincia de Pastaza produce un total de 7700 quintales mensuales; de los cuales clasifican para exportación como condición de que estas pesen 8 gr y tengan una forma circunferencial siendo este el 60,64% y existe un rechazo de 39,36% del total de la cosecha que es destinado a consumo local y engorde de animales.

Tabla N° 66: INTERPRETACION DE DATOS

ASOCIACIÓN	ENGORDE QUINTALES C/ mes	V. R	CONSUMO LOCAL QUINTALES C/ mes	V.R	T. EXPORTACIÓN
TENIENTE H. ORTIZ	240	26,06	720	34,12	1440,00
NUEVA ESPERANZA	216	23,45	540	25,59	1044,00
SUMAK KAUSAY	165	17,92	400	18,96	935,00
TRIUNFO	300	32,57	450	21,33	1250,00
TOTAL	921	100	2110	100	4669
%	11,96		27,40		60,64

Elaborado por: Pérez Karol

Fuente: Investigación Propia.

Cabe recalcar que existen agricultores no formalizados que cultivan este tubérculo en grandes cantidades por lo que se da un exceso de oferta de este cultivo debido a que en la Provincia no existe un Centro de Acopio para estos minoristas donde ellos puedan comercializar sus productos y deshacerse de todo su cultivo, al contrario, ellos venden independientemente y otro porcentaje se deteriora.

ANEXO N°2.- ENCUESTA PILOTO

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS**

Objetivo: Determinar la aceptación de productos semielaborados derivados de la papa china en el mercado.

PREGUNTAS

1) **¿Consume usted productos de la Amazonía?**

SI

NO

2) **¿Le gusta la papa china?**

SI

NO

3) **¿Con que frecuencia usted consume papa china?**

2- 4 veces al mes

6 - 8 veces al mes

8 - 10 veces al mes

4) **¿Qué productos de estos sería de su agrado y le gustaría consumir de la papa china?**

	SI	NO
Tortillas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Empanadas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chifles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Muchines	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tortas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5) **¿Preferiría que estos productos se vendan semielaborados?**

SI

NO

6) **¿Si lanzaran al mercado un producto semielaborado de los antes mencionados derivados de papa china estaría dispuesto a probarlo?**

SI

NO

7) **¿Con que tipo de relleno preferiría que esté acompañado este producto semielaborado derivado de la papa china?**

Queso

Carne

Pollo

Otros: _____

8) **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un producto semielaborado derivado de la papa china?**

\$1.75 -2.25

\$2.26- 2.75

\$2.76 -3.25

CONCLUSIÓN

ENCUESTA PILOTO

Según los datos de la encuesta piloto realizada con el fin de recolectar información se obtiene que la mayor parte de personas de la Provincia de Pastaza consumen productos Amazónicos, siendo de su preferencia la papa china por ser un tubérculo con muchos beneficios y sobre todo por su bajo costo. Además podemos decir que la mayor parte de personas tienen un hábito de consumo de este tubérculo amazónico de 4 a 6 veces al mes, también a las personas encuestadas les gustaría y prefieren consumir este tubérculo transformado en Empanadas por su trabajosa preparación, los mismos que prefieren que estos tengan relleno que queso. Así mismo estas personas estarían dispuestas a pagar por estos productos semielaborados derivados de la papa china de \$1,75 a \$2,25. Además de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta tenemos que la mayor parte de personas le gustaría encontrar en los supermercados ya que es para las personas más cerca y factible llegar a estos sitios, mientras que a las demás personas les gustaría encontrar en tiendas, mercados, ferias, etc.

**ANEXO N°3.- ENCUESTA GENERAL
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS**

Objetivo: Determinar la aceptación de productos semielaborados derivados de la papa china en el mercado.

Instrucciones:

1. Marque con una “X” la respuesta que usted considere la correcta.
2. No existe respuesta buena ni respuesta mala pero se sugiere que responda con toda sinceridad.
3. Sus respuestas son muy importantes para alcanzar nuestro objetivo.

Preguntas:

- 1) **¿Considera que hoy en día los productos de la Amazonía son una alternativa de alimentación viable para la población del Ecuador?**

Si () No ()

- 2) **¿De los productos vegetales de la Amazonía cuales son de su mayor agrado?**

Plátano verde () Yuca () Papa china () Otros ()

- 3) **¿Considera que la elaboración de los alimentos preparados con papa china son?**

Muy trabajosos () Medio trabajosos () Poco trabajosos ()

- 4) **¿Si lanzaran al mercado productos semielaborados derivados de papa china (Empanadas) usted estaría dispuesto a adquirirlos?**

Si () No ()

- 5) **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los productos (Empanadas) semielaborados derivados de la papa china?**

De 1,75 - 2,25 dólares ()

De 2,26 - 2.75 dólares ()

De 2,76 - 3,25 dólares ()

6) ¿Con que tipo de relleno o mezcla preferiría que se elabore los productos semielaborados de papa china (Empanadas)?

Queso () Carne () Pollo () otros ()

7) ¿Con que frecuencia mensual usted consumiría los productos semielaborados de papa china al mes?

De 1 a 2 veces al mes () De 3 a 4 veces al mes () De 5 a 6 veces al mes ()

8) ¿En qué lugar le facilitaría encontrar estos productos semielaborados derivados de la papa china?

Tiendas () Supermercados () Mercados ()
Cafeterías () Otros: _____ ()

9) ¿Los productos semielaborados derivados de la papa china, los compraría en una presentación de?

4-8 unidades () 9-12 unidades () 13-16 unidades ()

10) ¿Qué aspecto consideraría para la adquisición de los productos semielaborados derivados de la papa china?

Calidad () Descuentos () Variedad () Precio ()
Promociones ()

11) ¿Qué inconveniente no le motivaría a adquirir los productos semielaborados derivados de la papa china?

Tamaños diferentes () Productos partidos () Mal olor y/o sabor ()
Empaque abierto () Cantidad incorrecta ()

12) ¿Por qué medio tradicionales de publicidad le resulta más agradable y rápido mantenerse informado sobre las promociones del producto?

Prensa () Radio () Televisión ()
Vallas () Trípticos () Internet ()

Gracias por su colaboración.

ANEXO N°4.- PRODUCCIÓN DE HARINA

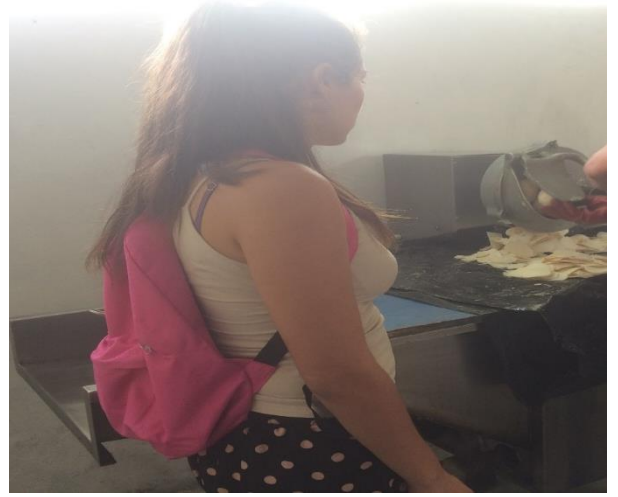
1. COMPRA DE MATERIA PRIMA



2. PELADO DE MATERIA PRIMA



3. CHIFLEADO DE MATERIA PRIMA



4. SECADO



5. MOLIDO

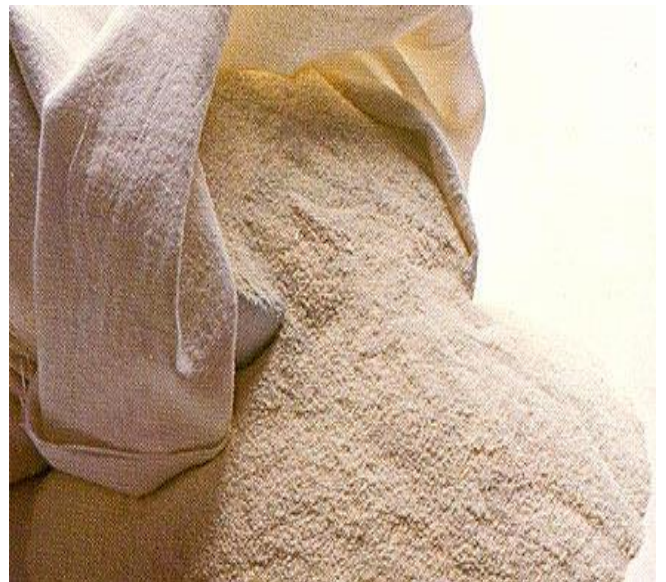




6. INSPECCIÓN



7. ALMACENAMIENTO



PROCESO DE LAS EMPANADAS

1. PESADO



2. INCORPORACIÓN DE MATERIALES



3. AMASADO



4. DISTRIBUCIÓN DE LA MASA



5. ESTIRADO



6. PREPARACION DEL RELLENO



7. INCORPORACION DEL RELLENO Y SELLADO



8. TERMINADO Y ALMACENADO



ANEXO N°5.- TABLA DE AMORTIZACIÓN

Cuota No	Capital	Interés	Seguro	Cuota
1	79,72	54,78	1,54	136,04
2	79,72	52,13	1,47	133,32
3	79,72	52,95	1,49	134,16
4	79,72	50,36	1,42	131,5
5	79,72	51,13	1,44	132,29
6	79,72	50,21	1,41	131,34
7	79,72	47,71	1,34	128,77
8	79,72	48,39	1,36	129,47
9	79,72	45,94	1,29	126,95
10	79,72	46,56	1,31	127,59
11	79,72	45,65	1,29	126,66
12	79,72	40,41	1,14	121,27
13	79,72	43,82	1,23	124,77
14	79,72	41,53	1,17	122,42
15	79,72	42	1,18	122,9
16	79,72	39,76	1,12	120,6
17	79,72	40,17	1,13	121,02
18	79,72	39,26	1,11	120,09
19	79,72	37,11	1,04	117,87
20	79,72	37,43	1,05	118,2
21	79,72	35,34	0,99	116,05
22	79,72	35,61	1	116,33
23	79,72	34,69	0,98	115,39
24	79,72	30,51	0,86	111,09
25	79,72	32,87	0,93	113,52
26	79,72	30,92	0,87	111,51
27	79,72	31,04	0,87	111,63
28	79,72	29,16	0,82	109,7
29	79,72	29,21	0,82	109,75
30	79,72	28,3	0,8	108,82
31	79,72	26,5	0,75	106,97
32	79,72	26,48	0,75	106,95
33	79,72	24,74	0,7	105,16
34	79,72	24,65	0,69	105,06
35	79,72	23,74	0,67	104,13
36	79,72	21,35	0,6	101,67

37	79,72	21,91	0,62	102,25
38	79,72	20,32	0,57	100,61
39	79,72	20,08	0,57	100,37
40	79,72	18,55	0,52	98,79
41	79,72	18,26	0,51	98,49
42	79,72	17,35	0,49	97,56
43	79,72	15,9	0,45	96,07
44	79,72	15,52	0,44	95,68
45	79,72	14,13	0,4	94,25
46	79,72	13,69	0,39	93,8
47	79,72	12,78	0,36	92,86
48	79,72	10,72	0,3	90,74
49	79,72	10,95	0,31	90,98
50	79,72	9,72	0,27	89,71
51	79,72	9,13	0,26	89,11
52	79,72	7,95	0,22	87,89
53	79,72	7,3	0,21	87,23
54	79,72	6,39	0,18	86,29
55	79,72	5,3	0,15	85,17
56	79,72	4,56	0,13	84,41
57	79,72	3,53	0,1	83,35
58	79,72	2,74	0,08	82,54
59	79,72	1,82	0,05	81,59
60	79,52	0,82	0,02	80,36
Total	4,783,00	1,641,83	46,23	6,471,06