



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Administración de Empresas

“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa acopiadora y comercializadora de verduras orgánicas en la parroquia de Chuquiribamba para la ciudad de Loja”

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas.

AUTOR:

Lenin Vladimir Curipoma Tene

DIRECTOR:

Ing. Oscar Aníbal Gómez

Loja - Ecuador

2023

Loja, 02 de mayo de 2024

Ing. Oscar Aníbal Gómez

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICO

Que he revisado y orientado todo proceso de la elaboración del Trabajo de Titulación denominado: **“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa acopiadora y comercializadora de verduras orgánicas en la parroquia de Chuquiribamba para la ciudad de Loja**, de la autoría de la estudiante **Lenin Vladimir Curipoma Tene**, con cédula de identidad Nro. **1105796799**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Ing. Oscar Gómez

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Autoría

Yo, **Lenin Vladimir Curipoma Tene**, declaro ser autora del presente Trabajo de Titulación y eximioexpresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Titulación en el Repositorio Digital Institucional - Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de identidad: 1105796799

Fecha: Loja, 02 de mayo de 2024

E-mail: lenin.curipoma@unl.edu.ec

Teléfono o celular: 0991471735

Carta de Autorización por parte del autor, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Titulación.

Yo, **Lenin Vladimir Curipoma Tene** declaro ser autor del Trabajo de Titulación denominado: **“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa acopiadora y comercializadora de verduras orgánicas en la parroquia de Chuquiribamba para la ciudad de Loja”**, como requisito para optar el título de **Ingeniero en Administración de Empresas**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos y de investigación, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 7 días del mes de febrero de dos mil veinticuatro.

Firma:

Autora: Lenin Vladimir Curipoma Tene

Cédula: 1105796799

Correo electrónico: lenin.curipoma@unl.edu.ec

Dirección: Epoca, Loja.

Celular: 0991471735

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director del Trabajo de Titulación: Ing. Oscar Aníbal Gómez

Dedicatoria

En primer lugar, a Dios por concederme fuerza y perseverancia para alcanzar mis metas académicas. A mi madre que ha sido apoyo constante en mi vida, quien me ha dado todo lo que soy como persona, mis principios, mis valores, mi carácter, mil gracias por sus enseñanzas y experiencias. A mis hermanos, por ser ese ejemplo a seguir y estar siempre presentes y que de alguna manera aportaron con un granito de arena para poder culminar mi etapa universitaria.

Lenin Vladimir Curipoma Tene

Agradecimiento

A Dios, mi familia, mis amigos, mis docentes de la Carrera de Administración de Empresas por la formación académica y los conocimientos aportados que hoy están reflejados en mi Trabajo de Titulación, la prestigiosa Universidad Nacional de Loja, por haberme abierto las puertas y permitido formarme como profesional y a todas las personas que formaron parte de este proceso, mis sinceros agradecimientos.

Lenin Vladimir Curipoma Tene

Índice de Contenidos

Portada.....	i
Certificación.....	ii
Autoría.....	iii
Carta de Autorización.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de Contenidos.....	vii
Índice de tablas.....	13
Índice de Figuras.....	17
Índice de Anexos.....	19
1. Título.....	1
2. Resumen.....	2
2.1. Abstrac.....	3
3. Introducción.....	4
4. Marco Teórico.....	6
4.1.Fundamentos referenciales.....	6
4.1.1. Diagnóstico de la parroquia de Chuquiribamba.....	6
4.1.1.1. Historia de Chuquiribamba.....	6
4.1.8.1. Hortalizas.....	19
4.1.9. Composición nutricional.....	20
4.1.10. Energía.....	20
4.1.11. Hidratos de carbono.....	20
4.1.12. Proteínas.....	21
4.1.13. Grasas.....	22
4.1.14. Vitaminas.....	23
4.1.15. Minerales.....	23

4.1.16.	Trazabilidad nutricional.....	24
4.1.17.	Beneficios para la salud y la nutrición.....	25
4.1.18.	Producción.....	25
5.	Metodología.....	52
5.1.	Materiales.....	52
5.2.1.	Método Deductivo.....	52
5.2.2.	Método Inductivo.....	52
5.2.3.	Método Analítico.....	53
5.3.	Técnicas.....	53
5.3.1.	Encuesta.....	53
5.3.2.	Entrevista.....	54
5.3.2.1.	Población de consumidores.....	54
5.3.2.1.1.	Proyección de la población.....	54
5.3.2.2.	Muestra.....	54
5.3.2.2.1.	Distribución muestral de las encuestas.....	56
5.3.2.3.	Población de proveedores.....	56
5.4.	Procedimiento.....	56
6.	Resultados.....	58
7.	Discusión.....	79
7.1.	Análisis de la demanda.....	79
7.1.2.	Demanda Real.....	80
7.1.3.	Demanda Efectiva.....	81
7.1.5.	Proyección de la Oferta.....	92
7.2.	Demanda Insatisfecha.....	93
7.3.	Plan de Comercialización.....	95
7.3.2.	Precio.....	98
7.3.3.	Plaza.....	99

7.3.3.1.	Canales de distribución.....	99
7.3.4.	Promoción	99
7.3.5.	Publicidad.....	99
7.4.	Estudio Técnico	101
7.4.1.	Tamaño del proyecto	101
7.4.1.1.	Capacidad.....	101
7.4.2.	Localización	103
7.4.2.1.	Macro localización.	103
7.4.2.2.	Micro localización.....	104
7.4.3.	Ingeniería del proyecto	105
7.4.3.1.	Requerimientos para el funcionamiento de la empresa.	105
7.4.4.	Infraestructura física.....	113
7.4.4.1.	Distribución física de la planta.	114
7.4.5.	Proceso de acopio.....	115
7.4.5.1.	Descripción del proceso acopio.	115
7.4.5.2.	Flujo de procesos.....	116
7.4.6.	Proceso de Distribución.....	116
7.4.6.1.	Descripción del proceso de acopio.	116
7.4.7.	Flujo de procesos.....	118
7.5.	Estudio Legal y Administrativo	119
7.5.1.	Diseño Organizacional	119
7.5.1.1.	Organización Jurídica.....	119
7.5.1.2.	Organización Legal.	119
7.5.2.	Organización Administrativa.....	125
7.5.2.1.	Niveles jerárquicos.....	125
7.5.2.2.	Organigramas.	126
7.5.2.2.1.	Organigrama Estructural.	126

7.5.2.2.2.	Organigrama Funcional.....	127
7.5.2.2.3.	Organigrama Posicional.....	127
7.5.3.	Filosofía Empresarial.....	128
7.5.3.1.	Misión.....	128
7.5.3.3.	Valores.....	128
7.5.3.4.	Políticas.....	129
7.5.4.	Manual de Funciones.....	129
7.6.	Estudio Financiero.....	134
7.6.1.	Inversiones.....	134
7.6.1.1.	Inversión en activos fijos.....	135
7.6.1.1.1.	Maquinaria y equipo.....	135
7.6.1.1.2.	Muebles y enseres Administración.....	135
7.6.1.1.3.	Equipo de Oficina.....	136
7.6.1.1.4.	Equipo de Cómputo.....	136
7.6.1.1.5.	Reinversión del equipo de Cómputo.....	136
7.6.1.1.6.	Vehículo.....	137
7.6.1.1.7.	Resumen de activos fijos.....	137
7.6.1.2.	Inversión en Activos Diferidos.....	137
7.6.1.3.	Inversión de Activo circulante o Capital de trabajo.....	139
7.6.1.3.1.	Costos de acopio.....	139
7.6.1.3.1.1.	Materia prima.....	140
7.6.1.3.1.2.	Mano de Obra Directa.....	141
7.6.1.3.1.3.	Mano de Obra Indirecta.....	141
7.6.1.3.1.4.	Servicios Básicos.....	142
7.6.1.3.1.5.	Arriendo.....	142
7.6.1.3.1.6.	Indumentaria de Trabajo.....	143
7.6.1.3.1.7.	Implementos de Seguridad.....	143

7.6.1.3.1.8.	Implementos de Acopio.....	143
7.6.1.3.1.9.	Útiles de Aseo	144
7.6.1.3.1.10.	Sueldo Personal Administrativo.	144
7.6.1.3.1.11.	Útiles de Oficina.....	145
7.6.1.3.1.12.	Combustibles y Lubricantes.	145
7.6.1.3.1.13.	Matrícula de vehículo.	145
7.6.1.3.1.14.	Mantenimiento del vehículo.	146
7.6.1.3.1.15.	Publicidad.....	146
7.6.1.3.1.16.	Resumen de Costos Indirectos de Fabricación.....	146
7.6.1.4.	Monto Total de la Inversión.	147
7.6.1.5.	Financiamiento.	148
7.6.1.5.1.	Amortización.....	149
7.7.2.	Análisis de Costos	150
7.7.2.1.	Depreciación de activos fijos.....	150
7.7.2.2.	Amortización de Activos Diferidos.	150
7.7.3.	Presupuesto de Costos.	151
7.7.3.1.	Costos Totales de Producción.....	151
7.7.3.1.1.	Presupuesto de Costos Proyectado.	151
7.7.4.	Costo Unitario de Producción.....	153
7.7.5.	Precio de Venta.	153
7.7.6.	Ingresos.....	153
7.7.7.	Clasificación de los Costos.....	156
7.7.7.1.	Costos Fijos.....	156
7.7.7.2.	Costos Variables.....	156
7.7.8.1.	Punto de Equilibrio Año 1.	158
7.7.8.2.	Punto de Equilibrio Año 5.	160
7.7.9.	Estado de Pérdidas y Ganancias	162

7.7.Evaluación Financiera	162
7.7.1. Flujo de Caja	163
7.7.2. Valor Actual Neto (VAN)	164
7.7.3. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	164
7.7.4. Periodo de Recuperación de Capital (PRC).....	165
7.7.5. Relación Costo/Beneficio (RBC).....	166
7.7.6. Análisis de Sensibilidad	167
8. Conclusiones	172
9. Recomendaciones	174
10. Bibliografía.....	176
11. Anexos.....	178

Índice de tablas

Tabla 1	Clasificación agrícola.....	10
Tabla 2	Clasificación del suelo en la parroquia de Chuquiribamba	15
Tabla 3	Superficie cultivada parroquia de Chuquiribamba	16
Tabla 4	Proyección de la Población	54
Tabla 5	Distribución muestral de las encuestas	56
Tabla 6	Integrantes del hogar.....	58
Tabla 7	Ingreso mensual	59
Tabla 8	Consumo de verduras.....	60
Tabla 9	Calidad de verduras que consume.....	60
Tabla 10	Tipo de verduras que consume	61
Tabla 11	Frecuencia de compra de verduras.....	62
Tabla 12	Cantidad en unidades que adquiere.....	63
Tabla 13	Cantidad en tongos que adquiere	63
Tabla 14	Cantidad en libras que adquiere	63
Tabla 15	Unidades diarias.....	63
Tabla 16	Unidades semanales	64
Tabla 17	Unidades quincenales.....	64
Tabla 18	Tongos diarios.....	65
Tabla 19	Tongos Semanal.....	65
Tabla 20	Tongos quincenales.....	66
Tabla 21	Libras diarias.....	66
Tabla 22	Libras semanales	67
Tabla 23	Libras quincenales	67
Tabla 24	Donde realiza la compra de verduras.....	68
Tabla 25	Como selecciona las verduras al comprar.....	68
Tabla 26	Le gustaría un servicio donde se entregue verduras orgánicas	69
Tabla 27	Esta dispuesto a comprar los productos de este emprendimiento.....	70
Tabla 28	Como le gustaría que se brinde este servicio	71
Tabla 29	Como le gustaría que se le entregue los productos	72
Tabla 30	En qué día le gustaría que se le entregue	73
Tabla 31	Como le gustaría el modo de pago.....	74
Tabla 32	Le gustaría la entrega de factura	74
Tabla 33	Le gustaría saber sobre recetas que puede realizar con los productos	75
Tabla 34	Por medio de que red social le gustaría recibir información de este servicio	76
Tabla 35	Capacidad de los proveedores.....	78
Tabla 36	Proyección de la población	79
Tabla 37	Demanda Potencial	80
Tabla 39	Demanda Real.....	80
Tabla 41	Demanda Efectiva.....	81
Tabla 42	Promedio consumo diario a semanal de productos medidos en unidades	82

Tabla 43	Promedio consumo cada 3 días a semanal de productos medidos en unidades... 83
Tabla 44	Promedio consumo semanal de productos medidos en unidades 84
Tabla 45	Promedio consumo diario a semanal de productos medidos en tongos..... 85
Tabla 46	Promedio consumo cada 3 días a semanal de productos medidos en tongos 86
Tabla 47	Promedio consumo semanal de productos medidos en tongos..... 87
Tabla 48	Promedio consumo diario a semanal de productos medidos en libra 87
Tabla 49	Promedio consumo cada 3 días a semanal de productos medidos en libras 88
Tabla 50	Promedio consumo semanal de productos medidos en libras..... 88
Tabla 51	Resumen consumo promedio 89
Tabla 52	Promedio consumo anual en libras 89
Tabla 53	Demanda efectiva de productos medidos en libras..... 91
Tabla 54	Proyección de la oferta..... 92
Tabla 55	Demanda insatisfecha año..... 93
Tabla 56	Cantidad de productos en una jaba 101
Tabla 57	Capacidad total del camión en libras 102
Tabla 58	Participación en el mercado 103
Tabla 59	Ficha técnica equipo de refrigeración 105
Tabla 60	Ficha técnica mesa de malla..... 106
Tabla 61	Ficha técnica mesa transportadora de rodillos 106
Tabla 62	Ficha técnica balanza industrial 106
Tabla 63	Ficha técnica de escritorio 107
Tabla 64	Ficha técnica de sillón..... 107
Tabla 65	Ficha técnica de silla 107
Tabla 66	Ficha técnica de celular..... 108
Tabla 67	Ficha técnica de calculadora 108
Tabla 68	Ficha técnica de computadora..... 108
Tabla 69	Ficha técnica de impresora..... 108
Tabla 70	Ficha técnica de regulador 109
Tabla 71	Ficha técnica de funda pastica 109
Tabla 72	Ficha técnica de jaba de plástico..... 109
Tabla 73	Ficha técnica de Vehículo 109
Tabla 74	Ficha técnica de útiles de oficina 110
Tabla 75	Ficha técnica de indumentaria 111
Tabla 76	Ficha técnica de implementos de seguridad..... 111
Tabla 77	Ficha técnica Útiles aseo..... 112
Tabla 78	Distribución de la planta 115
Tabla 79	Diagrama de Flujo del proceso acopio..... 116
Tabla 80	Diagrama de Flujo del proceso de distribución 118
Tabla 81	Cuadro orgánico de cargos de la empresa..... 126
Tabla 82	Clasificación de puestos de la empresa..... 130
Tabla 83	Manual de Funciones del Gerente de la empresa..... 131

Tabla 85	Manual de Funciones de la Contadora de la empresa.....	132
Tabla 89	Manual de Funciones del chofer-vendedor de la empresa.....	133
Tabla 90	Maquinaria y Equipo.....	135
Tabla 91	Muebles y enseres administración	135
Tabla 92	Equipo de Oficina	136
Tabla 93	Equipo de Cómputo	136
Tabla 94	Reinversión de Equipo de Cómputo	136
Tabla 95	Vehículo.....	137
Tabla 96	Resumen de las inversiones de los activos fijos	137
Tabla 97	Inversión en Activos Diferidos	139
Tabla 98	Materia Prima.....	140
Tabla 99	Mano de Obra Directa.....	141
Tabla 100	Mano de Obra indirecta	142
Tabla 101	Servicios básicos	142
Tabla 102	Arriendo	142
Tabla 103	Indumentaria de Trabajo	143
Tabla 104	Implementos de Seguridad.....	143
Tabla 105	Implementos de acopio	143
Tabla 106	Útiles de Aseo para Producción	144
Tabla 107	Sueldo Personal Administrativo.....	144
Tabla 108	Útiles de oficina	145
Tabla 109	Combustible y Lubricantes	145
Tabla 110	Matrícula del vehículo	145
Tabla 111	Mantenimiento del vehículo.....	146
Tabla 112	Publicidad	146
Tabla 113	Resumen Costos Indirectos de Fabricación	146
Tabla 114	Resumen Monto de la Inversión	147
Tabla 115	Financiamiento.....	148
Tabla 116	La amortización del crédito.....	149
Tabla 117	Cuadro de valor residual y depreciaciones	150
Tabla 118	Amortización de los Activos Diferidos	151
Tabla 119	Costo de operación.....	152
Tabla 121	Costo unitario, precio de venta e ingresos año 2	154
Tabla 122	Costo unitario, precio de venta e ingresos año 3	155
Tabla 123	Costo unitario, precio de venta e ingresos año 4	155
Tabla 124	Costo unitario, precio de venta e ingresos año 5	156
Tabla 125	Estructura de Costos	157
Tabla 126	Datos para determinar el punto de equilibrio del año 1	158
Tabla 127	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	162
Tabla 128	Flujo de Caja.....	163
Tabla 129	Valor Actual Neto	164

Tabla 130	Tasa Interna de Retorno	165
Tabla 131	Período de Recuperación de Capital	165
Tabla 132	Relación Costo / Beneficio	167

Índice de Figuras

Figura 1	Ubicación Geográfica Parroquia Chuquiribamba.....	9
Figura 2	Clases agrícolas parroquia Chuquiribamba	14
Figura 3	Uso potencial del suelo parroquia Chuquiribamba.....	15
Figura 4	Contenido aproximado de nutrientes (%) en la acelga.	20
Figura 5	Contenido de hidratos de carbono (g/100 g) en las hortalizas más consumidas..	21
Figura 6	Contenido de proteínas (g/100 g) en las hortalizas más consumidas.....	22
Figura 7	Contenido de grasas (g/100 g) en las hortalizas más consumidas.	22
Figura 8	Contenido de ácido fólico (µg/100 g) en las hortalizas más consumidas.	23
Figura 9	Contenido de sodio (mg/100 g) y potasio (mg/100 g) en las hortalizas más consumidas.....	24
Figura 10	Beneficios para la salud y la nutrición.....	25
Figura 11	Producción mundial de verduras por producto, 2018	26
Figura 12	Cambios en la producción de frutas y verduras, 2000–2018.....	26
Figura 13	Integrantes del hogar.....	58
Figura 14	Ingreso mensual	59
Figura 15	En su hogar consume verduras	60
Figura 16	Calidad de verduras que consume.....	61
Figura 17	Tipo de verduras que consume	61
Figura 18	Frecuencia de compra de verduras.....	62
Figura 19	Donde realiza la compra de verduras.....	68
Figura 20	¿Cómo selecciona las verduras al comprar?	69
Figura 21	Le gustaría un servicio donde se entregue verduras orgánicas	70
Figura 22	Esta dispuesto a comprar los productos de este emprendimiento.....	70
Figura 23	Como le gustaría que se brinde este servicio	71
Figura 24	Como le gustaría que se le entregue los productos	72
Figura 25	En qué día le gustaría que se le entregue	73
Figura 26	Como le gustaría el modo de pago.....	74
Figura 27	Le gustaría la entrega de factura	75
Figura 28	Le gustaría saber sobre recetas que puede realizar con los productos	76
Figura 29	Por medio de que red social le gustaría recibir información de este servicio.....	77
Figura 30	Productos que se comercializaran.....	95
Figura 31	Presentación del producto en combo; desarrollado en el programa Adobe Photoshop.....	96

Figura 32	Logotipo de la empresa.....	97
Figura 33	<i>Empaque para los productos</i>	98
Figura 34	Nota: La figura muestra cómo será el empaque donde serán entregados todos los productos.....	98
Figura 35	Canal de distribución de la empresa	99
Figura 36	Redes Sociales de la empresa	100
Figura 37	Macro localización de la provincia de Loja.....	104
Figura 38	Ubicación exacta de la empresa	105
Figura 39	Diseño de la planta; desarrollado en adobe Photoshop.....	114
Figura 40	Organigrama estructural de la empresa.....	126
Figura 41	Organigrama funcional	127
Figura 42	Organigrama Posicional de la empresa	127
Figura 43	Punto de equilibrio año 1	159
Figura 44	Punto de equilibrio año 5	161

Índice de Anexos

Anexo 1. Encuesta al Consumidor.....	178
Anexo 2. Entrevista a los proveedores	184
Anexo 3. Certificado de Traducción del Resumen (Abstract).....	185

1. Título

“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa acopiadora y comercializadora de verduras orgánicas en la parroquia de Chuquiribamba para la ciudad de Loja”

2. Resumen

La valoración de proyectos de inversión ha tenido un auge significativo debido a la incertidumbre de los inversionistas por tener inseguridad al momento de invertir su dinero; en este contexto, la presente investigación tuvo como objetivo realizar un Estudio de factibilidad para la creación de una empresa acopiadora y comercializadora de verduras orgánicas en la parroquia de Chuquiribamba para la ciudad de Loja, en base a los estudios de mercado, técnico, administrativo y legal, económico- financiero. La investigación tiene enfoque cuantitativo, método deductivo exploratorio y descriptivo y diseño no experimental, para lo cual se utilizaron métodos, técnicas e instrumentos de investigación que permitieron la recolección, organización, presentación, análisis e interpretación de la información; la población de estudio fue de 50.874 familias lojanas donde se aplicó 396 encuestas, el estudio de mercado determinó una demanda insatisfecha de 7.441.557 libras de verduras en total, la localización de la planta será en la ciudad de Loja, Se determinó una capacidad instalada de 234.409,89 libras con el 100% de la capacidad del camión, con esto se obtuvo una participación en el mercado del 3,2%; la puesta enmarcha del proyecto generará 4 fuentes de trabajo, en el estudio administrativo y legal se determinó que la empresa se constituirá como emprendimiento con la inversión inicial de USD 38.453,58 dólares americanos. Se determinó un Valor Actual Neto (VAN) de USD 27.428,32 siendo un valor positivo; la Tasa Interna de Retorno (TIR) de 34,980; en relación al Periodo de Recuperación del Capital (P.R.C) será en 2 años 7 meses y 14 días; en la Relación Costo/Beneficio (RCB) se tuvo una rentabilidad 0,29 centavos por dólar invertido; en el Análisis de Sensibilidad (AS) se obtuvo que el proyecto puede soportar hasta un incremento en sus costos del 10,42% y una disminución de los ingresos hasta un 8,15%

Palabras clave: Proyecto de factibilidad, Verduras, orgánicas, acopiadora, inversión, comercio

2.1. Abstrac

The valuation of investment projects has had a significant boom due to the uncertainty of investors for having a certain degree of insecurity when investing their money; in this context, the present research work aims to conduct a feasibility study for the creation of a company that collects and markets organic vegetables in Chuquiribamba parish for the city of Loja, based on market, technical, administrative and legal, economic-financial studies. The research has a descriptive and quantitative non-experimental approach, for which methods, techniques and research instruments were used that allowed the collection, organization, presentation, analysis and interpretation of the information; the study population was 50.874 families from Loja where 396 surveys were applied, the market study determined an unsatisfied demand of 7.441.557 pounds of vegetables in total, the location of the plant will be in the city of Loja, it was determined an installed capacity of 234.409 pounds with 100% of the capacity of the truck, with this was obtained a market share of 3.2%; the implementation of the project will generate 4 sources of work, in the administrative and legal study it was determined that the company will be constituted as a venture with the initial investment of USD 38.453,58. dollars. A Net Present Value (NPV) of USD 27.428,32 was determined, being a positive value; the Internal Rate of Return (IRR) was 34,980; in relation to the Capital Recovery Period (CRP), it will be in 2 years, 7 months and 14 day; in the Cost/Benefit Ratio (C.R.R.) a profitability of 0.29 cents per dollar invested was obtained.; in the Sensitivity Analysis (SA) it was obtained that the project can support up to an increase in costs of 10,42% and a decrease in income of up to 8,15%.

Key words: Vegetables, organic, feasibility project,

3. Introducción

La creación y consolidación de empresas emprendedoras desempeñan un papel fundamental en el desarrollo económico de un país. En el contexto de Ecuador, se destaca como una nación emprendedora con un 15% de adultos que tienen un negocio establecido, lo que la convierte en líder mundial en emprendimiento (Global Entrepreneurship Monitor Ecuador).

Sin embargo, es importante destacar que la tasa de discontinuación de empresas es del 10%. Esta estadística revela una brecha entre el potencial de creación de empresas y su capacidad para mantenerse a largo plazo, subrayando la necesidad de innovación y sostenibilidad. En este contexto, el presente proyecto se centra en una oportunidad de negocio que ha cobrado relevancia en los últimos años: la comercialización de verduras orgánicas en la ciudad de Loja.

Este proyecto se enfoca en la creación de una empresa acopiadora y comercializadora de verduras orgánicas en la parroquia de Chuquiribamba para la ciudad de Loja.

En este contexto, el presente proyecto aborda una oportunidad de negocio que ha ganado relevancia en los últimos años: la comercialización de verduras orgánicas en la ciudad de Loja. Las verduras orgánicas han experimentado un crecimiento en la demanda debido a su reconocido valor nutricional y su impacto ambiental positivo. Esta investigación se fundamenta en la creciente demanda de productos orgánicos por parte de las familias lojanas, lo que presenta una oportunidad de mercado prometedora.

La justificación de este estudio radica en su potencial impacto en varios aspectos. En primer lugar, busca atender la demanda insatisfecha de verduras orgánicas, lo que beneficiaría a los consumidores que buscan opciones saludables y sostenibles. Además, la empresa propuesta tendría un impacto directo en la generación de empleo en la comunidad, contribuyendo al crecimiento económico local.

La estructura del informe se describe a continuación:

Primeramente, el Título donde se refleja el contenido principal de la investigación el

cual describe la esencia del estudio. El resumen donde se proporciona una visión general de la investigación, incluyendo los objetivos, la metodología utilizada, los principales resultados y conclusiones. El marco teórico donde se proporciona un análisis detallado de las teorías, modelos y conceptos relevantes que fundamentan la investigación, es el contexto teórico en el que se basa el estudio.

La metodología se describe como se llevó a cabo la investigación. Esto incluye detalles sobre diseño de investigación, la selección de la muestra, los instrumentos de recolección de datos y los procedimientos utilizados para recopilar y analizar la información. Los resultados, en esta sección se presenta los hallazgos de la investigación de manera clara y concisa, esto están representados en tablas y figuras que representan los datos obtenidos. La Discusión se interpreta y analiza los resultados en base a los objetivos de la investigación

Las conclusiones se resumen los puntos clave de la investigación y destaca los principales hallazgos y se demuestra el logro de los objetivos. Las recomendaciones se ofrece recomendaciones basadas en los hallazgos para futuras prácticas, esto se fundamenta según los resultados de la investigación. La Bibliografía se describe una lista completa de todas las fuentes que se ha citado a lo largo de la investigación. Anexos el cual contiene material adicional que es relevante para la investigación, pero no relevante, aquí se incluyen encuestas, entrevistas, entre otros elementos.

4. Marco Teórico

4.1. Fundamentos referenciales

4.1.1. Diagnóstico de la parroquia de Chuquiribamba

4.1.1.1. Historia de Chuquiribamba

Antes de la llegada de los Incas, toda esta comarca estaba habitada por los Chucum Bambas, grupo de indígenas dispersos, unos en el sector de Guayllas, (actualmente Tesalia) Otros en la actual parroquia de Chantaco, y unos terceros por los alrededores del actual Chuquiribamba. Además, existían grupos indígenas menores, ubicados en Saracapa, Huiñacapa, Casachir, Jalapa, entre otros. Vivía en Chantaco un cacique de apellido Caraguay; en Chuquiribamba el cacique Sinche y en Guayllas el cacique Pinta. Siempre que tenían reuniones sociales, luego de disfrutar de las comidas y las bebidas acostumbradas, la primera discusión era la de fundar el pueblo; pero cada uno quería que sea en su lugar y ninguno cedía. Pasó mucho tiempo, la disputa continuaba sin llegar a ningún acuerdo. Cierta ocasión, en una reunión realizada en Chantaco, Caraguay propuso una alternativa, la misma que los demás creyeron bien acertada y que con ella finiquitarían el asunto. La propuesta consistía en realizar una caminata desde cualquier punto donde ellos residían, llevando consigo un gallo y que en su recorrido, en donde cante éste, sería el lugar elegido para la fundación del pueblo. Se dice que la propuesta fue aceptada, e inmediatamente señalaron el lugar, el día y la hora desde donde debía iniciar la caminata. En la víspera del día concertado, llegaron desde diferentes puntos todos los caciques acompañados de sus esposas, hijos, colaboradores y amigos más cercanos. Llegado el día partieron al nuevo lugar y uno de ellos tomó entre sus manos un gallo y lo metió en su alforja, dejando al descubierto su cabeza y echó al hombro; y tras él le siguieron todos los invitados a este singular acontecimiento, desde Chantaco hacia

el norte; más ocurre que cuando estaban cerca de la laguna de los Chuquiris, el gallo cantó una vez, a lo que todos sorprendidos, en completo silencio, se limitaron solamente a verse las caras; y el gallo como emocionado aleteando algunas veces y nuevamente cantó. Como el compromiso era así, aunque el cacique de Guayllas poco le gustó, como tampoco al de Chantaco, por ser un lugar de clima frío; pero finalmente lo aceptaron, ya que según dicen, ellos eran gente muy seria y su palabra era Ley. Pasado el acontecimiento, se abrazaron, cantaron y danzaron muy alegres, luego cortaron un árbol de arrayán y colocaron un poste muy grande señalando el lugar donde posteriormente se levantaría el pueblo de Chuquiribamba. Al noroeste de la ciudad de Loja, recostada en las faldas del Santa Bárbara, hermosa cumbre de nuestra Cordillera Occidental, se asienta la histórica y legendaria parroquia de Chuquiribamba (antigua Chucum-bamba), hermosa por las cumbres que cual diadema de granito la circunda, bella por el paisaje y el verdor de sus praderas; poética y risueña por el encanto de sus jardines y sus flores; orgullosa por la riqueza con que el Creador la ha regalado; próspera por el trabajo y el esfuerzo de sus hijos; gloriosa por la trayectoria de su fe y amor a Dios. Chuquiribamba, nombre que según algunos intérpretes significa “llanura de Dios”, porque en el Palacio del Inca, en sus campiñas y en sus cumbres se aclamaba y adoraba al Padre Sol, y hoy es “Pueblo de Dios”, porque en el corazón de sus hijos, en sus calles y en sus templos, se aclama y adora al Cristo, Sol del mundo y Dios verdadero. Así mismo Chuquiribamba es, sin duda alguna, un precioso relicario de Fe, de amor a Dios, a la Santísima Virgen y a los Santos, una columna robusta y esbelta de la Iglesia Lojana. Así lo proclaman la historia y la cultura de sus hijos, las fiestas, tradiciones y costumbres de sus pobladores; los templos con sus riquezas, adornos y esculturas; el arte con su música, danzas y poesías. Todo canta, Chuquiribamba, “Llanura y Pueblo de Dios”. Pero no creamos que la construcción de esta columna y relicario ha sido obra de poco tiempo

ni de poco esfuerzo. Más de 300 años de vida parroquial, según los datos que cuentan los archivos eclesiásticos y más de una centena de sacerdotes, doctrineros y párrocos que se han sucedido a través de la Historia, han sido los héroes que con su esfuerzo, constancia y sacrificio han luchado las batallas de Dios, y han construido el edificio espiritual y cultural de la Parroquia, para la Provincia y para la Patria. (Chuquiriamba, s.f.)

Tres periodos podríamos distinguir en la historia parroquial de Chuquiribamba:

Primero: Chuquiribamba, doctrina franciscana de la Santa Provincia de Quito: 1694 a 1775.

Segundo: Chuquiribamba, parroquia del Obispado de Cuenca: 1775 a 1865

Tercero: Chuquiribamba, parroquia del Obispado de Loja; 1865 hasta la presente fecha.

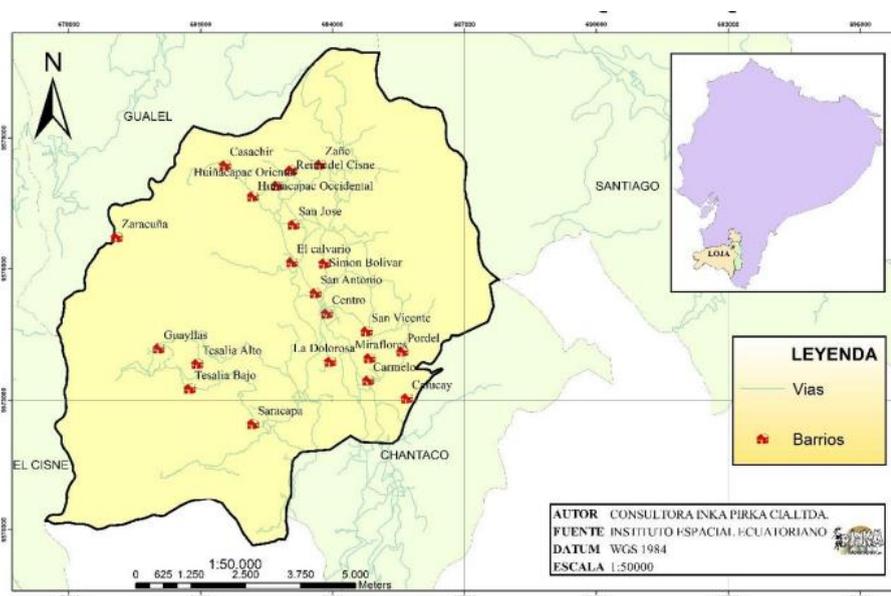
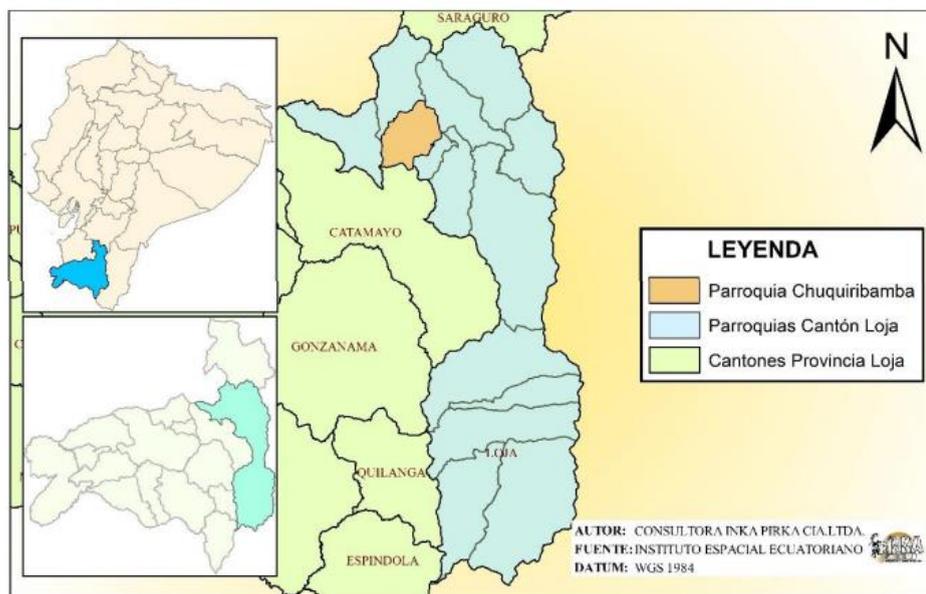
La Parroquia eclesiástica de Chuquiribamba aparece en los escenarios de la vida de la Iglesia, como Doctrina **Franciscana**, dependiente de la Provincia y Obispado de Quito, en el año de 1694. Son los beneméritos hijos de San Francisco de Asís los que, revestidos del espíritu misionero de su Santo Fundador, y desafiando las distancias, contrariedades y peligros, recorren sus campos e inician la evangelización de sus indios. (Chuquiriamba, s.f.)

4.1.2. Ubicación

La Parroquia Chuquiribamba, se encuentra ubicada en el sur del Ecuador, en la Provincia de Loja, Cantón Loja, a 41 km de la cabecera cantonal hacia el noroeste. Dispone de acceso vial desde Loja, por la ruta 35 dirección Loja – Catamayo tomando un desvío al Norte en el Km 11. En el trayecto vial para llegar a la Parroquia Chuquiribamba, se atraviesa la Parroquia Taquil y Chantaco hasta arribar a la cabecera Parroquial en el km 41. (Chuquiriamba, s.f.)

Figura 1

Ubicación Geográfica Parroquia Chuquiribamba



Nota: La figura muestra la ubicación geográfica de la parroquia Chuquiribamba a nivel de provincia y nivel de parroquia

4.1.3. Clasificación Agrícola

Considerando la clasificación agrológica establecida por el equipo técnico del PDyOT 2014 del Cantón Loja, la Parroquia Chuquiribamba predomina la clase de uso de suelos del grupo IV, VII y VIII, según podemos apreciar en los siguientes datos (Chuquiriamba, s.f.).

Tabla 1
Clasificación agrícola

Clasificación agrícola			
Clase	Descripción	Ha	%
III	Ligeras limitaciones	51.296	0,71%
IV	Moderadas limitaciones	999.523	13,90%
V	Limitaciones fuertes a muy fuertes	10.787	0,15%
VI	Tierras aptas para aprovechamiento forestal- limitaciones muy fuertes	245.653	3,42%
VII	Tierras de protección-limitaciones muy fuertes	3.437.137	47,80%
VIII	Limitaciones muy fuertes-conservación	2.437.314	33,89%
No aplica	No aplicable	9.347	0,13%
TOTAL		7.191084	100%

Nota: Datos tomados del Instituto Ecuatoriano Espacial MAGAP (2013)

Según (Instituto Ecuatoriano Espacial, MAGAP, 2013) las clases agrológicas corresponden a 8 clases tomadas de la Clasificación Agrologica de los Suelos de la USDA y se detallan de la siguiente manera:

4.1.3.1. Agricultura y otros usos - arables

Clase I: Son tierras que soportan las actividades agrícolas, pecuarias o forestales, adaptadas ecológicamente a la zona, sin degradar a alguno de sus elementos, no presentan limitaciones, y permiten la utilización de maquinaria para el arado. En cuanto a las variables son tierras sin a ligeras limitaciones, de pendiente plana hasta 2 %, sin evidencias de erosión, suelos profundos y fácilmente trabajables, sin o muy pocas piedras es decir, que no interfieren en las labores de maquinaria, con fertilidad alta y no tóxicos, suelos con drenaje bueno, no salinos y con textura superficial correspondiente al grupo 1, no presentan periodos de inundación o éstos son muy cortos, se ubican en el régimen de humedad del suelo údico; y, en los regímenes de temperatura isohipertérmico e isotérmico. Tierras regables. Recuperado de (Chuquiriamba, s.f.)

Clase II: Son tierras que soportan las actividades agrícolas, pecuarias o forestales, adaptadas ecológicamente a la zona, sin degradar a alguno de sus

elementos, presentan limitaciones ligeras que no suponen grandes inversiones para sobreponerlas, y permiten la utilización de maquinaria para el arado. Tierras con ligeras limitaciones, con pendientes menores al 5 %, con erosión ligera o sin evidencia, moderadamente profundos y profundos, con poca pedregosidad que no limitan o imposibilitan las labores de maquinaria, fertilidad de mediana a alta, tienen drenaje natural bueno a moderado. Incluyen a suelos ligeramente salinos y no salinos, con toxicidad ligera o nula. Requieren prácticas de manejo más cuidadoso que los suelos de la Clase I, presentan drenaje bueno a moderado; no presentan periodos de inundación o éstos son muy cortos, se ubican en regímenes de humedad del suelo údico y ústico; pueden ocupar regímenes de temperatura isohipertérmico e isotérmico. Tierras regables. (Chuquiriamba, s.f.)

Clase III: Son tierras que soportan las actividades agrícolas, pecuarias o forestales, pero se reduce las posibilidades de elección de cultivos anuales a desarrollar o se incrementan los costos de producción debido a la necesidad de usar prácticas de manejo de suelo y agua; y permiten la utilización de maquinaria para el arado. En esta clase de tierras se presentan limitaciones ligeras a moderadas, se encuentran en pendientes menores al 12%, pueden o no presentar evidencia de erosión pudiendo ser ligera y moderada, son poco profundos a profundos, tienen poca pedregosidad que no limitan o imposibilitan las labores de maquinaria, con texturas del grupo 1, 2 y 3 (Ver Cuadro 19), poseen fertilidad alta, media o baja, tienen drenaje excesivo, bueno y moderado; incluyen a suelos salinos, ligeramente salinos y no salinos; presentan toxicidad sin o nula, ligera y media. Pueden o no presentar periodos de inundación que pueden ser muy cortos y cortos; se ubican en regímenes de humedad del suelo údico y ústico; pueden ocupar regímenes de temperatura isohipertérmico e isotérmico. Tierras regables con ligeras limitaciones. (Chuquiriamba, s.f.)

Clase IV: Estas tierras requieren un tratamiento especial en cuanto a las labores de maquinaria o permiten un laboreo ocasional. Se restringe el establecimiento de cultivos intensivos y admite cultivos siempre y cuando se realicen prácticas de manejo y conservación. Son tierras que presentan moderadas limitaciones, se encuentran en pendientes menores al 25 %; pueden o no presentar erosión actual pudiendo ser ligera y moderada; son poco profundos a profundos, y tienen poca o ninguna pedregosidad; son de textura y drenaje variable. Incluyen a suelos desde no salinos a muy salinos y no tóxicos hasta altamente tóxicos. Pueden presentar o no periodos de inundación pudiendo ser ocasionales, muy cortos y cortos; se ubican en regímenes de humedad del suelo údico y ústico; ocupan regímenes de temperatura isohipertérmico e isotérmico tierras regables con moderadas imitaciones. (Chuquiriamba, s.f.)

Clase V: Las tierras de esta clase requieren de un tratamiento muy especial en cuanto a las labores con maquinaria ya que presentan limitaciones difíciles de eliminar en la práctica, se limita el uso de cultivos anuales, permanentes y semipermanentes. En áreas planas y de texturas arcillosas el cultivo de arroz encuentra condiciones favorables para su establecimiento. Son tierras con limitaciones fuertes a muy fuertes, se encuentran en pendientes entre planas y suaves, es decir de hasta el 12 %, generalmente son suelos poco profundos, incluyendo suelos con mayor profundidad; con textura y drenaje variable; y ocasionalmente con limitaciones de pedregosidad; pueden presentar fertilidad desde baja hasta muy alta; incluyen a suelos desde no salinos a muy salinos y de no tóxicos hasta altamente tóxicos. Pueden presentar o no periodos de inundación pudiendo ser muy cortos, cortos, medianos y largos. Se encuentran en cualquier régimen de humedad del suelo; y en regímenes de temperatura del suelo isohipertérmico e isotérmico. (Chuquiriamba, s.f.)

Clase VI: Las tierras de esta clase agrológica se encuentran en pendientes medias a fuertes, entre 25 y 40 %, que restringen el uso de maquinaria; son aptas para su aprovechamiento con pastos, especies forestales, ocasionalmente pueden incluirse cultivos permanentes y pastos. Son moderadamente profundos a profundos, poco pedregosos. Son de textura, drenaje y fertilidad variable; incluyen suelos desde no salinos a muy salinos y de no tóxicos hasta altamente tóxicos. Pueden o no presentar periodos de inundación pudiendo ser muy cortos y cortos. Se ubican en regímenes de humedad del suelo údico, ústico y perúdico; ocupan regímenes de temperatura isohipertérmico, isotérmico e isoméxico. Presentan severas limitaciones para el riego. (Chuquiriamba, s.f.)

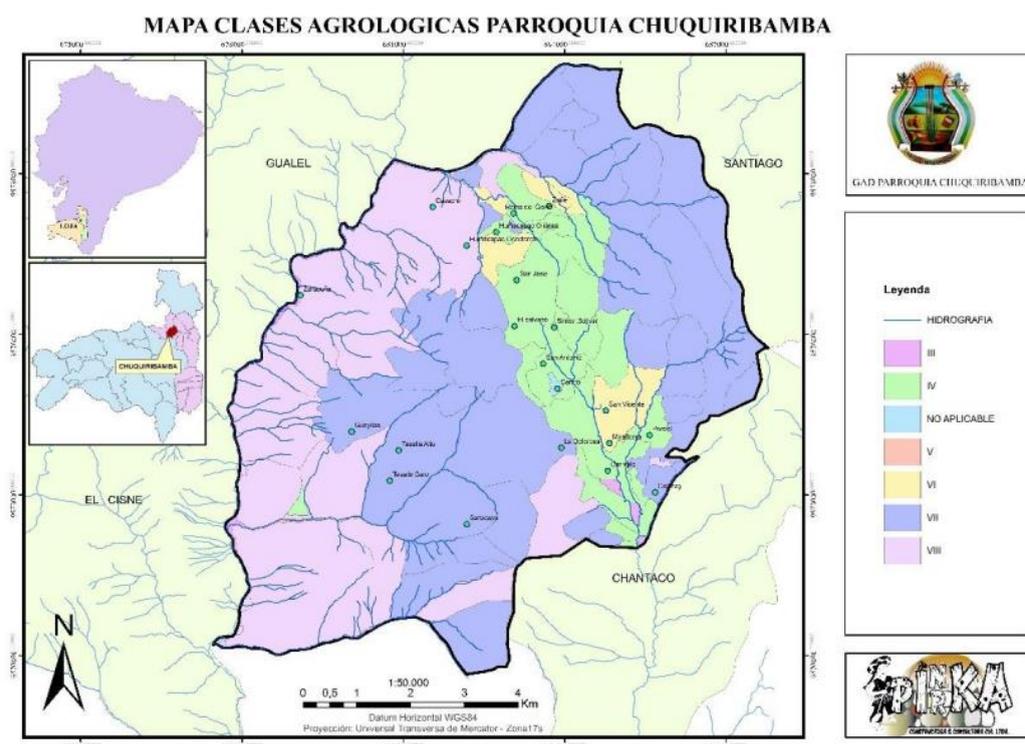
Clase VII: Estos suelos presentan fuertes limitaciones para el laboreo, especialmente por la pendiente. Muestran condiciones para uso forestal, pastoreo o con fines de conservación. Son tierras ubicadas en pendientes de hasta el 70 %; con suelos poco profundos a profundos; con pedregosidad menor al 50 %; en cuanto a la textura, drenaje y fertilidad éstas pueden ser variables; incluyen suelos desde no salinos a muy salinos y de no tóxicos hasta altamente tóxicos. Pueden o no presentar periodos de inundación pudiendo ser ocasionales, muy cortos, cortos y medianos. Se ubican en regímenes de humedad del suelo údico, ústico, perúdico y arídico; abarcan regímenes de temperatura isohipertérmico, isotérmico e isoméxico. (Chuquiriamba, s.f.)

Clase VIII: Son áreas que deben mantenerse con vegetación arbustiva y/o arbórea con fines de protección para evitar la erosión, mantenimiento de la vida silvestre y fuentes de agua. Son tierras con las más severas limitaciones; corresponden generalmente a pendientes superiores al 70%. Seguidamente se describe los usos adecuados determinados de forma técnica, según la clase agrológica presente en el terreno. (Chuquiriamba, s.f.)

Un 13,90% del territorio está catalogado dentro de la clase IV, tiene limitaciones moderadas para el laboreo y requieren de cierta tecnificación para actividades agrícolas. Es este porcentaje de territorio, está identificado a lo largo del valle céntrico de la parroquia y es el que actualmente aporta a la producción de la Parroquia, mismo que deben ser fortalecidos y acompañados con programas de tecnificación y conservación. (Chuquiriamba, s.f.)

Figura 2

Clases agrícolas parroquia Chuquiribamba



Nota: La figura muestra las clases agrícolas de la parroquia Chuquiribamba

4.1.4. Uso y cobertura de suelos

Según la clasificación agrológica expuesta en el punto anterior, las condiciones actuales del suelo, limitan de igual forma su uso, es así que, para las clases de la I a la IV, están destinadas para los usos agrícolas arables; la clase V está destinada para uso no erosionable con limitaciones fuertes; de la VI a la VIII, están destinadas para usos no agrícolas, no arables. (Chuquiriamba, s.f.)

De los datos disponibles, se ha determinado que el suelo de la parroquia Chuquiribamba, esta usado de la siguiente manera:

Tabla 2

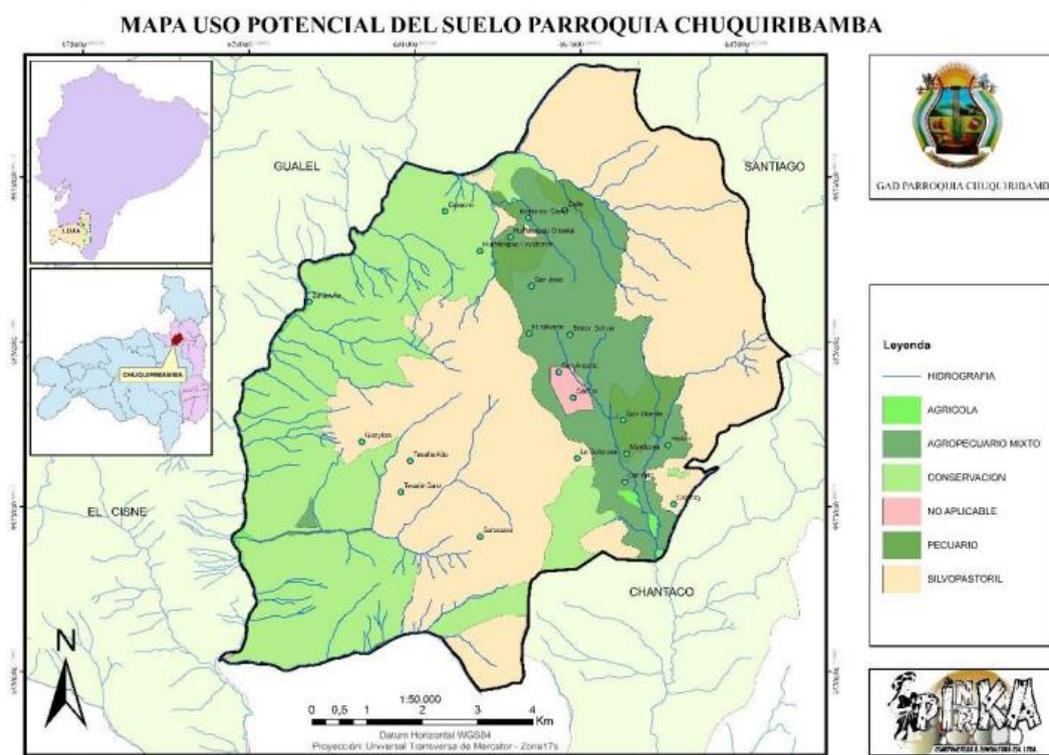
Clasificación del suelo en la parroquia de Chuquiribamba

Cobertura	Ha	%	Principales usos
Agrícola	171,20	2,38%	Cultivo de hortalizas, legumbres, tubérculos y plantas aromáticas
Agropecuario mixto	114,94	1,60%	Cultivos menores y ganado vacuno
Agua	0,24	0,00%	Riego
Antrópico	8,90	0,12%	Zona Urbana
Conservación y protección	4303,07	59,84%	Pastoreo de ganado, reforestación
Pecuario	2278,15	31,68%	Ganado vacuno
Protección o producción	299,58	4,17%	Cultivos de ciclos largos
Improductivas	15,00	0,21%	Improductivas
Total	7191,08	100%	

Nota: Datos tomados del Instituto Ecuatoriano Espacial MAGAP (2013)

Figura 3

Uso potencial del suelo parroquia Chuquiribamba



Nota: La figura muestra el uso potencial del suelo de la parroquia Chuquiribamba

4.1.5. Superficie cultivada, uso del suelo

La superficie cultivada de la Parroquia Chuquiribamba, corresponde a la superficie utilizada para actividad agrícola, pecuaria y agropecuario mixto, mismo que asciende a 2564,29 ha. De los cuales 2278,15 ha corresponde a la superficie utilizada para actividad pecuaria, 171,20 ha a la actividad agrícola y 114,94 ha a la actividad agropecuaria mixta. (Chuquiriamba, s.f.)

Tabla 3

Superficie cultivada parroquia de Chuquiribamba

Uso del suelo	Total	%
Agrícola	171,2	6,68%
Pecuaria	2278,15	88,84%
Agropecuario mixto	114,94	4,48%
Total	2564,29	100%

Nota: Datos tomados del Instituto Ecuatoriano Espacial MAGAP (2013)

4.1.6. Agricultura

La población que aporta a la economía popular y solidaria con la ejecución de actividades económicas productivas realizadas por cuenta propia, son las que desempeñan actividades agropecuarias, siendo la de mayor aporte, la actividad agrícola donde prevalece el cultivo de productos como: col, lechuga, brócoli, cebolla, acelga, papa, zanahoria, remolacha, etc. (Chuquiriamba, s.f.)

La principal actividad económica que se desarrolla en la Parroquia, es la agricultura seguida por la pecuaria, sin embargo, la actividad pecuaria, es la que mayor extensión de uso del suelo hace, debido a las características propias de la actividad misma (Chuquiriamba, s.f.).

La agricultura se desarrolla en pequeñas parcelas que en promedio están en una hectárea por unidad productiva. Los productos predominantes son los cultivos de ciclo corto como las legumbres, hortalizas, plantas aromáticas, plantas medicinales y plantas ornamentales, mismos que son cultivados con miras a ser comercializados en el mercado local y a cambio obtener un ingreso familiar destinado para empezar de

nuevo el ciclo productivo, para completar la dieta familiar y/o para cubrir otros gastos familiares como educación, salud y vestimenta. Las unidades productivas son generalmente familiares, en donde intervienen todos los miembros de la familia incluyendo niños y niñas. (Chuquiriamba, s.f.)

4.1.6.1. Principales productos agropecuarios

Los principales productos agropecuarios que se cultivan en Chuquiribamba y oferta al mercado local y regional, son los siguientes: Hortalizas y Legumbres: Lechuga, col, brócoli, coliflor, acelga, cebolla hoja, cebolla papa, zanahoria, remolacha, papa, yuca, haba, frejol, tomate, pimiento, maíz blando (Chuquiriamba, s.f.).

Plantas aromáticas: Cedrón, manzanilla, yerba luisa, menta, ataco

Plantas medicinales: Escancel, malva, ruda, llantén, marco.

A pesar que la actividad agrícola ocupa tan solo un 6,68% del total del territorio productivo disponible, este aporta gran dinamismo a la economía local, pues se centra en el desarrollo de cultivos de ciclo corto como son las hortalizas y las legumbres, dándole dinamismo a las economías familiares de la Parroquia. El nivel de producción es en pequeñas parcelas, aprovechando las zonas aptas del territorio para esta actividad, sin considerar si son de tamaños adecuados y de forma continua, si no, que les facilite ofertar sus productos de forma rotativa, de manera periódica y constante al mercado local, para obtener ingresos en ciclos semanales que les facilite reiniciar un nuevo ciclo de trabajo agrícola en el o los sectores productivos respectivos. (Chuquiriamba, s.f.)

4.1.7. Los agricultores

En la parroquia de Chuquiribamba la agricultura es el principal ingreso económico de las familias, estos tienen conocimientos de buenas prácticas agrícolas que vienen de generación en generación, sus conocimientos sobre el cultivo de productos sanos han ido fortaleciéndose en los últimos años debido a diversas

capacitaciones brindadas por organizaciones no gubernamentales, Municipio de Loja, Universidad Nacional de Loja, Concejo provincial, sobre huertos y abonos orgánicos, estas capacitaciones han ayudado a los agricultores a mejorar sus cosechas y por ende su ingreso económico. (Chuquiriamba, s.f.)

4.1.8. Labores culturales

Los agricultores en la parroquia de Chuquiribamba no utilizan maquinaria agrícola para realizar sus trabajos diarios, sus labores del suelo lo saben realizar con arados tradicionales con la ayuda de yuntas y acémilas, debido a esto las labores del campesino tiene un alto costo por el tiempo que toma realizar estas actividades de forma tradicional sin el uso de maquinaria agrícola. (Chuquiriamba, s.f.)

Un aspecto importante de las labores de los agricultores es como hacen sus abonos naturales, existen muchas formas para elaborarlos, por ejemplo:

Biol

Este se lo realiza a base de suero, se lo mezcla con melaza, cortezas de haba y frejol y estiércol de ganado, esto se lo deja reposar por 20 días para que esté listo para el uso, se lo puede fumigar en toda la planta o poner directamente a la raíz. (Chuquiriamba, s.f.)

Te de frutas

Este es a base de frutas en descomposición, se le adhiere alfalfa, corteza de haba y frejol y lo deja reposar de 15 a 20 días, pasado este tiempo para su uso de le adhiere agua para después fumigar a las plantas para una mejor producción. (Chuquiriamba, s.f.)

Lumbricultura (humus)

Este abono se lo realiza por lo general en pequeños cajones o también en el suelo, se junta todos los desechos de cocina y se adhiere lombrices, están se reproducen y empiezan hacer descomponer los desechos y da como resultado el

humus. (Chuquiriamba, s.f.)

Los agricultores también elaboran repelentes e insecticidas para moscos ácaros y arañas ya que estos dañan a las plantas, por ejemplo:

El caldo de Bordelés que es a base de ceniza y carbón, estos se los hace hervir, ya en frío se lo mezcla con un poco de agua para poder fumigar a las plantas, además de repelente también sirve como un abono para la floración por el calcio de la ceniza

Un insecticida a base de ají con ajo, se tritura y se mezcla con agua para después ser fumigado en las plantas

También se elabora trampas para el control de los moscos, a las botellas grandes se les hace 2 hoyos grandes en la mitad y dentro se pone líquidos dulces, puede ser agua con piña o chicha

Otra trampa que elaboran son las pantallas de plástico la cual consiste en tender un plástico la cual la cubren con miel para que los insectos queden atrapados.

Los agricultores para poder realizar sus sembríos siempre se guían por las estaciones de luna, no siembran en los primeros días de cambio de luna, para poder empezar con sus actividades esperan al cuarto día después del cambio de luna para poder obtener una buena cosecha. (Chuquiriamba, s.f.)

4.1.8.1. Hortalizas

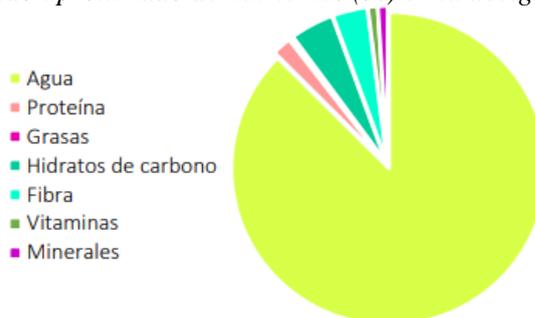
Las hortalizas se definen como las plantas comestibles que se cultivan en la huerta. Dentro de este grupo, las verduras se distinguen por ser las variedades cuya parte comestible es verde, como las acelgas, espinacas o el repollo. Siendo así, entendemos que todas las verduras son hortalizas, pero no todas las hortalizas entran dentro del grupo de verduras. Las hortalizas pueden clasificarse según su órgano comestible (Nutrición, 2018).

4.1.9. Composición nutricional

Las hortalizas se definen como las plantas comestibles que se cultivan en la huerta. Dentro de este grupo, las verduras se distinguen por ser las variedades cuya parte comestible es verde, como las acelgas, espinacas o el repollo. Siendo así, entendemos que todas las verduras son hortalizas, pero no todas las hortalizas entran dentro del grupo de verduras. Las hortalizas pueden clasificarse según su órgano comestible (Nutrición, 2018).

Figura 4

Contenido aproximado de nutrientes (%) en la acelga.



Nota: La figura muestra el contenido aproximado de nutrientes en la acelga. Fuente: Agricultura (2020)

4.1.10. Energía

Dado que son alimentos con una alta cantidad de agua (80% – 90%) las hortalizas van a proporcionarnos muy poca energía. En general encontraremos alrededor de 10 – 45 kcal/100 g, aunque las hortalizas con mayor contenido en carbohidratos como la patata o la tapioca también aportarán más energía (100 kcal/100 g) (5). Siendo así, la forma en que cocinemos las hortalizas definirá el contenido energético del plato final. (Nutrición, 2018)

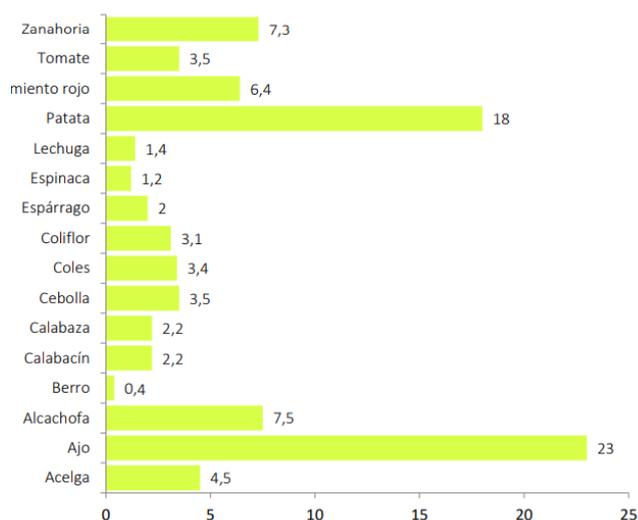
4.1.11. Hidratos de carbono

Los hidratos de carbono suponen el mayor porcentaje de macronutrientes en la mayoría de las hortalizas (1% – 10%), siendo las raíces y los tubérculos (batata, patata,

tapioca) los más ricos en este macronutriente (15% – 25%) (figura 3). Sin embargo, tenemos que diferenciar entre hidratos de carbono complejos (almidón, polisacárido con el que las plantas almacenan energía) e hidratos de carbono simples (glucosa, fructosa y sacarosa), ya que en este grupo de alimentos encontraremos ambos tipos. (Nutrición, 2018)

Figura 5

Contenido de hidratos de carbono (g/100 g) en las hortalizas más consumidas



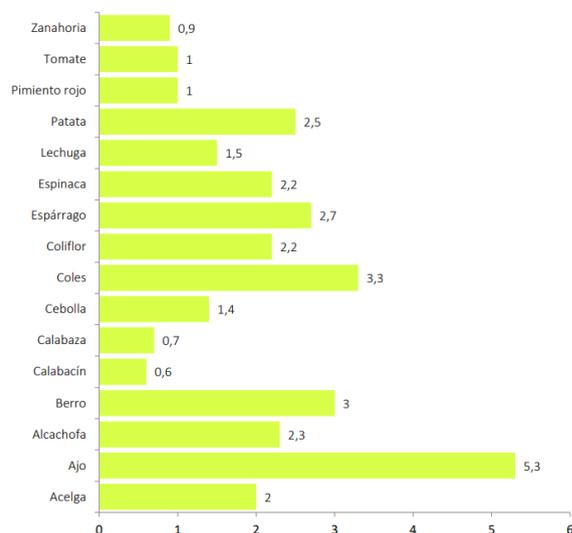
Nota: La figura muestra el contenido de hidratos de carbono en hortalizas. Fuente: Agricultura (2020)

4.1.12. Proteínas

La cantidad de proteínas en las verduras es bastante baja (1% - 3%) (figura 5). Sin embargo, en los vegetales del género Brassica o crucíferas (brócoli, diferentes coles, coles de Bruselas, coliflor, berza) encontraremos un porcentaje mayor (alrededor del 3,5%). En el caso de los alimentos más ricos en carbohidratos, como la patata, la batata o la tapioca, contendrán entre un 0,5% y un 2% de proteínas (5). Hay que mencionar que las proteínas que encontramos en las hortalizas son de bajo valor biológico. Esto significa que no contienen todos los aminoácidos esenciales, es decir, los 10 aminoácidos que hay que tomar de forma exógena (mediante la dieta). (Nutrición, 2018)

Figura 6

Contenido de proteínas (g/100 g) en las hortalizas más consumidas.



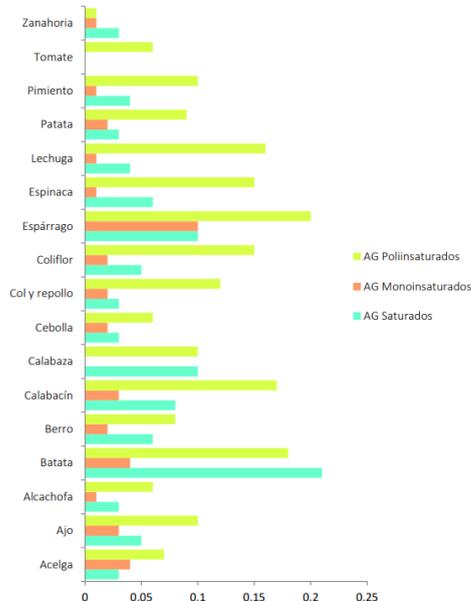
Nota: La figura muestra el contenido de proteínas en las hortalizas. Fuente: Agricultura (2020)

4.1.13. Grasas

Encontraremos cantidades muy bajas de grasas en las verduras y hortalizas (menos del 1%) (5). Como muestra la figura 6, éstos serán en su mayoría ácidos grasos poliinsaturados (Nutrición, 2018).

Figura 7

Contenido de grasas (g/100 g) en las hortalizas más consumidas.



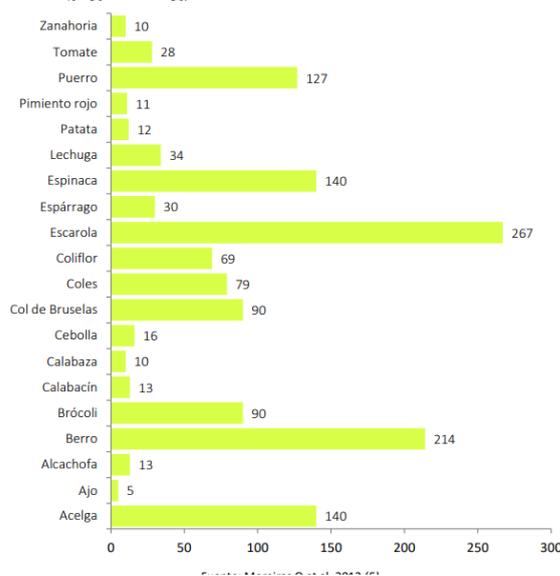
Nota: La figura muestra el contenido en grasa en las hortalizas. Fuente: Agricultura (2020)

4.1.14. Vitaminas

Como se ha mencionado anteriormente, el valor nutritivo de las hortalizas procede de su aporte en micronutrientes. Entre las vitaminas, se encuentran principalmente las hidrosolubles como la vitamina C y varias vitaminas del grupo B (B1, B2, B3 o ácido fólico). Entre éstas, destaca el ácido fólico en los berros, el brócoli, las coles de Bruselas, la col, la escarola, los espárragos, las espinacas y los puerros. (Nutrición, 2018)

Figura 8

Contenido de ácido fólico ($\mu\text{g}/100\text{ g}$) en las hortalizas más consumidas.



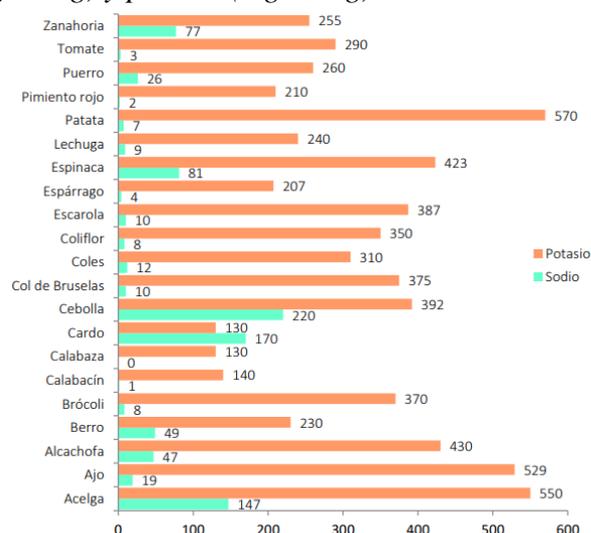
Nota: La figura muestra el contenido de ácido fólico en las hortalizas. Fuente: Agricultura (2020)

4.1.15. Minerales

Entre los minerales destaca sobre todo el potasio, que se encuentra en cantidades superiores a 200 mg/100 g (3). Como muestra la figura 8, esta proporción variará, como siempre, de una hortaliza a otra (5). La presencia de sodio, por el contrario, suele ser muy reducida en las hortalizas (3). No obstante, algunas como la acelga o el cardo pueden alcanzar los 200 mg de sodio por 100 g (6). De todas formas, hay que recordar que algunos los vegetales de segunda gama (hortalizas en conserva) podrían llevar cantidades altas de sal añadida para su conservación. (Nutrición, 2018)

Figura 9

Contenido de sodio (mg/100 g) y potasio (mg/100 g) en las hortalizas más consumidas.



Nota: La figura muestra el contenido de sodio en las hortalizas Fuente: Agricultura (2020)

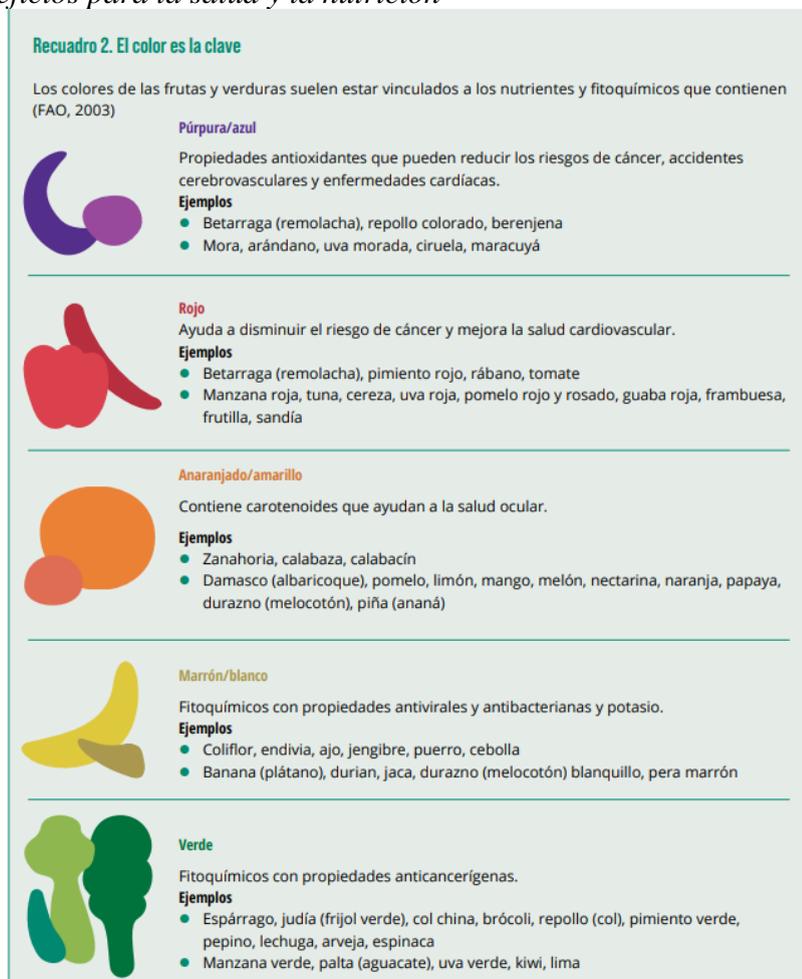
4.1.16. Trazabilidad nutricional

Según el estudio piloto realizado por la FEN con la colaboración del MAPAMA (Ministerio de Agricultura, Pesa, Alimentación y Medio Ambiente), desarrollado dentro de la estrategia más alimento menos desperdicio se evaluó los cambios en el valor nutricional de ciertas frutas y verduras, conociendo su vida útil, es decir se comparó el valor nutricional de los alimentos a lo largo del tiempo siendo valorados cuando son frescos, a los dos días, a los 5 días y al mes, también se incluyó una valoración según su presentación (envasados en atmosfera protectora, IV gama y congelados) para ciertos alimentos que lo requerían. Otro aspecto que se evaluaron en este proyecto fueron las características organolépticas de los alimentos y comparándolas a lo largo del tiempo y según las particularidades en función del tipo de envase. (Nutrición, 2018)

4.1.17. Beneficios para la salud y la nutrición

Figura 10

Beneficios para la salud y la nutrición



Nota: La figura muestra los beneficios para la salud y la nutrición. Fuente: Agricultura (2020)

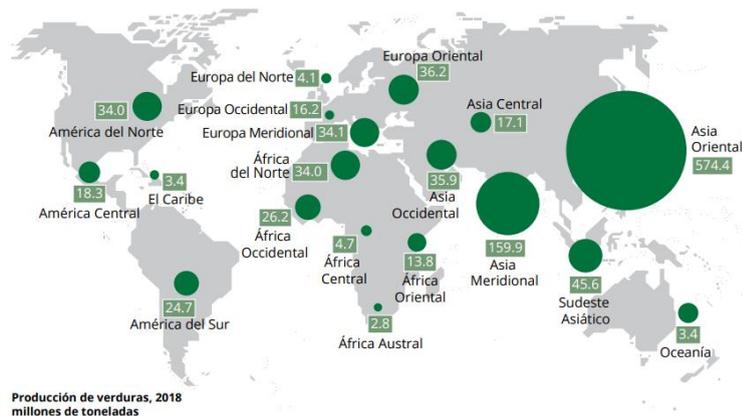
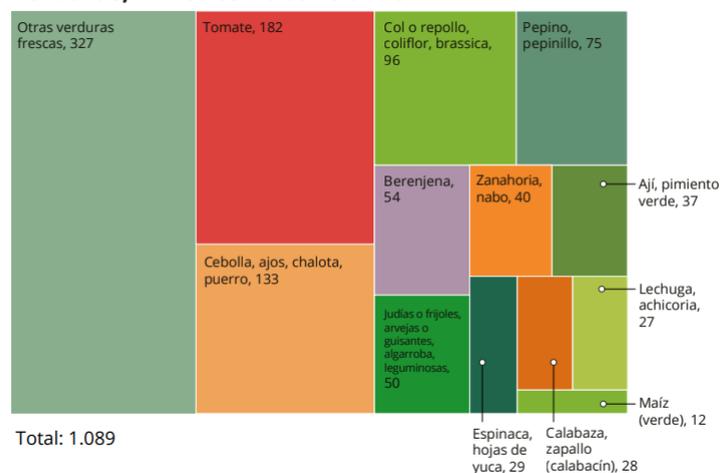
4.1.18. Producción

En 2018, el mundo produjo un total de 868 millones de toneladas de frutas y 1 089 millones de toneladas de verduras (Agricultura, 2020).

Figura 11

Producción mundial de verduras por producto, 2018

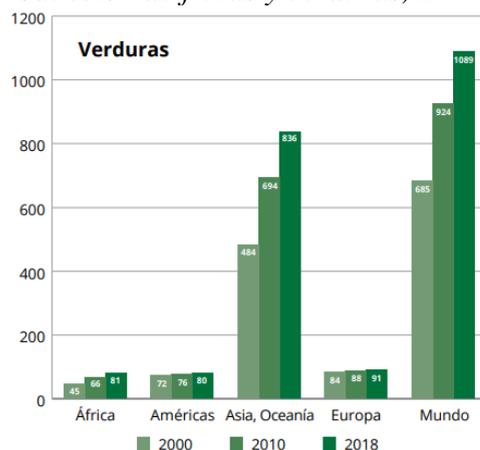
Verduras, millones de toneladas



Nota: La figura muestra la producción mundial de verduras por producto 2018. Fuente: Agricultura (2020)

Figura 12

Cambios en la producción de frutas y verduras, 2000–2018



Nota: La figura muestra los cambios en la producción de frutas y verduras 2000 – 2018. Fuente: Agricultura (2020)

4.2.Fundamentos teóricos

4.2.1. Proyectos de inversión

Según Baca Urbina (2019) menciona que “Proyecto de inversión es un plan que sí, se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad” (p. 2).

Existen diferentes autores que estudian y establecen diferentes conceptos sobre proyectos de inversión como para Córdoba (2011) que menciona:

El proyecto de inversión no está ajeno a la realidad económica del país, ya que su desarrollo debe responder a cada uno de los requerimientos de cada uno de los asociados al mismo. Así como el sistema económico del país debe estar orientado a la planificación de las actividades públicas como privadas (p. 28).

4.2.2. Tipos de proyectos

Existen diferentes tipos de proyectos, donde cada uno se dirige a solucionar determinadas barreras de desarrollo mismos que tienen costos y beneficios específicos. Según Córdoba (2011) menciona algunos tipos de naturaleza y se clasifican de la siguiente manera:

a. De acuerdo a su naturaleza

- Dependientes: son proyectos que para ser realizados requieren que se haga otra inversión.
- Independientes: son proyectos que pueden realizarse sin depender ni afectar si ser afectados por otro proyecto.
- Mutuamente excluyentes: son proyectos operacionales donde aceptar uno impide que no se haga el otro o se hace incensario.

b. De acuerdo al área que pertenece

- Productivos: Utilizan recursos para producir bienes orientados al consumo intermedio o final.

- Infraestructura económica: los que generan obras que facilitan el desarrollo de futuras actividades.
- Infraestructura social: que se dirigen a solucionar limitantes que afectan el rendimiento de la mano de obra.
- Regulación y fortalecimiento de mercados: proyectos que apuntan a clarificar y normalizar las reglas de juego de los mercados en el marco jurídico y desenvuelven las actividades productivas.
- De apoyo de base: dirigidos a apoyar a los proyectos de las tipologías anteriores.

c. De acuerdo al fin buscado

- Proyectos de inversión privada: el fin del proyecto es lograr una rentabilidad económica financiera, de tal modo que permita recuperar la inversión de la capital puesta por la empresa.
- Proyectos de inversión pública: el estado es el inversionista que coloca sus recursos para la ejecución del mismo.
- Proyectos de inversión social: sigue el único fin de generar un impacto en el bienestar social; así como medir la sostenibilidad futura del proyecto, es decir si los beneficiarios pueden seguir generando beneficios a la sociedad. (pp. 5-7)

4.2.3. Estudio de mercado

De acuerdo con Baca Urbina (2010). “Se define como la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, análisis de precios y estudio de la comercialización. También es útil para prever una política adecuada de precios, estudiar la mejor manera de comercializar el producto” (p.7).

4.2.3.1. Mercado demandante

Se define como la parte que debe enfocarse es decir las personas quienes serán consumidores o usuarios del Producto, y así mismo se debe tomar en consideración las

características comunes, determinando de manera adecuada la segmentación del mercado tomando o en cuenta: sexo, edad, ingresos, residencia, educación, etc. (Pasaca Mora, 2017, p. 45)

Producto

Se debe realizar una descripción exacta del producto o los productos que se pretenda elaborar. Esto debe ser acompañado por las normas de calidad que edita la secretaria de estado correspondiente. En el caso de alimentos alimentarios se anotarán las normas editadas por la secretaría de Salud o ministerio correspondiente de acuerdo con la composición porcentual de ingredientes microbiológicos. (Baca Urbina 2001, p.14).

Según menciona Córdoba (2011) algunas de las clasificaciones de producto se detallan de la siguiente manera:

Primera clasificación

- Bienes no duraderos: son bienes que se consumen de manera rápida como son alimentos.
- Bienes duraderos: bienes que sobreviven a muchos usos como artefactos electrodomésticos y ropa.
- Servicios: actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en venta, como transportes y reparaciones.

Segunda clasificación

- Bienes de consumo: son bienes finales producidos para ser utilizados por cada uno de los individuos, mismos que pueden ser no duraderos, es decir de consumo inmediato y duraderos mismos que se utilizarán varias veces y durante largos periodos.
- Bienes de capital: o también de inversión, que son utilizados como medios en el proceso de transformación de producción tanto en bienes o servicios.

Tercera clasificación

- Bienes intermedios: se pueden considerar como bienes de producción no duraderos mismos

que sirven para obtención de bienes finales. Es decir, como materia prima y diferentes materiales.

- Bienes en proceso: hace referencia a los factores de producción en el proceso productivo y no son productos acabados, es decir productos no terminados.
- Bienes finales: es decir productos terminados es decir que están listos para la venta.

Cuarta clasificación

- Bienes complementarios: bienes que deben utilizarse para satisfacer alguna necesidad.
- Bien inferior: son aquellos que a medida que aumenta o disminuye su precio también aumenta o disminuye la demanda.
- Bien superior: son bienes que su principal característica es que cuando baja su precio, también aumenta su proporción.

Quinta clasificación

- Bienes raíces: es decir en sentido amplio es la tierra y además de edificaciones e instalaciones.
- Bienes muebles: mismos que pueden trasladarse de un lugar a otro.
- Bienes inmuebles: son todas las partes sólidas o fluidas que forman su superficie y profundidad (p. 57-58)

4.2.3.2. Análisis de demanda

Según menciona Baca Urbina (2001) “Se entiende por demanda a la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica o un precio determinado”

A la demanda se la debe considerar desde varios puntos de vista y según Pasaca Mora (2017) menciona los siguientes:

Tipos de demanda

- a. **Demanda potencial:** se refiere a la cantidad tanto de bienes o servicios que

probablemente se podría consumir o utilizar de un determinado producto o servicio dentro del mercado.

- b. **Demanda real:** está constituida por bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto, así como su utilización en el mercado.
- c. **Demanda efectiva:** cantidad de bienes o servicios de la nueva unidad productiva, que son requeridos por el mercado ya que el mismo mantiene algunas restricciones del producto por la situación económica, nivel de ingreso y otros factores mismos que impiden adquirir el producto.
- d. **Demanda insatisfecha:** Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad. Es decir, la parte de la demanda que no es atendida por el mercado, ya sea por falta del producto o por carecer de las características requeridas por los demandantes. (p. 46).

4.2.3.3. Análisis de oferta.

Hace énfasis en medir la cantidad y las condiciones en la que una economía puede y quiere poner en el mercado al servicio de los consumidores. Según Kotler & Keller (2012), “la oferta es la relación que muestra la cantidad de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer para cada precio disponible durante un periodo de tiempo dado si todo lo demás permanece constante”.

Tipos de ofertas

Así mismo como en la demanda es importante conocer las principales clases de oferta existentes y para ello vamos a distinguir las más utilizadas. Según Pasaca Mora (2017) menciona las siguientes:

De libre mercado: en ella existe tal cantidad de oferentes de mismo producto que su aceptación depende básicamente de la calidad, el beneficio que ofrece y el precio.

Oligopólica: el mercado se encuentra dominado por unos pocos productores, los mismos que imponen sus condiciones de cantidad, calidad y precios.

Monopólicas: existe un productor que domina el mercado y por tanto el impone condiciones de cantidad, calidad y precio del producto (p. 54).

4.2.3.4.Comercialización del producto

Según Pasaca Mora (2017). “La comercialización es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, en las condiciones óptimas de lugar y tiempo” (p. 53).

Se debe considerar cada uno de los atributos y poderes del producto ya que este constituye un factor importante para el negocio. Según Salvador et al., (2017) menciona que: El posicionamiento del negocio en el mercado objetivo se abre mediante la aplicación de estrategias mismas que generan ventajas competitivas, más aún si se trata de bienes de consumo, ya que los consumidores toman en consideración la relación precio-producto, por eso es importante trabajar las P's de marketing: precio, producto, promoción y plaza. (p.60)

A. Producto

De acuerdo con Palao & Gómez (2009). “El producto es todo aquello que la empresa o la organización elabora o fabrica para ofrecer al mercado y satisfacer determinadas necesidades de los consumidores” (p. 60). Es decir, todo lo que elabora la empresa y de esta manera satisface a su mercado.

B. Precio

Según Kotler & Armstrong (2013). “Precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o un servicio. Es decir, la suma de todos los valores a los que renuncian los clientes para obtener los beneficios de tener o utilizar un producto o servicio” (p. 257).

C. Plaza

De acuerdo con Paladines et al. (2012). “La plaza es aquella que incluye los canales de distribución por ser quienes definen y marcan las diferentes etapas que un producto atraviesa desde el fabricante hasta el consumidor final” (p. 153).

Canales de comercialización

Existen varios canales de comercialización que se aplican para productos de consumo masivo como para los de consumo industrial y su elección depende del productor, las rutas de cada uno son las siguientes. Según Pasaca (2017) menciona los siguientes:

- **Productor; Consumidor o usuario:** cuando el productor vende directamente al consumidor o usuario final, es el canal más rápido de comercialización.
- **Productor; Intermediario; consumidor:** se utiliza para cubrir zonas alejadas de los lugares de producción, es uno de los más utilizados y se aplica para casi todos los productos. (pp, 53-54).

D. Promoción

Según Paladines et al. (2012). “Es un elemento del marketing mix de una organización que sirve para informar, persuadir y recordar al mercado sobre la organización y sus productos, es decir que constituye un intento de influir al usuario o consumidor los productos o servicios” (p. 160).

4.2.4. Estudio técnico

El estudio técnico permitirá definir la ubicación conveniente, analizados desde la macro y micro localización, el tamaño de producción, definiendo capacidad instalada y utilizada; proceso para disponer del producto o servicio; la materia prima necesaria la elaboración de los productos; costos de producción y la mano de obra directa, así como la necesidad de personal administrativo. (Salvador et al., 2017, p. 74)

4.2.4.1. Tamaño y localización

4.2.4.1.1. Tamaño

Según Córdoba (2011) plantea que, “es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante su periodo de funcionamiento, se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año” (p.107).

a. Capacidad teórica

Según Pasaca Mora (2017) menciona que “es aquella capacidad diseñada para el funcionamiento de la maquinaria, su rendimiento óptimo depende de algunos factores propios como la temperatura, altitud, humedad, etc.; que componen el medio ambiente en el que se instala” (pp. 55-56). Se denominada de esta manera ya que una vez salida de fábrica la maquinaria es difícil instalar en lugares con las mismas condiciones en las que fue diseñada.

b. Capacidad instalada

“Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Se mide el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo” (Pasaca, 2017, p. 56). Además, que se toma en consideración las especificaciones técnicas de la máquina.

c. Capacidad utilizada

Como lo menciona Salvador (2017) “la capacidad utilizada es la cantidad de producción que es posible realizar de acuerdo con las especificaciones técnicas de la maquinaria y equipos, de la productividad de los trabajadores, demanda entre otros” (p. 79).

d. Reservas

Según Pasaca Mora (2017) “representa la capacidad de producción que no es utilizada normalmente y que permanece en espera de que las condiciones de mercado obliguen a un incremento de producción” (p. 57).

e. Capacidad financiera

Para cualquier tipo de proyecto empresarial es importante analizar las condiciones financieras de que se dispone para ello, esto significa el determinar la capacidad para financiar la inversión, sea con capital propio o mediante crédito, para ello es de vital importancia conocer el mercado financiero. (Pasaca Mora, 2017, p. 57).

f. Capacidad administrativa

Debe tenerse claro el panorama respecto a si para la operación de la nueva unidad

productiva se cuenta o se puede conseguir fácilmente el talento humano que haga posible el funcionamiento eficiente de la misma, ello implica el conocimiento claro de la actividad en la que se quiere emprender. (Pasaca Mora, 2017, p. 57).

4.2.4.1.2. Localización

Se refiere al establecimiento del local para llevar a cabo la generación de los productos o servicios, determinando la ubicación más ventajosa ya que contribuye a satisfacer los requerimientos del mercado y de los insumos, misma que se refleja en un margen atractivo de utilidad para el proyecto. (Morales & Morales, 2009, p. 88)

a. **Micro localización:** “en este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica, mapas y planos urbanísticos, se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local” (Pasaca, 2017, p. 58).

Según Canelos (2003) considera los siguientes factores en el análisis:

- Existencias de vías de comunicación y medios de transporte
- Servicios públicos básicos
- Topografía y estudios básicos
- Condiciones ambientales
- Control ecológico
- Precio de la tierra
- Sistema de circulación y tránsito
- Financiamiento
- Tamaño y tecnología
- Conservación del patrimonio Histórico-Cultural.

b. **Macro localización:** “tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional; para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos” (Pasaca, 2017,

p. 58).

Factores condicionales

Los factores relevantes que influyen en la decisión del tamaño de la empresa para producción y comercialización del bien y servicio.

Según Salvador et al. (2017) menciona algunos aspectos de la siguiente manera:

- Demografía: manifiesta la cultura ecuatoriana, cuya tendencia es alimentarse rico y sano; especialmente en la actualidad, se orienta al consumo de productos naturales, que aporten valores nutricionales.
- Disponibilidad de insumos: es otro factor que condiciona el tamaño del proyecto. Los insumos tanto humanos como materiales y financieros a ser utilizados en la cantidad y calidad deseada.
- Financiamiento: es el factor más importante con una incidencia directa en las alternativas del tamaño de la empresa. Se suele recurrir a fuentes de financiamiento sea públicas o privadas.
- Tecnología: es determinante del tamaño y permite alcanzar cierta ventaja ante la competencia, optimizando recursos, tiempo y proceso de producción.
- Estacionalidades y fluctuaciones: acorde a las estaciones, la demanda, tendencias, el proyecto debe estar preparado para las variaciones estacionales en cuanto a provisión de insumos. (pp. 76-77).

c. Factores de localización

Constituyen todos los aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores tenemos: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables (agua, luz, teléfono, alcantarillado, etc.) y fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto. (Pasaca, 2017, p. 60)

4.2.4.2. Ingeniería del proyecto

Es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de la organización que habrá de tener la planta productiva. (Baca Urbina, 2010, p. 89)

Según Pasaca Mora (2017) menciona los siguientes componentes:

- a. **Componentes tecnológicos:** consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuadamente a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde con los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer. Para su determinación es punto clave la información sobre la demanda insatisfecha y su porcentaje de cobertura.
- b. **Infraestructura física:** se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa.
- c. **Distribución en planta:** se define como la ordenación física de los elementos que constituye una instalación sea industrial o de servicios.
- d. **Proceso de producción:** describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generará el servicio, es importante indicar cada una de las fases del proceso, aunque no en detalle, pues en muchos casos aquello constituye información confidencial para manejo interno

Diseño del producto: el producto debe ser diseñado de tal forma que reúna todas las características que el consumidor o usuario desea en él para lograr una completa satisfacción de su necesidad, además de considerar gustos y preferencias de los demandantes.

Flujograma de proceso: constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades del proceso de producción (pp. 60-66)

4.2.5. Estudio organizacional

a. Base legal

Según Pasaca (2017) manifiesta que la base legal:

Busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas legales que lo rigen, utilización de productos, subproducción, patentes, etc. Se toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, aportaciones sociales y demás obligaciones laborales; esto es fundamental ya que un proyecto rentable, puede no ser factible por contraponerse a una norma legal (p. 68).

Según Pasaca Mora (2017) menciona algunos aspectos a tomar en consideración como son:

- **Acta constituida:** es el documento certificado de la conformación legal de la empresa donde se incluye datos referenciales de los socios que constituyen la misma.
- **Razón social o denominación:** es el nombre con el cual la empresa opera, que debe estar de acuerdo con el tipo de empresa y conforme a la ley.
- **Domicilio:** se debe indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se ubicará.
- **Objeto de la sociedad:** al constituir una empresa se hace con un objetivo determinado ya sea: producir o generar bienes o servicios, debe estar definido y el sector productivo.
- **Capital social:** debe indicar el monto del capital con que se inicie sus operaciones la nueva empresa.
- **Tiempo de duración de la sociedad:** debe tener un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa los resultados obtenidos.
- **Administradores:** Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración no es delegada por un determinado número de personas (pp. 68-69).

b. Estructura empresarial

Según lo menciona Pasaca (2017) “Permite determinar la estructura organizativa, ya que permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la

misma, la estructura se representa por medio de organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones” (p. 69).

Niveles jerárquicos de autoridad

Estos se definen de acuerdo al tipo de empresa y además conforme lo que establece la Ley de Compañías. De acuerdo con Pasaca (2017) algunos de niveles son:

1. **Nivel legislativo:** máximo nivel de dirección en la empresa, son todos aquellos que dictan políticas y reglamentos bajo las cuales operará, mismo que se encontrará conformado por dueños de la empresa, mismos que tomarán nombre de junta general de socios dependiendo del tipo de empresa.
2. **Nivel directivo:** hace vinculación directa entre los dueños y el personal que labora en ella, está conformada por el directorio.
3. **Nivel ejecutivo:** conformado por el gerente administrador, mismo que será nombrado por el nivel directivo y será responsable de la gestión operativa de la empresa.
4. **Nivel asesor:** constituye el órgano colegiado llamado a orientar decisiones que merecen un tratamiento especial.
5. **Nivel de apoyo:** se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.
6. **Nivel operativo:** conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, especialmente en las labores de producción. (p. 70).

Organigramas

Según menciona Córdoba (2011). “Es el diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del organismo. Representa una herramienta fundamental en toda la empresa y sirve para conocer su estructura general” (p. 169).

Tipos de organigramas

Según Brume González (2019) la clasificación de los organigramas de acuerdo con el

contenido son los siguientes:

Organigrama estructural

Los organigramas estructurales son aquellos que tienen por objeto la presentación gráfica de la estructura procesal (Unidades Administrativas) de una institución, así como de las relaciones que se dan entre sus órganos.

Organigrama funcional

Llamados también como organigramas de funciones y tienen por objeto indicar en el cuerpo de cada unidad o proceso, el nombre y las principales funciones vitales que deberán desempeñar cada una de ellas.

Organigrama posicional

Son aquellas que incorporan dentro del marco de cada área administrativa, los diferentes puestos establecidos para la ejecución de las funciones asignadas, el número de plazas existentes o requeridas, ocupadas y vacantes (pp. 46-48).

Manual de funciones

En la formulación de un proyecto no es aspecto prioritario al detallar los puestos de trabajo ni las funciones a cumplir, es importante el plantear una guía básica sobre la cual establezcan sus criterios de acuerdo a sus intereses. (Pasaca, 2017, p. 73).

4.2.6. Estudio financiero

Según menciona Salvador et al. (2017). “El estudio financiero permite determinar la factibilidad del proyecto objeto de estudio, a través del cálculo del estado financiero proyectados, y la posterior evaluación financiera, basada en el análisis de los principales indicadores” (p. 98). Esto quiere decir que se debe realizar antes de la operación del proyecto.

4.2.6.1. Inversiones y financiamiento

4.2.6.1.1. Inversiones

“Se refiere a erogaciones que se presentan en la fase pre operativa y operativa de la vida de un proyecto y representan desembolsos de efectivo para adquisición de activos como:

edificios, máquinas, terrenos, gastos de constitución y capital de trabajo, etc.” (Pasaca, 2017, p. 75).

Según menciona Pasaca Mora (2017), estas inversiones se clasifican en tres grupos mismos

que son los siguientes:

- a. **Inversiones en activos fijos:** representan las inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utilizarán en el proceso productivo o son el complemento necesario para la operación normal de la empresa mismos que son: terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc.

La depreciación y obsolescencia.

La utilización normal de los activos durante la etapa de operación de la empresa hace que los mismos sufran desgaste y por lo que hace que pierdan las características de funcionalidad y operatividad.

En casos de obsolescencia, utilización intensiva, deterioro acelerado u otras razones debidamente justificadas, el Servicio de Rentas Internas podría autorizar depreciaciones en porcentajes anuales mayores a los indicados.

- b. **Inversión en activos diferidos:** se agrupan los valores que corresponden a los costos ocasionados en la formulación e implementación del proyecto, antes de entrar en operación. Su valor se recupera mediante la amortización de activos diferidos entre 5 y 10 años; mismos que son: patentes, marcas, capacitaciones, estudios preliminares, etc.
- c. **Inversiones en capital de trabajo:** se designa a los valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible laborar normalmente durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas. (pp. 76- 84).

4.2.6.2.Financiamiento

Según Pasaca Mora (2017) una vez conocido el monto de la inversión se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento, para ello se tiene dos fuentes:

- Fuente externa, constituida por el aporte de los socios
- Fuente externa, constituida por las entidades financieras estatales y privadas.
- En el primer caso cuando se encuentra con varios inversionistas, se divide el monto de la inversión para un número determinado de acciones mismas que son negociadas entre los socios de la empresa.
- En el segundo caso, se debe recurrir al financiamiento externo se hace necesario realizar un análisis de mercado financiero a efectos de conseguir un crédito en las mejores condiciones para la empresa (p. 89)

4.2.6.3.Análisis de costos

Para este análisis se recurre a la contabilidad de costos, la misma que es una parte especializada de contabilidad y constituye un subsistema que se encarga del manejo de los costos totales de producción a efectos de determinar el costo de producir o generar un bien o servicio. (Pasaca Mora, 2017, p. 91)

Costo total de producción

La determinación del costo, constituye la base para la evaluación financiera del proyecto, su valor incide directamente en la rentabilidad y para su cálculo se consideran ciertos elementos entre los que tenemos: el costo de producción, fabricación o transformación y los costos de operación. Según Pasaca Mora (2017) menciona lo siguiente:

$$\mathbf{CTP = CP + CO}$$

CTP = Costo total de producción

CP = costo de producción o fabricación

CO = costo de operación

Para poder aplicar la fórmula se hace necesario encontrar el costo de producción,

fabricación, por lo tanto, tenemos:

$$\mathbf{CP = CP' + CGP}$$

CP = costos de producción o fabricación

CP' = Costo primo

CGP = costos generales de producción

De igual forma, necesitamos conocer el costo primo, entonces tenemos:

$$\mathbf{CP' = MOD + MPD}$$

CP' = costo primo

MOD = mano de obra directa

MPD = materia prima directa

En el caso de operación, el él se incluye los gastos administrativos, gastos financieros, gastos de ventas y otros gastos;

$$\mathbf{CO = G.ADM + G. FIN. + G.V + O.G}$$

CO = costo de operación

G. ADM = gastos administrativos

G. FIN = gastos financieros

G.V = gastos financieros

G. V = gastos de ventas

O. G = otros gastos

Con esto se tiene:

$$\mathbf{CTP = CP + CO}$$

$$\mathbf{CTP = CP + (G. ADM + G. FIN + G. V + O.G)}$$

CTP = costo total de producción

CP = costo de producción, fabricación

G. ADM = gastos administrativos

G. FIN = gastos financieros

G.V = gastos de ventas

O.G = otros Gastos

Costos de producción o fabricación

Son los egresos representan la materia prima, mano de obra directa y los gastos de fabricación según Pasaca Mora (2017):

Elementos del costo

Costo primo: es el resultado de sumar la materia prima y el costo de la mano de obra directa. Para producir un bien o mercancía, la empresa requiere comprar materias primas, que luego transformará en un producto final.

Materia prima directa: para la elaboración de un producto se combinan diferentes elementos, los mismos que quedan formando parte integral del producto, tal es el caso de los materiales que integran físicamente el producto.

Mano de obra directa: se necesita el trabajo del ser humano por el cual la empresa debe pagar una remuneración. Este rubro está conformado por las remuneraciones a quienes intervienen directamente en la fabricación, elaboración transformación o generación de un bien o servicio. (pp. 85-86).

Costo de operación

Según Pasaca Mora (2017) “Comprende los gastos que no guardan relación alguna con el proceso de producción, estos se clasifican en gastos de administrativo, de ventas, financieros y otros gastos”

Gastos de administración

“Son aquellos costos ordinarios que la empresa debe afrontar, consecuencia del giro del negocio, para obtener beneficios. Algunos gastos que se pueden citar dentro de estos grupos son: pagos por servicios básicos, alquiler, etc.” (Salvador et al., 2017)

Gastos de ventas

Según Salvador et al., (2017). “Son los valores indispensables de gastar para la gestión

de la mercadotecnia, entre los que se tiene la publicidad, las promociones, los estudios de mercado, etc.” (p.103)

Gastos financieros

Pasaca Mora (2017) “se incluyen bajo este rubro los valores correspondientes al pago de los intereses y otros rubros ocasionados por la utilización del dinero proporcionado en calidad de préstamo, comisiones bancarias, etc” (p. 87)

Otros gastos

Es importante tomar en cuenta que en caso de obtener un crédito que financie la inversión, el plazo para los que son otorgados los mismos son siempre inferiores al horizonte del proyecto, por tanto es indispensable que se prevea la forma de amortizar la deuda sin depender del flujo de caja. (Pasaca Mora, 2017, p. 87)

Costo unitario de producción

En todo el proyecto se hace necesario establecer el costo unitario de producción, para ello se relaciona el costo total con el número de unidades producidas durante el periodo de tal forma se tiene:

$$\text{CUP} = \text{CTP} / \text{NUP}$$

CUP = Costo unitario de producción

CTP = costo total de producción

NUP = número de unidades producidas

4.2.6.4.Determinación de ingresos

4.2.6.4.1. Establecimiento de precio de venta

Según Pasaca Mora (2017). “Para establecer el precio de venta, se debe considerar siempre como base el costo total de producción, sobre el cual se adicionará un margen de utilidad” (p. 95).

a. Método rígido

Denominado también método del costo total ya que se basa en determinar el costo

unitario total y agregar luego un margen de utilidad determinado.

$$\mathbf{PVP = CUP + MU}$$

PVP = precio de venta al público

CUP = costo unitario de producción

MU = margen de utilidad

b. Método flexible

Toma en cuenta una serie de elementos determinantes del mercado, tales como: sugerencias sobre precios, condiciones de la demanda, precios de competencia, regulación de precios etc.

c. Precio ajustado

Es habitual que el asignar el precio de venta se recurra a la asignación de un margen de utilidad sobre el costo de producción. (pp. 94-95)

4.2.6.5. Estado de pérdidas y ganancias

Mide las utilidades de la unidad de producción o de prestación de servicios durante el periodo proyectado. Como ingresos usualmente se toman en cuenta las ventas realizadas y como costos lo concerniente al costo de producción, gastos de administración y ventas e intereses por concepto de préstamo. (Córdoba, 2011, p. 209)

4.2.6.6. Clasificación de costos

a. Costos fijos

Son aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el sólo hecho de existir, independientemente de si existe o no producción, la empresa está en obligación de cubrirlos puesto que de ello depende su operación. (Pasaca Mora, 2017, p. 101)

b. Costos variables

Son los valores en que se incurre la empresa, en función de su capacidad, están en relación directa con los niveles de producción de la empresa, aumentan o disminuyen proporcionalmente con el volumen de producción. (Pasaca Mora, 2017, p. 102)

4.2.6.7. Determinación del punto de equilibrio

Según Pasaca Mora (2017). El punto de equilibrio es el punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa y por tanto no existe ni utilidad ni pérdida, es donde se equilibran los costos y los ingresos, este análisis sirve para:

- a. Conocer el efecto que causa el cambio de los departamentos de producción. Sobre las ventas, los costos y las utilidades
- b. Para coordinar las operaciones de los departamentos de producción y mercadotecnia
- c. Para analizar las relaciones existentes entre los costos fijos y variables.

El punto de equilibrio se calcula por medio de los siguientes métodos:

En función de las ventas

Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que él genera; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

En donde:

PE = punto de equilibrio

CFT = costo fijo total

1 = constante matemática

VT = ventas totales

En función de la capacidad instalada

Se basa en la capacidad de producción de la planta, determina el porcentaje de la capacidad al que se debe trabajar la maquinaria para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los costos, para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100$$

En función de la producción

Este método se basa en el volumen de producción y determina la cantidad de producción para que con su venta los ingresos puedan cubrir los costos ocasionados.

$$PE = \frac{CFT}{PV_u - CV_u} * 100$$

PV_u = precio de venta unitario

CV_u = costo variable unitario

$$PE = \frac{CFT}{N^{\circ} \text{ de unidades producidas}}$$

4.2.7. Evaluación financiera

Córdoba (2011) menciona que “El estudio de evaluación financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable” (p. 231). Es decir, con la finalidad de determinar las bondades del proyecto, como base para la toma de decisiones de inversión.

4.2.7.1. Flujo de caja

Según Pasaca Mora (2017). “Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos. Para su cálculo no se incluyen como egresos las depreciaciones ni las amortizaciones de activos diferidos ya que ellos no significan desembolsos económicos para la empresa” (p. 109).

Existen dos tipos de flujos de caja según lo menciona Pasaca Mora (2017):

El financiero: que se obtiene de restar a los ingresos totales, los egresos totales, sirve para proporcionar información sobre la situación de la empresa a terceras personas, se basa en el movimiento de efectivo (ingresos y gastos).

El económico: en el que a la diferencia entre ingresos y egresos se suma los valores correspondientes a amortizaciones y depreciaciones ya que son valores que no egresan de la empresa o no se pagan (pp. 109-110).

4.2.7.2. Valor actual neto (VAN)

Según Salvador (2017) “El valor actual neto constituye uno de los principales

indicadores financieros, cuya importancia radica en que muestra si existe o no remanente en una inversión” (p.119). El VAN es la diferencia entre sumatoria de los flujos anuales traídos a valor presente a través de la tasa de descuento y la inversión inicial.

La fórmula del valor actual neto es:

$$\text{VAN} = -\text{Inversión} + (\text{flujo año } n) / (1+i)^n$$

Los criterios de decisión basados en el VAN según Pasaca Mora (2017) son:

- Si el VAN es positivo se puede aceptar el proyecto, ya que ello significa que el valor de la empresa aumentará.
- Si el VAN es negativo se rechaza la inversión ya que ello indica que la inversión perderá su valor en el tiempo
- Si el VAN es igual a cero, la inversión queda a criterio del inversionista ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos de poder adquisitivo.

4.2.7.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Según Baca Urbina (2010) menciona que “es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero, Es tasa que iguala la suma de flujos descontados a la inversión inicial” (p. 184).

Para la aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

- Si la TIR es mayor que el costo oportunidad o de capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo de oportunidad, la realización es criterio de inversionista.
- Si la TIR es menor que el costo o de capital, se rechaza el proyecto.

Se aplica la siguiente fórmula:

$$PE = T_m + DT \left(\frac{VAN_{T_m}}{VAN_{T_m} - VAN_{T_M}} \right)$$

En donde:

TIR = tasa interna de retorno

T_m = tasa menor de descuento para actualización

DT = diferencia de tasas de descuento para actualización

VAN Tm = valor actual a la tasa menos

VAN TM = valor actual a la tasa mayor.

4.2.7.4.Periodo de Recuperación del Capital

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

La fórmula para aplicar es la siguiente:

$$PRC = ASI + \left(\frac{Inverrsión - \sum FASI}{FNASI} \right)$$

ASI = Año que supera la inversión

$\sum FASI$ = sumatoria de flujos hasta el año que supera la inversión

FNASI = flujo neto del año que supera la inversión.

4.2.7.5.Relación beneficio – costo

Salvador et al., (2017) “La relación beneficio costo es un indicador que no mide la rentabilidad del proyecto, pero muéstrala relación entre los beneficios o ingresos y los costos, en función del valor presente” (p. 121).

Según Pasaca Mora (2017), los criterios de evaluación de la relación beneficio costo son:

- Si la relación es mayor a 1, el VAN de beneficios es mayor que el VAN de costos.
- Si la relación es igual a 1, el proyecto es indiferente.
- Si la relación es menor a 1, el VAN de beneficios es menor que el VAN de costos y debe ser rechazado.

La fórmula que se utiliza es:

$$\frac{Beneficio}{Costo} = \frac{Total\ flujo\ beneficio\ actualizado}{Total\ flujo\ cosot\ actualizado}$$

4.2.7.6.Análisis de sensibilidad

Según Baca Urbina (2010). “Se denomina análisis de sensibilidad al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta la TIR ante cambios en determinadas

variables del proyecto”.

Se obtiene aplicando la siguiente fórmula:

$$SENSIBILIDAD = \frac{\% \text{ de variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

a. Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN Tm}{VAN Tm - VANTM} \right)$$

b. Se encuentra la tasa interna de retorno resultante

$$TIR = TIR.O - N. TIR$$

c. Se calcula el porcentaje de variación

$$\% V = (TIR.R / TIR.O) * 100$$

d. Se calcula el valor de sensibilidad

$$S = \% V / N.TIR$$

Según Pasaca Mora (2017) los criterios de decisión basado en el análisis de sensibilidad es el siguiente:

Si el coeficiente es mayor que 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen la rentabilidad.

Si el coeficiente es menor que 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.

Si el coeficiente es igual a 1 no hay efectos sobre el proyecto.

5. Metodología

Para el desarrollo del presente Trabajo de Titulación y para el cumplimiento de los objetivos planteados se utilizó los siguientes materiales, métodos, técnicas y la población correspondiente para la recolección de información los cuales permitieron alcanzar los objetivos del presente proyecto.

5.1. Materiales

Los materiales que se necesitaron para el desarrollo del presente Trabajo de Titulación fueron: Resmas de papel bond, carpetas, cuadernos, lápices, esferos y borradores, libros, documentos, calculadora, computador portátil, impresiones e internet.

5.2. Métodos

La metodología que se utilizó para realizar la presente investigación estuvo conformada por métodos y técnicas que ayudaron a recabar, analizar y ordenar de forma clara y precisa la información requerida de los consumidores y proveedores.

La investigación fue de tipo exploratoria, ya que permitió puntualizar las características de la población que se está estudiando, tuvo un enfoque cuantitativo no experimental y cualitativo, porque recopiló información cuantificable misma que fue utilizada en el análisis estadístico de la muestra de la población; y cualitativa debido a que se realizó interpretaciones de entrevistas realizadas para recopilar información.

5.2.1. Método Deductivo

Este método permitió la búsqueda de información de tipo general, para obtener la información base y la revisión de literatura para posteriormente determinar aspectos específicos del proyecto como: el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio administrativo y legal, el estudio económico y la evaluación financiera.

5.2.2. Método Inductivo

Este método sirvió para determinar las conclusiones generales del proyecto, en base a datos previamente obtenidos a través de las técnicas de investigación que se aplicaron en el

proyecto.

5.2.3. Método Analítico

Este método ayudo a la interpretación de los datos de las encuestas y los resultados de las mismas, como también fue útil para analizar la información.

5.3. Técnicas

5.3.1. Encuesta

Se aplicaron 397 encuestas a las familias de la ciudad de Loja. La ciudad de Loja se divide por 6 sectores:

Sector 1

Pradera - Yahuarcoma, 18 de noviembre, Barrio Pucará, Orillas del Zamora, Zamora Huayco, Barrio 24 de mayo, San Sebastián, Barrio Central Nro. 15 Juan de Salinas.

Sector 2

Barrio la Argelia, Capulí, Barrio San Isidro, Barrio Punzara, Barrio la Tebaida, Barrio Daniel Álvarez, Barrio Isidro Ayora, San Pedro, Colinas Lojanas, Barrio Chontacruz.

Sector 3

Barrio Perpetuo Socorro, Barrio Miraflores, Barrio Ramón Pinto, Barrio El Pedestal, San Vicente, Manuel Carrión Pinzano, Gran Colombia.

Sector 4

Menfis, Barrio Bolonia, Barrio Obrapía, El Plateado, Tierras Coloradas.

Sector 5

Nueva Granada, Barrio Turunuma, Barrio Clodoveo Jaramillo, Barrio Belén, Barrio las Pitas, Barrio La Banda, Barrio Motupe, Barrio Sauces Norte, Barrio Carigán, Barrio Zalapa.

Sector 6

Barrio San Cayetano, Barrio El Valle, Barrio Jipiro, Barrio La Paz, Barrio Amable María.

5.3.2. Entrevista

Esta técnica se aplicó a los agricultores de la parroquia de Chuquiribamba para así conocer sus formas de sembrío y cultivo y demás información sobre todas las legumbres que ellos sacan a comercialización.

5.3.2.1. Población de consumidores.

En primer lugar, se determinó como segmentación geográfica a la ciudad de Loja, Posterior a ello, se realizó la segmentación demográfica, tomando datos en base al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC.

5.3.2.1.1. Proyección de la población.

Los datos utilizados son obtenidos en base al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC hasta el 2022 la población en el cantón Loja es de 203.496 habitantes, considerando que el promedio de número de integrantes de la familia es de 4, se procede a dividir la población por el número de habitantes el cual da como resultado 50.874 familias, posteriormente se realiza una proyección para los próximos 5 años de la vida útil del proyecto con una tasa de crecimiento poblacional del 1,38%,

Tabla 4

Proyección de la Población

Años	Familias
2023	51.576
2024	52.288
2025	53.009
2026	53.741
2027	54.483

Nota. Población por familias desde el año 2023 hasta 2027

5.3.2.2. Muestra.

Al tratarse de una población bastante amplia se procedió a calcular el tamaño de la muestra. Para su determinación, se aplicó la siguiente fórmula:

Fórmula:

$$n = \frac{Nz^2xPxQ}{[(N - 1) e^2] + (z^2xPxQ)}$$

Donde:

n=Tamaño de muestra

N=Población Total segmentada (51.576)e=Error experimental (0,05) 5 %

P=Probabilidad de éxito (0,5) 50 %

Q= Probabilidad de fracaso (0,5) 50 %

Z=Nivel de confianza (1,96 %) 95 %

Procedimiento:

$$n = \frac{NxZ^2xPxQ}{[(N - 1) e^2] + (z^2xPxQ)}$$

$$n = \frac{51.576 x (1,96)^2 x 0,5 x 0,5^n}{[(51.576 - 1) (0,05)^2] + ((1,96)^2 x 0,5 x 0,5)}$$

$$n = \frac{51.576 x 3,8416 x 0,5 x 0,5}{[(51.576 - 1) (0,0025)] + (3,8416 x 0,5 x 0,5)}$$

$$n = \frac{49.533,59}{128,9375 + 0,9604}$$

$$n = 397$$

Con los datos analizados, se obtuvo el resultado total del número de encuestas a aplicar,dando un total de 397 encuestas, las mismas que fueron aplicadas a las familias de la ciudad de Loja. Las cuales se dividió por cada una de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja.

5.3.2.2.1. Distribución maestra de las encuestas.

Tabla 5
Distribución maestra de las encuestas

Parroquias Urbanas de la ciudad de Loja	Número de familias	% de distribución	Numero de encuestas
San Sebastián	7.179	13,92%	55
El Valle	5.343	10,36%	41
Sucre	5.028	9,75%	39
El Sagrario	12.073	23,41%	93
Punzara	7.359	14,27%	57
Carigan	14.590	28,29%	112
Total	51.576	100%	397

Nota: Datos tomados de Huellas de Ciudades (2017) y posteriormente distribuido el número de encuestas a aplicar dependiendo del porcentaje de la población

5.3.2.3. Población de proveedores.

Para identificar a los proveedores que se requerirán se observó a todos los agricultores que llegaban al mercado de la parroquia en especial a los que traían en grandes cantidades

Una vez seleccionada la población de proveedores, se realizó una entrevista compuesta de 8 preguntas.

5.4. Procedimiento

Objetivo Específico #1:

Para el desarrollo del primer objetivo específico, se identificó el mercado objetivo en función de esta población se calculó la muestra, se procedió a encuestar recabando la información necesaria para el cálculo de la demanda potencial, real y efectiva. De igual manera se identificó la oferta, mediante la técnica de la entrevista utilizando un cuestionario con 9 preguntas, a través de la encuesta aplicada, con lo que se logró determinar la demanda insatisfecha en la ciudad de Loja.

Objetivo Específico #2:

En el estudio técnico se determinó las capacidades instaladas y utilizadas que se pretende cubrir, la localización, proceso de acopio, al igual que la estructura

organizacional necesaria a implementar. En los aspectos legales del proyecto se determinó el tipo de compañía a constituir, al igual que los requisitos legales requeridos.

Objetivo Específico #3:

Para el desarrollo del tercer objetivo específico, se determinó el capital requerido para los costos de producción y de operación. Determinando la inversión requerida para el desarrollo del presente proyecto. Posteriormente se calculó el costo unitario, margen de utilidad, P.V.P., además los ingresos obtenidos y la utilidad del ejercicio durante el primer año. De igual manera se determinó para los años restantes de vida útil de la empresa. Se desarrolló el punto de equilibrio en función a las ventas, capacidad y unidades, para el año 1, 3 y 5. Y finalmente para el cumplimiento del tercer objetivo específico se utilizó el método analítico, el mismo que gracias a los datos obtenidos en el método cuantitativo y la información recabada en el método descriptivo, permitió identificar la fuente de financiamiento idónea para la empresa.

Objetivo Específico #4

Por último, en la evaluación financiera, se hizo uso mediante la determinación del flujo de caja el cual apoyado del estudio financiero permitió realizar los distintos indicadores como el VAN, TIR, relación beneficio costo (RBC), período de recuperación de capital (PRC) y el análisis de Sensibilidad con incremento en costos, Análisis de Sensibilidad con disminución en los ingresos, el cual dio a conocer finalmente la factibilidad del proyecto de inversión.

Finalmente, utilizando toda la información proporcionada por los cuatro estudios que se realizaron para el proyecto de factibilidad, se procedió a elaborar las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

6. Resultados

Se aplicó una encuesta a 397 familias de la ciudad de Loja, con la finalidad de conocer cuáles son los gustos y preferencias, y una entrevista dirigida a los proveedores de materia prima.

6.1. Análisis e interpretación de la encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja.

1) ¿Cuántas personas integran el hogar?

Tabla 6

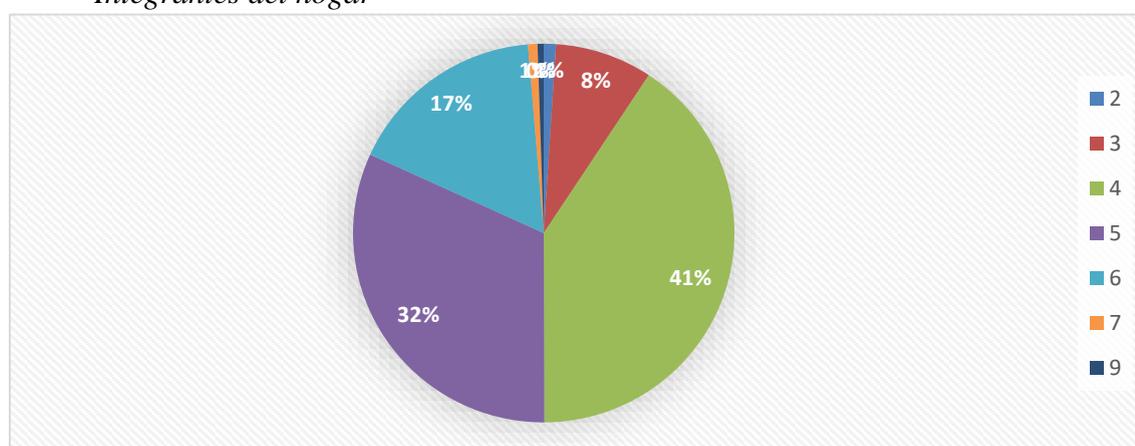
Integrantes del hogar

Integrantes por familia	Frecuencia	Porcentaje
2	18	1,03%
3	144	8,27%
4	708	40,64%
5	555	31,86%
6	294	16,88%
7	14	0,80%
9	9	0,52%
Total, general	1742	100,00%

Nota: Investigación de campo

Figura 13

Integrantes del hogar



Nota: Investigación de campo

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos se puede evidenciar que el número de integrantes por familia más común es de 4 personas con un porcentaje del 40,64%; seguido con 5

integrantes el 31,86%; con 6 integrantes el 16,88%; con 3 integrantes el 8,27%; con 2 integrantes el 1,03%; con 7 integrantes el 0,80% y con 9 integrantes 0,52%; esto indica que la mayoría de las familias de la ciudad de Loja está conformada por 4 y 5 integrantes.

2) ¿Cuánto es el ingreso mensual del hogar?

Tabla 7

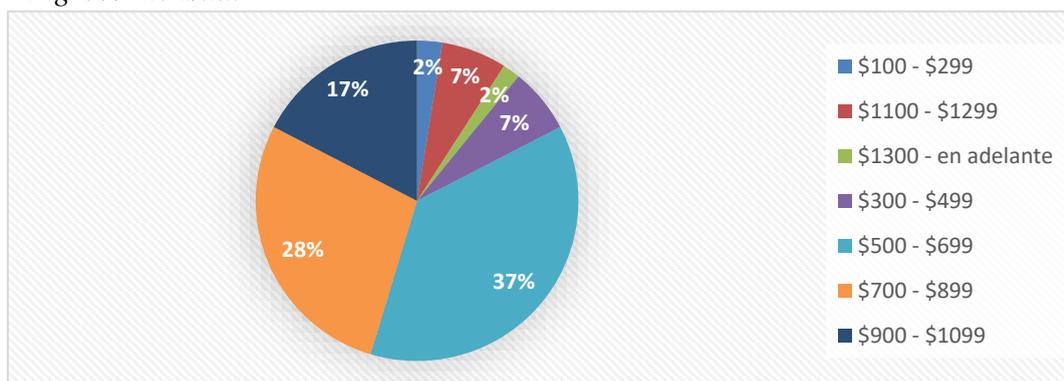
Ingreso mensual

Etiquetas de fila	Frecuencia	Porcentaje
\$100 - \$299	10	2,52%
\$1100 - \$1299	26	6,55%
\$1300 - en adelante	7	1,76%
\$300 - \$499	26	6,55%
\$500 - \$699	148	37,28%
\$700 - \$899	111	27,96%
\$900 - \$1099	69	17,38%
Total, general	397	100,00%

Nota: Investigación de campo

Figura 14

Ingreso mensual



Nota: Investigación de campo

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos se puede evidenciar que el ingreso por familia más común es de \$500 a \$699 con un porcentaje de 37,28%; seguido de \$700 a \$899 con un porcentaje de 27,96%; de \$900 a \$1099 con el 17,38%; de \$300 a \$499 con el 6,55%; de \$1100 a \$1299 con el 6,55%; de \$100 a \$299 con el 2,52% y por el ultimo de \$1300 en adelante con el 1,76%; esto indica que las familias que contarían con los ingresos económicos como para adquirir el servicio seria el 91% o 361 familias

3) ¿En su hogar consume verduras?

Tabla 8

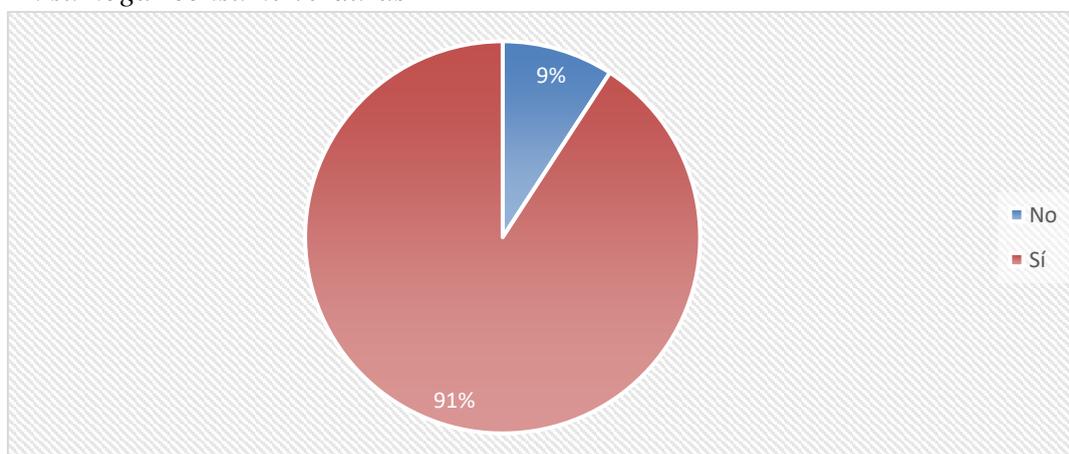
Consumo de verduras

Etiquetas de fila	Frecuencia	Porcentaje
No	33	9.14%
Sí	328	90.86%
Total, general	361	100,00%

Nota: Investigación de campo

Figura 15

En su hogar consume verduras



Nota: Investigación de campo

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos se puede evidenciar que 90,86% de las familias consumen verduras y solo el 9,14% no consume; esto indica que se puede contar con todas las familias para que adquieran el servicio

4) ¿La calidad de las verduras que consume son?

Tabla 9

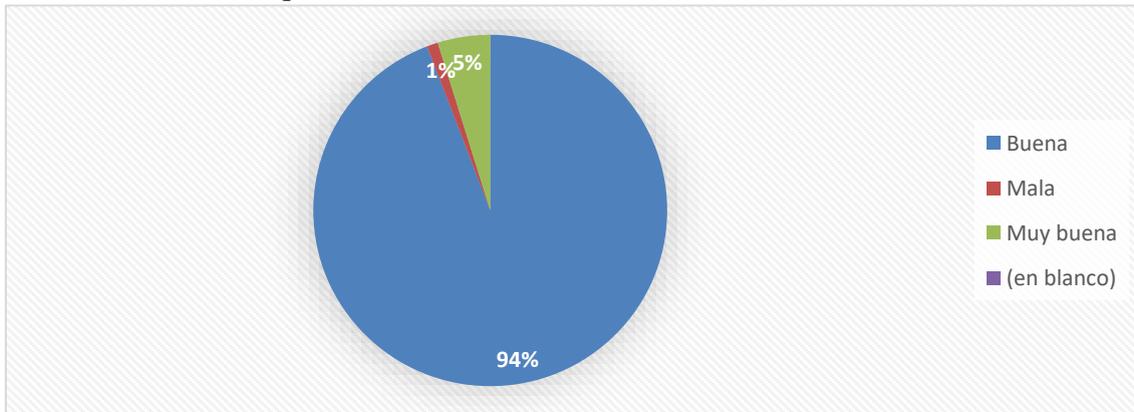
Calidad de verduras que consume

Etiquetas de fila	Frecuencia	Porcentaje
Buena	308	93,90%
Mala	4	1,22%
Muy buena	16	4,88%
Total, general	328	100,00%

Nota: Investigación de campo

Figura 16

Calidad de verduras que consume



Nota: Investigación de campo

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos se puede evidenciar que la calidad de verduras que normalmente consumen las familias es considerada de BUENA calidad con un porcentaje de 93,90%; los que consideran de MUY BUENA calidad son el 4,88% y las que consideran de MALA calidad son el 1,22%; esto indica que las familias están acostumbrados a consumir productos de buena calidad por lo que se debe entregar un servicio que supere sus expectativas

5) ¿Qué tipo de verduras consume?

Tabla 10

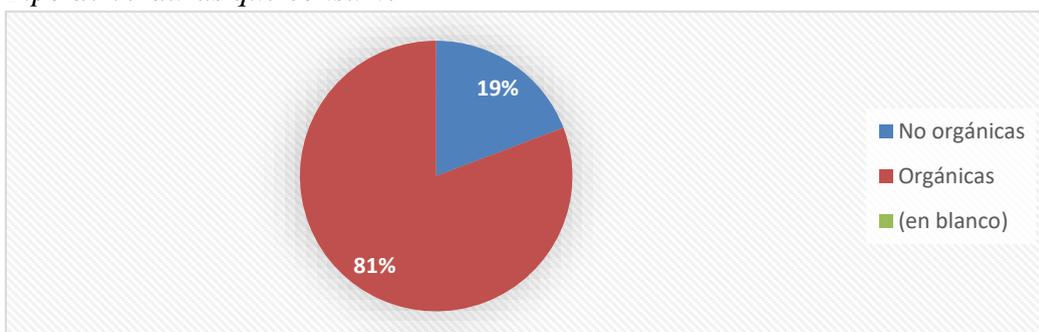
Tipo de verduras que consume

Etiquetas de fila	Frecuencia	Porcentaje
No orgánicas	62	18,90%
Orgánicas	266	81,10%
Total, general	328	100,00%

Nota: Investigación de campo

Figura 17

Tipo de verduras que consume



Nota: Investigación de campo

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos se puede evidenciar que el 81,10% de las familias consume verduras orgánicas y el 18,90% consume verduras no orgánicas, esto indica que el 80,81% de las familias pueden adquirir el servicio

6) ¿Con qué frecuencia realiza sus compras de verduras?

Tabla 11

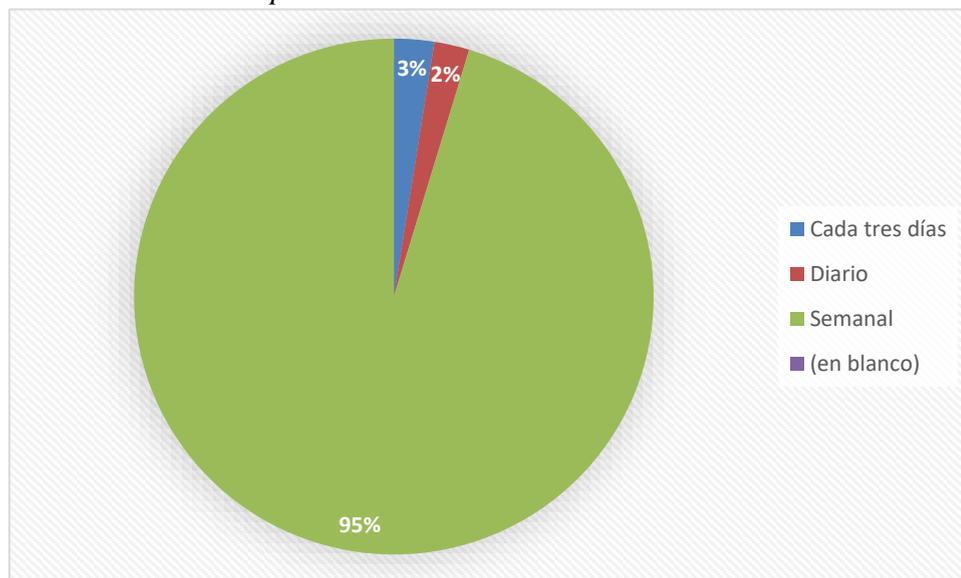
Frecuencia de compra de verduras

Etiquetas de fila	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	7	2,63%
Diario	5	1,88%
Quincenal	254	95,49%
Total, general	266	100,00%

Nota: Investigación de campo

Figura 18

Frecuencia de compra de verduras



Nota: Investigación de campo

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos se puede evidenciar que el 95,49% de las familias realiza sus compras Quincenalmente, seguido de las compras Semanal con el 2,63% y por último las compras Diario con el 1,88%, esto indica que es más común realizar compras de forma semanal por lo que se debe enfocar en realizar el servicio una vez en la semana.

7) De acuerdo a la frecuencia de compra de verduras que consume normalmente,
¿qué cantidad de estos productos adquiere?

Tabla 12

Cantidad en unidades que adquiere

	UNIDAD		
	Diario	Semanal	Quincenal
Lechuga	49	12	323
Col verde	49	12	208
Col morada	35	14	292
Brócoli	49	16	319
Coliflor	49	14	293
Total	231	68	1435

Nota: Investigación de campo

Tabla 13

Cantidad en tongos que adquiere

	TONGO					
	DIARIO		Semanal		Quincenal	
	Pequeño	Mediano	Pequeño	Mediano	Pequeño	Mediano
Espinaca	14	21	10	2	10	22
Acelga	21	28	8	6	194	51
Perejil	28	21	12	4	128	27
Culantro	28	21	10	4	270	17
Cebolla blanca	14	28	8	6	128	27
Rábano	21	21	12	2	213	27
Total	126	140	60	24	943	171

Nota: Investigación de campo

Tabla 14

Cantidad en libras que adquiere

	LIBRAS		
	Diario	Semanal	Quincenal
Remolacha	42	12	230
Zanahoria	49	14	267
Total	91	26	497

Nota: Investigación de campo

Tabla 15

Unidades diarias

Productos	DIARIO			
	UNIDADES consumen		no consumen	
	1 UNIDAD	%	2	%
Lechuga	7	100%		0%
Col verde	7	100%		0%
Col morada	5	71%	2	29%
Brócoli	7	100%		0%
Coliflor	7	100%		0%

Nota: Investigación de campo

Tabla 16*Unidades semanales*

SEMANAL										
UNIDADES										
Producto	consumen						no consumen			
	1 unidad	%	2 unidades	%	3 unidades	%	4 unidades	%		%
Lechuga	5	63%	1	13%	0	0%	0	0%	2	25%
Col verde	6	75%		0%	0	0%	0	0%	2	25%
Col morada	7	88%		0%	0	0%	0	0%	1	13%
Brócoli	6	75%	1	13%	0	0%	1	13%	0	0%
Coliflor	5	63%	1	13%	0	0%	1	13%	1	13%

Nota: Investigación de campo**Tabla 17***Unidades quincenales*

QUINCENAL												
Productos	consumen						no consumen					
	1 UNIDAD	%	2 UNIDADES	%	3 UNIDADES	%	4 UNIDADES	%	5 UNIDADES	%		%
Lechuga	242	79,34%	35	11%	2	1%		0%	1	0,3%	25	8%
Col verde	186	60,98%	7	2%	1	0,3%		0%	1	0,3%	110	36%
Col morada	260	85,25%	12	4%	1	0,3%		0%	1	0,3%	31	10%
Brócoli	290	95,08%	7	2%	2	1%	1	0,3%	1	0,3%	4	1%
Coliflor	265	86,89%	8	3%	1	0%	1	0,3%	1	0,3%	29	10%

Nota: Investigación de campo

Tabla 18*Tongos diarios*

DIARIO									
TONGOS									
Productos	Consumen				No consumen				
	Tongo pequeño	%	Tongo mediano	%	Tongo pequeño	%	Tongo mediano	%	
Espinaca	2	29%	3	43%	5	71%	4	57%	
Acelga	3	43%	4	57%	4	57%	3	43%	
Perejil	4	57%	3	43%	3	43%	4	57%	
Culantro	4	57%	3	43%	3	43%	4	57%	
Cebolla blanca	2	29%	4	57%	5	71%	3	43%	
Rábano	3	43%	3	43%	4	57%	4	57%	

Nota: Investigación de campo

Tabla 19*Tongos Semanal*

SEMANAL									
TONGOS									
Productos	Consumen				No consumen				
	Tongo pequeño	%	Tongo mediano	%	Tongo pequeño	%	Tongo mediano	%	
Espinaca	5	63%	1	13%	2	25%	7	88%	
Acelga	4	50%	3	38%	1	13%	5	63%	
Perejil	6	75%	2	25%	0	0%	6	75%	
Culantro	5	63%	2	25%	1	13%	6	75%	
Cebolla blanca	4	50%	3	38%	1	13%	5	63%	
Rábano	6	75%	1	13%	1	13%	7	88%	

Nota: Investigación de campo

Tabla 20
Tongos quincenales

QUINCENAL									
TONGOS									
Productos	Consumen				No consumen				
	Tongo pequeño	%	Tongo mediano	%	Tongo pequeño	%	Tongo mediano	%	
Espinaca	10	3%	22	7%	295	97%	283	93%	
Acelga	194	64%	51	17%	111	36%	254	83%	
Perejil	128	42%	27	9%	177	58%	278	91%	
Culantro	270	89%	17	6%	35	11%	288	94%	
Cebolla blanca	128	42%	27	9%	177	58%	278	91%	
Rábano	213	70%	27	9%	92	30%	278	91%	

Nota: Investigación de campo

Tabla 21
Libras diarias

DIARIO					
LIBRAS					
Productos	consumen			no consumen	
	1 libra	%		%	
Remolacha	6	86%		1	14%
Zanahoria	7	100%		0	0%

Nota: Investigación de campo

Tabla 22*Libras semanales*

Productos	SEMANAL LIBRAS											
	consumen						no consumen					
	1 libra	%	2 libras	%	3 libras	%	4 libras	%	5 libras	%		%
Remolacha	3	38%	3	38%	0	0%	0	0%	0	0%	2	25%
Zanahoria	4	50%	3	38%	0	0%	0	0%	1	13%	0	0%

Nota: Investigación de campo

Tabla 23*Libras quincenales*

Productos	QUINCENAL LIBRAS											
	consumen						no consumen					
	1 libra	%	2 libras	%	3 libras	%	4 libras	%	5 libras	%		%
Remolacha	118	39%	71	23%	15	5%	25	8%	1	0,3%	75	25%
Zanahoria	132	43%	81	27%	24	8%	28	9%	2	1%	38	12%

Nota: Investigación de campo

8) Normalmente donde realiza la compra de verduras

Tabla 24

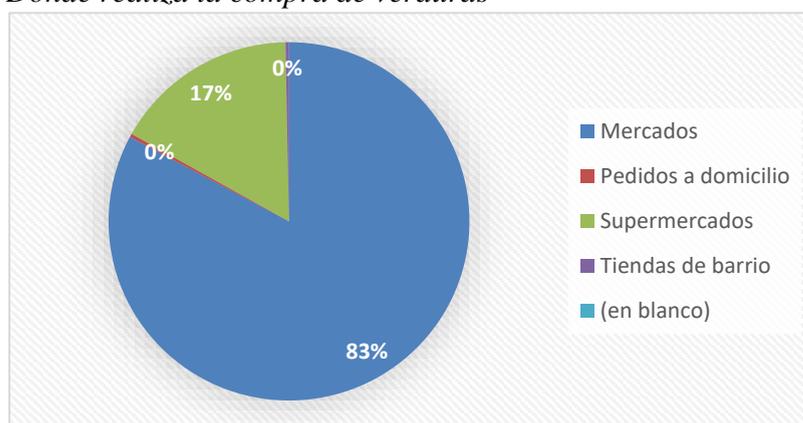
Donde realiza la compra de verduras

Etiquetas de fila	Frecuencia	Porcentaje
Mercados	221	83,08%
Pedidos a domicilio	1	0,38%
Supermercados	43	16,17%
Tiendas de barrio	1	0,38%
Total, general	266	100,00%

Nota: Investigación de campo

Figura 19

Donde realiza la compra de verduras



Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos se puede evidenciar que el 83,08% de las familias realiza sus compras en Mercados, el 16,17% la realiza en supermercados, el 0,38% en pedidos a domicilio y el último 0,38% en tiendas de barrio, esto indica que la mayor parte de las familias al momento de realizar sus compras es más común hacerlo en mercados.

9) Cuando compra verduras ¿Cómo hace la selección de las mismas?

Tabla 25

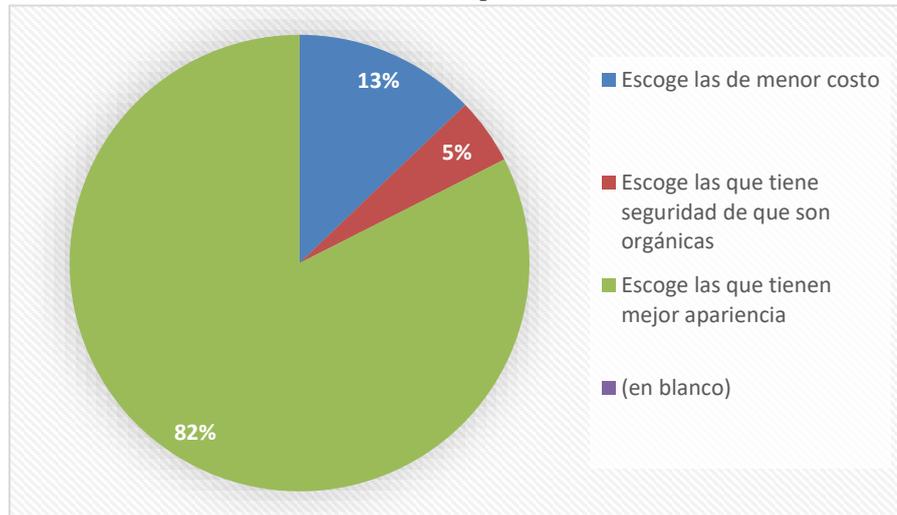
Como selecciona las verduras al comprar

Etiquetas de fila	Frecuencia	Porcentaje
Escoge las de menor costo	34	12,78%
Escoge las que tiene seguridad de que son orgánicas	12	4,51%
Escoge las que tienen mejor apariencia	220	82,71%
Total, general	266	100,00%

Nota: Investigación de campo

Figura 20

Cómo selecciona las verduras al comprar



Nota: Investigación de campo

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos se puede evidenciar que el 82,71% de las familias al momento de seleccionar sus compras escoge las que tiene mejor apariencia, seguido del 12,78% de familias que escogen las de menor costo y por último el 4,51% escoge las que tiene seguridad de que son orgánicas, esto indica que la empresa debe seleccionar los productos con una buena presentación

10) ¿Le gustaría que hubiera un servicio donde se entregue verduras totalmente orgánicas?

Tabla 26

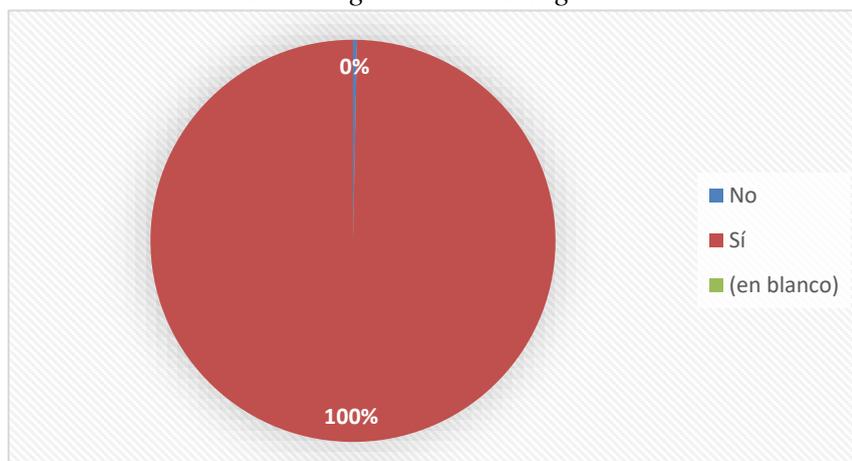
Le gustaría un servicio donde se entregue verduras orgánicas

Etiquetas de fila	Frecuencia	Porcentaje
No	1	0,4%
Sí	265	99,6%
Total, general	266	100,00%

Nota: Investigación de campo

Figura 21

Le gustaría un servicio donde se entregue verduras orgánicas



Nota: Investigación de campo

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos se puede evidenciar que al 99,6% de las familias si le gustaría que hubiera un servicio que entregue verduras totalmente orgánicas y el 0,4% manifiesta lo contrario, esto indica que si se puede realizar este servicio por la demanda que se tendría.

11) ¿Estaría dispuesto a comprar los productos de este emprendiendo?

Tabla 27

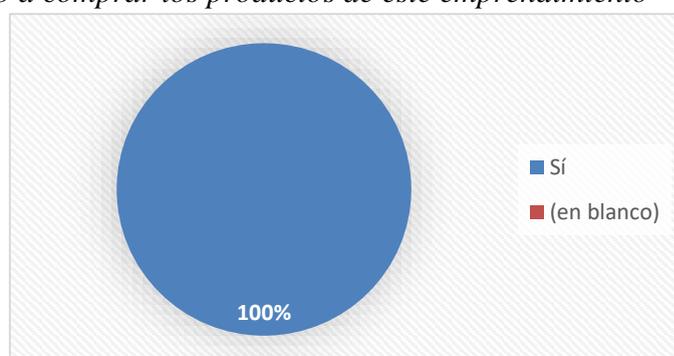
Esta dispuesto a comprar los productos de este emprendimiento

Etiquetas de fila	Frecuencia	Porcentaje
Sí	266	100,00%
Total, general	266	100,00%

Nota: Investigación de campo

Figura 22

Esta dispuesto a comprar los productos de este emprendimiento



Nota: Investigación de campo

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos se puede evidenciar que, en caso de implementar este servicio, de todas las familias el 100% estaría dispuesto a adquirir el servicio

12) ¿Cómo le gustaría que brinde el servicio este emprendimiento?

Tabla 28

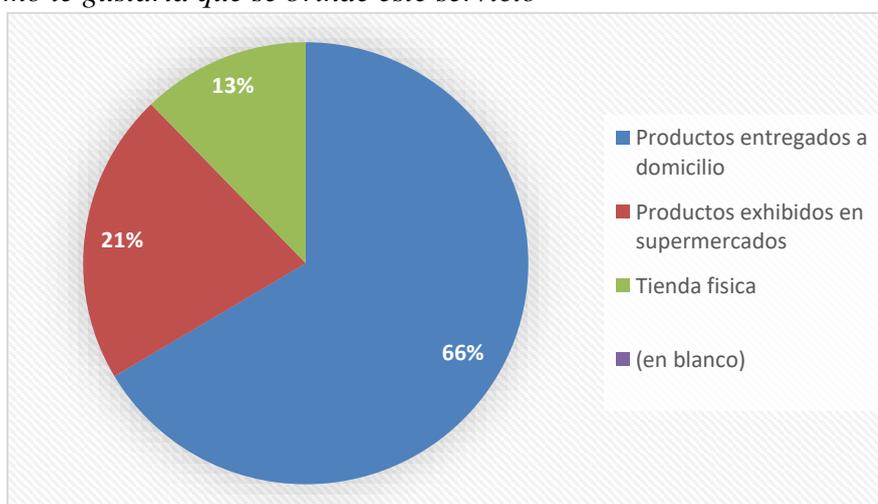
Como le gustaría que se brinde este servicio

Etiquetas de fila	Frecuencia	Porcentaje
Productos entregados a domicilio	176	66,17%
Productos exhibidos en supermercados	55	20,68%
Tienda física	35	13,16%
Total, general	266	100,00%

Nota: Investigación de campo

Figura 23

Como le gustaría que se brinde este servicio



Nota: Investigación de campo

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos se puede evidenciar que el 66,17% de las familias le gustaría que los productos sean entregados a domicilio, seguidos del 20,68% que desean que los productos sean exhibidos en supermercados y el último 13,16% desean que hubiera una tienda física, esto ayuda a entender que la mayor parte de las familias prefieren un servicio a domicilio en vez de ir a realizar las compras personalmente.

13) ¿Cómo le gustaría que se le entregue los productos?

Tabla 29

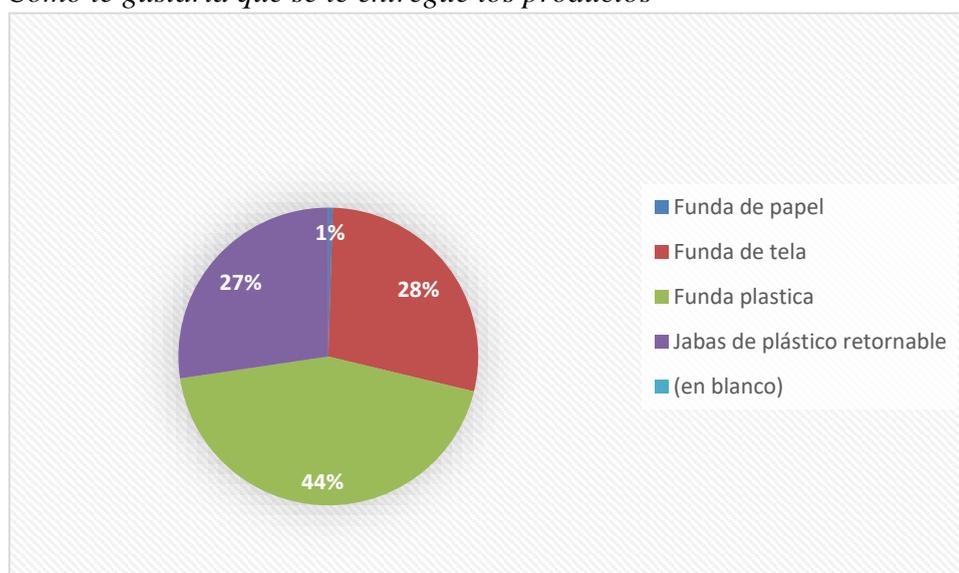
Como le gustaría que se le entregue los productos

Etiquetas de fila	Frecuencia	Porcentaje
Funda de papel	1	0,47%
Funda de tela	49	28,30%
Funda plástica	78	43,87%
Jabas de plástico retornable	48	27,36%
Total, general	176	100,00%

Nota: Investigación de campo

Figura 24

Como le gustaría que se le entregue los productos



Nota: Investigación de campo

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos se puede evidenciar que el 43,87% prefiere que se le entregue la funda plástica, el 28,30% prefiere una funda de tela, el 27,36% prefiere jabas de plástico retornable y el último 0,47% prefiere funda de papel, esto indica que las familias prefieren que se les entregue los productos en fundas plásticas.

14) ¿En qué día de la semana le gustaría que se le entregara los productos?

Tabla 30

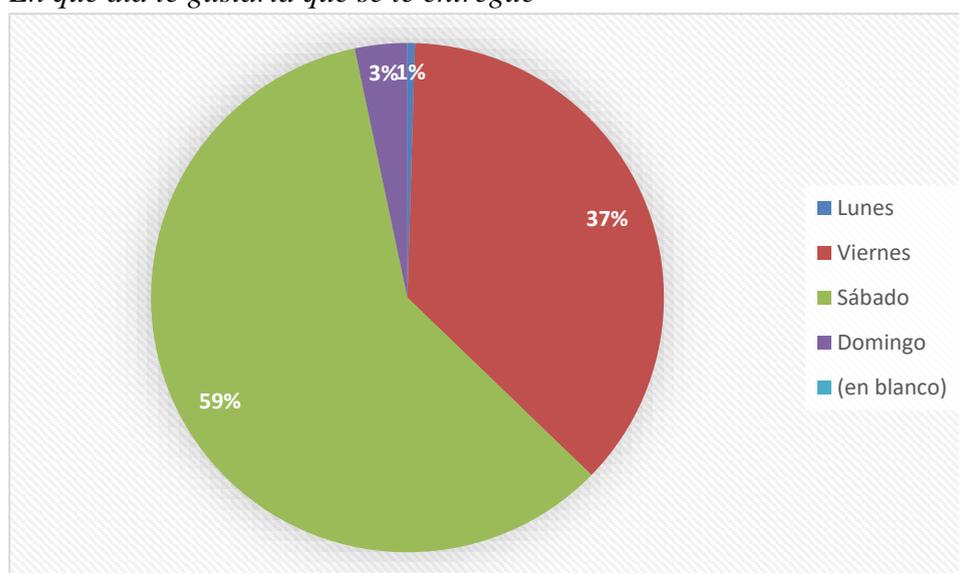
En qué día le gustaría que se le entregue

Etiquetas de fila	Frecuencia	Porcentaje
Lunes	1	0,47%
Viernes	65	36,79%
Sábado	104	59,43%
Domingo	6	3,30%
Total, general	176	100,00%

Nota: Investigación de campo

Figura 25

En qué día le gustaría que se le entregue



Nota: Investigación de campo

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos se puede evidenciar que el 59,43% prefiere el día sábado; el 36,79% el día viernes; el 3,30% el domingo y el 0,47% el día lunes; esto indica que las familias prefieren que se les entregue los productos los fines de semana especialmente los días sábado seguido del día viernes

15) ¿Como le gustaría que sea el modo de pago?

Tabla 31

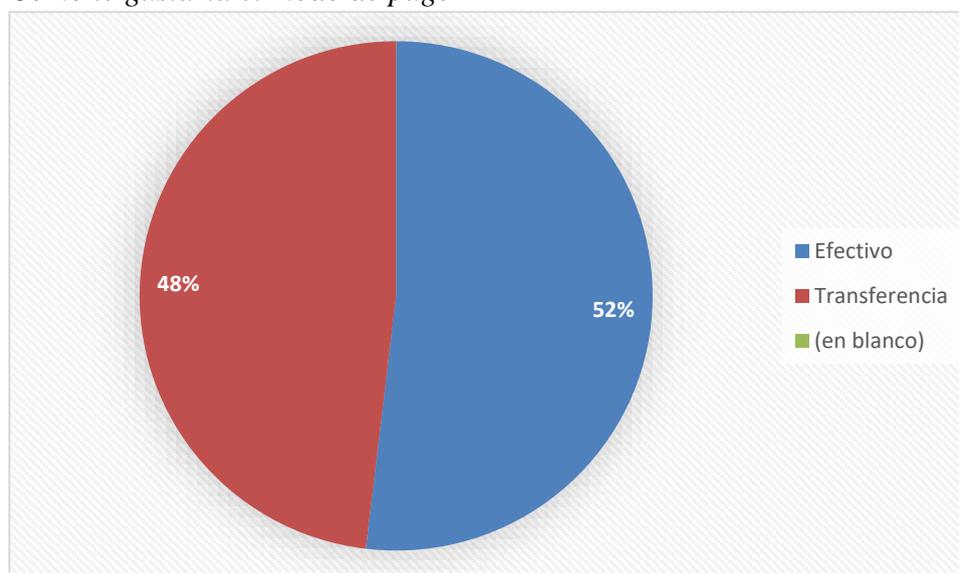
Como le gustaría el modo de pago

Etiquetas de fila	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	92	51,89%
Transferencia	84	48,11%
Total, general	176	100,00%

Nota: Investigación de campo

Figura 26

Como le gustaría el modo de pago



Nota: Investigación de campo

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos se puede evidenciar que el 51,89% prefiere que sea el pago en efectivo y el 48,11% prefiere una transferencia; esto indica que el pago para el servicio se lo puede realizar de las 2 formas, ya sea en efectivo o transferencia.

16) ¿Le gustaría que se entregue factura?

Tabla 32

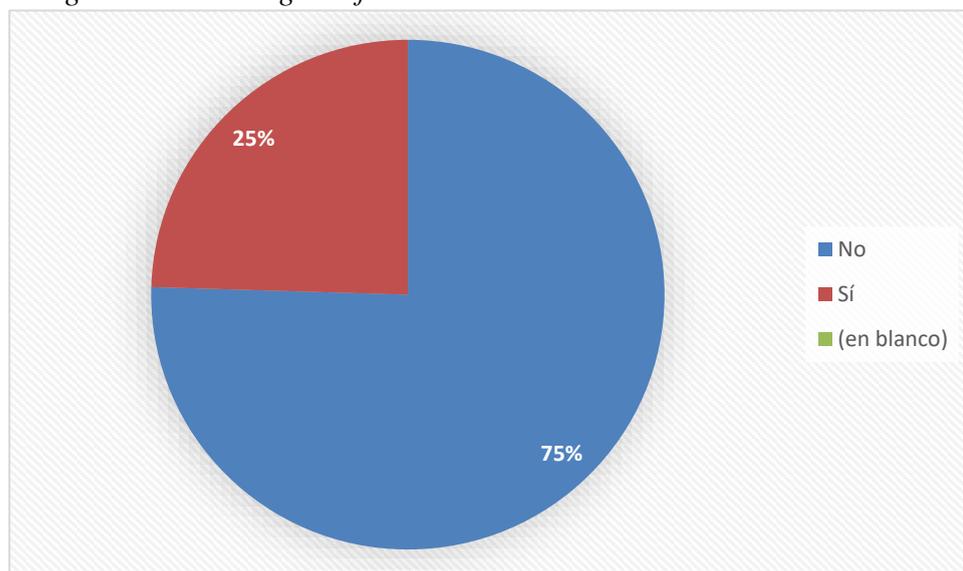
Le gustaría la entrega de factura

Etiquetas de fila	Frecuencia	Porcentaje
No	132	75,47%
Sí	44	24,53%
Total, general	176	100,00%

Nota: Investigación de campo

Figura 27

Le gustaría la entrega de factura



Nota: Investigación de campo

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos se puede evidenciar que 75,47% no prefiere la factura y el 24,53% si prefiere la factura, esto indica que las familias no tienen la costumbre o la necesidad de pedir una factura al momento de adquirir verduras.

17) ¿Le gustaría saber recetas y comidas que puede preparar con los productos a través de redes sociales?

Tabla 33

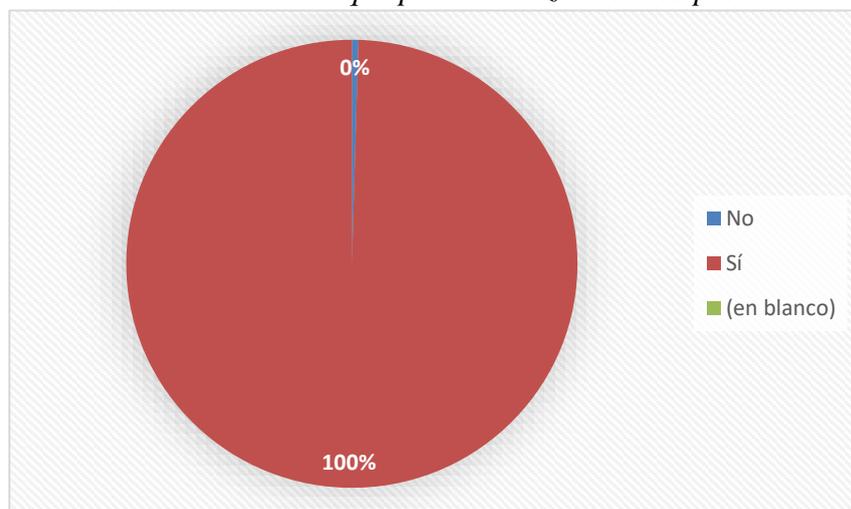
Le gustaría saber sobre recetas que puede realizar con los productos

Etiquetas de fila	Frecuencia	Porcentaje
No	1	0,47%
Sí	175	99,53%
Total, general	176	100,00%

Nota: Investigación de campo

Figura 28

Le gustaría saber sobre recetas que puede realizar con los productos



Nota: Investigación de campo

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos se puede evidenciar que el 99,53% le gustaría obtener información sobre el servicio en redes sociales y el 0,47% no le gustaría, esto indica que se debe generar un buen contenido en redes sociales para nuestros futuros clientes

18) ¿Por medio de que red social le gustaría recibir toda la información sobre la empresa y los productos?

Tabla 34

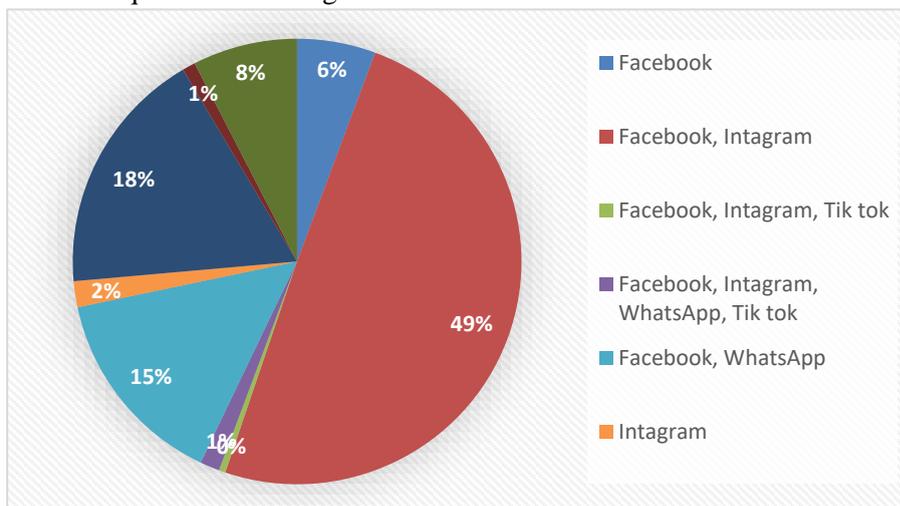
Por medio de que red social le gustaría recibir información de este servicio

Etiquetas de fila	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	10	5,66%
Facebook, Instagram	86	49,53%
Facebook, Instagram, Tik tok	2	0,47%
Facebook, Instagram, WhatsApp, Tik tok	3	1,42%
Facebook, WhatsApp	24	14,62%
Instagram	4	1,89%
Instagram, Tik tok	31	17,92%
Instagram, WhatsApp	3	0,94%
WhatsApp	13	7,55%
Total, general	176	100,00%

Nota: Investigación de campo

Figura 29

Por medio de que red social le gustaría recibir información de este servicio



Nota: Investigación de campo

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos se puede evidenciar que el 49,53% prefiere Instagram y Facebook, 17,92%, Instagram y tik tok, 14,62% Facebook y WhatsApp, el 7,55% prefiere solo WhatsApp, el 5,66% prefiere Facebook, el 1,89% prefiere solo Instagram, el 1,42% prefiere Instagram, Facebook, tik tok y WhatsApp, el 0,94% prefiere Instagram y WhatsApp, y el 0,47%, prefiere Facebook, Instagram y tik tok, esto indica que debe enfocar más el hacer contenido en Facebook y Instagram.

6.2. Análisis e interpretación de la entrevista aplicada a los proveedores de verduras de la parroquia de Chuquiribamba

La entrevista se la realizó de manera presencial a los diferentes proveedores de verduras de la parroquia

Fueron 15 los productores entrevistados a los cuales se les pregunto sobre cuál es el rango o promedio de verduras que sacan semanalmente para su comercialización, en donde me pudieron dar valores aproximados o un promedio

Por parte de los productos que se miden en unidades como son la lechuga, col verde, col morada, brócoli, coliflor, las cantidades que varían entre cada proveedor van

desde 65 a 70 unidades por semana, llegando a la conclusión que se tendría una capacidad de 1000 unidades por semana

Por otro lado, los productos que se miden en tongos como son la espinaca, acelga, perejil, culantro, cebolla blanca, rábano, las cantidades entre cada proveedor varían entre 50 y 55 tongos por semana por lo que se tendría una capacidad de 800 tongos por semana a excepción del perejil y culantro que por ser productos con más demanda que los anteriores, estos varían de 65 a 70 tongos por semana que a la final daría 1000 tongos a la semana

Y para terminar con los productos que se miden en libras como son la remolacha y la zanahoria, las cantidades que varían entre cada proveedor son de 45 a 50 libras a la semana, por lo que se tendría una capacidad de 700 libras a la semana, según la página oficial de la parroquia de la junta parroquial de Chuquiribamba el porcentaje de crecimiento de la agricultura es del 2% cada año, manifestando que el bajo crecimiento es debido a que la mayoría de los jóvenes ya no se dedican a la agricultura y optan por ir a la ciudad.

Tabla 35
Capacidad de los proveedores

CAPACIDAD DE LOS PROVEEDORES				
		Semanales	Mensuales	Año
Lechuga	Unidad	1000	4000	48.000,00
Col verde	Unidad	1000	4000	48.000,00
Col morada	Unidad	1000	4000	48.000,00
Brócoli	Unidad	1000	4000	48.000,00
Coliflor	Unidad	1000	4000	48.000,00
Espinaca	Tongo	800	3200	38.400,00
Acelga	Tongo	800	3200	38.400,00
Perejil	Tongo	1000	4000	48.000,00
Culantro	Tongo	1000	4000	48.000,00
Cebolla blanca	Tongo	800	3200	38.400,00
Rábano	Tongo	800	3200	38.400,00
Remolacha	Libra	700	2800	33.600,00
Zanahoria	Libra	700	2800	33.600,00

Nota: Investigación de campo

7. Discusión

Con los datos analizados en la aplicación de las encuestas a las familias de la ciudad de Loja, y proveedores de materia prima; se procede a analizar y determinar la demanda potencial, real, efectiva, la oferta y demanda insatisfecha.

Posteriormente se detalla el plan de comercialización que realizará la empresa. Para distribuir y hacer conocer el servicio, en él se describen los objetivos, la descripción, características, estrategias de diferenciación y el precio del producto para su venta; seguidamente se detallan los tipos de canales de distribución y el tipo de promoción y publicidad que utilizará la empresa para dar a conocer el producto de forma masiva. Con la información obtenida se desarrollará el estudio técnico del presente proyecto.

7.1. Análisis de la demanda

Para el desarrollo de la investigación, primero se realizó la segmentación geográfica seleccionando a las familias de la ciudad de Loja

Los datos utilizados son obtenidos en base al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC hasta el 2022 donde se obtiene que la población en el área urbana es de 203.496 habitantes, esto se lo divide para 4 que es el número de integrantes por familias dando una población de 50.874 familias, posteriormente se realiza una proyección para los próximos 5 años de la vida útil del proyecto con una tasa de crecimiento poblacional del 1,38%.

Tabla 36
Proyección de la población

Años	Familias
2023	51.576
2024	52.288
2025	53.009
2026	53.741
2027	54.483

Nota. Proyección de las familias del sector urbano de la ciudad de Loja; Adaptada del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo 2022.

7.1.1. Demanda Potencial

La demanda potencial es la máxima demanda posible que se podría tener, es decir el número de los posibles compradores de la ciudad de Loja. La demanda potencial es calculada a partir de la pregunta de la encuesta aplicada en el mercado objeto de estudio, donde se investiga cual es el ingreso mensual del hogar.

Se seleccionará a las familias que obtengan ingresos mayores a \$500 mensuales, por lo que serían en total 361 familias, es decir el 91% de las familias

Tabla 37 Demanda Potencial

Familias	% aceptación	Demandantes potenciales
51.576	91%	46.934
52.288		47.582
53.009		48.239
53.741		48.904
54.483		49.579

Nota: Tabla muestra la demanda potencial según los ingresos de cada familia en la tabla número 7

7.1.2. Demanda Real

El análisis de la demanda real se lo realiza con el fin de conocer el número de demandantes que consumen verduras orgánicas, esta respuesta se obtiene donde se investiga si las familias actualmente consumen verduras orgánicas.

La demanda real sería el resultado de dos preguntas donde se pregunta si en el hogar consumen verduras donde el 90,86% manifiesta consumir verduras, seguido de eso el 81% manifestó consumir verduras orgánicas por lo que este resultado sería la demanda real.

Tabla 38
Demanda Real

Familias	% aceptación	Demanda Real
42.644	81%	34.542
43.233		35.019
43.830		35.502
44.434		35.992
45.048		36.489

Nota: Demanda real según la tabla número 10 la cual se apoya en la tabla número 8

7.1.3. *Demanda Efectiva*

La demanda efectiva se establece a partir de los demandantes reales que están dispuestos en adquirir el nuevo servicio del proyecto, en la pregunta donde se investiga si las personas estarían dispuestas a adquirir el servicio.

La demanda efectiva sería el resultado de estas dos preguntas donde se pregunta a las familias que si les gustaría que hubiera un servicio donde se entregue verduras totalmente orgánicas donde el 99,6% manifestó que Si, una vez sacado el porcentaje se procede con la siguiente pregunta la cual dice de cómo le gustaría que se brinde el servicio donde el 66,17% manifiesta que sea entregado a domicilio.

Tabla 39

Demanda Efectiva

Demandantes reales	% Consumo	Demanda real
34.404		22.765
34.879		23.079
35.360	66,17%	23.398
35.848		23.721
36.343		24.048

Nota: Demanda efectiva según la tabla número 38 y 27

7.1.4. *Promedios de consumo*

A continuación, se detallará los promedios de consumo de las familias por producto y separado por la frecuencia, ya sea diario, semanal y quincenal y separado con productos medidos en unidades, tongos y libras.

Consumo promedio de productos medidos en unidades

Consumo promedio de diario a semanal

Para sacar el consumo promedio se realiza el siguiente procedimiento

En la primera tabla se describe el número de familias que consumen tal producto y los que no consumen

En la segunda tabla se contabiliza el número de familias que consumen tal producto para después multiplicarlo por el número de días de la semana lo cual da como resultado

el consumo promedio semanal de los productos

Datos son reflejados en las siguientes tablas

Tabla 40

Promedio consumo diario a semanal de productos medidos en unidades

DIARIO		Total familias
		5
Productos/núm. unidades	1 unidad	no consume
	Núm. familias	Núm. Familias
Lechuga	5	0
Col verde	5	0
Col morada	3	2
Brócoli	5	0
Coliflor	5	0

Nota: Tabla indica el número de familias que consumen una unidad diaria de cada producto donde el número de consumidores diarios es 5 según la encuesta aplicada en la pregunta número 6

PRODUCTO	CON PROM	CON. PROM. SEMANAL
Lechuga	5	35
Col verde	5	35
Col morada	3	21
Brócoli	5	35
Coliflor	5	35

Nota: Tabla indica el consumo promedio semanal de cada producto, el resultado es la multiplicación del consumo promedio por el número de días de la semana

Consumo promedio de cada 3 días a semanal

Para sacar el consumo promedio se realiza el siguiente procedimiento

En la primera tabla se describe el número de familias que consumen tal producto y los que no consumen, esto dependiendo ya sea de 1 a 2 unidades o 3 a 5 unidades

En la segunda tabla se toma como referencia el número de familias que consumen los productos dependiendo el número de unidades para después multiplicarlo por el punto medio (que es la suma de los límites superior e inferior y después dividido para 2) esto da como resultado la amplitud de la clase

Seguidamente se suma la amplitud de clase de cada frecuencia lo que nos da como resultado el consumo promedio semanal por cada producto

Datos son reflejados en las siguientes tablas

Tabla 41*Promedio consumo cada 3 días a semanal de productos medidos en unidades*

Productos/núm. unidades	Cada 3 días		Total familias
	1 a 2 unidades Núm. familias	3 a 5 unidades Núm. familias	7 no consume Núm. familias
Lechuga	5		2
Col verde	6		1
Col morada	7		0
Brócoli	6	1	0
Coliflor	5	1	1

Nota: Tabla indica el número de familias que consumen cada 3 días de cada producto donde el número de consumidores cada 3 días es 7 según la encuesta aplicada en la pregunta número 6

CADA 3 DIAS A SEMANAL			
Productos/Núm. unidades	1 a 2 Unidades (Punto medio "1,5")	3 a 5 Unidades (Punto medio "4")	CONS. PROM
Lechuga	7,5		7,50
Col verde	9		9,00
Col morada	10,5		10,50
Brócoli	9	4	13,00
Coliflor	7,5	4	11,50

Nota: Tabla muestra el promedio de consumo de 1 a 2 unidades donde se multiplica las familias por 1,5 y de 3 a 5 unidades donde se multiplica por 4 y como resultado de la suma de estos da el consumo promedio por semana

Consumo promedio semanal

Para sacar el consumo promedio se realiza el siguiente procedimiento

En la primera tabla se describe el número de familias que consumen tal producto y los que no consumen, esto dependiendo ya sea de 1 a 2 unidades o 3 a 5 unidades

En la segunda tabla se toma como referencia el número de familias que consumen los productos dependiendo el número de unidades para después multiplicarlo por el punto medio (que es la suma de los límites superior y inferior y después dividido para 2) esto da como resultado la amplitud de la clase

Seguidamente se suma la amplitud de clase de cada frecuencia lo que nos da como resultado el consumo promedio semanal por cada producto

Datos son reflejados en las siguientes tablas

Tabla 42*Promedio consumo semanal de productos medidos en unidades*

Productos/Núm. unidades	Semanal		Total familias 253
	1 a 2 Unidades (Punto medio "1,5")	3 a 5 Unidades (Punto medio "4")	no consume
	Núm. Familias	Núm. Familias	Núm. Familias
Lechuga	174	3	76
Col verde	123	2	128
Col morada	168	2	83
Brócoli	182	4	67
Coliflor	168	3	82

Nota: Tabla indica el número de familias que consumen semanalmente cada producto donde el número de consumidores cada semana es de 253 según la encuesta aplicada en la pregunta número 6

Productos/Núm. unidades	SEMANTAL		
	1 a 2 Unidades (Punto medio "1,5")	3 a 5 Unidades (Punto medio "4")	CONS. PROM
Lechuga	261	12	273,00
Col verde	184,5	8	192,50
Col morada	252	8	260,00
Brócoli	273	16	289,00
Coliflor	252	12	264,00

Nota: Tabla muestra el promedio de consumo de 1 a 2 unidades donde se multiplica las familias por 1,5 y de 3 a 5 unidades donde se multiplica por 4 y como resultado de la suma de estos da el consumo promedio por semana

Consumo promedio de productos medidos en tongos

Consumo promedio de diario a semanal

Para sacar el consumo promedio se realiza el siguiente procedimiento

En la primera tabla se describe el número de familias que consumen tal producto ya sea tongo pequeño o mediano

En la segunda tabla se contabiliza el número de familias que consumen tal producto ya sea tongo pequeño o mediano para después sumarlo, seguidamente se lo multiplica por el número de días de la semana y como resultado tendríamos el consumo promedio semanal de cada producto

Datos son reflejados en las siguientes tablas

Tabla 43*Promedio consumo diario a semanal de productos medidos en tongos*

Diario	Total, familias 5	
	Tongo pequeño Núm. Familias	Tongo mediano Núm. Familias
Espinaca	3	2
Acelga	2	3
Perejil	2	1
Culantro	3	2
Cebolla blanca	1	3
Rábano	2	2

Nota: Tabla indica el número de familias que consumen tongo pequeño o mediano diario de cada producto donde el número de consumidores diarios es 5 según la encuesta aplicada en la pregunta número 6

	DIARIO	
	CONSUMO PROM	SEMANAL
Espinaca	5	35
Acelga	5	35
Perejil	3	21
Culantro	5	35
Cebolla blanca	4	28
Rábano	4	28

Nota: Tabla indica el consumo promedio semanal de cada producto, el resultado es la multiplicación del consumo promedio por el número de días de la semana

Consumo promedio de cada 3 días a semanal

Para sacar el consumo promedio se realiza el siguiente procedimiento

En la primera tabla se describe el número de familias que consumen tal ya sea tongo pequeño o mediano

En la segunda tabla se contabiliza el número de familias que consumen tal producto ya sea tongo pequeño o mediano para después sumarlo, seguidamente se lo multiplica por el número de días que se compraría (si solo compra cada 3 días, sería dos veces por semana) y como resultado tendríamos el consumo promedio semanal de cada producto

Datos son reflejados en las siguientes tablas

Tabla 44*Promedio consumo cada 3 días a semanal de productos medidos en tongos*

	Cada 3 días	7
	Tongo pequeño Núm. Familias	Tongo mediano Núm. Familias
Espinaca	4	1
Acelga	3	3
Perejil	5	2
Culantro	4	2
Cebolla blanca	3	3
Rábano	5	1

Nota: Tabla indica el número de familias que consumen tongo pequeño o mediano cada 3 días de cada producto donde el número de consumidores diarios es 7 según la encuesta aplicada en la pregunta número 6

	CADA 3 DIAS	
	PROM	PROM. SEM
Espinaca	5,00	10
Acelga	6,00	12
Perejil	7,00	14
Culantro	6,00	12
Cebolla blanca	6,00	12
Rábano	6,00	12

Nota: Tabla indica el consumo promedio semanal de cada producto, el resultado es la multiplicación del consumo promedio por 2 ya que este consumo se hace cada 3 días ósea 2 veces a la semana

Consumo promedio semanal

Para sacar el consumo promedio se realiza el siguiente procedimiento

En la primera tabla se describe el número de familias que consumen tal producto y los que no consumen, esto dependiendo ya sea tongo pequeño o mediano

Enseguida toma como referencia el número de familias que consumen los productos dependiendo la frecuencia, ya sea tongo pequeño o mediano

Seguidamente se suma la amplitud de clase de cada frecuencia lo que nos da como resultado el consumo promedio semanal por cada producto

Datos son reflejados en las siguientes tablas

Tabla 45*Promedio consumo semanal de productos medidos en tongos*

	Semanal		Consu. Prom
	Tongo pequeño Núm. Familias	Tongo mediano Núm. Familias	
Espinaca	120	22	142,00
Acelga	112	40	152,00
Perejil	150	18	168,00
Culantro	166	17	183,00
Cebolla blanca	77	26	103,00
Rábano	110	27	137,00

Nota: Tabla indica el consumo promedio semanal de cada producto, el resultado es la suma de la cantidad de tongos pequeños y tongos medianos

Consumo promedio de productos medidos en libras

Consumo promedio de diario a semanal

Para sacar el consumo promedio se realiza el siguiente procedimiento

En la tabla se describe el número de familias que consumen 1 libra diaria para después multiplicarlo por el número de días de la semana, esto da como resultado el consumo promedio semanal.

Tabla 46*Promedio consumo diario a semanal de productos medidos en libra*

Producto/Núm. libras	Diario	Prom. Sem
	1 libra Núm. Familias	
Remolacha	4	28
Zanahoria	5	35

Nota: Tabla indica el consumo promedio semanal de los productos adquiridos diariamente, el resultado es la multiplicación del promedio de consumo diario multiplicado por el número de días de la semana

Consumo promedio de cada 3 días a semanal

Para sacar el consumo promedio se realiza el siguiente procedimiento

En la primera tabla se describe el número de familias que consumen tal producto ya sea 1 a 2 libras o 3 a 5 libras

En la segunda tabla se contabiliza el número de familias que consumen tal producto ya sea 1 a 2 libras o 3 a 5 libras para después sumarlo y como resultado tendríamos el consumo promedio semanal de cada producto

Datos son reflejados en las siguientes tablas

Tabla 47*Promedio consumo cada 3 días a semanal de productos medidos en libras*

Producto/Núm. libras	Cada 3 Días	
	1 a 2 libras (Punto medio "1,5")	3 a 5 libras (Punto medio "4")
	Núm. Familias	Núm. Familias
Remolacha	5	
Zanahoria	6	1

Nota: Tabla indica el número de familias que consumen libras cada 3 días de cada producto donde el número de consumidores diarios es 7 según la encuesta aplicada en la pregunta número 6

Producto	CADA 3 DIAS		
	1 a 2 libras (Punto medio "1,5")	3 a 5 libras (Punto medio "4")	CONS. PROM
	Remolacha	7,5	
Zanahoria	9	4	13,00

Nota: Tabla muestra el promedio de consumo de 1 a 2 libras donde se multiplica por 1,5 y de 3 a 5 unidades donde se multiplica por 4 y como resultado de la suma de estos da el consumo promedio por semana

Consumo promedio semanal

Para sacar el consumo promedio se realiza el siguiente procedimiento

En la primera tabla se describe el número de familias que consumen tal producto y los que no consumen, esto dependiendo ya sea 1 a 2 libras o 3 a 5 libras

Enseguida toma como referencia el número de familias que consumen los productos dependiendo la frecuencia, ya sea 1 a 2 libras o 3 a 5 libras

Seguidamente se suma la amplitud de clase de cada frecuencia lo que nos da como resultado el consumo promedio semanal por cada producto

Datos son reflejados en las siguientes tablas

Tabla 48*Promedio consumo semanal de productos medidos en libras*

Producto	Semanal	
	1 a 2 libras Familias	3 a 5 libras Familias
Remolacha	123	23
Zanahoria	137	32

Nota: Tabla indica el número de familias que consumen libras semana de cada producto donde el número de consumidores diarios es 7 según la encuesta aplicada en la pregunta número 6

	SEMANAL		CONS. PROM
	1 a 2 libras (Punto medio "1,5")	3 a 5 libras (Punto medio "4")	
Remolacha	184,5	92	276,50
Zanahoria	205,5	128	333,50

Nota: Tabla muestra el promedio de consumo de 1 a 2 libras donde se multiplica por 1,5 y de 3 a 5 unidades donde se multiplica por 4 y como resultado de la suma de estos da el consumo promedio por semana

Una vez sacado los consumos promedio semanales, se procede a sumar los consumos promedios semanales de cada producto para posteriormente dividirlos para el total de consumidores según las encuestas, seguidamente se multiplicarlos por las 52 semanas que tiene el año

A continuación, se expone los consumos promedios anual por producto ya una vez unificado

Tabla 49
Resumen consumo promedio por cada producto

Detalle	PROM CONS.
Lechuga	63,38
Col verde	48,17
Col morada	59,26
Brócoli	68,68
Coliflor	63,18
Espinaca	36,69
Acelga	39,05
Perejil	39,83
Culantro	45,13
Cebolla blanca	28,06
Rábano	34,73
Remolacha	62,69
Zanahoria	77,41

Nota: Tabla muestra el consumo promedio de cada producto

Promedio consumo anual en libras

Una vez expuesto el cuadro del consumo promedio de cada producto, se procede a sacar la demanda efectiva de los productos medidos en libras

Se describe a continuación el procedimiento

Primero se basa en el promedio de consumo de cada producto de la tabla núm.

49 para después multiplicarlo por el peso libra que tiene cada producto, esto nos da

como resultado el promedio de consumo anual en libras.

Tabla 50

Promedio consumo anual en libras

	PESO LIBRA	Pro. Con. Anu. En libras
Lechuga	0,4	25,35
Col verde	0,45	21,68
Col morada	0,45	26,67
Brócoli	0,4	27,47
Coliflor	0,4	25,27
Espinaca	0,3	11,01
Acelga	0,3	11,71
Perejil	0,3	11,95
Culantro	0,3	13,54
Cebolla blanca	0,4	11,22
Rábano	0,3	10,42
Remolacha	1	62,69
Zanahoria	1	77,41

Nota: Tabla indica el promedio de consumo anual medido en libras, es el resultado de la multiplicación del peso libra de cada producto por el promedio de consumo del tabal 49

Tabla 51*Demanda efectiva de productos medidos en libras*

		Años					
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Producto	Prom Con.	Demandantes	22.765	23.079	23.398	23.721	24.048
		Demanda efectiva					
Lechuga	25,35	577.148,77	585.113,42	593.187,99	601.373,98	609.672,94	
Col verde	21,68	493.502,40	500.312,73	507.217,05	514.216,64	521.312,83	
Col morada	26,67	607.078,31	615.455,99	623.949,28	632.559,78	641.289,11	
Brócoli	27,47	625.393,40	634.023,83	642.773,36	651.643,63	660.636,31	
Coliflor	25,27	575.361,93	583.301,92	591.351,49	599.512,14	607.785,41	
Espinaca	11,01	250.604,07	254.062,41	257.568,47	261.122,91	264.726,41	
Acelga	11,71	266.685,61	270.365,88	274.096,93	277.879,46	281.714,20	
Perejil	11,95	272.046,13	275.800,37	279.606,41	283.464,98	287.376,80	
Culantro	13,54	308.229,60	312.483,17	316.795,44	321.167,22	325.599,33	
Cebolla blanca	11,22	255.517,88	259.044,02	262.618,83	266.242,97	269.917,12	
Rábano	10,42	237.202,78	240.476,18	243.794,75	247.159,12	250.569,92	
Remolacha	62,69	1.427.237,08	1.446.932,96	1.466.900,63	1.487.143,86	1.507.666,44	
Zanahoria	77,41	1.762.269,26	1.786.588,58	1.811.243,50	1.836.238,66	1.861.578,76	

Nota: Tabla muestra la demanda efectiva de cada producto desde el año 1 al 5, en la parte superior tenemos los años en sentido horizontal seguido de los demandantes de cada año, en la siguiente línea esta como subtítulo los productos, el promedio de consumo y la demandan efectiva, por consiguiente, esto el resultado de la demanda efectiva para cada producto con su respectivo año, eso es el resultado de la multiplicación de los demandantes de cada año, desde el año 1 hasta el año 5 el cual se multiplica respectivamente por el consumo promedio de cada producto

7.1.5. Proyección de la Oferta

Para el cálculo de la proyección de la demanda, primeramente nos basamos en los resultados de la entrevista hacia los proveedores que los podemos encontrar en la tabla 35, esos valores anuales están en unidades de medida con los que comúnmente se los reconoce, para dejarlos con una sola unidad de medida se realiza el mismo procedimiento que se hizo con los consumos promedio, por lo que aquí se multiplicaría el peso libra de cada producto por los valores anuales que daría cada proveedor, posteriormente se sacaría su respectiva proyección para los 5 años de vida del proyecto, según la página de la junta parroquial de Chuquiribamba, la tasa de crecimiento en la agricultura es del 2% anual, una vez obtenido este dato se multiplica la capacidad de los proveedores por el porcentaje de crecimiento y nuevamente sumamos la capacidad de los proveedores, el resultado sería la proyección de los proveedores para el siguiente año y así se lo seguiría realizando respectivamente

Tabla 52
Proyección de la oferta

Producto	Años				
	1	2	3	4	5
Lechuga	19.200,00	19.584,00	19.975,68	20.375,19	20.782,70
Col verde	21.600,00	22.032,00	22.472,64	22.922,09	23.380,53
Col morada	21.600,00	22.032,00	22.472,64	22.922,09	23.380,53
Brócoli	19.200,00	19.584,00	19.975,68	20.375,19	20.782,70
Coliflor	19.200,00	19.584,00	19.975,68	20.375,19	20.782,70
Espinaca	11.520,00	11.750,40	11.985,41	12.225,12	12.469,62
Acelga	11.520,00	11.750,40	11.985,41	12.225,12	12.469,62
Perejil	14.400,00	14.688,00	14.981,76	15.281,40	15.587,02
Culantro	14.400,00	14.688,00	14.981,76	15.281,40	15.587,02
Cebolla blanca	15.360,00	15.667,20	15.980,54	16.300,15	16.626,16
Rábano	11.520,00	11.750,40	11.985,41	12.225,12	12.469,62
Remolacha	33.600,00	34.272,00	34.957,44	35.656,59	36.369,72
Zanahoria	33.600,00	34.272,00	34.957,44	35.656,59	36.369,72

Nota: Tabla muestra las proyecciones la oferta para todos los 5 años del proyecto

7.2. Demanda Insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha se procede a sacar la diferencia entre la demanda efectiva y la oferta, como se muestra en la tabla siguiente:

Tabla 53
Demanda insatisfecha año

	Año 1		
	Demanda efectiva	Oferta anual	Demanda insatisfecha
Lechuga	577.149	19.200	557.949
Col verde	493.502	21.600	471.902
Col morada	607.078	21.600	585.478
Brócoli	625.393	19.200	606.193
Coliflor	575.362	19.200	556.162
Espinaca	250.604	11.520	239.084
Acelga	266.686	11.520	255.166
Perejil	272.046	14.400	257.646
Culantro	308.230	14.400	293.830
Cebolla blanca	255.518	15.360	240.158
Rábano	237.203	11.520	225.683
Remolacha	1.427.237	33.600	1.393.637
Zanahoria	1.762.269	33.600	1.728.669
Total	7.658.277	246.720	7.411.557

	Año 2		
	Demanda efectiva	Oferta anual	Demanda insatisfecha
Lechuga	585.113	19.584	565.529
Col verde	500.313	22.032	478.281
Col morada	615.456	22.032	593.424
Brócoli	634.024	19.584	614.440
Coliflor	583.302	19.584	563.718
Espinaca	254.062	11.750	242.312
Acelga	270.366	11.750	258.615
Perejil	275.800	14.688	261.112
Culantro	312.483	14.688	297.795
Cebolla blanca	259.044	15.667	243.377
Rábano	240.476	11.750	228.726
Remolacha	1.446.933	34.272	1.412.661
Zanahoria	1.786.589	34.272	1.752.317
Total	7.763.961	251.654	7.512.307

Año 3			
	Demanda efectiva	Oferta anual	Demanda insatisfecha
Lechuga	593.188	19.976	573.212
Col verde	507.217	22.473	484.744
Col morada	623.949	22.473	601.477
Brócoli	642.773	19.976	622.798
Coliflor	591.351	19.976	571.376
Espinaca	257.568	11.985	245.583
Acelga	274.097	11.985	262.112
Perejil	279.606	14.982	264.625
Culantro	316.795	14.982	301.814
Cebolla blanca	262.619	15.981	246.638
Rábano	243.795	11.985	231.809
Remolacha	1.466.901	34.957	1.431.943
Zanahoria	1.811.244	34.957	1.776.286
Total	7.871.104	256.687	7.614.417

Año 4			
	Demanda efectiva	Oferta anual	Demanda insatisfecha
Lechuga	601.374	20.375	580.999
Col verde	514.217	22.922	491.295
Col morada	632.560	22.922	609.638
Brócoli	651.644	20.375	631.268
Coliflor	599.512	20.375	579.137
Espinaca	261.123	12.225	248.898
Acelga	277.879	12.225	265.654
Perejil	283.465	15.281	268.184
Culantro	321.167	15.281	305.886
Cebolla blanca	266.243	16.300	249.943
Rábano	247.159	12.225	234.934
Remolacha	1.487.144	35.657	1.451.487
Zanahoria	1.836.239	35.657	1.800.582
Total	7.979.725	261.821	7.717.904

Año 5			
	Demanda efectiva	Oferta anual	Demanda insatisfecha
Lechuga	609.673	20.783	588.890
Col verde	521.313	23.381	497.932
Col morada	641.289	23.381	617.909
Brócoli	660.636	20.783	639.854
Coliflor	607.785	20.783	587.003
Espinaca	264.726	12.470	252.257
Acelga	281.714	12.470	269.245
Perejil	287.377	15.587	271.790
Culantro	325.599	15.587	310.012
Cebolla blanca	269.917	16.626	253.291

Rábano	250.570	12.470	238.100
Remolacha	1.507.666	36.370	1.471.297
Zanahoria	1.861.579	36.370	1.825.209
Total	8.089.846	267.058	7.822.788

Nota: Tablas muestran de demanda efectiva, la oferta anual y la demanda insatisfecha de los 5 años

7.3. Plan de Comercialización

Poner énfasis en las estrategias del marketing y la mercadotecnia es de vital importancia para ejecutar un buen plan de comercialización, ya que tiene el objetivo de lograr una mejor aceptación de la empresa y su producto en el mercado.

7.3.1. Servicio

Nombre de la empresa: “Viche verduras y algo más”

Objetivos del producto:

- Lograr que el servicio sea líder en el mercado de la ciudad de Loja.
- Conseguir fidelidad de las familias.
- Alimentar a las familias lojanas con los mejores productos.

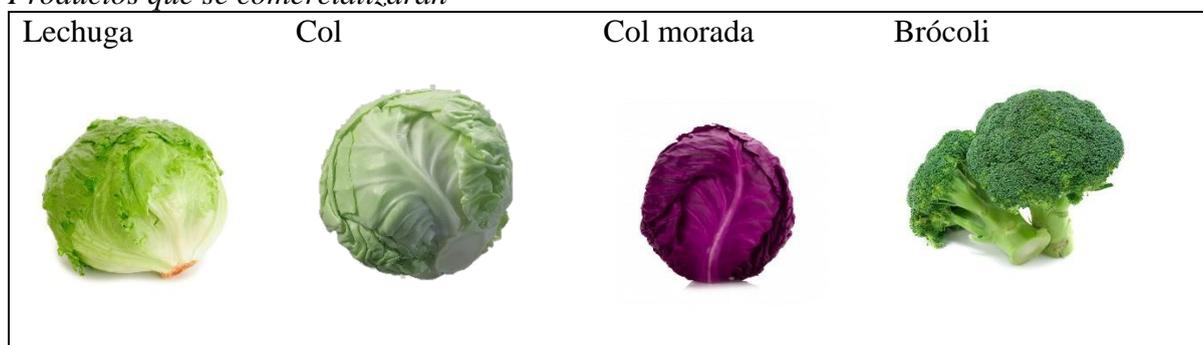
Descripción del producto.

El servicio en el cual se enfoca el proyecto, es la entrega de verduras orgánicas que van directamente del productor, a las familias de la ciudad de Loja, según la encuesta aplicada se pudo identificar en que formas, presentación y como quieren obtener información del servicio.

Los productos que se comercializarán serán

Figura 30

Productos que se comercializaran





Nota: Figura muestra todos los 13 productos que serán comercializados

Presentación del combo de verduras

Figura 31

Presentación del producto en combo; desarrollado en el programa Adobe Photoshop



Nota: Figura muestra el ejemplo de cómo sería el combo a comercializar

Características del producto

Las características con las que cuenta el servicio “VICHE VERDURAS Y ALGO MAS”

- Los productos serán entregados directamente en los hogares
- El servicio contará con trece productos como lechuga, col verde, col morada, brócoli, coliflor, espinaca, acelga, perejil, culantro, cebolla blanca, rábano, remolacha, zanahoria
- El cliente podrá elegir que productos desearía
- El cliente podrá elegir como realizar el pago ya sea en transferencia o efectivo
- Los productos serán entregados en una funda plástica ecológica

Para determinar el mercado objetivo hacia donde se direcciona el servicio, se ha visto necesario realizar un estudio de mercado a través de una encuesta aplicada a los potenciales clientes que se encuentran en la ciudad de Loja

Logo

Figura 32

Logotipo de la empresa



Nota: Figura muestra el logotipo de la empresa

Empaque

Los productos serán entregados en una funda plástica biodegradable con el logo de la empresa

Figura 33

Empaque para los productos



Nota: La figura muestra cómo será el empaque donde serán entregados todos los productos

7.3.1.1. Estrategia de diferenciación

La principal estrategia de diferenciación de “VICHE VERDURAS Y ALGO MAS” Es poder llegar a ser el servicio más reconocido por las familias de la ciudad de Loja, la estrategia principal radica en la promoción de las verduras donde se especifica y resalta que las verduras ofrecidas son orgánicas además de ser entregadas a domicilio

7.3.2. Precio

La empresa determinará el precio servicio basándose en el análisis del estudio financiero del proyecto, donde intervienen parámetros como: costos de materia prima, costo de maquinaria, gastos operativos, gastos no operativos, la capacidad de la empresa va a producir y el porcentaje de utilidad a recibir.

Para determinar el precio de venta al público (P.V.P) se consideran los costos de producción, más el margen de utilidad. También se considera el precio de la competencia con la

finalidad de tener una referencia alternativa del producto en el mercado.

7.3.3. Plaza

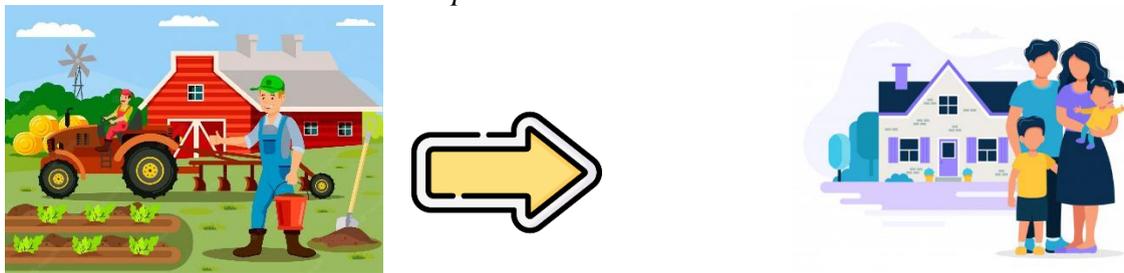
La nueva empresa estará ubicada en la parroquia de Chuquiribamba debido a que ahí se realizará el respectivo acopio de los productos, para su respectivo transporte y distribución en la ciudad de Loja

7.3.3.1. Canales de distribución.

La distribución del producto, se lo realizará a través del canal de comercialización detallista mediante el cual, el producto pasará desde el productor al consumidor final.

Figura 34

Canal de distribución de la empresa



Productores

Familias

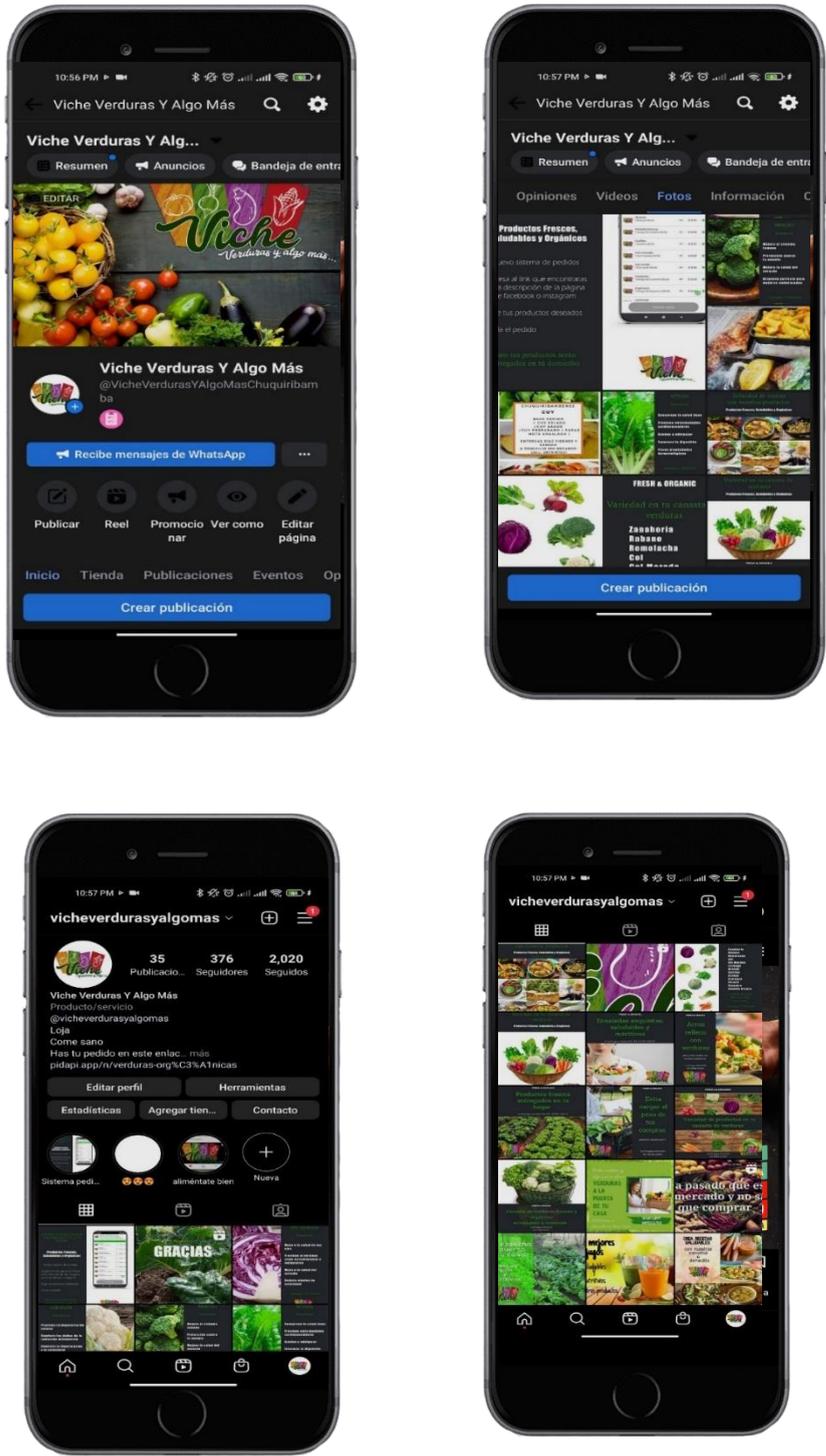
7.3.4. Promoción

El objetivo de la promoción es estimular a las familias a adquirir el servicio y lograr posicionarse en el mercado lojano, según los datos obtenidos en la encuesta, indicaron que toda la información sobre los productos, promociones, recetas, sería a través de redes sociales, especialmente en Facebook y Instagram.

7.3.5. Publicidad

La publicidad que utilizara la empresa “VICHE VERDURAS Y ALGO MAS” para poder dar a conocer los productos que ofrece, todos los beneficios y recetas que podría realizar con los mismos se los realizara por medio de Instagram y Facebook que es lo que prefieren las familias, datos que se recolecto en la encuesta.

Figura 35
Redes Sociales de la empresa



Nota: Figura muestra como están las redes sociales de a la empresa tanto en Facebook y Instagram

7.4. Estudio Técnico

El presente estudio se desarrolla con el objetivo de determinar los requerimientos necesarios para el proceso de acopio de verduras, en él se consideran los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, tamaño y localización, espacio físico y recurso humano

7.4.1. Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño se debe considerar ciertos elementos que tiene relación con la demanda existente y la tecnología disponible, sumando a esto el proceso productivo y su tiempo de duración. El tamaño del proyecto se define como la capacidad en un día, mes o año dependiendo del tipo de proyecto.

7.4.1.1. Capacidad.

La capacidad de este proyecto se basa en un vehículo que es en donde se transportara todos los productos que serán recibidos en la parroquia de Chuquiribamba y llevados a la bodega de almacenamiento en la ciudad de Loja

Para llevar los productos en el camión se usará jabas plásticas para que el producto no se estropee, por lo que la capacidad del camión es de 300 jabas

Tabla 54

Cantidad de productos en una jaba

	Cantidad en unidades	Cantidad en libras
1 jaba productos en Unidades	33.33	14.00
1 jaba productos en Tongos	33.33	10.55
1 jaba productos en Libras		33.33

Nota: Tabla muestra la cantidad de productos que iría en una jaba, está especificado tanto en unidades, tongos o libras

Como se muestra en la tabla cada jaba tiene la capacidad de almacenar ya sea 33 productos medidos en unidades, o 33 productos medidos en tongos o 33 libras por los productos medidos en libras, esto se obtuvo sacando un promedio de capacidad de cada jaba, una jaba tiene la capacidad de almacenar 30 productos que se midan en unidades, 35 productos medidos en tongos y por ultimo 35 libras para los productos medidos en libras, debido a que los datos

son parecidos se procedió sacar el promedio de capacidad de una jaba.

Tabla 55
Capacidad total del camión en libras

PRODUCTO	JABAS SEMANA	Sem. Año	JABAS AL AÑO	Capacidad Jabas	libras
Lechuga	25		1300	14,00	18.198,18
Col verde	25		1300	14,00	18.198,18
Col morada	25		1300	14,00	18.198,18
Brócoli	25		1300	14,00	18.198,18
Coliflor	25		1300	14,00	18.198,18
Espinaca	20		1040	10.55	10.976,68
Acelga	20	52	1040	10.55	10.976,68
Perejil	25		1300	10.55	13.720,85
Culantro	25		1300	10.55	13.720,85
Cebolla blanca	25		1300	10.55	13.720,85
Rábano	20		1040	10.55	10.976,68
Remolacha	20		1040	33.33	34.663,20
Zanahoria	20		1040	33.33	34.663,20
TOTAL	300		15600	33.33	234.409,89

Nota: Tabla muestra la capacidad del camión por jabas, la capacidad con la que se trabaja es la del 100% para todos los 5 años

Los datos obtenidos en esta tabla se distribuyen de la siguiente manera, en la primera columna se detalla los productos, en la segunda columna se detalla la cantidad de jabas que irían para cada producto, en la cuarta columna es el resultado de la multiplicación del número de jabas por las 52 semanas que tiene el año lo cual nos da como resultado el número de jabas destinadas en el año para cada producto, y por último en la columna final se detalla la cantidad de libras de cada producto que se movería en el año, esto es el resultado de la multiplicación del número de jabas al año por la capacidad de libras que cabría en cada jaba.

Participación en el mercado

En la siguiente tabla se demuestra la participación que se tendría en el mercado desde el año 1 hasta el año 5, esto es el resultado de la división de la capacidad de libras en el año para la demanda insatisfecha

Tabla 56*Participación en el mercado*

	Demanda Insatisfecha	Capacidad al año	Participación en el mercado
Año 1	7411557,23	234.409,89	3,16%
Año 2	7512307,06	234.409,89	3,12%
Año 3	7614416,64	234.409,89	3,08%
Año 4	7717904,13	234.409,89	3,04%
Año 5	7822787,91	234.409,89	3,00%

Nota: Tabla muestra el porcentaje de participación en el mercado

7.4.2. Localización

Es importante analizar el lugar en donde estará ubicada la empresa, ya que constituye un factor importante y primordial para obtener mayores utilidades, aumentar la producción y ahorrar recursos, además a través del análisis de los factores se plantearán la macro y micro localización óptimas para la empresa.

Factores de localización.

Constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, los factores más comunes que determina la localización son: mercadería, terreno, mercado, vías de comunicación, disponibilidad de mano de obra, transporte, servicios básicos como luz eléctrica, agua potable, teléfono, etc.

Tomando en cuenta estos factores, se ha considerado como lugar propicio para implantar la empresa, la ciudad de Loja, por considerarse un lugar estratégico, ya que en esta zona geográfica la empresa estará al alcance de quienes le proveerán y quienes comprarán el producto

7.4.2.1. Macro localización.

Es la zona geografía general en donde se instalará la empresa, con el análisis de los factores geográficos, climáticos, culturales y económicos que anteceden, se concluye que la localización óptima de la planta para que tenga mayor rentabilidad y permita satisfacer concretamente el mercado estará ubicada en un lugar estratégico.

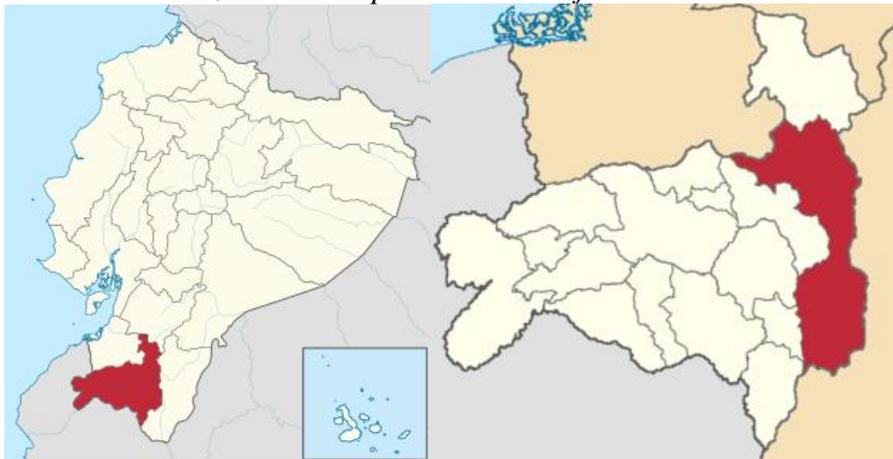
Es así que la empresa se ubicará en el país Ecuador, en la región Sur perteneciente a

la Zona 7 provincia de Loja, ciudad de Loja, debido a que cuenta con la infraestructura necesaria para respaldar la instalación.

- **País:** Ecuador
- **Región:** Sur
- **Provincia:** Loja
- **Cantón:** Loja

Figura 36

Macro localización de la provincia de Loja



Nota: Figura muestra la macro localización de la provincia de Loja,

7.4.2.2. Micro localización.

Es el lugar exacto dentro de la macro zona en donde se ubicará definitivamente la empresa. Una vez analizados todos los factores, se concluye que la empresa estará ubicada, en El barrio Época, en las calles Dinamarca y Bulgaria por cuanto se dispone de toda la infraestructura básica que hace posible el desarrollo de las actividades productivas de la empresa además que es de fácil acceso.

Figura 37

Ubicación exacta de la empresa



Nota: Figura muestra la ubicación exacta donde se instalaría la empresa

7.4.3. Ingeniería del proyecto

Realizar el estudio de ingeniería (a nivel de pre factibilidad), dentro del programa de elaboración del proyecto, permite analizar todos los aspectos fundamentales como son: materias primas, mano de obra, insumos, maquinaria, equipo y herramientas. Además, se diseña la infraestructura física de la planta, proceso productivo, diseño del producto y el flujograma de procesos.

7.4.3.1. Requerimientos para el funcionamiento de la empresa.

Se refiere a los recursos tecnológicos, materiales, y humanos que la empresa requiere para desarrollar sus actividades. Todos los recursos que se enumeran a continuación se encuentran en el mercado nacional y local, por lo que no será necesario importarlos.

Maquinaria y Equipo

Son todas las máquinas y equipos destinados al proceso de producción.

Tabla 57

Ficha técnica equipo de refrigeración

Mesa de malla



Cantidad: 1

Marca: American

Modelo: fsa323

Precio: \$770

Nota: Tabla muestra ficha técnica de equipo de refrigeración.

Tabla 58

Ficha técnica mesa de malla

Mesa de malla



Cantidad: 4

Dimensiones: 3m x 5m

Mesa metálica fabricada en acero tubo de 2 pulgadas, mesa fabricada en Angulo, malla rombo, puntura electro estática

Precio: \$170

Nota: Tabla muestra ficha técnica de las mesas de malla

Tabla 59

Ficha técnica tanques de lavado

Mesa de malla



Cantidad: 1

Dimensiones: 3m x 5m

Tanque metálico fabricada en acero

Precio: \$650

Nota: Tabla muestra ficha técnica de tanques de lavado

Tabla 60

Ficha técnica mesa transportadora de rodillos

Mesa de malla



Cantidad: 3

Dimensiones del paquete: 60 x 18 x 6 pulgadas

Número de modelo del producto: URS19G-15-6-5

Fabricante: Ultimotion

Precio: \$420

Nota: Tabla muestra ficha técnica de mesa transportadora de rodillos

Tabla 61

Ficha técnica balanza industrial

Balanza industrial



Cantidad: 2

Fabricante: Camry

Capacidad máxima: 300 kilos o 660 libras

Plataforma: De aluminio grande de 60 x 45 cm con capa protectora de carga.

Barras de protección de brazo y visor

Precio: \$125

Nota: Tabla muestra ficha técnica de balanza industrial

Muebles y Enseres

Son todos aquellos bienes que son indispensables para poder adecuar cada una de las áreas donde se realizarán las actividades productivas de la empresa. Se refiere a todo el mobiliario que utiliza la empresa para realizar sus actividades como, por ejemplo, estanterías, escritorios, sillas, mobiliarios para salas de juntas, perchas, etc.

Tabla 62 **Ficha técnica de escritorio**

escritorio



Cantidad: 2

Madera industrial enchapada en laminado de alta presión - Lamina ColdRolled
Medidas en cm

Ancho:150 Alto:73 Profundo:150

Precio: \$190

Nota: Tabla muestra ficha técnica de escritorio

Tabla 63

Ficha técnica de sillón

Sillon



Cantidad: 2

Marca: Yaheetech

Categoría: Kitchen & Dining Features

Alto: 38.19 Pulgadas

Ancho: 20.00 Pulgadas

Largo: 20.70 Pulgadas

Precio: \$90

Nota: Tabla muestra ficha técnica de sillón

Tabla 64

Ficha técnica de silla

silla



Cantidad: 2

Silla fija tapizada en tela + estructura metálica.

Categorías: sillas fijas

Etiquetas: ejecutiva

Precio: \$14

Nota: Tabla muestra ficha técnica de sillas

Equipo de oficina

Tabla 65

Ficha técnica de celular

celular



Cantidad: 1

Marca: Xiaomi

Modelo: redmi note 9

Ram: 4G

Tamaño de pantalla: 6.5"

Procesador: MediaTek Helio G80 octa-core 2GHz

Precio: \$200

Nota: Tabla muestra ficha técnica de teléfono celular

Tabla 66

Ficha técnica de calculadora

calculadora



Cantidad: 1

Marca: Mr. Pen

Tipo de calculadora: Standard Function

Tamaño: 5.7 x 4.7 pulgadas

Pantalla grande de 12 dígitos.

Precio: \$10

Nota: Tabla muestra ficha técnica de calculadora

Tabla 67

Ficha técnica de computadora

computadora



Cantidad: 2

Marca: Dell

Procesador: Core i5

Memoria ram: 12 GB

Tamaño de Pantalla: 15"

Precio: \$500

Nota: Tabla muestra ficha técnica de computadora

Tabla 68

Ficha técnica de impresora

impresora



Cantidad: 1

Marca: Epson

Tecnología de impresión: Inyección de tinta

Resolución máxima: 5760 x 1440 DPI

ISO tamaño de serie A (A0...A9) A4, A5, A6

Precio: \$180

Nota: Tabla muestra ficha técnica de impresora

Tabla 69*Ficha técnica de regulador*

regulador

**Cantidad:** 2**Marca:** Forza**REGULADOR DE VOLTAJE FVR-1200B****FORZA 1200VA/600W 120V 8 TOMAS****Precio:** \$100*Nota:* Tabla muestra ficha técnica regulador**Materiales indirectos****Tabla 70***Ficha técnica de funda pastica*

paquete funda plastica

**Cantidad:** 50

Paquetes de 500 unidades.

Dimensiones: 29X36 pulgadas**Precio:** \$8*Nota:* Tabla muestra ficha técnica de fundas plásticas**Tabla 71***Ficha técnica de jaba de plástico*

jaba de plastico

**Cantidad:** 240**Largo:** 60.2cm**Ancho:** 40.2cm**Alto:** 21.2cm**Diámetro:** cm**Capacidad:** 34.3Lts**Categoría:** Industrial**Precio:** 6*Nota:* Tabla muestra ficha técnica de jabas de plástico**Vehículo****Tabla 72***Ficha técnica de Vehículo*

Paquete funda plastica

**Cantidad:** 1**Marca:** Chevrolet**Motor:** Turbo intercooler**Capacidad:** 3.5 Toneladas**Desempeño:** 4 175MM de distancia entre ejes

148 HP de potencia

Precio: \$20 000*Nota:* Tabla muestra ficha técnica de vehículo

Útiles de oficina

Tabla 73

Ficha técnica de útiles de oficina

Descripción	Cantidad	Precio	
Caja grapas	1	\$0.80	
Esferos	5	\$0.25	
Resma de hojas A4	2	\$3.50	
Borrador	2	\$0.10	
Corrector	1	\$1.25	
Caja de clips	1	\$0.85	
Carpetas archivadoras	2	\$3.00	
Grapadoras	1	\$2.25	
Perforadoras	1	\$2.30	

Nota: Tabla muestra ficha técnica de útiles oficina

Indumentaria de trabajo

Tabla 74

Ficha técnica de indumentaria

Descripción	Cantidad	Precio	
Guantes	8	\$1.50	
Delantales	4	\$5.00	
Caja mascarilla	1	\$2.50	
Botas	4	\$7	

Nota: Tabla muestra ficha técnica de indumentaria de trabajo

Equipo de seguridad

Tabla 75

Ficha técnica de implementos de seguridad

Descripción	Cantidad	Precio	
Letreros preventivos e informativos	10	\$5,00	
Extintor	1	\$40,00	

Luces de emergencia	2	\$15,00	
Botiquín de primeros auxilios	2	\$20,00	

Nota: Tabla muestra ficha técnica de implementos de seguridad

Útiles de aseo

Tabla 76
Ficha técnica Útiles aseo

Descripción	Cantidad	Precio	
Escoba	3	\$2.00	
Trapeador	4	\$2.00	
Recogedor basura	2	\$2.50	
Franela	5	\$1.00	
Tacho basura	3	\$3.00	

Nota: Tabla muestra ficha técnica de útiles de aseo

7.4.3.2. Talento Humano

La fuerza humana es uno de los recursos más importantes de una organización, ya que influyen positivamente en el rendimiento empresarial y productivo. El personal que labore en la empresa debe estar altamente capacitado en su área de trabajo.

Área de producción:

- **Jefe de acopio (1):** Tiene como responsabilidad principal planificar, organizar, dar seguimiento y controlar las actividades del proceso de acopio, como también del control de obreros.
- **Obreros (2):** Realizar labores de acopio, se encarga de distribuir de buena manera los productos, limpieza y secado de los mismos.

Área administrativa:

- **Gerente (1):** Se encarga de planificar, organizar, dirigir, y controlar las actividades y al personal de la empresa, realiza la gestión empresarial.
- **Secretaria-Contadora (1):** Coadyuvar con la dirección en la planificación y organización de las actividades administrativas, cumplir con demás disposiciones de la gerencia. Encargada de llevar a la contabilidad de la empresa.

Área de ventas:

- **Chofer - Vendedor (2):** Realizar las actividades en referencia a las ventas, entrega y/o despacho del producto.

El personal requerido es de 6 personas, para realizar las actividades productivas de la empresa “Viche verduras y algo más Cía. Ltda.”.

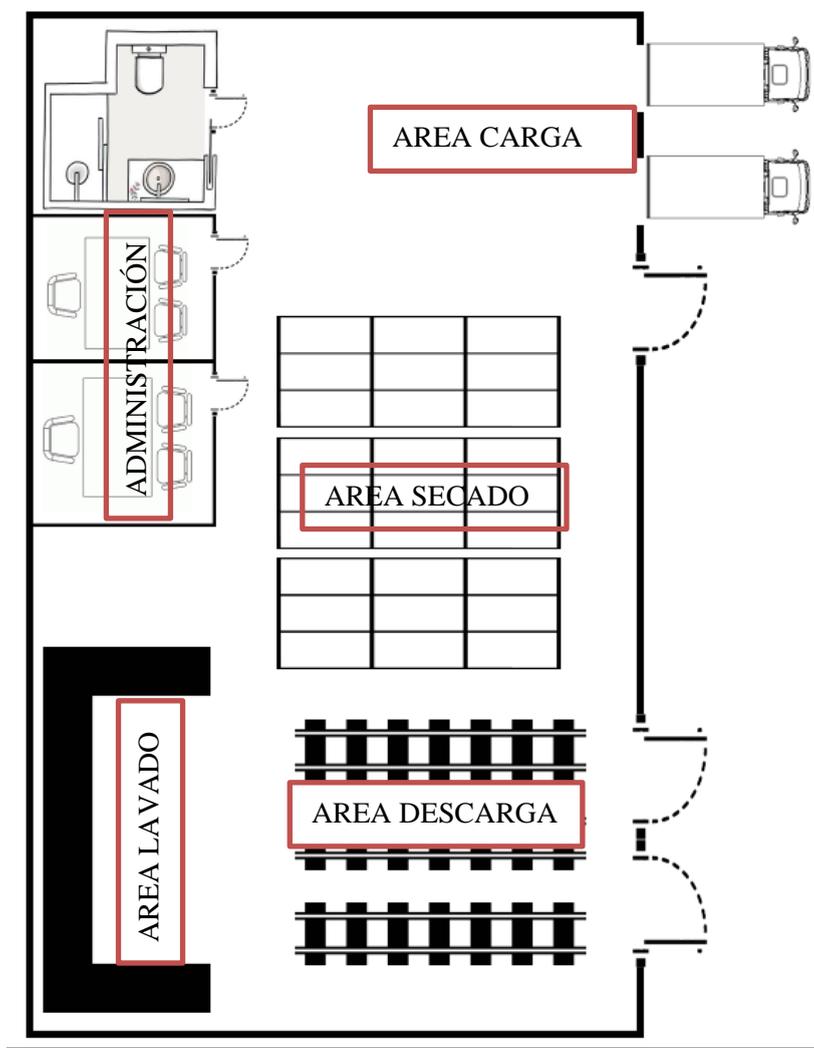
7.4.4. Infraestructura física

Dentro de los aspectos de ingeniería del proyecto, se considera a la infraestructura como el área o espacio físico donde la empresa operará.

7.4.4.1. Distribución física de la planta.

La planta de la nueva empresa está distribuida de tal manera que permita el desarrollo de todas las actividades con fluidez y sin demoras.

Figura 38 **Diseño de la planta; desarrollado en adobe Photoshop.**



Nota: Figura muestra la distribución de la planta de la empresa

Tabla 77*Distribución de la planta*

Áreas	Metros
Área de acopio	115m ²
Área administrativa	35 m ²
Baño	30 m ²
Bodega y área de descarga	20 m ²
Total	200 m²

Nota: Tabla muestra la distribución de la planta en metros cuadrados

7.4.5. Proceso de acopio

Son las fases por las cuales debe pasar todos los productos, mediante la utilización de equipo, herramientas y mano de obra.

7.4.5.1. Descripción del proceso acopio.

1 Recepción de productos

Se recepta todos los productos traídos por los productores de la localidad, 60 min.

2 Inspección de productos

Al momento de receptar los productos, se procede a una inspección para ver el estado de las mismas, 10 min

3 Separado de productos

Se procede a clasificarlos según su forma de medida, ya sea unidades, tongos o libras, 30 min

4 Colocación de productos en bandejas

Colocar los productos en bandejas para después colocarlas en el camión de carga; 30 min

5 Carga de productos en camiones

Una vez los productos se hayan colocado en las bandejas se procede a cargar los productos en el camión para después ser transportados a la ciudad de Loja, 30 min

7.4.5.2. Flujo de procesos.

Es la representación gráfica de las actividades que se llevan a cabo en el proceso de acopio, con el tiempo respectivo.

Tabla 78
Distribución de la planta

			
		“Viche verduras y algo más”	
		Operación: Acopio	Hoja N°: 1
		Producto: Varias legumbres	Diseñado por: Lenin Vladimir Curipoma Tene
		Autorizado por: Gerencia	Tiempo empleado: 160 minutos
N°	Tiempo empleado por lote (minutos)	Simbología del proceso productivo	
		     	Actividad
1	60		Recepción de productos
2	10		Inspección de productos
3	30		Separado de productos
4	30		Colocación de productos en bandejas
5	30		Carga de productos en camión
Total	160		

Nota: Tabla muestra ficha técnica de útiles de aseo

7.4.6. Proceso de Distribución

Son las fases por las cuales debe pasar todos los productos, para armarlos en combos según deseen los clientes mediante la utilización de equipo, herramientas y mano de obra.

7.4.6.1. Descripción del proceso de acopio.

1 Descarga y recepción de productos

Se receipta todos los productos traídos de la parroquia Chuquiribamba, 30 min

2 Clasificación de verduras

Organizar las jabas en áreas designadas según el tipo de verdura, 30 min

3 Limpieza de verduras

Lavar y desinfectar cada verdura minuciosamente para garantizar la seguridad alimentaria, 30 min

4 Inspección de productos

Inspeccionar visualmente las verduras para detectar posibles daños durante el transporte, 10 min

5 Almacenamiento temporal y registro

Organizar las jabas de verduras preparadas en las cámaras de almacenamiento con etiquetas claras, 20 min

6 Planificación de ruta

El Courier organiza la ruta por donde deberá movilizarse para la entrega de los productos; 5 min

7 Empacado y etiquetado

Seleccionar las verduras adecuadas según los pedidos individuales, Empacar cada pedido en una funda grande resistente y segura, Etiquetar cada funda con información detallada del cliente y el contenido; 30 min

8 Carga de productos al camión

Cargar las fundas de manera organizada en el camión de reparto; 30 min

9 Ruta de entrega

Utilizar tecnología de navegación para seguir una ruta preestablecida y optimizada, Evitar retrasos y mantener la calidad de las verduras durante el transporte; 180 min

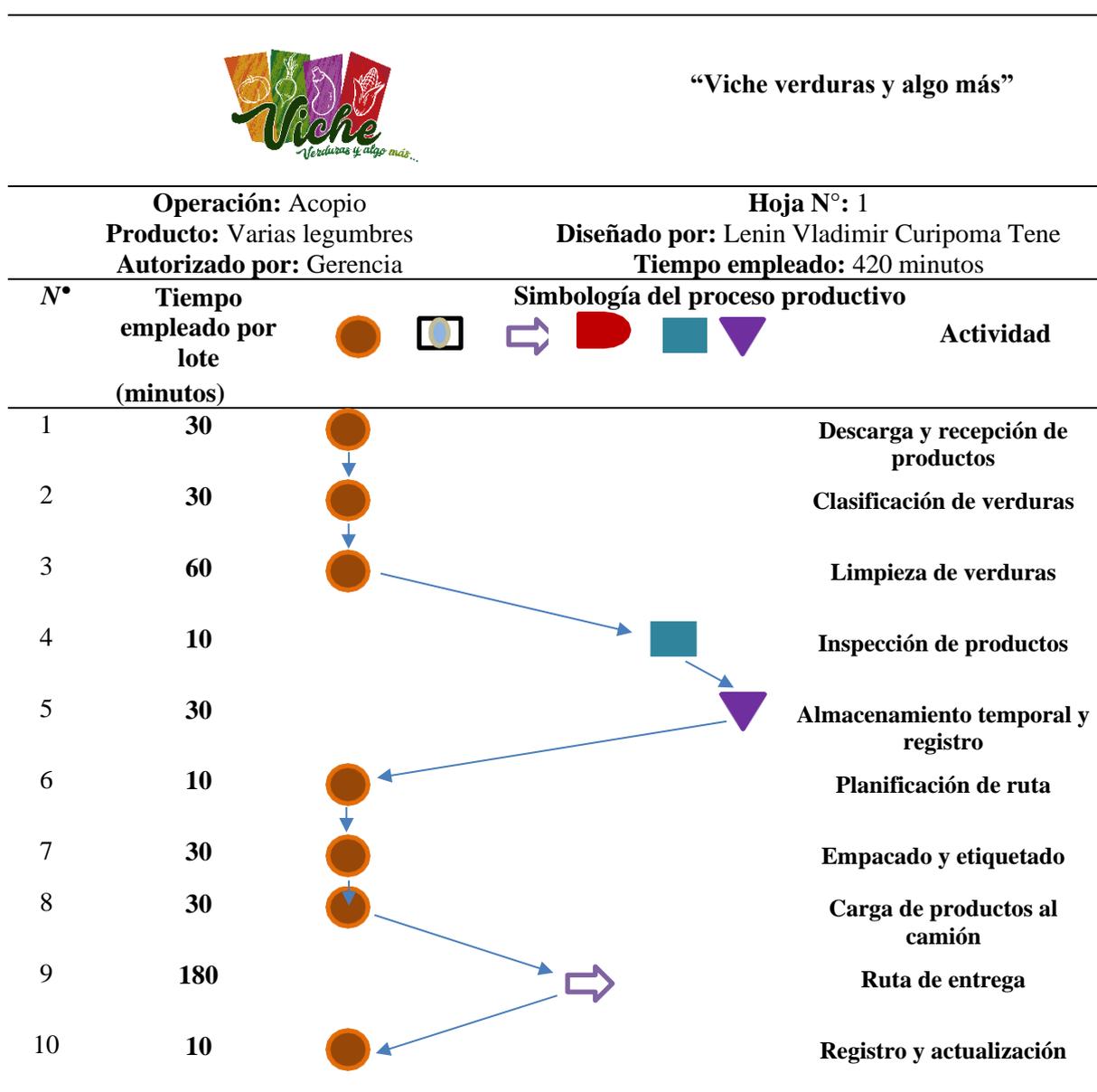
10 Registro y actualización

Registrar cada entrega completada, incluyendo fecha, hora y detalles, Actualizar el inventario en tiempo real para reflejar las entregas realizadas; 10 min

7.4.7. Flujo de procesos.

Es la representación gráfica de las actividades que se llevan a cabo en el proceso de distribución, con el tiempo respectivo.

Tabla 79
Diagrama de Flujo del proceso de distribución



Nota: Tabla muestra diagrama de flujo de proceso de distribución

7.5. Estudio Legal y Administrativo

El presente estudio permite conocer el proceso jurídico, legal y administrativo por el cual se debe pasar la empresa para su constitución y de esta manera establecer la organización administrativa y su filosofía empresarial.

7.5.1. *Diseño Organizacional*

7.5.1.1. Organización Jurídica.

El objeto del Acuerdo es regular el régimen de contratación de trabajadores aplicable a los nuevos emprendimientos de conformidad con lo establecido en el artículo 44 de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, cuya finalidad es incentivar la generación de empleo y la formalización del trabajo en los emprendimientos bajo condiciones justas y equitativas para sus partes, permitiendo el impulso económico y productivo del país. El ámbito de aplicación de estas normas es para todos los empleadores que consten en el Registro Nacional de Emprendimiento (RNE) y que celebren contratos de trabajo de emprendimiento con su personal. Con la finalidad de garantizar la estabilidad laboral, los empleadores que requieran aplicar esta modalidad contractual, lo podrán hacer exclusivamente para nuevas contrataciones. (Pérez, 2020)

7.5.1.2. Organización Legal.

El contrato de emprendimiento deberá celebrarse por escrito y contendrá, además de los requisitos establecidos en el artículo 21 del Código del Trabajo; el tipo de jornada pactada, el horario en que será ejecutada la labor por el trabajador, la indicación expresa del emprendimiento cuyo desarrollo se pretende, el plazo previsto por el empleador para cumplir exitosamente con el emprendimiento; y, las actividades que serán desarrolladas por el trabajador. El trabajador podrá prestar sus servicios para otro empleador y modalidad contractual, durante la vigencia del contrato de emprendimiento siempre que las modalidades contractuales adoptadas sean compatibles entre sí. (Pérez, 2020)

Requisitos

- **Razón social:** Esta empresa estará constituida jurídicamente como Compañía de Responsabilidad y su razón social será: “Viche verduras y algo mas Cía. Ltda.”.
- **Objeto:** El objeto principal de la compañía será el acopio y comercialización.
- **Domicilio:** La empresa estará ubicada en la parroquia de Chuquiribamba.
- **Nacionalidad:** La compañía será de nacionalidad ecuatoriana, por lo tanto, está sujeta a las leyes vigentes en el Ecuador y a los estatutos que se elaboren.
- **Duración:** El plazo de duración de esta empresa es de cinco años a partir de la fecha de su inscripción en el registro mercantil.
- **Capital:** En base a la necesidad de inversión del proyecto, establecerán el monto por un lado con crédito bancario y otro con capital propio.

Acta constitutiva de la empresa

En la parroquia de Loja a los 20 días del mes de septiembre del 2023, por propia iniciativa y con el asesoramiento del Dr. Vinicio Medina, asiste el señor: Lenin Vladimir Curipoma Tene, mayor de edad, con cédula de ciudadanía 1105796799 y de estado civil soltero; quien libre y voluntariamente y con todos sus derechos ha decidido realizar el emprendimiento “Viche verduras y algo más”, con fines de lucro, la que tendrá por objeto el acopio y comercialización de verduras en la parroquia de Chuquiribamba de la ciudad de Loja de la provincia de Loja.

CONTRATO DE EMPRENDIMIENTO

Art. 1.- Objeto.- El presente Acuerdo Ministerial tiene por objeto expedir las directrices que regulen el régimen especial de contratación de trabajadores aplicable a los nuevos emprendimientos de conformidad con lo establecido en el artículo 44 de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, cuya finalidad es incentivar la generación de empleo y la formalización del trabajo en los emprendimientos bajo condiciones justas y equitativas para sus partes, permitiendo el impulso

económico y productivo del país.

Art. 2.- **Ámbito.** - En apego a los derechos contenidos en el ordenamiento jurídico, podrán acogerse a las disposiciones de la presente norma, todos los empleadores que consten en el Registro Nacional de Emprendimiento (RNE) y que celebren contratos de trabajo de emprendimiento con su personal.

Art. 3.- **Del contrato de emprendimiento.** - Es aquel contrato de trabajo celebrado entre un empleador inscrito en el Registro Nacional de Emprendimiento (RNE) y un trabajador que prestará sus servicios bajo relación de dependencia para el emprendimiento. De conformidad con lo establecido en el artículo 44 de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, el contrato de trabajo emprendedor podrá celebrarse por jornada completa o jornada parcial, atendiendo a las necesidades del emprendimiento.

Art. 4.- **Del contrato y su registro.** - El contrato de emprendimiento deberá celebrarse por escrito y contendrá, además de los requisitos establecidos en el artículo 21 del Código del Trabajo; el tipo de jornada pactada, el horario en que será ejecutada la labor por el trabajador, la indicación expresa del emprendimiento cuyo desarrollo se pretende, el plazo previsto por el empleador para cumplir exitosamente con el emprendimiento; y, las actividades que serán desarrolladas por el trabajador. Una vez suscrito el contrato de emprendimiento, este deberá ser registrado por el empleador en el Sistema Único de Trabajo (SUT) dentro del término de quince (15) días contados a partir de su suscripción junto con el certificado emitido por el Registro Nacional de Emprendimiento (RNE). La información registrada en el Sistema Único de Trabajo (SUT) será responsabilidad exclusiva del empleador.

Art. 5.- **De la duración del contrato de emprendimiento.** - La duración del contrato de emprendimiento será de un (1) año, dentro del cual se podrá acordar un período de prueba de hasta noventa (90) días en la primera contratación; y, podrá ser renovado de común acuerdo por las partes hasta por el plazo en el cual este vigente la certificación del Registro Nacional de Emprendimiento (RNE).

Al finalizar el último plazo acordado, el contrato terminará de pleno derecho, salvo que las partes de manera tácita o expresa acuerden continuar con la relación laboral, en cuyo caso se entenderá a partir de ese momento, para todos los efectos legales, como un contrato de trabajo indefinido. El contrato

indefinido mantendrá las condiciones establecidas en los términos de la contratación inicial.

Art. 6.- De la jornada. - De acuerdo con las necesidades de los sectores productivos, las jornadas de trabajo se ejecutarán en jornada parcial u ordinaria con un máximo de cuarenta (40) horas semanales las cuales podrán ser distribuidas hasta en seis (6) días a la semana. El descanso semanal será al menos veinticuatro (24) horas consecutivas. El trabajador tendrá derecho a un tiempo de descanso cada cuatro (4) horas de trabajo continuo, las horas que excedan de la jornada pactada se pagarán con sujeción a lo determinado en el artículo 55 del Código del Trabajo. Si las actividades desarrolladas por los sectores productivos requieren la prestación de servicios ininterrumpidos para atender las necesidades que satisfacen, las partes del contrato productivo podrán pactar jornadas consecutivas de trabajo, las cuales no podrán exceder de veinte (20) días de trabajo consecutivos.

Las jornadas consecutivas de trabajo se podrán ejecutar durante los siete (7) días de la semana, en jornadas diarias de hasta ocho (8) horas, las cuales serán distribuidas en función de las necesidades de la actividad productiva. Los días de descanso forzoso acumulados serán calculados en razón de cuarenta y ocho (48) horas de descanso por cada cinco (5) días trabajados, en el caso de que las labores se ejecuten en jornadas diarias de ocho (8) horas, o su parte proporcional si la jornada fuere menor; y serán concedidos al trabajador de manera acumulada.

Las partes podrán convenir el incremento de horas de la jornada diaria de trabajo, a cambio de que se otorgue al trabajador más días de descanso, para compensar tales horas adicionales, pero en ningún caso la jornada excederá de doce (12) horas al día. Si se llegare a exceder el número de horas de trabajo o laborar durante los días que corresponda a descansos forzosos acumulados, se estará a lo dispuesto en el artículo 55 del Código de Trabajo.

Las jornadas señaladas en este artículo, no tendrán recargos siempre que estén dentro de los límites aquí establecidos.

Art. 7.- De la jornada diurna. - De conformidad con el artículo 49 del Código del Trabajo, en este tipo de contrato si más del cincuenta por ciento (50%) de la jornada diaria de trabajo se ejecutare entre las 6H00 y 19H00, se considerará toda la jornada como diurna. Art. 8.- Del cómputo de la jornada.- De conformidad con el artículo 61 del Código del Trabajo, para el cómputo de horas de trabajo diario, se considerarán las horas efectivas laboradas en cada jornada, esto es, aquellas en las que el trabajador

está en cumplimiento de las funciones propias del servicio para el que ha sido contratado, según conste definido en el contrato individual o en el Reglamento Interno del empleador; sin considerar el tiempo libre, de alimentación o de descanso, que disponga el trabajador durante la jornada, aun cuando permanezca en las instalaciones del empleador. Las jornadas consecutivas de trabajo deberán registrarse ante el ente rector del trabajo.

Art. 9.- De la remuneración. - La remuneración que perciba el trabajador bajo el contrato de emprendimiento, no podrá ser menor al salario básico o los salarios sectoriales determinados para jornada completa ordinaria o su proporcional para jornada parcial, conforme lo dispuesto en el Código del Trabajo.

Se podrá estipular el pago de la remuneración por horas o días, si las labores del trabajador fueran discontinuas, por eventos, periódicas o estacionales; y, por semanas o mensualidades, si se tratare de labores estables y continuas. Las aportaciones a la seguridad social y demás beneficios de ley se pagarán sobre la jornada y remuneración acordada con el trabajador, y el pago de la decimocuarta remuneración y la participación de utilidades, debe hacerse en proporción al tiempo efectivamente trabajado.

Art. 10.- De las vacaciones.- En atención a la especial relación de trabajo derivada de esta modalidad contractual, los días de descanso acumulados concedidos al trabajador que superen el número de días de descanso forzoso o de compensación, serán imputables al período de días de vacación anual a que tiene derecho cada trabajador de conformidad con el artículo 69 del Código del Trabajo; esto sin perjuicio del derecho que tiene el trabajador de recibir la remuneración completa por el período de vacaciones.

En caso de que el trabajador mantenga días del período de vacación que no hayan sido gozados, tendrá derecho al pago de estos días por parte del empleador.

Art. 11.- De la vivienda, alimentación y transporte. - Cuando las características geográficas en que se ejecutan las actividades del emprendimiento, impidan la libre movilidad de los trabajadores hacia su lugar de residencia, el empleador deberá proporcionar vivienda, alimentación y transporte a los trabajadores mientras se encuentran en períodos de trabajo; las cuales se considerarán como beneficios de orden social cuyo goce concluirá junto con la relación laboral.

Art. 12.- De la terminación de la relación laboral. - La relación laboral del contrato productivo terminará una vez concluido el plazo, la labor, el servicio o actividad a realizarse para la que fue contratado el trabajador, sin necesidad de que opere cualquier otra formalidad. A este tipo de contratos se le aplicarán las causales de visto bueno determinadas en los artículos 172 y 173 del Código del Trabajo, así como también las causales de terminación de contrato establecidas en el artículo 169 del Código del Trabajo.

Si la terminación de la relación laboral se da por decisión unilateral del empleador antes del plazo convenido, el trabajador tendrá derecho al pago de la indemnización prevista en el artículo 188 del Código de Trabajo.

Art. 13.- Del control. - El Ministerio del Trabajo realizará los controles y verificaciones necesarias para precautelar el cumplimiento de los derechos de las partes de la relación laboral y la ley.

DISPOSICIÓN GENERAL

PRIMERA. - En todo lo que no estuviere previsto en el presente Acuerdo Ministerial, se estará a lo dispuesto por la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, el Código del Trabajo, los Convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) ratificados por el Ecuador y demás normativa aplicable.

SEGUNDA. - Con la finalidad de garantizar la estabilidad laboral, los empleadores que requieran aplicar el presente Acuerdo Ministerial, lo podrán hacer exclusivamente para nuevas contrataciones.

TERCERA. - El trabajador podrá prestar sus servicios para otro empleador y modalidad contractual, durante la vigencia del contrato de emprendimiento siempre que las modalidades contractuales adoptadas sean compatibles entre sí.

DISPOSICIÓN FINAL

ÚNICA. - El presente Acuerdo Ministerial entrará en vigencia a partir de la fecha de su suscripción, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial

7.5.2. Organización Administrativa

La organización administrativa es una estructura que asigna las funciones y responsabilidades que tiene que cumplir cada miembro dentro de la empresa para alcanzar los objetivos propuestos.

7.5.2.1. Niveles jerárquicos.

Los niveles jerárquicos ayudan a delimitar el grado de autoridad y responsabilidad de cada una de las unidades internas. La empresa se organizará contando con todos los niveles jerárquicos que determina la administración científica:

- **Nivel Legislativo:** Representa el primer nivel de autoridad de la empresa lo constituye la Junta General, quienes serán el máximo organismo de control de la empresa.
- **Nivel Ejecutivo:** Es el segundo nivel de autoridad y lo constituye el gerente, será el responsable del manejo de la organización, su función consistirá en hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo.
- **Nivel Auxiliar:** Este nivel lo integra la secretaria-contadora, la cual servirá de apoyo a los demás niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.
- **Nivel Operativo:** Está integrado por el departamento de acopio y ventas, quienes serán los responsables directos de ejecutar las actividades básicas de la empresa.

Tabla 80*Cuadro orgánico de cargos de la empresa*

N°	Nómina del Cargo	Nivel Jerárquico
1	Gerente	Ejecutivo
2	Secretaria-Contadora	Auxiliar
3	Vendedor-Chofer	Operativo
4	Operario 1	Operativo
5	Operario 2	Operativo

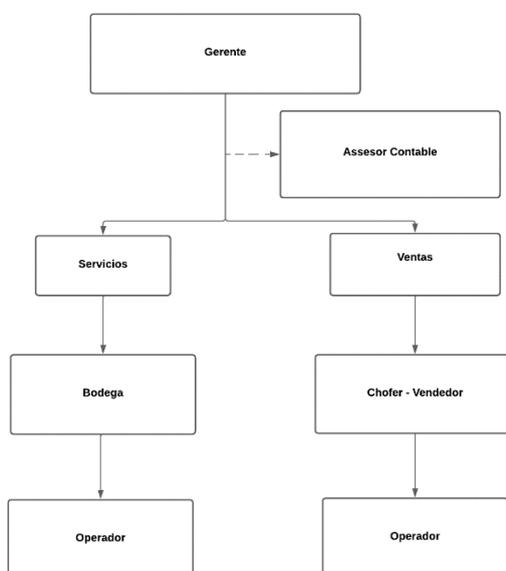
Nota. Organización de Cargos de la empresa

7.5.2.2. Organigramas.

El emprendimiento “Viche verduras y algo más” contará con un organigrama estructural, funcional y de posición en donde se describirán los niveles jerárquicos de cada uno de los miembros de la organización.

7.5.2.2.1. Organigrama Estructural.

Consiste en la representación gráfica de la estructura administrativa de la empresa refleja la división de las funciones, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad, los canales de comunicación y la naturaleza lineal de cada departamento.

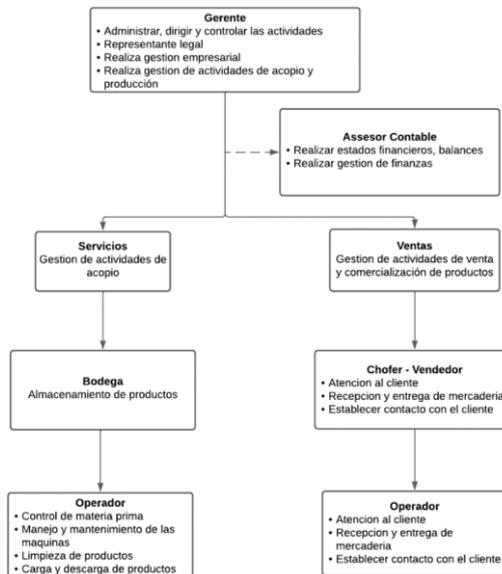
Figura 39*Organigrama estructural de la empresa*

Nota. Figura muestra la estructura organizacional del emprendimiento

7.5.2.2.2. Organigrama Funcional.

Se representa gráficamente las funciones que deben desempeñar cada uno de los departamentos o unidades administrativas de la empresa.

Figura 40
Organigrama funcional



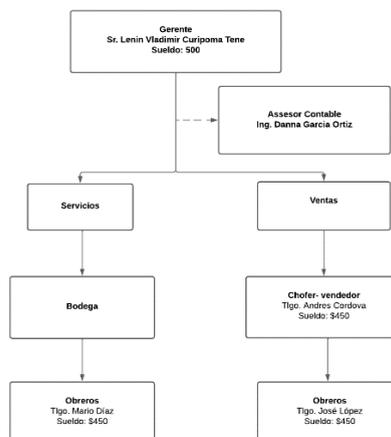
Nota. Figura muestra la estructura funcional de la empresa

7.5.2.2.3. Organigrama Posicional.

En este organigrama se detallan aspectos como: distribución, cargo, denominación y el sueldo que perciben los trabajadores de la empresa.

Figura 41

Organigrama Posicional de la empresa



Nota. Figura muestra el organigrama posicional

7.5.3. Filosofía Empresarial

La filosofía empresarial define las prácticas, comportamientos y modos de trabajo que utilizará la empresa para alcanzar sus objetivos propuestos.

A continuación, se describen los elementos de la parte interna de la empresa:

7.5.3.1. Misión.

La empresa tiene como misión el acopio de verduras en la parroquia de Chuquiribamba y su comercialización en la ciudad de Loja, ofreciendo a la ciudadanía un buen servicio de calidad.

7.5.3.2. Visión.

Para el 2026, la empresa “Viche verduras y algo más Cía. Ltda.” pretende ser líder en acopio y comercialización de verduras, siendo una empresa competitiva y eficiente a nivel nacional.

7.5.3.3. Valores.

La empresa sustenta su accionar en los siguientes valores:

- **Responsabilidad:** Cumplir con las obligaciones y tareas, mediante la superación y compromiso.
- **Honestidad:** Comportarse y expresarse con coherencia y sinceridad, de manera que mejore el desempeño del grupo.
- **Compromiso:** Colaborar con el logro de los objetivos y metas de la empresa.
- **Confianza:** Creer absolutamente en los valores y principios morales de los operarios.
- **Perseverancia:** Cumplimiento continuo del principio de mejoramiento.
- **Equidad:** Tener en cuenta el aporte individual del personal productivo y administrativo, con una remuneración equitativa dando satisfacción al personal y a la empresa.

7.5.3.4. Políticas.

La empresa adopta los siguientes compromisos que conforman su política integrada de calidad y medio ambiente:

- El horario laboral para todos los trabajadores será de 8 horas desde las 08H00 a.m. hasta las 17:H00 p.m., con una hora de receso.
- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes en sus llamadas, solicitudes y reclamos.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- Los operarios deberán portar el uniforme durante el horario de trabajo.
- Los operarios deberán asistir a un curso de capacitación al momento de ser contratados.
- Evitar los alimentos en horarios laborales.
- Se prohíbe el uso del teléfono con fines de entretenimiento en horarios de trabajo.
- Promover iniciativas de diálogo, promoción de la justicia, igualdad de oportunidades y actuación ética basada en el respeto por el individuo y sus derechos y no discriminación.

7.5.4. Manual de Funciones

Constituye toda la información respecto a las tareas que deben cumplir cada persona en su puesto de trabajo y unidad administrativa, con el fin de obtener una mejor selección de personal para los diferentes cargos y sus respectivas funciones.

Las partes que integran los manuales de funciones son las siguientes:

- Código
- Título del cargo
- Naturaleza del puesto

- Funciones
- Características
- Requisitos

Los manuales de funciones que se presentan a continuación, rigen la vida operativa de la y son de estricto cumplimiento del personal. En ellos se incluye la guía para los siguientes puestos de trabajo:

Tabla 81
Clasificación de puestos de la empresa

Puestos	Código
Gerente	A001
Secretaria Contadora	A002
Jefe de Ventas	A003
Obreros	A004
Chofer-Vendedor	A005

Nota. Clasificación de puestos de la empresa

Tabla 82

Manual de Funciones del Gerente de la empresa

EMPRESA “VICHE VERURAS Y ALGO MAS”

MANUAL DE FUNCIONES **CÓDIGO:** A001

TÍTULO DEL CARGO: Gerente

JEFE INMEDIATO:



NIVEL: Ejecutivo

SUBORDINADOS: Todo el personal

NATURALEZA DEL PUESTO: Planificar, organizar, dirigir y coordinar el funcionamiento y desarrollo de la empresa, en concordancia con los objetivos, políticas y metas establecidas por la Junta General de Socios.

FUNCIONES PRINCIPALES

- Representar a la empresa en todo el ámbito interno y externo.
- Realizar órdenes de producción y controlar el proceso productivo.
- Mantener los niveles de rendimiento, acopio y comercialización optimizando los recursos de la empresa y maximizando la rentabilidad.
- Organizar, planear, supervisar coordinar y controlar las distintas áreas de trabajo en la empresa.
- Supervisar la gestión del presupuesto de naturaleza económica.
- Proyectar, obtener y utilizar fondos para financiar las operaciones de la organización y maximizar el valor de la misma.
- Aprobar los planes de trabajo de las áreas de la empresa

CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO

Responsabilidad administrativa, económica y técnica en la ejecución de las actividades de la empresa, además es el encargado de tomar decisiones dentro de la organización.

REQUISITOS

CONOCIMIENTOS

Administración de empresas

TÍTULO PROFESIONAL	Ingeniero (a) en Administración de Empresas o carreras afines
EXPERIENCIA	2 años de haber desempeñado actividades similares. Entre 26 a 50 años
INICIATIVA Y PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Emprendedor (a) y Colaborador (a) • Buenas relaciones laborales
RIESGOS	Estrés laboral

Elaborado por	Fecha de elaboración	Aprobado por
Lenin Curipoma	Agosto del 2022	Gerente General

Nota. Manual de funciones del Gerente de la empresa.

Tabla 83

Manual de Funciones de la Contadora de la empresa

EMPRESA “VICHE VERURAS Y ALGO MAS.”

MANUAL DE FUNCIONES **CÓDIGO:** A003

TÍTULO DEL CARGO: Asesor Contadora

JEFE INMEDIATO: Gerente

Nivel: Auxiliar

SUBORDINADOS: No tiene



NATURALEZA DEL PUESTO: Asistencia directa en el área administrativa y gran responsabilidad en la ejecución de sus funciones, ejecutar operaciones contables y realizar el análisis financiero.

FUNCIONES PRINCIPALES

- Manejar caja y comprobación de cobros.
- Ordenar y clasificar comprobantes contables y elaborar el rol de pagos.
 - Realizar la declaración al SRI.
- Ayudar a la preparación de presupuestos.

CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO

Responsabilidad técnica en el manejo de la información confidencial de la empresa.

REQUISITOS

CONOCIMIENTOS	Actividades de secretaría y contabilidad	
TÍTULO PROFESIONAL	Ingeniero (a) en contabilidad o carreras afines	
EXPERIENCIA	1 año de haber desempeñado cargos similares. Entre 26 a 40 años	
INICIATIVA Y PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Buenas relaciones laborales <ul style="list-style-type: none"> • Buena presencia • Atención al cliente 	
RIESGOS	Estrés laboral	
Elaborado por	Fecha de elaboración	Aprobado por
Lenin Curipoma	Agosto 2023	Gerente General

Nota. Manual de funciones de la secretaria-Contadora de la empresa

Tabla 84

Manual de Funciones del chofer-vendedor de la empresa.

EMPRESA “VICHE VERURAS Y ALGO MAS”

MANUAL DE FUNCIONES **CÓDIGO:** A007

TÍTULO DEL CARGO: Chofer-Vendedor

JEFE INMEDIATO: Gerente



NIVEL: Operativo

SUBORDINADOS: No tiene

NATURALEZA DEL PUESTO: Encargado de recolectar la materia prima y entregar el producto final.

FUNCIONES PRINCIPALES

- Cumplir con los cupos de ventas.
- Informar al inmediato superior de cualquier inconveniente en las ventas.
- Crear nuevas rutas de ventas.
- Entrega del producto en la ciudad de Loja.
- Realizar preventa.
- Visita a los clientes.
- Generar y cultivar buenas relaciones con los clientes

CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO

Desarrollar estrategias que permitan mejorar el rendimiento de las máquinas en los procesos productivos de la planta.

REQUISITOS

CONOCIMIENTOS

Actividades de producción

TÍTULO PROFESIONAL

Técnico en manejo de maquinaria y manipulación de alimentos

EXPERIENCIA

2 años de haber desempeñado cargos similares. Entre 26 a 40 años

INICIATIVA Y PERSONALIDAD

- Colaborador
- Buenas relaciones laborales
- Responsabilidad e ingenio

RIESGOS

Accidentes de trabajo como, quemaduras, cortaduras, lesiones causadas por objetos

Elaborado por	Fecha de elaboración	Aprobado por
Lenin Curipoma	Agosto de 2023	Gerente General

Nota. Manual de funciones del chofer-vendedor de la empresa.

7.6. Estudio Financiero

La finalidad del estudio financiero es determinar el monto total de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, esto se hace en función de los recursos humanos, materiales y tecnológicos, también se determina el costo total de la operación de la planta, así como otra serie de indicadores que servirán para la parte final y definitiva del proyecto que es la evaluación financiera.

7.6.1. Inversiones

En esta parte del proyecto se detallan ordenadamente los rubros que la empresa requiere para su perfecta operatividad, para ello, se necesita realizar una inversión en activos

fijos, activos diferidos y activo circulante o capital de trabajo.

7.6.1.1. Inversión en activos fijos.

Los activos fijos comprenden todos los bienes tangibles que son utilizados para el proceso productivo y las actividades operativas de la empresa. Todos estos activos tienen un tiempo de vida útil y se desgastan con el tiempo, por lo cual, se realizará la depreciación correspondiente a cada uno de ellos.

7.6.1.1.1. Maquinaria y equipo.

Para una producción eficiente y eficaz, es necesario contar con la maquinaria y equipo apropiado. A continuación, se realiza la descripción de las máquinas y equipo.

Tabla 85
Maquinaria y Equipo

<i>Detalle</i>	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Mesa transportadora de rodillos	3	420	1260
Mesas de malla	4	170	680
Balanza industrial	2	125	250
Tanque de lavado	1	650	650
Equipo refrigeración	1	770	770
TOTAL			3610

Nota. Maquinaria y Equipo. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador.

7.6.1.1.2. Muebles y enseres Administración.

Comprende todos los bienes muebles necesarios para la adecuación de las oficinas de la gerencia administrativa.

Tabla 86
Muebles y enseres administración

<i>Detalle</i>	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	2	190	380
Sillones	2	90	180
Sillas	2	14	28
TOTAL			588

Nota. Muebles y enseres administración. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador.

7.6.1.1.3. *Equipo de Oficina.*

Son aquellos implementos de fácil manejo, que hacen posible la realización de las actividades en el área administrativa.

Tabla 87
Equipo de Oficina

<i>Detalle</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
Calculadora	1	10	10
Teléfono Celular	1	200	200
Total			210,00

Nota. Equipo de oficina. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador.

7.6.1.1.4. *Equipo de Cómputo.*

Son equipos tecnológicos que se utilizarán en la realización de las actividades del área administrativa de la empresa.

Tabla 88
Equipo de Cómputo

<i>Detalle</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Precio unitario</i>	<i>Total</i>
Computadora	2	500	1000
Impresora	1	180	180
Regulador	2	100	200
TOTAL			1.380

Nota. Equipo de cómputo. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador.

7.6.1.1.5. *Reinversión del equipo de Cómputo.*

Para el cuarto año de vida de la empresa, es necesario hacer una reinversión en el equipo de cómputo ya que este tipo de activo solo tiene un tiempo de vida útil de tres años. Para la reinversión de la computadora e impresora se consideró el 2,56 %, correspondiente a la tasa de inflación del año 2022, dato obtenido del Banco Central del Ecuador, resultando un total de 2 320 \$.

Tabla 89
Reinversión de Equipo de Cómputo

<i>Detalle</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Precio unitario</i>	<i>Total</i>
Computadora	2	500	1000
Impresora	1	180	180
Regulador	2	100	200
TOTAL			1.380

Nota. Equipo de cómputo. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador.

7.6.1.1.6. Vehículo.

Comprende el medio de transporte que permitirá realizar el traslado de la materia prima para su comercialización.

Tabla 90

Vehículo

<i>Detalle</i>	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Camión	1	20 000	20 000
TOTAL			20 000

Nota. Vehículo. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador.

Tabla 91

Equipo seguridad

<i>Detalle</i>	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Camión	1	20 000	20 000
TOTAL			20 000

Nota. Vehículo. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador.

7.6.1.1.7. Resumen de activos fijos.

En la tabla 110 se detalla el resumen de la inversión de activos fijos, donde se visualiza que la empresa requiere una inversión en activos fijos de 27.358 \$ para iniciar sus actividades productivas, administrativas y de venta.

Tabla 92

Resumen de las inversiones de los activos fijos

Detalle	Valor total
Equipo	3.610
Vehículo	20.000
Muebles enceres	588
Equipo oficina	210
Equipo computo	1.380
Reinversión de equipo de computo	1.380
Equipo Seguridad	136
Patente Municipal	54
Total	27.358

Nota. Resumen de la inversión de activos fijos de la empresa

7.6.1.2. Inversión en Activos Diferidos.

Son activos intangibles que la empresa pagará por ~~atip~~ y que están referidos al conjunto de bienes de su propiedad, necesarios para su adecuado funcionamiento. Desde la fase de implementación hasta la fase de operación la organización debe reunir todos los aspectos de ley exigibles para poder operar sin restricción alguna, los cuales se describen a continuación.

- **Estudios preliminares:** Egreso que se realiza por los estudios realizados para determinar la factibilidad del proyecto.
- **Permisos de funcionamiento:** Son los documentos otorgados por las autoridades competentes indicando que el establecimiento cumple con todos los requisitos establecidos en los reglamentos correspondientes, para su funcionamiento.
- **Permisos de bomberos:** Es un valor que se paga al cuerpo de bomberos local donde emiten un permiso de funcionamiento de la empresa.
- **Patente municipal:** Es aquel pago que se realiza por documentos que brindan al dueño o socios de la empresa un derecho único para la producción y comercialización del producto.
- **Registro sanitario:** Es el documento expedido por la autoridad sanitaria correspondiente, mediante el cual se autoriza a una persona natural o jurídica para fabricar, envasar e importar un alimento con destino al consumo humano.
- **Constitución de la compañía:** Gastos necesarios para la operación legal de la empresa.
- **Asesoría jurídica:** Consiste en el pago a un abogado, para que supervise, brinde información y oriente de manera legal a la empresa.

Tabla 93
Inversión en Activos Diferidos

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Estudios preliminares	1	500,00	500,00
Permisos de funcionamiento	1	270,00	270,00
Permisos de bomberos	1	10,00	10,00
Registro Sanitario	1	300,00	300,00
Constitución de la compañía	1	400,00	400,00
Asesoría jurídica	1	140,00	140,00
Adecuaciones de la planta	1	450,00	450,00
TOTAL			2.070,00

Nota. Inversión de Activos Diferidos de la empresa

7.6.1.3. Inversión de Activo circulante o Capital de trabajo.

Se conocen también como las necesidades de capital de trabajo que requiere la empresa para comenzar su operación. Para calcular el capital de trabajo al iniciar las operaciones se estiman los gastos para un mes de acopio, los que a continuación se detallan:

7.6.1.3.1. Costos de acopio.

Representan todas las erogaciones realizadas desde la adquisición de los productos.

7.6.1.3.1.1. Materia prima.

Tabla 94
Materia Prima

	Detalle	Precio	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidad	Lechuga	0,15	2.729,73	2.766,58	2.803,93	2.841,78	2.880,14
	Col verde	0,15	2.729,73	2.766,58	2.803,93	2.841,78	2.880,14
	Col morada	0,15	2.729,73	2.766,58	2.803,93	2.841,78	2.880,14
	Brócoli	0,15	2.729,73	2.766,58	2.803,93	2.841,78	2.880,14
	Coliflor	0,15	2.729,73	2.766,58	2.803,93	2.841,78	2.880,14
Tongo	Espinaca	0,15	1.646,50	1.668,73	1.691,26	1.714,09	1.737,23
	Acelga	0,15	1.646,50	1.668,73	1.691,26	1.714,09	1.737,23
	Perejil	0,15	2.058,13	2.085,91	2.114,07	2.142,61	2.171,54
	Culantro	0,15	2.058,13	2.085,91	2.114,07	2.142,61	2.171,54
	Cebolla blanca	0,15	2.058,13	2.085,91	2.114,07	2.142,61	2.171,54
Libra	Rábano	0,15	1.646,50	1.668,73	1.691,26	1.714,09	1.737,23
	Remolacha	0,20	6.932,64	7.026,23	7.121,08	7.217,22	7.314,65
	Zanahoria	0,20	6.932,64	7.026,23	7.121,08	7.217,22	7.314,65
	Total anual		38.627,80	39.149,28	39.677,79	40.213,44	40.756,33
	Total mensual		3.218,98	3.262,44	3.306,48	3.351,12	3.396,36

Nota. Tabla muestra la materia prima con sus respectivos precios y su proyección para los 5 años de funcionamiento

La tabla muestra los valores a los que se compraría la materia prima detalladamente para cada producto, los resultados para el primer año se dan de la multiplicación del precio por la cantidad de libras de cada producto, estas libras están especificadas en la tabla número 55, esto para cada producto y para cada año

Para proyectar el incremento en cada año, se toma en consideración la inflación anual de precios, la misma que alcanzó 1.35 % el 2022, este porcentaje será utilizado en todos los rubros.

7.6.1.3.1.2. Mano de Obra Directa.

La mano de obra directa es aquella que interviene personalmente en el acopio mediante su esfuerzo físico. En el área de acopio laborarán 2 obreros, los mismo que percibirán una remuneración de \$450,00 más beneficios sociales que ampara la ley.

Tabla 95
Mano de Obra Directa

NOMINA OBREROS	
Detalle	Obreros
sueldo básico unificado	450,00
décimo tercer sueldo	37,50
décimo cuarto sueldo	33,33
vacaciones	18,75
aportes IESS 11,15%	50,18
aportes IECE	2,25
Fondos reserva	37,50
total, mes	629,51
numero obreros	2,00
total, mes	1.259,02
total, nomina al año	15.108,20

Nota. Mano de obra directa de la empresa. Información tomada del Código de Trabajo y Ministerio de Trabajo.

7.6.1.3.1.3. Mano de Obra Indirecta.

Representa el personal que no interviene directamente en el proceso productivo, en este caso el jefe de acopio quien se encarga de dirigir a los obreros y verificar la calidad del producto, además del chofer/vendedor.

Tabla 96*Mano de Obra indirecta*

Detalle	Chofer/vendedor
Sueldo básico unificado	450,00
Décimo tercer sueldo	37,50
Décimo cuarto sueldo	33,33
Vacaciones	18,75
Aportes IESS 11,15%	50,18
Aportes IECE	2,25
Fondos reserva	37,50
Total, mes	629,51
Numero obreros	1,00
Total, mes	629,51
Total, nomina al año	7.554,10

Nota. Mano de obra indirecta de la empresa. Información tomada del Código de Trabajo y Ministerio de Trabajo.

7.6.1.3.1.4. Servicios Básicos**Tabla 97***Servicios básicos*

DETALLE	Cantidad mensual	Precio unitario	Total mes	Cantidad Anual	Total, anual
Agua Potable	70,00	0,45	31,5	12	378,00
Energía Eléctrica	100,00	0,18	18	12	216,00
Internet	1,00	30,00	30	12	360,00
TOTAL			79,5		954,00

Nota. Arriendo de la empresa

7.6.1.3.1.5. Arriendo.

Son aquellos gastos por concepto de arrendamiento de acuerdo a la cantidad en metroscuadrados que emplea la empresa para el área de acopio.

Tabla 98*Arriendo*

Detalle	Cantidad Mensual	Valor Unitario	Total Mensual	Cantidad Anual	Total Anual
Arriendo	1	250,00	250,00	12	3000,00
TOTAL			25x0,00		3.000.00

Nota. Arriendo de la empresa

7.6.1.3.1.6. Indumentaria de Trabajo.

Vestimenta utilizada por el personal de producción para la correcta manipulación de lamateria prima.

Tabla 99
Indumentaria de Trabajo

DETALLE	Cantidad mensual	Precio unitario	Total mes	Cantidad anual	Total anual
Guantes	8	1,5	12	12	144
Delantales	4	5	20	2	40
Caja mascarilla	1	2,5	2,5	4	10
Par Botas	4	7	28	3	84
TOTAL			62,5		278

Nota. Indumentaria de trabajo

7.6.1.3.1.7. Implementos de Seguridad.

Comprende los elementos necesarios para preservar la seguridad en el lugar de trabajo.

Tabla 100
Implementos de Seguridad

Detalle	Cantidad Mensual	Valor Unitario	Total Mensual	Cantidad Anual	Total Anual
Letreros preventivos e informa.	10	5,00	50	1	50
Extintor	1	18,00	18,00	1	18,00
Recarga de extintor	1	8,00	8,00	1	8,00
Luces de emergencia	2	15,00	30,00	1	30,00
Botiquín de primeros auxilios	1	20,00	20,00	1	20,00
Medicamentos para el botiquín	1	10,00	10,00	1	10,00
TOTAL			136,00		136,00

Nota. Implementos de Seguridad

7.6.1.3.1.8. Implementos de Acopio.

Comprende los elementos necesarios para preservar la seguridad en el lugar de trabajo. Para que la empresa lleve adecuadamente el proceso de acopio, necesita de utensilios apropiados, los mismos que se detallan a continuación:

Tabla 101
Implementos de acopio

Detalle	Cantidad mensual	Precio unitario	Total mes	Cantidad Anual	Total anual
FUNDAS PLASTICAS (paq 500)	50	8	400	12	4800
JABAS DE PLASTICO	300	6	1800	1	1800
Total			2200		6600

Nota. Implementos de Acopio

7.6.1.3.1.9. Útiles de Aseo

Comprende los artículos utilizados para la limpieza en el área de producción.

Tabla 102

Útiles de Aseo para Producción

DETALLE	Cantidad mensual	Precio unitario	Total mes	Cantidad anual	Total anual
Basurero	2	1,5	3	1	3
Escobas	2	2	4	2	8
Trapeadores	1	1,5	1,5	3	4,5
Franelas	2	1	2	3	6
Recogedor de basura	1	1,05	1,05	1	1,05
Desinfectante	1	5	5	6	30
Paquete de fundas de basura	3	1,2	3,6	12	43,2
Paquete de Papel Higiénico	1	1,3	1,3	12	15,6
TOTAL			10,5		111.35

Nota. Implementos de Útiles de Aseo para acopio

7.6.1.3.1.10. Sueldo Personal Administrativo.

Son los rubros establecidos para el pago del personal administrativo que desempeña funciones en la empresa.

Tabla 103

Sueldo Personal Administrativo

Detalle	GERENTE
sueldo básico unificado	500,00
décimo tercer sueldo	41,67
décimo cuarto sueldo	33,33
vacaciones	20,83
aportes IESS 11,15%	55,75
aportes IECE	2,50
Fondos reserva	41,61
total mes	695,75
total nomina al año	8.349

Nota. Sueldo Personal Administrativo de la empresa.

7.6.1.3.1.11. Útiles de Oficina

Son suministros necesarios para llevar a cabo las actividades del área administrativa.

Tabla 104
Útiles de oficina

DETALLE	Cantidad Mensual	precio unitario	Total, mes	Cantidad anual	Total, anual
Caja grapas	1	0,8	0,8	4	3,2
Esferos	5	0,25	1,25	3	3,75
Resma de hoja A4	2	3,5	7	4	28
Borrador	2	0,1	0,2	2	0,4
Corrector	1	1,25	1,25	2	2,5
Caja clips	1	0,85	0,85	4	3,4
Carpeta archivadora	2	3	6	1	6
Grapadora	1	2,25	2,25	1	2,25
Perforadora	1	2,3	2,3	1	2,3
TOTAL			21,9		51,8

Nota: Tabal muestra los útiles de oficina

7.6.1.3.1.12. Combustibles y Lubricantes.

Son los valores que se tiene que pagar para el normal funcionamiento de vehículo.

Tabla 105
Combustible y Lubricantes

DETALLE	Cantidad mensual	precio unitario	Total mes	Cantidad anual	Total anual
Diesel galones	60	1,75	105	12	1260
Cambios de Aceite	1	30	30	12	360
TOTAL			135		1620

Nota. Combustibles y lubricantes

7.6.1.3.1.13. Matrícula de vehículo.

Son los valores que se tiene que pagar para el normal funcionamiento de vehículo.

El valor se cancela en la Agencia Nacional de Tránsito con el objetivo de que el vehículo pueda movilizarse sin ningún impedimento. Este valor se cancela de manera anual, sin embargo, selo prorratea mensual.

Tabla 106
Matrícula del vehículo

Detalle	Cantidad Mensual	Valor Unitario	Total Mensual	Cantidad Anual	Total Anual
Matrícula del vehículo	1	140,00	140,00	1	140,00
TOTAL			140,00		140,00

Nota. Matrícula de vehículo

7.6.1.3.1.14. Mantenimiento del vehículo.

Este valor se cancela de manera anual, sin embargo, se lo prorratea mensual. Es el valor que se paga por el mantenimiento realizado al vehículo, ya que de esta forma se mantendrá en normal funcionamiento y cumplirá eficazmente las actividades de la empresa.

Tabla 107

Mantenimiento del vehículo

Detalle	Cantidad Mensual	Valor Unitario	Total Mensual	Cantidad Anual	Total Anual
Llantas	2	118,00	236,00	2	472,00
Mantenimiento mecánico	1	40,00	40,00	2	80,00
TOTAL			276,00		552,00

Nota. Mantenimiento del vehículo

7.6.1.3.1.15. Publicidad.

Para dar a conocer el producto, se realizará publicidad todos los días con un alcance del 40% por medio de la red social Facebook e Instagram

Tabla 108

Publicidad

DETALLE	Cantidad mensual	Precio unitario	Total, mes	Cantidad anual	Total anual
Facebook	1	20	20	12	240
Instagram	1	20	20	12	240
Total al año			40		480

Nota. Tabla muestra valores por publicidad en redes sociales

7.6.1.3.1.16. Resumen de Costos Indirectos de Fabricación.

En la siguiente tabla se detalla el resumen de los costos indirectos de fabricación

Tabla 109

Resumen Costos Indirectos de Fabricación

Detalle	Costo
Materia prima	3.218,98
Mano de obra	1.259,02
Materiales indirectos	2.200,00
Sueldo administración	695,00
Servicios básicos	79,50
Combustible	135,00
Útiles de aseo	10,50
Publicidad	40,00
Útiles oficina	21,90
Arriendo bodega	250

Indumentaria de trabajo	62,5
Equipo de seguridad	136
Matricula vehículo	11,67
Mantenimiento vehículo	276
TOTAL	9.025,58

Nota. Resumen costos indirectos de fabricación

7.6.1.4. Monto Total de la Inversión.

En la siguiente tabla se presenta el resumen de toda la inversión, la misma que comprende activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo requeridos por la empresa Para iniciar sus actividades económicas.

Tabla 110

Resumen Monto de la Inversión

ACTIVO FIJO	
Detalle	
Equipo	\$3.610,00
Vehículo	\$20.000,00
Muebles enceres	\$588,00
Equipo oficina	\$210,00
Equipo computo	\$1.380,00
Reinversión equipo computo	\$1.380,00
Equipo seguridad	\$ 136,00
Patente Municipal	\$ 54,00
TOTAL	\$ 27.358,00
ACTIVO DIFERIDO	
Estudios preliminares	\$500,00
Permisos de funcionamiento	\$270,00
Permiso bomberos	\$10,00
Registro sanitario	\$300,00
Constitución de la empresa	\$400,00
Asesoría jurídica	\$140,00
Adecuaciones de la planta	\$450,00
TOTAL	\$2.070,00
ACTIVO CIRCULANTE	
Mercadería	\$3.218,98
Mano de obra	\$1.259,02
Materiales indirectos	\$2.200,00
Sueldo administración	\$695,00
Servicios básicos	\$629,51
Combustible	\$79,50
Útiles de aseo	\$135,00
Publicidad	\$10,50
Útiles oficina	\$40,00
Arriendo bodega	\$21,90
Indumentaria de trabajo	\$250,00

Equipo de seguridad	\$62,50
Matricula vehículo	\$136,00
Mantenimiento vehículo	\$11,67
	\$276,00
TOTAL	\$9.025,58
TOTAL INVERSION	\$38.453,58

Nota: Tabla muestra el total del costo fijo, circulante y diferido con un total de la inversión

Una vez realizados los presupuestos correspondientes, se determinó que el total de la inversión es de \$38.454,33.

7.6.1.5. Financiamiento.

Permite determinar la suficiencia y oportunidad de las fuentes de financiamiento que servirán para cubrir las necesidades financieras de la empresa, tanto en la inversión en activos fijos, activo circulante y capital de trabajo. Existen dos formas de financiar la inversión con capital propio o capital externo.

La forma como se va a financiar el proyecto es de la siguiente manera:

- **Capital propio:** Este capital será aportado con dinero en efectivo, la suma es de \$ 24.224,33 y representa el 62% del total de la inversión.
- **Capital Externo:** Constituida por las entidades financieras y privadas, a las cuales se incurre para solicitar un préstamo y financiar el proyecto.

Este proyecto será financiado por la Entidad Financiera Ban Ecuador, adquiriendo un préstamo de \$15.000,00 que representa el 38% del total de la inversión.

Tabla 111
Financiamiento

Detalle	Porcentaje (%)	Total
Capital Propio	61%	23.453,58
Capital Externo	39%	15.000,00
Total	100	38.453,58

Nota. Financiamiento de la empresa.

7.6.1.5.1. Amortización.

La amortización del crédito hace referencia a la ecuación matemática donde se efectúa la forma de pago, que se realizará de acuerdo al monto que ha adquirido la empresa para completar su capital de trabajo.

El crédito será otorgado por la Entidad Financiera “Ban Ecuador” por un monto de \$15.000, financiado para 5 años a una tasa de interés del 12,96 %.

Datos:

Tipo de crédito: Pequeñas, medianas empresas -pymes

Forma de Pago: trimestral

Tasa: 12,96 %

Monto deseado: \$ 15.000,00

Plazo: 5 años

Tabla 112

La amortización del crédito

Trimestre	Capital amortizado	interés	dividendo	saldo
0				\$15.000,00
1	\$750,00	\$486,00	\$1.236,00	\$14.250,00
2	\$750,00	\$461,70	\$1.211,70	\$13.500,00
3	\$750,00	\$437,40	\$1.187,40	\$12.750,00
4	\$750,00	\$413,10	\$1.163,10	\$12.000,00
5	\$750,00	\$388,80	\$1.138,80	\$11.250,00
6	\$750,00	\$364,50	\$1.114,50	\$10.500,00
7	\$750,00	\$340,20	\$1.090,20	\$9.750,00
8	\$750,00	\$315,90	\$1.065,90	\$9.000,00
9	\$750,00	\$291,60	\$1.041,60	\$8.250,00
10	\$750,00	\$267,30	\$1.017,30	\$7.500,00
11	\$750,00	\$243,00	\$993,00	\$6.750,00
12	\$750,00	\$218,70	\$968,70	\$6.000,00
13	\$750,00	\$194,40	\$944,40	\$5.250,00
14	\$750,00	\$170,10	\$920,10	\$4.500,00
15	\$750,00	\$145,80	\$895,80	\$3.750,00
16	\$750,00	\$121,50	\$871,50	\$3.000,00
17	\$750,00	\$97,20	\$847,20	\$2.250,00
18	\$750,00	\$72,90	\$822,90	\$1.500,00
19	\$750,00	\$48,60	\$798,60	\$750,00
20	\$750,00	\$24,30	\$774,30	\$0,00

Nota: Tabla indica amortización del préstamo echo ene el ban ecuador

7.7.2. Análisis de Costos

Corresponde al proceso de identificación de los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto. El análisis de costos determina la calidad y cantidad de recursos necesarios.

7.7.2.1. Depreciación de activos fijos.

Los activos fijos tienen un tiempo de vida útil, y se desgastan con el pasar del tiempo, a esto se le llama depreciación y se considera como un costo, una vez que han cumplido su vida útil será necesario darlos de baja o adquirir uno nuevo. Por otra parte, los porcentajes de depreciación de cada activo fijo se calcularon en base a lo que dicta la Ley de Régimen Tributario Vigente de Ecuador.

Para calcular la depreciación anual y el valor residual de los activos fijos se utilizan las siguientes fórmulas:

Depreciación anual = Valor del activo x Porcentaje de depreciación

Valor en Libros = Valor del Activo – (Depreciación Anual x Años de vida útil del proyecto)

A continuación, se detalla el cálculo de las depreciaciones de cada uno de los activos fijos que requiere la empresa.

Tabla 113

Cuadro de valor residual y depreciaciones

Detalle	Año V. Útil	Valor Activo	Valor Resid.	% Depreciac	V.Actual	DEPRECIACI.
Equipo	10	3.610,00	1.985,50	10%	1624,5	162,45
Vehículo	20	20.000,00	4.000,00	20%	16000	3200
Muebles y encerados	10	588,00	323,40	10%	264,6	26,46
Equipo oficina	10	210,00	115,50	10%	94,5	9,45
Equipo computo	3	1.380,00	460,0	33%	920,05	306,7
Reinversión de equipo de computo	3	1.380,00	460,0	33%	920,05	303,6
TOTAL		27.938,00	7.767,80			4.043,30

Nota. Depreciación de activos fijos de la empresa.

7.7.2.2. Amortización de Activos Diferidos.

La amortización de los activos diferidos, se realiza dividiendo el valor de los activos diferidos para los cinco años de vida del proyecto, presentando los siguientes valores:

Tabla 114
Amortización de los Activos Diferidos

Años	Valor Total USD	Amortización (5 años)
Estudios preliminares	500,00	100,00
Permisos de funcionamiento	270,00	54,00
Permisos de bomberos	10,00	2,00
Registro Sanitario	300,00	60,00
Constitución de la compañía	400,00	80,00
Asesoría jurídica	140,00	28,00
Adecuaciones de la planta	450,00	90,00
Total	2.070,00	414,00

Nota. Amortización de Activos Diferidos de la empresa

7.7.3. Presupuesto de Costos.

Para determinar el presupuesto de costos, se analizan los recursos necesarios para llevara cabo las actividades de acopio, administración y venta de la empresa.

7.7.3.1. Costos Totales de Producción.

Corresponden a los costos que se generan en la acopiadora y comercializadora de verduras. Estos costos comprenden:

- **Costo de producción:** Compuesto por el Costo Primo más los Costos Indirectos de Fabricación.
- **Costos de Operación:** Comprende la suma de los Gastos de Administración, Gastos de Venta, Gastos Financieros y Otros Gastos.

7.7.3.1.1. Presupuesto de Costos Proyectado.

Para realizar el cuadro de los costos proyectados se procede a tomar los costos anuales de los rubros señalados anteriormente, a los cuales se les incrementa un margen de holgura del 2,56 %, en razón de que la tasa de inflación que se utiliza en estos casos siempre se encuentra en constante fluctuación, por consiguiente, esta tasa también se empleará para realizar las proyecciones de los salarios del personal de la empresa

Tabla 115*Costo de operación*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. Costo operación					
Costo primo					
Materia Prima	38.627,80	39.149,28	39.677,79	40.213,44	40.756,33
Mano obra directa	15.108,20	15.652,10	16.215,57	16.799,33	17.404,11
Total costo primo	53.736,00	54.461,44	55.196,67	55.941,82	56.697,04
2. Gasto indirecto de fabricación					
Materiales indirectos	6.600,00	6.837,60	7.083,75	7.338,77	7.602,96
Depreciación equipo	162,45	162,45	162,45	162,45	162,45
Depreciación Maq frio	34,65	34,65	34,65	34,65	34,65
Indumentaria de trabajo	278,00	288,01	298,38	309,12	320,25
Equipo seguridad jefe acopio	136,00	140,90	145,97	151,22	156,67
Total gasto acopio	7.211,10	7.305,79	7.401,76	7.499,02	7.597,60
3. Gasto de administración					
Sueldo administración	8.349,00	8.649,56	8.960,95	9.283,54	9.617,75
Auxiliar contable	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Arriendo bodega	3.000,00	3.108,00	3.219,89	3.335,80	3.455,89
Útiles de oficina	51,80	53,66	55,60	57,60	59,67
Útiles aseo	111,35	115,36	119,51	123,81	128,27
servicios básicos	954,00	988,34	1.023,92	1.060,79	1.098,97
Combustible	1.620,00	1.678,32	1.738,74	1.801,33	1.866,18
Depreciación equipo de oficina	9,45	9,45	9,45	9,45	9,45
Depreciación equipo computo	306,65	306,65	306,65	306,65	306,65
Patente Municipal	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00
depreciaciones muebles y encerados	26,46	26,46	26,46	26,46	26,46
Depreciación vehículo	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00
Amortización activa diferido	414,00	414,00	414,00	414,00	414,00
Total, gasto administración	18.596,71	19.103,81	19.629,17	20.173,44	20.737,30
4. Gasto de venta					
Publicidad	480,00	497,28	515,18	533,73	552,94
Total, gasto de venta	480,00	497,28	515,18	533,73	552,94
5. Gasto financiero					
Interés	1.798,20	1.409,40	1.020,60	631,80	243,00
Total, gasto financiero	1.798,20	1.409,40	1.020,60	631,80	243,00
Total, costo operación	81.822,01	82.449,98	83.091,68	83.747,28	84.416,99

Nota: Tabla muestra el costo total de operación para los 5 años de funcionamiento

Los datos de la tabla anterior, muestran que el costo total de operación para el año 1 es de \$81.822,01; para el año 3 es de \$83.091,68 y para el año 5 será \$84.416,99

7.7.4. Costo Unitario de Producción.

Para obtener el costo unitario de producción se divide el costo total de producción para el número de unidades producidas anualmente.

Fórmula:

$$\text{Costo Unitario de Producción} = \frac{\text{Costo Total de Producción}}{\text{Número de Unidades Producidas Anualmente}}$$

7.7.5. Precio de Venta.

Para determinar el precio de venta se le incrementa para el primer año un margen de utilidad del 20 %, para el segundo año un 25 %, para el tercer año 30 %, para el cuarto año un 35 % y para el quinto año un 40 % al costo unitario de producción, este porcentaje incrementará para todos los años de vida del proyecto.

$$\text{Precio de Venta al Intermediario} = (\text{Costo Unitario de Producción} \times \text{Margen de Utilidad}) + \text{Costo Unitario de Producción}$$

7.7.6. Ingresos.

Proviene de la venta del producto. Para calcular los ingresos totales que tendrá la empresa durante los 5 años de vida.

$$\text{Ingresos} = \text{Número de Unidades Producidas Anualmente} \times \text{Precio de Venta Al Intermediario}$$

En el siguiente cuadro se procederá a sacar el porcentaje del costo de operación de cada producto, costo unitario, porcentaje de utilidad, precio de venta y los ingresos, la enumeración de los productos está enumerada del 1 al 13 donde progresivamente va, lechuga, Col verde, Col morada, Brócoli, Coliflor, Espinaca, Acelga, Perejil, Culantro, Cebolla blanca, Rábano, Remolacha, Zanahoria

El resultado es de la tabla es de la siguiente manera, Primero sacamos el porcentaje que representa cada producto del total, seguidamente al costo total de operación se le multiplica por el porcentaje correspondiente de cada producto para saber cuánto representa cada producto

en el costo total, seguidamente a ese costo se le divide para el numero de libras de cada producto para así saber el costo unitario, seguidamente le sacamos el margen de utilidad lo que nos da el precio de venta al público, y por ultimo al pvp lo multiplicamos por las libras lo que nos da los ingresos totales.

Tabla 116

Costo unitario, precio de venta e ingresos año 1

AÑO 1						
	Libras	%	Cos. Op	M.U.20%		INGRESOS
			81.822,01	PU	M.U.	
1	18.198,18	7,76%	6.352,17	0,35	0,42	7.622,61
2	18.198,18	7,76%	6.352,17	0,35	0,42	7.622,61
3	18.198,18	7,76%	6.352,17	0,35	0,42	7.622,61
4	18.198,18	7,76%	6.352,17	0,35	0,42	7.622,61
5	18.198,18	7,76%	6.352,17	0,35	0,42	7.622,61
6	10.976,68	4,68%	3.831,47	0,35	0,42	4.597,76
7	10.976,68	4,68%	3.831,47	0,35	0,42	4.597,76
8	13.720,85	5,85%	4.789,34	0,35	0,42	5.747,20
9	13.720,85	5,85%	4.789,34	0,35	0,42	5.747,20
10	13.720,85	5,85%	4.789,34	0,35	0,42	5.747,20
11	10.976,68	4,68%	3.831,47	0,35	0,42	4.597,76
12	34.663,20	14,79%	12.099,37	0,35	0,42	14.519,25
13	34.663,20	14,79%	12.099,37	0,35	0,42	14.519,25
	234.409,89	100,00%	81.822,01	4,54	5,45	98.186,42

Nota: La tabla muestra el costo unitario, el porcentaje de utilidad, el precio de venta al público y el total de ingresos por cada producto.

Tabla 117

Costo unitario, precio de venta e ingresos año 2

AÑO 2						
	UNIDADES	%	Cos. Op.	M.U.25%		INGRESOS
			82.449,98	PU	M.U.	
1	18.198,18	7,76%	6.400,92	0,35	0,44	8.001,15
2	18.198,18	7,76%	6.400,92	0,35	0,44	8.001,15
3	18.198,18	7,76%	6.400,92	0,35	0,44	8.001,15
4	18.198,18	7,76%	6.400,92	0,35	0,44	8.001,15
5	18.198,18	7,76%	6.400,92	0,35	0,44	8.001,15
6	10.976,68	4,68%	3.860,87	0,35	0,44	4.826,09
7	10.976,68	4,68%	3.860,87	0,35	0,44	4.826,09
8	13.720,85	5,85%	4.826,09	0,35	0,44	6.032,62
9	13.720,85	5,85%	4.826,09	0,35	0,44	6.032,62
10	13.720,85	5,85%	4.826,09	0,35	0,44	6.032,62
11	10.976,68	4,68%	3.860,87	0,35	0,44	4.826,09
12	34.663,20	14,79%	12.192,23	0,35	0,44	15.240,29
13	34.663,20	14,79%	12.192,23	0,35	0,44	15.240,29

234.409,89	100,00%	82.449,98	0,35	5,72	103.062,48
-------------------	---------	-----------	------	------	-------------------

Nota: La tabla muestra el costo unitario, el porcentaje de utilidad, el precio de venta al público y el total de ingresos por cada producto.

Tabla 118

Costo unitario, precio de venta e ingresos año 3

AÑO 3						
	UNIDADES	%	Cos. op	PU	M.U. 30%	INGRESOS
1	18.198,18	7,76%	6.450,74	0,35	0,46	8.385,96
2	18.198,18	7,76%	6.450,74	0,35	0,46	8.385,96
3	18.198,18	7,76%	6.450,74	0,35	0,46	8.385,96
4	18.198,18	7,76%	6.450,74	0,35	0,46	8.385,96
5	18.198,18	7,76%	6.450,74	0,35	0,46	8.385,96
6	10.976,68	4,68%	3.890,92	0,35	0,46	5.058,20
7	10.976,68	4,68%	3.890,92	0,35	0,46	5.058,20
8	13.720,85	5,85%	4.863,65	0,35	0,46	6.322,75
9	13.720,85	5,85%	4.863,65	0,35	0,46	6.322,75
10	13.720,85	5,85%	4.863,65	0,35	0,46	6.322,75
11	10.976,68	4,68%	3.890,92	0,35	0,46	5.058,20
12	34.663,20	14,79%	12.287,12	0,35	0,46	15.973,26
13	34.663,20	14,79%	12.287,12	0,35	0,46	15.973,26
	234.409,89	100,00%	83.091,68	0,35	5,99	108.019,18

Nota: La tabla muestra el costo unitario, el porcentaje de utilidad, el precio de venta al público y el total de ingresos por cada producto.

Tabla 119

Costo unitario, precio de venta e ingresos año 4

AÑO 4						
	UNIDADES	%	COT OP	PU	35%	INGRESOS
1	18.198,18	7,76%	6.501,64	0,36	0,48	8.777,21
2	18.198,18	7,76%	6.501,64	0,36	0,48	8.777,21
3	18.198,18	7,76%	6.501,64	0,36	0,48	8.777,21
4	18.198,18	7,76%	6.501,64	0,36	0,48	8.777,21
5	18.198,18	7,76%	6.501,64	0,36	0,48	8.777,21
6	10.976,68	4,68%	3.921,62	0,36	0,48	5.294,19
7	10.976,68	4,68%	3.921,62	0,36	0,48	5.294,19
8	13.720,85	5,85%	4.902,03	0,36	0,48	6.617,74
9	13.720,85	5,85%	4.902,03	0,36	0,48	6.617,74
10	13.720,85	5,85%	4.902,03	0,36	0,48	6.617,74
11	10.976,68	4,68%	3.921,62	0,36	0,48	5.294,19
12	34.663,20	14,79%	12.384,07	0,36	0,48	16.718,50
13	34.663,20	14,79%	12.384,07	0,36	0,48	16.718,50
	234.409,89	100,00%	83.747,28	0,36	6,27	113.058,83

Nota: La tabla muestra el costo unitario, el porcentaje de utilidad, el precio de venta al público y el total de ingresos por cada producto.

Tabla 120*Costo unitario, precio de venta e ingresos año 5*

AÑO 5						
	UNIDADES	%	COT OP 84.416,99	PU	40% M.U.	INGRESOS
1	18.198,18	7,76%	6.553,63	0,36	0,50	9.175,08
2	18.198,18	7,76%	6.553,63	0,36	0,50	9.175,08
3	18.198,18	7,76%	6.553,63	0,36	0,50	9.175,08
4	18.198,18	7,76%	6.553,63	0,36	0,50	9.175,08
5	18.198,18	7,76%	6.553,63	0,36	0,50	9.175,08
6	10.976,68	4,68%	3.952,98	0,36	0,50	5.534,18
7	10.976,68	4,68%	3.952,98	0,36	0,50	5.534,18
8	13.720,85	5,85%	4.941,23	0,36	0,50	6.917,72
9	13.720,85	5,85%	4.941,23	0,36	0,50	6.917,72
10	13.720,85	5,85%	4.941,23	0,36	0,50	6.917,72
11	10.976,68	4,68%	3.952,98	0,36	0,50	5.534,18
12	34.663,20	14,79%	12.483,10	0,36	0,50	17.476,35
13	34.663,20	14,79%	12.483,10	0,36	0,50	17.476,35
	234.409,89	100,00%	84.416,99	4,68	6,55	118.183,78

Nota: La tabla muestra el costo unitario, el porcentaje de utilidad, el precio de venta al público y el total de ingresos por cada producto.

7.7.7. Clasificación de los Costos.

En todo proceso productivo los costos deben ser clasificados en fijos y variables, ya que no todos son de la misma dimensión dentro de la capacidad de producción.

7.7.7.1. Costos Fijos.

Son aquellos costos que la empresa debe cubrir, exista o no producción.

7.7.7.2. Costos Variables.

Estos costos inciden en función de la capacidad de producción, es decir varían de acuerdo al volumen de producción que realice la empresa.

En la siguiente tabla, se visualiza la clasificación de los costos fijos y variables para el año 1, y 5

Tabla 121
Estructura de Costos

Detalle	Año 1			Año 5		
	Total	Costo fijo	Costo variable	Total	Costo fijo	Costo variable
1. Costo producción						
Costo primo						
Materia prima	38.627,80		38.627,80	40.756,33		40.756,33
Mano de obra directa	15.108,20		15.108,20	15.940,71		15.940,71
Total costo primo	53.736,00		53.736,00	56.697,04		56.697,04
Gasto indirecto bodega						
Mano de obra indirecta						-
Materiales indirectos	6.600,00		6.600,00	6.963,68		6.963,68
Depreciación equipos	162,45	162,45		162,45	162,45	
Depreciación maq frio	34,65	34,65		34,65	34,65	
indumentaria trabajo	278,00	278,00		293,32	293,32	
Equipo seguridad	136,00	136,00		143,49	143,49	
Total Gasto Acopio	7.211,10	611,10	6.600,00	7.597,60	633,91	6.963,68
2. Gasto administración						
Sueldo de administración	8.349,00	8.349,00		8.809,06	8.809,06	
Auxiliar contable	500,00	500		500,00	500	
Arriendo bodega	3.000,00	3.000,00		3.165,31	3.165,31	
Utilices oficina	51,80	51,80		54,65	54,65	
Útiles de aseo	111,35	111,35		117,49	117,49	
Servicios básicos	954,00	954,00		1.006,57	1.006,57	
Combustible	1.620,00		1.620,00	1.709,27		1.709,27
Depreciación equipo de oficina	9,45	9,45		9,45	9,45	
Depreciación equipo computo	306,65	306,65		306,65	306,65	
Depreciaciones muebles y enseres	54,00	26,46		54,00	26,46	
Depreciación vehículo	26,46	3.200,00		26,46	3.200,00	
Patente municipal	3.200,00	54,00		3.200,00	54,00	
Amortización activa diferido	414,00	414,00		414,00	414,00	
Total gasto administración	18.596,71	16.976,71	1.620,00	19.372,91	17.663,64	1.709,27
3. Gasto de venta						
Publicidad	480,00	480,00		506,45	506,45	
Total gasto de venta	480,00	480,00		506,45	506,45	
Interés	1.798,20	1.798,20		243,00	243,00	
Total gasto financiero	1.798,20	1798,2		243,00	243	
Total costos		19.831,36	61.956,00		19.012,35	65.369,99
Total operación	81.822,01	81.822,01		84.416,99	84.416,99	

Nota: Tabal muestra la estructura de costos donde los clasifica por costo fijo y variable tanto para el primer año y para el quinto año

7.7.8. Determinación del Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio o conocido también como punto muerto, es el punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa, por lo tanto, no existe ni utilidad ni pérdida, es donde se equilibran los costos con los ingresos. Este análisis sirve básicamente para:

- Conocer el efecto que causa el cambio en la capacidad de producción, sobre las ventas, los costos y las utilidades.
- Para analizar las relaciones existentes entre los costos fijos y variables.

Al punto de equilibrio se lo puede calcular en función de las unidades producidas, los ingresos y la capacidad instalada.

7.7.8.1. Punto de Equilibrio Año 1.

Tabla 122

Datos para determinar el punto de equilibrio del año 1

Datos	Año 1
Costos Fijos Totales	19.866,01
Costo Variables Totales	61.956,00
Ventas Totales	98.186,42

Nota. Tabla muestra datos para determinar el punto de equilibrio del año 1

Punto de Equilibrio en función de la capacidad

$$\text{P.E.} = (\text{Costo Fijo} \div (\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables Total})) \times 100$$

$$\text{P.E.} = \frac{19.831,36}{98.144,84 - 61956,00} \times 100$$

$$\text{P.E.} = \frac{19.831,36}{36.188,83} \times 100$$

$$\text{P.E.} = 0,54 \times 100$$

$$\text{P.E.} = 54.83 \%$$

Punto de Equilibrio en función de los Ingresos

$$\text{P.E. I.} = \text{Costo Fijo} \div (1 - (\text{Costo Variable Total} \div \text{Ventas Totales}))$$

$$\text{P.E.I} = \frac{19.831,36}{1 - \frac{61.956,00}{98.144,84}}$$

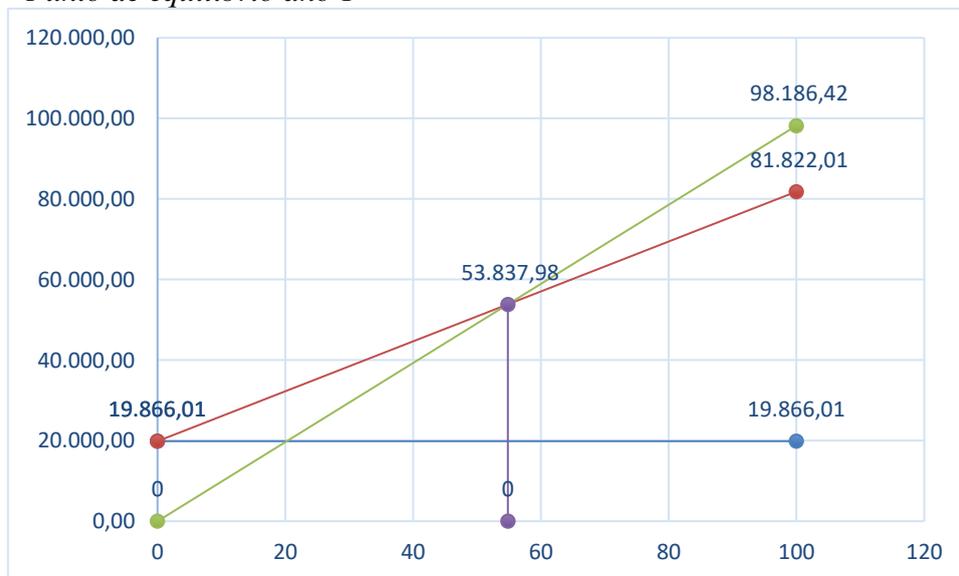
$$\text{P.E.I} = \frac{19.831,36}{1 - 0,6312}$$

$$\text{P.E.I} = \frac{19.524,11}{0,37}$$

$$\text{P.E.I} = \mathbf{53.837,98}$$

Figura 42

Punto de equilibrio año 1



Nota: Figura muestra el punto de equilibrio en función de la capacidad y de los ingresos

Análisis: Como se puede observar, para el año 1, el punto de equilibrio se produce cuando se generan ventas por USD. 53.837,98 y se trabaja con una capacidad instalada del 54,80%; con esto la empresa ni pierde ni gana, produciéndose el punto de equilibrio o punto muerto. Por consiguiente, cuando la empresa tenga unos ingresos y una capacidad

instalada por debajo de estos parámetros tendrá pérdidas, y cuando sus ingresos y capacidad instalada sean mayores a estos parámetros obtendrá ganancias.

7.7.8.2. Punto de Equilibrio Año 5.

Tabla 186.

Datos para determinar el punto de equilibrio del año 5

Datos	Año 5
Costos Fijos Totales	19.047,00
Costo Variables Totales	65.369,99
Ventas Totales	118.183,78

Nota. Tabla muestra datos para determinar el punto de equilibrio del año 5

Punto de Equilibrio en función de la capacidad

$$P.E. = (\text{Costo Fijo} \div (\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables Total})) \times 100$$

$$P.E. = \frac{19.012,35}{118.135,27 - 65.369,99} \times 100$$

$$P.E. = \frac{19.012,35}{52.765,29} \times 100$$

$$P.E. = 0,36 \times 100$$

$$P.E. = 36,06 \%$$

Punto de Equilibrio en función de los Ingresos

$$P.E. I. = \text{Costo Fijo} \div (1 - (\text{Costo Variable Total} \div \text{Ventas Totales}))$$

$$P.E.I = \frac{19.047,00}{1 - \frac{65.369,99}{118.135,27}}$$

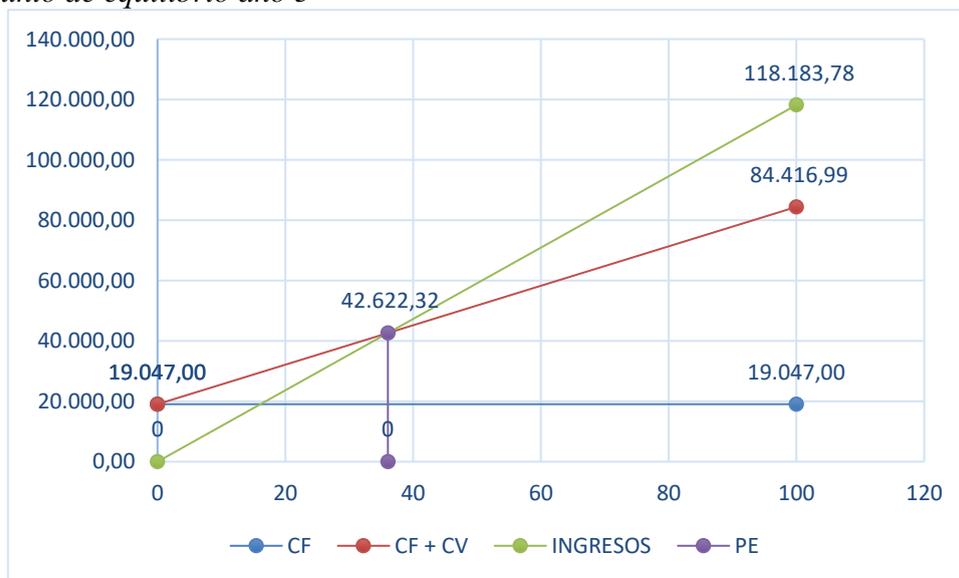
$$\text{P.E.I} = \frac{19.047,00}{1 - 0,45}$$

$$\text{P.E.I} = \frac{19.012,35}{0,45}$$

$$\text{P.E.I} = 42.622,32$$

Figura 43

Punto de equilibrio año 5



Nota: Figura muestra el punto de equilibrio en función de la capacidad y de los ingresos

Análisis: Como se puede observar, para el año 5, el punto de equilibrio se produce cuando se generan ventas por USD. 42.622,32 y se trabaja con una capacidad instalada del 36,06%; con esto la empresa ni pierde ni gana, produciéndose el punto de equilibrio o punto muerto. Por consiguiente, cuando la empresa tenga unos ingresos y una capacidad instalada por debajo de estos parámetros tendrá pérdidas, y cuando sus ingresos y capacidad instalada sean mayores a estos parámetros obtendrá ganancias.

7.7.9. Estado de Pérdidas y Ganancias

Es un estado financiero dinámico que permite conocer si habrá pérdidas o ganancias en la empresa, dentro de un periodo determinado (por lo general un año). Establece la utilidad o pérdida del ejercicio mediante la comparación de los ingresos y egresos.

Tabla 123

Estado de Pérdidas y Ganancias

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos totales de venta	98.186,42	103.062,48	108.019,18	113.058,83	118.183,78
(-) Costo total operación	81.822,01	\$82.449,98	83.091,68	83.747,28	84.416,99
Utilidad bruta	16.364,40	20.612,50	24.927,50	29.311,55	33.766,80
(-) 15% utilidad trabajadores	2.454,66	3.091,87	3.739,13	4.396,73	5.065,02
Utilidad antes de impuesto renta	13.909,74	17.520,62	21.188,38	24.914,82	28.701,78
(-) 22% impuesto renta	3.060,14	3.854,54	4.661,44	5.481,26	6.314,39
Utilidad neta	10.849,60	13.666,08	16.526,93	19.433,56	22.387,39

Nota: Tabla muestra el estado de pérdidas y ganancias desde el año 1 hasta el 5

7.7. Evaluación Financiera

La evaluación financiera busca indagar el retorno financiero o rentabilidad que puede generar para cada uno de los inversionistas del proyecto.

Esta evaluación consiste en verificar si el proyecto es factible o no, combinando operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación, como son: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Periodo de Recuperación de Capital (PRC), Relación Beneficio/Costo (RBC), y el Análisis de Sensibilidad disminución en ingresos e incremento en costos, los cuales definirán si el proyecto es factible o no factible aplicarlo.

Para dar inicio a la evaluación financiera de este proyecto, primeramente, se elabora el flujo de caja el cual servirá como la base para realizar los cálculos de evaluación con los distintos indicadores ya mencionados.

7.7.1. Flujo de Caja

El flujo de caja representa la diferencia entre las entradas y las salidas de dinero, en palabras más sencillas permite saber cómo la empresa ha obtenido y gastado su dinero en efectivo, y de cuanto dispondrá al final de cada periodo.

Tabla 124
Flujo de Caja

Detalle	Año 0	Año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ingresos totales de venta		98.186,42	103.062,48	108.019,18	113.058,83	118.183,78
Capital propio	23.453,58					
Capital externo	15.000,00					
Valor residual de rescate				920,05		7767,808
TOTAL, INGRESOS	38.453,58	98.186,42	103.062,48	108.939,23	113.058,83	125.951,59
EGRESOS						
Activo fijo	27.358,00					
Activo circulante	9025,58					
Activo diferido	2.070,00					
Costo total operación		\$81.822,01	\$82.449,98	\$83.091,68	\$83.747,28	\$84.416,99
15% utilidad trabajadores		2.454,66	3.091,87	3.739,13	4.396,73	5.065,02
22% impuesto a la renta		3.060,14	3.854,54	4.661,44	5.481,26	6.314,39
(-) Depreciaciones		-4.043,28	-4.043,28	-4.043,28	-4.043,28	-4.043,28
(-) Amortización activo diferido		-414	-414	-414	-414	-414
Amortización capital		3000	3000	3000	3000	3000
TOTAL, EGRESOS	38.453,58	\$85.879,54	\$87.939,12	\$90.034,97	\$92.168,00	\$94.339,12
FLUJO CAJA		12.306,88	15.123,36	18.904,26	20.890,83	31.612,47

Nota: Tabla muestra el flujo de caja desde el año 0 hasta el año 5

7.7.2. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es aquel que permite conocer el estado de los cobros y de los pagos de la empresa “Viche verduras y algo más Cía. Ltda.”

En este contexto la regla general para aceptar un proyecto por el VAN es:

$VAN > 0$ Proyecto aceptado

$VAN = 0$ No representa ganancias ni

perdidas $VAN < 0$ Proyecto rechazado

Factor Actualización = $1 \div (1 + i)^n$

Tabla 125

Valor Actual Neto

Años	Flujo caja	Factor actualización	valor actualizado
0		12,96%	
1	12.306,88	0,885269	10.894,90
2	15.123,36	0,783701	11.852,20
3	18.904,26	0,693787	13.115,52
4	20.890,83	0,614188	12.830,90
5	31.612,47	0,543722	17.188,38
	Suma total flujos		65.881,90
	(-) Inversión		38.453,58
	Valor actual neto		27.428,32

Nota. Valor Actual Neto de la empresa

Se obtiene un VAN positivo de \$27.428,32; por tanto, acorde a los criterios de evaluación descritos anteriormente la ejecución del proyecto es recomendable.

7.7.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno es la tasa de interés o rentabilidad que generará el proyecto, es decir el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá esta y funciona como una herramienta complementaria del Valor Actual Neto.

Los criterios de aceptación del TIR son:

$TIR > a$ la tasa mínima de rendimiento exigida, se acepta el proyecto.

$TIR = a$ la tasa mínima de rendimiento exigida, es indiferente llevar a cabo el proyecto.

TIR < a la tasa mínima de rendimiento exigida debe rechazarse el proyecto.

Tabla 126

Tasa Interna de Retorno

Años	Flujo caja	Factor actualizado tasa menor	Valor actualizado	Factor actualizado tasa mayor	Valor actualizado
0		34,00%	-38.453,58	35%	-38.453,58
1	12.306,88	0,74627	9.184,24	0,74074	9.116,20
2	15.123,36	0,55692	8.422,46	0,54870	8.298,14
3	18.904,26	0,41561	7.856,79	0,40644	7.683,49
4	20.890,83	0,31016	6.479,43	0,30107	6.289,57
5	31.612,47	0,23146	7.317,02	0,22301	7.050,01
		VAN	806,36		-16,17

Nota. Tasa Interna de Retorno de la empresa

$$TIR = Tasa Menor + Diferencia Tasa * (VAN Menor / VAN Menor - VAN$$

$$Mayor)TIR = 34 + 1 * (806,36/806,36 - (-16,17)$$

$$TIR = \mathbf{34,980}$$

Análisis: La Tasa Interna de Retorno obtenida para este proyecto es de 34,980%; en consecuencia, de acuerdo a los criterios de aceptación de la TIR descrito anteriormente el proyecto es viable.

7.7.4. Periodo de Recuperación de Capital (PRC)

El Periodo de Recuperación de Capital representa el espacio temporal que es necesario para que la empresa recupere la inversión, atendiendo al momento en el que los flujos de caja se producen.

Tabla 127

Período de Recuperación de Capital

Año	Flujo caja	Sumatoria
1	12.306,88	12.306,88
2	15.123,36	27.430,24
3	18.904,26	46.334,49
4	20.890,83	67.225,33
5	31.612,47	98.837,80
	98.837,80	

Nota. Período de recuperación del capital

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{flujos hasta el año que supera la inversión}}{\text{flujo neto del año que supera la inversión}}$$

$$PRC = 3 + \frac{39.224,33 - 46.334,49}{18.904,26}$$

$$PRC = 3 + \frac{-7.110,17}{18.904,26}$$

$$PRC = 3 + -0.3761$$

$$PRC = 2.58$$

Análisis: Como se visualiza en la tabla anterior, la inversión se recuperará en 2 años, 7 meses y 14 días.

7.7.5. *Relación Costo/Beneficio (RBC)*

El análisis Costo/Beneficio es una herramienta financiera que mide la relación que existe entre los costos y beneficios asociados a la empresa, con el fin de conocer su rentabilidad.

Los criterios de aceptación de la RBC son:

- Si la razón beneficio costo es mayor que 1, entonces se acepta el proyecto.
- Si es menor que 1 el proyecto no es rentable; y
- Si es igual a 1 el proyecto es indiferente.

Tabla 128*Relación Costo / Beneficio*

año	Costo original	Factor actualizado	Costo actualizado	Ingreso original	Factor actualizado	Ingreso actualizado
0		12,96%			12,96%	
1	81.822,01	0,885269	72.434,50	98.186,42	0,885269	86.921,40
2	82.449,98	0,783701	64.616,17	103.062,48	0,783701	80.770,21
3	83.091,68	0,693787	57.647,90	108.019,18	0,693787	74.942,27
4	83.747,28	0,614188	51.436,57	113.058,83	0,614188	69.439,37
5	84.416,99	0,543722	45.899,34	118.183,78	0,543722	64.259,08
			292.034,48			376.332,33

Nota. Relación Costo/Beneficio

$$RBC = \text{Ingresos Actualizados} / \text{Costo}$$

$$\text{Actualizado RBC} = 376.332,33 / 292.034,48$$

$$RBC = 1,29$$

Análisis: Se tienen una relación beneficio /costo de 1,29; lo que se traduce en que según los criterios de aceptación de RBC es mayor que uno por tanto el proyecto es viable. Esto se traduce a que, por cada dólar invertido la empresa ganará 0,29 centavos de dólar de utilidad.

7.7.6. *Análisis de Sensibilidad*

El análisis de sensibilidad conocido también como análisis de simulación, es la técnica que determina como diferentes valores de una variable independiente impactan en una variable dependiente bajo un conjunto de supuestos.

Los criterios de decisión del análisis de sensibilidad son:

Si el coeficiente es > 1 el proyecto es sensible, es decir los cambios reducen o anulan la rentabilidad.

Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad del proyecto; y Si el coeficiente es $= 1$ no hay efectos sobre el proyecto.

Por ende, siendo los costos e ingresos las variaciones más sensibles ante un incremento o disminución, se procede a la realización del análisis de sensibilidad con incremento en los costos y disminución en los ingresos de la empresa

Tabla 194.*Análisis de Sensibilidad con aumento en los costos*

Años	Costo original	incremento en costos	Ingreso original	Flujo de caja	Factor de actualización tasa menor	Valor actualizado	Factor actualizado	Valor actualizado
0		10,42%	0		20%	-38.453,58	30%	-38.453,58
1	81.822,01	90.347,87	98.186,42	7.838,55	0,83333	6.532,12	0,76923	6.029,65
2	82.449,98	91.041,27	103.062,48	12.021,21	0,69444	8.348,06	0,59172	7.113,14
3	83.091,68	91.749,83	108.019,18	16.269,35	0,57870	9.415,13	0,45517	7.405,26
4	83.747,28	92.473,75	113.058,83	20.585,08	0,48225	9.927,22	0,35013	7.207,41
5	84.416,99	93.213,24	118.183,78	24.970,55	0,40188	10.035,10	0,26933	6.725,29
						VAN MENOR 5.804,06		VAN MAYOR -3.972,82

Nota. Análisis de sensibilidad con disminución en Ingresos

Para calcular el análisis de sensibilidad con respecto a la disminución en ingresos, se realiza el siguiente cálculo:

$$NTIR = tasamenor + diferencia de tasas * \left(\frac{VANtasamenor}{VANtasamenor - VANtasamayor} \right)$$

$$NTIR = 20 + 10 + \frac{5.804,06}{5.804,06 - (-3.972,82)}$$

$$NTIR = 20 + 10 + \frac{5.305,94}{9.776,89}$$

$$NTIR = 20 + 5,93652$$

$$NTIR = 25,9365$$

Diferencia de tasas = TIR proyecto – Nueva TIR

Di Tasas = 34,980 – 25,9365

Di Tasas = 9,044

$$\% \text{Variación} = \left(\frac{\text{Diferencia TIR}}{\text{TIR proyecto}} \right) * 100$$

%VAR= (9,044/ 34,980) x 100

%VAR= 25,854018

$$\text{Sensibilidad} = \left(\frac{\% \text{Variacion}}{\text{Nueva TIR}} \right)$$

Sensibilidad= (25,85401817 /25,9365)

Sensibilidad= 0,9968

Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos, se concluye que el proyecto es aceptado financieramente, puesto que no es sensible ante un aumento en los costos del 10,42%, es decir, si los costos aumentan hasta este porcentaje no afecta la rentabilidad del proyecto.

Tabla 195.

Análisis de Sensibilidad con disminución en ingresos

Años	costo original	ingreso original	disminución de ingreso	flujo caja	factor actualización tasa menor	valor actualizado	factor actualización	valor actualizado
0			8,15%		20%	-38.453,58	30%	-38.453,58
1	81.822,01	98.186,42	90.184,22	8.362,21	0,83333	6.968,51	0,76923	6.432,47
2	82.449,98	103.062,48	94.662,89	12.212,90	0,69444	8.481,18	0,59172	7.226,57
3	83.091,68	108.019,18	99.215,62	16.123,94	0,57870	9.330,98	0,45517	7.339,07
4	83.747,28	113.058,83	103.844,54	20.097,25	0,48225	9.691,96	0,35013	7.036,61
5	84.416,99	118.183,78	108.551,81	24.134,82	0,40188	9.699,24	0,26933	6.500,21
						VAN MENOR		VAN MAYOR
							5.718,30	
								-3.918,65

Nota. Análisis de sensibilidad con disminución en ingresos

Para calcular el análisis de sensibilidad con respecto a la disminución en ingresos, se realiza el siguiente cálculo:

$$NTIR = tasamenor + diferencia de tasas * \left(\frac{VANtasamenor}{VANtasamenor - VANtasamayor} \right)$$

$$NTIR = 20 + 10 + \frac{5.718,30}{5.718,30 - (-3.918,65)}$$

$$NTIR = 20 + 10 + \frac{5.718,30}{9.636,95}$$

$$NTIR = 20 + 5,93373$$

$$NTIR = 25,9337$$

Diferencia de tasas = TIR proyecto – Nueva TIR

$$\text{Df Tas} = 34,980 - 25,9337$$

$$\text{Df Tas} = 9,047$$

$$\% \text{ Variación} = \left(\frac{\text{Diferencia TIR}}{\text{TIR proyecto}} \right) * 100$$

$$\% \text{VAR} = (9,047 / 34,980) * 100$$

$$\% \text{VAR} = 25,8619$$

$$\text{Sensibilidad} = \left(\frac{\% \text{ Variacion}}{\text{Nueva TIR}} \right)$$

$$\text{Sensibilidad} = (25,8619 / 25,9337)$$

$$\text{Sensibilidad} = 0,9972$$

Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos, se concluye se concluye que el proyecto es aceptado financieramente, puesto que no es sensible ante una disminución en los ingresos del 8,15% es decir, si los ingresos disminuyen hasta el porcentaje indicado, no afecta la rentabilidad del proyecto.

8. Conclusiones

Culminando el presente trabajo de investigación y tomando como base los resultados obtenidos en la misma, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- En el estudio de mercado se determinó que la demanda efectiva de 7.658.277 libras de verduras, ~~ifm~~ comparada con la oferta que para el primer año es de 246.720 libras de verduras, se obtiene una demanda insatisfecha de 7.441.557 libras de verduras.
- En el plan de comercialización se determinó que los mejores canales de publicidad para dar a conocer el servicio serán por la red social Facebook y Instagram
- En el estudio técnico se determinó que la empresa depende de la capacidad del camión el cual al estar en el 100% de capacidad, puede almacenar hasta 300 jabas en donde se almacenaran los productos dependiendo su forma de contabilizar
- La empresa estará ubicada en la ciudad de Loja, en la calle Dinamarca y Bulgaria, ya que dispone de toda la infraestructura básica que hace posible el desarrollo de las actividades productivas de la empresa.
- Dentro del estudio económico, se determinó la inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto la misma es de USD 38.453,58 dólares americanos, mismo que será financiado de la siguiente forma: capital propio USD 23.453,58 correspondiente al 61%; y el restante mediante un crédito al BanEcuador por USD. 15.000,00 correspondiente al 39% con un plazo de 5 años, a una tasa de interés del 12,96 %.
- En cuanto al costo total de operación, el primer año es de \$81.822,01 con el cual se obtiene un costo unitario de \$4.54 centavos, valor que se le asigna un margen de utilidad del 20%, generando como resultado un precio de venta de \$5.45; en el quinto año el costo total de operación es de \$84.416,99 con el cual se obtiene un costo unitario de \$4,68, valor que se le asigna un porcentaje de utilidad de 40% generando como resultado un precio de venta al público de \$6,55

- La evaluación financiera, revela que el proyecto es viable para su ejecución, ya que se obtienen valores positivos en los próximos cinco años de vida del proyecto; contempla un factor de actualización con una tasa equivalente del 12,96 % obteniendo un VAN positivo de USD. 27.428,32; una TIR de 34,980%; lo que significa que, pese a que el factor de actualización está basado en tasas reales con créditos reales, el proyecto soportaría que esas tasas de interés aumenten y seguiría siendo rentable. En relación al periodo de recuperación de la inversión será en 2 año, 7 meses y 14 días; la relación beneficio/costo se obtiene una rentabilidad de 0,29 centavos por cada dólar invertido; el análisis de sensibilidad determina que el proyecto soporta un incremento en los costos del 10,42 % y una disminución en los ingresos del 8,15 %.

9. Recomendaciones

- Al determinar que el proyecto es factible de ejecutarse se recomienda ponerlo al mismo en práctica y en ejecución, debido a su rentabilidad en el mercado y por su gran aporte al desarrollo económico de los productores de la parroquia de Chuquiribamba.
- Realizar estudios en otras ciudades con el propósito de ampliar aún más el mercado y dar a conocer el nuevo servicio
- Aprovechar al máximo la capacidad del camión desde el primer año para así poder distribuir una mayor cantidad de verduras.
- Organizar actividades promocionales para dar a conocer el servicio, de tal manera que el consumidor se motive a adquirirlo
- Dar a conocer al personal la misión, visión y objetivos de la empresa, además de proporcionar al personal el manual de funciones para que los mismos puedan desempeñar sus actividades de la mejor manera
- Realizar constantes capacitaciones al personal en cuanto a procesos con el fin de dar un mejor control y certificar que todo se está haciendo según la planificación.
- Evaluar la posibilidad de ampliar el proyecto a nivel nacional, considerando costos, precios, demandas y oferta

10. Bibliografía

- Agricultura, O. d. (2020). *Frutas y verduras esenciales en tu dieta*. Roma.
- Arturo Morales Castro, J. A. (2009). *Proyectos de inversión*. Mexico.
- Baca, G. (2001). *Evaluación de Proyectos*. Editorial Mc Graw Hill.
- Bazante, G. (2014). *Estudio Técnico*.
- Blanco, A. (2004). *Formulación y evaluación de proyectos*. Madrid.
- Cañas, C. A. (2013). Presupuestos Enfoque de gestión, planeación y control de recursos . *El concepto de la capacidad instalada*, 1-3.
- Chiavenato, L. (1993). *Administración de Recursos Humanos: El capital humano de las organizaciones*. Brazil: Mc Graw Hill/Interamericana.
- Chuquiriamba, G. P. (s.f.). *Gobierno Parroquial de Chuquiriamba*. Obtenido de <https://chuquiriamba.gob.ec/index.php/parroquia/historia>
- Compañías, L. (2017). *Compras Publicas*. Obtenido de https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wpcontent/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf
- Cordoba P, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogota.
- Delgado, M. (2018). *Análisis de los productos. El poder del consumidor*.
- Escudero, A. (2004). *Metodología de Formulación de Proyectos*. Lima.
- Fernandez Presilla, J. E. (2002). *Reexpresión de estados financieros en Venezuela*.
- Fernandez, E. S. (2011). *Los proyectos de inversión (Segunda ed.)*. Costa Rica.
- Fernández, R. V. (2002). *Estudio de mercado*. Mexico.
- Fincoswky, E. B. (2009). *Organización de empresas*. Mexico.
- García, A. M. (2017). Conocimiento financiero y su importancia para los usuarios. *Revista de Psicología*.
- García, J. A. (2013). *Cálculo del tamaño de la muestra en investigación en*.
- Gavilanez, J. O. (2016). *Niveles de la Empresa*. Obtenido de <http://nivelesdelaempresa1.blogspot.com/>
- Geoffrey, R. (2013). *Principios de marketing*. Madrid.
- González, M. J. (2019). *Estructura Organizacional*. Barranquilla.
- Laura Fisher, J. E. (2011). *Mercadotecnia*. Mexico.
- Luna, R. (2009). *Guía para elaborar estudios de factibilidad*. Gustemala.
- Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogota: Ecoe Ediciones.

- Morales, A. &. (2009). *Proyectos de inversión evaluación y formulación*. Mexico: Graw Hill/Interamericana Editores.
- Mulhern, F. (1999). *Análisis de rentabilidad del cliente: Medición, concentración y direcciones de*.
- Nassir Sapag Chain, R. S. (2014). *Proyectos de inversión formulación y evaluación*. Chile.
- Nosnik, A. (2005). *Culturas Organizacionales: Origen, Consolidación y Desarrollo*.
- Nutrición, F. E. (2018). *Informe de Estado de Situación sobre "Frutas y Hortalizas: Nutrición y Salud en la España del S. XXI"*. Madrid.
- Padilla, M. C. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogota.
- Pasaca, M. (2011). *Formulación de proyectos de inversión (Vol. II)*. Loja.
- Pascuales, F. (2011). *Agricultura campesina y el mercado de alimentos. Generalidades del maní*.
- Pérez, A. I. (2020). *REPÚBLICA DEL ECUADOR MINISTERIO DEL TRABAJO ACUERDO MINISTERIAL Nro. MDT-2020-222*. Quito.
- R, L. (2001). *Guia para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*. Guatemala.
- Ramírez, A. S. (2014). *Fundamentos de Administración*.
- Ruano, M. R. (2009). *Temas para la educación . El precio en el marketing .*
- S.A., S. A. (2017). *Serie Huella de Ciudades N°9 Ciudad de Loja*. Loja.
- Sapag, C. (2010). *Proyectos de Inversión: Formación y Evaluación*. Mexico: Pearson Educación.
- UNL. (s.f.). *Universidad Nacional de Loja*. Obtenido de unl.edu.ec
- Urbina, G. B. (2013). *Evaluación de proyectos*. Mexico.
- Vélez, G. A. (2001). *Proyectos formulación, evaluación y control*. Colombia.
- Viñán Villagrán, J., Puente Riofrío, M., Ávalos Reyes, J., & Córdova Prócel, J. (2018). *PROYECTOS DE INVERSIÓN: UN ENFOQUE PRACTICO . RIOBAMBA*.

11. Anexos

Anexo 1. Encuesta al Consumidor



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Señor/a, como estudiante de la carrera de Administración de Empresas, de la Universidad Nacional de Loja, me encuentro realizando una encuesta para lo cual se propone determinar la factibilidad de: “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa acopiadora y comercializadora de verduras orgánicas en la parroquia de Chuquiribamba para la ciudad de Loja”, para lo cual solicito se digne responder el siguiente cuestionario.

1. ¿Cuántas personas integran el hogar?

2 () 3 () 4 () 5 () 6 () más..()

2. ¿Cuánto es el ingreso mensual del hogar?

- \$100 – \$299
 \$300 – \$499
 \$500 – \$699
 \$700 – \$899
 \$900 – \$1099
 \$1100 – \$1299
 \$1300 – en adelante

3. ¿En su hogar consumen verduras?

- Si
 No

4. La calidad de verduras que consume

- Muy buena
 Buena
 Mala

5. Que verduras consume más orgánicas e inorgánicas

- Orgánicas
 Inorgánicas

6. ¿Con qué frecuencia realiza sus compras de verduras?

- () Diario
- () Cada tres días
- () Semanal

7. De acuerdo a la frecuencia de compra de verduras que consume normalmente,

¿qué cantidad de estos productos adquiere?

En caso de UNIDAD poner la cantidad en el cuadro (pequeño)

En caso de LIBRA poner la cantidad en el cuadro (pequeño)

DIARIOS					
Tipo	Producto	Cantidad			
		Tongo		Unidades	Libras
		Pequeño	Mediano		
Verduras de hoja	Espinaca (tongo)				
	Lechuga (unidad)				
	Acelga (tongo)				
	Col verde (unidad)				
	Col morada (unidad)				
	Perejil (tongo)				
	Culantro (tongo)				
Verduras de bulbo	Cebolla blanca (tongo)				
Verduras de raíz	Rábano (tongo)				
	Remolacha (libra)				
	Zanahoria (libra)				
Verduras de flor	Brócoli (unidad)				
	Coliflor (unidad)				

DIARIOS		
		Cantidad

Tipo	Producto	Pequeño	Mediano
Verduras de hoja	Espinaca (tongo)		
	Lechuga (unidad)		
	Acelga (tongo)		
	Col verde (unidad)		
	Col morada (unidad)		
	Perejil (tongo)		
	Culantro (tongo)		
Verduras de bulbo	Cebolla blanca (tongo)		
Verduras de raíz	Rábano (tongo)		
	Remolacha (libra)		
	Zanahoria (libra)		
Verduras de flor	Brócoli (unidad)		
	Coliflor (unidad)		

CADA TRES DIAS			
		Cantidad	
Tipo	Producto	Pequeño	Mediano
Verduras de hoja	Espinaca (tongo)		
	Lechuga (unidad)		
	Acelga (tongo)		
	Col verde (unidad)		
	Col morada (unidad)		
	Perejil (tongo)		
	Culantro (tongo)		
Verduras de bulbo	Cebolla blanca (tongo)		
Verduras de raíz	Rábano (tongo)		
	Remolacha (libra)		

	Zanahoria (libra)		
Verduras de flor	Brócoli (unidad)		
	Coliflor (unidad)		

SEMANAL			
		Cantidad	
Tipo	Producto	Pequeño	Mediano
Verduras de hoja	Espinaca (tongo)		
	Lechuga (unidad)		
	Acelga (tongo)		
	Col verde (unidad)		
	Col morada (unidad)		
	Perejil (tongo)		
	Culantro (tongo)		
Verduras de bulbo	Cebolla blanca (tongo)		
Verduras de raíz	Rábano (tongo)		
	Remolacha (libra)		
	Zanahoria (libra)		
Verduras de flor	Brócoli (unidad)		
	Coliflor (unidad)		

8. ¿Normalmente donde realiza la compra de verduras?

- Supermercados
- Mercados
- Tiendas de barrio
- Pedidos a domicilio

9. Cuando compra verduras ¿cómo hace la selección de las mismas?

- Escoge las que tienen mejor apariencia
- Escoge las que tiene seguridad de que son orgánicas
- Escoge las de menor costo

10. ¿Le gustaría que hubiera un servicio donde se entregue verduras totalmente orgánicas?

- Si
- No

11. ¿Estaría dispuesto a comprar los productos de este emprendimiento?

- Si
- No

12. ¿Cómo le gustaría que brinde el servicio este emprendimiento?

- Tienda física
- Productos exhibidos en supermercados
- Productos entregados a domicilio

13. ¿Como le gustaría que se le entregue los productos?

- Funda plástica
- Funda de papel
- Funda de tela
- Jabas de plástico

14. ¿En qué día de la semana le gustaría que se le entregara los productos?

- Lunes
- Martes
- Miércoles
- Jueves
- Viernes
- Sábado
- Domingo

15. ¿Cómo le gustaría que sea el modo de pago?

- Efectivo
- Transferencia

16. ¿Le gustaría que se entregue factura?

- Si
- No

17. ¿Le gustaría saber recetas y comidas que puede preparar con los productos a través de redes sociales?

- Si
- No

18. Por medio de que red social le gustaría recibir toda la información sobre la empresa y los productos

- Facebook
- Instagram
- Tik tok
- WhatsApp

Anexo 2. Entrevista a los proveedores



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

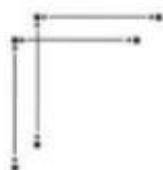
GUIA DE PREGUNTAS PARA LA ENTREVISTA A LOS PROVEEDORES

La presente entrevista tiene el propósito de determinar la situación de cada proveedor

- ¿Cuáles son los tipos principales de verduras orgánicas que cultivan?
- ¿Cuál es el rendimiento promedio de cada tipo de cultivo que saca a la semana?
- ¿Utiliza algún tipo de técnica para o método para maximizar la producción de sus cultivos?
- ¿Qué factores climáticos influyen en la producción?
- ¿Cómo manejan las plagas y enfermedades en los cultivos?
- ¿Colaboran con otros agricultores para obtener insumos o agrandar sus sembríos?
- ¿Tienen algún registro o seguimiento de la cantidad de producto cosechado semanal o mensual?
- ¿Tienen planes de expansión o mejora en su producción?
- ¿Qué medidas toman para garantizar la calidad y frescura del producto?

Anexo 3. Certificado de Traducción del Resumen (Abstract)

Z



unl

Universidad
Nacional
de Loja



Loja, 06 de febrero de 2024

Lic. Marlon Armijos Ramírez Mgs.
**DOCENTE DE PEDAGOGIA DE LOS IDIOMAS
NACIONALES Y EXTRANJEROS – UNL**

CERTIFICA:

Que el documento aquí compuesto es fiel traducción del idioma español al idioma inglés del resumen del Trabajo de Titulación: "Estudio de factibilidad para la creación de una empresa acopiadora y comercializadora de verduras orgánica en la parroquia de Chuquiribamba para la ciudad de Loja", autoría de Lenin Vladimir Curipoma Tene con CI: 1105796799 de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja.

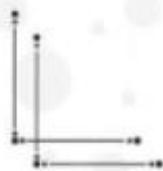
Lo certifica en honor a la verdad y autorizo a la parte interesada hacer uso del presente en lo que a sus intereses convenga.

Atentamente,



MARLON ARMIJOS RAMÍREZ
MARLON ARMIJOS RAMÍREZ

MARLON ARMIJOS RAMÍREZ
DOCENTE DE LA CARRERA PINE-UNL
1031-12-1131340
1031-2017-1905329



Educamos para Transformar

