



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

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO DE ACOPIO DE PANELA EN EL RECINTO
CHACAPATA, PARROQUIA NANEGAL, CANTÓN QUITO,
PROVINCIA PICHINCHA, AÑO 2022.”**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA:

SHIRLEY NAYELLY RODRÍGUEZ VELOZ

Riobamba – Ecuador

2022



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

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO DE ACOPIO DE PANELA EN EL RECINTO
CHACAPATA, PARROQUIA NANEGAL, CANTÓN QUITO,
PROVINCIA PICHINCHA, AÑO 2022.”**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA: SHIRLEY NAYELLY RODRÍGUEZ VELOZ

DIRECTORA: PhD. KATHERINE ELIZABETH SANDOVAL ESCOBAR

Riobamba – Ecuador

2022

©2022, Shirley Nayelly Rodríguez Veloz

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Shirley Nayelly Rodríguez Veloz, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

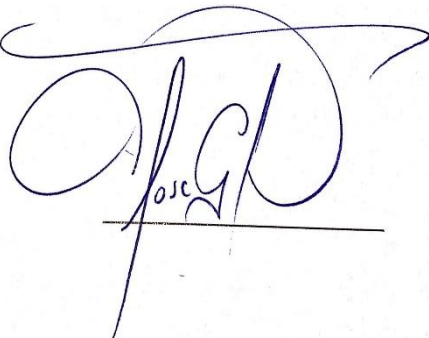


Riobamba, 07 de noviembre del 2022



Shirley Nayelly Rodríguez Veloz
C.I: 0605075555

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

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; tipo: Proyecto de Investigación, **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE PANELA EN EL RECINTO CHACAPATA, PARROQUIA NANEGAL, CANTÓN QUITO, PROVINCIA PICHINCHA, AÑO 2022.”**, realizado por la señorita: **SHIRLEY NAYELLY RODRÍGUEZ VELOZ**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMAS	FECHA
Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2022-11-07
PhD. Katherine Elizabeth Sandoval Escobar DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		022-11-07
PhD. Roberto Isaac Costales Montenegro ASESOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2022-11-07

DEDICATORIA

Dedico el presente Trabajo de Integración Curricular, en primer lugar, a Dios por permitirme culminar con éxito mi carrera, darme salud y fortaleza en todo momento. Al pilar fundamental de mi vida mi madre, por siempre estar para mí, por su educación, sus consejos, sus ganas de amarme incondicionalmente, su comprensión y a todas esas virtudes grandiosas que permitieron forjar todo este gran sueño y no desistir de aquel aun en los peores momentos. A mis hermanos César y Krisley quienes nunca me han dejado sola y son mi mayor inspiración, mi dosis de amor y apoyo incondicional. A mis abuelitos y a Jaime gracias por inculcar en mi vida el respeto, la responsabilidad, el esfuerzo, la dedicación y el trabajo. Y finalmente a toda mi familia, amigos y la estrella bonita que tengo en el cielo los cuales han sido parte de toda esta maravillosa carrera y que forman parte de mi vida, gracias por cada momento compartido y por brindarme su confianza y amistad sincera.

Shirley

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme guiado de la manera correcta hacía mi meta, por tener a mis seres queridos junto a mí y poder compartir alegrías y tristezas, a mi familia por ser el apoyo incondicional que siempre necesité, agradezco el tiempo, recursos y palabras depositadas en mí y mi eterno agradecimiento a mi madre quien me inspira a alcanzar mis sueños y a tener fortaleza en cualquier situación de mi vida, con todo mi corazón esto es por ti mamá. Por último, a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a la facultad de Administración de Empresas y a la carrera de Finanzas quienes me han abierto las puertas para poder cumplir mi objetivo profesional y sin echar de menos a todos los docentes que durante todos estos años me brindaron sus valiosos conocimientos.

Shirley

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvii
RESUMEN	xviii
ABSTRACT	xix
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1.	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.1.	Planteamiento del problema.....	3
1.2:	Limitaciones y delimitaciones	5
1.3.	Problema general de Investigación	5
1.4:	Problemas específicos de investigación.....	5
1.5:	Objetivos.....	6
1.5:1.	<i>Objetivo general</i>	<i>6</i>
1.5:2:	<i>Objetivos específicos</i>	<i>6</i>
1.6.	Justificación.....	6
1.6.1.	<i>Justificación teórica</i>	<i>6</i>
1.6.2:	<i>Justificación metodológica</i>	<i>7</i>
1.6.3.	<i>Justificación práctica</i>	<i>7</i>

CAPÍTULO II

2:	MARCO TEÓRICO	8
2:1.	Antecedentes históricos.....	8
2:2:	Antecedentes de investigación	9
2:3.	Referencias teóricas	11
2:3.1.	<i>Proyectos</i>	<i>11</i>
2:3.1.1.	<i>Importancia de la elaboración de proyectos</i>	<i>12</i>
2:3.1.2:	<i>Tipos de proyectos</i>	<i>12</i>
2:3.1.3.	<i>Proyecto de inversión</i>	<i>12</i>
2:3.2:	<i>Factibilidad</i>	<i>13</i>
2:3.3.	<i>Estudio de factibilidad</i>	<i>13</i>

2:3.3.1.	<i>Tipos de factibilidad</i>	13
2:3.3.2:	<i>Estudios que integran un proyecto de inversión</i>	14
2:3.4:	Estudio de mercado	14
2:3.4.1.	<i>Objetivos del estudio de mercado</i>	15
2:3.4.2:	<i>Análisis de la oferta</i>	16
2:3.4.3.	<i>Factores que influyen sobre la oferta</i>	16
2:3.5:	Análisis de la demanda	17
2:3.5.1.	<i>Cuantificación de la demanda</i>	17
2:3.6.	Mercado disponible para el proyecto	18
2:3.7.	Aspectos que interesa definir en el estudio de mercado.	18
2:3.8.	Estudio administrativo	19
2:3.8.1.	<i>Organigramas</i>	20
2:3.8.2:	<i>Misión organizacional</i>	20
2:3.8.3.	<i>Visión organizacional</i>	20
2:3.8.4:	<i>Valores organizacionales</i>	21
2:3.8.5:	<i>Objetivos organizacionales</i>	21
2:3.8.6.	<i>Política empresarial</i>	21
2:3.9.	Estudio técnico	22
2:3.9.1.	<i>Tamaño del proyecto</i>	22
2:3.9.2:	<i>Factores que estipulan el tamaño del proyecto</i>	23
2:3.9.3.	<i>Localización</i>	25
2:3.9.4:	<i>Macro localización.</i>	26
2:3.9.5:	<i>Micro localización.</i>	26
2:3.10.	Estudio económico	26
2:3.10.1.	<i>Estados financieros del proyecto</i>	26
2:3.11.	Evaluación financiera	27
2:3.11.1.	<i>Método de evaluación de los proyectos de inversión</i>	28

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	30
3.1.	Enfoque de la investigación	30
3.1.1.	<i>Investigación mixta</i>	30
3.2:	Nivel de Investigación	30
3.2:1.	<i>Nivel exploratorio</i>	30
3.3.	Diseño de investigación	31
3.3.1.	<i>Según la manipulación de la variable independiente</i>	31

3.4:	Tipo de investigación	31
3.4.1:	<i>Documental</i>	31
3.4.2:	<i>Campo</i>	31
3.5:	Población y planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra	32
3.5.1:	<i>Población</i>	32
3.5.2:	<i>Muestra</i>	32
3.6:	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	33
3.6.1:	<i>Métodos</i>	33
3.6.1.1:	<i>Método inductivo</i>	33
3.6.1.2:	<i>Método descriptivo</i>	33
3.6.1.3:	<i>Método analítico</i>	33
3.6.2:	Técnicas	34
3.6.2.1:	<i>Observación</i>	34
3.6.2.2:	<i>Encuesta</i>	34
3.6.3:	<i>Instrumento</i>	34
3.6.3.1:	<i>Cuestionario</i>	34
3.6.3.2:	<i>Ficha de observación</i>	34

CAPÍTULO IV

4:	MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	35
4.1:	Formato de encuesta a los habitantes	35
4.2:	Formato de encuesta productor de caña de azúcar	48

CAPÍTULO V

5:	MARCO PROPOSITIVO	60
5.1:	Propuesta	60
5.1.1:	<i>Introducción</i>	60
5.1.2:	<i>Objetivos</i>	60
5.1.2.1:	<i>Objetivo general</i>	60
5.1.2.2:	<i>Objetivos específicos</i>	61
5.1.3:	<i>Estudio de mercado</i>	62
5.1.3.1:	<i>Oferta de panela en el recinto Chacapata, parroquia Nanegal</i>	62
5.1.3.2:	<i>Oferta proyectada</i>	62
5.1.3.3:	<i>Estudio de la demanda</i>	63
5.1.3.4:	<i>Proyección de la demanda</i>	64

5:1.3.5:	<i>Demanda insatisfecha</i>	65
5:1.4:	Estudio administrativo	66
5:1.4.1.	<i>Constitución del centro de acopio</i>	66
5:1.4.2:	<i>Cumplimientos legales</i>	66
5:1.4.3.	<i>Creación de la filosofía corporativa</i>	69
5:1.4.4:	<i>Propuesta de la misión</i>	70
5:1.4.5:	<i>Propuesta de la visión</i>	70
5:1.4.6.	Valores	70
5:1.4.7.	<i>Políticas generales del centro de acopio</i>	71
5:1.4.8.	<i>Propuesta del organigrama estructural</i>	72
5:1.4.9.	<i>Propuesta del manual de funciones</i>	73
5:1.5:	Maketing mix	77
5:1.5.1.	<i>Estrategia de diferenciación del producto</i>	78
5:1.5.2:	<i>Estrategia de precios</i>	79
5:1.5.3.	<i>Estrategias de publicidad y promoción</i>	80
5:1.5.4:	<i>Estrategias de plaza (distribución)</i>	82
5:1.6.	Estudio técnico	83
5:1.6.1.	<i>Objetivo</i>	83
5:1.6.2:	<i>Localización de planta</i>	84
5:1.6.3.	<i>Micro localización</i>	85
5:1.6.4:	<i>Flujograma de procesos</i>	86
5:1.6.5:	<i>Proceso productivo de la panela</i>	88
5:1.6.6.	<i>Proveedores</i>	90
5:1.6.7.	<i>Requerimiento de maquinaria, equipos de cómputo y oficina, terreno, utensilios, mano de obra</i>	91
5:1.6.8.	<i>Capacidad de la planta</i>	93
5:1.6.9.	<i>Distribución de la planta</i>	94
5:1.7.	Estudio económico financiero	97
5:1.7.1.	<i>Inversión fija</i>	97
5:1.7.2:	<i>Inversión diferida</i>	97
5:1.7.3.	<i>Capital de trabajo</i>	98
5:1.7.4:	<i>Resumen de la inversión</i>	98
5:1.7.5:	<i>Financiamiento</i>	99
5:1.7.6.	<i>Costos de producción</i>	99
5:1.7.7.	<i>Gastos administrativos</i>	100
5:1.7.8.	<i>Gastos de venta</i>	100
5:1.7.9.	<i>Gastos financieros</i>	101

5:1.7.10.	<i>Ingresos</i>	101
5:1.8.	<i>Evaluación económica financiera</i>	102
5:1.8.1.	<i>Estado de resultados</i>	102
5:1.8.2:	<i>Balance general</i>	103
5:1.8.3.	<i>Flujo neto del efectivo</i>	104
5:1.8.4:	<i>Punto de equilibrio</i>	105
5:1.8.5:	<i>Valor actual neto</i>	110
5:1.8.6.	<i>Tasa interna de retorno</i>	110
5:1.8.7.	<i>Periodo de recuperación de la inversión</i>	111
5:1.8.8.	<i>Relación beneficio costo</i>	111
 CONCLUSIONES		112
RECOMENDACIONES		113
BIBLIOGRAFÍA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Factores que influye sobre la oferta.....	16
Tabla 2-2:	Aspectos que interviene en el estudio de mercado.....	18
Tabla 3-2:	Aspectos del estudio técnico	22
Tabla 4-2:	Factores del tamaño del proyecto.	23
Tabla 5-2:	Factores que influyen en la localización.....	25
Tabla 6-2:	Estados financieros de un proyecto	27
Tabla 7-2:	Método de evaluación financiera.....	28
Tabla 1-4:	Edad del encuestado	35
Tabla 2-4:	Género de la persona encuestada.....	36
Tabla 3-4:	Consumo de endulzantes	37
Tabla 4-4:	Igualdad de la panela y el azúcar convencional.....	38
Tabla 5-4:	Razones de compra de panela.....	39
Tabla 6-4:	Lugares de compra de la panela	40
Tabla 7-4:	Creación de nuevo centro de acopio.....	41
Tabla 8-4:	Adquisición de la panela	42
Tabla 9-4:	Frecuencia de compra	43
Tabla 10-4:	Cantidad a adquisición de panela	44
Tabla 11-4:	Cantidad de pago por la compra de panela	45
Tabla 12-4:	Medios publicitarios.....	46
Tabla 13-4:	Decisión de compra del cliente.....	47
Tabla 14-4:	Edad el encuestado	48
Tabla 15-4:	Género de la persona encuestada.....	49
Tabla 16-4:	Hectáreas de producción de caña.....	50
Tabla 17-4:	Derivados de la caña de azúcar.....	51
Tabla 18-4:	Venta de panela.....	52
Tabla 19-4:	Fijación de precio de la panela	53
Tabla 20-4:	Presentación más comercializadas.....	54
Tabla 21-4:	Precio de venta de panela en bloque.....	55
Tabla 22-4:	Precio de venta de panela en bulto	56
Tabla 23-4:	Conocimiento del centro de acopio y sus beneficios	57
Tabla 24-4:	Opinión de la creación del centro de acopio.....	58
Tabla 25-4:	Integración del centro de acopio.....	59
Tabla 1-5:	Proyección de la oferta en bloques	63
Tabla 2-5:	Proyección de la oferta en bultos.....	63

Tabla 3-5:	Proyección de la demanda en bloques	64
Tabla 4-5:	Proyección de la demanda en bultos.....	65
Tabla 5-5:	Demanda insatisfecha proyectada en bloque	65
Tabla 6-5:	Demanda insatisfecha proyectada en bulto.....	65
Tabla 7-5:	Aspectos de constitución del centro de acopio	66
Tabla 8-5:	Pasos y requisitos de constitución de un centro de acopio.....	67
Tabla 9-5:	Políticas propuestas	71
Tabla 10-5:	Manual de funciones del gerente	73
Tabla 11-5:	Manual de funciones de la secretaria.....	74
Tabla 12-5:	Manual de funciones del contador.....	75
Tabla 13-5:	Manual de funciones del operario.....	76
Tabla 14-5:	Manual de funciones del bodeguero	76
Tabla 15-5:	Manual de funciones del distribución o ventas.....	77
Tabla 16-5:	Descripción de la panela.....	78
Tabla 17-5:	Descripción de la presentación de la panela	79
Tabla 18-5:	Precio del producto.....	80
Tabla 19-5:	Estrategias de promoción	82
Tabla 20-5:	Tamaño de la planta de acopio.	84
Tabla 21-5:	Localización de la planta de acopio.....	85
Tabla 22-5:	Simbología del flujograma de procesos.....	86
Tabla 23-5:	Descripción del proceso de producción de la panela	89
Tabla 24-5:	Descripción del producto.....	90
Tabla 25-5:	Lista de proveedores.....	91
Tabla 26-5:	Maquinaria equipos de cómputo y oficina, terreno, utensilios, mano de obra	91
Tabla 27-5:	Demanda insatisfecha proyectada en bloque	93
Tabla 28-5:	Demanda insatisfecha proyectada en bulto.....	94
Tabla 29-5:	Inversión fija	97
Tabla 30-5:	Inversión diferida	97
Tabla 31-5:	Capital de trabajo	98
Tabla 32-5:	Resumen de la inversión.....	98
Tabla 33-5:	Estructura de financiamiento	99
Tabla 34-5:	Tabla de amortizaciones.....	99
Tabla 35-5:	Costos de producción	99
Tabla 36-5:	Gastos administrativos	100
Tabla 37-5:	Gastos de ventas	100
Tabla 38-5:	Gastos financieros	101
Tabla 39-5:	Ingresos	101

Tabla 40-5:	Estado de resultados	102
Tabla 41-5:	Balance general	103
Tabla 42-5:	Flujo neto del efectivo	104
Tabla 43-5:	Punto de equilibrio año 1.....	105
Tabla 44-5:	Punto de equilibrio año 2.....	106
Tabla 45-5:	Punto de equilibrio año 3.....	107
Tabla 46-5:	Punto de equilibrio año 4.....	108
Tabla 47-5:	Punto de equilibrio año 5.....	109
Tabla 48-5:	Determinación de tasa de descuento.....	110
Tabla 49-5:	Valor actual neto	110
Tabla 50-5:	Periodo de recuperación de la inversión	111
Tabla 51-5:	Relación beneficio Costo.....	111

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-2:	Clasificación de los estudios de factibilidad.	14
Ilustración 2-2:	Factores que estipulan el tamaño del proyecto	23
Ilustración 1-4:	Edad del encuestado	35
Ilustración 2-4:	Género de la persona encuestada	36
Ilustración 3-4:	Consumo de endulzantes	37
Ilustración 4-4:	Igualdad de la panela y el azúcar convencional	38
Ilustración 5-4:	Razones de compra de panela	39
Ilustración 6-4:	Lugares de compra de la panela	40
Ilustración 7-4:	Creación de nuevo centro de acopio	41
Ilustración 8-4:	Adquisición de la panela	42
Ilustración 9-4:	Frecuencia de compra	43
Ilustración 10-4:	Cantidad a adquisición de panela	44
Ilustración 11-4:	Cantidad de pago por la compra de panela	45
Ilustración 12-4:	Medios publicitarios	46
Ilustración 13-4:	Decisión de compra del cliente	47
Ilustración 14-4:	Edad el encuestado	48
Ilustración 15-4:	Género de la persona encuestada	49
Ilustración 16-4:	Hectáreas de producción de caña	50
Ilustración 17-4:	Derivados de la caña de azúcar	51
Ilustración 18-4:	Venta de panela	52
Ilustración 19-4:	Fijación de precio de la panela	53
Ilustración 20-4:	Presentaciones más comercializadas	54
Ilustración 21-4:	Precio de venta de panela en bloque	55
Ilustración 22-4:	Precio de venta de panela en bulto	56
Ilustración 23-4:	Conocimiento del centro de acopio y sus beneficios	57
Ilustración 24-4:	Opinión de la creación del centro de acopio	58
Ilustración 25-4:	Integración del centro de acopio	59
Ilustración 1-5:	Propuesta de logotipo	69
Ilustración 2-5:	Valores corporativos	70
Ilustración 3-5:	Organigrama propuesto	72
Ilustración 4-5:	Medios publicitarios	81
Ilustración 5-5:	Volantes publicitarios	81
Ilustración 6-5:	Canales de distribución	83
Ilustración 7-5:	Mapa Macro-localización	85

Ilustración 8-5:	Flujograma para adquisición de materia prima	87
Ilustración 9-5:	Flujograma de actividades en producción	88
Ilustración 10-5:	Distribución de planta.....	96
Ilustración 11-5:	Punto de equilibrio año 1	105
Ilustración 12-5:	Punto de equilibrio año 2	106
Ilustración 13-5:	Punto de equilibrio año 3	107
Ilustración 14-5:	Punto de equilibrio año 4	108
Ilustración 15-5:	Punto de equilibrio año 5	109

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: FORMATO DE ENCUESTA A LOS HABITANTES

ANEXO B: FORMATO DE ENCUESTA PRODUCTOR DE CAÑA DE AZÚCAR

ANEXO C: EVIDENCIA DE LA ENCUESTA

RESUMEN

El presente trabajo investigativo se centró en la elaboración de un análisis de factibilidad para la creación de un centro de acopio de panela en el recinto Chacapata, parroquia Nanegal de la provincia de Pichincha con el fin de conocer la factibilidad productiva, técnica, administrativa, legal y económica – financiera para mejorar la economía de los pequeños productores de la zona. Se presentó un marco inicial con relación a una fundamentación teórica que permitió el conocimiento de las variables objeto de estudio al igual que el conocimiento de las principales herramientas financieras de aplicabilidad para la medición de la correcta factibilidad del proyecto, en cuanto a la metodología aplicada en la investigación se basa en un enfoque mixto que se basa en la recolección de datos necesarios con relación al mercado que se desea incursionar, por otra parte se ve plasmado también el método inductivo – deductivo, método analítico, finalmente se realizó una propuesta basándose en el estudio financiero donde se determinó la factibilidad y rentabilidad del proyecto, en el que se estableció la estructura del capital, determinándose un VAN positivo de \$ 229,068.40, una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 32:24%, mayor que una tasa pasiva del sistema financiero actual. Por lo cual se recomienda ejecutar el presente estudio para futuras investigaciones de manera óptima teniendo en cuenta la evaluación económica positiva para poder acopiar y comercializar la panela, verificando que se cumpla con las normas sanitarias, los altos controles de calidad para así aportar al crecimiento económico de los productores de este producto artesanal y a la comunidad en general.

Palabras clave: <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <RENTABILIDAD>, <PANELA>, <CENTRO DE ACOPIO>, <EVALUACIÓN FINANCIERA>, <TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)>, <CHACAPATA (RECINTO)>.



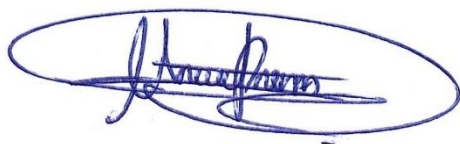
28-11-2022

2235-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

This research work was focused on the elaboration of a feasibility analysis for the creation of a panela collection center in the Chacapata area, Nanegal parish of Pichincha province in order to know the productive, technical, administrative, legal feasibility, and economic - financial to improve the economy of small producers in the area. An initial framework was presented in relation to a theoretical foundation that allowed the knowledge of the variables under study as well as the knowledge of the main financial tools of applicability for the measurement of the correct feasibility of the project, in terms of the methodology applied, this research is based on a mixed approach that is based on the collection of necessary data in relation to the market that you want to enter, on the other hand, the inductive - deductive method, the analytical method is also reflected, finally, a proposal was made strongly in the financial study where the feasibility and profitability of the project will be reduced, in which the capital structure will be consolidated, determining a positive NPV of \$229,068.40, an Internal Rate of Return (IRR) of 32:24%, higher than a rate liabilities of the current financial system. Therefore, it is recommended to carry out the present study for future research in an optimal way, considering the positive economic evaluation to be able to collect and market the panela, verifying that it complies with sanitary standards, high-quality controls in order to contribute to economic growth of the producers of this artisan product and the community in general.

Keywords: <FEASIBILITY STUDY>, <PROFITABILITY>, <PANELA>, <COLLECTION CENTER>, <FINANCIAL EVALUATION>, <INTERNAL RATE OF RETURN (IRR)>, <CHACAPATA (AREA)>.



Lcda. Yajaira Natali Padilla Padilla Mgs.

0604108126

INTRODUCCIÓN

La provincia de Pichincha en especial al noroccidente se destaca por tener una actividad productiva con los derivados de la caña de azúcar y por ende se convierte en la columna vertebral del sistema económico financiero de los habitantes de la zona.

La elaboración de esta investigación va dirigido al estudio de un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio en el recinto Chacapata, parroquia Nanegal, cantón Quito, provincia de Pichincha, en beneficio de mejorar las condiciones laborales y económicas de los pequeños productores artesanales del sector en mención ayudándoles en la venta directa de sus productos sin pasar por intermediarios, reduciendo tiempo y dinero.

Con la implementación del centro de acopio se pretende crear plazas de trabajo, brindar valor agregado a los productores agrícolas de la localidad, ofreciendo un servicio al recinto y sus alrededores en la venta de la panela, de igual manera pretende alcanzar metas como introducir con potencia al mercado un producto de manera artesanal, natural y saludable, posicionar la marca, ser competitivos tanto en calidad y precio satisfaciendo las necesidades de los clientes en el ámbito alimenticio.

CAPÍTULO I

Se identifica los antecedentes investigativos, el sustento teórico de las variables, problemática del proyecto, objetivos y justificación del mismo.

CAPÍTULO II

Se elabora el Marco Teórico en el que se expresa los conceptos de los términos que se utilizarán en el proyecto.

CAPÍTULO III

Se realiza el Marco Metodológico en el cual se establece los métodos, modalidades, tipos de investigación y técnicas que se van a utilizar en el estudio. Así mismo la población, métodos, técnicas e instrumentos investigativos utilizados.

CAPÍTULO IV

Se desarrolla la tabulación de los datos obtenidos en el transcurso del levantamiento de información mediante el instrumento escogido para realizar este proceso, a la misma vez que se presentan los análisis e interpretaciones de los resultados.

CAPÍTULO V:

Se conoce la propuesta de esta investigación a través de los diferentes estudios en el que se establecen acciones de respuesta del mercado como la oferta, demanda, precios, estudio técnico, legal, organizacional, financiero y evaluación financiera donde se muestra la factibilidad o no factibilidad del proyecto.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Según la historia publicada por (PROCAÑA, 2022) la caña de azúcar conocida científicamente como *Saccharum Officinarum* perteneciente a la familia de las poáceas es un cultivo perenne que macolla energéticamente y elabora de 4 a 12 tallos que pueden lograr los 3 o 4 metros de altura, todo esto gracias a un proceso alto de fotosíntesis que le brinda el suficiente aporte para que esta pueda tener un rápido crecimiento, necesitando también de factores ambientales como el clima y la zona donde se encuentre el cultivo cañaveral y de esto también depende el periodo de maduración y cosecha que va desde los 12 meses que en nuestro país es el promedio general hasta los 24 meses que puede darse según la ocasión y los factores que puedan alterar su procedimiento de cultivo, maduración para su posterior cosecha.

La caña de azúcar es un sembrío muy importante ya que a través de este se obtiene el azúcar el mismo que es un endulzante tradicional consumido por miles de familias ecuatorianas e ingrediente de un sin número de productos alimenticios semi producidos y producidos en su totalidad; además de derivarse también el alcohol etílico, la panela y la miel. El rendimiento nacional de la producción de caña de azúcar en los últimos años ha tenido una inclinación baja, posiblemente por el ingreso de productos azucarados importados a nuestro país, a la vez que existe mucha información que desmotiva a la población al consumo del azúcar en sí ya que el principal derivado de la caña de azúcar es el mismo producto que lleva la terminación del nombre de su materia prima por lo que al afectar el consumo bajan las ventas y hay una disminución económica tanto para nuestros productores de caña, para los procesadores del producto final y cientos de trabajadores que con su desempeño logran terminar los derivados para su logística y distribución.

A nivel mundial la producción de la caña de azúcar es alrededor de los 1700 millones de toneladas abarcando una extensión de terreno de unos 24 millones de hectáreas y según La Compañía de Nutrición de Cultivos para el Futuro (YARA, 2022) la caña de azúcar procede de Nueva Guinea ubicada entre el sudeste de Asia y al oeste de Oceanía limitando con el occidente océano pacífico. Se estima que hace unos 300 años a.c se cultivó por primera vez y se convirtió en un cultivo muy importante de la zona. Los países dentro del top a nivel mundial con mayor producción de esta materia prima son; Brasil, India, China, Tailandia, México, Paquistán, Filipinas, Australia, Argentina, Indonesia, EEUU, Colombia, Guatemala, Sudáfrica, Egipto, Costa Rica y Etiopía,

siendo Brasil el líder de todos estos países con la mayor producción alcanzando el 40% sobre el nivel de los demás.

La panela es una agroindustria rural considerada tradicional en América Latina y el Caribe de acuerdo con lo mencionado en (FINKERO, 2015) la producción de panela regional está dada principalmente por Brasil, Guatemala, México, Colombia, Perú, Ecuador, Bolivia y Honduras, otorgándole por los científicos expertos en el tema una gran cantidad de fuente de energía ya que el sistema metabólico de las personas los digiere fácilmente, la producción suele darse en pequeñas cantidades y es común que esta explotación cañaveral se de en zonas rurales montañosas y con escasos proceso industriales siendo la mano de obra familiar el principal recurso para la elaboración de la panela y en este contexto se da de manera original en las zonas de nuestro querido País .

En el Ecuador en 23 de 24 provincias se siembra la caña de azúcar todas estas con producción de panela artesanal con fines comerciales de forma activa y según una investigación de (Quezada Torres, Molina Borja, & Quezada, s.f.) existe aproximadamente una producción de panela de 30602 hectáreas con un promedio de 70 toneladas por hectárea. La agroindustria panelera de nuestro país cuenta con problemas que hacen que la calidad del producto se convierta en un rezago para ciertos sectores de la sociedad además incluyendo problemáticas que trae consigo la globalización y la demanda de productos con altos estándares de calidad a través de políticas y normativas que influye de manera sobresaliente la poca demanda de este producto catalogado como artesanal y así logrando impedir la dinamización la economía de sus sectores que son quienes se dedican de lleno a esta actividad

El recinto Chacapata de la parroquia Nanegal cantón Quito provincia Pichincha, es un sector cantero de caña en extensiones muy grandes destinadas a la producción de la materia prima en cuestión, este cultivo es sembrado por la mayoría de su población por no decir en su totalidad, dedicada también a la elaboración de derivados tales como le alcohol etílico y la miel además de distintos tipos de panela como son la tipo bloque, granulada y en polvo, este sector es un modelo de la falta de intensificación de procesos que garanticen que la comercialización surja con estándares de calidad para poder obtener un canal comercial con alternativas viables hacia una transformación segura, eficaz y eficiente en cuanto a la estabilidad de la localidad y así poder dinamizar la economía de la misma brindando estratégicamente precios justos a los productores en beneficio de toda la sociedad involucrada en este proceso de producción elaboración y posterior comercialización.

El proceso de comercialización deficiente y precario es causa de la escasa infraestructura y mala viabilidad para el acceso y comunicación entre las comunidades aledañas, trayendo consigo problemáticas una de ellas el abuso de los pocos intermediarios que acuden a los productores de este recinto ya que les pagan precios muy por debajo de lo justo siendo así las condiciones socio económicas en las que se encuentra el recinto una motivación latente para implementar un centro de acopio donde se pueda generar un canal de distribución y comercialización apropiado para llegar a un mercado deseado dentro de nuestro país. Proporcionar de manera metodológica una producción segura con políticas y normativas que les permitan llegar a una competitividad regional y por qué no nacional esto sería una de las principales motivaciones para poner en marcha este proyecto.

1.2. Limitaciones y delimitaciones

Este trabajo investigativo se desarrollará en:

Objeto: Desarrollo de un proyecto de factibilidad económico para la creación de un centro de acopio.

Campo de acción: Proyecto de inversión

Delimitación espacial: Recinto Chacapata

Parroquia: Nanegal.

Cantón: Quito

Provincia: Pichincha

Delimitación temporal: 2022-2027

1.3. Problema general de Investigación

¿De qué manera beneficiará la creación de un centro de acopio de panela en el crecimiento económico financiero de los productores agrícolas del recinto Chacapata, parroquia Nanegal, cantón Quito, provincia de Pichincha en el periodo 2022-2027?

1.4. Problemas específicos de investigación

¿Por qué es necesario realizar un centro de acopio, en el recinto Chacapata?

¿Qué impacto social tendrá el recinto con la creación de un centro de acopio?

¿Cuál es el nivel de aceptación de un centro de acopio en el recinto Chacapata?

¿De qué manera influirá económicamente un centro de acopio a los productores agrícolas de la zona?

¿Cuál es la inversión total requerida para el correcto funcionamiento del centro de acopio de panela?

1.5. Objetivos

1.5.1. *Objetivo general*

Desarrollar un proyecto de factibilidad económico para la creación un centro de acopio de panela para fortalecer el desarrollo y crecimiento económico de los productores del recinto Chacapata, parroquia Nanegal, cantón Quito, provincia Pichincha, año 2022:

1.5.2. *Objetivos específicos*

- Sustentar de manera técnica y social el implemento de un centro de acopio de panela mediante un marco teórico que resalte la activación de un plan de inversión para apoyar el desarrollo y crecimiento del recinto Chacapata, parroquia Nanegal, cantón Quito, provincia Pichincha, año 2022:
- Realizar un estudio técnico para delimitar la activación del proyecto y la investigación del mercado objetivo del recinto Chacapata, parroquia Nanegal, cantón Quito, provincia Pichincha, año 2022:
- Evaluar la factibilidad técnica, operativa y financiera del plan de inversión para implementar un centro de acopio de panela en el recinto Chacapata, parroquia Nanegal, cantón Quito, provincia Pichincha, año 2022:

1.6. Justificación

1.6.1. *Justificación teórica*

A través de este proyecto de investigación se buscará contribuir al desarrollo de la teoría y conceptos fundamentales de formulación y evaluación de proyectos que con la ayuda de un flujo de caja proyectado y basado en un marco teórico referencial guiado por medio de una investigación en libros, artículos, trabajos investigativos con el objetivo de poder establecer correctamente el enfoque dirigido a los verdaderos intereses de la investigación se pueda lograr así satisfacer la necesidad que conlleva saber si un estudio de factibilidad va a ser factible o no.

Siendo los indicadores esenciales en este caso el valor neto actual, el rendimiento máximo teórico, periodo de recuperación de la investigación en escenarios probabilísticos.

La elaboración de este proyecto investigativo es de gran significancia ya que se puede predecir los problemas a futuro o el desgaste del mercado en el avance económico financiero que pueda lograr obtener el recinto y sus productores agrícolas de la zona con la creación de un centro de acopio de panela.

1.6.2. *Justificación metodológica*

En este trabajo para dar cumplimiento con los objetivos propuestos se resolverá realizar la investigación donde se recoja los datos necesarios que permitan tabular y lograr así determinar la demanda del proyecto además de los criterios de evaluación para identificar su factibilidad. Para esto se usará un enfoque mixto en el que consta el método cualitativo y cuantitativo, un nivel de investigación no experimental con un tipo de estudio documental y de campo y para la recolección de información se utilizara técnicas de encuesta, entrevista y observación, donde las encuestas y entrevistas irán dirigidas a los clientes internos y externos que involucra este estudio de factibilidad.

1.6.3. *Justificación práctica*

En el presente trabajo el desarrollo de un plan de inversión para implementar un centro de acopio de panela y fortalecer el desarrollo y crecimiento en el recinto Chacapata, parroquia Nanegal, cantón Quito, provincia Pichincha, posibilitará al sector de un canal de distribución y comercialización apropiado para llegar a un mercado deseado y competitivo dentro de nuestro país para así mejorar las condiciones socioeconómicas del sector y disminuir los abusos de los intermediarios quienes aprovechan la mala organización de las autoridades para lucrarse económicamente de los productores de los cañaverales quienes solo buscan una estabilidad económica y laboral para así mejorar su calidad de vida, de la misma forma este proyecto ayudará a el crecimiento comercial de la zona donde se encuentra el recinto Chacapata además de contribuir con cifras y datos acerca de la elaboración, producción y comercialización de la panela para próximos estudios en mejora de este sector agroindustrial artesanal.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes históricos.

De acuerdo con la página oficial (GAD PARROQUIAL NANEGAL, 2022) la parroquia Nanegal está ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito, Pichincha, Ecuador, a 84 kilómetros de distancia desde la ciudad de Quito sus Límites al Norte con la Provincia de Imbabura, al Sur con la Parroquia de Nono, al Este con las Parroquias San José de Minas y Calacalí, al Oeste: Parroquia Guala y Nanegal. Con una altitud que oscila entre los 800 y 2800 msnm. El clima es cálido, la temperatura fluctúa entre un máximo de 28 grados centígrados y un mínimo de 18 grados centígrados.

La superficie aproximada de la parroquia es de 350 Km²:

La parroquia está conformada por el centro poblado que corresponde a la cabecera parroquial y por 15 barrios y anejos dispersos.

Estos recintos son:

- San Miguel
- La Florida
- Centro poblado de Nanegal
- Cartagena²²
- Palmitopamba
- Guamacucho
- La Perla
- San Pedro
- Santa Marianita
- Chacapata
- La Delicia
- La Floresta
- La lagua (GAD PARROQUIAL NANEGAL, 2022)

Relieve

El recinto Chacapata perteneciente a la parroquia Nanegal se encuentra en las estribaciones occidentales de los Andes del Ecuador, la zona se caracteriza por un relieve escarpado a montañoso propio de la Cordillera Occidental con valles paralelos profundos de montañas altas, sobre terrenos vulcano sedimentarios, presenta gradiente altitudinal de 2000 metros, la parte más alta es la cota de 2800 msnm ubicada en la parte sur y la más baja en la ribera del río Guayllabamba al norte de la parroquia con una altura de 800 msnm., las pendientes oscilan entre 80% y 50% (SNI PORTAL, 2015)

Geología.

Nanegal se encuentra sobre la Cordillera Occidental de los Andes Ecuatorianos y como tal está sometida a los procesos geológicos que caracterizan esta zona. La Cordillera Occidental consta de un basamento oceánico con formaciones volcánicas, vulcano sedimentarias y sedimentarias de edad Cretácico Eoceno donde se han sobrepuesto las formaciones esencialmente volcánicas del arco Oligoceno Actual. Son característicos de las cordilleras la formación de valles que generalmente corren N-S conocidos como valles intermontañosos y es en uno de estos valles donde se asienta el recinto. (SNI PORTAL, 2015)

Suelo.

Nanegal está compuesto por suelos alofánicos derivados de materiales piroclásticos, de textura pseudo limosas con gran capacidad de retención de agua, saturación de bases <50%, generalmente de color negro, profundos y suelos arenosos derivados, de materiales piroclásticos poco materializados, sin evidencia de limo, baja retención de humedad. La parroquia posee suelos en un 60% de su territorio que por su capacidad de uso están en la Clase BVP (Bosque Vegetación Protectora), se caracterizan por ser aptos para protección y conservación, un 20% en la Clase II-IV que se caracteriza por agricultura, arables con ligeras limitantes. Y de la Clase V a la VIII un 20% del territorio, se caracterizan por poco riesgo de erosión con limitaciones fuertes a muy fuertes aptos para aprovechamiento forestal y áreas de protección. (SNI PORTAL, 2015)

2.2. Antecedentes de investigación

Para el presente trabajo de titulación en los antecedentes de investigación se realiza en base a temas relacionados con la producción, comercialización y más artículos afines a la producción y comercialización de la panela ya que en el recinto Chacapata, parroquia Nanegal, cantón Quito,

provincia de Pichincha, no se han realizado trabajos investigativos con la temática: “Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio de panela en el recinto Chacapata, parroquia Nanegal, cantón Quito, provincia de Pichincha, pero existen temáticas relacionadas en trabajos investigativos realizados por los estudiantes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y que para el desarrollo de esta investigación se ha tomado como referencia, además de otras fuentes bibliográficas y repositorios de universidades del país y estas fuentes son:

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

Citado a (Quinquigano , 2022) este trabajo de investigación se da con el objeto de conocer la factibilidad, productiva, técnica y administrativa, legal y económica financiera para mejorar la economía de los agricultores del sector. En el estudio se determinó el tamaño, localización, distribución e ingeniería optima del proyecto y la capacidad instalada en tecnología. El proyecto fue estructurado mediante el estudio financiero donde se determinó la factibilidad y rentabilidad del proyecto, donde se estableció la estructura del capital, determinándose una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 9,08%, el tiempo de recuperación de la inversión es en 3 años, 11 meses y 15 días, Razón Beneficio Costo de (RBC) \$1,03 y un Punto de Equilibrio (PE) de 13.801 cajas de tomate en el primer año.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA PROCESADORA DE LÁCTEOS, EN LA COMUNIDAD DE SAN SALVADOR, PARROQUIA TAYUZA, CANTÓN SANTIAGO DE MÉNDEZ, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO, PERIODO 2021-2025”

Citado a (Paredes , 2021) La actividad ganadera y agrícola es una de las actividades más predominantes en el cantón Santiago y la parroquia Tayuza, siendo esta actividad una de la principal fuente de empleo e ingresos de los habitantes de la parroquia y obteniéndose la factibilidad del proyecto positiva obteniendo un VAN de \$173.061,07 y un TIR de 28,19%, mismo que es mayor a la tasa activa de la Corporación Financiera Nacional que es del 10,50%, el beneficio costo de la empresa es de \$1.20 que significa que por cada dólar que invierto en el proyecto se recupera el dólar más un excedente de veinte centavos por lo que el proyecto es económicamente rentable.

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN LA PARROQUIA EL TRIUNFO DEL CANTÓN PATATE PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

Citado a (Martínez, 2021) es fundamental la realización de este Estudio de Factibilidad para la creación de un Centro de Acopio de productos agrícolas como la mora y tomate de árbol en la Parroquia el Triunfo ya que dicho centro ayudaría al desarrollo de la parroquia ayudando a los agricultores a la venta de sus productos en el mismo sector y fomentando el trabajo en el cantón teniendo como resultado un proyecto factible y dejando un centro de acopio que ayudará a la venta de sus productos en el mismo sector, evitando el traslado del producto para no lastimarlo, logrando ahorrar tiempo y dinero.

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SOCIEDAD ANÓNIMA PRODUCTORA DE PANELA MOLIDA O EN POLVO DE JUGO DE CAÑA, UBICADA EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA PARROQUIA DE NANEGAL AÑO 2018”

Citado a (Vaca , 2018) este estudio de factibilidad tiene grandes aportes ya que se obtiene aportes favorables en cuanto a la aceptación de la población dejando un buena impresión para poder desarrollar otros trabajos en cuanto a temáticas a fines, este trabajo tiene por objetivo satisfacer las necesidades de los clientes al dar a conocer el producto sus beneficios al consumirlo y como ayuda a su salud y convertirlo en un sustituto del azúcar blanca ya que su función es endulzar las comidas y bebidas.

2.3. Referencias teóricas

2.3.1. *Proyectos.*

“Proyecto proviene del vocablo latino *proicere*, que significa arrojar adelante queriendo decir que el proyecto es toda idea que se tiene en el presente con miras a que se materialice en el futuro, mediando entre el presente y el futuro o logro del proyecto, un proceso con pasos específicos, que procure la consecución del resultado deseado.” (Torres Hernández, 2014)

Es un concepto o ideal de algo que se intenta realizar. Cualquiera que sea la idea que se pretende implementar, cualquiera la inversión, cualquiera la metodología o la tecnología a aplicar. Búsquedas destinadas a resolver necesidades de las personas humanas en todos sus alcances: alimentación, salud, educación, vivienda, religión, defensa, cultura, recreación, etc. (Fernández Luna, 2010)

2.3.1.1. *Importancia de la elaboración de proyectos*

La ejecución de proyectos productivos constituye el motor del desarrollo de una región o país, razón por la cual las instituciones financieras del orden regional, nacional e internacional tienen como objetivos la destinación de recursos para la financiación de inversiones que contribuyen a su crecimiento económico y beneficios sociales. (Padilla, 2011, pág. 5)

2.3.1.2. *Tipos de proyectos.*

Existen diferentes tipos de proyectos, cada uno se dirige a solucionar determinadas barreras al desarrollo, y tiene costos y beneficios específicos asociados, así:

- Dependientes
- Independientes
- Mutuamente excluyentes
- Productivos
- De infraestructura económica
- De infraestructura social
- Proyectos de inversión privada
- Proyectos de inversión pública.
- Proyectos de inversión social
- Creación de nuevas unidades de negocios o empresas
- Cambios en las unidades de negocios existentes
- Proyectos de infraestructura
- Proyectos de fortalecimiento de capacidades sociales o gubernamentales (Córdoba Padilla, 2011)

2.3.1.3. *Proyecto de inversión.*

Un proyecto de inversión es una propuesta técnica y económica para resolver un problema de la sociedad utilizando los recursos humanos, materiales y tecnológicos disponibles, mediante un documento escrito que comprende una serie de estudios que permiten al inversionista saber si es viable su realización (Córdoba Padilla, 2011)

El proyecto de inversión no es ajeno a la realidad económica del país; su desarrollo debe responder a los requerimientos de los asociados. El sistema económico de un país establece la orientación

de la planificación de las actividades públicas y privadas, señalando las políticas a seguir en los sectores económicos:

- Elementos.
- Sociedad.
- Personas
- Necesidades
- Recursos. (Córdoba Padilla, 2011)

2.3.2. Factibilidad.

Según (Varela, 2010) “Se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

2.3.3. Estudio de factibilidad.

El estudio de factibilidad se utiliza para recopilar datos importantes sobre el desarrollo de un proyecto y con ello la toma de decisiones. Su análisis se realiza cuando el desarrollo del sistema no tiene una justificación económica establecida, existe un alto riesgo tecnológico, operativo, jurídico o no se cuenta con una alternativa clara de implementación (Torres, 2018).

2.3.3.1. Tipos de factibilidad.

Para recomendar la aprobación de cualquier proyecto es preciso estudiar un mínimo de tres factibilidades que condicionarán el éxito o fracaso de una inversión: la factibilidad técnica, la legal y la económica. Otras factibilidades son las de gestión, política, social y ambiental. (Córdoba Padilla, 2011)

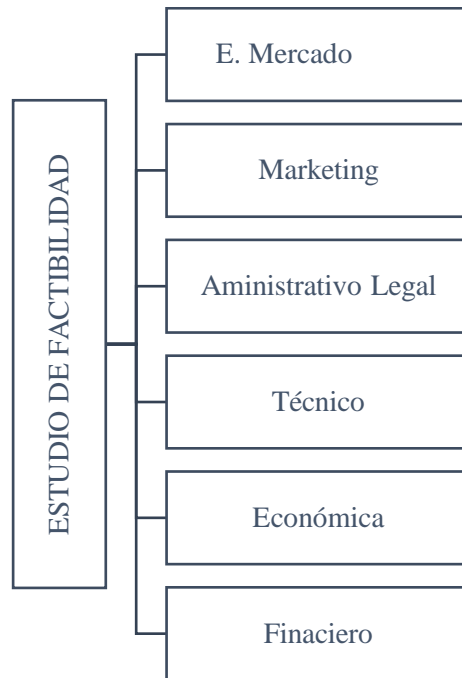


Ilustración 1-2: Clasificación de los estudios de factibilidad.

Fuente (Córdoba Padilla, 2011).

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

2.3.3.2. *Estudios que integran un proyecto de inversión*

- Estudio de mercado
- Estudio de técnico
- Estudio administrativo – legal
- Estudio financiero
- Evaluación económica.
- Evaluación ambiental (Lara, 2011, págs. 19-20)

2.3.4. *Estudio de mercado.*

“La finalidad de un es de mercado es comprobar si existe o no, una demanda que demuestre el inicio de un programa de transformaciones de ciertos bienes o servicios, en un espacio de tiempo” (Kendall & Kendall, 2017).

Según el autor (Sapag.N, 2010) indica que el mercado de productos/servicios es uno de los primordiales aspectos de un proyecto, dependiendo la actividad que desarrolle y realizar un análisis para sí observar si conviene replantear el origen del proyecto desde una perspectiva del mercado.

Para (Miranda, 2017) Manifiesta que el estudio de mercado estudia algunas variables sociales y económicas que estipulan al proyecto, podemos manifestar; tasa de incremento de la población, los niveles de ingresos de la misma, el precio de los bienes competitivos, bienes de complementación, el incremento de algún renglón importantes de la economía, los desarrollos tecnológicos, los hábitos de consumo, las políticas de gobierno, etc...

El mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio.

En el estudio de mercado se tiene que:

- Es el punto de partida de la presentación detallada del proyecto.
- Sirve para los análisis técnicos, financieros y económicos.
- Abarca variables sociales y económicas.
- Recopila y analiza antecedentes para ver la conveniencia de producir y atender una necesidad

Con el estudio de mercado se busca estimar la cantidad de bienes y servicios que la comunidad adquiriría a determinado precios (Córdoba Padilla, 2011)

2.3.4.1. *Objetivos del estudio de mercado.*

Dentro de un estudio de mercado el objetivo principal consiste en “instituir la factibilidad para lograr instalar una nueva unidad productora de bienes o servicios, mediante la cualificación de los importes que tiene cada bienes o servicios al momento de adquirir a un cierto precio” (Pimentel, 2018).

- Verificar que existe un mercado insatisfecho y que es viable, desde el punto de vista operativo, introducir en ese mercado el producto objeto de estudio.
- Demostrar que tecnológicamente es posible producirlo, una vez que se verificó que no existe impedimento alguno en el abastecimiento de todos los insumos necesarios para su producción.
- Demostrar que es económicamente rentable llevar a cabo su realización (Córdoba Padilla, 2011)

2.3.4.2. *Análisis de la oferta.*

Al estudiar la oferta permite instituir el monto de suministros disponibles para la población consumidora, producidos por fabricantes locales o importados desde otras localidades, discriminados según calidades, variedades y precios.

Oferta.

La oferta está establecida por el conjunto de vendedores que se encuentran en el mercado y constituye la competencia que debe afrontar el producto/servicio, con el objeto del proyecto verificar que si se trata de un nuevo producto/servicio para identificar cuáles son los posibles sustitutos para comparar con la demanda (Jácome, W, 2018)

Según el autor (Luna, R.; Chavez, Damaris., 2017) indica que es un conjunto de productos/servicios que tiene las personas a su disposición, considera como oferta, lo cual es muy importante identificar, dónde vender, a qué precio vender, cuánto vender y cómo vender siendo base para pronosticar cuál parte de la demanda futura será cubierta por nuestro proyecto y cómo planear que los clientes de la competencia nos compren.

2.3.4.3. *Factores que influyen sobre la oferta.*

Dentro de un estudio de factibilidad se encuentran varios factores que inciden en la oferta, pero de acuerdo con (Cajigas & Ramírez, 2016) Manifiesta que los factores más importantes que influyen sobre la oferta de un bien/servicio explícito, destacan los siguientes:

Tabla 1-2: Factores que influye sobre la oferta

Objetivos de la empresa:	Entre los objetivos de la empresa que consiguen influir sobre el nivel de la oferta tenemos los siguientes: maximizar el monto de vender un determinado producto aun sacrificando temporalmente algunos beneficios; maximizar la rentabilidad de la inversión.
Variaciones en los productos de venta.	Un aumento en los precios de venta estimulara los oferentes a incrementar el volumen de las transformaciones de los bienes que ofertan en el mercado y a una disminución en los precios de venta, esto genera un efecto contrario, es decir una disminución e la oferta.

Desarrollo tecnológico	la oferta de un determinado bien depende en forma importante del avance de la tecnología que se utilice para producirlo; pues una mejora en la utilización de sus insumos se traduce en una mayor productividad, lo cual, a su vez, determina incrementos en la oferta del bien.
Regularidad y seguridad de suministros de los primordiales insumos	Un importante factor que influye sobre los niveles de la capacidad utilizada y costo de transformaciones la constituye la regularidad y seguridad de suministros de los primordiales insumos utilizados en las transformaciones del bien en estudio.

Fuente: (Cajigas & Ramírez, 2016).

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

2.3.5. *Análisis de la demanda*

Demanda.

Se conoce como demanda a el monto de bienes/servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a un precio determinado y en un lugar específico.

Es el proceso mediante el cual se alcanza a instituir las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio donde el estudio cubre no solamente la demanda actual, sino también los pronósticos de consumo que se consigue en base de los datos del pasado y de herramientas cualitativas, cuantitativas que consiguen contribuir nuevas producciones. (Miranda, 2017)

Se conoce como demanda a los bienes/servicios que los productores que ofertan para responder a esta demanda se denominan oferta del mercado, donde se determina un equilibrio de mercado, que se representa por una relación entre el precio y el monto acordada de cada producto/servicio. (Sapag.N, 2010)

2.3.5.1. *Cuantificación de la demanda.*

Los métodos para cuantificar la demanda, se consideran dos categorías: en la primera tenemos documentales y la segunda mediante entrevistas a los consumidores.

Para el primer caso nos indica, (Miranda, 2017) tres subcategorías dependiendo de la naturaleza del producto objeto del estudio: bienes de consumo final, bienes de consumo intermediario y bienes de capital, bienes de consumo final se deben subdividir en bienes durables y bienes no durables.

Para el caso de las entrevistas (Miranda, 2017) clasifica en dos categorías: censos o muestras, a su vez las muestras se subdividen en muestras opináticas y muestras aleatorias.

2.3.6. Mercado disponible para el proyecto.

La diferencia entre los volúmenes de la demanda y la oferta proyectadas permite instituir el mercado disponible si la diferencia es positiva, se dice que hay un déficit de oferta y su magnitud debe compararse, con la escala mínima tecnológicamente disponible y/o con el tamaño mínimo económico exigido por los inversionistas. Si en ambos casos el tamaño del mercado disponible resulta superior, se concluye en la factibilidad del proyecto desde el punto de vista de su mercado. Si por el contrario la diferencia es negativa (superávit de transformaciones) o el mercado disponible es menor tamaño mínimo económico o al menor tamaño tecnológicamente posible, se concluye en la inviabilidad del proyecto. En caso de ser factible el proyecto, se deber indicar que porcentaje de la demanda insatisfecha se atenderá con sus transformaciones.

2.3.7. Aspectos que interesa definir en el estudio de mercado.

Tabla 2-2: Aspectos que interviene en el estudio de mercado

Los precios.	La fijación de precios vincula un aspecto esencial en el proceso de transformaciones y comercialización de bienes y servicios, en cada caso las empresas fijarán precios teniendo en cuenta los costos, demanda y al mercado y dentro del marco político tanto de tipo económico como social, (Miranda, 2017). Al ejecutada un estudio de mercado del proyecto se examinan los precios que tienen los bienes o servicios el propósito de caracterizar de qué forma que se determinan y el impacto que tiene la oferta y la demanda del producto
El producto	Según (Miranda, 2017) manifiesta que “se lo puede definir como todo aquello que satisface una necesidad sea esta física y psicológica. Esto puede referirse a un objeto o servicio, también puede estar disponible para la venta, de lo cual no puede ser considerado como tal”
La promoción	Se refiere al tipo de publicidad y promoción, que se incluirá en el proyecto. Es vital incluir un determinado valor de gasto de publicidad o promoción y examinar su viabilidad pues esto va a afectar a los flujos de efectivo de cada año de vida del proyecto. (Miranda, 2017)

Comercialización	<p>La comercialización es considera “una actividad que acelera el movimiento de bienes/servicios desde el fabricante hasta el consumidor, y que incluye todo lo relacionado con publicidad, distribución, técnicas de mercado, transporte y almacenamiento de bienes y servicios” (Guzmán, 2017)</p> <p>La comercialización es el conjunto de actividades relacionada con la circulación de bienes/servicios desde los sitios en que se producen hasta llegar al consumidor final.</p> <p>Análisis de la comercialización.</p> <p>“Es un proceso mediante el cual se planifica y organizan las actividades necesarias para que, en el momento preciso, una mercancía o servicio, destinado a venderse este en el lugar indicado y en su debido momento”. (Coss, 2017) La comercialización es el mecanismo para llegar con el producto/servicio hacia el cliente, en tiempo y lugar adecuado, una empresa consigue ofertar un producto de calidad y a un buen precio, pero si no se encuentra el mecanismo adecuado para que llegue al consumidor en el momento requerido, esta empresa ira de quiebra, de ahí la importancia de una buena comercialización.</p> <p>Canales de distribución y su naturaleza</p> <p>Según (Baca, 2010) manifiesta que “ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria”</p>
-------------------------	--

Fuente: (Baca, 2010), (Coss, 2017), (Guzmán, 2017) & (Miranda, 2017).

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

2.3.8. *Estudio administrativo.*

Según el autor (Rojas, 2017) indica que el estudio administrativo representa uno de los aspectos más importantes dentro del estudio de factibilidad, si la estructura administrativa es adecuada las probabilidades de éxito son mayores; se debe comenzar por asignar funciones y responsabilidades sustentándolas en un organigrama donde se adopte y se describa la cultura organizacional de la empresa.

Las empresas son grupos que se vinculan para lograr fines comunes, estos no se podrán lograr si no existe un orden entre los grupos y personas, todos haciendo lo mismo (Griffin, 2017).

Según (López, Aceves, Peralta, & Puerta, 2018) manifiestan que el estudio administrativo dentro de un proyecto de inversión se convierte en una herramienta que sirven de guía como un elemento

administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a ejecutada para lograr los objetivos de la empresa, por otra parte, también se le considera herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales.

El estudio administrativo es la parte en la cual se determina como se va a administrar el proyecto, entonces aquí es donde se describe la forma estructural de la empresa, planeaciones estratégicas, dirección de recursos humanos entre otros aspectos como legal nombrando su razón y objeto social, los permisos que requiere, y los respectivos trámites de constitución.

2.3.8.1. *Organigramas*

Los organigramas, se denominan representaciones gráficas de empresa, que muestran las interrelaciones, las funciones, los niveles jerárquicos, las obligaciones y la autoridad que se encuentran dentro de ésta. (Munch, 2017, pág. 53)

2.3.8.2. *Misión organizacional*

La “Misión” significa, literalmente, “deber”, “obligación”, “trabajo que se desempeñara”. La misión de la empresa es la declaración de su propósito y alcance, en términos de productos y mercados, y responde a la pregunta: “¿Cuál es el negocio de la empresa?” Se refiere a su papel en la sociedad donde actúa y explica su razón de ser o de existir. (Chiavenato, 2011, pág. 72)

La misión organizacional debe considerar los aspectos siguientes:

- La razón de ser de la empresa.
- El papel de la empresa en la sociedad.
- La naturaleza del negocio de la empresa.
- El valor que la empresa crea para sus grupos de interés.
- Los tipos de actividades en los que la empresa debe concentrar sus esfuerzos en el futuro.

(Chiavenato, 2011, pág. 72)

2.3.8.3. *Visión organizacional*

“Visión” significa literalmente “una imagen”. La visión de las empresas, son considerados el futuro de la institución y se entiende la representación de la imagen de cómo se verá en el futuro mediante el éxito del negocio. (Chiavenato, 2011, pág. 76)

2.3.8.4. *Valores organizacionales*

Vinculan el marco axiológico dentro del cual se conducirá la empresa en la búsqueda de sus objetivos. Sirven para instituir en términos amplios y abstractos la forma en que se desarrollará el comportamiento cotidiano. (Lerma, 2012, pág. 41)

Los valores responden a las siguientes características:

- Necesitan ser reconocidos por todos los miembros de la empresa.
- Son ineludibles para guiar la vida interna de la empresa, así como proyectar una imagen favorable hacia el exterior.
- Buscan el bienestar colectivo. Una vez que se conozcan los valores rectores y compromisos de la empresa, es posible trazar objetivos y otros elementos del plan. Sabiendo que tipo de principios se seguirán dentro de la empresa, se consiguen instituir cómo va a ser el comportamiento interno y la proyección de la empresa hacia el exterior (Lerma, 2012, pág. 41)

2.3.8.5. *Objetivos organizacionales*

“Una vez definidos estos objetivos se consiguen instituir las responsabilidades, con más claridad, de cada uno de los participantes en la ejecución del plan de acción para lograr las metas y objetivos organizacionales”. (Chiavenato, 2011, pág. 82)

El objetivo organizacional es una situación deseada que la empresa pretende alcanza los resultados esperados y la empresa por votación de sus accionistas, la empresa alcanza la eficiencia en la medida que logra sus objetivos. No obstante, se encuentran empresas que tienen varios objetivos de forma simultánea y legítima.

2.3.8.6. *Política empresarial*

La política empresarial es considerada un compromiso de la empresa; a través de los niveles jerárquicos aplicando el compromiso y la participación del personal para el cumplimiento de los objetivos importantes. Al igual que la estrategia, la política empresarial proporciona la orientación precisa para que los ejecutivos y mandos intermedios elaboren planes concretos de acción que permitan lograr los objetivos. (Encinas, 2018)

2.3.9. Estudio técnico.

Para el autor (Sapag, 2010) menciona que el estudio organizacional tiene como objetivo general perseguir la determinación de la capacidades instalada y utilizada de la empresa, así como la de todos los costos involucrados en el proceso de transformaciones, y para lograrlo debe aplicar los siguientes aspectos:

Tabla 3-2: Aspectos del estudio técnico

Aspectos para desarrollar el estudio técnico	<ul style="list-style-type: none">• Localización de la planta• Infraestructura de servicios• Efluentes y perdidas del proceso• Cronograma de inversión• Turnos de trabajo• Capacidad instalada y utilizada• Tecnología a utilizarse• Control de calidad• Proceso de transformaciones
--	--

Fuente: (Sapag, 2010).

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Según (Sapag, N, 2001) El estudio técnico se encarga de verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto que se pretende y analiza determinando el tamaño óptimo la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la empresa que requiere para ejecutada la transformación.

En si se pregunta sobre dónde, cuando, como, y con que producir lo que se desea por lo que el aspecto técnico – operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto.

Se puede decir que el estudio técnico se caracteriza que debe tener el activo fijo, así como la creación de un proceso de transformaciones óptimo que permita la mejor utilización y control de los recursos destinados al funcionamiento del proyecto.

2.3.9.1. Tamaño del proyecto.

“Definiremos como tamaño de un proyecto al número de unidades de un determinado bien o servicio, que consiguen producirse con los factores involucrados en el proceso de fabricación de dicho bien, durante un cierto periodo de tiempo.” (Miranda, 2017).

Se entiende por tamaño del proyecto a el monto de bienes o servicios que una empresa consigue producir en sus instalaciones.

2.3.9.2. Factores que estipulan el tamaño del proyecto.

La determinación del tamaño adecuado que debe tener un proyecto se hace necesario ejecutada en primera instancia un análisis de los factores que lo estipulan o limitan, entre los cuales se señalar los siguientes.

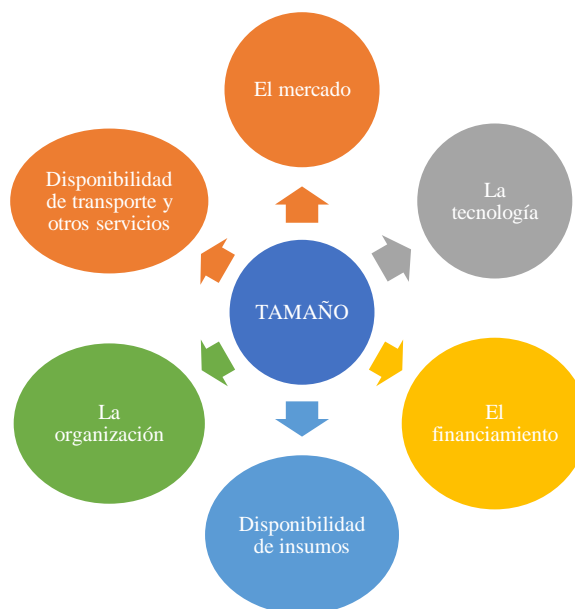


Ilustración 2-2: Factores que estipulan el tamaño del proyecto

Fuente: (ILPES, 2010).

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

A continuación, se indica brevemente como condiciona cada uno de estos factores al tamaño del proyecto.

Tabla 4-2: Factores del tamaño del proyecto.

El mercado.	Constituye el límite del tamaño de un proyecto, por cuanto si la capacidad de transformaciones excede la capacidad de absorción del mercado a un largo plazo, los costos unitarios de transformaciones tenderán a aumentar en proporción directa con los márgenes de capacidad ociosa resultantes, lo cual se reflejaría en una mayor competitiva en relación con el precio de venta del bien.
Tecnología.	Se encuentran proyectos que su tamaño no se justifica desde el punto de vista técnico, es decir, que no se consigue conseguir una tecnología adecuada para producir rentablemente niveles pequeños de un determinado bien, o que la escala de transformaciones no alcanza el

	mínimo establecido por los fabricantes de los equipos de transformaciones para que la planta sea rentable. Por lo que se consigue concluir diciendo que la tecnología representa el límite inferior del tamaño del proyecto.
Financiamiento y empresa.	Aun cuando se reúnen todas las condiciones de viabilidad de un cierto tamaño del proyecto consigue ocurrir la no viabilidad de lado de los empresarios, bien por su incapacidad financiera, o por su incapacidad administrativa para ejecutada un proyecto de grandes dimensiones. En el de las empresas privadas, este aspecto corresponde a una de las más importantes limitaciones de la viabilidad del tamaño máximo permitido por el mercado. En el caso de las empresas públicas, este aspecto también se presenta cuando se trata de grandes proyectos e infraestructura, cuyo financiamiento exige enormes recursos.
Localización (disponibilidad) de insumos.	La localización consigue ser un factor de invalidez de ciertos tamaños. Eso ocurre en los proyectos que utilizan materias primas de alta densidad de transporte, o una baja densidad de valor, cuando el aumento del tamaño de la planta consigue forzar al proyecto importar materias primas desde lugares distantes, tomando los costos y transformaciones superiores al máximo permisible.
La disponibilidad de transporte.	Aun cuando los insumos que requieren el proyecto estén disponibles, consiguen ocurrir que no sean asequibles para el proyecto, debido a un suficiente o deficiente sistema de transporte, el cual deberá analizarse tomando en cuenta los medios utilizados tipo y número de unidades se encuentra, capacidad de estas, estado de las vías, estacionalidad de la transformación y de la utilización de los medios de transporte
La capacidad administrativa.	Constituye en un elemento de importancia en la selección del tamaño de la nueva unidad productiva, que por lo general no recibe la importancia que tiene y es poco o suficientemente analizado. Básicamente se refiere al tipo de empresa que requiere para acometer en forma eficiente la transformaciones y comercialización de los bienes/servicios contemplados en el proyecto. Su análisis conlleva el estudio detallado del monto y calidad de los activos que se requieren, las especificaciones del tipo de preparación del personal que asumirá las labores directivas y gerenciales, así como los mecanismos de supervisión y evaluación que serán utilizados.

Fuente: (ILPES, 2010).

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

2.3.9.3. Localización.

Se entiende por localización de una unidad productiva de bienes/servicios al proceso de selección de la entidad geográfica donde dicha unidad será ubicada en forma definitiva considerando dos tipos de criterios sociales y privados, dependiendo de la naturaleza del inversionista. (Jácome, W, 2018).

Factibilidad de ubicación.

La decisión de localización es una decisión de largo plazo con repercusiones económicas que se debe tomar en cuenta, de acuerdo a. (Galán, 2017) menciona que “la localización tiene un efecto sobre la tecnología utilizada en el proyecto, tanto por las restricciones físicas que importa como la viabilidad de los costos de operación y el capital de las distintas alternativas tecnológicas asociadas a cada ubicación posible”. La selección de La ubicación debe considerar su carácter definitivo o transitorio y optar por aquellas que permitan obtener el máximo rendimiento del proyecto.

Los factores que más comúnmente incluyen en la decisión de la localización de un proyecto son las siguientes:

Tabla 5-2: Factores que influyen en la localización

Factores que influyen en la localización	<ul style="list-style-type: none">• Medios y costos de transporte• Disponibilidad y costo de mano de obra• Cercanía de las fuentes de abastecimiento• Factores ambientales• Cercanía del mercado• Costos y disponibilidad del terreno• Topografía de suelos• Estructura impositiva legal• Disponibilidad de servicios básicos• Comunicaciones y• Disponibilidad de deshacerse de los desechos.
--	--

Fuente: (Galán, 2017).

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

2.3.9.4. *Macro localización.*

“Es la selección del área donde se ubicará el proyecto. Los factores de estudio que influyen con mayor frecuencia son, el mercado de consumo, las fuentes de materia prima, la disponibilidad de mano de obra y disponibilidad de servicios básicos.” (Luna, R.; Chavez, Damaris., 2017)

La macro localización consiste en instituir la región, provincia o área geográfica en el que se localizara el proyecto, tratando de reducir al mínimo costos de transformaciones y de comercialización.

2.3.9.5. *Micro localización.*

La micro localización consiste en instituir el lugar específico donde se ejecutada el proyecto, sea esto el cantón, el barrio urbanización, cooperativa y la dirección del lugar. Así, el principal elemento a considerar es el terreno, mismo que debe ser acorde al requerimiento del proyecto, el acceso a medios de transporte, servicios básicos, materia prima. (Pimentel, 2018).

El punto más exacto de ubicación es en el cual los costos de transformaciones sean más bajos y la entrega del producto al cliente sea rápido y de fácil acceso para la presente investigación se considera el cantón Quito por contar con los elementos necesarios para la operación del centro de acopio de panela en el recinto Chapata.

2.3.10. *Estudio económico*

“Tiene como finalidad demostrar que se encuentran recursos suficientes para llevar a cabo el proyecto y se tendrá un beneficio. El capital invertido deberá ser menor al rendimiento que se obtendrá”. (Guzmán, 2017).

La finalidad de este tipo de estudio es instituir los ingresos y costos que resultaran del proyecto en su vida útil, para asignar óptimamente los recursos financieros que se van a ocupar.

2.3.10.1. *Estados financieros del proyecto.*

Según (Eslava,J, 2018) indican que los estados financieros son los documentos contables que se elaboran con la finalidad de informar sobre la posición financiera de una entidad en una fecha dada, los resultados de operación y los cambios en la posición financiera para el ejercicio contable de manera fehaciente, veraz y oportuna

Para efectuar el análisis y la evaluación de los proyectos de inversión es necesario hacer un ejercicio de simulación financiera, cuya base serán las operaciones que se pretenden llevar a cabo en proyecciones financieras que se concentran en estados financieros proforma, son básicamente los siguientes:

Tabla 6-2: Estados financieros de un proyecto

Estado de inversión inicial del proyecto.	La inversión inicial es considerada el total de entradas y salidas que se efectuarán para instituir los costos y gastos iniciales en el momento cero o de partida del proyecto. Por lo tanto, sus primordiales vinculantes son: <ul style="list-style-type: none"> • Precio neto pagado por el bien de capital • Costos y gastos de arranque • Estímulos fiscales
Presupuesto.	Al hablar de planeación en inversiones a largo plazo se debe encontrar basado en pronósticos y presupuestos de ventas futuras, costo, requerimientos de transformaciones y disponibilidad de numerario, entre otros elementos. El presupuesto es una expresión cuantitativa de los objetivos gerenciales y un medio para controlar el progreso hacia el logro de tales objetivos. (Guzmán, 2017)
Estado de Resultados del proyecto.	Este estado deberá mostrar en forma detallada los ingresos y egresos que se esperan ejecutada durante la vida económica del proyecto.
Balance General del proyecto.	Tiene por objeto permitir a los involucrados en el desarrollo del proyecto, evaluar la situación financiera, y de manera particular instituir las condiciones relativas a los activos circulantes y pasivos a corto plazo, o sea al capital de trabajo.
Flujo de efectivo del proyecto.	Deberá mostrar en forma detallada y ordenada las operaciones de entrada y salida que se espera ejecutada durante la vida del proyecto.

Fuente: (Guzmán, 2017).

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

2.3.11. Evaluación financiera.

Según (Erossa.V, 2017) La evaluación de un proyecto tiene por objeto identificar su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable para poder asignar los recursos económicos a la mejor alternativa.

Como sabemos cada estudio es único y diferente a todos los demás, sin embargo, la metodología a seguir en todos y cada uno de ellos posee la particularidad de poder adaptarse a cualquier proyecto. Las áreas generales en las que se consigue aplicar la metodología de la evaluación de proyectos son:

- Instalación de una planta totalmente nueva
- Elaboración de un nuevo producto de una planta ya se encuentran
- Ampliación de la capacidad instalada o creación de sucursales
- Sustitución de maquinaria por obsolescencia o capacidad insuficiente

2.3.11.1. Método de evaluación de los proyectos de inversión.

La decisión de aceptar o rechazar un proyecto de inversión se ejecuta en base a la aplicación técnica de uno o varios métodos de evaluación. Los más comunes para la evaluación de proyectos de inversión son:

Tabla 7-2: Método de evaluación financiera

Tasa de descuento	(Erossa.V, 2015) Es la encargada de actualizar los flujos de caja, dándole así valor al dinero en el tiempo. Además, ha de corresponder con la rentabilidad que el inversionista le exige a la inversión por renunciar a un uso alternativo de recursos en proyectos con niveles de riesgos similares, aunque en este caso se denominaría costo marginal del capital.
Método de Valor Presente Neto. -	Para llevar a cabo este método, se adquiere el valor presente de los flujos netos de efectivo que se esperan de una inversión, descontados al costo de capital, y se resta el costo inicial de desembolso del proyecto. Si el valor presente neto es positivo, el proyecto debe ser positivo de lo contrario debe rechazarse. (Erossa.V, 2015)
Método de la tasa interna de retorno o TIR. -	Es la tasa de interés que igual al valor presente de los flujos de efectivo esperados para el futuro, o ingresos, con el costo inicial del desembolso. Para evaluar el proyecto, se debe comparar la TIR del proyecto con la tasa del costo de capital. Si la TIR es mayor

	que la tasa del costo de capital, se acepta el proyecto, sino es así, se rechaza. (Erossa.V, 2017)
Periodo de recuperación. -	Tiene como objetivo estipular el tiempo necesario para que el proyecto genere los recursos suficientes para recuperar la inversión ejecutada. Por el número de años que una empresa necesita su inversión original a partir de los flujos de efectivo. (Erossa.V, 2015)
Relación beneficio costo	El método del Análisis Beneficio-Costo permite instituir un proceso de valoración económica de los costos evitados como beneficios o de los beneficios no percibidos como costos, ante una medida o proyecto. El beneficio instituye entonces una estimación y no la realidad. Por lo que se hace necesaria la aplicación de criterios de evaluación de inversiones. (Erossa.V, 2015)

Fuente: (Erossa.V, 2015).

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de la investigación

3.1.1. *Investigación mixta*

La presente investigación tiene un enfoque mixto, el cual “representa la cohesión de los enfoques cuantitativos y cualitativos, utilizando los puntos fuertes de ambos tipos de investigación, que combinan y tratan de minimizar sus debilidades”. (Baptista, P; Hernández, R.; Fernández, C., 2014).

En la presente investigación el método cualitativo para crear un centro de acopio y conocer los problemas que persiste dentro del recinto Chacapata, parroquia Nanegal, cantón Quito en base al mercado que se pretende comercializar

El presente trabajo de investigación aplica un enfoque cuantitativo el cual determinara el monto de producción de materia primas, cantidad que se puede acopiar el número de personas al que se pretende comercializar y de esta forma analizar datos estadísticos ya sean en las encuestas y en la parte del estudio de mercado.

3.2. Nivel de Investigación

3.2.1. *Nivel exploratorio*

Este nivel de investigación accede el reconocimiento del lugar donde el investigador se pone en contacto con la realidad a investigar, aquí predominan técnicas como entrevistas o encuestas para levantar información sobre el campo de estudio. (Hernández, 2012)

En el presente proyecto de investigación se aplica el nivel exploratorio el cual consiste en investigar detalladamente las falencias que existen para crear un centro de acopio, la forma de aplicar la investigación mediante los distintos medios que permitan ser guía y de esta forma aplicar los pasos que se van a plantear para poder verificar si es factible o no

3.3. Diseño de investigación

3.3.1. Según la manipulación de la variable independiente

No experimental

La investigación no experimental es la búsqueda empírica y sistemática en la que el científico no posee control directo de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o a que son inherentemente no manipulables. (Moreno, 2013)

En la presente investigación al desarrollar es estudio de facticidad para el centro de acopio no se utilizará ningún instrumento o reactivo químico considerando que la investigación será de forma detallada de acorde a la cavidad del tema planteado

3.4. Tipo de investigación

El actual estudio se contempla dentro de las investigaciones de campo, porque se ejecuta "la Encuesta aplicada donde los datos se recopilan o provienen directamente de sujetos o de la realidad donde ocurren los eventos", (Arias, F., 2006)

3.4.1. Documental.

Según (Bernal , 2010) define que: "La investigación documental radica en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el objetivo de instaurar relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio."

Para la presente investigación se aplicará una investigación documental el cual se considerará fuentes bibliográficas proporcionada de libros, folletos, revistas, documentos de internet etc., y de esta forma sea guía de los pasos para el desarrollo del estudio de factibilidad y poder determinar su viabilidad.

3.4.2. Campo

Según (Sierra, 2018) indica que el estudio de campo es: "Aquella que se realiza en un lugar de los hechos donde acontece el fenómeno."

Para el desarrollo del estudio de mercado se centrará esta investigación directamente con los productores de caña y la población que estará dispuesta a consumir la panela ya sean estos directos o indirectos para poder verificar el consumo e ingresos de la misma

3.5. Población y planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra

3.5.1. Población

“La población es el total de los individuos o elementos a quienes se refiere la investigación, es decir, todos los elementos que vamos a estudiar, por ello también se le llama universo” (Villalba, 2017)

Para la presente investigación se desarrollará con 10 productores de caña de azúcar y procesadores de panela y a los 3004 habitantes que se encuentran como PEA.

3.5.2. Muestra

La muestra es un conjunto de elementos seleccionados y extraídos de una población con el objeto de descubrir alguna característica de dicha población basándose en un extraco para plasmas un determiando conjunto”. (Vera, 2015, pág. 65)

Para el desarrollo de la creación del centro de acopio se trabajara con el total de 10 productores de caña de azúcar y procesadores de panela y de los 3004 habitantes que son considerados la Población Económica Activa que representa el 89% da como resultado 2674 habitantes a ser considerados para aplicar la fórmula de la muestra que se detalla a continuación.

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

Donde

n	Tamaño de la muestra.
Z	Nivel de confiabilidad 95% $0.95 / 2 = 0.4750$ $Z = 1.96$
P	Probabilidad de ocurrencia 0.5
Q	Probabilidad de no ocurrencia $1 - 0.5 = 0.5$
N	Población= 2674 habitantes
e	Error de muestreo 0.05 (5%)

Efectuando el cálculo de la muestra:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)2674}{(1.96)^2(0.5)(0.5)+2674(0.05)^2}$$

$$n= 335,90$$

una vez efectuar el cálculo de la muestra se procederá a encuestar a 336 habitantes donde apreciaremos las distintas opiniones para la creación del centro de acopio

3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

3.6.1. Métodos

3.6.1.1. Método inductivo

“Este método inductivo de inferencia se basa en la lógica y estudia los hechos particulares, aunque es inductivo en un sentido (parte de lo particular a lo general) y deductivo en sentido contrario (va de lo general a lo particular)” (Bernal, 2016).

En el presente estudio se aplica la recopilación de datos para demostrar datos por medio de las encuestas para verificar la demanda, oferta y poder aplicar el estudio de factibilidad.

3.6.1.2. Método descriptivo.

El método deductivo permite conocer las características del objetivo, lo cual nos ayuda a discernir la información requerida para el análisis de cada una de variables existentes a través de fuentes primarias y secundarias (Mendez, Del Cid, & Sandoval, 2017)

El estudio descriptivo en la presente investigación se utilizará un análisis situacional del entorno para poder crear el centro de acopio y determinar si es viable o no.

3.6.1.3. Método analítico

“El método analítico estudia los hechos al descomponer el objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis). Luego se integran esas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis)” (Bernal, 2016)

Se desarrollará un análisis minucioso del entorno en cada paso para la ejecución del estudio de mercado para la creación del centro de acopio.

3.6.2. Técnicas

3.6.2.1. Observación

Se ejecutará un análisis del entorno mediante las visitas a los productores y los habitantes con el fin de proporcionar información relevante para la ejecución de un estudio de factibilidad que determine su viabilidad del proyecto.

3.6.2.2. Encuesta

Se aplicará una serie de preguntas a los 6 productores de caña de azúcar y procesadores de panela y a los habitantes de la parroquia y de esa forma apreciar la creación del centro de acopio y determinar si viable el proyecto de creación de una empresa.

3.6.3. Instrumento

3.6.3.1. Cuestionario

Para la presente investigación se considerará una serie de preguntas cerradas para canalizar las opciones de los productores de caña de azúcar y procesadores de panela, a los habitantes con el propósito de formar el centro de acopio.

3.6.3.2. Ficha de observación

La ficha de observación se considera tomar apuntes relevantes durante el estudio de mercado para que este sea bien detallado y cumpla con las expectativas de los beneficiarios

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Formato de encuesta a los habitantes

Edad del encuestado

Tabla 8-4: Edad del encuestado

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
20-30	67	20%
31-40	34	10%
41-50	134	40%
51-60	101	30%
Total	336	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

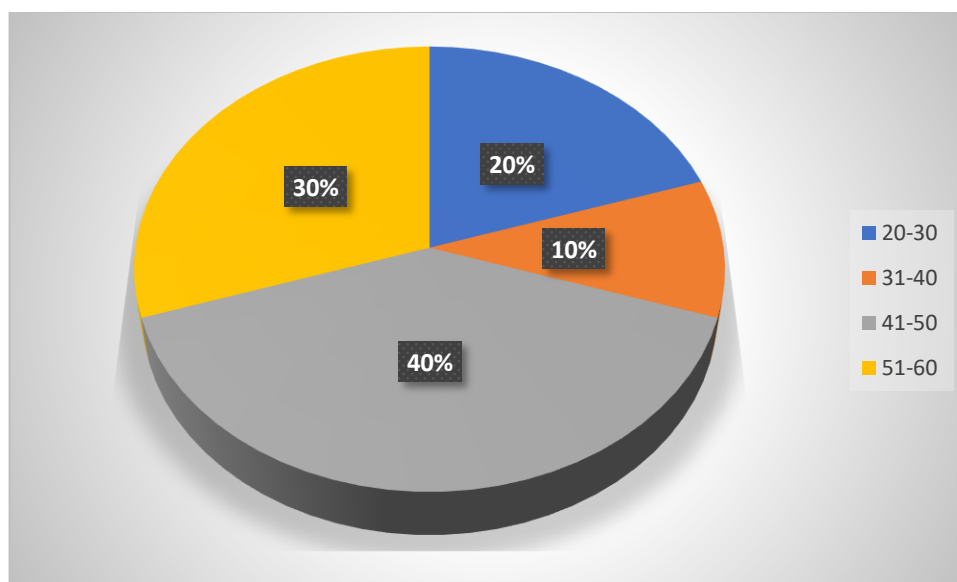


Ilustración 3-4: Edad del encuestado

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

De las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia Nanegal se evidenció que la edad se encuentra en el rango de 20-30 años el 20%, 31-40 el 10%, 41-50 el 40% y 51-60 el 30%. Se puede evidenciar que la investigación estuvo enfocada a personas de 20- 60 años de edad de los cuales se consideró el rango de 20-30 y 41-60 siendo las personas que más me ayudaron llenando la encuesta para el desarrollo del estudio de factibilidad.

Género de la persona encuestada

Tabla 9-4: Género de la persona encuestada

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
Masculino	171	51%
Femenino	165	49%
Total	336	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

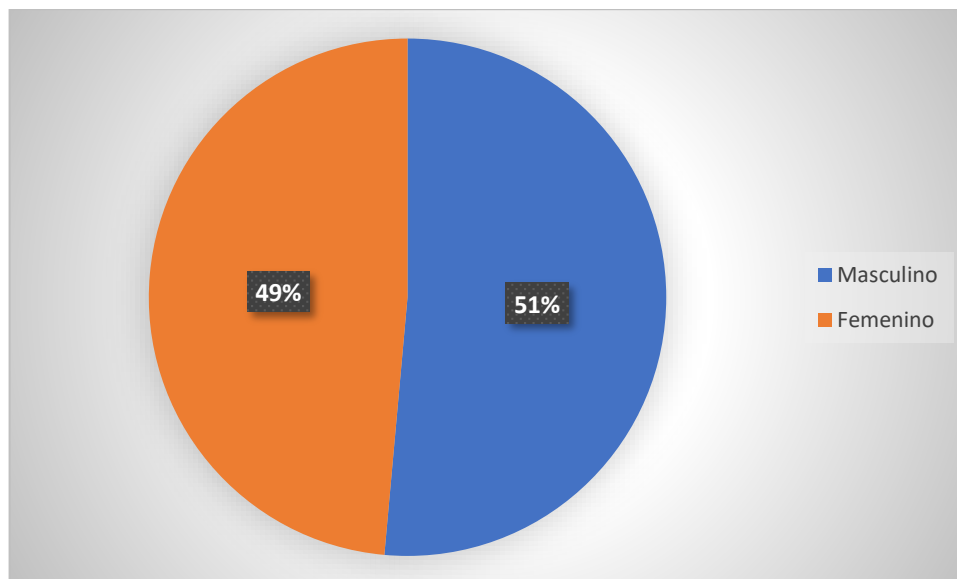


Ilustración 4-4: Género de la persona encuestada

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

Al ejecutar la encuesta se conoce el género de los encuestados dando como resultado masculino el 51% y femenino 49%. El género de las personas que nos ayudaron con la encuesta está comprendido de hombres y mujeres de los cuales se evidencia que existe una equidad de género dentro de la parroquia y se considera una opción que ayudara a plasmar la investigación.

1. ¿Cuáles son los endulzantes de mayor consumo en su familia?

Tabla 10-4: Consumo de endulzantes

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
Azúcar	159	47%
Panela Bloque	159	47%
Panela Granulada	14	4%
Endulzantes artificiales	4	1%
Total	336	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

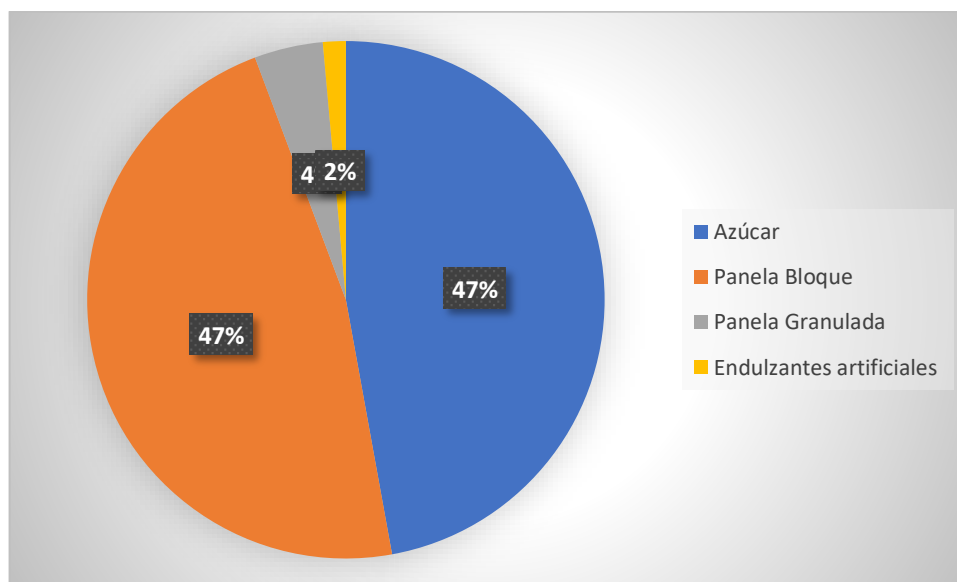


Ilustración 5-4: Consumo de endulzantes

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

Los habitantes encuestados mencionan que los endulzantes que más consumen son azúcar 47%, panela bloque 47%, panela granulada 4% y endulzantes artificiales 1%. Dentro de la parroquia se puede evidenciar que el consumo de endulzantes es la panela y el azúcar lo que con frecuencia ocupa cada habitante para tener dentro de sus hogares como un endulzante para ser utilizado en alimentos que son necesario aplicarlos.

2. Conoce usted que la panela y el azúcar convencional contiene el mismo nivel de endulzante.

Tabla 11-4: Igualdad de la panela y el azúcar convencional

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
Si	90	27%
No	121	36%
Desconoce	125	37%
Total	336	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

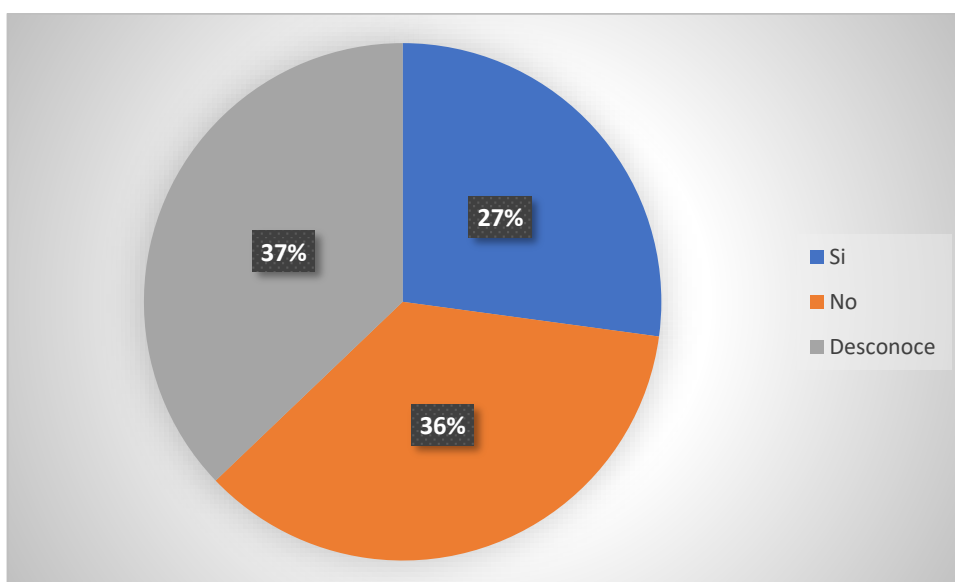


Ilustración 6-4: Igualdad de la panela y el azúcar convencional

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

El 37% de los encuestados desconocen que la panela y el azúcar tiene el mismo nivel de endulzante, mientras que el 36% no conoce y solo un 27% conoce. La gran mayoría de habitantes desconocen el nivel igualitario de endulzamiento que tiene estos dos productos considerando que el consumidor compra sin antes conocer los beneficios y desventajas de compra.

3. ¿Cuáles son las razones por las que usted compraría panela?

Tabla 12-4: Razones de compra de panela

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
Por sus nutrientes	3	1%
Por salud	145	43%
Por no tener químicos	155	46%
Recomendaciones medicas	3	1%
Ninguno	30	9%
Total	336	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

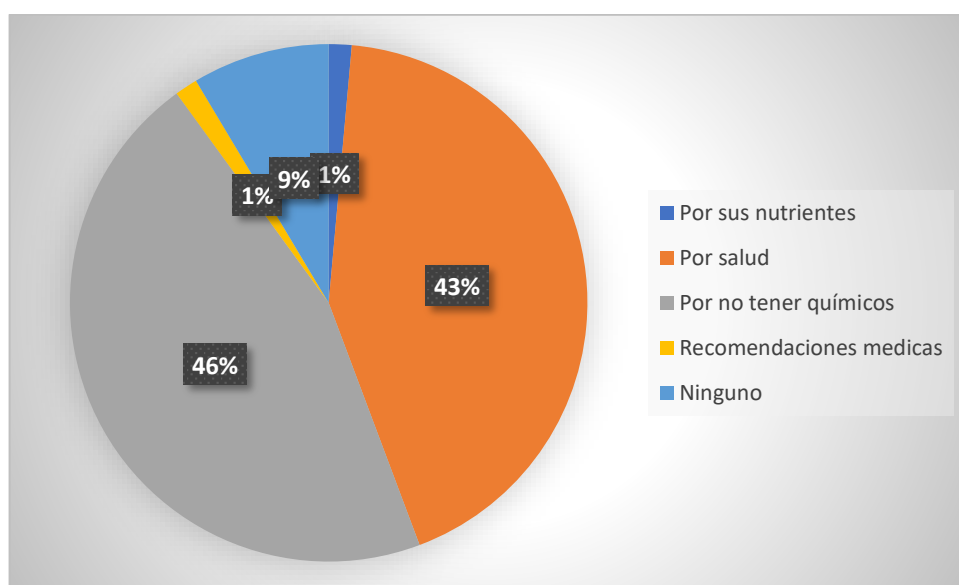


Ilustración 7-4: Razones de compra de panela

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

De las personas encuestadas menciona que las razones de compra de la panela es por no tener químicos 46%, por salud 43%, ninguno 9%, por sus nutrientes 1% y recomendaciones medicas 1%. Al analizar el nivel de compra de cada habitante se debe que este producto no tiene químicos es natural que no afectaría al consumo diario siendo este un endulzante que ayude a mejorar el rendimiento de las personas que consumen este producto.

4. ¿Indique cuál es el lugar de donde le gustaría adquirir la panela?

Tabla 13-4: Lugares de compra de la panela

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
Mercado	192	57%
Supermercados	34	10%
Tiendas de barrio	110	33%
Total	336	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

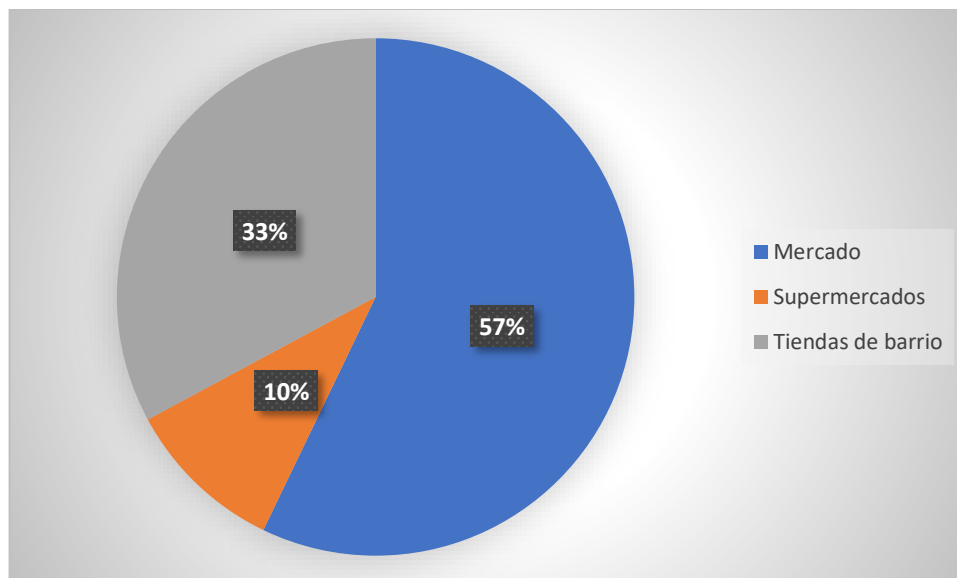


Ilustración 8-4: Lugares de compra de la panela

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

De los habitantes de la parroquia nos menciona que los lugares de compra de la panela es mercado 57%, tiendas de barrio 33% y supermercados 10%. De los habitantes la compra de panela lo realizan en los mercados locales cuando realizan la adquisición de productos de primera necesidad esta actividad también es considerada en las tiendas de barrio por ser las más cercanas a sus domicilios

5. ¿Le gustaría a usted que se cree un centro de acopio en el recinto Chacapata, parroquia Nanegal, cantón Quito dedicado a la producción y comercialización de panela? si su respuesta es no explicar el por qué?

Tabla 14-4: Creación de nuevo centro de acopio

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
Si	336	100%
No	0	0%
Total	336	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

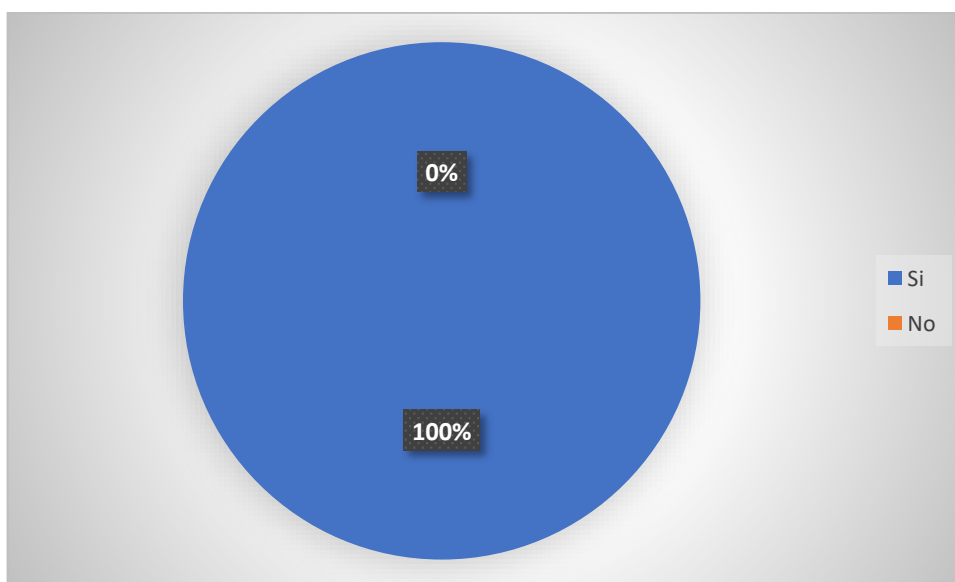


Ilustración 9-4: Creación de nuevo centro de acopio

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

El 100% de los habitantes encuestados menciona que está de acuerdo que se cree un centro de acopio el cual ayude al pequeño productor de caña de azúcar al igual que los precios sean estandarizados y no exista especulación como se ha evidenciado en varias ocasiones de compra de la panela ocasionando que el consumidor no adquiera todos los productos necesarios para su canasta básica.

6. ¿Cómo le gustaría adquirir la panela?

Tabla 15-4: Adquisición de la panela

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
Bloque	97	29%
Bulto	239	71%
Total	336	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

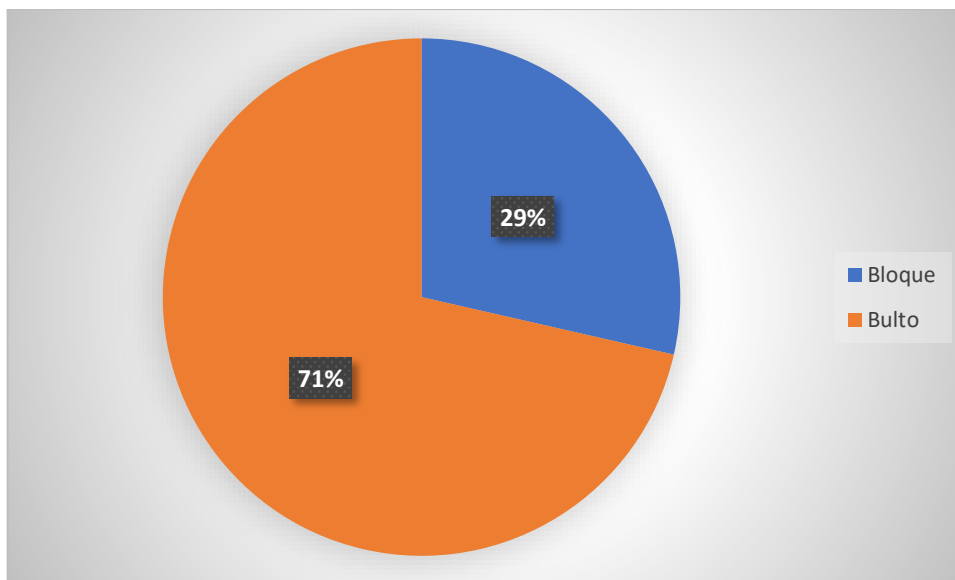


Ilustración 10-4: Adquisición de la panela

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

De las personas encuestadas menciona que la compra o adquisición de la panela es en bulto el 71% y bloque 29%. La compra de panela se lo realiza dependiendo a la economía de la persona que lo adquiere, pero la mayoría de ellos compran en bulto considerando que el precio es más accesible que comprar por unidad lo que señala que una cantidad mínima de la población encuestada adquiere este producto en bloques.

7. ¿Con qué frecuencia compraría panela del centro de acopio considerando que es un endulzante natural?

Tabla 16-4: Frecuencia de compra

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
Diario	20	6%
Semanal	104	31%
Quincenal	77	23%
Mensual	115	34%
Ocasionalmente	20	6%
Total	336	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

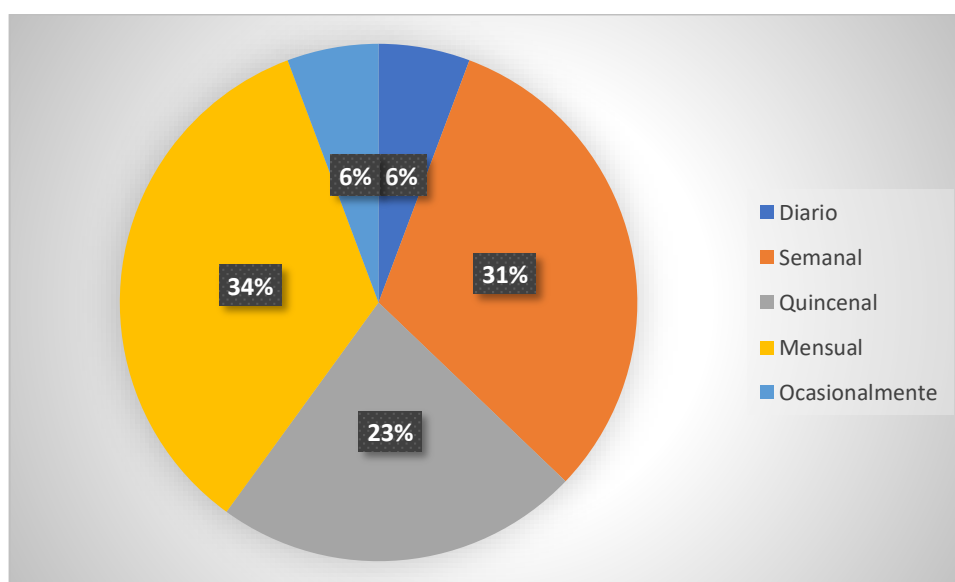


Ilustración 11-4: Frecuencia de compra

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

De las personas encuestadas se evidencia que la compra de panela se lo realiza de la siguiente manera mensual 34%, semanal 31%, quincenal 23%, diario 6% y ocasionalmente 6%. La compra de panera dentro de la parroquia se evidencia que es mensual, semanal, quincenal debido que las personas adquieren por bultos por la conveniencia de precios para su economía y una cantidad mínimo menciona que la adquisición es diaria y ocasional.

8. ¿Qué cantidad de panela usted compraría?

Tabla 17-4: Cantidad a adquisición de panela

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
Uno	44	13%
Dos	185	55%
Tres	67	20%
Mas de tres	40	12%
Ninguno	0	0%
Total	336	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

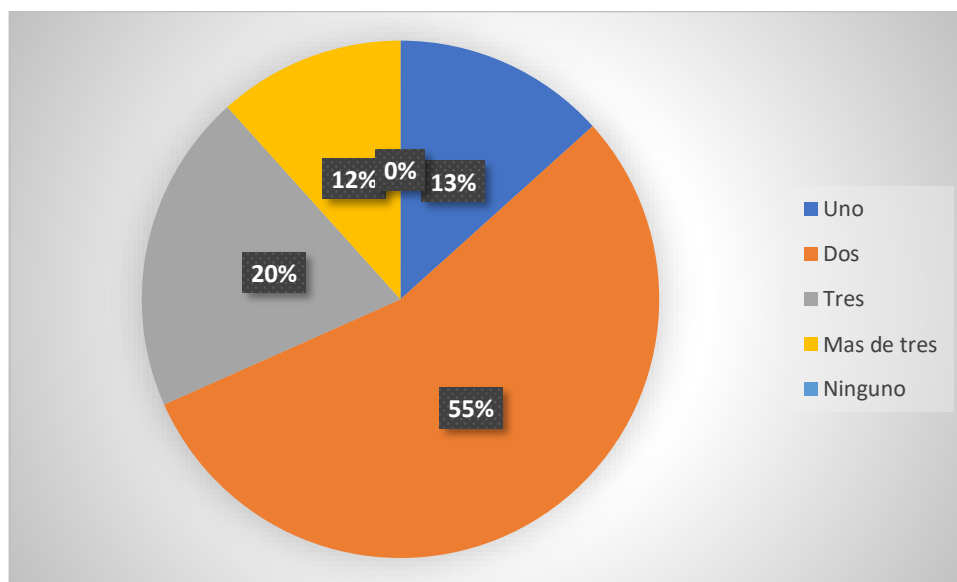


Ilustración 12-4: Cantidad a adquisición de panela

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

De las personas encuestadas se evidenció que al crear el centro de acopio ellos estarían dispuestos a comprar dos bultos 55%, tres 20%, uno 13%, más de tres 12%. se puede apreciar que si se crea un lugar donde expendan la panela los habitantes están dispuestos a comprar de dos a tres bultos para consumo y de esta forma generaríamos rentabilidad para la institución y para fortalecer la economía de los agricultores de caña considerando que es una actividad complicada de producirla.

9. ¿Si la panela satisface sus expectativas cuánto estaría dispuesto a pagar por unidad?

Tabla 18-4: Cantidad de pago por la compra de panela

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
\$1, 50	0	0%
\$1.75	299	89%
\$2,00	37	11%
\$Mas de 2,00	0	0%
Total	336	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

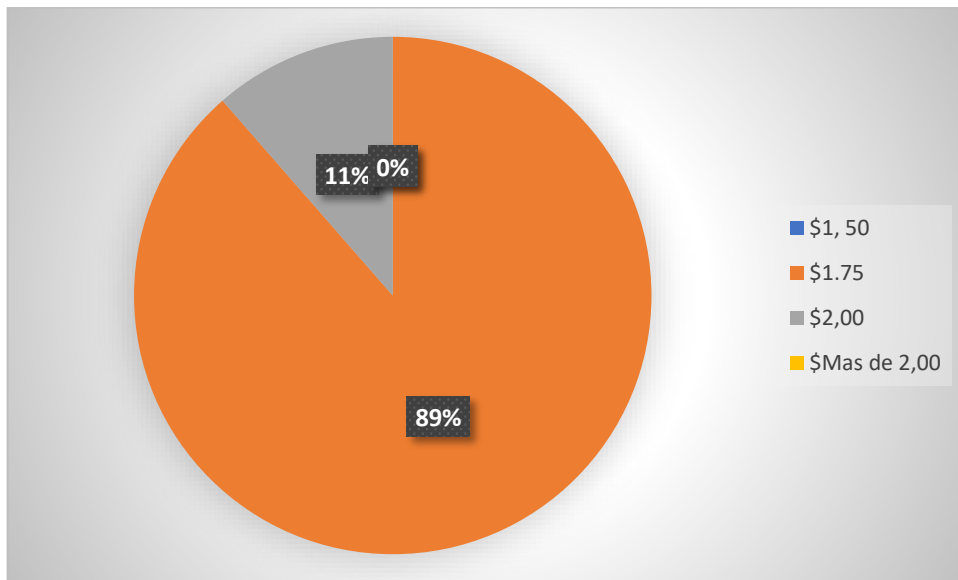


Ilustración 13-4: Cantidad de pago por la compra de panela

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

Dentro de la parroquia los habitantes encuestados mencionan que el precio que están dispuestos a pagar es \$1.75 el 89% y \$2,00 el 11%. El precio que un consumidor establece es de \$1.75 por la compra de la unidad de panela esto se debe a que la población es de bajos recursos y la economía que enfrenta el país no es la adecuada para desarrollar el pago de precios elevados, un máximo que se debe poner a cada bloque de panela es de \$2,00 según un habitante encuestado.

10. ¿Por cuál medio de comunicación le gustaría a usted que le informen del nuevo centro de acopio de panela?

Tabla 19-4: Medios publicitarios

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
Radio	148	44%
Redes Sociales	54	16%
Hojas volantes	124	37%
Ninguna	10	3%
Total	336	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

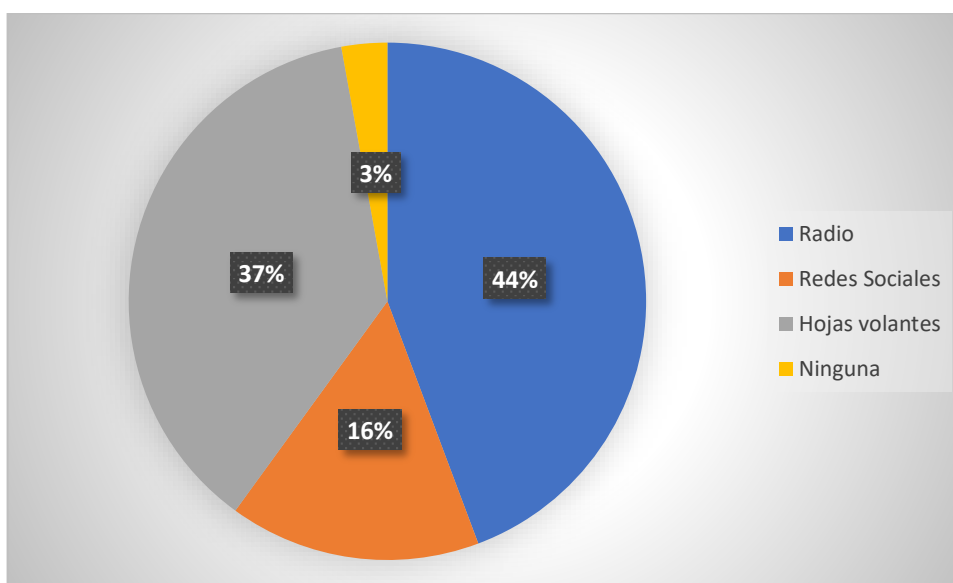


Ilustración 14-4: Medios publicitarios

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

El medio de comunicación que los habitantes les gustaría conocer la publicidad del nuevo centro de acopio es radio 44%, hojas volantes 37%, redes sociales 16% y ninguna 3%. La publicidad al crear una empresa es lo fundamental el cual ayuda a que un producto sea considerado para su compra de tal forma que los habitantes de la parroquia eligieron el medio más aceptado la radio considerado un medio oportuno para poder escuchar seguido de hojas volantes este medio ayuda que la persona lea un documento entregado en la calle, las redes sociales un medio no tan aceptado por el motivo de que todos tienen teléfonos de alta gama y las personas que respondieron ninguna se debe a que al crear una empresa se escucha por terceros o se aprecia directamente para ir a verificar lo que está ofertando.

11. ¿En qué se fijaría usted al momento de comprar la panela?

Tabla 20-4: Decisión de compra del cliente

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
Precio	54	16%
Color	215	64%
Tamaño	54	16%
Ninguno	13	4%
Total	336	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

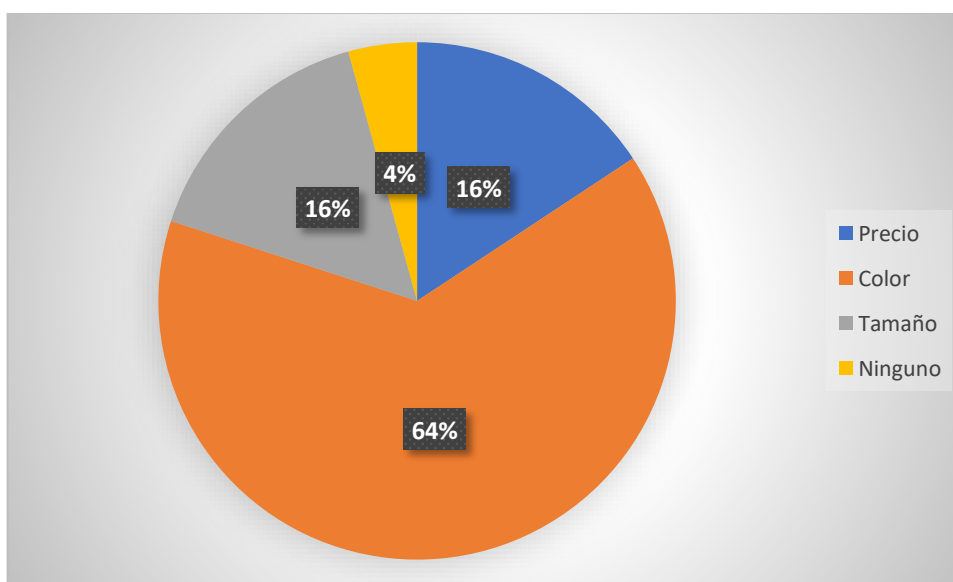


Ilustración 15-4: Decisión de compra del cliente

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

Los habitantes de la parroquia nos mencionan que al adquirir la panela siempre consideran el color un 64%, precio 16%, tamaño 16% y ninguno 4%. dentro de la compra de panela lo más considerado al momento de adquirir es el color esto se basa en que si la panela es café claro contiene mayor cantidad de químicos mientras que si es de color negro la panela es natural no contiene ingredientes químicos en su elaboración, de los otros factores es importante considerar que el tamaño debe ser el apropiado para poder pagar el precio estipulado.

4.2. Formato de encuesta productor de caña de azúcar

Edad el encuestado

Tabla 21-4: Edad el encuestado

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
20-30	2	20%
31-40	1	10%
41-50	4	40%
51-60	3	30%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

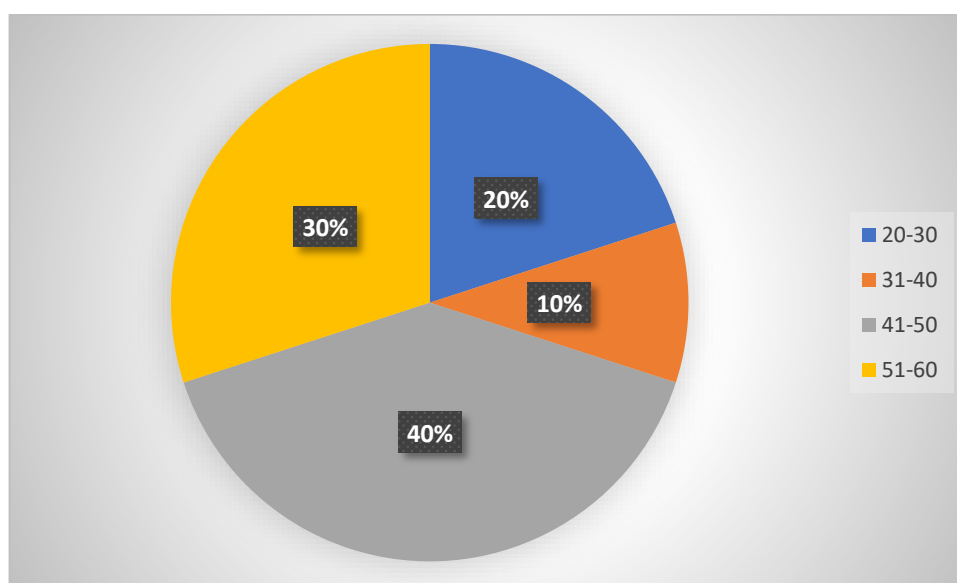


Ilustración 16-4: Edad el encuestado

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

El rango de edad que se aplicó en la encuesta a los productores de panela fue de 20-30 años 20%, 31-40 el 10%, 41-50 el 40% y 51-60 el 30%. Los productores que se consideró en la encuesta fueron las personas de edades en el rango de 41 a 50 años por ser personas que se encuentran varios años en esta actividad y han apreciado los problemas que han enfrentado para seguir desarrollando esta actividad.

Género de la persona encuestada

Tabla 22-4: Género de la persona encuestada

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
Masculino	10	100%
Femenino	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

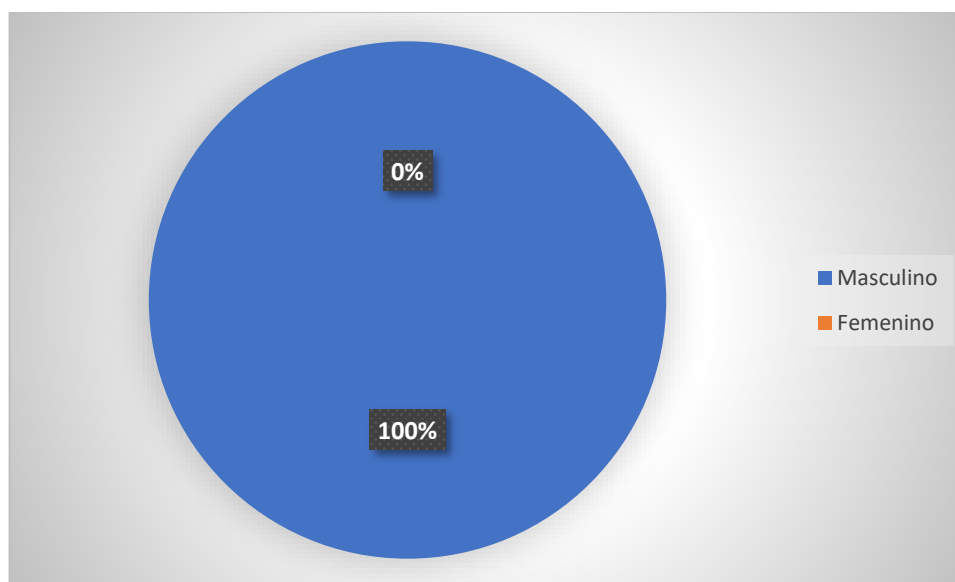


Ilustración 17-4: Género de la persona encuestada

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

El 100% de las personas encuestadas fueron de género masculino debido a que en el recinto Chacapata los únicos que desarrollan esta actividad son los hombres habitantes de la zona, como se puede apreciar en el género femenino las mujeres no tienen aporte en la producción de la panela.

1. ¿Cuántas hectáreas de caña tiene en producción?

Tabla 23-4: Hectáreas de producción de caña

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
1 hectárea	0	0%
2 hectárea	2	20%
3 hectárea	0	0%
4 hectárea	0	0%
5 hectárea	1	10%
Mas de 5 Hectárea	7	70%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

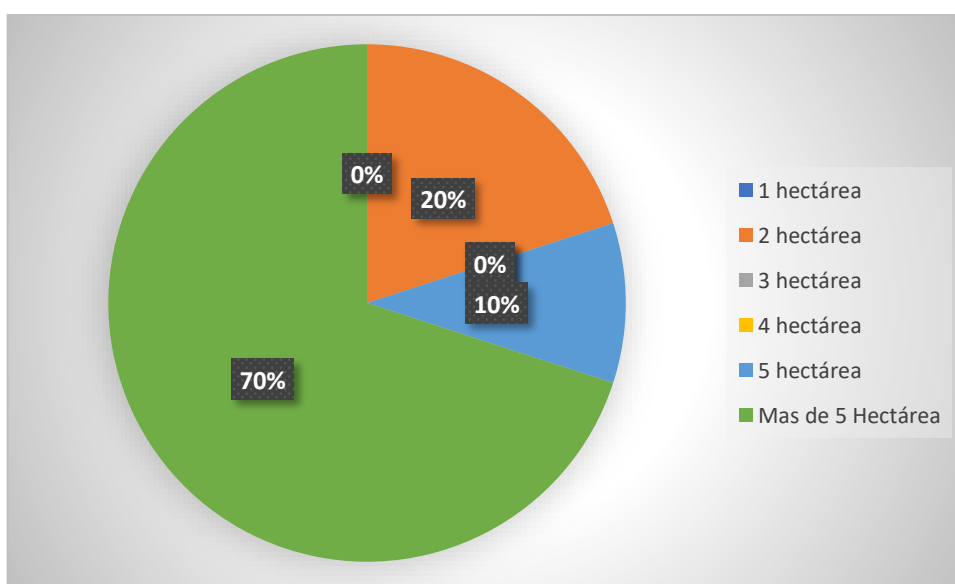


Ilustración 18-4: Hectáreas de producción de caña

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

Los productores encuestados manifestaron que la producción que ellos tienen es más de 5 hectáreas evidenciándose en el 70%, 2 hectáreas 20% y 5 hectáreas el 10% de las personas encuestadas. Se evidencio que en su gran mayoría los productores tienen más de 5 hectáreas en producción de caña de azúcar de donde sale la materia prima para desarrollar este producto y pueda ser aparecido por el consumidor.

2. ¿Usted con la caña de azúcar que derivados que no más procesa?

Tabla 24-4: Derivados de la caña de azúcar

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
Panela en bloque	10	100%
Panela granulada	0	0%
Panela en polvo	0	0%
Alcohol etílico	0	0%
Otros	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

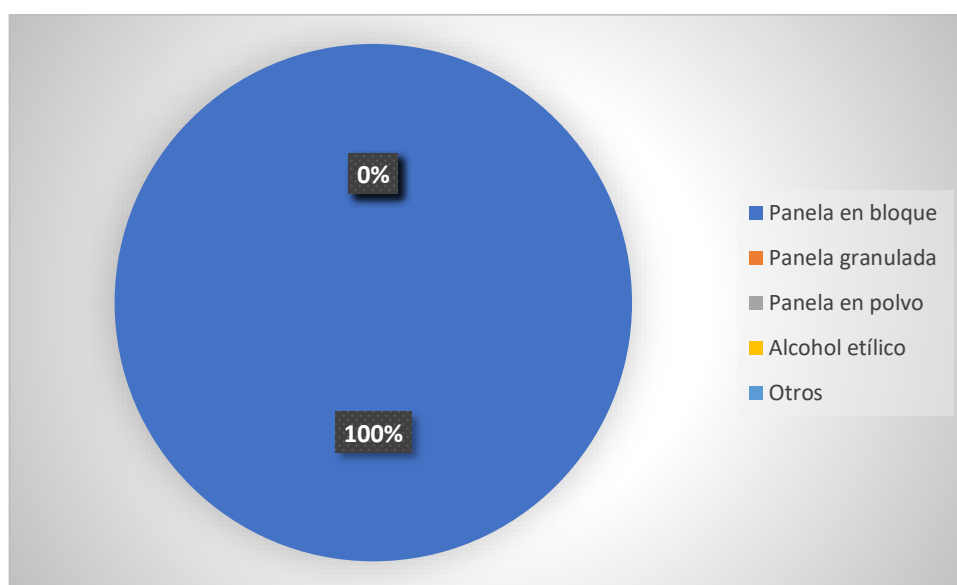


Ilustración 19-4: Derivados de la caña de azúcar

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

Los productores de la caña de azúcar dentro de la parroquia se dedican a desarrollar panela en bloque siendo una actividad que por varios años se ha desarrollado de generación en generación de esta forma pueden adquirir su canasta básica pero esta actividad no alcanza para la compra de lo necesario en los hogares de cada familiar por el precio que no es rentable para ellos.

3. ¿A quién vende la panela?

Tabla 25-4: Venta de panela

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
Consumidor final	0	0%
Intermediario	10	100%
En el mercado	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

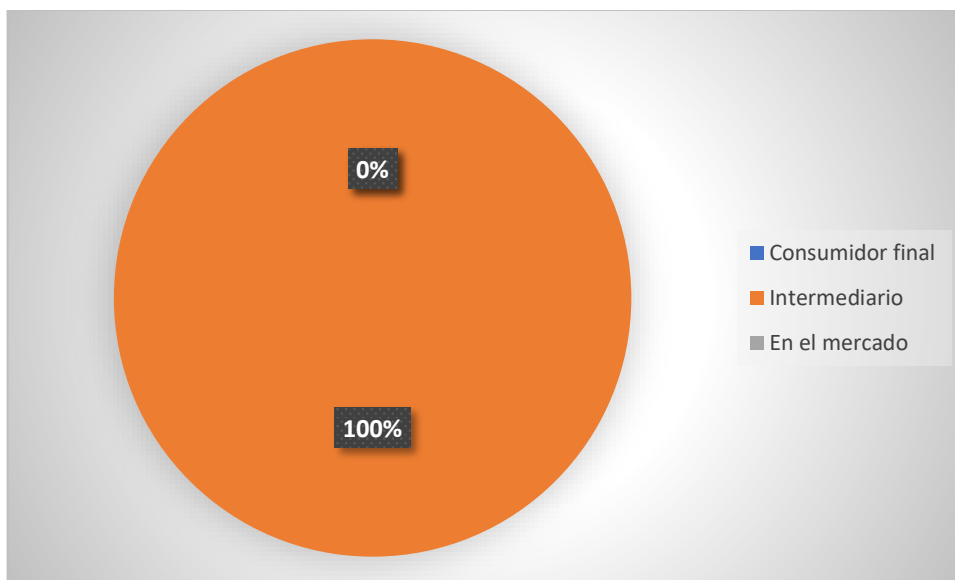


Ilustración 20-4: Venta de panela

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

La venta de panela en la parroquia según los productores en la encuesta es al intermediario quien es la persona que adquiere para poder comercializar y obtener beneficio, pero este no paga el precio justo por la elaboración de la panela, en varias ocasiones desarrollan pedidos que no son retirados siendo esto una pérdida para el productor afectando a la economía personal y local.

4. ¿Quién establece los precios cuando usted comercializa su producto?

Tabla 26-4: Fijación de precio de la panela

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
Usted	1	10%
El comprador	3	30%
La competencia	6	60%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

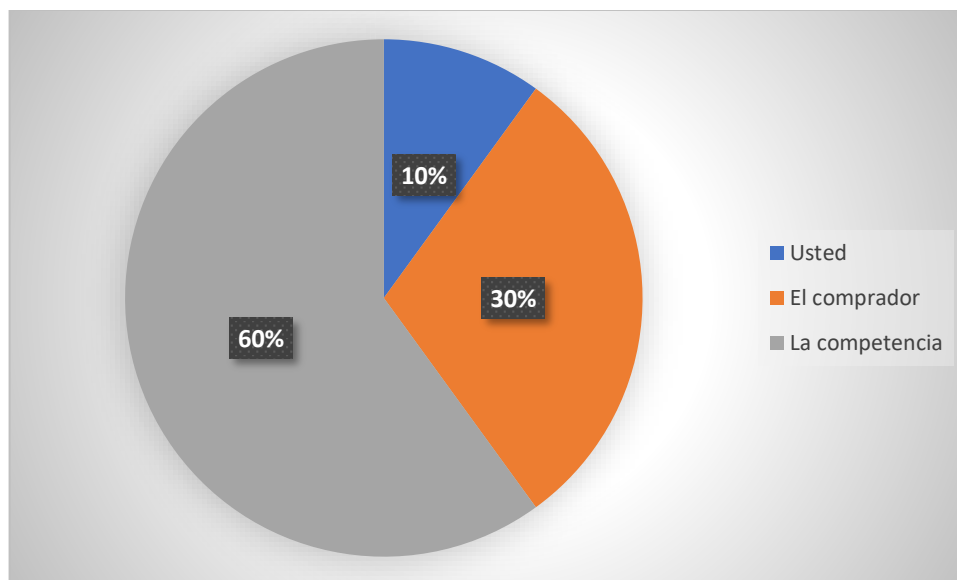


Ilustración 21-4: Fijación de precio de la panela

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

De la encuesta desarrollada los productores mencionan que los precios son fijados por la competencia con el 60%, el comprador 30% y el dueño 10%. Dentro de la fijación de precios siempre está en manos de la competencia debido a que disminuyen costos para poder vender o a la persona que compra, el intermediario se aprovecha poniendo un precio de compra bajo y el productor para poder vender accede por no quedarse con la producción y recuperar algo de lo invertido en el proceso de cultivo de caña y proceso de elaboración de panela

5. ¿Cuál es la presentación de panela que más vende en el recinto Chacapata o en la parroquia Nanegal?

Tabla 27-4: Presentación más comercializadas

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
Bloque	1	10%
Bulto	9	90%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

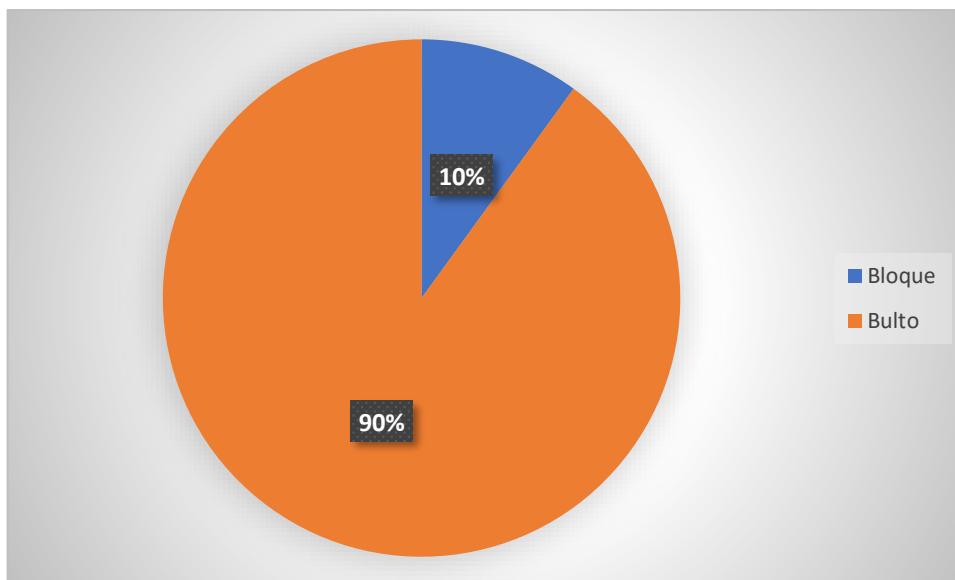


Ilustración 22-4: Presentaciones más comercializadas

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

La presentación de panela que el productor vende según datos de la encuesta es por bulto con el 90% y en bloque el 10%. La venta se lo realiza por bulto por contener más cantidad y el precio más conveniente de esta forma la mayoría de los compradores adquieren la panela ya que pocas personas adquieren por bloques, debido a que a el intermediario le favorece adquirir en eta presentación.

6. ¿Cuál es el precio promedio en la que usted vende la panela en bloque?

Tabla 28-4: Precio de venta de panela en bloque

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
\$ 0.75 centavos	0	0%
\$ 1.00 dólar	0	0%
\$ 1.50	0	0%
\$ 1.75	10	100%
\$2,00 dólares	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

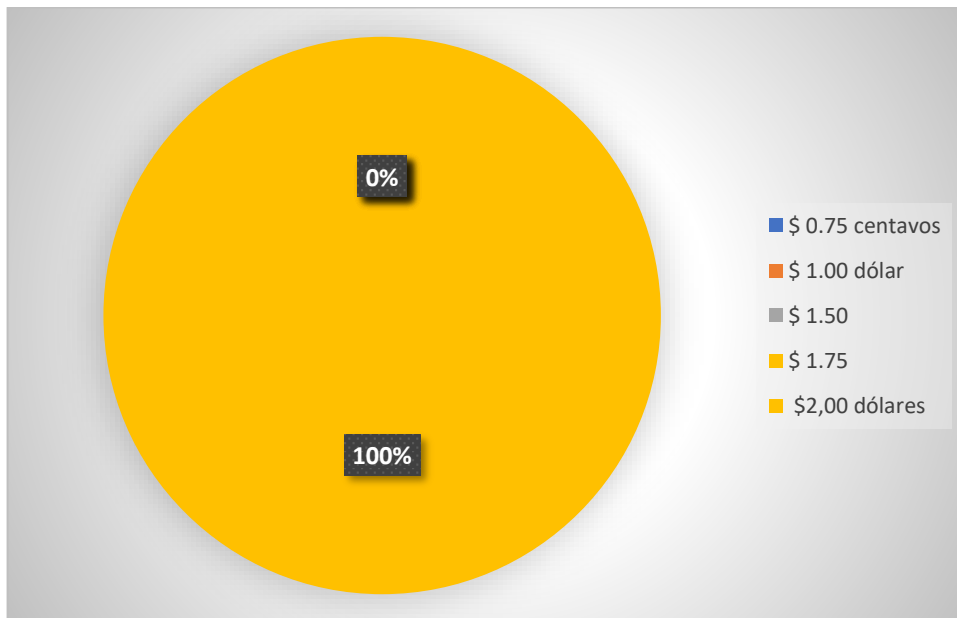


Ilustración 23-4: Precio de venta de panela en bloque

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

La venta de bloque de la panela es de 1,75 dólar debido que en todo lugar se puede encontrar a ese precio son muy raras las ocasiones que se puede comercializar a un precio máximo de 2 dólares, pero eso depende de la temporada en la que se encuentre.

7. ¿Cuál es el precio promedio de venta de la panela en bulto?

Tabla 29-4: Precio de venta de panela en bulto

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
20,00 dólares	0	0%
22,50 dólares	6	60%
25,00 dólares	4	40%
Mas de 25,00 dólares	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

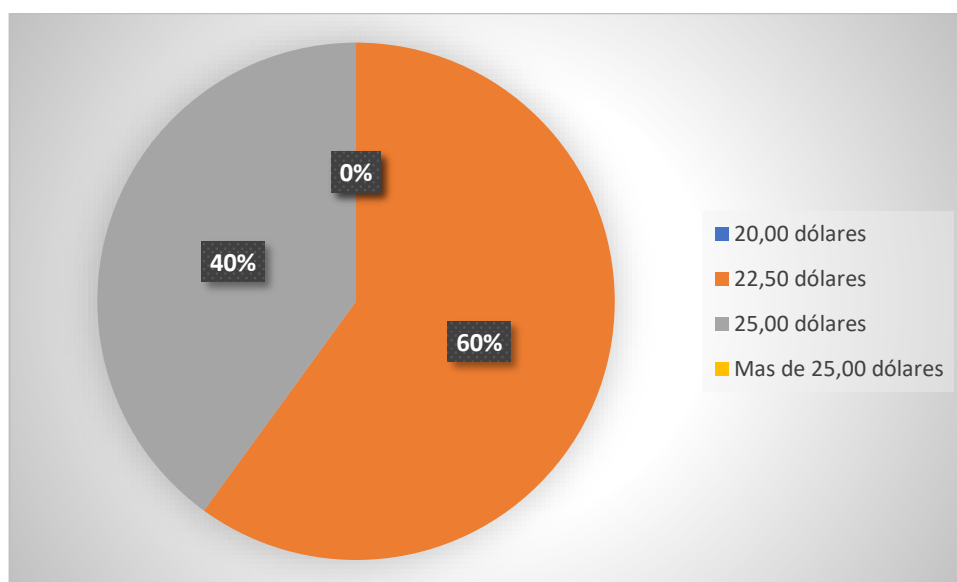


Ilustración 24-4: Precio de venta de panela en bulto

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

Según los datos de los productores encuestados la venta por bultos está estipulado en un precio de 22,50 dólares con un 60%, en 25,00 dólares el 40%. Dentro de los precios comercializados por bultos se evidencia que los precios están estipulados en \$22,50. De manera que se conoce que no se puede generar más ingresos quizás por no buscar nuevos mercados o desarrollar publicidad llamativa.

8. ¿Conoce usted lo que es un centro de acopio y sus beneficios?

Tabla 30-4: Conocimiento del centro de acopio y sus beneficios

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
Si	4	40%
No	2	20%
Desconoce	4	40%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

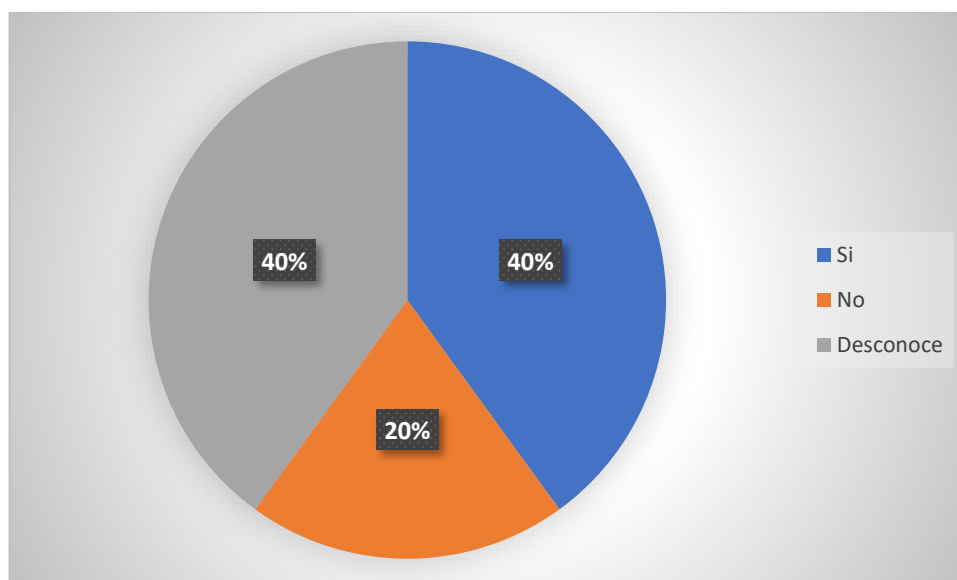


Ilustración 25-4: Conocimiento del centro de acopio y sus beneficios

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

De los productores encuestados se evidencia que el 40% si conoce lo que es un centro de acopio, el otro 40% desconoce y 20% restante no conoce. Dentro de la parroquia se puede decir que los productores de panela conocen lo que es un centro de acopio, pero al igual otras personas desconocen cual es el funcionamiento de ellos o para que sirve y los que no han escuchado son personas que se encuentran centrados en sus labores diarios.

9. ¿Le gustaría a usted que se cree un centro de acopio en el recinto Chacapata, parroquia Nanegal, cantón Quito?

Tabla 31-4: Opinión de la creación del centro de acopio

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
Si	9	90%
No	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

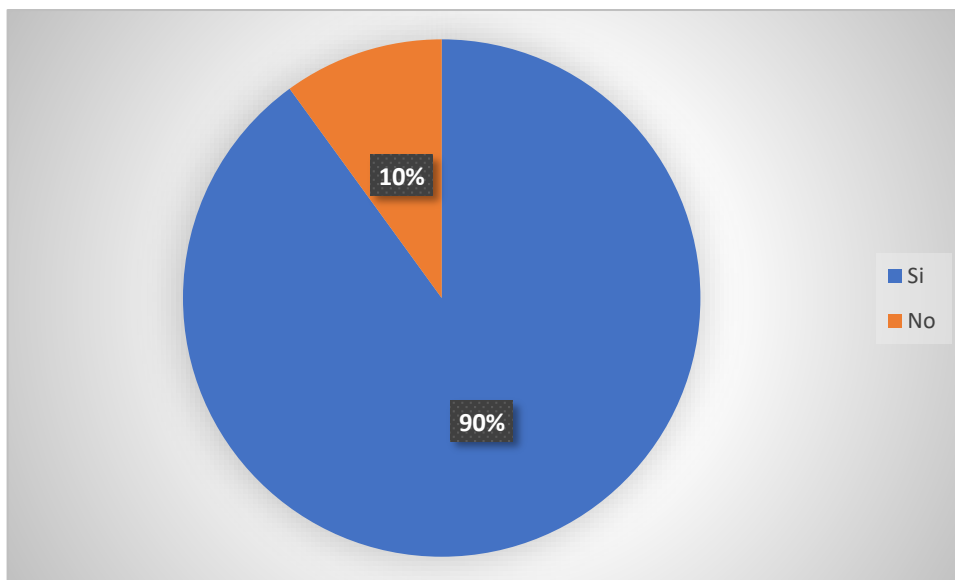


Ilustración 26-4: Opinión de la creación del centro de acopio

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

De los productores encuestados se evidencia que el 90% estaría de acuerdo con que se cree el centro de acopio en la parroquia mientras que el 10% menciona que no está de acuerdo. Los productores de panela mencionan que están de acuerdo con que se cree el centro de acopio debido a que sería favorable para estandarizar precios y el producto pueda ser comercializado en cantidades masivas mientras que las personas que mencionan que no, es debido a que varias ocasiones han propuesto ideas y nunca se han cumplido.

10. ¿Estaría usted de acuerdo en formar parte del centro de acopio que le que facilite vender la panela a un precio justo?

Tabla 32-4: Integración del centro de acopio

Detalle	Valor absoluto	Valor relativo
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

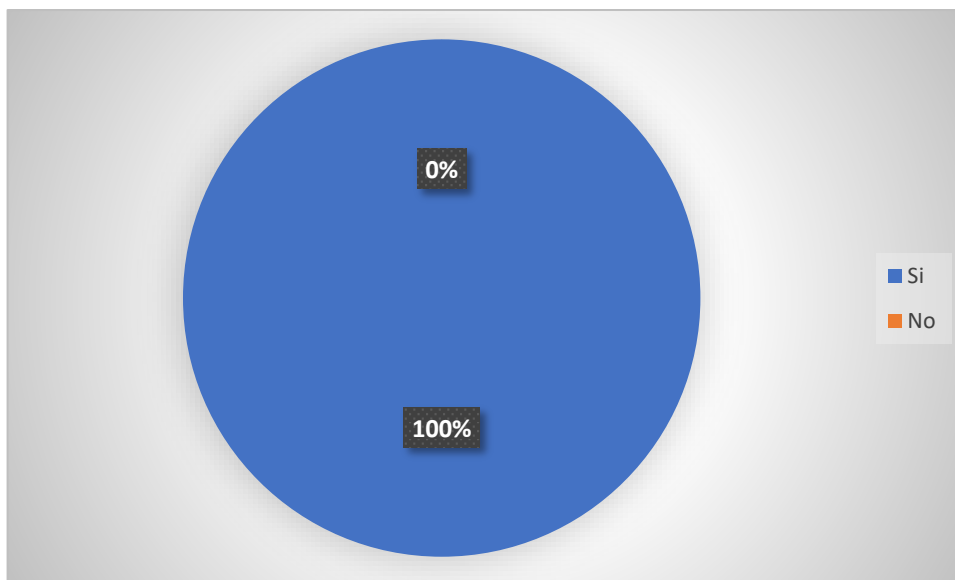


Ilustración 27-4: Integración del centro de acopio

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis e interpretación

El 100% de los productores estarían de acuerdo en formar parte del centro de acopio debido a que existiría una asociación de productores, tendrían charlas de producción de la caña y el proceso de elaboración de la panela, de esta forma el producto podría ser comercializado en las parroquias, ciudades del país dando a conocer un producto sano, saludable, orgánico y de calidad para que el consumidor final se sienta satisfecho al momento de degustar y así incrementar los ingresos económicos de las familias dedicadas a esta actividad.

CAPÍTULO V

5. MARCO PROPOSITIVO

5.1. Propuesta

5.1.1. *Introducción*

El Ecuador es un país que se ha caracterizado por ser productor de materias primas e importación de productos terminados y también por dedicarse al comercio, producción agrícola y pequeña producción industrial desde su existencia; este estudio de factibilidad para la producción y comercialización de panela se apunta a fortalecer la matriz productiva de la zona del recinto Chacapata, para generar fuentes de empleo y brindar un producto de excelente calidad para los consumidores.

La investigación determina que dentro del recinto Chacapata, parroquia Nanegal, existe el hábito de consumo de panela para endulzar las bebidas diarias, actualmente este producto en el mercado tiene algunas falencias en la parte de presentación e imagen del producto; considerando que los consumidores de panela buscan un producto con buen contenido nutricional y lo más importante que sea higiénicamente tratado.

Dentro del recinto Chacapata, parroquia Nanegal de la ciudad de Quito como grandes productores de caña tienen la materia prima pero no recibe una adecuada transformación y presentación, es por tal razón que se considera este estudio muy relevante para la zona teniendo en cuenta que existe una producción constante de panela, sin embargo la cantidad de consumo es mínima y por lo tanto se buscan estrategias de mercado que comuniquen las facilidades de uso, las propiedades nutricionales y sobre todo la asepsia del producto final para lograr que este mercado amplíe el consumo.

5.1.2. *Objetivos*

5.1.2.1. *Objetivo general*

Realizar un estudio de factibilidad que permita evaluar la idea de negocio de forma administrativa, técnica y operativamente para producir y comercializar panela en el recinto Chacapata, parroquia Nanegal, cantón Quito, provincia de Pichincha.

5.1.2.2. *Objetivos específicos*

- Analizar el mercado actual del recinto Chacapata, parroquia Nanegal para determinar la materia prima y considerar la oportunidad de comercializar la panela.
- Desarrollar un estudio administrativo que maneje lineamientos de funcionamiento empresarial y técnico operativo que favorezca la producción y comercialización de panela en la parroquia Nanegal.
- Realizar un estudio económico-financiero para la determinación si el estudio es factible y rentable

5.1.3. Estudio de mercado

5.1.3.1. Oferta de panela en el recinto Chacapata, parroquia Nanegal

En el Ecuador, las veintitrés provincias son productoras de caña de azúcar y tienen actividad panelera. Existen alrededor de 82749 hectáreas de caña para la producción de azúcar y 42606 hectáreas de caña para otros usos. Para la producción de panela se dedican 30602 hectáreas con una producción promedio de 70 t/ha.

Dentro del recinto Chacapata, parroquia Nanegal existe 10 productores de caña que procesan y convierten en panela, en la actualidad buscan la forma de comercializar sus productos por lo tanto se plantea el estudio de mercado ayude a la creación del centro de acopio el cual beneficiara a que dichos productores tengan un lugar oportuno donde entregar su producto para que luego este sea comercializado a un precio justo.

5.1.3.2. Oferta proyectada

La oferta se calculará por medio del método de los índices, tomando en cuenta los datos proporcionados según cifras del INEC, para lo cual se considera una tasa de crecimiento de las empresas dedicadas a la producción de panela del 1%.

Los productores del recinto Chacapata, parroquia Nanegal en los últimos años mantienen una producción de aproximadamente 50 cargas esto puede variar de 40, hasta 60 cargas, considerando que cada carga consta de 2 bultos y en cada bulto vienen 25 panelas redondas o bloque por lo que para la presente investigación se considera la compra de 45 cargas dando como resultado 90 bultos mensuales y 46800 bultos anuales por lo cual serán comercializados en dos presentaciones en bulto y en unidad y se aplicará la siguiente formula .

$$Op=OA (1+i)^n$$

Donde:

Op = Oferta Proyectada

OA= Oferta Actual

1= Valor Constante

i = Tasa de crecimiento

n= Tiempo

Para la oferta en bloques se considera un total en bultos de 46800 los cuales tienen un nivel de aceptación acorde a la encuesta de la pregunta número 6 lo cual responde a la aceptación de los habitantes que en cifras porcentuales es de un 29% de captación de consumo en unidad dando como resultado 13572 bultos que transformándoles a bloques da un total de 339300 al año y las proyecciones para los 5 años de vida útil del proyecto se muestra a continuación:

Tabla 33-5: Proyección de la oferta en bloques

AÑO	OFERTA
1	342.693
2	346.120
3	349.581
4	353.077
5	356.608

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Para la oferta en bultos se considera los 46800 el total de la producción de los agricultores, pero al igual se toma en cuenta el nivel de aceptación de compra según la encuesta a los habitantes es del 71% dando como resultado 33228, los cuales serán proyectados para los siguientes años como se demuestra en la tabla a continuación:

Tabla 34-5: Proyección de la oferta en bultos

AÑO	OFERTA
1	33.560
2	33.896
3	34.235
4	34.577
5	34.923

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.3.3. *Estudio de la demanda*

La comercialización de la panela se ha vuelto un reto para los productores nacionales ya que es totalmente inexacta debido a que los clientes han optado por productos sustitutos.

La demanda de nuestro producto estará dirigida al recinto Chacapata, parroquia Nanegal de la ciudad de Quito brindando un producto que cumpla con las expectativas del cliente y por ende socializar los beneficios que conlleva al consumir.

Para el presente estudio se considera la Población Económica Activa de la parroquia y la cifra resuelta en investigación muestral es de 3004 habitantes. En la presentación por bloques de acuerdo con la encuesta realizada se considera que la población consumiría 4 panelas por semana, para poder sacar el valor anual este valor lo multiplicamos por 52 semana y tendríamos una cantidad de 624832 unidades esta cifra sería lo que los productores estarían dispuestos a entregar al centro de acopio.

5.1.3.4. *Proyección de la demanda*

Según los datos de la encuesta realizada a los habitantes se aplicará como demanda actual 468624 unidades considerando una tasa de crecimiento de 1.05% y se aplica la siguiente formula.

$$D_p = D_A (1+i)^n$$

Dónde:

D_p = Demanda Proyectada

D_A = Demanda Actual

1 = Valor Constante

i = Tasa de crecimiento

n = Tiempo

Tabla 35-5: Proyección de la demanda en bloques

AÑO	DEMANDA
1	631.393
2	638.022
3	644.722
4	651.491
5	658.332

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Para conocer la demanda de panela en bultos se considera a los 3004 habitantes de los cuales están dispuestos a consumir el 71% de acuerdo con los datos de la encuesta, dando como resultado 2133 personas consumidoras de panela para lo cual se considera el nivel de consumo por semana de 4 unidades al mes (Dato tomado de intermediarios), donde al año sería 102376 panelas en bulto a ser comercializadas, estos datos se proyectarán a futuro

Tabla 36-5: Proyección de la demanda en bultos

AÑO	DEMANDA
1	103.451
2	104.538
3	105.635
4	106.744
5	107.865

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.3.5. Demanda insatisfecha

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se realiza una operación simple, entre la demanda y la oferta proyectada.

Por ende, para la obtención de la demanda insatisfecha se procederá al cálculo la cual consiste en la resta de la demanda proyectada en este caso desde el año 2022 hasta el año 2027.

Tabla 37-5: Demanda insatisfecha proyectada en bloque

AÑO	DEMANDA	OFERTA	Demanda Insatisfecha
1	631.393	342.693	288.700
2	638.022	346.120	291.902
3	644.722	349.581	295.140
4	651.491	353.077	298.414
5	658.332	356.608	301.724

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Tabla 38-5: Demanda insatisfecha proyectada en bulto

AÑO	DEMANDA	OFERTA	Demanda Insatisfecha
1	103.451	33.560	69.891
2	104.538	33.896	70.642
3	105.635	34.235	71.400
4	106.744	34.577	72.167
5	107.865	34.923	72.942

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.4. Estudio administrativo

Para la constitución de un centro de acopio se debe considerar los requisitos que emite la Ley de Compañías, normativa ecuatoriana encargada de regir las indicaciones para las empresas de nuestro país.

5.1.4.1. Constitución del centro de acopio

Esta organización se considera una Sociedad Anónima por sus dimensiones, el número de trabajadores y su capital. Para un buen desarrollo debe ser manejada por una persona natural con capacidad legal para constituirla, además que no esté prohibido por la ley donde asuma a título personal todos los derechos y obligaciones que involucre. Los pasos y requisitos para constituirla son:

5.1.4.2. Cumplimientos legales

Constitución del centro de acopio

La empresa debe cumplir aspectos importantes basados en los siguientes artículos para ser constituida cómo sociedad anónima, cuyos puntos a tomar en cuenta de la normativa expuesta son:

Tabla 39-5: Aspectos de constitución del centro de acopio

Artículo. 143.	La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas. (Lexisfinder, 2017)
Artículo. 145:-	Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de fundador se requiere la capacidad civil para contratar. Las personas jurídicas nacionales pueden ser fundadoras o accionistas de las compañías anónimas, pero las compañías extranjeras solamente podrán serlo si sus capitales estuvieren representados únicamente por acciones, participaciones, es decir a favor o a nombre de sus socios, miembros o accionistas, y de ninguna manera al portador. (Lexisfinder, 2017)

Artículo. 146.-	La compañía se constituirá mediante escritura pública que se inscribirá en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía. La compañía solo podrá operar a partir de la obtención del Registro Único de Contribuyentes en el SRI. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo. (Lexisfinder, 2017)
Capital mínimo	El capital mínimo de la compañía deberá ser de 800 dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especie (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía. (Lexisfinder, 2017)

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Tabla 40-5: Pasos y requisitos de constitución de un centro de acopio

	Proceso	Entidad	Documentación/Requisitos
1	Obtención del RUC	Oficinas de Servicio de Rentas Internas	<ul style="list-style-type: none"> • Copia de cedula • Planilla de luz, agua o teléfono del domicilio y del lugar donde se desarrollar las actividades. • Especificación de la actividad económica a desarrollar. • Formularios.
2	Permiso de funcionamiento municipal	GAD Municipal	<ul style="list-style-type: none"> • Copia del RUC. • Copia nombramiento representante legal. • Planilla de luz. • Formulario de declaración para obtener las patentes. • Razón social o nombre del establecimiento.
3	Permiso de la dirección de higiene municipal	GAD Municipal	<ul style="list-style-type: none"> • Copia del RUC. • Copia Nombramiento de Representante Legal. • Planilla de Luz • El carné de salud ocupacional por cada empleado que manipula los insumos de producción.
4	Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos	Cuerpo de Bomberos	<ul style="list-style-type: none"> • Copia del RUC • Copia del Nombramiento Representante Legal. Copia de Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal. • Planilla de luz. • Pago de tasa del permiso, de acuerdo con la actividad económica.

5	Permiso de Funcionamiento del MSP.	Ministerio de Salud Pública	<ul style="list-style-type: none"> • Permiso de la Dirección de Higiene Municipal Copia del RUC. • Copia de Nombramiento del Representante Legal. • Cédula y papeleta de votación del Representante Legal. • Planilla de luz. • El carnet de salud ocupacional de cada empleado que manipule insumos de producción.
6	Certificado de uso de suelos	GAD municipal	<ul style="list-style-type: none"> • Formulario único de solicitud. Croquis de localización, uso actual del suelo, la superficie por usar. • Documento de propiedad. • Acta constitutiva centro de acopio.
7	Cuenta de integración	Banco local	<ul style="list-style-type: none"> • Abrir una cuenta de integración en un banco. • Realizar el depósito de por lo menos el 25% del capital total. • Certificado bancario
8	Escritura publica	Abogado	<ul style="list-style-type: none"> • Lugar y fecha donde celebra el contrato. • Nombre, nacionalidad, domicilio de las personas que constituyen la compañía. • Objeto social • Denominación y duración • Importe del capital con número de acciones según clase, valor nominal, nombre y nacionalidad de suscriptores. • Domicilio de la compañía. • -Forma de administración y facultades de los administradores. • Formas y épocas de convocar a Juntas Generales. • Norma de reparto de utilidades. • Determinación de los casos para disolverse.
9	Licencia Ambiental	Oficinas del Ministerio del Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Certificado de Intersección con el SNAP (Sistema Nacional de Áreas Protegidas), BP (Bosques Protegidos) y PFE (Patrimonio Forestal del Estado). • Solicitud de la aprobación. • Solicitud de la aprobación del EIA (Impacto ambiental) y PMA (Plan de Manejo Ambiental) • Para que se emita en certificado debe tener:

			<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud de la emisión de la Licencia Ambiental para la realización del proyecto. • Oficio del proponente solicitando al MAE la emisión del Certificado de intersección. • Fecha de la solicitud del Certificado de Intersección. • Razón Social del proponente. • Apellidos y Nombres del Representante Legal. • Datos sobre dirección, ciudad, calle No, teléfono No, e-mail. • Nombre del Proyecto. Actividad y una breve descripción del proyecto
--	--	--	--

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.4.3. Creación de la filosofía corporativa

Descripción de las actividades del centro de acopio

Al constituirse al empresa se enfocara en acopiar y comercializar panela en bloque y en bultos por tal motivo se lo denominara **“PANEL SWEET” S.A.** siendo un nombre llamativo y por ende está compuesto de la palabra dulce traducido al español donde indica el nivel de endulzamiento de la panela con el slogan **“SIN QUÍMICOS UNA VIDA SALUDABLE”** este lema se enfoca en dar a conocer la panela al estilo natural sin utilizar químicos que afectan la salud del consumidor y este pueda tener una vida llena de salud con los productos endulzantes que utilizan químicos, que con el pasar del tiempo afecta al ser humano con las distintas enfermedades que rodea a la sociedad.



Ilustración 28-5: Propuesta de logotipo

Fuente: Rodríguez, Shirley, 2022:

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.4.4. Propuesta de la misión

Somos una empresa dedicada al acopio de panela orgánica derivado de la caña de azúcar, destinado a satisfacer las necesidades de los consumidores que buscan una opción más saludable, brindando un producto con altos estándares de calidad y rigiéndose en políticas y normativas reguladoras de la agroindustria artesanal, intensificando el proceso agroindustrial desde el cultivo hasta la transformación segura para generar una eficiencia y eficacia en el producto ya elaborado, todo esto gracias a la incorporación de la mano de obra de nuestros productores con experiencia basado en el proceso de la dinamización económica de nuestro sector.

5.1.4.5. Propuesta de la visión

Ser reconocida para el año 2027 a nivel local como una Sociedad Anónima competitiva en el mercado de panela, ofreciendo un producto de alta calidad e innovador para así satisfacer las necesidades de salud y bienestar de nuestros clientes generando un ambiente de respeto y buena atención constituyendo una contribución socioeconómica en la comunidad, el sector y el país.

5.1.4.6. Valores

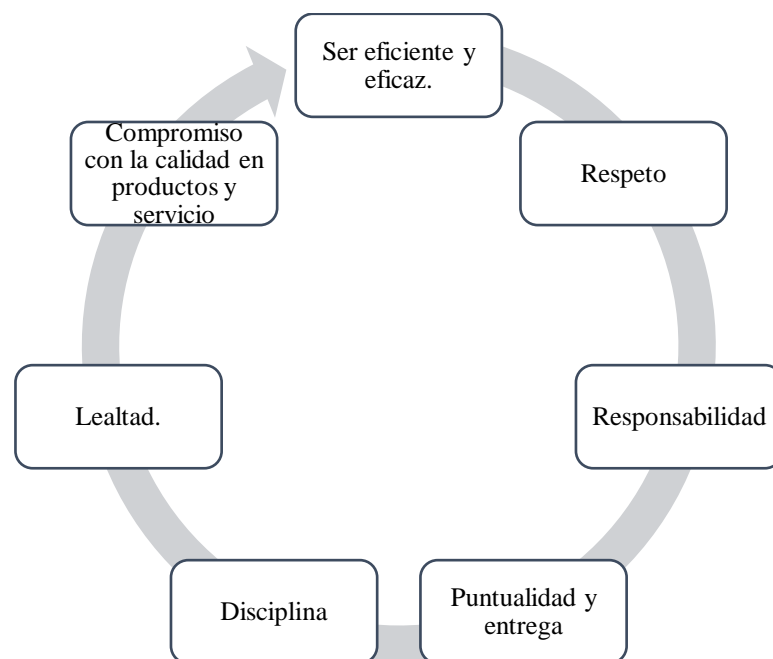


Ilustración 29-5: Valores corporativos

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.4.7. Políticas generales del centro de acopio

Las políticas en un centro de acopio hay que definirlas para poder alcanzar los objetivos propuestos por la empresa y tratar de no cometer errores que afecten la toma de decisiones, para así cumplir con los objetivos a corto, mediano y largo plazo; por lo tanto, se plantean las siguientes políticas.

Tabla 41-5: Políticas propuestas

a) Políticas generales	<ul style="list-style-type: none"> • Mostrar respeto para cada uno de los que integran la empresa y por ende a los clientes • El cliente Siempre tiene la razón. • Brindar siempre un servicio de calidad. • Respetar los horarios de ingreso y salida del personal. • Cada personal se hace responsable de su instrumento de trabajo proporcionado por la empresa. • Seguridad industrial en la empresa. • Tener una infraestructura adecuada y moderna • Respetar la estructura orgánica funcional centro de acopio. • Utilizar las herramientas de trabajo proporcionado por la empresa obligatoriamente. • Mantener el lugar de trabajo limpio y arreglado. • Responsabilidad y pulcritud en las actividades asignadas por su jefe.
b) Políticas de Administración	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación al personal por lo menos una vez al año. • Las personas contratadas deberán llenar solicitudes para el cargo requerido. • Las personas contratadas firmaran un contrato de trabajo, donde se detalle su lugar de trabajo, sueldo y sus funciones a realizar. • El personal recibirá todos los beneficios de la ley lo otorga y sus agasajos en fechas especiales. • Los sueldos al personal serán establecidos por el Gerente General. • Los pagos se lo realizaran mediante una cuenta bancaria.
c) Políticas de Pago	<ul style="list-style-type: none"> • Se aceptarán pagos al contado y a crédito a los aliados comerciales. • Pago al contado a clientes externos. • Pago al contado se aplicarán descuentos.

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.4.8. Propuesta del organigrama estructural

Para el desarrollo del funcionamiento empresarial se plantea un organigrama que ayudara a que no exista duplicidad de funciones y tenga áreas adecuadas para acopiar y comercializar la panela de forma eficiente y eficaz, en la organización del talento humano se propone lo siguiente:

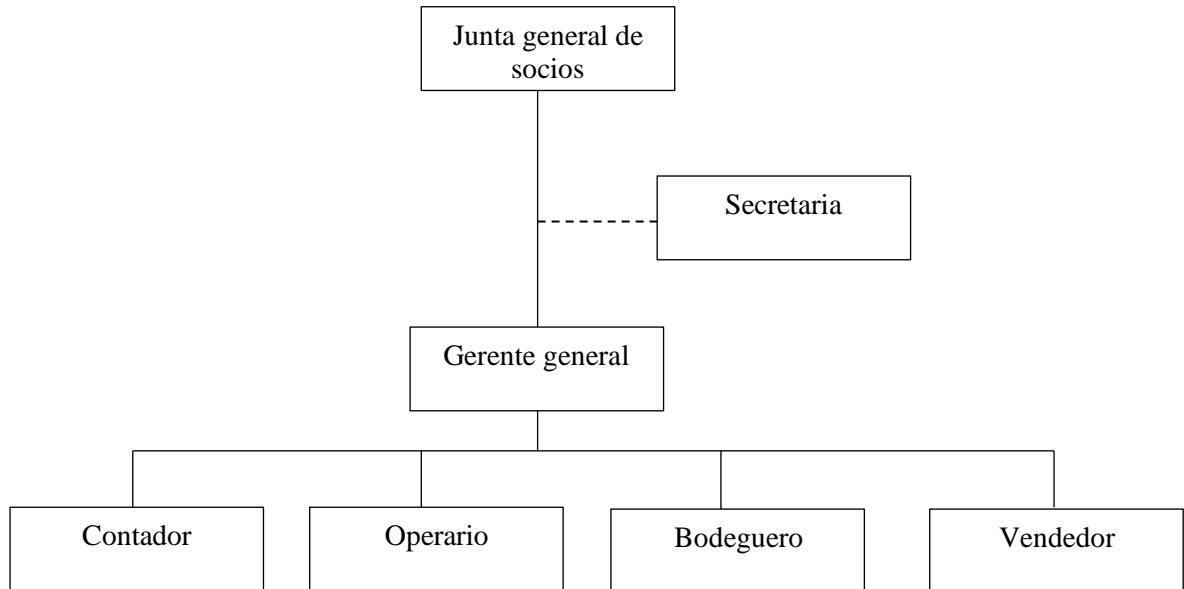


Ilustración 30-5: Organigrama propuesto

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.4.9. *Propuesta del manual de funciones*

Tabla 42-5: Manual de funciones del gerente

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación de cargo	Gerente
Área:	Gerencia
Supervisado por	Junta general de socios
MISIÓN DEL CARGO	
Receptar, controlar, aprobar, coordinar, autorizar y revisar informes o reportes de cada departamento.	
MISIÓN Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Administrar las operaciones, problemas y tareas inherentes del negocio. • Administrar los bienes económicos, materiales y equipos centro de acopio. • Principalmente la toma de decisiones que busque el bienestar. • Fijar y vigilar el normal cumplimiento de objetivos y metas de la Sociedad Anónima. • Supervisar y evaluar periódicamente las actividades que realiza los colaboradores • Realizar actividades administrativas como: negociaciones con clientes, trabajadores y cobros. • Impulsar el crecimiento de ventas difusión de imagen y productos de la Sociedad Anónima. 	
ANÁLISIS DE CARGO	
Edad:	25 – 40 años
Genero:	Indistinto
Estado civil:	Indistinto
NIVEL DE CONOCIMIENTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Tener título de tercer nivel en Administración de Empresas, Gestión Empresarial o carreras afines. • Experiencia de 1 a 2 años en manejo de Recursos Humanos y Administración de negocios o similares. • Tener conocimientos básicos en: Word, Excel, Power Point, Internet, etc. • Tener suficiencia de inglés (hablado y escrito). • Tener cursos de: Relaciones humanas, manejo de personal y liderazgo 	

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Tabla 43-5: Manual de funciones de la secretaria

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación de cargo	Secretaria
Área:	Secretaria
Supervisado por	Administrador
MISIÓN DEL CARGO	
Es la persona responsable de tomar apuntes con el fin de asignar una planificación adecuada de las actividades de sus subordinados	
MISIÓN Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Recibir documentos. • Atender llamadas telefónicas. • Atender visitas. • Archivar documentos. • Realizar cálculos elementales. • Informar todo lo relativo al departamento del que depende. • Estar al pendiente de la tramitación de expedientes. 	
ANÁLISIS DE CARGO	
Edad:	25 – 45 años
Genero:	Indistinto
Estado civil:	Indistinto
NIVEL DE CONOCIMIENTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Formación académica completa en carreras como: Ingeniería Comercial, Economía, Administración de Empresa y otras carreras afines. • Experiencia de 1 años en manejo de secretariado. • Tener conocimientos básicos en: Word, Excel, Power Point, Internet, etc. • Tener cursos de: Relaciones humanos 	

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Tabla 44-5: Manual de funciones del contador

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación de cargo	Contador
Área:	Contabilidad
Supervisado por	Gerente
MISIÓN DEL CARGO	
Receptar, revisar, confirmar, verificar y aprobar todos los documentos que necesitan ser aceptados por el contador.	
MISIÓN Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Llevar actualizada la contabilidad de la Sociedad Anónima. • Realizar las declaraciones de impuestos inherentes a la actividad. • Presentar los informes financieros económicos semestrales o cuando la gerencia lo requiera. • Firmar roll de pagos original y copia. • Verificar valores de facturas y retenciones y si hay un error proceder a la devolución. • Llenar formularios. • Realizar estados financieros preliminares con soportes. • Revisar estados financieros preliminares. • Firmar estados financieros. • Entregar estados financieros a gerencia. 	
ANÁLISIS DE CARGO	
Edad:	25-40 años
Genero:	Indistinto
Estado civil:	Indistinto
NIVEL DE CONOCIMIENTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Tener título de CPA (Contador Público Autorizado). • Tener experiencia de 2 a 3 años en cargo de contador o brindar asesoría tributaria. • Tener conocimientos básicos del paquete office (Word, Excel, Power Point, Project) e Internet, etc. • Tener suficiencia básica en inglés (hablado y escrito). • Tener cursos de: Actualización Tributaria y Contable. 	

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Tabla 45-5: Manual de funciones del operario

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación de cargo	Operario producción
Área:	Producción
Supervisado por	Gerente
MISIÓN DEL CARGO	
Controlar la producción, que esta cumpla con todos los estándares de calidad e higiene hasta el momento de la venta al cliente.	
MISIÓN Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Verificar la MP (Materia Prima) • Realizar la selección de la materia. • Analizar y corregir la calidad de la producción. • verificar el funcionamiento óptimo de las maquinas. 	
ANÁLISIS DE CARGO	
Edad:	25-40 años
Genero:	Masculino
Estado civil:	Indistinto
NIVEL DE CONOCIMIENTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Tener experiencia de 2 a 3 años en el área de producción. • Tener conocimientos en maquinarias industriales. 	

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Tabla 46-5: Manual de funciones del bodeguero

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación de cargo	Bodeguero
Área:	Bodega
Supervisado por	Gerente
MISIÓN DEL CARGO	
MISIÓN Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir y controlar las actividades de recepción, despacho, registro y control de los pedidos recibidos. • Garantizar el abasto suficiente de libros y útiles, así como el adecuado manejo y custodia de las existencias. • Supervisar la entrada y salida de materiales y equipos del almacén. 	
ANÁLISIS DE CARGO	
Edad:	25-40 años
Genero:	Masculino
Estado civil:	Indistinto
NIVEL DE CONOCIMIENTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Se requiere tener título de bachiller. • Tener experiencia de 1 años en bodega. 	

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Tabla 47-5: Manual de funciones del distribución o ventas

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación de cargo	Personal de distribución
Área:	Comercialización
Supervisado por	Gerente
MISIÓN DEL CARGO	
Ofrecer, verificar y enviar o despachar la mercadería que se comercializa. (Panela)	
MISIÓN Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Verificar si existe la suficiente mercadería en stock. • Comunicar el volumen de existencia de mercadería a producción • Realizar orden de pedido. • Enviar la orden de pedido a producción. • Realizar factura y entregar original al cliente. • Entregar mercadería completa al cliente • Realizar la distribución adecuada del producto. • Atención a clientes para asesorar y vender el producto. • Mantener una base de datos de clientes de la Sociedad Anónima. 	
ANÁLISIS DE CARGO	
Edad:	22-35 años
Genero:	Masculino
Estado civil:	Indistinto
NIVEL DE CONOCIMIENTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Se requiere estudiantes o profesionales con carreras afines. • Experiencia de 1 - 2 años en el área de ventas y ser chofer profesional. • Tener conocimientos básicos de computación. • Haber realizados cursos de: Relaciones humanas, ventas, etc. 	

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.5. *Marketing mix*

El marketing mix está compuesto de 4 ejes fundamentales que son el producto, precio, la plaza, y la promoción siendo estos importantes para dar a conocer la panela en la parroquia Nanegal de la ciudad de Quito.

Con lo mencionado se pretende que la empresa “PANEL SWEET” S.A. dentro del mercado implemente estrategias de comercialización que le permitan desarrollar una ventaja sobre la competencia actual y futura con otros proveedores

Estrategia que permitirá a la vez conocer los beneficios de consumir panela para que estos sean transmitidos a sus clientes efectivamente y de esta manera construir relaciones con el cliente a corto y largo plazo.

5.1.5.1. Estrategia de diferenciación del producto

Esta estrategia se encamina a analizar el sabor y propiedades nutritivas que componen al producto cuidando su calidad, constituyendo como otra ventaja sobre la competencia ya que existen otros productos con diferentes presentaciones y colores que no son propios de la panela y pueden dañar el sabor y textura, logrando que los consumidores no aprecien al consumo y obtén por productos sustitutos.

La estrategia de diferenciación del producto busca dar una presentación adecuada donde sea plasmado los beneficios nutricionales que este posee. Bajo este pensamiento se cambia un enfoque de solo vender el producto a una orientación total al cliente en busca de su satisfacción e incentivar su recompra y recomendación a otros futuros clientes.

Tabla 48-5: Descripción de la panela

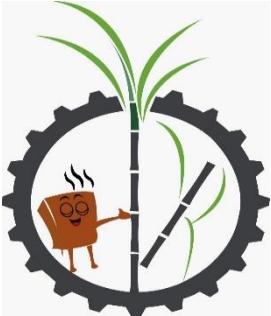
LA PANELA	LA PANELA es un alimento saludable, con excelentes características nutricionales, lo cual la ubica a la altura de las exigencias de los productos alimenticios de este nuevo milenio. Es un producto obtenido de la evaporación de los jugos de la caña y la cristalización de la sacarosa, que contiene minerales y vitaminas. El aporte energético de la panela oscila entre 310 y 350 calorías por cada 100 gramos. Un adulto que ingiera 70 gramos diarios de panela (que es el consumo diario por habitante a nivel nacional), obtendrá un aporte energético equivalente al 9% de sus necesidades.
Las Vitaminas	La panela aporta un conjunto de vitaminas esenciales que complementan el balance nutricional de otros alimentos y aportan en el crecimiento del organismo. Dentro de las vitaminas que posee la panela se encuentran: A, B1, B2, B5, B6, C, D y E. las cuales complementan el balance nutricional de otros alimentos.
CONTENIDO MINERAL DE LA PANELA	La panela posee minerales como potasio, magnesio, calcio, fósforo, hierro, zinc, manganeso, los cuales son necesarios en la conformación de la estructura de los huesos, de otros tejidos y de algunas secreciones del organismo. Estos minerales intervienen en múltiples actividades metabólicas: activan importantes sistemas enzimáticos, controlan el Ph, la neutralidad eléctrica y los gradientes de potencial electroquímico.

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

- La estrategia aplicada para nichos en el mercado es dar a conocer en las ferias que organiza la junta parroquial del recinto donde el cliente pueda degustar, saborear la panela.
- Otra estrategia es la de repartir volates a la ciudadanía donde informen los beneficios de nuestra marca.
- Otra buena opción es la de realizar dípticos y trípticos para posicionar el producto dentro del nicho de mercado.
- Presentar una etiqueta descriptiva e informativa es una estrategia fundamental dentro de este trabajo de investigación

Tabla 49-5: Descripción de la presentación de la panela

Marca	Se crea con el nombre “PANEL SWEET” : Una marca fácil de llevar en la mente de los consumidores y representa la dulzura de los cañaverales del recinto Chacapata, parroquia Nanegal de la ciudad de Quito.
Slogan	“SIN QUÍMICOS UNA VIDA SALUDABLE” Un slogan corto, fácil de recordar, comunica que es un producto sano y su consumo es saludable libre de químicos
Embace	El envase más adecuado para estas presentaciones es recomendable en fundas plásticas en unidad o costales para la comercialización de bultos, nuestro producto será en presentaciones redondas o cuadradas con el mismo contenido, estos deben tener buena imagen, combinación de colores y ser muy comunicativo.
Etiquetado	En la parte de etiqueta se obtendrá una clara descripción de los componentes nutricionales e ingredientes; estos se presentarán de la siguiente manera. 

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.5.2. Estrategia de precios

El precio de un producto que juega un papel muy importante al momento de inclinarse por subir o bajar el precio de venta sobre la competencia cuando conocemos que nuestra población es

sensible a los precios. En base a resultados obtenidos y analizando el costo por presentación, las estrategias de precio son:

Estrategia de presentación de mercado y precios; para ellos se ha fijado precios bajos (inferior al precio de la competencia) nos basamos en esta estrategia porque la competencia busca utilidades con precios altos y con eso consiguen menos ventas y nosotros buscaremos utilidades con más ventas y precios bajos. Los precios están fijados en base costo de producción y resultados obtenidos de los clientes.

Tabla 50-5: Precio del producto

Precio de producción.	Panela en bulto =22,00 dólares
Precio de Venta al Público sugerido por cada presentación	Panela en bloque unidad = 1,75 dólares Panela en bulto =22,50 dólares

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.5.3. Estrategias de publicidad y promoción

La promoción es un aspecto clave para atraer a clientes propios y nuevos además que Panel Sweet S.A pueda incrementar sus ventas además que con la calidad del producto las ventas se dupliquen o se recomiende el consumo de este producto por parte de los mismos clientes. Para lograr esta idea las estrategias a implementar son las siguientes:

Radio

Para vivir sano y saludable consume panela del centro de acopio “PANEL SWEET” S.A. estamos ubicados en el recinto Chacapata, parroquia Nanegal de la ciudad de Quito quien te ofrece al por mayor y menor a precio de productor, con altos estándares de calidad para que usted consuma en su hogar un producto libre de químicos que le ayudara a endulzar su vida y tener fuerza, vigor, y salud en sus actividades diarias.

Redes Sociales

Se crea una página de Facebook, integran, Tik tok entre otras donde se dará a conocer el producto y las propiedades que tenga para que el cliente se sienta seguro al momento de realizar la compra aplicando la publicidad de radio



Ilustración 31-5: Medios publicitarios

Fuente: https://www.iempresa.net/social-media/como-miran-los-usuarios-en-las-redes-sociales/?cli_action=1656011992:276

Hojas volantes

Las hojas volantes se desarrollarán de forma llamativa donde demuestre el mensaje que la sociedad quiere ver y saber lo que ofrece la empresa.



Ilustración 32-5: Volantes publicitarios

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Promoción

Dentro de la empresa se desarrollará promociones, sorteos por fechas importantes donde el cliente pueda apreciar que la empresa no solo se enfoca en la parte económica empresarial sino en la parte social.

Tabla 51-5: Estrategias de promoción

<ul style="list-style-type: none">• Estrategia dirigida estrictamente a consumidores finales.	<ul style="list-style-type: none">• Descuentos promocionales para los clientes esta será por días o actividades especiales. Ejemplo: Por el mes de la madre se aumentará gratis una pequeña presentación de Panela• Por la compra de 6 bloques de panela se entregará un vaso, una gorra, esferos con el logo tipo del centro de acopio, funda de caramelos dependiendo a la fecha festiva.• Por la compra de 4 bultos presentaciones indistintas reclame un juego de 4 vasos, olla, una canasta de víveres con la imagen de empresa dependiendo la fecha festiva.
<ul style="list-style-type: none">• Estrategia dirigida estrictamente a los distribuidores.	<ul style="list-style-type: none">• Por la comprar 100 bloques se entregará el 5% de descuento en la compra• Por la compra de 10 bultos recibirá un descuento del 10%.

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.5.4. Estrategias de plaza (distribución)

Para conseguir llegar a más clientes con menos esfuerzo y menos recursos a demás como se trata de un centro de acopio se opta por distribuir la panela de forma indirecta en puntos de venta.

Se utiliza estrategias de distribución selectiva: esta estrategia consiste en seleccionar los mejores puntos de venta a nivel de toda la ciudad de Ciudad de Quito.

Esta estrategia permite hacer la diferencia porque estaremos en los mejores puntos seleccionados por estas razones serán escogidos los puntos de venta de la ciudad como:

- Distribuidores de la zona.
- Supermercados
- Mercados
- Tiendas de barrio
- Ferias inclusivas

Canales de comercializaciones del centro de acopio

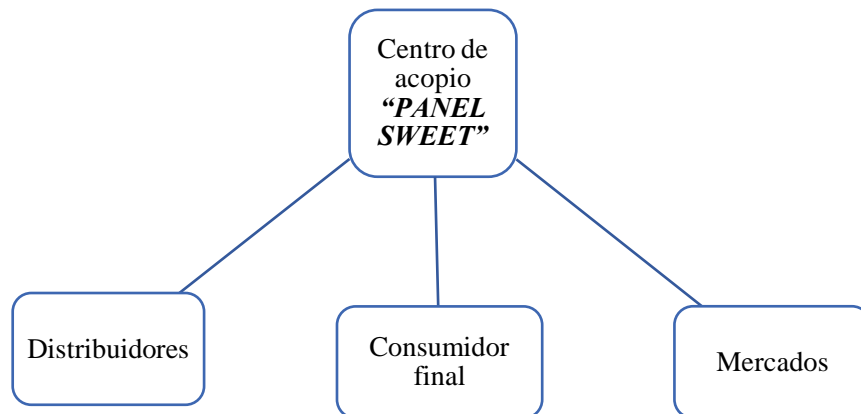


Ilustración 33-5: Canales de distribución

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.6. Estudio técnico

5.1.6.1. Objetivo

Establecer todos los factores de producción, técnicos, recursos físicos, organizacionales y administrativos que serán ineludibles para el proceso de producción y comercialización de la panela de manera que responda a un diseño eficiente y rentable que permita el posicionamiento de la empresa en la mente del consumidor.

Tamaño Óptimo de la Planta de acopio

Para determinar el tamaño del proyecto se define de acuerdo con el porcentaje por cubrir de la demanda insatisfecha determinada, adicional se evalúan factores condicionantes del tamaño de la planta de acopio:

Tabla 52-5: Tamaño de la planta de acopio.

FACTOR	Grande	Mediano	Pequeño
Mercado (demanda insatisfecha)		✓	
Tamaño de la competencia			✓
Nivel de inventarios		✓	
Tecnología y equipo		✓	
Disponibilidad de recursos financieros	✓		
Tamaño de la Organización		✓	
Espacio físico disponible de la planta	✓		

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Analizando el cuadro de resultado, el tamaño óptimo de la planta de acopio es **mediano**, de igual forma la concepción del proyecto es agrupar la oferta de varios proveedores y concentrar un buen volumen de producción de panela para beneficiarse de las economías de escala y así reducir los precios sin bajar calidad y ser competitivos.

5.1.6.2. *Localización de planta*

Macro localización

El macroentorno de donde está ubicado el proyecto (centro de acopio) es en el recinto Chacapata, parroquia Nanegal de la ciudad de Quito, que cuenta con una población de aproximadamente 3004 habitantes para mejorar la demanda en la ciudad.



Ilustración 34-5: Mapa Macro-localización

Fuente: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Mapa_Parroquia_Nanegalito_%28Quito%29.svg

5.1.6.3. Micro localización

Para identificar y determinar la micro localización de la planta de acopio se utilizó el método cualitativo por puntos, tomando como base los siguientes parámetros:

Tabla 53-5: Localización de la planta de acopio.

Parámetro de Medición	Peso	Comunidad Puente Palo	Comunidad Río Plata	Comunidad La Chorrera
Acceso a los clientes	5	2	2	3
Disponibilidad de luz, agua y teléfono	20	20	20	20
Facilidad para construir la planta	20	5	7	10
Facilidad para acceder vehículo	20	7	10	10
Seguridad	10	5	7	5
Cercanía de materia prima	20	7	10	15
Distante del área poblada (por ruido)	5	5	5	5
Total	100	59	61	69

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.



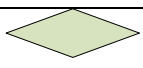


Según los resultados obtenidos de la tabla de localización de planta de acopio indica que el lugar más conveniente para construir la planta es en la parroquia ya que existe cercanía a la materia prima, es un sitio seguro para la sociedad por el ruido y el riesgo existente y seguridad para la planta.

5:6.2 Ingeniería del Proyecto

5.1.6.4. *Flujograma de procesos*

Los procesos para llevar a cabo la comercialización de los productos se dividen en dos procesos principales el primero la producción de la panela y el segundo la comercialización:

Tabla 54-5: Simbología del flujograma de procesos

Símbolo	Nombre	Significado
	Inicio/Fin	Señala el Fin e Inicio del diagrama
	Proceso	Indica la ejecución de un proceso, tarea o actividad.
	Decisión	Señala la toma de decisiones en los procesos y las alternativas que presenta.
	Documento	Significa el uso de un documento, su generación, recepción o control.
	Línea de acción	Indica la secuencia de las actividades descritas.

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Propuesta del flujograma de procesos para la elaboración de la panela y son las siguientes:

Adquisición de materia prima

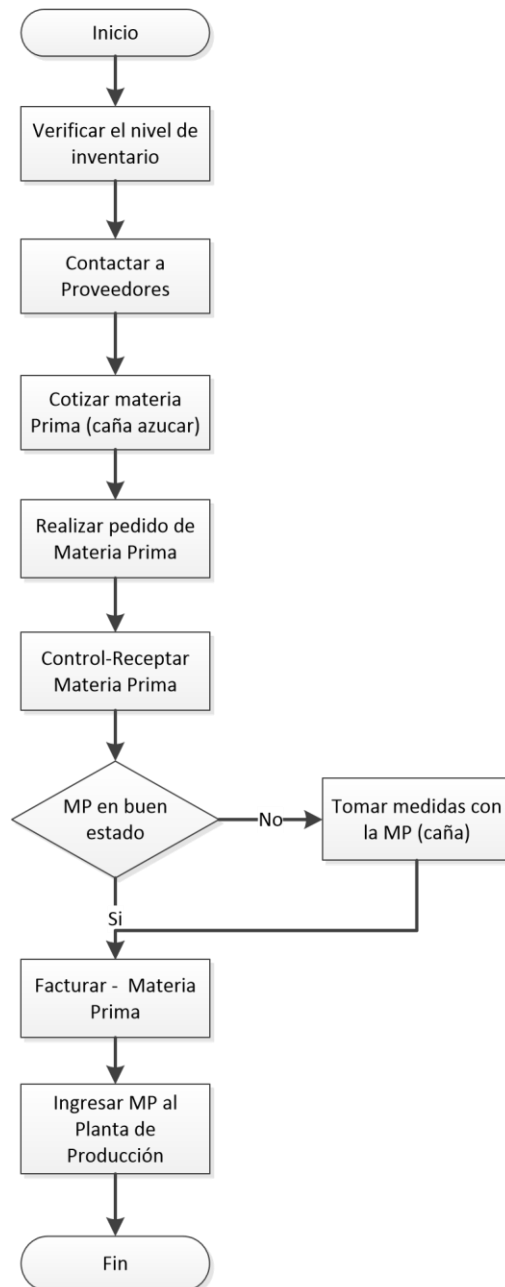


Ilustración 35-5: Flujograma para adquisición de materia prima

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Proceso producción

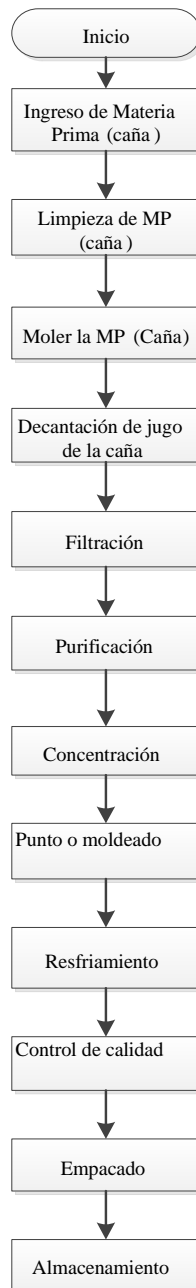


Ilustración 36-5: Flujograma de actividades en producción

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.6.5. *Proceso productivo de la panela*

Para la fabricación de la panela derivado de la caña de azúcar esta debe estar en maduración durante un periodo de 12 a 18 meses después del cultivo, dependiendo de la variedad. Además, debe ser cultivada en suelos debidamente corregidos en base a los contenidos de nitrógeno, fósforo y potasio.

Es importante saber que la caña verde, pasada o quemada no produce la cristalización necesaria para la fabricación de panela y como resultado se obtendrá un producto oscuro o no dará punto.

El corte de la caña debe ser sesgo para facilitar la entrada en la monda o trapiche.

Tabla 55-5: Descripción del proceso de producción de la panela

Recepción y Limpieza de la Caña	Para el procesamiento, la caña debe ser limpia aparte de estar en buen estado, retirándose el máximo de hojas. A través del transportador de agua, retirar la cera y otras basuras.
Moedor de la caña	El proceso de molido de la caña debe ser continuo después del corte o en el tiempo máximo de 48 horas después. Las mondas deben ser lavadas antes y después de moler la caña. Muy importante que abajo de las mondas, antes del tanque de decantación, debe ser colocado un cernidero o una malla para separar las impurezas (bagacitos) que se extraen con el jugo.
Decantación y filtración del caldo	Después de la separación de las impurezas (bagacitos) el jugo debe ser transportado a un decantador con chicanas para retirar impurezas sólidas como tierra, arena y otras. Tomar en cuenta que mientras más limpio sea el jugo, más fácil será la etapa de purificación, y mejor será la calidad del producto fabricado. Es decir, todo el proceso debe ser tratado con mucha higiene.
Purificación y limpieza del jugo	La purificación y limpieza del jugo es la retirada de las impurezas en la forma de espuma (cachaza) y es hecha con el jugo al momento que entra al proceso de ebullición, sin embargo, antes del inicio de la concentración, en esta etapa es necesario fuego muy fuerte. La espuma debe ser retirada con un cernidero y espumadera en cantidades adecuadas de acuerdo con la densidad de la llausa o balsa (plantas nativas de la zona), y esa operación debe ser repetida hasta la limpieza total del jugo, para garantizar un producto más puro y más claro. Una vez concluida esta etapa, el jugo es trasladado a una caldera menor, para concentración de grados Brig. de forma continua.
Concentración del jugo	Para la concentración del jugo es la evaporación del agua, cuando la cantidad del jugo vaya disminuyendo gradualmente y queda cada vez más concentrado los grados Brig., hasta alcanzar el punto necesario para elaborar la panela. Al momento de alcanzar los suficientes grados brida o “punto” adecuado es necesarios trabajar a fuego lento para evitar que el producto se queme y de un producto de color oscuro.
Punto adecuado de moldeo	El punto de la panela es un punto más fuerte. Cuando se coloca una porción del jarabe en un recipiente de agua esta da forma de hilos y la masa se convierte vítrea y quebradiza permitiendo que la panela logre llegar al punto de moldeo.

Resfriamiento / Meneado y cristalización	Cuando ya esté a "punto" el jarabe es trasladado a la masera / gamela, donde es batido hasta tener su total cristalización y durante la agitación rápida y constante, el jarabe se enfría y miga hasta secar totalmente.
Control de calidad	Después de realizar el producto se concede realizar el control de calidad considerando que el producto debe tener el color adecuado y que no exista anomalías en el producto
Empacado y Pesaje	Después del control de calidad la panela es empacada de acuerdo con el peso en fundas de polipropileno y sacos para ser comercializado.
Almacenamiento	Como cualquier otro alimento debe ser almacenado en un local seco y ventilado.

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Descripción del producto

Tabla 56-5: Descripción del producto

Producto	De acuerdo con las encuestas realizadas los resultados obtenidos es que el producto tiene mayor aceptación en el mercado en las presentaciones de bloque y bultos.
Características de producto	La principal característica del producto es que es un alimento funcional; es decir que, a más de aportar con una buena nutrición, contribuye a reducir el riesgo de enfermedades y apoyar en el control de una dieta y alimentación balanceada sin perjudicar la salud de nuestros clientes. Entre las características principales de su composición está en que es libre de químicos, colorantes, preservantes y de fácil preparación.

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.6.6. Proveedores

Para la elaboración de Panela se necesita abastecer de materia prima (caña) de excelente estado y esta se obtendrá de los productores de caña de la parroquia de Nanegal y sus alrededores, los mismos que deben ser seleccionados por el tipo de caña que producen.

Debido al tiempo que demora obtener caña madura se busca trabajar con diferentes productores además contar con un acuerdo entre los proveedores.

A continuación, se enlistan algunos productores de caña los cuales se convertirán en proveedores:

Tabla 57-5: Lista de proveedores

Proveedores	Sector
Jorge Recalde	Palmito Pamba
Mauricio Cortez	Santa Marianita
Carlos Moreno	Chacapata
Leo García	Cariaco
Jano Moreno	Chacapata
Cristian Recalde	Palmito Pamba
Roberth Tapia	Chacapata
Liminton Freire	La perla
Jaime Silva	Cariaco
Tomas de la Torres	La perla

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Además, es necesario recalcar que existen otros pequeños productores de caña que estarían dispuestos a colaborar con la entrega del producto al centro de acopio.

5.1.6.7. *Requerimiento de maquinaria, equipos de cómputo y oficina, terreno, utensilios, mano de obra*

Para el funcionamiento del centro de acopio y su actividad principal la comercialización de panela se requiere una fuerte inversión en maquinaria y equipos para el normal funcionamiento de la planta de acopio, en la parte administrativa para un correcto funcionamiento y entre otros. Por esto es necesario citar algunos de los implementos necesarios para la iniciación de este proyecto.

Tabla 58-5: Maquinaria equipos de cómputo y oficina, terreno, utensilios, mano de obra

NOMBRE	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	CANT	P. Unitario	P. Total
MAQUINARIA Y EQUIPO				3778,00
Bascula eléctrica	Capacidad de 500 kg marca Carmy	1	500	500,00
Molino industrial	Molino industrial adaptado al uso	1	1200	1200,00
Máquina de sellar de fundas	Maquina marca Carmy	1	50	50,00
Máquina de coser sacos	Maquina marca Carmy	1	800	800,00
Banda Cinta Transportadora	Banda Cinta Transportadora Codificacion Inkjet	1	1089	1089,00
Reloj digital	Reloj Biometrico Facial - Huellas / Red - Usb / Zk-teco Mb20	1	139	139,00
SERVICIOS BÁSICOS				438,98
Agua	Agua potable	12	20	240,00

Luz	Energía eléctrica	12	10	120,00
Teléfono	Teléfono Casa Inalámbrico Uniden Detector At3102b De 1 Base	2	24,49	48,98
Internet	Proveedora CNT incluido la instalada	1	30,00	30,00
MUEBLES Y ENSERES				492,00
Escritorio	Mesa Escritorio Pc Listos Para Entregar	1	120	120,00
Silla de escritorio	Silla Oficina Ergonómica Ejecutiva Con Apoyo Lumbar	4	55	220,00
Sillas	Sillas apilables normal	12	6	72,00
Percha metálica	Estanterías Perchas Metálicas	1	80	80,00
TERRENO				18000,00
Terreno	1000m cuadrados de terreno productivo con entrada de servicios básicos.	1	18000,00	18000,00
EDIFICIO				25000,00
Construcción Edificio (funcionamiento planta)	Edificio para planta producción de 500 metros cuadrados.	1	25000,00	25000,00
EQUIPO DE COMPUTO				1275,00
Computadora portátil	Portátil de marca Samsung	3	380	1140,00
Impresora	Impresora multiusos blanco y negro Epson L555	1	135	135,00
UTENSILIOS				678,66
Gaveta	Acero inoxidable 1 x 2 m2	4	10,00	40,00
Mesa	Acero inoxidable de 1 x 3 m2	1	120,00	120,00
Utensilios (cucharas de aluminio, cernideros, paleas)	Cuchara de aluminio imusa alambre inoxidable y paletas de madera.	4	30,00	120,00
Malla	Malla fina de alambre inoxidable	2	75,00	150,00
Extintidor de fuego	Ecuatepi de para tipo de fuego ABC	1		0,00
Sacos etiquetados	Pequeños con etiqueta de la empresa	100	0,35	35,00
Piolas	Rollo de pilas de pastico	5	3,50	17,50
Aguja de coser sacos	Unidad acero inoxidable	4	0,25	1,00
Guantes	Caja de gautes de nitrilo	5	2,00	10,00
Jabón liquido	Jabón Líquido galón Económico Galón	3	3,00	9,00
Papel higiénico rollo	Papel Higiénico 250 Mts Doble Hoja	8	2,00	16,00
Hojas de papel boom	Papel Fotográfico Epson Glossy 4x6 50 Hojas S041809	6	8,00	48,00
Grapadora	Grapadora Industrial 4-14mm		5,25	0,00

Grapas	Caja De Grapas Corona De 1/4 Pulgada De 32 Milímetros De Cal	2	16,96	33,92
Perforadora	Perforadora Kw 9670 Para 70 Hojas Oficina	1	14,00	14,00
Carpeta de cartón	Folder Colgante Paq. X 25 U	2	10,27	20,54
Archivadores	Archivador Oficio Texturizado Lomo 8 Filo Metálico	5	2,00	10,00
Esferos	Esferos Bic Punta Fina	1	3,70	3,70
Botiquín de primeros auxilios	Botiquín De Primeros Auxilios Completo	1	30,00	30,00
PUBLICIDAD				605,00
Radio	Cuña publicitaria diarias	30	20,00	600,00
Redes sociales	Publicación del centro de acopio		0,00	0,00
Hojas volantes	Ciento	100	0,05	5,00

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.6.8. Capacidad de la planta

Durante el inicio de la producción

La capacidad de producción se determinó mediante un estudio drástico de las variables del proyecto, el volumen, tiempo, materia prima y la localización. En el caso de la materia prima sería la producción de los socios del centro de acopio, además se pretende plantear estrategias de colaboración con comunidades y parroquias aledañas.

La capacidad instalada de nuestra empresa se la realizó mediante el asesoramiento de técnicos que según sus conocimientos en una jornada laboral tomando los distintos aspectos y procesos, con un número determinado de empleados se podría prestar los servicios de acopio de 46800 bultos y para su debida comercialización se desarrollara en unidades un monto de 129324 los cuales serán proyectados a futuro considerando el acopio total como se muestra a continuación

Tabla 59-5: Demanda insatisfecha proyectada en bloque

AÑO	DEMANDA	OFERTA	Demanda Insatisfecha	A CUBRIR
1	631.393	342:693	288.700	100,0%
2	638.022	346.120	291.902	288.700
3	644:722	349.581	295:140	291.902
4	651.491	353.077	298.414	295:140
5	658.332	356.608	301.724	298.414
				301.724

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Tabla 60-5: Demanda insatisfecha proyectada en bulto

AÑO	DEMANDA	OFERTA	Demanda Insatisfecha	A CUBRIR
1	103.451	33.560	69.891	100%
2	104.538	33.896	70.642	69.891
3	105.635	34.235	71.400	70.642
4	106.744	34.577	72.167	71.400
5	107.865	34.923	72.942	72.167

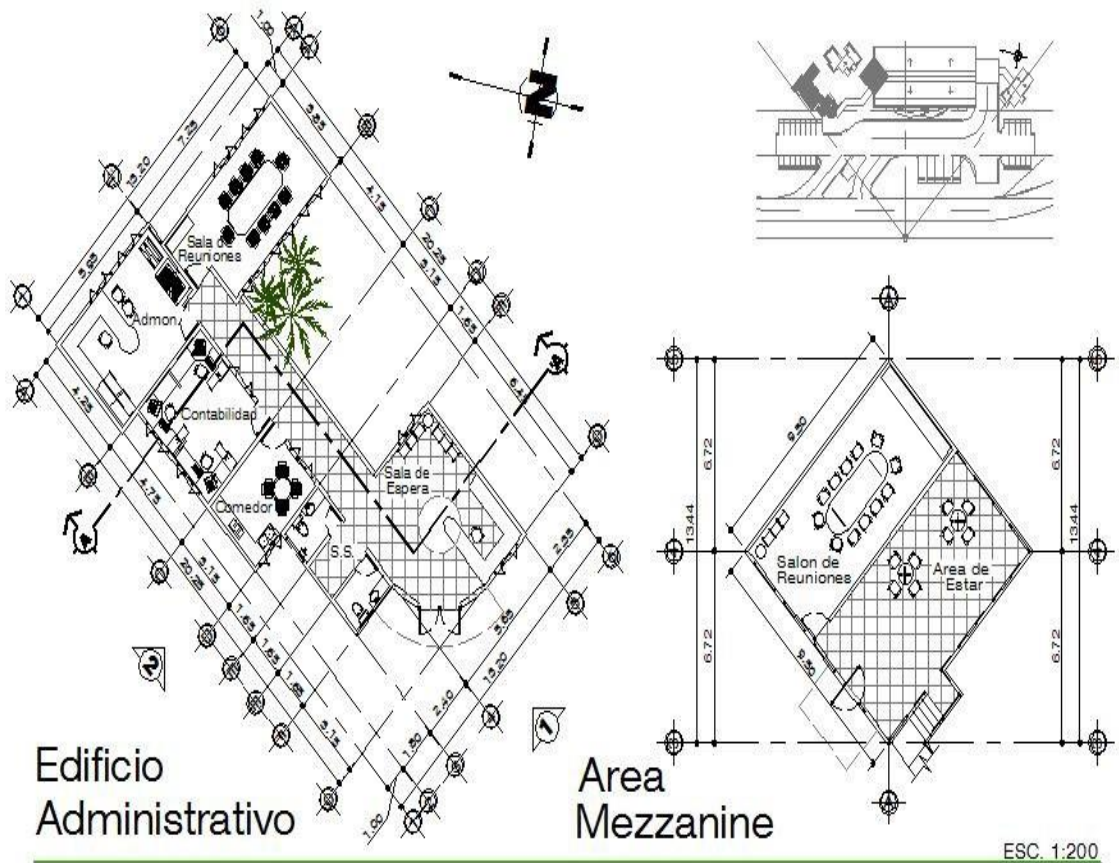
Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

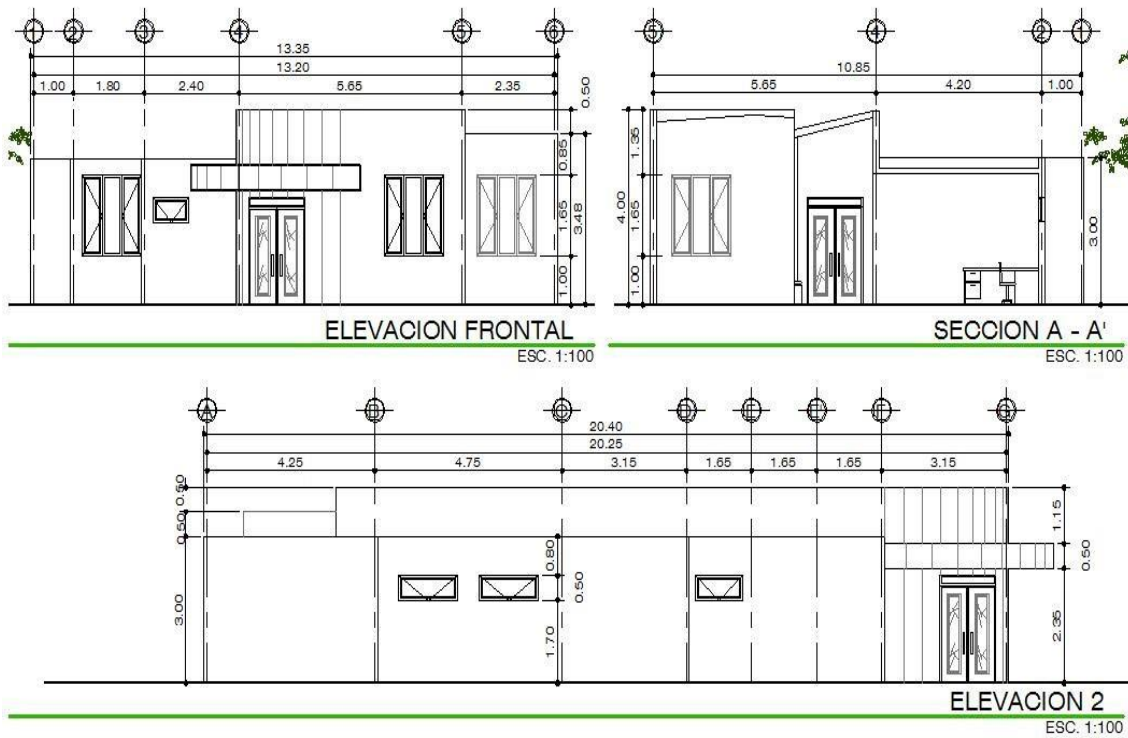
5.1.6.9. Distribución de la planta

Para obtener un óptimo uso del espacio y el tiempo en la planta es necesario hacer una distribución de manera que empiece por el primer proceso de entrada de materia prima y termine en el almacenado sin saltar ninguno proceso o desviarlo; de esta manera evitaremos mal ejecutar alguna actividad del proceso de producción de panela.

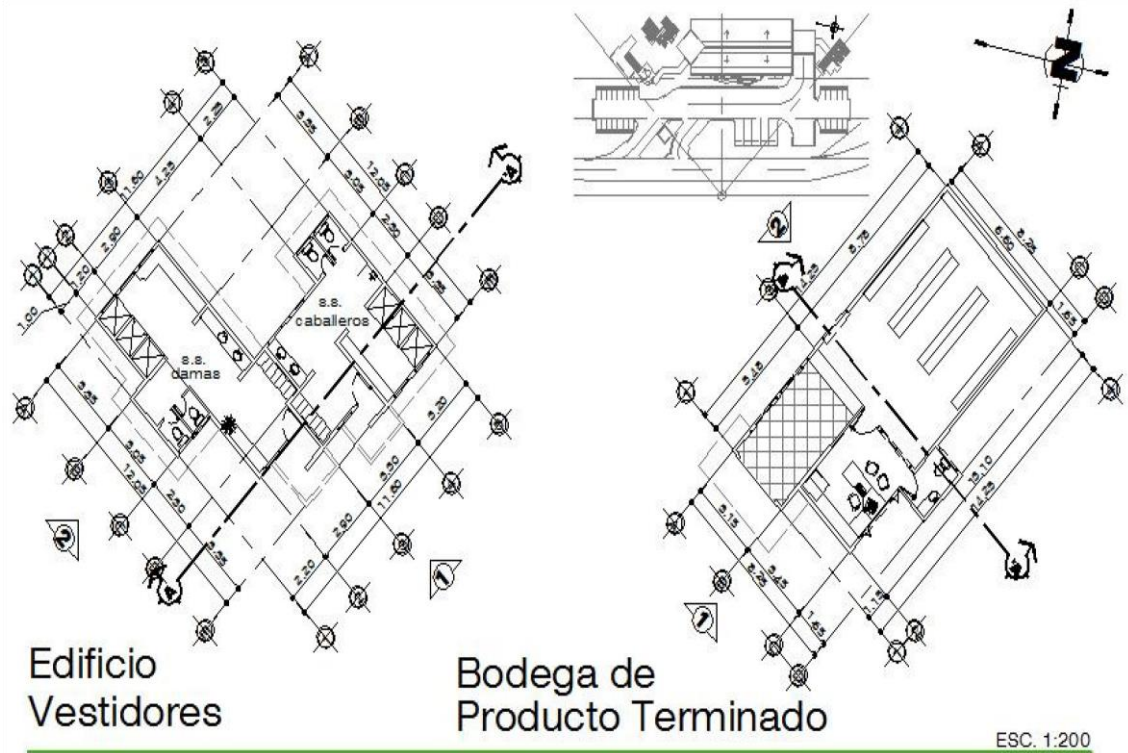
- **PLANTA ARQUITECTONICA**



• **EDIFICIO ADMINISTRATIVO**



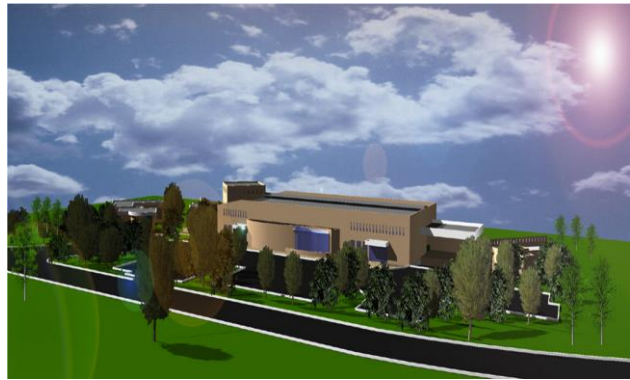
• **PLANTA ARQUITECTONICA**



- **PERSPECTIVAS PROPUESTA**



Vista No.1



Vista no. 2

- **PERCEPTIVA CLARA**



Vista No. 3



Vista no. 4

Ilustración 37-5:Distribución de planta

5.1.7. Estudio económico financiero

El estudio económico financiero es una herramienta que permite conocer cuál es el listado de las inversiones que se debe efectuar antes de poner en marcha un proyecto, esto nos ayudara a minimizar riesgos de operación.

5.1.7.1. Inversión fija

Los activos fijos son todos aquellos activos que tienen una vida útil de más de 1 año, y que son necesarios para la realización diaria de actividades dentro de la organización.

Estos están detallados en la tabla de maquinaria, equipos de cómputo y oficina, terreno, utensilios, mano de obra cada uno con sus respectivos pecios para dar un buen funcionamiento en el centro de acopio.

Tabla 61-5: Inversión fija

Descripción	Valor Total
EDIFICIOS Y OBRA CIVIL	\$ 43.000,00
EDIFICIOS Y OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL	\$ 43.000,00
EQUIPO PARA LA EMPRESA	\$ 3.778,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS (PRODUCCIÓN)	\$ 3.778,00
MUEBLES YEQUIPOS ADMINISTRACIÓN	\$ 3.767,00
Muebles y Enseres	\$ 492,00
Equipo de computo	\$ 1.275,00
Otros Activos	\$ 2:000,00
TOTAL, INVERSIONES FIJAS	\$ 50.545,00

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.7.2. Inversión diferida

Las inversiones diferidas dentro del proyecto se consideran a los servicios o bienes intangibles, que son muy necesarios para el estudio y ejecución del proyecto, estos son sujetos a amortizaciones y tienden a ser recuperados en un tiempo después del inicio de funcionamiento.

Tabla 62-5: Inversión diferida

Descripción	Valor Total
Estudios preliminares	\$ 200,00
Gasto de constitución	\$ 400,00
Permisos de funcionamiento	\$ 250,00
Total	\$ 850,00

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.7.3. Capital de trabajo

El Capital de Trabajo está conformado por el conjunto de recursos considerados los más prioritarios para iniciar la creación del centro de acopio, en la cantidad de bienes o servicios para iniciar el funcionamiento empresarial se muestra una cantidad de \$ 1.065:772,04 como se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 63-5: Capital de trabajo

Descripción	Valor Total
MATERIALES	\$ 1.029.600,00
Costo Materia Prima	\$ 1.029.600,00
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 7.729,00
Mano de Obra Directa	\$ 7.729,00
COSTOS INDIRECTOS	\$ 1.117,64
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 1.117,64
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 26.725,40
Gerente general	\$ 10.820,60
Secretaria	\$ 6.569,65
Contador	\$ 631,58
Bodeguero	\$ 6.956,10
Vendedor	\$ 547,47
GASTOS DE VENTAS	\$ 600,00
Radio	\$ 600,00
Redes sociales	\$ 0,00
Hojas volantes	\$ 5,00
TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO	\$ 1.065:772,04

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.7.4. Resumen de la inversión

Para el desarrollo de creación del centro de acopio las inversiones tendrán un monto de \$ 1.117.167,04 como se aprecia en la siguiente tabla.

Tabla 64-5: Resumen de la inversión

Rubro	Valor
Inversión Fija	\$ 50.545,00
Inversión Diferida	\$ 850,00
Capital de Trabajo	\$ 1.065:772,04
INVERSIÓN TOTAL	\$ 1.117.167,04

Fuente: Investigación de campo, 2022

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.7.5. *Financiamiento*

Dentro del estudio se considera oportuno desarrollar un préstamo a una institución financiera considerando que el capital de aportación propio sería de \$ 446.866,82 representando el 40% de la inversión total, el financiamiento se realizará mediante la entidad bancaria BanEcuador que representa el 60% de la inversión realizado mediante un crédito.

Tabla 65-5: Estructura de financiamiento

Capital Propio	\$ 446.866,82	40%
Capital de Terceros	\$ 670.300,23	60%
TOTAL	\$ 1.117.167,04	100%

Fuente: Investigación de campo, 2022

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Para el préstamo bancario se considera una tabla de amortización de 5 años tomando en cuenta la vida útil del proyecto, dicha tabla considera las cuotas o letras que se deberá pagar a la institución bancaria, por un monto de \$ 670.300,23 dólares, con una tasa de interés del 8,33%, siendo esta la tasa activa más alta de BanEcuador

Tabla 66-5: Tabla de amortizaciones

Préstamo:	\$ 670.300,23
Tasa Interés:	8,33%
Plazo:	5

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Período	Pago Capital	Pago Interés	Cuota	Saldo
0				\$ 670.300,23
1	\$ 113.507,72	\$ 55:836,01	\$ 169.343,73	\$ 556.792,50
2	\$ 122:962,92	\$ 46.380,82	\$ 169.343,73	\$ 433.829,59
3	\$ 133.205,73	\$ 36.138,00	\$ 169.343,73	\$ 300.623,86
4	\$ 144:301,76	\$ 25:041,97	\$ 169.343,73	\$ 156.322,10
5	\$ 156.322,10	\$ 13.021,63	\$ 169.343,73	\$ 0,00

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.7.6. *Costos de producción*

Los costos de producción son parte de la elaboración del acopio de panela dentro del cual se establece que tanto como la Materia Prima y Costos Indirectos de Fabricación tendrán una tasa de crecimiento esta tasa pertenece al Producto Interno Bruto del año 2022 que es de 0,77%, una vez planteado esto se plantea la producción para los años venideros que son.

Tabla 67-5: Costos de producción

Tasa de Inflación: =,77%					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 1.029.600,00	\$ 1.058.278,48	\$ 1.079.444,05	\$ 1.101.032,93	\$ 1.123.053,59
Costo Materia Prima	\$ 1.029.600,00	\$ 1.058.278,48	\$ 1.079.444,05	\$ 1.101.032,93	\$ 1.123.053,59
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 7.729,00	\$ 7.788,51	\$ 7.848,48	\$ 7.908,92	\$ 7.969,82
MOD	\$ 7.729,00	\$ 7.788,51	\$ 7.848,48	\$ 7.908,92	\$ 7.969,82
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 1.117,64	\$ 1.126,25	\$ 1.126,25	\$ 1.126,25	\$ 1.126,25
CIF	\$ 1.117,64	\$ 1.126,25	\$ 1.126,25	\$ 1.126,25	\$ 1.126,25
DEPRECIACIONES	\$ 2:782,80	\$ 2:782,80	\$ 2:782,80	\$ 2:782,80	\$ 2:782,80
DEPRECIACIONES EQUIPOS	\$ 2:782,80	\$ 2:782,80	\$ 2:782,80	\$ 2:782,80	\$ 2:782,80
TOTAL	\$ 1.041.229,44	\$ 1.069.976,04	\$ 1.091.201,58	\$ 1.112.850,89	\$ 1.134.932,45

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.7.7. Gastos administrativos

Para los gastos de administración en el presente proyecto se considera a todos los colaboradores que no son parte directa del proceso de acopio, pero juegan un papel importante en el producto para que este sea de calidad al entregar al cliente.

Tabla 68-5: Gastos administrativos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente general	10820,6	11797,43	12774,26	13751,09	14727,92
Secretaria	6569,65	7162,73	7755,80	8348,88	8941,95
Contador	7579		0,00	0,00	0,00
Bodeguero	6956,1	8263,19	8263,19	8263,19	8263,19
Vendedor	6569,65	6569,65	6569,65	6569,65	6569,65
TOTAL	\$ 38.495,00	\$ 33.793,00	\$ 35:362,90	\$ 36.932,81	\$ 38.502,71

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.7.8. Gastos de venta

Los gastos de ventas se relacionan con la publicidad a ocupar para dar a conocer el producto y a la empresa estas cantidades ascienden a \$ 605,00 el primer año ya para el quinto es de \$ 623,85 como se puede apreciar en la siguiente tabla.

Tabla 69-5: Gastos de ventas

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Radio	\$ 600,00	\$ 604,62	\$ 609,28	\$ 613,97	\$ 618,69
Redes sociales	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Hojas volantes	\$ 5,00	\$ 5,04	\$ 5,08	\$ 5,12	\$ 5,16
TOTAL	\$ 605,00	\$ 609,66	\$ 614,35	\$ 619,08	\$ 623,85

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.7.9. Gastos financieros

El gasto financiero es la cuota anual que se cancelara por el préstamo desarrollado al Ban ecuador como se muestra a continuación:

Tabla 70-5: Gastos financieros

Cantidad	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Intereses del Préstamo	\$ 55:836,01	\$ 46.380,82	\$ 36.138,00	\$ 25:041,97	\$ 13.021,63
TOTAL		\$ 55:836,01	\$ 46.380,82	\$ 36.138,00	\$ 25:041,97	\$ 13.021,63

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.7.10. Ingresos

Los ingresos de consumo por la venta de panela considerando que se tendrá dos presentaciones de panela en unidad y por bulto son de 1,75 el bloque y el bulto a un precio de \$22,50 esto se debe al nivel de consumo y aceptación de las presentaciones. Mencionado esto en el primer año el centro de acopio venderá \$ 2:077.771,84 dólares y al proyectarlo a futuro este incrementará en \$ 2:185:667,90 como plasma la siguiente tabla

Tabla 71-5: Ingresos

Productos/Servicios	Precio Unitario	Proyección Ingresos (Demanda Insatisfecha)				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Panela bloque	1,75	288.700	291.902	295:140	298.414	301.724
		505224,54	514762,64	524480,47	534381,43	544468,94
Panela Bulto	22,50	69.891	70.642	71.400	72:167	72:942
		1572547,31	1589436,61	1606507,02	1623760,48	1641198,96
TOTAL		\$ 2:077.771,84	\$ 2:104:199,24	\$ 2:130.987,49	\$ 2:158.141,91	\$ 2:185:667,90

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.8. Evaluación económica financiera

5.1.8.1. Estado de resultados

Una vez realizado los costos, gastos y las ventas se desarrolla el estado de pérdidas y ganancias, consta de un documento que detalla los ingresos y gastos del centro de acopio para poder cubrir los beneficio en un periodo de tiempo determinado y en el primer año asciende a \$ 621.656,76 y el quinto año es de \$ 658.575,67.

Tabla 72-5: Estado de resultados

RUBROS / AÑOS DE VIDA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	\$ 2:077.771,84	\$ 2:104:199,24	\$ 2:130.987,49	\$ 2:158.141,91	\$ 2:185:667,90
- Costo de Producción	-\$ 1.041.229,44	-\$ 1.069.976,04	-\$ 1.091.201,58	-\$ 1.112:850,89	-\$ 1.134:932,45
= Utilidad Bruta	\$ 1.036.542,40	\$ 1.034:223,21	\$ 1.039.785,91	\$ 1.045:291,02	\$ 1.050.735,45
- Gastos de Administración	-\$ 38.495,00	-\$ 33.793,00	-\$ 35:362,90	-\$ 36.932,81	-\$ 38.502,71
- Gastos de Ventas	-\$ 605,00	-\$ 609,66	-\$ 614,35	-\$ 619,08	-\$ 623,85
- Gastos Financieros	-\$ 55:836,01	-\$ 46.380,82	-\$ 36.138,00	-\$ 25:041,97	-\$ 13.021,63
= Utilidad antes de Impuestos	\$ 941.606,39	\$ 953.439,73	\$ 967.670,65	\$ 982:697,16	\$ 998.587,26
- 15% Participación Trabajadores	-\$ 141.240,96	-\$ 143.015,96	-\$ 145:150,60	-\$ 147.404,57	-\$ 149.788,09
- Impuesto a la Renta	-\$ 235:401,60	-\$ 238.359,93	-\$ 241.917,66	-\$ 245:674,29	-\$ 249.646,81
= Utilidad Neta	\$ 564:963,84	\$ 572:063,84	\$ 580.602,39	\$ 589.618,29	\$ 599.152,35

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.8.2. Balance general

Este balance se construye de acuerdo con el levantamiento de los bienes y obligaciones que tiene la empresa y se muestra a continuación;

En la tabla se plantea de forma detallada los activos, pasivos y patrimonio que posee el centro de acopio.

Tabla 73-5: Balance general

RUBROS / AÑOS DE VIDA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 1.065.772,04	\$ 1.546.399,75	\$ 2:025:027,27	\$ 2:502:377,45	\$ 2:978.098,30	\$ 3.451.809,57
Caja	\$ 1.065.772,04	\$ 1.546.399,75	\$ 2:025:027,27	\$ 2:502:377,45	\$ 2:978.098,30	\$ 3.451.809,57
ACTIVO FIJO	\$ 50.545,00	\$ 49.791,60	\$ 49.038,20	\$ 48.284,80	\$ 47.531,40	\$ 46.778,00
EDIFICIOS Y OBRA CIVIL	\$ 43.000,00	\$ 43.000,00	\$ 43.000,00	\$ 43.000,00	\$ 43.000,00	\$ 43.000,00
EQUIPO PARA LA EMPRESA	\$ 3.778,00	\$ 3.778,00	\$ 3.778,00	\$ 3.778,00	\$ 3.778,00	\$ 3.778,00
MUEBLES Y EQUIPOS						
ADMINISTRACIÓN	\$ 3.767,00	\$ 3.767,00	\$ 3.767,00	\$ 3.767,00	\$ 3.767,00	\$ 3.767,00
- Depreciaciones	\$ 0,00	-\$ 753,40	-\$ 1.506,80	-\$ 2:260,20	-\$ 3.013,60	-\$ 3.767,00
ACTIVO DIFERIDO	\$ 850,00	\$ 680,00	\$ 510,00	\$ 340,00	\$ 170,00	\$ 0,00
Gastos diferidos	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00
- Amortizaciones	\$ 0,00	-\$ 170,00	-\$ 340,00	-\$ 510,00	-\$ 680,00	-\$ 850,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 1.117.167,04	\$ 1.596.871,35	\$ 2:074:575,47	\$ 2:551.002,25	\$ 3.025:799,70	\$ 3.498.587,57
PASIVO	\$ 670.300,23	\$ 556.792,50	\$ 433.829,59	\$ 300.623,86	\$ 156.322,10	\$ 0,00
Corriente	\$ 113.507,72	\$ 122.962,92	\$ 133.205,73	\$ 144:301,76	\$ 156.322,10	\$ 0,00
No Corriente	\$ 556.792,50	\$ 433.829,59	\$ 300.623,86	\$ 156.322,10	\$ 0,00	\$ 0,00
PATRIMONIO	\$ 446.866,82	\$ 1.011.830,65	\$ 1.583.894,49	\$ 2:164:496,88	\$ 2:754:115,18	\$ 3.353.267,53
Capital	\$ 446.866,82	\$ 446.866,82	\$ 446.866,82	\$ 446.866,82	\$ 446.866,82	\$ 446.866,82
Resultados del Ejercicio	\$ 0,00	\$ 564:963,84	\$ 572:063,84	\$ 580.602,39	\$ 589.618,29	\$ 599.152,35
Resultados Acumulados	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 564:963,84	\$ 1.137.027,68	\$ 1.717.630,07	\$ 2:307.248,36
TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 1.117.167,04	\$ 1.568.623,16	\$ 2:017.724,08	\$ 2:465:120,75	\$ 2:910.437,28	\$ 3.353.267,53

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.8.3. Flujo neto del efectivo

El flujo neto de efectivo permite conocer los movimientos de ingresos y gastos, en este caso los 5 años de vida útil son como se plasma en la tabla posterior en el primer año se obtiene un monto de \$ 480.627,71 y el quinto de \$ 477.478,27 dólares.

Tabla 74-5: Flujo neto del efectivo

RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas		\$ 2:077.771,84	\$ 2:104:199,24	\$ 2:130.987,49	\$ 2:158.141,91	\$ 2:185:667,90
- Costo de Producción		-\$ 1.041.229,44	-\$ 1.069.976,04	-\$ 1.091.201,58	-\$ 1.112:850,89	-\$ 1.134:932,45
= Utilidad Bruta		\$ 1.036.542,40	\$ 1.034:223,21	\$ 1.039.785,91	\$ 1.045:291,02	\$ 1.050.735,45
- Gastos de Administración		-\$ 38.495,00	-\$ 33.793,00	-\$ 35:362,90	-\$ 36.932,81	-\$ 38.502,71
- Gastos de Ventas		-\$ 605,00	-\$ 609,66	-\$ 614,35	-\$ 619,08	-\$ 623,85
- Gastos Financieros (Intereses)		-\$ 55:836,01	-\$ 46.380,82	-\$ 36.138,00	-\$ 25:041,97	-\$ 13.021,63
= Utilidad antes de Impuestos		\$ 941.606,39	\$ 953.439,73	\$ 967.670,65	\$ 982:697,16	\$ 998.587,26
- 15% Participación Trabajadores		-\$ 141.240,96	-\$ 143.015,96	-\$ 145:150,60	-\$ 147.404,57	-\$ 149.788,09
- Impuesto a la Renta		-\$ 207.153,41	-\$ 209.756,74	-\$ 212:887,54	-\$ 216.193,37	-\$ 219.689,20
= Utilidad Neta		\$ 593.212,03	\$ 600.667,03	\$ 609.632,51	\$ 619.099,21	\$ 629.109,97
+ Depreciaciones		\$ 753,40	\$ 753,40	\$ 753,40	\$ 753,40	\$ 753,40
+ Amortizaciones		\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00
- Pago Préstamo (Capital)		-\$ 113.507,72	-\$ 122:962,92	-\$ 133.205,73	-\$ 144:301,76	-\$ 156.322,10
+ Valor de Salvamento						\$ 3.767,00
- Inversiones						
Fija		-\$ 50.545,00				
Diferida		-\$ 850,00				
Capital de Trabajo		-\$ 1.065:772,04				
= Flujo Neto de Efectivo		-\$ 1.117.167,04	\$ 480.627,71	\$ 478.627,52	\$ 477.350,18	\$ 475:720,85
						\$ 477.478,27

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

5.1.8.4. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio me permite conocer cuál es la cantidad de paquetes que debo vender para satisfacer mis costos dentro de un periodo de tiempo.

Punto de equilibrio año 1

Tabla 75-5: Punto de equilibrio año 1

RUBROS	AÑO 1	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Costos de Producción		\$ 1.041.229,44
Gastos Administrativos	\$ 38.495,00	
Gastos de Ventas		\$ 605,00
Gastos Financieros	\$ 55.836,01	
TOTALES	\$ 94:331,01	\$ 1.041.834,44
Ventas	\$ 2:077.771,84	
Punto de Equilibrio	\$ 189.198,99	
PE sobre Ventas (%)	9%	

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

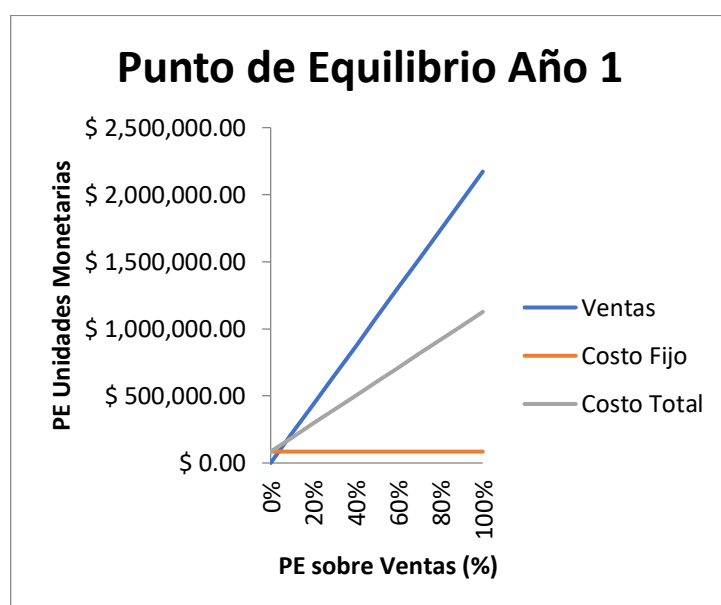


Ilustración 38-5: Punto de equilibrio año 1

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis: Desde el año 1 del proyecto el punto de equilibrio se sitúa en el 9%, es decir que para que la empresa empiece a ganar, deberá vender por lo menos el 8% de su producción.

Punto de equilibrio año 2

Tabla 76-5: Punto de equilibrio año 2

RUBROS	AÑO 2	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Costos de Producción		\$ 1.069.976,04
Gastos Administrativos	\$ 33.793,00	
Gastos de Ventas		\$ 609,66
Gastos Financieros	\$ 46.380,82	
TOTALES	\$ 80.173,81	\$ 1.070.585,70
Ventas	\$ 2:104:199,24	
Punto de Equilibrio	\$ 163.215,43	
PE sobre Ventas (%)	8%	

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

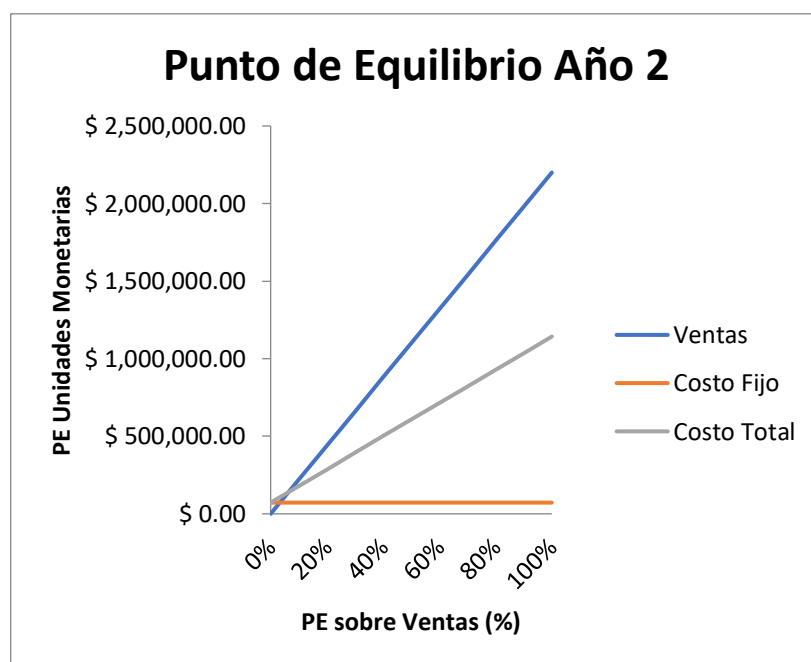


Ilustración 39-5: Punto de equilibrio año 2

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis: Desde el año 2 del proyecto el punto de equilibrio se sitúa en el 8%, es decir que para que la empresa empiece a ganar, deberá vender por lo menos el 9% de su producción.

Punto de equilibrio año 3

Tabla 77-5: Punto de equilibrio año 3

RUBROS	AÑO 3	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Costos de Producción		\$ 1.091.201,58
Gastos Administrativos	\$ 35:362,90	
Gastos de Ventas		\$ 614,35
Gastos Financieros	\$ 36.138,00	
TOTALES	\$ 71.500,91	\$ 1.091.815,93
Ventas	\$ 2:130.987,49	
Punto de Equilibrio	\$ 146.624,05	
PE sobre Ventas (%)	7%	

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

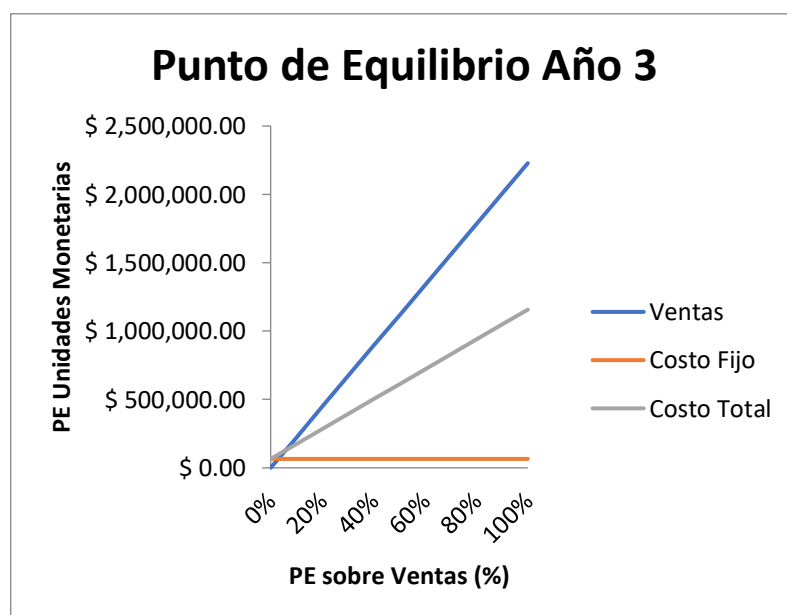


Ilustración 40-5: Punto de equilibrio año 3

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis: Desde el año 3 del proyecto el punto de equilibrio se sitúa en el 7%, es decir que para que la empresa empiece a ganar, deberá vender por lo menos el 8% de su producción.

Punto de equilibrio año 4

Tabla 78-5: Punto de equilibrio año 4

RUBROS	AÑO 4	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Costos de Producción		\$ 1.112:850,89
Gastos Administrativos	\$ 36.932,81	
Gastos de Ventas		\$ 619,08
Gastos Financieros	\$ 25:041,97	
TOTALES	\$ 61.974,78	\$ 1.113.469,98
Ventas	\$ 2:158.141,91	
Punto de Equilibrio	\$ 128.030,97	
PE sobre Ventas (%)	6%	

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

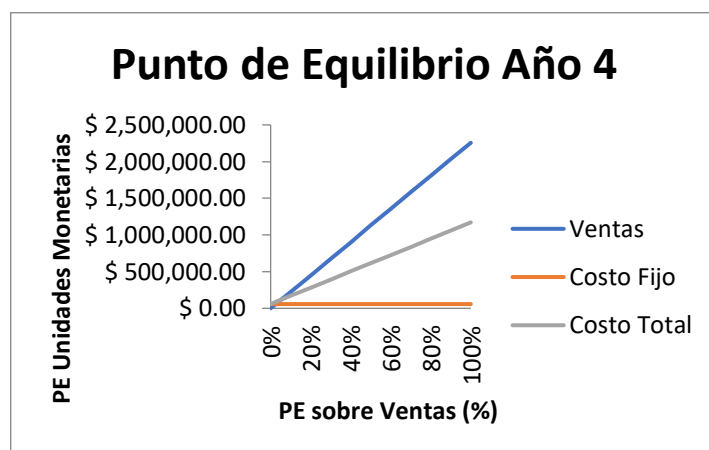


Ilustración 41-5: Punto de equilibrio año 4

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis: Desde el año 4 del proyecto el punto de equilibrio se sitúa en el 6%, es decir que para que la empresa empiece a ganar, deberá vender por lo menos el 7% de su producción.

Punto de equilibrio año 5

Tabla 79-5: Punto de equilibrio año 5

RUBROS	AÑO 5	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Costos de Producción		\$ 1.134:932,45
Gastos Administrativos	\$ 38.502,71	
Gastos de Ventas		\$ 623,85
Gastos Financieros	\$ 13.021,63	
TOTALES	\$ 51.524,34	\$ 1.135:556,30
Ventas	\$ 2:185:667,90	
Punto de Equilibrio	\$ 107.241,08	
PE sobre Ventas (%)	5%	

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

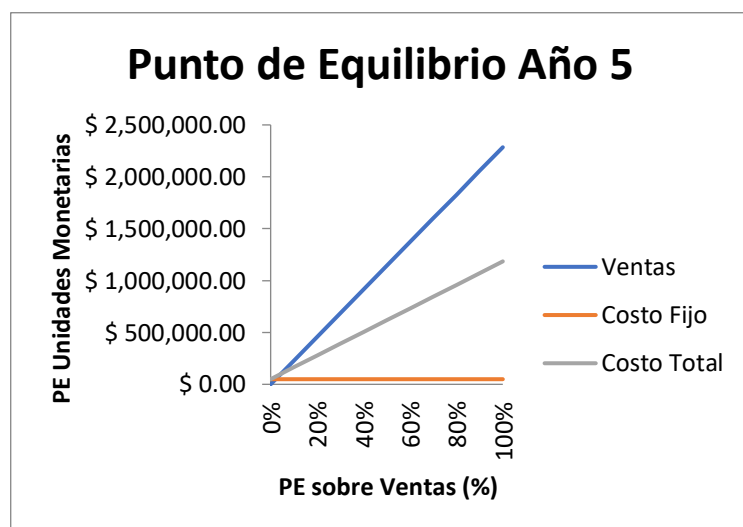


Ilustración 42-5: Punto de equilibrio año 5

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

Análisis: En el año 5 del proyecto el punto de equilibrio se sitúa en el 5%, es decir que para que la empresa empiece a ganar, deberá vender por lo menos el 6% de su producción.

5.1.8.5. Valor actual neto

Tabla 80-5: Determinación de tasa de descuento

	Estructura de financiamiento	% Banco Central	Ponderación
Capital propio de la empresa	40%	7,05%	2,82%
Crédito	60%	8,33%	5,00%
Riesgo de Inversión			15%
Total			22,82%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Martínez, C. 2020

Mediante el análisis de la tabla anterior se puede ver el cálculo estimado para determinar la tasa de descuento siendo de 22,82% considerado el crédito que es de 60% y nuestro capital de 40% y considerando un riesgo de inversión del 15%.

Tabla 81-5: Valor actual neto

TASA DE DESCUENTO: 22,82%

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 1.117.167,04	1,000000	-\$ 1.117.167,04	-\$ 1.117.167,04
1	\$ 480.627,71	0,814213	\$ 391.333,28	-\$ 725.833,77
2	\$ 478.627,52	0,662943	\$ 317.302,59	-\$ 408.531,17
3	\$ 477.350,18	0,539776	\$ 257.662,39	-\$ 150.868,78
4	\$ 475.720,85	0,439493	\$ 209.075,96	\$ 58.207,18
5	\$ 477.478,27	0,357841	\$ 170.861,22	\$ 229.068,40

Fuente: Investigación de campo, 2022

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

VAN= \$ 229.068,40

Luego de realizar el procedimiento para la obtención del valor actual neto podemos observar que es viable, al poseer un valor positivo de \$ 229.068,40 siendo mayor a cero.

5.1.8.6. Tasa interna de retorno

TIR= 32,24%

La tasa interna de retorno es del 32%, mayor a tasa de descuento y se puede concluir que el proyecto es rentable.

5.1.8.7. Periodo de recuperación de la inversión

Tabla 82-5: Periodo de recuperación de la inversión

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. ACUMULADOS
0	-\$ 1.117.167,04	1,000000	-\$ 1.117.167,04	-\$ 1.117.167,04
1	\$ 480.627,71	0,814213	\$ 391.333,28	-\$ 725.833,77
2	\$ 478.627,52	0,662943	\$ 317.302,59	-\$ 408.531,17
3	\$ 477.350,18	0,539776	\$ 257.662,39	-\$ 150.868,78
4	\$ 475.720,85	0,439493	\$ 209.075,96	\$ 58.207,18
5	\$ 477.478,27	0,357841	\$ 170.861,22	\$ 229.068,40

$$PRI = \text{Año Últ. Neg. FNE Act. y Acum.} \left\{ \left| \frac{\text{Último Neg. FNE Act. y Acum.}}{\text{FNE Actualizado del Año Siguiente}} \right| * 12 \right\}$$

$$= 3 \Delta \{ |-150.868,78/209.075,96| * 12 \}$$

$$= 3 \Delta 0,72$$

$$= 3 \text{ años, 9 mes(es)}$$

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

PRI= 3 años, 9 meses

El periodo de recuperación de la inversión es extenso debido a la cantidad de dinero que se ha invertido, la recuperación de la inversión será en 3 años 9 meses sintiendo inferior a la vida útil del proyecto.

5.1.8.8. Relación beneficio costo

Tabla 83-5: Relación beneficio Costo

AÑOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	1,000000	\$ 0,00	-\$ 1.117.167,04	\$ 0,00	-\$ 1.117.167,04
1	0,814213	\$ 480.627,71		\$ 391.333,28	\$ 0,00
2	0,662943	\$ 478.627,52		\$ 317.302,59	\$ 0,00
3	0,539776	\$ 477.350,18		\$ 257.662,39	\$ 0,00
4	0,439493	\$ 475.720,85		\$ 209.075,96	\$ 0,00
5	0,357841	\$ 477.478,27		\$ 170.861,22	\$ 0,00
				\$ 1.346.235,44	

$$R B/C = \frac{\text{SUMA DE INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{SUMA DE EGRESOS ACTUALIZADOS + INVERSION}}$$

$$= \frac{\$ 1.346.235,44}{0,00+1.117.167,04}$$

$$= 1,21$$

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Rodríguez, S. 2022.

R B/C= \$1,21

Dentro de la relación costo-beneficio, podemos analizar que por cada dólar que se invierte en el proyecto, se obtendrá una utilidad de 0,21 centavos, la inversión se considera rentable desde el punto de vista económico financiero y demostrando que el proyecto es factible y se puede aplicar su ejecución sin ocasionar pérdida de dinero.

CONCLUSIONES

Al desarrollar la investigación como guía la sustentación teórica del estudio de mercado permitió identificar que dentro de la parroquia existe 3004 habitantes de los cuales consumen panela 4 veces por semana dando una demanda actual de 468624 unidades a consumir de panela en bloque y panela en bulto 102376 considerando una tasa de crecimiento poblacional del 1.05% y una oferta de 45 cargas a la semana según datos de la encuesta realizada a los productores del recinto Chacapata, parroquia Nanegal para poder comercializar el producto.

El estudio técnico realizado para poder construir el centro de acopio y la comercialización de panela en bulto y bloque nos permitió determinar cuál es el lugar adecuado para el funcionamiento legal lo cual incurre en costos y gastos los cuales son detallados en proformas, se construye un organigrama administrativo que adecue cada área con sus debidos cargos y funciones que contraiga beneficios para la asociación.

A través del estudio económico financiero se puede verificar que la investigación es viable y factible debido a que las proyecciones de los estados financiero en los 5 años de vida útil del proyecto dan como resultado ingresos favorables para mantener en el mercado, considerando una tasa de descuento de 22,82, un VAN positivo de \$ 229.068,40, TIR de 32,24%, un PRI de 3 años 9 meses y beneficio costo de \$ 1,21 y; de esta manera se demuestra de creación del centro de acopio se puede ejecutar en bien de la sociedad.

RECOMENDACIONES

Para el desarrollo de la investigación se recomienda considerar el mercado donde se va a comercializar y la cantidad de oferta que se puede acopiar, además de donde nos vamos a enfocar con los productos para así de esta manera poder fomentar la satisfacción del cliente cumpliendo las expectativas y necesidades requirentes.

Se recomienda que para el desarrollo de la propuesta del centro de acopio y comercialización de panela en bloques y por bultos en el recinto Chacapata, parroquia Nanegal debe adecuarse procesos propicios para cumplir con la normativa y así lograr de esta manera brindar un producto de calidad con estrategias propicias para llegar al consumidor final con los altos estándares de calidad.

Es considerable ejecutar el presente estudio de manera óptima teniendo en cuenta la evaluación económica positiva para poder acopiar y comercializar la panela, verificando que se cumpla con las normas sanitarias, los altos controles de calidad para así servir de gran ayuda al crecimiento económico de los productores de este producto artesanal y a la comunidad en general.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación*. Caracas: Episteme.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw-Hill.
- Baptista, P; Hernández, R.; & Fernández, C. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Pearson.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Pearson.
- Cajigas, E., & Ramírez, M. (2016). *Proyectos de inversión competitivos: formulación y evaluación de proyectos de inversión con visión emprendedora estratégica*. Palmira: Ferisa S.A.
- Chiavenato, I. (2011). *Planificación estratégica fundamentos y aplicaciones*. México: Mc Graw-Hill.
- Córdoba, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/69169?page=55>
- Coss, R. (2022). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. México: Limusa S.A.
- Daniarys, A., Marrero, A., & Domínguez, Y. (2022). *Etapas del análisis de factibilidad*. Cuba: Las Tunas.
- Encinas, V. (2018). *Política empresarial*. Recuperado de: <https://www.blogger.com/profile/14853842532233037590>
- Erossa.V. (2015). *Proyectos de inversión en ingeniería*. España: Limusa.
- Erossa.V. (2022). *Proyectos de inversión en ingeniería*. España: Limusa.
- Eslava.J. (2018). *Análisis económico- financiero de las decisiones de gestión empresarial*. Madrid: Esic.
- Fernández, G. (2010). *Formulación y evaluación de proyectos*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/72668?page=14>
- Finkero, T. (2015). *La Panela en el Mundo*. Recuperado de: <http://abc.finkeros.com/la-panela-en-el-mundo/>
- GAD Parroquial Nanegal. (2022). *Datos geográficos*. Recuperado de: <https://www.gadnanegal.gob.ec/index.php/ct-menu-item-11/ct-menu-item-27>
- Galán, J. (2022). *Manual básico de formulación y elaboración de proyectos*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- Griffin, R. (2022). *Administración*. México: Trillas.
- Guzmán, F. (2022). *El estudio económico- Financiero y la evaluación en el proyecto de la industria química*. Bogotá: Ingeniería Industrial S.A.
- Hernández, R. (2012). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.

- ILPES. (2010). *Guía para la presentación de proyectos*. Recuperado de: <https://books.google.es/books?id=344NPaC94TsC&pg=PA71&dq=estudio+de+mercado+de+un+proyecto&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjTjs7dtbrJAhUELhoKHc6bCj8Q6AEILzAA#v=onepage&q=estudio%20de%20mercado%20de%20un%20proyecto&f=true>
- Jácome, W. (2018). *Bases teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos de inversión*. Ibarra: Universitaria-Ecuador.
- Kendall, K., & Kendall, J. (2022). *Análisis y diseño de sistemas*. México: Pearson Educación.
- Lerma, A. (2012). *Importancia de la planificación para las empresas*. México: Alfaomega.
- López, M., Aceves, J., Peralta, A., & Puerta, C. (2018). *Estudio administrativo.un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversion*. Recuperado de: <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudioadmtivo.pdf>
- Luna, R.; Chavez, D. (2022). *Guía para elaborar estudio de factibilidad ecoturísticos*. Guatemala: Proarca.
- Martínez, C. (2021). *Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio para la comercialización de productos agrícolas en la parroquia el Triunfo del cantón Patate provincia de Tungurahua*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/14859/1/22T0612.pdf>
- Mendez, R., Del Cid, A., & Sandoval, F. (2022). *Investigación fundamentos y metodología*. México: Person educación
- Miranda, J. (2022). *Gestión de proyectos*. Colombia: Armada Digital.
- Moreno, E. (12 de agosto de 2013). *Diseños no experimentales*. Recuperado de: <https://tesis-investigacion-científica.blogspot.com/2013/08/disenos-no-experimentales.html?m=0>
- Munch, L. (2022). *Diseño de estructuras organizacionales*. México: Trillas.
- Paredes, E. (2021). *Proyecto de factibilidad para la creación de una planta procesadora de lácteos, en la comunidad de San Salvador, parroquia Tayuza, cantón Santiago de Méndez, provincia de Morona Santiago, periodo 20212025*: (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/15314/1/22T0682.pdf>
- Pimentel, E. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversion*. Caracas: Autor.
- Procaña T. (2022). *Historia de la caña* . Recuperado de: <https://procana.org/site/historia-de-la-cana/#:~:text=La%20ca%C3%B1a%20de%20az%C3%BAcar%20es,a%20Borneo%2C%20Sumatra%20e%20India>.
- Quezada, W., Molina, F., & Quezada, W. (s.f.). *Agroindustria Panelera*. Recuperado de: <https://knepublishing.com/index.php/KnE->

Engineering/article/view/1409/3422#:~:text=En%20el%20Ecuador%2C%20las%20veintitr%C3%A9s,promedio%20de%2070%20t%2Fha.

- Quinquiguano, G. (2022). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de tomate riñón en la parroquia Izamba cantón Ambato*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/15278/1/12T01461.pdf>
- Raffino, M. (2015). *Método inductivo*. Recuperado de: <https://concepto.de/metodo-inductivo/#ixzz68QGGNwe3>
- Rojas, J. (2022). *Estudio de factibilidad para la creación de establecimientos prestadores de servicio de telefonía*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Sapag, N. (2010). *Proyectos de inversión: formulación de proyectos*. México: Pearson Educación.
- Sapag, N. (2001). *Evaluación de proyectos de inversión en la empresa*. Argentina: Gráfica Pinter S.A.
- Sapag, N. (2010). *Evaluación de proyectos de inversión en la empresa*. Argentina: Gráfica Pinter S.A.
- Sierra, M. (2018). *Metodología de la investigación*. Recuperado de: https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/prepa3/tipos_investigacion.pdf
- SNI PORTAL. (2015). *Plan de Ordenamiento Territorial*. Recuperado de: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1768108820001_DIAGNOSTICO%20GADPNANEGAL%202015-2019_31-10-2015_23-55-00.pdf
- Torres, Z. (2014). *Administración de Proyectos*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/esPOCH/39414?page=14>
- Vaca, E. (2018). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora de panela molida o en polvo de jugo de caña, ubicada en la provincia de pichincha parroquia de nanegal año 2018*. (Tesis de pregrado, Tecnología, Superior, Cordillera). Recuperado de: <https://dspace.cordillera.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/4689/62-IPR-18-18-1722766928.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Varela, M. (2010). *Estudio de factibilidad y proyectos*. Recuperado de: <http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>
- Vera, A. (2015). *Metodología de la investigación*. Sevilla: Athenaica Ediciones Universitarias.
- Villalba, C. (2022). *Metodología de la investigación científica*. Recuperado de: <https://isbn.cloud/9789978430569/metodologia-de-la-investigacion-cientifica/>.

Yara, A. (2022). *Principios Agronómicos en Caña de Azúcar*. Recuperado de:
<https://www.yara.com.ec/nutricion-vegetal/cana-de-azucar/pricipios-agronomicos-en-cana-de-azucar/>



ANEXOS

ANEXO A: FORMATO DE ENCUESTA A LOS HABITANTES



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

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES

Objetivo: Desarrollar un proyecto de factibilidad económico para la creación un centro de acopio de panela para fortalecer el desarrollo y crecimiento económico de los productores del recinto Chacapata, parroquia Nanegal, cantón Quito, provincia Pichincha para el período 2022-2027.

Lea cuidadosamente cada pregunta y seleccione una alternativa que usted considere mejor en cada pregunta a.

Edad:.....

Género de la persona encuestada

Masculino	
Femenino	

Otro _____

12. ¿Cuáles son los endulzantes de mayor consumo en su familia?

Azúcar	
Panela Bloque	
Panela Granulada	
Endulzantes artificiales	

13. Conoce usted que la panela y el azúcar convencional contiene el mismo nivel de endulzante.

Si	
No	
Desconoce	

14. ¿Cuáles son las razones por las que usted compraría panela?

Por sus nutrientes	
Por salud	
Por no tener químicos	
Recomendaciones medicas	
Ninguno	

15. ¿Indique cuál es el lugar de donde le gustaría adquirir la panela?

Mercado	
Supermercados	
Tiendas de barrio	

16. ¿Le gustaría a usted que se cree un centro de acopio en el recinto Chacapata, parroquia Nanegal, cantón Quito dedicado a la producción y comercialización de panela? si su respuesta es no explicar el por qué?

Si	
No	

¿Por qué?

17. ¿Como le gustaría adquirir la panela?

Bloque	
Bulto	

18. ¿Con qué frecuencia compraría panela del centro de acopio considerando que es un endulzante natural?

Diario	
Semanal	
Quincenal	
Mensual	
Ocasionalmente	

19. ¿Qué cantidad de panela usted compraría?

Uno	
Dos	
Tres	
Mas de tres	
Ninguno	

20. ¿Si la panela satisface sus expectativas cuánto estaría dispuesto a pagar por unidad?

\$1, 50	
\$1.75	
\$2,00	
\$Mas de 2,00	

21. ¿Por cuál medio de comunicación le gustaría a usted que le informen del nuevo centro de acopio de panela?

Radio	
Redes Sociales	
Hojas volantes	
Ninguna	

22. ¿En qué se fijaría uste al momento de comprar la panela?

Precio	
Color	
Tamaño	
Ninguno	

Gracias por su colaboración

ANEXO B: FORMATO DE ENCUESTA PRODUCTOR DE CAÑA DE AZÚCAR



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

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE PANELA

Objetivo: Desarrollar un proyecto de factibilidad económico para la creación un centro de acopio de panela para fortalecer el desarrollo y crecimiento económico de los productores del recinto Chacapata, parroquia Nanegal, cantón Quito, provincia Pichincha para el período 2022-2027.

Lea cuidadosamente cada pregunta y seleccione una alternativa que usted considere mejor en cada pregunta a.

Edad:.....

Género de la persona encuestada

Masculino	
Femenino	

Otro _____

11. ¿Cuántas hectáreas de caña tiene en producción de caña?

1 hectárea	
2 hectáreas	
3 hectáreas	
4 hectáreas	
5 hectáreas	
Mas de 5 hectáreas	

12. ¿Usted con la caña de azúcar que derivados no más procesa?

Panela en bloque	
Panela granulada	
Panela en polvo	
Alcohol etílico	
Otros	

13. ¿A quién vende la panela?

Consumidor final	
intermediario	
En el mercado	

14. ¿Quién establece los precios cuando usted comercializa su producto?

Usted	
El comprador	
La competencia	

15. ¿Cuál es la presentación de panela que más vende en el recinto Chacapata o en la parroquia Nanegal?

Bloque	
Bulto	

16. ¿Cuál es el precio promedio en la que usted vende la panela en bloque?

\$ 0.75 centavos	
\$ 1.00 dólar	
\$ 1.50	
Mas de \$2,00 dólares	

17. ¿Cuál es el precio promedio de venta de la panela en bulto?

20,00 dólares	
22,50 dólares	
25,00 dólares	
Mas de 25,00 dólares	

18. ¿Conoce usted lo que es un centro de acopio y sus beneficios?

Si	
No	
Desconoce	

19. ¿Le gustaría a usted que se cree un centro de acopio en el recinto Chacapata, parroquia Nanegal, cantón Quito?

Si	
No	

20. ¿Estaría usted de acuerdo en formar parte del centro de acopio que le que facilite vender la panela a un precio justo?

Si	
No	

Gracias por su colaboración

ANEXO C: EVIDENCIA DE LA ENCUESTA





epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL**

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 28 / 11 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: SHIRLEY NAYELLY RODRÍGUEZ VELOZ
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: LICENCIADA EN FINANZAS
f. Analista de Biblioteca responsable: ING. JOSÉ LIZANDRO GRANIZO ARCOS MGRT.



2235-DBRA-UTP-2022