



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA
Y COMERCIO EXTERIOR

CARRERA: INGENIERÍA FINANCIERA

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: Proyecto de Investigación

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA EN FINANZAS

TEMA:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA INDUSTRIA ALIMENTICIA RED
ARYTASDIPROMAR ARYTASDIPROMAR S.A. DE LA CIUDAD DE
RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.”

AUTORA:

JESSICA MARISOL YUMI PAUCAR

RIOBAMBA-ECUADOR

2018

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por la Srta. Jessica Marisol Yumi Paucar, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

.....

Econ. Antonio Durán Pinos
DIRECTOR

.....

Econ. Jenny Isabel Chávez Rojas
MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Jessica Marisol Yumi Paucar, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría, los cuales constan de resultados que son auténticos y originales, como también el texto que contiene todo el trabajo están sustentados con su bebida citas de otra fuente de investigación. Por ellos asumo la responsabilidad de manera legal y académica el contenido del trabajo.

Riobamba, 15 agosto del 2018

Jessica Marisol Yumi Paucar

C.I: 060505577-1

DEDICATORIA

Primeramente, mi trabajo de investigación lo dedico a Dios, por indicarme el camino del éxito y darme la sabiduría para seguir adelante y no desfallecer con las adversidades que se presentan en el trascurso académico y cumplir con la meta establecida.

A mi abuelito (+) Salvador Paucar Milán y mi abuelita Juliana Castro, que fueron el motor principal, ya que ellos siempre me apoyaron en los estudios y sobre todo a ir afrontando los retos que se presentaron a lo largo de la vida y me apoyaron moralmente para ver cumplida una meta más.

A mi tía y primos que, con sus buenos consejos, valores y principios, fueron los que me impulsaron a seguir adelante y cumplir con la meta establecida al inicio de la universidad, ya que siempre me brindaron su apoyo moral incondicional en los buenos y malos momentos.

A mis amigas y amigos, que, con su apoyo y comprensión en momentos de adversidad, estuvieron ahí para darme la fuerza para seguir adelante, y poder cumplir el objetivo planteado.

Jessica Marisol Yumi Paucar

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios ya que el con su infinito amor me brindo la sabiduría para nunca darme por vencida y alcanzar este sueño en mi vida como profesional.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo quien me abrió las puertas, para tener la oportunidad de irme formados en la carrera Ingeniería Financiera. De igual menare agradezco a mi Director por irme guiando en el desarrollo de trabajo de investigación con sus arduos conocimientos, y también al Miembro de Tribunal por brindarme el asesoramiento para el desarrollo del proyecto de investigación.

Y a todos los profesores, amigos y demás que formaron parte de mi vida Universitaria, ayudando a ir fortaleciendo mi crecimiento personal y profesional.

Jessica Marisol Yumi Paucar

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
Portada	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de tablas	x
Índice de gráficos.....	xii
Índice de ilustraciones	xiii
Resumen.....	xiv
Summary.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1 Formulación del Problema	3
1.1.2 Delimitación del Problema.....	3
1.2 JUSTIFICACIÓN.....	3
1.3 OBJETIVOS.....	7
4.1.1 Objetivo General	7
4.1.2 Objetivos Específicos	7
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL	8
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	8
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	9
2.2.1 Definición de Proyecto.....	9
2.2.2 Importancia de un Proyecto.....	10

2.2.3 Definición de Estudio de Factibilidad.....	11
2.2.4 Tipos de Factibilidad.....	11
2.2.5 Clasificación de los Estudios de Factibilidad.....	12
2.2.6 Estudio de Técnico.....	20
2.3 HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER.....	35
2.3.1 Idea General a Defender.....	35
2.4 VARIABLES.....	35
2.4.1 Independiente.....	35
2.4.2 Dependiente.....	35
CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO.....	36
3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
3.1.1 Investigación Cualicuantitativa.....	36
3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	36
3.2.1 Investigación Documental.....	36
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	37
3.3.1 Población.....	37
3.3.2 Muestra.....	38
3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	40
3.4.1 Técnicas.....	41
3.5 RESULTADOS.....	41
3.5.1 Resultados de los Clientes.....	41
3.5.2 Resultado de los Proveedores.....	50
3.6 VERIFICACIÓN DE IDEA A DEFENDER.....	60
CAPÍTULO IV MARCO PROPOSITIVO.....	61
4.2 TÍTULO.....	61
4.3 CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	61
4.3.1 Situación Actual de la Empresa.....	61

4.3.2	Justificación.....	62
4.3.3	Beneficiarios.....	63
4.3.4	Objetivos y Metas.....	63
4.3.5	Metas	64
4.4	ESTUDIO DE MERCADO.....	64
4.4.1	Objetivo	64
4.4.2	Definición y características de los productos	64
4.4.3	Determinación de la Demanda Actual.....	65
4.4.4	Determinación de la Oferta Actual.....	68
4.4.5	Determinación de las Demanda Insatisfecha.....	69
4.4.6	Determinación de Precios.....	74
4.4.7	Cadena de Comercialización.....	78
4.5	ESTUDIO TÉCNICO.....	79
4.5.1	Localización del proyecto	79
4.5.2	Ingeniería del proyecto	82
4.5.3	Tecnología.....	88
4.5.4	Obra Civil.....	89
4.5.5	Requerimientos.....	90
4.6	Estudio Organizacional	95
4.6.1	Aspecto Legal de la Industria.....	95
4.6.2	Permisos generales para establecimiento de sociedades	96
4.6.3	Organización de la Industria.....	98
4.6.4	Organigrama estructural Propuesto.....	99
4.6.5	Descripción del organigrama funcional	99
4.7	ESTUDIO DE IMPACTOS	102
4.7.1	Impacto Social.....	102
4.7.2	Impacto Ambiental.....	103

4.8	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	104
4.8.1	Crédito.....	104
4.8.2	Costos e Ingresos.....	106
4.8.3	Costos de Producción.....	106
4.8.4	Costos fijos.....	115
4.8.5	Costos Variables.....	115
	CONCLUSIONES.....	123
	RECOMENDACIONES.....	125
	BIBLIOGRAFÍA.....	126
	ANEXOS.....	130

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Productos a Comercializar	13
Tabla 2: Competencia	18
Tabla 3: Proveedores	19
Tabla 4: Proceso.....	25
Tabla 5: Inversiones Fija, Diferida y Capital de Trabajo.....	29
Tabla 6: Análisis de la pregunta 1	42
Tabla 7: Análisis de la pregunta 2	43
Tabla 8: Análisis de la pregunta 3	44
Tabla 9: Análisis de la pregunta 4	45
Tabla 10: Análisis de la pregunta 6	49
Tabla 11: Análisis de la pregunta 7	50
Tabla 12: Análisis Pregunta 1 Proveedor	51
Tabla 13: Análisis Pregunta 2 Proveedor	52
Tabla 14 : Análisis Pregunta 3 Proveedor	53
Tabla 15 Análisis Pregunta 4 Proveedor.....	55
Tabla 16. Análisis Pregunta 5 Proveedor.....	59
Tabla 17: Características de los productos de la empresa	65
Tabla 18 Determinación de la Demanda (Encuestas).....	65
Tabla 19: Determinación de la Demanda Actual.....	66
Tabla 20: Determinación de la Demanda Mensual.....	67
Tabla 21: Determinación de la Demanda Anual.....	68
Tabla 22: Determinación de la Oferta.....	68
Tabla 23: Determinación de la Oferta Anual.....	69
Tabla 24: Determinación de la Demanda Insatisfecha	69
Tabla 25: Escenario a Cubrir	69
Tabla 26 Demanda a Cubrir.....	70
Tabla 27: Demanda a Cubrir Año 1	70
Tabla 28: Demanda a Cubrir Año 2.....	71
Tabla 29: Demanda a Cubrir Año 3	72
Tabla 30: Demanda a Cubrir Año 4.....	73
Tabla 31: Demanda a Cubrir Año 5	74

Tabla 32 Análisis de Precios Mensual	75
Tabla 33 Análisis de Precios proyectados Año 1 y 2	76
Tabla 34 Análisis de Precios proyectados Año 3 y 4	77
Tabla 35 Análisis de Precios proyectados Año 5	78
Tabla 36 : Materia Prima	90
Tabla 37: Materia prima indirecta	90
Tabla 38: Rol de Pagos	91
Tabla 39 : Rol de Provisiones	91
Tabla 41: Costos Indirectos de Fabricación.....	92
Tabla 42: Muebles y Equipo de Oficina	93
Tabla 43: Maquinaria y equipos de operación de la industria	93
Tabla 45: Equipo de Computación	94
Tabla 46: Softwares	94
Tabla 47: Equipo de Seguridad.....	94
Tabla 49: Cuadro de Inversión Inicial	95
Tabla 50: Evaluación de Impactos.....	102
Tabla 51: Impacto Social	103
Tabla 52: Impacto Ambiental	104
Tabla 54: Tabla de Amortización	105
Tabla 55: Costos e Ingresos	106
Tabla 56: Costos de producción.....	106
Tabla 57: Costos Variables	115
Tabla 58: Estados de resultados proyectado.....	116
Tabla 59: Flujo de caja proyectado.....	117
Tabla 60: Período de recuperación de la inversión.....	118
Tabla 61: Punto de Equilibrio.....	119
Tabla 62: Valor Actual Neto.....	120
Tabla 63: Tasa Interna de retorno	121
Tabla 64: Relación Beneficio Costo	122

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Comercialización de Especies Menores	4
Gráfico 2: Precios de Comercialización	6
Gráfico 3: Análisis de la pregunta 1	42
Gráfico 4: Análisis de la pregunta 2	43
Gráfico 5: Análisis de la pregunta 3	44
Gráfico 6: Análisis de la pregunta 4	46
Gráfico 7: Análisis de la pregunta 5	47
Gráfico 8: Análisis de la pregunta 5	48
Gráfico 9: Análisis de la pregunta 6	49
Gráfico 10: Análisis de la pregunta 7	50
Gráfico 11: Análisis Pregunta 1 Proveedor	51
Gráfico 12: Análisis Pregunta 2 Proveedor	52
Gráfico 13: Análisis Pregunta 3 Proveedor	54
Gráfico 14: Análisis Pregunta 4 Proveedor	56
Gráfico 15: Análisis Pregunta 4 Proveedor	56
Gráfico 16: Análisis Pregunta 4 Proveedor	57
Gráfico 17: Análisis Pregunta 4 Proveedor	58
Gráfico 18: Análisis Pregunta 4 Proveedor	58
Gráfico 19: Análisis Pregunta 5 Proveedor	59
Gráfico 20: Comercialización de Productos	78

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Relación de la Comercialización	23
Ilustración 2: Mapa de la Provincia de Chimborazo.....	80
Ilustración 3:Micro localización del proyecto	80
Ilustración 4:Proceso de Producción de Cárnicos Propuesto.....	82
Ilustración 5: Proceso de Producción de Cereales Propuesto	83
Ilustración 6:Proceso de Producción de Legumbres Propuesto	84
Ilustración 7:Proceso de Producción de Verduras 1Propuesto	85
Ilustración 8:Proceso de Producción de Verduras 2 Propuesto	86
Ilustración 9:Proceso de Producción de Frutas 1 Propuesto.....	87
Ilustración 10:Proceso de Producción de Frutas 2 Propuesto.....	88
Ilustración 11 Distribución de la planta.....	89
Ilustración 12:Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento de establecimiento de alimentos	97
Ilustración 13:Organigrama Estructural de la Industria Arytasdipromar S.A,	99

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como propósito realizar el “Proyecto de factibilidad para la Industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A. de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo” para comercializar cereales, frutas tropicales y subtropicales, verduras, legumbres, carnes de cuy y conejo. La metodología que se llevó a cabo en el presente trabajo de investigación fue la técnica de observación directa y encuestas dirigidos a los posibles clientes y proveedores donde se conoció el grado de aceptación de la apertura de la empresa, aceptación de productos, determinación de precios tentativos y la predisposición de los proveedores en dar el servicio directo a la misma. Se realizó un estudio de mercado, técnico, administrativo-legal, ambiental y financiero en la cual se determinó la demanda a cubrir el 5% del escenario pesimista que es de 295.784 de productos que se ofrecerán en el año 1, así como la localización, tamaño y distribución de la planta. Con el estudio financiero se determinó un ingreso de \$480.646,84 para el año 1 y una utilidad de \$96.401,88. Se obtuvo el VAN del proyecto de \$325492,63, valor positivo y mayor que cero, además, un TIR del 42.94%, siendo así factible el proyecto. Se recomienda la ejecución del mismo ya que los estudios realizados y según los resultados de los valores financieros demuestran que se obtendrán ganancias, la misma que contribuirá con el desarrollo local a través de la generación de nuevos empleos y la dinamización económica.

Palabras Claves: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>
<PROYECTO DE FACTIBILIDAD> <ESTUDIO DE MERCADO> <ESTUDIO TÉCNICO>
<ESTUDIO LEGAL-ADMINISTRATIVO> <EVALUACIÓN FINANCIERA> <COMERCIALIZACIÓN> <RIOBAMBA (CANTÓN)>

Econ. Antonio Durán Pinos
DIRECTOR TRABAJO DE TITULACIÓN

SUMMARY

This research work aims to carry out the "Feasibility Project for Industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A. from Riobamba city, Chimborazo province," to market cereals, tropical and subtropical fruits, vegetables, guinea pig and rabbit meats. The methodology that was carried out in the present research work was direct observation technique and surveys directed to potential customers and suppliers where the acceptance degree of the company opening, acceptance of products, pricing tentative and the suppliers predisposition to provide it direct service. A technical, administrative-legal, environmental and financial market study was developed in which the demand to cover was determined as 5 % of the pessimistic scenario that is 295.784 of products that will be offered in the first year, as well as the location, size and the plant distribution. With the financial analysis, it was determined an income of \$480,646.84 and a utility of \$96,401.88 in the first year. The NPV of the project was \$325,492.63, positive value greater than zero, and in addition an IRR of 42.94%, making the project possible. Its implementation is recommended since the studies applied and according to the financial values that profits will be obtained. They will contribute to local development through creation of new jobs and economic revitalization.

Key words: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES> <FEASIBILITY PROJECT> <MARKET STUDY> <TECHNICAL STUDY> <LEGAL-ADMINISTRATIVE STUDY> < FINANCIAL EVALUATION> > <MARKETING> <RIOBAMBA (CANTON)>

INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación, se trata de desarrollo de un Proyecto de Factibilidad para la Industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A. de la Ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, para iniciar el estudio se realizó un diagnóstico situacional, mediante un estudio de mercado, técnico, administrativo y técnico.

En el capítulo I, contiene el problema, empieza con el planteamiento del problema, la formulación y la delimitación del problema, la justificación para detallar la importancia del proyecto y se formularon el objetivo general y los específicos.

En el capítulo II se determina el marco teórico, inicia con los antecedentes y la fundamentación teórica, acompañado de investigaciones bibliográficas con temas relacionados al proyecto, definición y calificación de factibilidad, estudio de mercados, estudios técnicos, administrativos, económicos y financieros.

En el capítulo III se define la metodología de la investigación, mediante la aplicación de técnicas e instrumentos para recolectar información y conocer la situación actual de la entidad, en donde, se desarrolló la modalidad de la investigación, tipos de investigación, población muestra, y la interpretación y análisis de los datos, en lo cual se realizó las tablas, gráficos estadísticamente en Excel.

En el capítulo IV se define el marco propositivo, el cual está compuesto por el desarrollo del proyecto de factibilidad para la Industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A. de la Ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, con estudios administrativo, técnico, marketing y financiero.

Finalmente se detallan las conclusiones y recomendaciones, la bibliografía y los anexos.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Ecuador, ubicado estratégicamente en la mitad del mundo, posee variedad de pisos climáticos que determinan una gran biodiversidad y consecuente abundancia de recursos naturales, característica que imprime al país una gran ventaja competitiva. “En función de ello, Ecuador ha implementado un esquema de intercambio comercial basado en una oferta de exportación centrada en materias primas como petróleo, banano, café y cacao; y en una demanda de importación dirigida a manufacturas y tecnología” (Solís, 2011).

En la actualidad el gobierno está interesado en incentivar la creación de nuevas empresas de manufactura, mismos que se han dedicado a la producción, comercialización, e industrialización de productos; inclinándose con mayor afluencia en la producción de materia prima. La región sierra se caracteriza por contar con suelos fértiles ya sea para el cultivo de diversos productos, así como también para la crianza de especies menores y mayores que le caracterizan a esta zona. En años pasados este sector ha sido muy descuidado por parte del gobierno dejando a los pequeños productores marginados del mercado. La persistencia de los mismos y con apoyo de las organizaciones oportunas ha generado cierto crecimiento en este sector.

La Industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A. se creó en abril del 2016 en la ciudad de Riobamba parroquia Lizarzaburu, el propósito de la industria es la comercialización de cereales, frutas tropicales y subtropicales, verduras, legumbres, carne y derivados de especies menores y mayores en la ciudad de Riobamba. El problema de la industria es que a pesar de encontrarse legalmente constituida y activa por la superintendencia de compañías no está operando en el mercado, el resultado de no estar inmerso en la competencia de las industrias comercializadoras ha generado gastos administrativos y operativos en su totalidad causados por: pago de honorarios a los responsables de declaraciones tributarias, y pago de multas tanto al Servicio de Rentas Internas por falta de las declaraciones a tiempo y a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros por no publicar los estados financieros del año en el portal. La Industria al no estar operando en el mercado no cuenta con ingreso algún que permita cubrir las

necesidades administrativas y operativas que evite que los socios sigan inyectando más capital sin obtener beneficios.

1.1.1 Formulación del Problema

¿El Proyecto de Factibilidad permitió a la Industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A. de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, a dar inicio a sus actividades?

1.1.2 Delimitación del Problema

1.1.2.1 Delimitación Espacial

El presente trabajo investigativo se realizó en la Industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A. provincia de Chimborazo, ciudad de Riobamba, ubicada por el sector la Media Luna barrio Luz de América; calle Cofanes

1.1.1.1 Delimitación Temporal

La investigación se llevó a cabo en el período del 2018, y la vida útil del proyecto está estipulado para los cinco años; es decir, hasta el 2023.

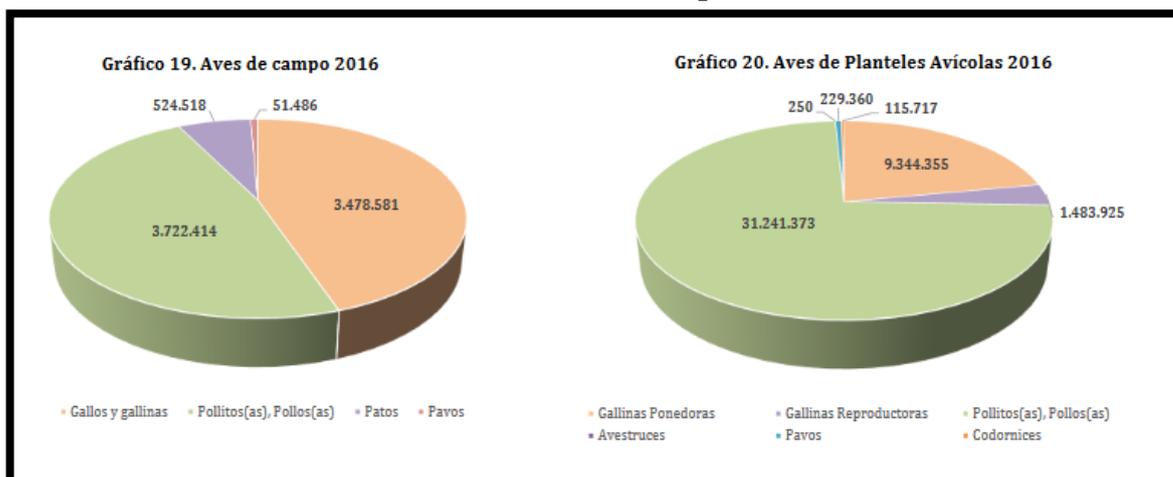
1.2 JUSTIFICACIÓN

La investigación del presente proyecto es una herramienta que facilita la toma de decisiones y por ende a mitigar signos de desempleo los cuales se basan en el crecimiento y la restauración del empleo en beneficio de la comunidad Riobambeña, Chimboracense y Ecuatoriana, como gran prioridad de la política económica; disminuyendo las desigualdades; e impulsando la creación de un espacio adecuada para promover el desarrollo de la agricultura, comercialización e industrialización la implementación de procesos tecnológicos; la sustentabilidad ambiental, aportando así al desarrollo de la ciudad como del país y enfocándose en el buen vivir. El presente “Proyecto de Factibilidad para la Industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo”, el mismo que permita brindar servicios

integrales de comercialización e industrialización de cereales, verduras, legumbres y frutas tropicales y subtropicales, comercialización de carnes de especies menores y mayores. La empresa es original y de gran importancia para el desarrollo de la población aledaña, beneficiando tanto en lo laboral como económicamente, mejorando los ingresos de los accionistas, de terceros e incluso al estado a través de los impuestos.

En el año 2015 el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Los principales ejes comerciales de la ciudad de Riobamba y las actividades de comercio se apuestan a lo largo de las vías de la urbe. El comercio se ubica en la zona del centro histórico de la ciudad, así como también las ferias agropecuarias, artesanales y los distintos mercados, generando zonas de congestiónamiento y producción de basura constituyéndose en focos de contaminación. En la parte sur de la ciudad se tiene equipamiento urbano como el Camal Municipal y la Empresa Pública Municipal Mercado de Productores Agrícolas, (Mercado de Productores) los mismos que han generado un nuevo polo de desarrollo en la ciudad de Riobamba que concentra a los sectores y ciudadelas Pucará, Fausto Molina, Parque Industrial, los Laureles, etc. Mientras tanto en la zona norte de la ciudad no existe equipamiento alguno para los procesos de comercialización, provocando que la población que vive en esta zona, se traslade a la parte central de la ciudad y en consecuencia se produzca mayor gasto para la adquisición de los productos agropecuarios en relación a las otras zonas de la ciudad que si cuentan con ferias, mercados o espacios para la comercialización. (Cadena, 2015)

Gráfico 1: Comercialización de Especies Menores



Fuente: (INEC, 2016), Murgueitio (2016)

Murgueitio (2016) menciona que:

Del total de aves de campo existente en el año 2016, el 47,86% corresponde a la producción de pollitos y pollos, el 44,73% de gallos y gallinas, el 6,74% de patos y el 0,66% de pavos. En cuanto a la existencia de aves en planteles avícolas la crianza de pollitos y pollos tuvo una mayor participación con el 73,66%, seguida de la producción de gallinas ponedoras con el 22,03%, gallinas reproductoras con el 3,50% y en menor participación la crianza de avestruces, pavos y codornices que suman el 0,88%. En el año 2016, de la producción total de huevos de gallina, el 90,81% provienen de planteles avícolas y el 9,19% de campo. En la región Sierra se concentra la mayor producción de huevos con 50,24 millones, lo que representa el 84,92% del total nacional, seguido de la Costa con el 13,93% y el Oriente con el 1,14% (p. 19).

Como se evidencia, la sierra es la región que más aporta en la producción de huevos y por ende cuenta con mayor número de aves, por tal razón la provincia de Chimborazo cuenta con el aporte a la región. No existen datos exactos de la comercialización de otras especies menores y es ahí que el presente proyecto desea insertar en el mercado con la mayor comercialización de carnes de otras especies menores como son el cuy, el conejo, mismos que ayudarán tanto a la ciudad como a la provincia ser los pioneros en la comercialización, la competencia que existe con estos productos se lo atribuye al SEÑOR CUY.

Según Loza (2014) dicen que

La investigación realizada, El cuy en pie de cría es el producto estrella de la empresa, comercializándose al mes 434 animales, pagando a sus proveedores un promedio de \$5,85 y comercializando a \$7,26 dólares, siendo necesario el incremento en la comercialización, situación que se halla limitada por el bajo volumen de producción y baja calidad genética (p. 76).

Por ello es necesario incrementar más el mercado y a la vez diversificar más el producto ya sea los mismos con un valor agregado o realizando derivados de estos.

Gráfico 2: Precios de Comercialización

Chimborazo			
Mercado Mayorista ("EP-EMMPA" - Riobamba)			
Producto	Diciembre	Enero	$\Delta_t/t-1$
Brócoli (Unidad aprox. 2 lb)	0.45	0.34	● -23%
Cebolla Blanca en Rama (Atado aprox. 5 lb)	1.03	1.11	7%
Cebolla Colorada Nacional Húmeda (Malla aprox. 90 lb)	9.78	16.75	● 71%+++
Col (Saco aprox. 130 lb)	4.01	4.76	● 19%++
Fréjol Tierno en Vaina Canario (Saco aprox. 55 lb)	16.89	28.47	● 69%+++
Frutilla (Caja aprox. 15 lb)	11.03	11.65	6%
Haba Tierna en Vaina (Saco aprox. 70 lb)	11.42	11.94	5%
Lechuga (Saco aprox. 100 lb)	5.17	4.18	-19%
Maíz Suave Choclo (Saco aprox. 80 lb)	20.92	27.39	● 31%+++
Mel loco Blanco (Saco aprox. 100 lb)	28.92	26.08	-10%
Mel loco Caramelo (Saco aprox. 100 lb)	24.39	24.42	0%
Mora de Castilla (Caja aprox. 8 lb)	4.58	5.97	● 30%+++
Papa Fripapa (qq)	16.50	18.39	● 11%+
Papa Gabriela (qq)	14.42	16.56	● 15%+
Papa Leona Blanca o Cecilia (qq)	18.00	18.81	4%
Papa Semi Uvilla (qq)	10.75	11.83	● 10%+
Papa Súper Chola (qq)	17.08	18.86	● 10%+
Pimiento (Saco aprox. 70 lb)	8.31	11.28	● 36%+++
Remolacha (Saco aprox. 80 lb)	4.56	11.61	● 155%+++
Tomate de Árbol (Saco aprox. 75 lb)	29.69	24.67	● -17%
Tomate Riñón de Invernadero (Caja aprox. 40 lb)	7.97	8.56	7%
Zanahoria Amarilla (Saco aprox 70 lb)	5.42	5.20	-4%

Fuente: (MAGAP - CGSIN, 2017, pág. 16)

La tabla proporciona los precios de las legumbres y cereales que se comercializan en la ciudad de Riobamba, en relación al brócoli ha sufrido una rebaja de 11 centavos en comparación del año 2016 al 2017, mientras que la col y el frejol cuentan con un buen incremento, su precio puede ser afectado probablemente debido a la baja competencia en el mercado para la temporada no existen muchos productores en el mercado ofreciendo dichos productos. En relación a los cereales, es decir el maíz suave también cuenta con un buen precio para el 2017 con un incremento de \$6,46 al comprar con el año 2016 según la fuente del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

Para desarrollar el proyecto con estas características existen condiciones que facilitan y a su vez impiden; en el sitio donde se pretende dar apertura a la industria no existen otras que se dediquen a estas actividades sin embargo la competencia directa son las microempresas de compra-venta de cereales y legumbres a ello la industria busca dar un valor agregado en condiciones de calidad y distribución directa por tal motivo el sector de la media luna se convertirá en un lugar con una mayor afluencia comercial e incluso con la presente propuesta se abrirá nuevos mercados nivel local, nacional e internacional.

1.3 OBJETIVOS

4.1.1 Objetivo General

Realizar un Proyecto de Factibilidad para la Industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A. de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

4.1.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual de la industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A.
- Analizar la oferta y la Demanda en el mercado para la industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A.
- Realizar un estudio de factibilidad cumpliendo con los estudios de mercado, técnico, legal, ambiental, económico-financiero para de la industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

La Industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A dado que está legalmente constituida, pero que nunca ejecuto sus actividades, no se encuentran trabajos de investigación sobre proyectos de factibilidad ni de cualquier otro tema realizados a esta empresa, pero si existen temas referentes a proyectos de factibilidad aplicados a otras empresas u organizaciones en la biblioteca y repositorio digital de Facultad de Administración de Empresas de la ESPOCH y de otras universidades del Ecuador que aportarán al desarrollo de la misma.

Tema: “Proyecto de factibilidad para el procesamiento y comercialización de carne de cuy en el norte de la ciudad de Quito”.

Autor: David Alexander Torres Proaño

Universidad: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Según el tema de investigación escrito por el autor ya mencionado concluye que existe desconocimiento entre la población sobre las carnes de especies mayores y menores en la ciudad de Quito y que realizando comparaciones nutricionales a partir de carnes de varias especies en este caso la carne de cuy pose proteínas y minerales de entre 0.80% al 20.50%, que en su mayoría desconocían las propiedades de este producto. El propósito de este trabajo de investigación era comercializar carne de cuy, pero para ello se determinó la necesidad de integrar a la cadena productiva a pequeños productores ubicados en lugares aledaños a la ciudad y que para satisfacer a la demanda se debió vender un total de 52.640 cuyes por año tomando en cuenta el déficit trimestral del producto que era del 20% y en donde la capacidad productiva cubriría 26.400 animales según demanda insatisfecha. De igual manera los índices financieros aplicados en este trabajo de investigación confirmaron la viabilidad del proyecto con un margen bruto de rentabilidad del 32%. (Torres, 2015)

Tema: “Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio dedicado a la comercialización de productos agrícolas, en la parroquia Huachi Grande, cantón Ambato, provincia de Tungurahua”.

Autor: Andrea Carolina Pico López

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Según el tema de investigación escrito por el autor ya mencionado concluye que el estudio de factibilidad permitió determinar que la Parroquia Huachi Grande era un lugar adecuado para la creación de un centro de acopio de productos agrícolas, con una demanda anual de 689.280 bultos y una oferta anual de 117.708 bultos, de igual manera se requeriría de una inversión de USD 303.833,17. La viabilidad del proyecto se consideró en base al VAN de USD 1.927.630 y el TIR de 43,87%, con un periodo de recuperación de 1 año, 1 mes y 1 día. (Pico, 2017).

Tema: “Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de café de cereales en la ciudad de Loja”.

Autor: Jenny Maribel Requena Armijos

Universidad: Universidad Nacional de Loja-

Según el tema de investigación escrito por el autor ya mencionado concluye que según el estudio de mercado existía una gran demanda insatisfecha de café de cereales en la ciudad de Loja y a partir de ello tuvieron como propósito cubrir esta demanda a partir de ofertar productos de café a base de soya de trigo elaborado por un personal capacitado. El proyecto se consideró viable y oportuno porque los estudios financieros mostraron un VAN de USD 49.199,80 y un TIR de 59, 67%. (Requena, 2013).

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Definición de Proyecto

Para Pérez y Merino (2012) “El término proyecto proviene del latín *proiectus* y cuenta con diversas significaciones. Podría definirse a un proyecto como el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo.”

Según Miño (2011) menciona que: “Es un documento escrito terminado, depurado, revisado y aprobado. Que se tomara como punto de referencia oficial, o como guía para su desarrollo y ejecución. Es el plan de la investigación formalmente elaborado, resultante de la labor del diseño.” (p. 71).

De acuerdo a las definiciones de los autores, un proyecto se puede definir como hallar una solución a un problema identificado mediante la búsqueda de información que faciliten la ejecución de un proyecto los cuales permitan llevar a cabo la utilización correcta y optima de los recursos satisfaciendo las necesidades de los consumidores finales y alcanzando los resultados que se plantearon.

2.2.2 Importancia de un Proyecto

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 beneficios sociales. En la asignación de recursos que generen beneficios para la comunidad se tiene en cuenta factores como:

Córdoba (2013) mencionan que “Condiciones puramente crediticias: requisitos, garantía, referencias, etc. Operaciones factibles y rentables para el inversionista: mercado, rentabilidad, riesgo, etc. Operaciones adecuadas para la economía del país: social y económicamente” (p. 33).

La elaboración de un proyecto es primordial para dar soluciones a los problemas existentes dentro de una organización, cabe mencionar que, para emprender un negocio, empresa debe contar con un proyecto para poder ejecutarlo y no tener mayores riesgos en un futuro, por ello la Industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A. brindó las facilidades para la elaboración de un proyecto el cual ayudó a determinar la viabilidad de los productos que se ofertaron mismos que obtuvieron aceptación por los consumidores.

2.2.3 Definición de Estudio de Factibilidad

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales.

El resultado de los estudios de factibilidad de los trabajos de investigación es la base de las decisiones que se tomen para su introducción, por lo que deben ser lo suficiente precisas para evitar errores que tienen un alto costo social directo, en cuanto a los medios materiales y humanos que involucren; así como por la pérdida de tiempo en la utilización de las variantes de desarrollo más eficientes para la sociedad. (Ramírez, Susel, & Domínguez, 2009).

El estudio de factibilidad tiene la finalidad de investigar y descubrir si la idea de negocio es realmente viable, el principal interesado en un estudio de factibilidad debe ser el mismo emprendedor, pues mediante ese documento revisa y redefine su idea de negocio conforme a la información recopilada en el estudio. “Este proceso le servirá para ajustar el modelo de negocio y las estrategias para ponerlo en marcha” (Ruiz, 2013).

La Industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A. se enfocó en realiza el estudio de factibilidad; como menciona Ruiz el cual pretende ajustar el modelo de negocio, lo que al finalizar podrán determinar si la compra o la inversión sea rentable en el tiempo, aprovechando las oportunidades y contar con los resultados esperados.

2.2.4 Tipos de Factibilidad

Córdoba (2013) dice que “Para recomendar la aprobación de cualquier proyecto es preciso estudiar un mínimo de tres factibilidades que condicionaran el éxito o fracaso de una inversión: la factibilidad técnica, la legal y la económica. Otras son las de gestión, política, social y ambiental” (p. 48).

Es una herramienta o instrumento que sirve fundamentalmente para la correcta toma de decisiones y así mitigar riesgos totales a futuro. Dando estrategias de costos y sobre todo

la disponibilidad tanto de recursos humanos y materiales ofreciendo una mayor rentabilidad a un tiempo no muy lejano.

2.2.5 Clasificación de los Estudios de Factibilidad

La factibilidad técnica determina si es posible física o materialmente hacer un proyecto. Puede incluso llegar a evaluar la capacidad técnica y motivación del personal involucrado.

La factibilidad legal determina la existencia de trabas legales para la instalación y operación normal del proyecto, incluyendo las normas internas de la empresa. La factibilidad económica determina la rentabilidad de la inversión de un proyecto. La factibilidad de gestión determina si existen las capacidades gerenciales internas de la empresa para lograr la correcta implementación y eficiente administración del negocio. La factibilidad ambiental determina el impacto sobre el ambiente; por ejemplo, la contaminación.

La factibilidad política corresponde a la intencionalidad de quienes deben decidir si quieren o no implementar un proyecto, independientemente de si rentabilidad.

Córdoba (2013) “La factibilidad social establece los beneficios que la ejecución del proyecto traerá a la comunidad en el mejoramiento de su nivel de vida” (p. 50).

Puesto que la empresa ya está constituida pero no cuenta con un órgano que regule la funcionabilidad de la misma, el proyecto cuenta con el estudio de mercado, estudio técnico, estudio legal, estudio ambiental y la evaluación financiera, mismos que son pilares para que la empresa ejerza su propósito.

2.2.5.1 Tipos de Productos

La Industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A tiene una amplia operación en sus actividades económicas como son: cultivo de trigo y cereales, legumbres, frutas tropicales, cacao, explotación mixta de cultivos y animales. Así como la industrialización y comercialización de dichos productos, mirar (Anexo 1).

Dirección de Investigación y Generación de Datos Multisectoriales (2017). Una investigación realizada sobre los sectores define lo siguiente:

- Cereales. - Son gramíneas, plantas herbáceas cuyos granos o semillas están en la base de la alimentación humana o del ganado, generalmente molidos en forma de harina.
- Frutas. - Son aquellos frutos comestibles obtenidos de plantas cultivadas o silvestres que suelen consumirse mayormente en estado fresco, como jugo y/o como postre; una vez alcanzada la madurez organoléptica, o luego de ser sometidos a cocción.
- Hortalizas. - El término hortalizas nombra a un conjunto de plantas cultivadas generalmente en huertos, que se consumen como alimento, ya sea de forma cruda o preparada culinariamente, y que incluye las verduras y las legumbres. Las hortalizas no incluyen las frutas ni los cereales.
- Leguminosas. - Son árboles, arbustos y hierbas perennes o anuales, fácilmente reconocibles por su fruto tipo legumbre (en vaina).
- Raíces. - Es un órgano generalmente subterráneo y carente de hojas que crece en dirección inversa al tallo y cuyas funciones principales son la fijación de la planta al suelo y la absorción de agua y sales minerales.
- Tubérculos. - Es un tallo subterráneo del subsuelo modificado y engrosado donde se acumulan los nutrientes de reserva para la planta (p. 31).

El cuadro siguiente detalla lo que se va comercializar, puesto que no puede abarcar toda la actividad de la empresa.

Tabla 1: Productos a Comercializar

Producto	Detalle del Producto	Cantidad	Precio
Legumbres	Habas, Choclo	Libras	Basado en costos
Cereales	Trigo, cebada	Libras	Basado en costos
Verduras	Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento	Libras	Basado en costos

Producto	Detalle del Producto	Cantidad	Precio
Frutas Tropicales y Subtropicales	Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Mandarina,	Libras	Basado en costos
Cárnicos	Cuy, Conejo	Libras	Basado en costos

Fuente: (Escritura Pública , 2016)
Elaborado por: La autora

2.2.5.2 Estudio de Mercado

Baca (2010) dice que:

El estudio de mercado es la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización, la cuantificación se podrá obtener rápidamente ya sea de fuentes primarias o secundarias, al final se podrá palpar el riesgo que se corre y a posibilidad del éxito que habrá (p. 7).

La economía es la ciencia que estudia el mercado como objeto de elegir la mejor forma de asignar recursos limitados a la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades y los deseos ilimitados de los individuos y las empresas.

Sapag (2011) dice que “Para decidir respecto de la mejor opción de inversión, la empresa debe investigar las relaciones económicas más actuales y sus tendencias, y proyectar el comportamiento futuro de los agentes económicos que se relacionan con su mercado particular” (p. 45).

De acuerdo lo que menciona los autores acerca del estudio de mercado, nos permite conocer un mercado donde se produzca una dinámica entre la oferta y demanda de los productos y a su vez determina la factibilidad de que productos se puede insertar en cierto mercado satisfaciendo las necesidades de los consumidores, el resultado será que las industrias obtengan mayores ingresos, por efecto del volumen de ventas.

2.2.5.3 Demanda

Según Baca (2010) menciona que: Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado (p. 15)

Para Sapag (2011) la demanda es: “La búsqueda de satisfactores de un requerimiento o necesidad que realizan los consumidores, aunque sujeta a diversas restricciones.”(p 46).

Al analizar la demanda, se puede mencionar que para el proyecto es fundamental el cubrir una necesidad de los posibles clientes; es decir, que la población objetivo es la demanda misma que la empresa está dispuesta cubrir en cierto porcentaje.

2.2.5.4 Oferta

El análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía pone y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio, ya que es en función de factores como son el precio del producto en el mercado y los apoyos.

Sapag (2011) Menciona que

Mientras que la demanda del mercado estudia el comportamiento de los consumidores, la oferta del mercado corresponde a la conducta de los empresarios, es decir, a la relación entre la cantidad ofertada de un producto y su precio de transacción. Otros elementos que condicionan la oferta son el costo de producción del bien o servicio, el grado de flexibilidad en la producción que tenga la tecnología, las expectativas de los productores, la cantidad de empresas en el sector, el precio de bienes relacionados y la capacidad adquisitiva de los consumidores, entre otros (p. 55).

El análisis de la oferta se basa más en la competencia, precios, y el volumen de los productos que son ofertados, esta investigación fue determinante para que la Industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A. puesto que se oferta productos de consumo masivo brindando un valor agregado a los consumidores finales.

2.2.5.5 Demanda insatisfecha

Andía (2011) Dice que “Es aquella en donde parte de una población o un conjunto de instituciones no reciben el servicio y/o producto que requieren, por lo tanto, la demanda es mayor que la oferta. El proyecto cubrirá una porción o la totalidad de la brecha identificada” (p. 4).

La demanda insatisfecha es la diferencia entre un grado alto de la demanda frente a un grado pequeño de la oferta, misma que se le puede denominar una población objetivo y poder ofertar productos con un valor agregado a los pobladores. En la investigación que se realizó el nicho del mercado fue aquel que la competencia no pudo cubrir, la empresa se posiciona con los productos estrella como son la carne de cuy, conejo, cereales, frutas, verduras y legumbres.

2.2.5.5 Demanda Proyectada

Andía (2011) Dice que

Para determinar la demanda futura de un servicio es importante diferenciar dos conceptos: Demanda normal: es la demanda futura que el servicio tendrá sin la intervención del proyecto (demanda sin proyecto), para ello se considera las variables de la información histórica y otras complementarias. Demanda generada: es la demanda generada por la intervención del proyecto (demanda con proyecto), para ello se considera variables adicionales que reflejen el incentivo por el uso de un servicio diferente (p. 4)

Por tanto, la demanda futura de un proyecto incluye la demanda normal y la demanda generada. $\text{Demanda Futura} = \text{Demanda normal} + \text{Demanda generada}$ (p. 4).

El proyecto tiene una vida útil de cinco años y por ende se aplicará la proyección a la demanda de acuerdo a la tasa de crecimiento de la población de estudio, en el caso de la investigación se estableció en un 1.72% para la población Riobamba.

2.2.5.6 Costos

Sapag (2011) dicen que:

La forma más tradicional de clasificar los costos de operación de un proyecto es la que los diferencia entre costos fijos y costos variables. Los costos fijos totales son costos en que se deberá incurrir en un periodo determinado, independientemente del nivel de producción en la empresa (alquiler de bodegas, algunas remuneraciones, seguros de máquina, etc.). Los costos variables totales son aquellos que dependen del nivel de producción (costos en los envases, mano de obra, materias primas, etc.). Como cada unidad adicional producida incrementa el costo variable total a su variación se le denomina costo marginal (p. 58).

El análisis de los costos se evidenciará según el área de comercialización; es decir, en el área administrativo pago de sueldos al administrador, cajera, servicios básicos serán gastos administrativos mismos que se les denominara como costos fijos mientras que el pago de despachador, bodeguero, dispensador, compra de envases, fundas, elementos de limpieza y otros costos indirectos de fabricación serán denominados costos variables.

2.2.5.6 Precios

“Precio, del latín pretium, es el valor monetario que se le asigna a algo. Todos los productos y servicios que se ofrecen en el mercado tienen un precio, que es el dinero que el comprador o cliente debe abonar para concretar la operación” (Pérez & Merino, 2009).

Uno de los componentes para seguir analizando el estudio de mercado es el precio, este permite conocer si lo que realmente busca el consumidor es la calidad del producto, es decir sin tomar en cuenta mucho el precio, sobre el producto que se oferta.

Al proyectar el precio se toma en cuenta el índice de inflación, ya que este factor es primordial para la comercialización de los productos.

2.2.5.7 Mercado Competidor

Sapag (2011).dicen que:

El estudio del mercado competidor tiene la doble finalidad de permitir el evaluador conocer el funcionamiento de empresas similares a las que se instalarían con el proyecto y a ayudarlo a definir su estrategia comercial, competitiva con ella, se debe considerar un mercado no tradicional donde exista la competencia de los competidores directos proveedores e indirectos distribuidores (p. 70).

En un ambiente de compra y venta existe la competencia, misma que ayuda a mejorar y otorgar al cliente una mejor versión de lo que se ofrece, una competencia ayuda a generar estrategias de producción y comercialización e incluso ayuda a generar mayor utilidad si las estrategias son muy bien aplicadas. Por ello la presente industria cuenta con una competencia tradicionalista que se encuentra ubicada por el sector sur de la ciudad, así como también cubre el centro histórico, la competencia que la empresa tiene es la siguiente:

Tabla 2: Competencia

Nombre de la Competencia	Productos que comercializa	Volumen de Ventas al Mes	Ubicación
Camari	Granos, Semillas, Cereales, Carnes, Lácteos,	No existen datos específicos	Dirección: Tarqui 1824 y Chile Teléf.: (03) 2969874
Mr. Cuy	Cuy	Cuy faenado 500 Unidades	Av. Alfonso Chávez 1 Diego Rivera, Chimborazo, Riobamba, Maldonado.
Mercados: (La Esperanza, Santa Rosa, Condamine San Alfonso)	Cereales, Frutas, Hortalizas, Leguminosas, Tubérculo	No existen datos específicos	Centro de la ciudad
Almacenes (AKÍ, TÍA, SUPERMAXI, DICOSAVI)	Frutas y Verduras Cereales, Cárnicos	No existen datos específicos	Centro de la ciudad

Fuente: (Cadena, 2015)

Elaborado por: La Autora

2.2.5.8 Agentes de la Cadena de Comercialización

Dirección de Investigación y Generación de Datos Multisectoriales (2017) dicen que:

- **Productor agropecuario.** - Es la persona, cuya condición jurídica es generalmente natural, quien decide y organiza las actividades habituales de producción y comercialización que se realizan en la finca, hacienda o predio, ejerce el control y dirección de estas actividades, y corre con el riesgo económico implícito.
- **Acopiador.** - Es la persona natural o jurídica que se dedica a la compra y recepción de productos agropecuarios de fincas y constituyen el primer enlace entre el productor y el resto de los intermediarios. El acopiador generalmente reúne o acopia la producción y forma lotes uniformes para luego venderlos a otros intermediarios más grandes o transportistas comerciantes.
- **Primera calidad.** - Comprende a los productos agrícolas que presentan la mayor uniformidad en cuanto a sus atributos de clasificación, como tamaño, calibre, forma, textura, etc. (p. 29).

El proyecto cuenta con los agentes principales de la cadena de comercialización.

Productor agropecuario: Serán quienes provean a la empresa con los productos de consumo.

Tabla 3: Proveedores

Producto	Detalle del Producto	Proveedor
Legumbres	Habas, Choclo,	Productores de (Colta, Calpi, Guamote)
Verduras	Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento	Productores de (Colta, Calpi, Guamote, Pallatanga)
Frutas Tropicales y Subtropicales	Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Mandarina,	Productores de (Pallatanga, Babahoyo)
Cárnicos	Cuy, Conejo	Productores de (Calpi, San Juan,)

Fuente: (Escritura Pública , 2016)

Elaborado por: La Autora

Acopiador: Es la industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar

Primera calidad: Se brinda un producto de buena calidad, mismo que posea un registro sanitario y a su vez un valor agregado, servicio personalizado, un ambiente moderno y acogedor.

2.2.5.9 Tipos De Mercados

Dirección de Investigación y Generación de Datos Multisectoriales (2017) dicen que:

Bodega comercial. - Es un canal de comercialización que se abastece de la Agroindustria y de comerciantes mayoristas a gran escala de operación. Cuentan con bodegas en las que exhiben y distribuyen los productos y además disponen de espacios adicionales para el almacenamiento temporal de los productos (p. 30).

El enfoque de la empresa es ser una Bodega Comercial, misma que pueda abastecer la población Riobambeña y con perspectivas de cubrir y ser parte de los mercados con un comercio justo.

2.2.6 Estudio de Técnico

El estudio técnico cuenta con la localización óptima, el tamaño óptimo y la ingeniería y distribución de planta óptima. El estudio de estos componentes contribuyó a un análisis de la necesidad del proyecto.

2.2.6.1 Importancia del Estudio Técnico

Arango (2014) dicen que:

La importancia del estudio técnico radica pues en resolver incógnitas con las que nos toparemos antes de determinar si se hará un proyecto o no. No es necesario únicamente determinar qué es lo que con el proyecto se producirá o brindará sino el dónde, cómo y cuánto se producirá (p. 9).

El estudio técnico ayuda a confirmar si es posible fabricar o brindar un servicio, analizando el tamaño óptimo, la localización del proyecto que sea favorable, los equipos que se vayan a utilizar, las instalaciones que se requieran y la organización necesaria para la ejecución.

2.2.6.1.1 Localización

La localización del proyecto y sus beneficiarios conlleva instaurar criterios para determinar su viabilidad territorial, que puede realizarse a partir de los intereses y conveniencias del proyecto.

Baca & Herrera (2016) dicen que:

La agroindustria rural es importante utilizar criterios de localización para determinar la zona donde es más factible su establecimiento. Lo anterior depende de la cercanía con las fuentes de abastecimiento de materias primas e insumos, también de la disponibilidad de mano de obra, infraestructura carretera, cercanía con los consumidores, identidad regional de los productos agroalimentarios, polos educativos y de conocimiento científico, entre otros factores (p. 212).

De acuerdo a la definición del autor, se trata de localizar el lugar factible para el negocio que permite conseguir las materias primas y equipos necesarios para el funcionamiento de la industria y a la vez se pueda realizar el proceso de la manera correcta. Por ello el espacio físico va estar por el sector Media Luna de la ciudad de Riobamba ya que según el estudio del Alcalde Napoleón cadena que hizo en el año 2015 no existe ningún almacén o mercado por este sector, es así que desde la ubicación de la industria se podrá cubrir en gran número a la población norte de Riobamba.

2.2.6.1.2 Macro-localización

Tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuyen a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo productivo.

Los factores que influyen en la macro-localización son:

- Transporte
- Estudio de la comunidad
- Políticas de gobierno
- Mano de obra
- Materias primas especiales
- Materias primas
- Energía eléctrica
- Combustibles
- Agua y telecomunicaciones (Salgado, 2013)

La ciudad de Riobamba se caracteriza por contar con una diversificación de productores provenientes de cantones de la provincia, la diferencia es que no existe una buena distribución de mercados, almacenes y supermercados, mismos que se encuentra en su gran mayoría por el centro histórico de Riobamba lo cual afecta en la libre circulación de los peatones y autos, esto se debe a la afluencia de personas y falta de lugares de estacionamiento que ayuden a no estancar el tránsito de la ciudad. Por ello se decide que la mejor ubicación para la industria es por el Sector la Media Luna, ya que cuenta con espacios de libre circulación, además que la mayoría de proveedores de los productos pueden acceder con facilidad al lugar.

2.2.6.1.3 Micro-localización

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta industrial, siendo este el sitio que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario.

Los factores que influyen en el micro-localización son:

- Condiciones climatológicas, estudios del medio ambiente
- Mano de obra, mercado
- Fuentes de energía
- Fuentes de abastecimiento de materia prima
- Medios de transporte y comunicación
- Eliminación de efluentes

- Disponibilidad de agua
- Marco jurídico
- Terrenos y construcción
- Tamaño de la fabrica
- Y política económica (Salgado, 2013)

La industria cuenta con espacio físico en el Sector la Media Luna, misma que se encuentra en ambiente lejos de la contaminación cuenta con todos los servicios básicos y permitirá que los productos estén aptos para que los clientes puedan adquirir.

2.2.6.1.4 Proceso de Comercialización

La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales y Micro-comercialización y Macro-comercialización.

Rivadeneira (2012) dice que:

Micro-comercialización: Observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven. Es a su vez la ejecución de actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades.

El proceso de comercialización es de manera directa entre la empresa con relación al productor y el cliente cubriendo necesidades en un comercio justo.

Ilustración 1: Relación de la Comercialización



Fuente: Procesos de Comercialización
Elaborado por: La Autora

2.2.6.1.5 Funciones de Comercialización

Las funciones universales de la comercialización son: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar y clasificar, financiar, correr riesgos y lograr información del mercado. El intercambio suele implicar compra y venta de bienes y servicios. A continuación, se detallan las funciones principales:

- **Función comprar:** Significa buscar y evaluar bienes y servicios para poder adquirirlos eligiendo el más beneficioso para nosotros.
- **Función venta:** Se basa en promover el producto para recuperar la inversión y obtener ganancia.
- **Función transporte:** Se refiere al traslado de bienes o servicios necesario para promover su venta o compra de los mismos.
- **La financiación:** Provee el efectivo y crédito necesario para operar como empresa o consumidor.
- **Toma de riesgos:** Entraña soportar las incertidumbres que forman parte de la comercialización.

Rivadeneira (2012) Dicen “Las funciones de la comercialización son ejecutadas por los productores, consumidores y especialistas en comercialización. Los facilitadores están con frecuencia en condiciones de efectuar también las funciones de comercialización”.

La empresa realizará las funciones de comercialización.

Comprar: Materia prima, o producto bruto ya sea en alto volumen.

Vender: Producto terminado, envase, empaquetado, sellado, limpio y con medidas de seguridad y a su vez con normas de calidad.

Almacenar: Según los productos y bajo los equipos necesarios para que estén aptos al consumo.

Estandarizar y clasificar: Los productos serán ubicados de acuerdo a las secciones y serán clasificados según el tipo de producto.

2.2.6.2 Flujograma de Proceso

Ortegón, Díaz, Pulido, & Pérez (2012) dicen que:

Existen diferentes normas que nos facilitan la realización de procesos, no sobra aclarar que diagrama de flujo u organigrama es una representación diagramática que ilustra la secuencia de las operaciones que se realizaran para conseguir la solución de problemas complicados y sobre todo muy largos. EL Flujograma o Diagrama de Flujo, consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos (p. 5).

Tabla 4: Proceso

Símbolo	Nombre	Descripción
	Operación	Comprar, Clasificar, ensamblar.
	Transporte	Envío de productos y facturas
	Demora	Documentos esperando ser archivados, productos e ingresar a operación.
	Almacenamiento	Documentos físicos, Productos
	Inspección	Inspección Calidad, cantidad, humedad y peso
	Operación Combinada	Verificación de calidad y empaque de los productos

Fuente: (Baca G. , Evaluación de Proyectos, 2001)

Elaborado por: La Autora

2.2.6.3 Estudio Administrativo

2.2.6.3.1 Estructura organizacional

Ascaribay & Auquilla (2014) dicen que:

El organigrama es un modelo gráfico que representa, entre otras cosas, la forma en que se han agrupado las tareas, actividades o funciones en una organización, los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría (p. 13).

Un organigrama es la fotografía de una organización el cual define el mando superior integral, cada unidad o departamento tiene actividades y funciones distintas, y el compendio de estas hacen que una empresa funcione coordinadamente en un ámbito empresarial competitivo.

2.2.6.4 Estudio Ambiental

2.2.6.4.1 Medio Ambiente

Blacutt (2013) mencionan que:

Medio Ambiente es el conjunto de los factores que actúan sobre un organismo, población o comunidad ecológica y que, al hacerlo, influyen sobre su desarrollo y supervivencia; pero el concepto de medio ambiente también incluye al ser humano. Entre los factores principales tenemos: los organismos propiamente dichos y sus interacciones, como también el suelo, el aire, el agua, el clima y la contaminación. Los organismos responden a los cambios de su medio ambiente, evolucionando adaptaciones y comportamientos. El medio ambiente es una parte constitutiva de la Población-Territorio (p. 178).

Es de gran importancia conocer donde se encuentra ubicada la empresa, ya que el lugar y el acopio de productos puede provocar impactos ambientales, mediante una observación

se puede verificar que el uso de suelo de la empresa pertenece al tipo urbano, con baja presencia de personas, industrias, poco tráfico, calles asfaltadas y de tierra, donde se concluye que la ubicación de la empresa está en un lugar adecuado para el desarrollo de sus actividades.

Los desechos que surjan de los productos se van a proceder a enviarles a los productores para que utilicen como abonos orgánicos en la siembra de los productos que nos provean.

2.2.6.5 Evaluación Financiera

Aguirre (2014) dicen que:

La evaluación financiera de proyectos (EFP) se realiza con el fin de conocer si la inversión en determinados activos reales (proyecto) creará valor para los accionistas bajo un escenario esperado. La EFP incluye la formulación del proyecto, la evaluación financiera en sí misma y el análisis de riesgo de proyectos de inversión.

La evaluación financiera se refiere en medir el grado de rendimiento de la inversión en relación a los precios de mercado, al elaborar esta fase de estudio se debe ser muy técnica ya que el proyecto arrojará posible resultado que influirá en el futuro los cuales serán afectados directa o indirectamente los socios, empleados, proveedores y los posibles distribuidores de los productos.

2.2.6.5.1 Inversión

Hidalgo (2010) mencionan que:

Entre los tipos de inversión más importantes se deben distinguir: la inversión en bienes y la inversión en capital humano o intelectual. La primera es la más utilizada por las organizaciones, y es además la más estudiada, sobre todo en lo que refiere a su rentabilidad y valoración. En un sistema económico como el actual, la supervivencia de las organizaciones requiere que éstas produzcan utilidades.

2.2.6.5.1.1 Inversión Fija

Se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades.

- Maquinaria y equipos diversos
- Equipo de transporte
- Equipos de Entretenimiento
- Equipo de computo
- Laboratorios y demás equipos auxiliares

2.2.6.5.1.2 Inversión diferida

Estas inversiones se realizan en bienes y servicio intangibles que son indispensables del proyecto o empresa, pero no intervienen directamente en la producción.

- Gastos de instalación, Organización y constitución jurídica de la empresa.
- Pago de permisos o derechos requeridos por las diversas autoridades federales, estatales o municipales.
- Patentes, licencias o franquicias
- Estudios previos requeridos tales como: mecánica de sueldos topográficos, encuestas, investigaciones de mercado, otros estudios
- Pagos realizados por anticipado tales como: primas de seguro, rentas pagadas por anticipado.

2.2.6.5.1.3 Capital de Trabajo

Constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal de proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaños determinados.

- Inventarios en materias primas
- Productos en proceso y terminados
- Dinero en efectivo para cubrir imprevistos. (Bautista, 2011)

La empresa cuenta con una inversión de capital de trabajo y las inversiones diferidas, mientras que la inversión fija será por un crédito a una institución financiera de la ciudad de Riobamba.

Tabla 5: Inversiones Fija, Diferida y Capital de Trabajo

Detalle de Inversión
INVERSIÓN FIJA
Maquinaria y Equipo
Muebles y enseres
Muebles de oficina
Equipos de cómputo
Equipos de entretenimiento
Equipos de seguridad
Enseres de cocina
CAPITAL DE TRABAJO
Caja- Bancos
Materia Prima Directa
Carga Fabril
INVERSIÓN DIFERIDA
Gastos de Constitución
Gastos de Instalación
Programa contable
GASTOS DE OPERACIÓN
Gastos Administrativos
Gastos de Ventas

Fuente: (Bautista, 2011)

Elaborado por: La Autora

Al reunir la información pertinente y elaborar el estado de resultados con su proyección y el flujo de caja proyectado para llegar así a la evaluación financiera del proyecto.

2.2.6.5.1.4 Valor Actual Neto

El VAN o Valor Actual Neto, se conoce a esta herramienta financiera como la diferencia entre el dinero que entra a la empresa y la cantidad que se invierte en un mismo producto para ver si realmente es un producto (o proyecto) que puede dar beneficios a la empresa.

El VAN cuenta con una tasa de interés que se llama tasa de corte y es la que se usa para actualizarse constantemente. Dicha tasa de corte, la da la persona que va a evaluar dicho proyecto y que se hace en conjunto con las personas que van a invertir.

2.2.6.5.1.5 La Tasa de corte del Valor Actual Neto puede ser:

- El interés que se tenga en el mercado. Lo que se hace es tomar una tasa de interés a largo plazo que se puede sacar fácilmente del mercado actual.
- La tasa en la rentabilidad de una empresa. El tipo de interés que se marque en ese momento, dependerá de cómo se financie la inversión. Cuando se hace con capital que otra persona ha invertido, entonces la tasa de corte refleja el costo de capital ajeno. Cuando se hace con capital propio, este tiene un coste directo para la empresa, pero le da rentabilidad al accionista.
- Cuando la tasa es elegida por el inversor.
- Ésta puede ser una tasa cualquier a su elección.

Normalmente se lleva a cabo con la rentabilidad mínima que el inversor pretende tener y siempre estará por debajo de la cantidad en la que vaya a efectuar la inversión.

Si el inversionista quiere una tasa que refleje el costo de oportunidad, la persona deja de percibir dinero para invertir en un proyecto determinado.

Por medio del VAN se puede saber si un proyecto es viable o no antes de comenzar a llevarlo a cabo y, además, dentro de las opciones de un mismo proyecto, nos permite saber cuál es el más rentable de todos o cual es la opción que más nos conviene. También nos ayuda mucho en los procesos de compra, ya que en caso de que queramos vender, esta opción nos ayuda mucho a saber cuáles es la cantidad de dinero real en la que tenemos que vender nuestra empresa o si ganamos más quedándonos con nuestro negocio.

2.2.6.5.1.6 Cómo se puede aplicar el Valor Actual Neto

Para saber cómo se usa el VAN contamos con una fórmula que es $VAN = BNA - Inversión$. El Van ya sabemos lo que es y el Beneficio Neto Actualizado (BNA) o, dicho con otras palabras, el flujo de caja que tiene la empresa.

Este método se debe utilizar siempre con el beneficio neto actualizado y no con el beneficio neto proyectado de una empresa para que nuestras cuentas no fallen. Para saber cuál es el BNA debes hacer un descuento de Tasa de Descuento (TD). Esta es la tasa de rentabilidad mínima y se sabe de la siguiente manera.

Si la tasa resulta mayor que el BNA esto quiere decir que la tasa no se ha satisfecho y tenemos un VAN negativo. Si el BNA es igual a la inversión, esto quiere decir que se ha cumplido con la tasa, el VAN es igual a 0. Cuando el BNA es mayor significa que se ha cumplido con la tasa y además, se ha conseguido sacar una ganancia.

Cuando se da el último caso, quiere decir que el proyecto es rentable y se puede seguir adelante con él. Cuando se da el caso en el que queda tablas el proyecto es rentable por que se incorpora la ganancia TD, pero hay que tener cuidado. Cuando se da el primer caso, el proyecto no es rentable y hay que buscar otras opciones.

2.2.6.5.1.7 Ventajas del Valor Actual Neto

Una de las principales ventajas y la razón por la cual es uno de los métodos que más se usa es porque se homogeneizan los flujos de caja netos en el momento actual. El VAN o Valor Actual Neto es capaz de reducir a una sola unidad las cantidades de dinero generadas o que se van aportando. Además, se pueden introducir signos positivos y negativos en los cálculos de flujo que corresponden a las entradas y salidas de efectivo sin que el resultado final sea alterado. Esto no se puede hacer con el TIR en el cual el resultado si es muy diferente.

Sin embargo, el VAN tiene un punto débil y es que la tasa que se usa para descontar el dinero puede ser no del todo entendible o incluso discutible para muchas personas.

Ahora, en lo que se refiere a homogeneizar la tasa de interés, es una de las mejores opciones con una fiabilidad muy alta.

2.2.6.5.2 Tasa Interna de Retorno

El TIR o la tasa interna de retorno, es la tasa de descuento que se tiene en un proyecto y que nos permite que el BNA sea como mínimo igual a la inversión. Cuando se habla del

TIR se habla de la máxima TD que cualquier proyecto puede tener para que se pueda ver como apto.

Para poder hallar el TIR de la forma correcta, los datos que se van a necesitar son el tamaño de la inversión y el flujo de caja neto proyectado. Siempre que se vaya a hallar el TIR, se debe usar la fórmula del VAN que te hemos dado en la parte superior. Pero reemplazando el nivel de Van por 0 para que nos pueda dar la tasa de descuento. A diferencia del VAN, cuando la tasa es muy alta, nos está diciendo que el proyecto no es rentable, si la tasa nos da menor, esto quiere decir que el proyecto es rentable. Mientras más baja sea la tasa, mucho más rentable es el proyecto.

Es confiable este tipo de método

Debe saber que las críticas que ha sufrido este método son muchas por el grado de dificultad que tiene para muchas personas. Sin embargo, hoy en día ya se ha podido programar en hojas de cálculo y las calculas científicas más modernas también vienen con esa opción incorporada. Han conseguido que se puedan hacer en segundos. Este método cuenta con una forma de cálculo muy sencilla cuando ya la sabes usar y que da resultados más eficaces que es el método de interpolación lineal.

Urbano (2017) dicen que

Aun así, volviendo a la más usada y la principal, se hace cuando en un determinado proyecto se han podido efectuar reembolsos o desembolsos que se van teniendo, no solo en un inicio sino durante la vida útil del mismo ya sea porque el proyecto ha ido teniendo pérdidas o se le han ido incluyendo nuevas inversiones

2.2.6.5.3 Período de Recuperación de la Inversión

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

Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones.

2.2.6.5.3.1 ¿En qué consiste el Período Recuperación de la Inversión?

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

Según Vaquiro (2013) menciona que:

¿Cómo se calcula el estado de Flujo Neto de Efectivo (FNE)?

Para calcular los FNE debe acudir a los pronósticos tanto de la inversión inicial como del estado de resultados del proyecto.

La inversión inicial supone los diferentes desembolsos que hará la empresa en el momento de ejecutar el proyecto (año cero).

Por ser desembolsos de dinero debe ir con signo negativo en el estado de FNE.

Del estado de resultados del proyecto (pronóstico), se toman los siguientes rubros con sus correspondientes valores: los resultados contables (utilidad o pérdida neta), la depreciación, las amortizaciones de activos diferidos y las provisiones.

Estos resultados se suman entre sí y su resultado, positivo o negativo será el flujo neto de efectivo de cada periodo proyectado.

Importante: La depreciación, las amortizaciones de activos nominales y las provisiones, son rubros (costos y/o gastos) que no generan movimiento alguno de efectivo (no alteran el flujo de caja) pero si reducen las utilidades operacionales de una empresa. Esta es la razón por la cual se deben sumar en el estado de flujo neto de efectivo (p. 2).

2.2.6.5.4 Relación Beneficio-Costo

Un análisis costo beneficio es un proceso por el cual se analizan las decisiones empresariales. Se suman los beneficios de una situación dada o de una acción relacionada con el negocio, y luego se restan los costos asociados con la toma de esa acción. Algunos consultores o analistas también construyen el modelo para poner un valor monetario en artículos intangibles, tales como los beneficios y costos asociados con vivir en una ciudad determinada, y la mayoría de los analistas también consideran el costo de oportunidad en dichas ecuaciones. Antes de construir una nueva planta o de asumir un nuevo proyecto, los gerentes prudentes llevan a cabo un análisis de costo-beneficio como un medio para evaluar todos los costos e ingresos potenciales que pueden generarse si se completa el proyecto. El resultado del análisis determinará si el proyecto es económicamente factible o si se debe llevar a cabo otro proyecto.

El proceso de análisis costo-beneficio

El primer paso en el proceso es recopilar una lista completa de todos los costos y beneficios asociados con el proyecto o la decisión. Los costos deben incluir los costos directos e indirectos, los costos intangibles, los costos de oportunidad y el costo de los riesgos potenciales. Los beneficios deben incluir todos los ingresos directos e indirectos y beneficios intangibles, como el aumento de la producción a partir de la mejora de la seguridad y la moral de los empleados, o el aumento de las ventas. Una unidad común de medición monetaria debe aplicarse entonces a todos los ítems de la lista. Se debe tener cuidado para no subestimar los costos o sobrestimar los beneficios. Un enfoque conservador con un esfuerzo consciente para evitar tendencias subjetivas al calcular estimaciones es el más adecuado cuando se asigna valor tanto a costos como a beneficios para el propósito de un análisis de costo-beneficio.

Duque (2017) “El paso final es comparar cuantitativamente los resultados de los costos y beneficios agregados para determinar si los beneficios superan los costos. Si es así, entonces la decisión racional es seguir adelante con el proyecto. Si no, una revisión del proyecto se justifica para ver si ajustes se pueden hacer para aumentar los beneficios y / o disminuir, los costos para hacer viable el proyecto. Si no es así, el proyecto puede ser abandonado”.

2.2.6.5.5 Punto de Equilibrio

Varela (2010) dice que:

El punto de Equilibrio, define el volumen de producción que permite que los ingresos efectivos después de los impuestos generados por el proyecto; o sea los flujos de caja netos, considerando su posición en el tiempo sean capaces de: 1) Recuperar las inversiones propias de todo tipo realizado. 2) Pagar si hay deudas, ya que la mayoría de proyectos se realizan con dinero prestado. 3) Satisfacer a cabalidad los objetivos mínimos del inversionista (p. 350).

El punto equilibrio hace referencia a sus costos fijos y variables frente a los ingresos para poder determinar si existe una fase de equilibrio y poder identificar si en un cierto tiempo habrá ganancia y rentabilidad.

2.3 HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

2.3.1 Idea General a Defender

El realizar un proyecto de factibilidad para la Industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A. de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, le permitirá obtener mayor rentabilidad.

2.4 VARIABLES

2.4.1 Independiente

Estudio de factibilidad

2.4.2 Dependiente

Rentabilidad

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1 Investigación Cualicuantitativa

En la investigación cuantitativa sólo se reúne información que puede ser medida. Por otro lado, la investigación cualitativa se centra en la recopilación de información principalmente verbal en lugar de mediciones. Luego, la información obtenida es analizada de una manera interpretativa, subjetiva, impresionista o incluso diagnóstica. (Explorable, 2009).

El estudio se aplicó con la dicha modalidad con el fin de obtener mayor información mediante los distintos tipos de investigación, los costos, precios de los productos ofertados se verán reflejados por el método cuantitativo mientras que los gustos y preferencias de los demandantes se observa mediante el método cualitativo.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.2.1 Investigación Documental.

Reside en que, al conocer y practicar sus principios y procedimientos permite desarrollar las habilidades, destrezas y actitudes que se requieren para construir datos, información y conocimiento.

La investigación documental como parte esencial de un proceso de investigación científica, puede definirse como una estrategia en la que se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades teóricas y empíricas usando para ello diferentes tipos de documentos donde se indaga, interpreta, presenta datos e información sobre un tema determinado de cualquier ciencia, utilizando para ello, métodos e instrumentos que tiene como finalidad obtener resultados que pueden ser base para el desarrollo de la creación científica. (Martínez, 2007) Esta investigación documental para el proyecto nos sirve de

mucha ayuda mediante documentos se observa las nóminas, listas y expedientes que la empresa está presentando para poder dar inicio a sus respectivas funciones y de esta manera no exista dicho inconveniente al dar inicio sus actividades en el mercado, para lo cual la empresa requiere realizar un estudio de factibilidad en donde pueda determinar si la empresa cuenta con lo necesario para que pueda dar inicio.

Investigación Explicativa. - es aquella que tiene relación causal; no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo. Existen diseños experimentales y NO experimentales. Desde un punto de vista estructural reconocemos cuatro elementos presentes en toda investigación: sujeto, objeto, medio y fin. Se entiende por sujeto el que desarrolla la actividad, el investigador; Por objeto, lo que se indaga, esto es, la materia o el tema; Por medio, lo que se requiere para llevar a cabo la actividad, es decir, el conjunto de métodos y técnicas adecuados; Por fin, lo que se persigue, los propósitos de la actividad de búsqueda, que radica en la solución de una problemática detectada. (Fernández, 2006).

Sujeto: Marisol Yumi Paucar, Objeto: Proyecto de factibilidad para la Industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A. de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. Medio. Encuestas a la población Riobambeña para nuestros posibles clientes, encuesta a los proveedores de Pallatanga, Babahoyo, San Juan, Calpi, Colta-Guamote por los productos que la empresa va a comercializar y la observación a la competencia. Fin: Dar inicio a las actividades de la empresa Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1 Población

Tomas (2009) menciona que

Es el conjunto de todos los individuos que cumplen ciertas propiedades de quienes deseamos estudiar ciertos datos. Podemos entender que una población abarca todo el conjunto de elementos de los cuales podemos obtener información, entendiendo que todos ellos han de poder ser identificados (p. 21).

Una población suele ser un gran número de seres al cual se va a profundizar un estudio mismo que arroja resultados ya sean positivos o negativos, siendo así un cuerpo total en materia de investigación.

La población que se estima para el proyecto es para toda la población de Riobamba, ya que la empresa oferta productos de consumo masivo para ello se enfoca en la población Riobambeña del último censo del 2010 que es de 156 723 personas y la tasa de crecimiento es de 1,72%, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), y aplicando la fórmula de la proyección $PF = PA * (TC + 1)^n$; donde PF= población futura, PA= población actual, TC= tasa de crecimiento; n= el tiempo, la población para el año 2018 es de 179 632 habitantes, quedando así nuestro Universo a estudiar.

3.3.2 Muestra

Para Franco (2014) “Representa una parte de la población objeto de estudio. De allí es importante asegurarse que los elementos de la muestra sean lo suficientemente representativos de la población que permita hacer generalizaciones.”

La muestra viene ser una parte proporcional de un todo; es decir se estudia una porción representativa de un conjunto de seres al cual se dirige nuestra investigación.

3.3.2.1 Muestreo Probabilístico

Hablaremos de nuestro probabilístico siempre que se cumplan dos condiciones:

- 1.- Todos los elementos de mi población tienen una probabilidad mayor de cero de ser seleccionados en la muestra.
- 2.- Conozco de forma precisa dicha probabilidad para cada elemento, lo que se conoce como probabilidad de inclusión.

El cumplimiento de ambos criterios es el que hace posible obtener resultados no sesgados cuando estudio la muestra. En ocasiones, estos resultados no sesgados requieren usar técnicas de ponderación (weighting), pero esta ponderación es posible precisamente

porque conozco qué probabilidad tengo de que cada individuo sea seleccionado en mi muestra. Las muestras generadas en estas condiciones se conocen también como muestras probabilísticas.

Ochoa (2015) menciona que:

La definición anterior nos lleva a concluir que sólo podemos hacer muestreo probabilístico si dispongo de un marco muestral. El censo de un país, el conjunto de direcciones de hogares en una población o la lista de clientes de una empresa, son ejemplos de marcos muestrales que hacen posible un muestreo probabilístico. En cada uno de estos casos, el universo a estudiar es diferente: habitantes de un país, hogares de una población y clientes de una empresa, respectivamente (p. 34).

La presente investigación se procede a la población Riobambeña, denominando así nuestra población objetivo, ya que ellos suelen adquirir los productos que se ofrece, no se puede estratificar más, puesto que el giro del negocio es la comercialización de productos de consumo masivo.

La aplicación de las encuestas se realizó en lugares de mayor afluencia de personas, es decir en los mercados, almacenes, supermercados de la ciudad. Esto debido al giro del negocio.

3.3.2.2 Cálculo de la Muestra

n = Tamaño de la muestra?

N = Universo

Z = Nivel de confianza 1.96 (confianza de un 95%)

E = Margen de error admisible 5% error estándar

P = Probabilidad a favor 0,5

Q = Probabilidad a favor 0,5

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 179\ 632}{0,05^2(179\ 632 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{172\ 518.5728}{450.0379}$$

$$n = 383,34$$

$$n = 383 \text{ individuos}$$

El presente proyecto contó con una población muestra de estudio de 383 personas a quienes se les realizó una encuesta que pueda determinar si la población acepta los productos que son ofrecidos por la empresa

3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Ramos (2008) Menciona que:

El término metodología está compuesto del vocablo método y el sustantivo griego logos que significa juicio, estudio. Metodología se puede definir como la descripción, el análisis y la valoración crítica de los métodos de investigación. La palabra método se deriva del griego meta: hacia, a lo largo; y todos que significa camino, por lo que podemos deducir que método significa el camino más adecuado para lograr un fin.

Inductivo-deductivo: es un principal método que se utilizó, ya que este método parte de lo particular a lo general obteniendo la información necesaria la cual nos respalde la información que se desea obtener para lograr enfocar en el problema que tiene la industria y dar la solución correcta.

3.4.1 Técnicas

Yapú (2013) dice que “Es un procedimiento o conjunto de reglas, normas o protocolos que tiene como objetivo obtener un resultado determinado y efectivo, ya sea en el campo de las ciencias, de la tecnología, del arte, del deporte, de la educación o en cualquier otra actividad”.

Para el proyecto se utilizó las encuestas a los clientes y los proveedores, puesto que son fuentes directas de información para la toma de decisiones por parte de la empresa.

3.5 RESULTADOS

La empresa para tener un conocimiento a profundidad acerca de sus clientes y proveedores aplicó el método de obtener la información directa a través de las encuestas, para los clientes se aplicó encuestas a 383 personas de la Ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo quienes son la muestra de nuestra clientela y también se aplicó a 30 proveedores según los tipos de productos que la empresa va a ofertar. Los resultados se interpretan a continuación:

3.5.1 Resultados de los Clientes

1) Ud. Que lugares frecuenta para realizar las compras de casa:

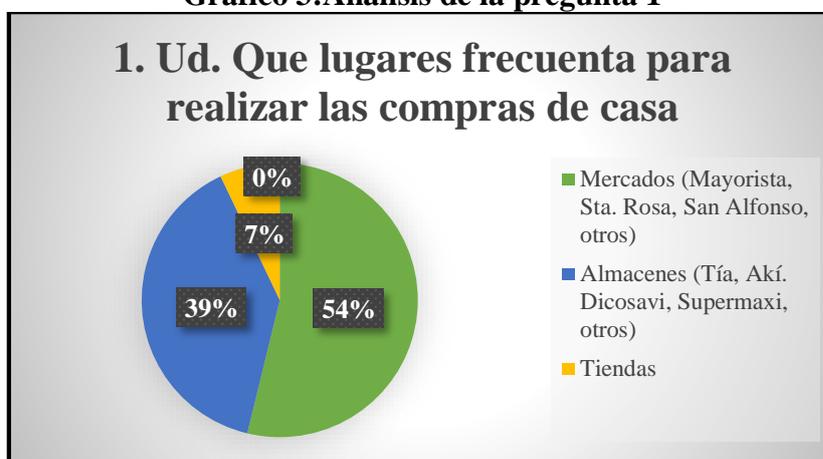
Tabla 6: Análisis de la pregunta 1

LUGARES	RESULTADOS	PORCENTAJES
Mercados (Mayorista, Sta. Rosa, San Alfonso, otros)	206	54%
Almacenes (Tía, Akí. Dicosavi, Supermaxi, otros)	150	39%
Tiendas	27	7%
Ninguna	0	0%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

Gráfico 3: Análisis de la pregunta 1



Fuente: Tabla 6

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El resultado de la encuesta se interpreta que el 70% de las personas realizan sus compras en los mercados de la ciudad, el 54% compra en almacenes y el 39% en tiendas. Siendo los mercados de mayor afluencia por las personas para realizar sus compras.

Este resultado afirma que es oportuno dar apertura a una empresa Alimenticia orientada a la línea de productos como carnes, verduras, vegetales, cereales y frutas.

2) ¿A través de qué medios publicitarios Ud. se ha enterado usted de la existencia de una nueva empresa?

Tabla 7: Análisis de la pregunta 2

MEDIOS PUBLICITARIOS	RESULTADOS	PORCENTAJE
Publicidad a través de los medios de comunicación (Televisión y Radio)	235	61%
Vallas publicitarias	35	9%
Internet (Páginas web, redes sociales, etc.).	113	30%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

Gráfico 4: Análisis de la pregunta 2



Fuente: Tabla 7
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El resultado de la encuesta se interpreta que el 61% de las personas conocen de la existencia de una nueva empresa por medios publicitarios en la televisión y radio, el 30% por internet y el 9% a través de vallas publicitarias.

Este resultado afirma que para dar a conocer sobre la apertura de la Empresa Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A. es necesario realizar publicidad en mayor tiempo a través de televisión y radio, seguido de la utilización del internet y vallas publicitarias.

3) ¿Qué servicios adicionales le gustaría que la empresa le ofrezca a Ud.?

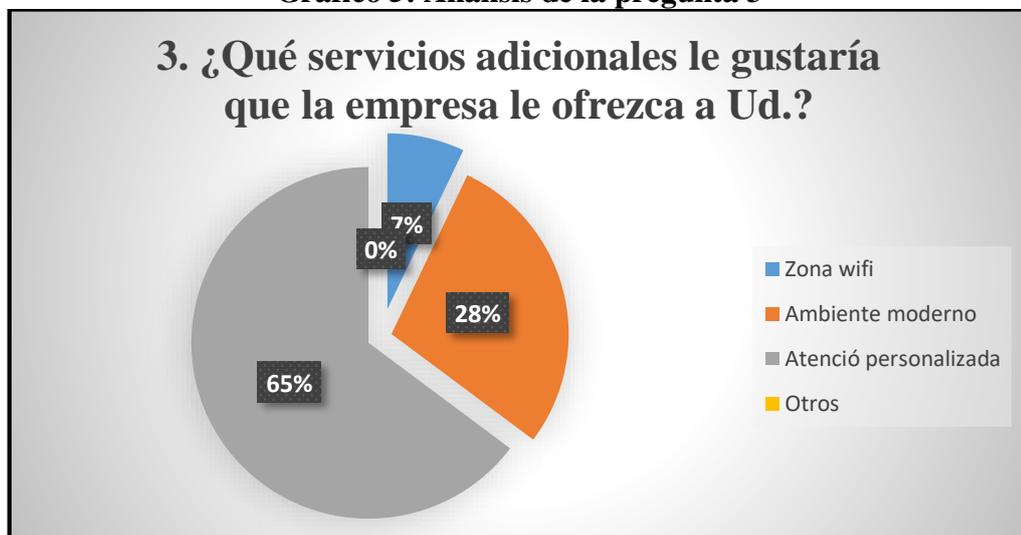
Tabla 8: Análisis de la pregunta 3

SERVICIOS ADICIONALES	RESULTADOS	PORCENTAJE
Zona wifi	27	7%
Ambiente moderno	108	28%
Atención personalizada	248	65%
Otros	0	0%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

Gráfico 5: Análisis de la pregunta 3



Fuente: Tabla 8

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El resultado de la encuesta se interpreta que el 65% de las personas cuando va a comprar necesita atención personalizada al momento de tomar una decisión, el 28% busca un ambiente moderno y el 7% necesita de internet.

Este resultado afirma que la Empresa Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A debe de implementar servicios adicionales para mejor satisfacción del cliente.

4) ¿Qué tipo de productos prefiere y con qué frecuencia de tiempo lo compra?

Tabla 9: Análisis de la pregunta 4

PRODUCTOS	RESULTADOS	PORCENTAJE
Cuy (1 lb) Diario	0	0%
Cuy (1 lb) Semanal	19	5%
Cuy (1 lb) Quincenal	50	13%
Cuy (1 lb) Ocasional	20	5%
Conejo (1lb) Diario	0	0%
Conejo (1lb) Semanal	20	5%
Conejo (1lb) Quincenal	6	2%
Conejo (1lb) Ocasional	4	1%
Cereales (trigo, cebada) (1lb) Diario	0	0%
Cereales (trigo, cebada) (1lb) Semanal	5	1%
Cereales (trigo, cebada) (1lb) Quincenal	6	2%
Cereales (trigo, cebada) (1lb) Ocasional	10	3%
Legumbres (Habas, Chocho) (1lb) Diario	3	1%
Legumbres (Habas, Chocho) (1lb) Semanal	60	16%
Legumbres (Habas, Chocho) (1lb) Quincenal	7	2%
Legumbres (Habas, Chocho) (1lb) Ocasional	0	0%
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb) Diario	4	1%
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb) Semanal	60	16%
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb) Quincenal	7	2%
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb) Ocasional	0	0%
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Mandarina) (1lb) Diario	2	1%
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Mandarina) (1lb) Semanal	60	16%
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Mandarina) (1lb) Quincenal	40	10%
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Mandarina) (1lb) Ocasional	0	0%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

5) ¿Cuál es el precio que pagaría Ud. ¿Por su Producto?

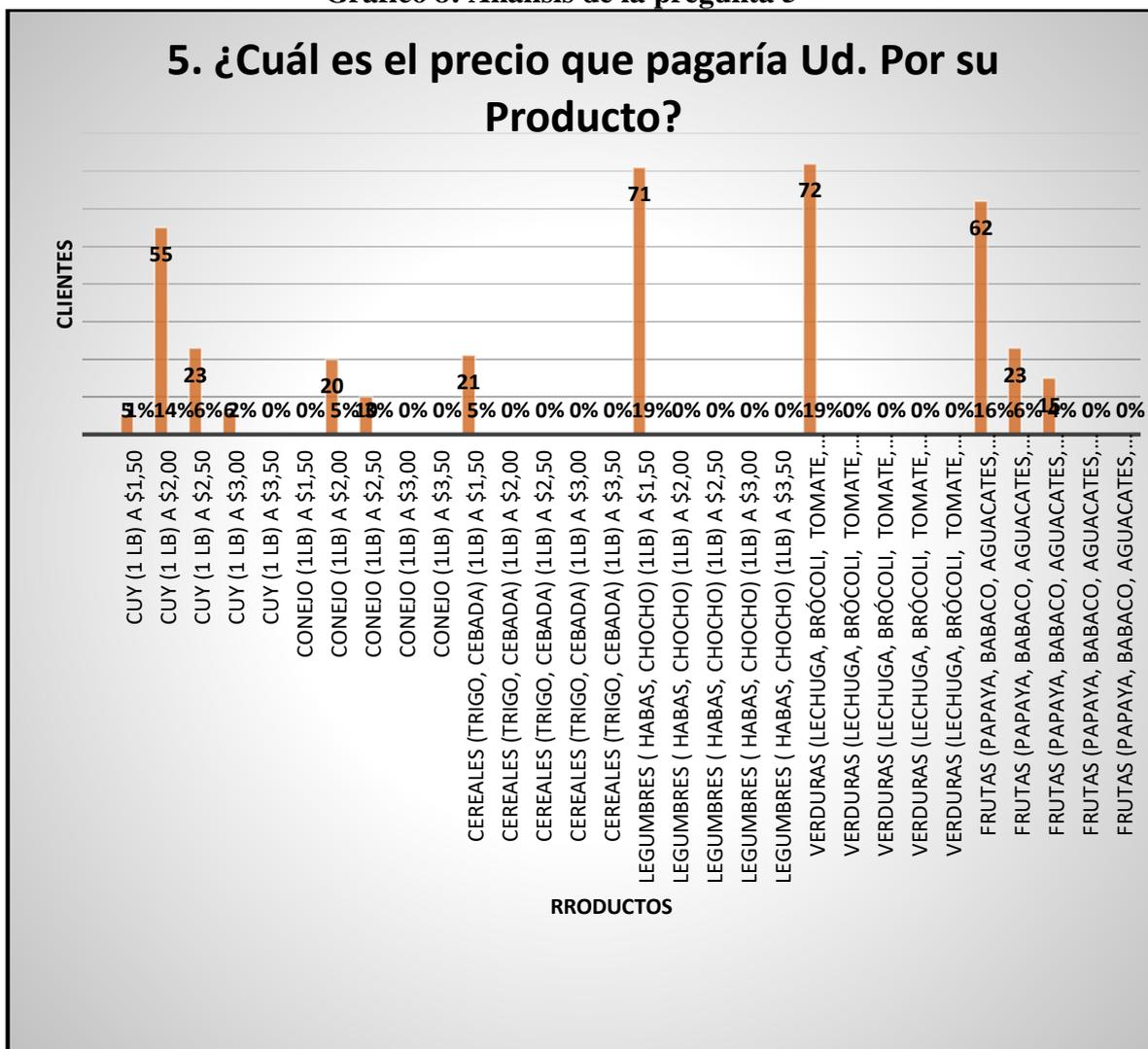
Gráfico 7: Análisis de la pregunta 5

PRODUCTO	RESULTADOS	PORCENTAJE
Cuy (1 lb) a \$1,50	5	1%
Cuy (1 lb) a \$2,00	55	14%
Cuy (1 lb) a \$2,50	23	6%
Cuy (1 lb) a \$3,00	6	2%
Cuy (1 lb) a \$3,50	0	0%
Conejo (1lb) a \$1,50	0	0%
Conejo (1lb) a \$2,00	20	5%
Conejo (1lb) a \$2,50	10	3%
Conejo (1lb) a \$3,00	0	0%
Conejo (1lb) a \$3,50	0	0%
Cereales (trigo, cebada) (1lb) a \$1,50	21	5%
Cereales (trigo, cebada) (1lb) a \$2,00	0	0%
Cereales (trigo, cebada) (1lb) a \$2,50	0	0%
Cereales (trigo, cebada) (1lb) a \$3,00	0	0%
Cereales (trigo, cebada) (1lb) a \$3,50	0	0%
Legumbres (Habas, Chocho) (1lb) a \$1,50	71	19%
Legumbres (Habas, Chocho) (1lb) a \$2,00	0	0%
Legumbres (Habas, Chocho) (1lb) a \$2,50	0	0%
Legumbres (Habas, Chocho) (1lb) a \$3,00	0	0%
Legumbres (Habas, Chocho) (1lb) a \$3,50	0	0%
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb) a \$1,50	72	19%
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb) a \$2,00	0	0%
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb) a \$2,50	0	0%
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb) a \$3,00	0	0%
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb) a \$3,50	0	0%
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Mandarina) (1lb) a \$1,50	62	16%
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Mandarina) (1lb) a \$2,00	23	6%
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Mandarina) (1lb) a \$2,50	15	4%
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Mandarina) (1lb) a \$3,00	0	0%
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Mandarina) (1lb) a \$3,50	0	0%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

Gráfico 8: Análisis de la pregunta 5



Fuente: Tabla 10
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El resultado de la encuesta se interpreta que el 100% de los compradores están dispuestos a pagar de entre USD 1,50 a USD 2,50 por los productos ofertados como las legumbres, verduras, frutas, tiene una mayor salida seguida de la carne de cuy y de conejo, así como también de los cereales.

Este resultado afirma que el precio a analizarse para la venta al público de los productos está entre USD 1,50 a USD 2,50.

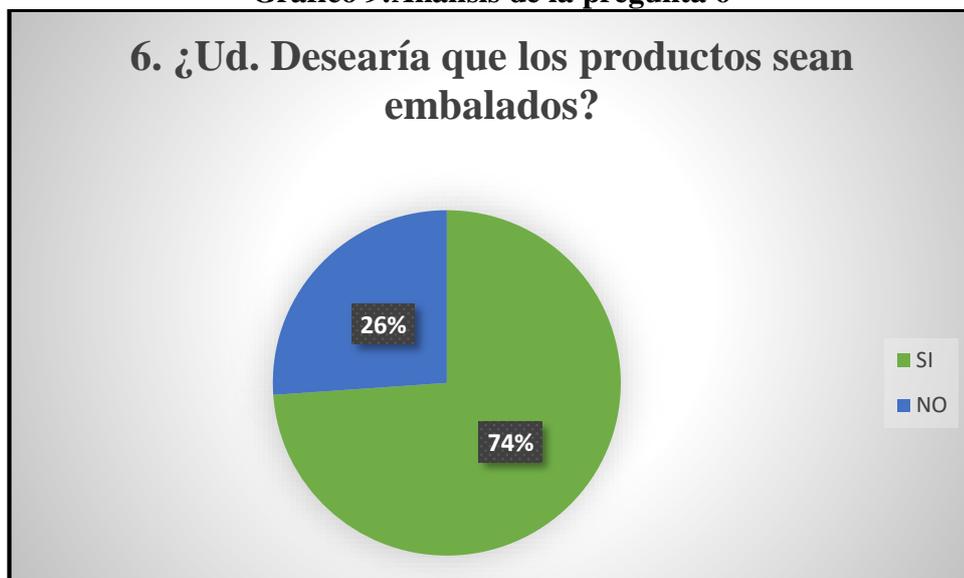
6) Ud. Desearía que los productos sean embalados

Tabla 10: Análisis de la pregunta 6

PRODUCTOS EMBALADOS	RESULTADOS	PORCENTAJE
SI	283	74%
NO	100	26%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

Gráfico 9: Análisis de la pregunta 6



Fuente: Tabla 11
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El resultado de la encuesta se interpreta que el 74% de los compradores prefieren productos embalados, mientras que el 26% prefieren productos no embalados.

Este resultado afirma que los productos a venderse deben de ser de acuerdo con el gusto y preferencia del consumidor, aunque en su mayoría prefieren productos embalados porque afirman que se conservan frescos y libre de contaminaciones

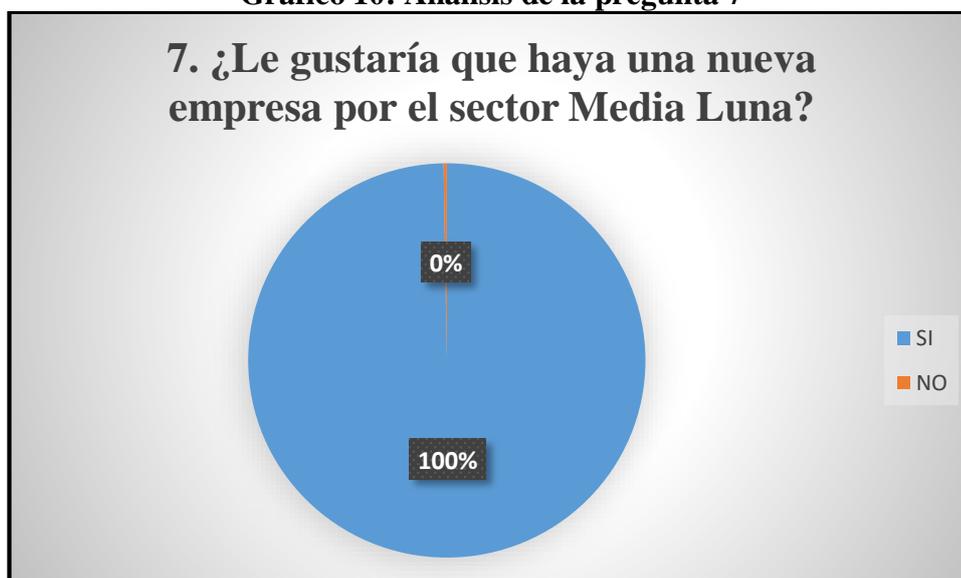
7) ¿Le gustaría que haya una nueva empresa por el sector Media Luna?

Tabla 11: Análisis de la pregunta 7

NUEVA EMPRESA EN EL SECTOR MEDIA LUNA	RESULTADOS	PORCENTAJES
SI	382	100%
NO	1	0%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

Gráfico 10: Análisis de la pregunta 7



Fuente: Tabla 12
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El resultado de la encuesta se interpreta que el 100% de la ciudadanía riobambeña está de acuerdo que exista una empresa alimenticia con la variedad de productos antes mencionados ya que afirman sirve para satisfacer las necesidades de la población además de dinamizar la economía del sector Media Luna y por ende de la ciudad de Riobamba.

3.5.2 Resultado de los Proveedores

Se aplicó a los pequeños productores de San Juan, Calpi, Colta-Guamote, Pallatanga, Babahoyo, ya que en estos lugares existen mayor producción de los productos que la empresa necesita, se tomó a 5 productores en cada área como son; cuyes, conejos,

verduras, legumbres cereales y frutas. Haciendo un análisis de 30 proveedores para los productos que la empresa va a comercializar.

3.5.2.1 Cárnicos

1. Ud. ¿Qué lugares frecuenta para vender sus productos?

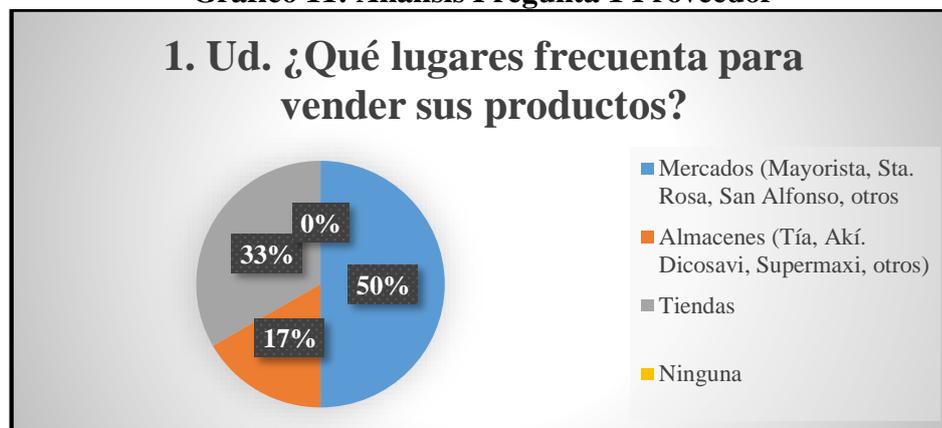
Tabla 12: Análisis Pregunta 1 Proveedor

VENTA DE PRODUCTOS	RESULTADOS	PORCENTAJE
Mercados (Mayorista, Sta. Rosa, San Alfonso, otros)	15	50%
Almacenes (Tía, Akí. Dicosavi, Supermaxi, otros)	5	17%
Tiendas	10	33%
Ninguna	0	0%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

Gráfico 11: Análisis Pregunta 1 Proveedor



Fuente: Tabla 13

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El resultado de la encuesta se interpreta que el 50% de los proveedores expanden sus productos a los mercados, el 33% a las tiendas y el 17% a los almacenes de la ciudad de Riobamba.

Este resultado afirma que es conveniente trabajar con estos proveedores ya que será más fácil adquirir los productos para la venta al público.

2. Ud. como Transporta sus productos al lugar de comercio

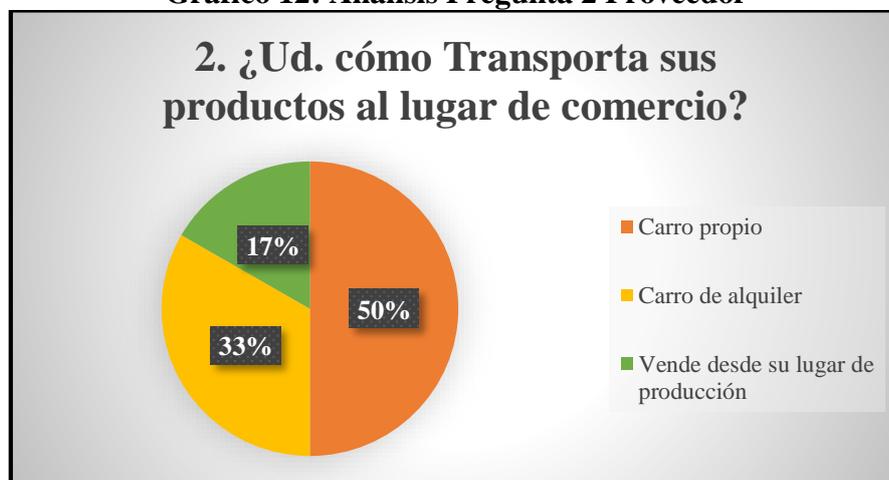
Tabla 13: Análisis Pregunta 2 Proveedor

TRANSPORTE DE PRODUCTOS	RESULTADOS	PORCENTAJE
Carro propio	15	50%
Carro de alquiler	10	33%
Vende desde su lugar de producción	5	17%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

Gráfico 12: Análisis Pregunta 2 Proveedor



Fuente: Tabla 14

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El resultado de la encuesta se interpreta que el 50% de los proveedores trabajan con carros propios, el 33% trabajan con alquiler de carros para transportar los productos y un 17% vende desde su lugar de producción.

3. Ud. ¿Qué tipos de productos vende y con qué frecuencia de tiempo?

Tabla 14 : Análisis Pregunta 3 Proveedor

TIPO DE PRODUCTOS QUE VENDEN	RESULTADOS	PORCENTAJE
Cuy(1u) Diario	0	0%
Cuy(1u) Semanal	3	10%
Cuy(1u) Quincenal	2	7%
Cuy(1u) Ocasional	0	0%
Conejo(1u) Diario	1	3%
Conejo(1u) Semanal	3	10%
Conejo(1u) Quincenal	1	3%
Conejo(1u) Ocasional	0	0%
Cereales (trigo, cebada) (1lb) Diario	0	0%
Cereales (trigo, cebada) (1lb) Semanal	1	3%
Cereales (trigo, cebada) (1lb) Quincenal	3	10%
Cereales (trigo, cebada) (1lb) Ocasional	1	3%
Legumbres (Habas, Choclo) (1lb)Diario	1	3%
Legumbres (Habas, Choclo) (1lb) Semanal	4	13%
Legumbres (Habas, Choclo) (1lb) Quincenal	0	0%
Legumbres (Habas, Choclo) (1lb) Ocasional	0	0%
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb) Diario	1	3%
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb) Semanal	4	13%
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb) Quincenal	0	0%
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb) Ocasional	0	0%
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Mandarina) (1lb) Diario	2	7%
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Mandarina) (1lb) Semanal	3	10%
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Mandarina) (1lb) Quincenal	0	0%
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Mandarina) (1lb) Ocasional	0	0%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

Gráfico 13: Análisis Pregunta 3 Proveedor



Fuente: Tabla 15
 Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El resultado de la encuesta se interpreta que el 13% venden en su mayoría verduras y legumbres semanalmente, seguido de un 10% entre las carnes de cuy, conejo, frutas y cereales a la semana

Este resultado afirma es conveniente trabajar con esta línea de productos tanto por la demanda de los compradores como por la facilidad de adquirirlos.

4. ¿Cuál es el precio que le pagan a Ud. por su Producto?

Tabla 15 Análisis Pregunta 4 Proveedor

PRECIO DEL PRODUCTO	RESULTADOS	PORCENTAJES
Cuy(1u) de \$3 a \$5	3	10%
Cuy(1u) de \$6 a \$8	2	7%
Conejo(1u) de \$3 a \$5	1	3%
Conejo(1u) de \$6 a \$8	4	13%
Trigo(1qq) de \$31 a \$40	1	3%
Trigo(1qq) de \$41 a \$100	1	3%
Cebada(1qq) de \$31 a \$40	1	3%
Cebada(1qq) de \$41 a \$100	2	7%
Choclo(1qq) de \$12 a \$14	1	3%
Choclo(1qq) de \$15 a \$20	1	3%
Habas(1qq) de \$3 a \$5	1	3%
Habas(1qq) de \$6 a \$8	1	3%
Habas(1qq) de \$9 a \$11	1	3%
Lechuga(1qq) de \$6 a \$8	1	3%
Brócoli(1qq) de \$3 a \$5	1	3%
Brócoli(1qq) de \$6 a \$8	1	3%
Pimiento(1caja) de \$6 a \$8	1	3%
Tomate(1caja) de \$9 a \$11	1	3%
Papaya(1caja) de \$9 a \$11	1	3%
Babaco(1caja) de \$12 a \$15	1	3%
Aguacate(1caja) de \$12 a \$14	1	3%
Naranja(1caja) de \$12 a \$14	1	3%
Naranja(1qq) y Mandarina (1qq) de \$6 a \$8	1	3%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

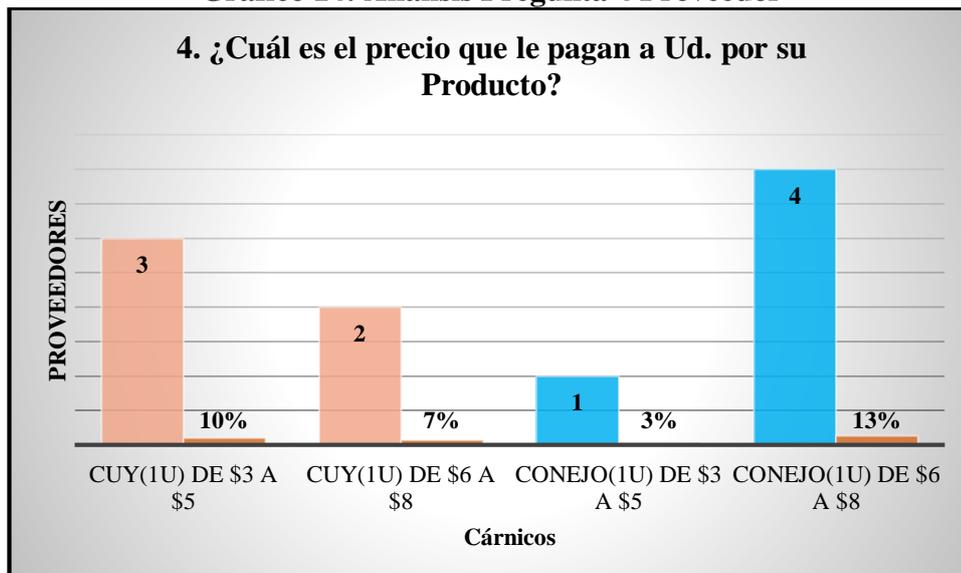
ANÁLISIS:

El resultado de la encuesta se interpreta que el precio del proveedor por cada producto es el 35% de entre USD 6,00 a USD 8,00 de los productos que se analiza.

Este resultado afirma que la Empresa Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A. debe de trabajar con estos proveedores debido a los precios de comercialización de los mismos.

Para mayor percepción se analizan los productos por cárnicos, cereales, legumbres, verduras y frutas, según los proveedores.

Gráfico 14: Análisis Pregunta 4 Proveedor



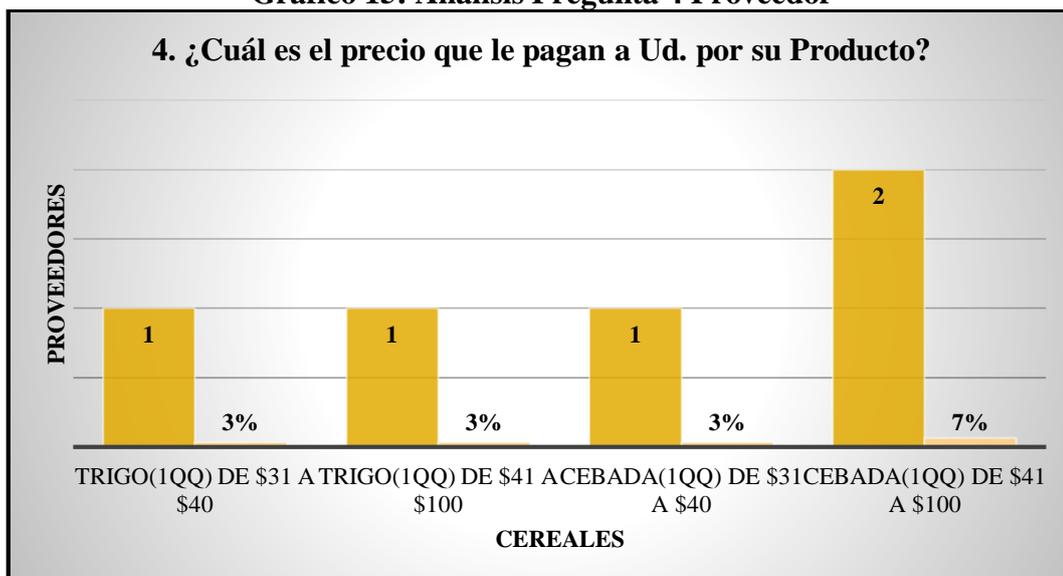
Fuente: Tabla 16

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El resultado refleja que la carne de cuy es vendida por los productores de \$3 a \$5 en un 10% y un 7% de \$6 a \$8, y en carne de cuy por unidad y un 13% representa el valor de \$6 a \$8 por cada unidad, estas encuestas se aplicaron a las parroquias Calpi y San Juan debido a la gran producción de estos productos.

Gráfico 15: Análisis Pregunta 4 Proveedor

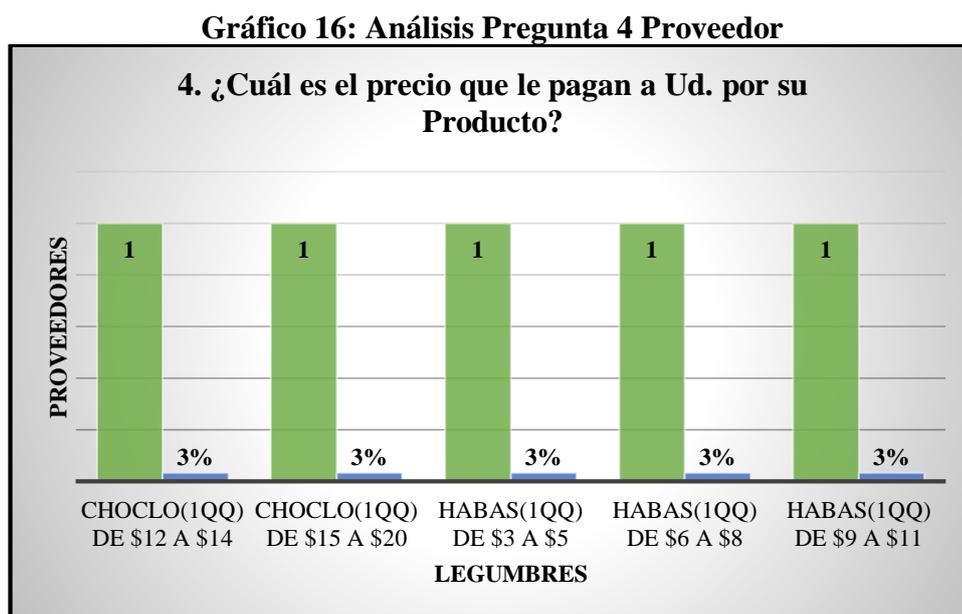


Fuente: Tabla 16

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El resultado refleja a los cereales como el trigo por los dos proveedores, ya que los productores lo venden de acuerdo al mercado que por lo general está entre los \$31 a \$100, mientras que dos proveedores venden la cebada entre \$41 a \$100 representando un 7%, estas encuestas se aplicaron a las parroquias Colta-Guamote, Calpi debido a la gran producción de estos productos.



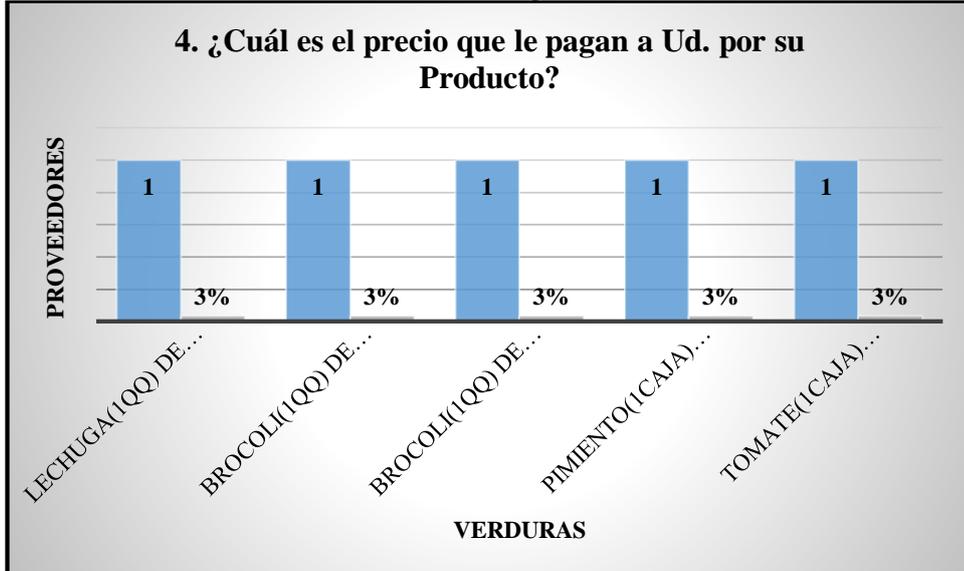
Fuente: Tabla 16

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El resultado refleja a las legumbres, el choclo tiene una variedad de precios de acuerdo a cada productor el más conveniente para la empresa es de \$12 a \$14 el quintal de choclo mientras que las habas están en un precio que más discrepa desde los \$3 a los \$11 y se hace más favorable para nuestra empresa, estas encuestas se aplicaron a las parroquias Colta-Guamote, Calpi, San Juan debido a la gran producción de estos productos.

Gráfico 17: Análisis Pregunta 4 Proveedor

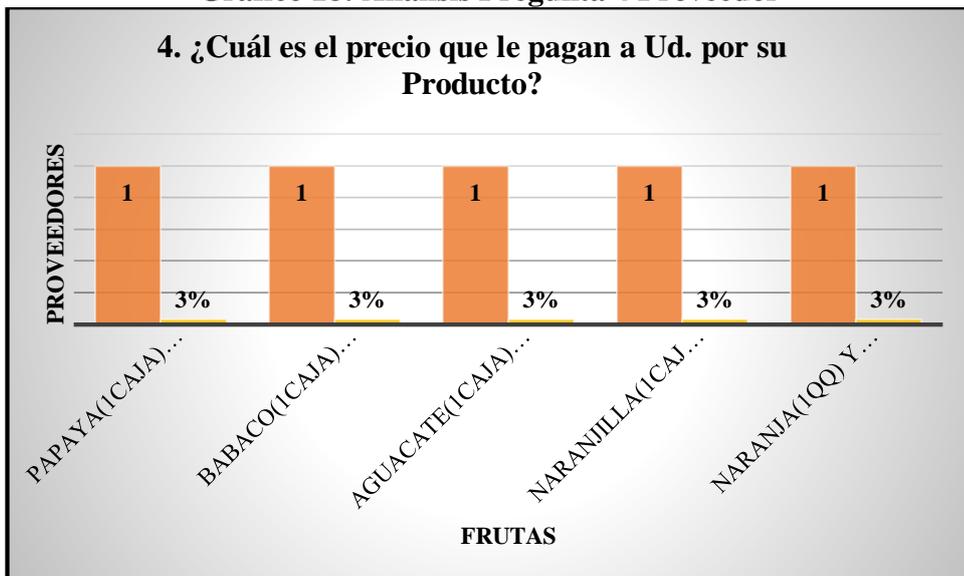


Fuente: Tabla 16
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El resultado refleja a las verduras, entre la lechuga, brócoli, pimiento y tomate entre los precios de \$ 3 a \$15 esto se debe a la alta competencia entre los productores y se hace más favorable para nuestra empresa, estas encuestas se aplicaron a las parroquias Colta-Guamote, San Juan en lechuga y brócoli y en Pallatanga los tomates y pimientos debido a la gran producción que existe en estos lugares

Gráfico 18: Análisis Pregunta 4 Proveedor



Fuente: Tabla 16
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El resultado refleja a las frutas, como la papaya, Babaco, aguacate, naranjilla, naranja y mandarina estando de un precio entre \$6 a \$15 según cada y a su vez se hace más favorable para nuestra empresa, estas encuestas se aplicaron Pallatanga y Babahoyo debido a la gran producción de estos productos.

5. Ud. ¿Vendería sus productos a una empresa privada mediante contrato o convenio?

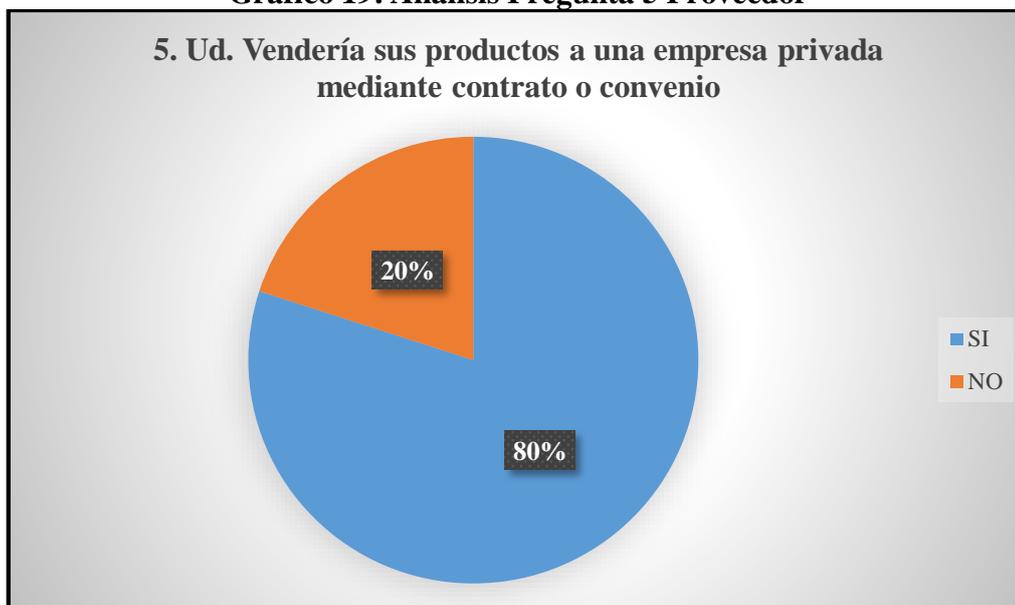
Tabla 16. Análisis Pregunta 5 Proveedor

TIPO DE VENTA	RESULTADOS	PORCENTAJES
SI	24	80%
NO	6	20%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

Gráfico 19: Análisis Pregunta 5 Proveedor



Fuente: Tabla 16

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El resultado de la encuesta se interpreta que el 80% de los proveedores si vendería sus productos a una empresa privada mediante contrato o convenio, mientras que el otro 20% no desean trabajar de esta manera.

3.6 VERIFICACIÓN DE IDEA A DEFENDER

Mediante los resultados de las encuestas se conoce que las verduras, legumbres, frutas y cárnicos son los nichos de mercados a ser explotados debido a la demanda, oportunidad que la empresa va aprovechar utilizando los recursos de manera eficiente y eficaz.

La investigación ha permitido obtener información clave por lo que se buscará comercializar los productos, como Legumbres (habas, choclo); Verduras (lechuga, brócoli, tomate, pimiento); Frutas (papaya, babaco, aguacates, naranjilla, naranja, mandarina); Cárnicos (cuy, conejo) y Cereales (trigo, cebada). Los productos tendrán la variedad que los clientes buscan.

Además, los resultados que mostró la investigación fue muy favorable, debido a que la empresa brindará una atención personalizada a los clientes y los productos serán empaquetados y sellados con el respectivo registro sanitario y estándares de calidad. También contará con los productos frescos y listos para el consumo por el hecho que proveedores han optado en que, si desean firmar convenios para proveer materia prima a la empresa, esto ayudará a que la empresa tenga su bodega de productos en constante rotación. Beneficiando a los dueños de la empresa generando rentabilidad y a los clientes satisfaciendo sus necesidades.

De igual manera permitirá ser pioneros en este mercado debido que no tiene alta competencia por el sector la Media, y esto conlleva a que en un futuro permitirá comercializar a nivel nacional.

CAPÍTULO IV MARCO PROPOSITIVO

4.2 TÍTULO

Proyecto de Factibilidad para la Industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A. de la Ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo.

4.3 CONTENIDO DE LA PROPUESTA

4.3.1 Situación Actual de la Empresa

En el cantón Riobamba perteneciente a la provincia de Chimborazo, en donde se desarrolla un alto nivel de comercio por encontrarse en la zona centro del país y la mayoría de sus habitantes se dedican a micro emprendimientos por lo tanto dinamiza el comercio de la ciudad. En referencia al fomento de micro emprendimiento las empresas de comercialización de productos como las verduras, legumbres, cárnicos, cereales, frutas continúan representando una clara oportunidad de rentabilidad, más aún cuando se caracteriza por un estilo que hace la diferencia.

La industria ARYTASDIPROMAR decidió instalarse en la ciudad de Riobamba Parroquia Lizarzaburu sector Media Luna, debido a la inexistencia de empresas dedicadas a este tipo de comercio incluso por la afluencia de personas que existen por dicho sector; es decir familias que se trasladan a la parte sur y centro histórico de la ciudad de Riobamba por adquirir los productos y esto a su vez congestiona las vías principales, la empresa propone un cambio para los habitantes de este sector dando las facilidades de comercializar los productos de consumo masivo, que permita que el comercio se genere en grandes proporciones por la ubicación de la empresa que se encuentran dentro del sector, por ende se podrá generar un movimiento económico mayor en comparación a otros sectores.

Al Analizar la competencia del sector podemos determinar que existen ciertos micro emprendimientos como son las tiendas que rodean al sector, mientras que por la parte sur y centro histórico tenemos Mercados (Mayorista, Sta. Rosa, San Alfonso, otros) y

Almacenes (Tía, Akí, Dicosavi, Supermaxi, otros) consideradas como franquías de alto nivel local, nacional e internacionalmente sin embargo la implementación de la empresa ARYTASDIPROMAR tendrá un ambiente de comodidad, moderno y acogedor en comparación a otras empresas y los productos tendrán un valor agregado y de buena calidad; por lo cual anhelamos ser los primeros en el mercado a pesar de competir con estas franquicias.

Los productos y servicios a ofrecer se dirigen a la población Riobambeña los cuales consideramos que serán nuestros clientes potenciales.

4.3.2 Justificación

Este proyecto se hizo con el fin de proporcionar productos con los más altos estándares de calidad manteniendo un estricto control de los procesos y procedimientos que se han realizado a lo largo de cada estudio realizado. Los procesos cuentan con tiempos y espacios amplios para que cada producto sea entregado en el momento adecuado garantizando la satisfacción de nuestros clientes.

Para iniciar las ventas y obtener mejores ingresos económicos, al mismo tiempo que se proporciona al consumidor un producto de buena calidad que le aporte los requerimientos nutricionales adecuados. La empresa Arytasdipromar S. A. es una propuesta innovadora y original con un servicio de calidad en un ambiente acogedor que permitirá que el cliente se sienta como en casa y a su vez adquirir productos de primera necesidad. Todos hemos sentido la necesidad de contar con un lugar que ofrezca un buen ambiente y a su vez productos que estén frescos y cuenten con normas de calidad.

Este negocio será liderado por un grupo de accionistas en la comercialización de productos, el proyecto está orientado a la población riobambeña que gusten de productos atractivos y accesibles mediante el concepto de la empresa Red Alimenticia y en un futuro ser una empresa competitiva en calidad y precio del producto, en la cual se mantendrá innovando tanto en presentaciones como en el servicio, para lograr permanecer en el gusto de los consumidores durante generaciones.

Además, la finalidad de la empresa Arytasdipromar pretende ofrecer los productos, mismos que serán abastecidos por los proveedores de Pallatanga y Babahoyo con respecto a las frutas, Calpi y San Juan en relación a los cárnicos; cuy y conejo; Colta-Guamote, San Juan y Calpi en verduras, legumbres y cereales. Para esto se realizará un convenio de abastecimiento de los productos con los proveedores que son ubicados en dichos lugares.

4.3.3 Beneficiarios

Propietario: La finalidad de los accionistas es dar inicio a las actividades de comercio y expandir el negocio para obtener mayor rentabilidad mayores ganancias por ende también serán beneficiados la familia de los accionistas que tendrá mayores ingresos obteniendo un beneficio económico.

Empleados: Contarán con un salario acorde a un salario básico tendrán todos los beneficios de ley y que les va a permitir tener un ingreso constante la cual les permitirá la subsistencia de sus familias.

Proveedores: Que su cartera va hacer mucha más amplia debido a que la empresa Arytasdipromar S. A. puesto que trabajaremos netamente con ellos y uno de nuestros principales convenios serán con los productores directos que se encuentran ubicados en Calpi, San Juan, Colta-Guamote, Pallatanga y Babahoyo, nuestra finalidad es dar a conocer los productos principales de las zonas productores.

Comunidad: Al implementar un micro emprendimiento en el sector permitirá un mayor movimiento comercial por lo cual dinamiza el comercio del mismo.

4.3.4 Objetivos y Metas

4.3.4.1 Objetivo General

Implementar una Industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A. de la Ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo en el sector la Media Luna.

4.2.4.1.1 Objetivos Específicos

- ❖ Proporcionar un ambiente laboral adecuado para el desempeño de los colaboradores.
- ❖ Buscar rentabilidad constante, aumentando las ventas y disminuyendo los costos.
- ❖ Proveer y mantener las características de los productos, efectuando los controles necesarios durante los procesos.

4.3.5 Metas

- ❖ Retener y mantener al personal con estabilidad económica y consolidar el funcionamiento y las actividades de la industria en 2 años.
- ❖ Posicionar los productos en el mercado, de calidad y a los mejores precios accesibles para los consumidores y aumentar la rentabilidad y ganancias en al menos 5 años.
- ❖ Controlar constantemente el proceso de cada uno de los productos y a la vez cubrir el 5% de la demanda insatisfecha, garantizando la calidad de los mismos con tratamiento e higiene adecuada.

4.4 ESTUDIO DE MERCADO

4.4.1 Objetivo

Determinar la demanda insatisfecha para poder cubrir un 5% del mercado, satisfaciendo las necesidades del consumidor minimizando costo e incrementando la rentabilidad para el negocio.

4.4.2 Definición y características de los productos

Características de los servicios de la empresa

- Ambiente moderno y jovial.
- Infraestructura que permita brindar confort a nuestros clientes.
- Adecuada atención al cliente (contar con personal capacitado).
- Brindar seguridad a nuestros clientes. (Cámara de vigilancia).

- Servicio de internet inalámbrico (Wifi)
- Contar con los materiales necesarios para brindar un servicio de calidad.

Tabla 17: Características de los productos de la empresa

PRODUCTOS	CARACTERÍSTICAS
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Cuy (1 lb) ✚ Conejo (1lb) ✚ Cereales (trigo, cebada) (1lb) ✚ Legumbres (Habas, Choclo) (1lb) ✚ Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb) ✚ Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Mandarina) (1lb) 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Productos frescos extraídos desde la naturaleza ✚ Mantener la calidad de los productos. ✚ Las presentaciones de los productos cárnicos serán empacadas al vacío con sello y etiqueta; vegetales, verduras y frutas en mallas plásticas y los cereales en fundas de polietileno. ✚ Precios accesibles; buena presentación de los productos

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

4.4.3 Determinación de la Demanda Actual

Mediante la estimación se pudo obtener una demanda potencial o actual de 179632 cantidades de producto según las encuestas, cárnicos: cuy 41315, conejo 14371, cereales: trigo y cebada 8982, legumbres: habas y choclo 32334, verduras: lechuga, brócoli, tomate y pimiento 34130, frutas: papaya, babaco, aguacates, naranjilla, naranja y mandarina 48500 ; estos resultados van de la suma de los productos que se demanda según su tiempo, a través de estos resultados podemos definir que existe una gran cantidad de productos demandados como lo demuestran las siguientes tablas.

Tabla 18 Determinación de la Demanda (Encuestas)

Producto	Diario	Semanal	Quincenal	Ocasional	Total	Porcentaje
Cuy (1 lb)		19	50	20	89	23%
Porcentaje		21%	56%	22%		
Conejo (1lb)		20	6	4	30	8%
Porcentaje		67%	20%	13%		
Cereales (trigo, cebada) (1lb)		5	6	10	21	5%
Porcentaje		24%	29%	48%		

Producto	Diario	Semanal	Quincenal	Ocasional	Total	Porcentaje
Legumbres (Habas, Choclo) (1lb)	3	60	7		70	18%
Porcentaje	4%	86%	10%			
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb)	4	60	7		71	19%
Porcentaje	6%	85%	10%			
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Mandarina) (1lb)	2	60	40		102	27%
Porcentaje	2%	59%	39%			
TOTAL					383	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

Tabla 19: Determinación de la Demanda Actual

RESULTADOS DE ENCUESTAS					
Producto	Diario (288 días)	Semanal	Quincenal (2 veces)	Ocasional (1 vez)	Total
Cuy (1 lb)		8820	23211	9284	41315
Porcentaje		21%	56%	22%	
Conejo (1lb)		9581	2874	1916	14371
Porcentaje		67%	20%	13%	
Cereales (trigo, cebada) (1lb)		2139	2566	4277	8982
Porcentaje		24%	29%	48%	
Legumbres (Habas, Choclo) (1lb)	1386	27715	3233		32334
Porcentaje	4%	86%	10%		
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb)	1923	28842	3365		34130
Porcentaje	6%	85%	10%		

RESULTADOS DE ENCUESTAS					
Producto	Diario (288 días)	Semanal	Quincenal (2 veces)	Ocasional (1 vez)	Total
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Mandarina) (1lb)	951	28529	19020		48500
Porcentaje	2%	59%	39%		
TOTAL					179632

Fuente: Tabla 18

Elaborado por: La Autora

Estos datos son los que surgen de la encuesta según la población objetivo La tabla indica las cantidades demandadas diario, es decir, los 1386 multiplicados por 6 días laborales y por las 4 semanas, teniendo un resultado en el mes de \$33.258 de las legumbres. De la misma manera multiplicamos los siguientes valores $8820 \times 4 = 35280$ mensual, en lo que se refiere a la carne de cuy; en el quincenal $2874 \times 2 = 5748$ en lo que se refiere a la carne de conejo; y ocasionalmente $4277 \times 1 = 4277$ en lo que se refiere a los cereales, estas cantidades demandadas son mensuales como se evidencia en la tabla 20 a estos valores lo multiplicamos por los doce meses del año para tener las cantidades anuales como lo muestra la tabla 21.

Tabla 20: Determinación de la Demanda Mensual

MENSUAL					
Producto	Diario (288 días)	Semanal	Quincenal (2 veces)	Ocasional (1 vez)	Total
Cuy (1 lb)		35280	46421	9284	90986
Conejo (1lb)		38323	5748	1916	45987
Cereales (trigo, cebada) (1lb)		8554	5133	4277	17964
Legumbres (Habas, Choclo) (1lb)	33258	110859	6467		117326
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb)	46148	115369	6730		122099
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Mandarina) (1lb)	22824	114118	38039		152157
TOTAL					546519

Fuente: Tabla 19

Elaborado por: La Autora

Tabla 21: Determinación de la Demanda Anual

ANUAL					
Producto	Diario (288 días)	Semanal	Quincenal (2 veces)	Ocasional (1 vez)	Total
Cuy (1 lb)		423363	557056	111411	1091830
Conejo (1lb)		459872	68981	22994	551846
Cereales (trigo, cebada) (1lb)		102651	61591	51326	215568
Legumbres (Habas, Choclo) (1lb)	399094	1330313	77602		1407915
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb)	553771	1384428	80758		1465186
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranjilla, Naranja, Mandarina) (1lb)	273882	1369412	456471		1825882
TOTAL					6558228

Fuente: Tabla 20

Elaborado por: La Autora

4.4.4 Determinación de la Oferta Actual**Tabla 22: Determinación de la Oferta**

Oferta	Diario	Mensual
Mercados (Mayorista, Sta. Rosa, San Alfonso, otros)	500	15000
Almacenes (Tía, Akí. Dicosavi, Supermaxi, otros)	300	9000
Tiendas	120	3600
TOTAL	920	27600

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

La oferta actual se da de acuerdo al resultado de las encuestas, para tener una visión más clara de las cantidades que ofrece la competencia se utilizó el método de observación a la competencia donde menciona lo siguiente: los mercados reciben aproximadamente a 500 cantidades al día los 365 días de año y cubre mensualmente 15000 cantidades; los almacenes reciben aproximadamente unos 300 cantidades de igual manera trabajan los 365 días del año y abastecen 9000 cantidades mensuales mientras que las tiendas del sector la Media Luna cubren al diario 120 cantidades y mensualmente cubre 3600 cantidades de igual manera trabajan los 365 días del año ya que son tiendas insertadas en

sus propias casas. Para tener la oferta anual se multiplico por los doce meses del año como muestra la siguiente tabla.

Tabla 23: Determinación de la Oferta Anual

OFERTA ANUAL			
Oferta	Diario	Mensual	Anual
Mercados (Mayorista, Sta. Rosa, San Alfonso, otros)	500	15000	180000
Almacenes (Tía, Akí. Dicosavi, Supermaxi, otros)	300	9000	108000
Tiendas	120	3600	43200
TOTAL	920	27600	331200

Fuente: Tabla 22

Elaborado por: La Autora

4.4.5 Determinación de las Demanda Insatisfecha

Tabla 24: Determinación de la Demanda Insatisfecha

Demanda Insatisfecha		
Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
6558228	331200	6227028

Fuente: Tabla 21 y 23

Elaborado por: La Autora

Tabla 25: Escenario a Cubrir

Demanda Insatisfecha		
Demanda Insatisfecha	5% Error	Escenario Pesimista 5%
6227028	5915677	295784

Fuente: Tabla 24

Elaborado por: La Autora

La demanda insatisfecha es de 6227028 menos el porcentaje de error 5915677 de este valor seleccionamos un 5% del escenario pesimista para tener una demanda que se pueda cubrir que es de 295784 tipos de productos que se ofrecerá en el año 1. De igual manera se proyecta para los años de vida del proyecto de acuerdo la tasa de crecimiento de Riobamba que es de 1,72%.

Tabla 26 Demanda a Cubrir

DEMANDA A CUBRIR					
Años	Diario	Semanal	Quincenal	Ocasional	Total
1	1027	6162	12324	24649	295784
2	1045	6268	12536	25073	300871
3	1063	6376	12752	25504	306046
4	1081	6486	12971	25943	311310
5	1100	6597	13194	26389	316665

Fuente: Tabla 25

Elaborado por: La Autora

La demanda a cubrir por parte de la Industria Arytasdipromar S.A, se estima para los próximos cinco años las siguientes cantidades año 1: 295784, año 2: 300871, año 3: 306046, año 4: 311310 y finalmente el año 5: 316665.

Tabla 27: Demanda a Cubrir Año 1

AÑO 1						
Producto	Diario (288 días)	Semanal	Quincenal (2 veces)	Ocasional (1 vez)	Porcentaje	Total
Cuy (1 lb)		14673	38614	15446	23%	68733
Porcentaje		21%	56%	22%		
Conejo (1lb)		15446	4634	3089	8%	23168
Porcentaje		67%	20%	13%		
Cereales (trigo, cebada) (1lb)		3861	4634	7723	5%	16218
Porcentaje		24%	29%	48%		
Legumbres (Habas, Choclo) (1lb)	2317	46337	5406		18%	54060
Porcentaje	4%	86%	10%			
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb)	3089	46337	5406		19%	54832
Porcentaje	6%	85%	10%			
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Mandarina) (1lb)	1544.56	46336.89	30891.26		27%	78773
Porcentaje	2%	59%	39%			
TOTAL	6951	172991	89585	26258	100%	295784

Fuente: Tabla 26

Elaborado por: La Autora

Al primer año la empresa Arytasdipromar producirá 295784 tipos de productos, cárnicos: cuy 68733, conejo 23168, cereales: trigo y cebada 16218, legumbres: habas y choclo 54060, verduras: lechuga, brócoli, tomate y pimiento 54832, frutas: papaya, babaco, aguacates, naranjilla, naranja y mandarina 78773; en el año se comercializará 6951 tipos de productos al transcurso del día. Nuestra local cuenta con capacidad de 50 personas. Nos enfocamos en brindar nuestro servicio con productos y atender entre 22 a 30 personas por hora, para los próximos años se detallan en las siguientes tablas:

Tabla 28: Demanda a Cubrir Año 2

AÑO 2						
Producto	Diario (288 días)	Semanal	Quincenal (2 veces)	Ocasional (1 vez)	Porcentaje	Total
Cuy (1 lb)		14926	39278	15711	23%	69915
Porcentaje		21%	56%	22%		
Conejo (1lb)		15711	4713	3142	8%	23567
Porcentaje		67%	20%	13%		
Cereales (trigo, cebada) (1lb)		3928	4713	7856	5%	16497
Porcentaje		24%	29%	48%		
Legumbres (Habas, Choclo) (1lb)	2357	47134	5499		18%	54990
Porcentaje	4%	86%	10%		0%	0
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb)	3142	47134	5499		19%	55775
Porcentaje	6%	85%	10%			
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranjilla, Naranja, Mandarina) (1lb)	1571	47134	31423		27%	80128
Porcentaje	2%	59%	39%			
TOTAL	7070	175967	91126	26709	100%	300871

Fuente: Tabla 26

Elaborado por: La Autora

Tabla 29: Demanda a Cubrir Año 3

AÑO 3						
Producto	Diario (288 días)	Semanal	Quincenal (2 veces)	Ocasional (1 vez)	Porcentaje	Total
Cuy (1 lb)		15182	39954	15982	23%	71118
Porcentaje		21%	56%	22%		
Conejo (1lb)		15982	4794	3196	8%	23972
Porcentaje		67%	20%	13%		
Cereales (trigo, cebada) (1lb)		3995	4794	7991	5%	16781
Porcentaje		24%	29%	48%		
Legumbres (Habas, Choclo) (1lb)	2397	47945	5594		18%	55935
Porcentaje	4%	86%	10%			
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb)	3196	47945	5594		19%	56734
Porcentaje	6%	85%	10%			
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Mandarina) (1lb)	1598	47945	31963		27%	81506
Porcentaje	2%	59%	39%			
TOTAL	7192	178993	92693	27169	100%	306046

Fuente: Tabla 26

Elaborado por: La Autora

Tabla 30: Demanda a Cubrir Año 4

AÑO 4						
Producto	Diario (288 días)	Semanal	Quincenal (2 veces)	Ocasional (1 vez)	Porcentaje	Total
Cuy (1 lb)		15444	40641	16256	23%	72341
Porcentaje		21%	56%	22%		
Conejo (1lb)		16256	4877	3251	8%	24385
Porcentaje		67%	20%	13%		
Cereales (trigo, cebada) (1lb)		4064	4877	8128	5%	17069
Porcentaje		24%	29%	48%		
Legumbres (Habas, Choclo) (1lb)	2438	48769	5690		18%	56897
Porcentaje	4%	86%	10%			
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb)	3251	48769	5690		19%	57710
Porcentaje	6%	85%	10%			
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Mandarina) (1lb)	1626	48769	32513		27%	82908
Porcentaje	2%	59%	39%			
TOTAL	7315	182072	94287	27636	100%	311310

Fuente: Tabla 26

Elaborado por: La Autora

Tabla 31: Demanda a Cubrir Año 5

AÑO 5						
Producto	Diario (288 días)	Semanal	Quincenal (2 veces)	Ocasional (1 vez)	Porcentaje	Total
Cuy (1 lb)		15709	41340	16536	23%	73585
Porcentaje		21%	56%	22%		
Conejo (1lb)		16536	4961	3307	8%	24804
Porcentaje		67%	20%	13%		
Cereales (trigo, cebada) (1lb)		4134	4961	8268	5%	17363
Porcentaje		24%	29%	48%		
Legumbres (Habas, Choclo) (1lb)	2480	49608	5788		18%	57876
Porcentaje	4%	86%	10%			
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb)	3307	49608	5788		19%	58703
Porcentaje	6%	85%	10%			
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Mandarina) (1lb)	1654	49608	33072		27%	84334
Porcentaje	2%	59%	39%			
TOTAL	7441	185203	95909	28111	100%	316665

Fuente: Tabla 26

Elaborado por: La Autora

4.4.6 Determinación de Precios

Para poder comercializar los productos de la Industria Arytasdipromar S.A, determinamos el costo de producción de cada uno de los productos: cárnicos, cereales, legumbres, verduras y frutas, para llevar a cabo su transformación se estableció la materia

prima, más la mano de obra directa e indirecta y finalmente más los costos indirectos de fabricación.

Tabla 32 Análisis de Precios Mensual

Producto	Unidades en Libras	Costo Unitario	Costo Total Mensual	Costo Total Anual	% Rentabilidad	Precio Unitario	Venta Mensual	Venta Anual
CÁRNICOS								
Cuy	lb 5728	1,91	10925,59	131107,02	0,70	3,24	18573,50	222881,94
Conejo	lb 1931	0,77	1492,90	17914,82	0,70	1,31	2537,93	30455,20
CEREALES								
Trigo	lb 676	0,85	576,97	6923,60	0,70	1,45	980,84	11770,11
Cebada	lb 676	0,92	619,19	7430,25	0,70	1,56	1052,62	12631,43
LEGUMBRES								
Choco	lb 2253	0,66	1489,74	17876,83	0,70	1,12	2532,55	30390,61
Habas	lb 2253	0,72	1630,34	19564,02	0,70	1,23	2771,57	33258,83
VERDURAS								
Lechuga	lb 1142	0,72	817,25	9806,94	0,40	1,00	1144,14	13729,72
Brócoli	lb 1142	0,58	666,84	8002,06	0,40	0,82	933,57	11202,88
Pimiento	lb 1142	0,82	940,93	11291,14	0,40	1,15	1317,30	15807,60
Tomate	lb 1142	0,75	852,82	10233,86	0,40	1,05	1193,95	14327,40
FRUTAS								
Papaya	lb 1094	1,15	1259,73	15116,75	0,40	1,61	1763,62	21163,45
Babaco	lb 1094	0,80	876,99	10523,93	0,40	1,12	1227,79	14733,51
Aguacates	lb 1094	0,69	749,42	8993,02	0,40	0,96	1049,19	12590,22
Naranja	lb 1094	0,75	822,32	9867,83	0,40	1,05	1151,25	13814,96
Naranja	lb 1094	0,44	480,60	5767,15	0,40	0,62	672,83	8074,01
Mandarina	lb 1094	0,75	822,32	9867,83	0,40	1,05	1151,25	13814,96
TOTAL			25023,92	300287,05			40053,90	480646,84

Fuente: Estado de Costos

Elaborado por: La Autora

Una vez establecido la tabla de análisis de precios mensual se proyecta las ventas considerando un aumento del 1,12% de la inflación, dato tomando de la página del Banco Central ya sea para los precios o costos.

Tabla 33 Análisis de Precios Proyectados Año 1 y 2

PRODUCTOS	AÑO 1					AÑO 2					
	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	PRECIO VENTA	VENTAS	Inflación	0,0112	COSTO TOTAL	PRECIO DE VENTA	VENTAS	
CÁRNICOS											
Cuy	lb	68733	1,91	131107,02	3,24	222881,94	69915	1,93	134855,21	3,28	229253,85
Conejo	lb	23168	0,77	17914,82	1,31	30455,20	23567	0,78	18427,45	1,33	31326,67
CEREALES								0,00			
Trigo	lb	8109	0,85	6923,60	1,45	11770,11	8249	0,86	7121,58	1,47	12106,69
Cebada	lb	8109	0,92	7430,25	1,56	12631,43	8249	0,93	7642,73	1,58	12992,64
LEGUMBRES											
Choclo	lb	27030	0,66	17876,83	1,12	30390,61	27495	0,67	18388,03	1,14	31259,66
Habas	lb	27030	0,72	19564,02	1,23	33258,83	27495	0,73	20123,47	1,24	34209,90
VERDURAS											
Lechuga	lb	13708	0,72	9806,94	1,00	13729,72	13944	0,72	10087,33	1,01	14122,26
Brócoli	lb	13708	0,58	8002,06	0,82	11202,88	13944	0,59	8230,84	0,83	11523,18
Pimiento	lb	13708	0,82	11291,14	1,15	15807,60	13944	0,83	11613,96	1,17	16259,55
Tomate	lb	13708	0,75	10233,86	1,05	14327,40	13944	0,75	10526,45	1,06	14737,03
FRUTAS											
Papaya	lb	13122	1,15	15116,75	1,61	21163,45	13355	1,16	15556,90	1,63	21779,66
Babaco	lb	13122	0,80	10523,93	1,12	14733,51	13355	0,81	10830,36	1,14	15162,50
Aguacates	lb	13122	0,69	8993,02	0,96	12590,22	13355	0,69	9254,86	0,97	12956,81
Naranja	lb	13122	0,75	9867,83	1,05	13814,96	13355	0,76	10155,14	1,06	14217,20
Naranja	lb	13122	0,44	5767,15	0,62	8074,01	13355	0,44	5935,07	0,62	8309,10
Mandarina	lb	13122	0,75	9867,83	1,05	13814,96	13355	0,76	10155,14	1,06	14217,20
TOTAL			300287,05			480646,84			308904,53		494433,88

Fuente: Estado de Costos
Elaborado por: La Autora

Tabla 34 Análisis de Precios Proyectados Año 3 y 4

AÑO 3					AÑO 4				
	Inflación	0,0112				Inflación	0,0112		
UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	PRECIO DE VENTA	VENTAS	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	PRECIO DE VENTA	VENTAS
71118	1,95	138711,97	3,32	235810,36	72341	1,97	142677,66	3,35	242552,03
23972	0,79	18954,06	1,34	32221,91	24385	0,80	19496,55	1,36	33144,14
8391	0,87	7325,32	1,48	12453,04	8535	0,88	7534,49	1,50	12808,63
8391	0,94	7861,37	1,59	13364,33	8535	0,95	8085,85	1,61	13745,94
27968	0,68	18913,52	1,15	32152,98	28449	0,68	19454,28	1,16	33072,27
27968	0,74	20698,55	1,26	35187,53	28449	0,75	21290,34	1,27	36193,58
14184	0,73	10375,69	1,02	14525,97	14428	0,74	10672,39	1,04	14941,35
14184	0,60	8466,13	0,84	11852,58	14428	0,60	8708,23	0,85	12191,52
14184	0,84	11945,97	1,18	16724,36	14428	0,85	12287,57	1,19	17202,60
14184	0,76	10827,37	1,07	15158,32	14428	0,77	11136,98	1,08	15591,78
13584	1,18	16001,67	1,65	22402,34	13818	1,19	16459,22	1,67	23042,91
13584	0,82	11140,00	1,15	15596,00	13818	0,83	11458,53	1,16	16041,94
13584	0,70	9519,46	0,98	13327,24	13818	0,71	9791,66	0,99	13708,32
13584	0,77	10445,48	1,08	14623,67	13818	0,78	10744,16	1,09	15041,82
13584	0,45	6104,75	0,63	8546,65	13818	0,45	6279,31	0,64	8791,04
13584	0,77	10445,48	1,08	14623,67	13818	0,78	10744,16	1,09	15041,82
		317736,79		508570,94			326821,38		523111,68

Fuente: Estado de Costos
Elaborado por: La Autora

Tabla 35 Análisis de Precios Proyectados Año 5

AÑO 5				
	Inflación	0,0112		
UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	PRECIO DE VENTA	VENTAS
73585	1,99	146756,66	3,39	249486,33
24808	0,81	20056,91	1,37	34096,74
				0,00
8682	0,89	7750,10	1,52	13175,17
8682	0,96	8317,24	1,63	14139,31
28938	0,69	20010,65	1,18	34018,11
28938	0,76	21899,23	1,29	37228,69
14676	0,75	10977,62	1,05	15368,66
14676	0,61	8957,28	0,85	12540,19
14676	0,86	12638,99	1,21	17694,59
14676	0,78	11455,50	1,09	16037,69
14056	1,20	16929,83	1,69	23701,76
14056	0,84	11786,16	1,17	16500,62
14056	0,72	10071,62	1,00	14100,27
14056	0,79	11051,36	1,10	15471,90
14056	0,46	6458,85	0,64	9042,39
14056	0,79	11051,36	1,10	15471,90
		336169,36		538074,34

Fuente: Estado de Costos
Elaborado por: La Autora

4.4.7 Cadena de Comercialización

Los productos se comercializarán de manera directa a través de los mercados y almacenes de la siguiente forma:

Gráfico 20: Comercialización de Productos



Elaborado por: La Autora

4.4.7.1 Productores

Serán principalmente las personas los cuales proveen la materia prima de calidad para el giro del negocio proyectado.

4.4.7.2 Industria Arytasdipromar S.A.

A través de la Industria Arytasdipromar S.A., se adquirirá los productos como: cuy, conejo, trigo, cebada, choclo, habas, lechuga, brócoli, pimiento, tomate, papaya, babaco, aguacates, naranjilla, naranja y mandarina, para procesarlos y ponerlos a la venta.

4.4.7.3 Mercados y Almacenes

Finalmente se distribuirá los productos a los diferentes mercados y almacenes los cuales son los clientes potenciales.

4.5 ESTUDIO TÉCNICO

4.5.1 Localización del proyecto

Para establecer la localización del proyecto se efectuó estudios a nivel macro y micro, mediante métodos como el cuantitativo, cualitativo, técnicas como la observación e instrumentos a través de encuestas, con la finalidad de elegir la zona con mayor preferencia y permita un buen funcionamiento del proyecto.

4.5.1.1 Macro localización

La Macro localización de la Industria Arytasdipromar Arytasdipromar S.A. se ubicará en la provincia de Chimborazo siendo una de las zonas con mayor producción de productos agrícolas, la misma que cuenta con 6.500 km², constituida por 10 cantones: Riobamba, Guano, Penipe, Chambo, Colta, Guamote, Pallatanga, Alausí, Cumandá y Chunchi.

Ilustración 2: Mapa de la Provincia de Chimborazo

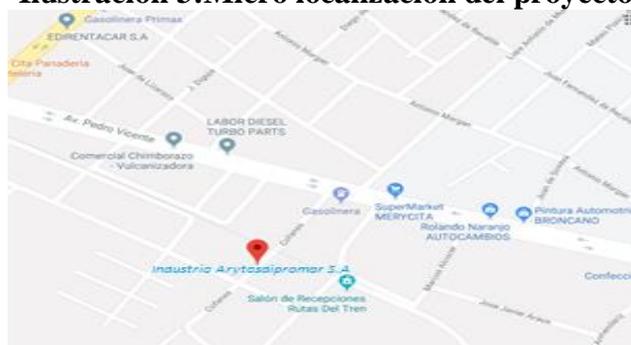


Fuente: Mapas de Ecuador
Elaborado por: La Autora

4.5.1.2 Micro localización

La Industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A., se ubicará en el sector de la Media Luna, Barrio Luz de América; Calle Cofanes.

Ilustración 3: Micro localización del proyecto



Fuente: Google maps
Elaborado por: La Autora

4.5.1.2.1 Tamaño del Proyecto

En cuanto a la magnitud del proyecto, se refiere a la capacidad con la que operará ya sea diaria, semanal, quincenal, mensual o por año para el acopio de los productos y producción.

4.5.1.2.2 Mercado

La adquisición y venta de la mercadería agrícola de la provincia de Chimborazo es diaria, es por ello que el proyecto es viable para su creación y consolidación, es decir que el mercado es respectivamente atractivo ya que existen un elevado número de productores de los distintos poblados de la provincia los cuales provisionan productos a distintos mercados de la ciudad.

4.5.1.2.3 Disponibilidad de recursos económicos

La industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A. se financiará por el aporte de los accionistas y de un préstamo bancario tomando en cuenta la tasa de interés, plazos y ventajas de pago. En la actualidad en el país existen diferentes entidades de financiamiento en cuanto a las industrias ya sean pequeñas o grandes, en este caso se realizará con el Banco del Pacífico.

4.5.1.2.4 Disponibilidad de la mano de obra

En cuanto a la mano de obra, se dispondrá de dos personas las cuales procesarán los diferentes productos y los mismos contarán con las remuneraciones de acuerdo a las leyes vigentes.

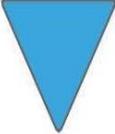
4.5.1.2.5 Cercanía al mercado y recepción de los productos (materia prima)

Para el centro de acopio Arytasdipromar se encuentra ubicado 20 minutos del mercado mayorista (principales productores), sin embargo, los proveedores de Riobamba asistirán a entregar la mercadería en la industria directamente.

4.5.2 Ingeniería del proyecto

4.5.2.1 Proceso de Producción de Cárnicos; cuy y conejo para La Industria Alimenticia Red Arytasdirpromar Arytasdipromar S.A.

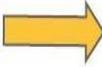
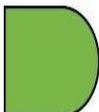
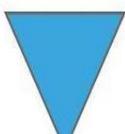
Ilustración 4: Proceso de Producción de Cárnicos Propuesto

TIPO DE PROCESO	SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO
RECEPCIÓN		Se recibe los animales ya pelados, son identificados y pesados.
CUARTO DE TRATAMIENTO DE CÁRNICOS		Los animales son trasladados hasta el cuarto de tratamiento.
HIGIENE Y DESINFECCIÓN		Consiste en la aplicación de agua a presión y ácido orgánico sobre las superficies del animal, para desinfectar los posibles contaminantes propias de la manipulación.
EMPACADO AL VACÍO		Se empacan los animales y se clasifican.
ALMACENAMIENTO		Se almacena los cárnicos en refrigeradores, disponibles para la venta.

Elaborado por: La Autora

4.5.2.2 Proceso de Producción de Cereales; cebada y trigo para La Industria Alimenticia Red Arytasdirpromar Arytasdipromar S.A.

Ilustración 5: Proceso de Producción de Cereales Propuesto

TIPO DE PROCESO	SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO
RECEPCIÓN		Se recibe el trigo y cebada , se determina su contenido de humedad e impurezas.
CUARTO DE TRATAMIENTO DE CEREALES		Se traslada la cebada y trigo hasta la zona de tratamiento de cereales.
SECADO		La cebada y el trigo se secan por alrededor de 8 horas.
LIMPIEZA, PERLADO Y QUEBRADO DE LOS GRANOS		Se separan la cebada y el trigo en resipientes doble fondo. para efectuar la limpieza, perlado y quebrado de los granos.
EMPACADO AL VACÍO		Los productos; el trigo y cebada son empacados y pesados.
ALMACENAMIENTO		Los cereales son almacenados, y finalmente estan disponibles para la venta.

Elaborado por: La Autora

4.5.2.3 Proceso de Producción de Legumbres; habas y choclo para La Industria Alimenticia Red Arytasdirpromar Arytasdipromar S.A.

Ilustración 6: Proceso de Producción de Legumbres Propuesto

TIPO DE PROCESO	SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO
RECEPCIÓN		Se recibe la mercancía; habas y choclo .
CUARTO DE TRATAMIENTO LEGUMBRES		Se lleva los productos hasta el cuarto de tratamiento de legumbres.
LIMPIEZA Y SELECCIÓN		Se limpia y se clasifica los choclos y habas (en buen estado).
EMPACADO AL VACÍO		Se empacan los productos en bolsas de polietileno (habas y choclo) y peso.
ALMACENAMIENTO		Las legumbres son almacenadas en refrigeradores y estan disponibles para la venta.

Elaborado por: La Autora

4.5.2.4 Proceso de Producción de Verduras; lechuga, brócoli, para La Industria Alimenticia Red Arytasdirpromar Arytasdipromar S.A.

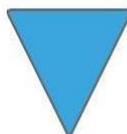
Ilustración 7: Proceso de Producción de Verduras 1Propuesto

TIPO DE PROCESO	SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO
RECEPCIÓN		Se recibe la mercadería (brócoli y lechuga).
CUARTO DE TRATAMIENTO DE VERDURAS		La mercadería es llevada hasta el cuarto de tratamiento de verduras.
LIMPIEZA, DESINFECCIÓN Y SELECCIÓN		Se limpia los productos y se desinfecta (ácido orgánico) y se selecciona los de mejor calidad.
EMPACADO AL VACÍO		Se empaca la mercadería (brócoli y lechuga) y peso.
ALMACENAMIENTO		Se almacena la mercadería en frigoríficos y están disponibles para distribución (venta)-

Elaborado por: La Autora

4.5.2.5 Proceso de Producción de Verduras; tomate y pimiento, para La Industria Alimenticia Red Arytasdirpromar Arytasdipromar S.A.

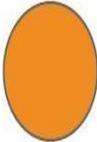
Ilustración 8: Proceso de Producción de Verduras 2 Propuesto

TIPO DE PROCESO	SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO
RECEPCIÓN		Se recibe las verduras (pimiento y tomate).
CUARTO DE TRATAMIENTO DE VERDURAS		Se traslada hasta el cuarto de verduras.
LIMPIEZA Y SELECCIÓN		Se limpia y clasifica las verduras (pimiento y tomate) y se selecciona los de mejor calidad.
EMPACADO AL VACÍO		Se empacan los productos y se pesan (pimiento y tomate).
ALMACENAMIENTO		Se almacena las verduras en frigoríficos (disponibles para la venta).

Elaborado por: La Autora

4.5.2.6 Proceso de Producción de Frutas; papaya, aguacate, naranjilla, naranja y mandarina para La Industria Alimenticia Red Arytasdirpromar Arytasdipromar S.A.

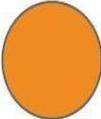
Ilustración 9: Proceso de Producción de Frutas 1 Propuesto

TIPO DE PROCESO	SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO
RECEPCIÓN		Se recibe los productos (papaya, aguacate, naranjilla, naranja y mandarina).
CUARTO DE TRATAMIENTO DE FRUTAS		Son trasladados hasta el cuarto de tratamiento de frutas.
LIMPIEZA Y SELECCIÓN		Se limpian y se seleccionan las frutas (en buen estado).
EMPACADO		Se empaca los productos en (mallas plásticas) y se pesan.
ALMACENAMIENTO		La frutas se almacenan en gavetas y ponen en estanterías (disponibles para la venta).

Elaborado por: La Autora

4.5.2.7 Proceso de Producción de Frutas; babaco para La Industria Alimenticia Red Arytasdirpromar Arytasdipromar S.A.

Ilustración 10: Proceso de Producción de Frutas 2 Propuesto

TIPO DE PROCESO	SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO
RECEPCIÓN		Se recibe los productos (babaco).
CUARTO DE TRATAMIENTO DE FRUTAS		Se traslada hasta el cuarto de tratamiento de frutas.
LIMPIEZA, CORTE Y SELECCIÓN		Se limpia, se corta a la mitad y verifica que estén en buen estado.
EMPACADO AL VACÍO		Se empaca los productos en fundas de polietileno.
ALMACENAMIENTO		La fruta se almacena en frigoríficos (disponibles para la venta).

Elaborado por: La Autora

4.5.3 Tecnología

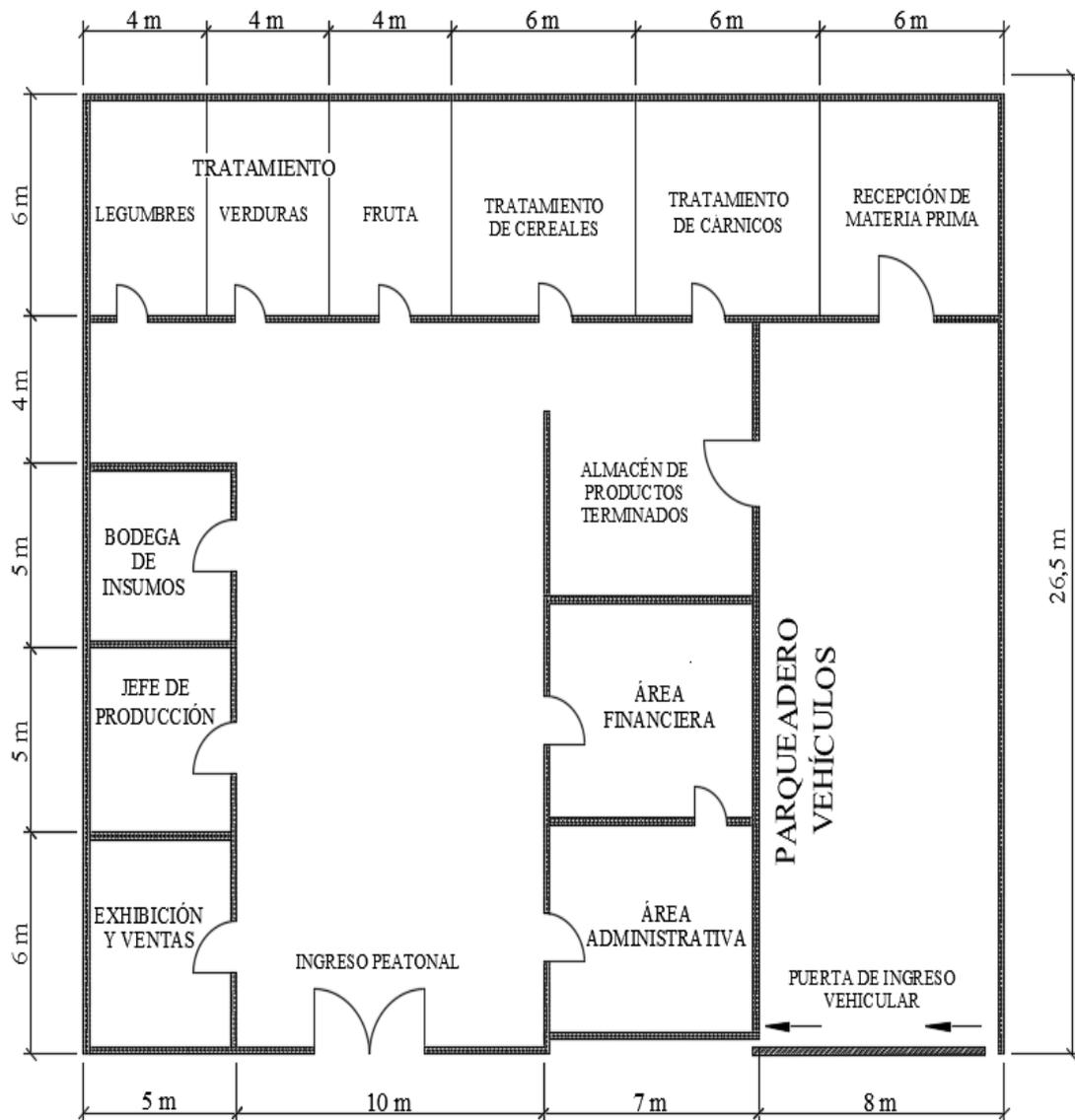
La Industria Alimenticia Red Arytasdirpromar Arytasdipromar S.A. para un buen funcionamiento de la planta contará con tecnología apropiada para garantizar la calidad de los productos, la tecnología se adquirirá a los mejores precios convenientes para la industria.

4.5.4 Obra Civil

4.5.4.1 Diseño de la Planta

La Industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A, contará con los espacios y requerimientos necesarios para el buen manejo del mismo, se distribuirá de la siguiente manera; área para cargar y descargar los productos (recepción de vehículos), tratamiento de productos por cada área (lavado, secado, clasificación, empackado), finalmente serán distribuidos a al cuarto de punto de venta en donde se despachará la mercadería.

Ilustración 11 Distribución de la planta



Elaborado por: La Autora

4.5.5 Requerimientos

4.5.5.1 Materia Prima Directa e Indirecta

Tabla 36 : Materia Prima

Detalle	Cantidad			Precio de Compra	Unidades Mensuales	Valor Mensual	Unidades Anuales	Valor Anual
	qq	caja	lb					
Cárnicos								
Cuy			2	1,50	5728 lb	8591,63	68733 lb	103099,50
Conejo			4	1,13	1931 lb	543,00	23168 lb	6516,00
Total Cárnicos						9134,63		109615,50
Cereales								
Trigo	1		80	35,00	676 lb	295,64	8109 lb	3547,69
Cebada	1		80	40,00	676 lb	337,88	8109 lb	4054,50
Total Cereales						633,52	16218	7602,19
Legumbres								
Choclo	1		80	15,00	2253 lb	422,34	27030 lb	5068,13
Habas	1		40	10,00	2253 lb	563,13	27030 lb	6757,50
Total legumbres						985,47	54060	11825,63
Verduras								
Lechuga	1		24	7,00	1142 lb	333,18	13708 lb	3998,17
Brócoli	1		50	8,00	1142 lb	182,77	13708 lb	2193,28
Pimiento		1	15	6,00	1142 lb	456,93	13708 lb	5483,20
Tomate		1	60	10,00	1142 lb	190,39	13708 lb	2284,67
Total verduras						1163,28	54832	13959,31
Frutas								
Papaya		1	10	8,00	1094 lb	874,81	13122 lb	10497,73
Babaco		1	20	9,00	1094 lb	492,08	13122 lb	5904,98
Aguacates		1	45	15,00	1094 lb	364,50	13122 lb	4374,06
Naranjilla		1	30	12,00	1094 lb	437,41	13122 lb	5248,87
Naranja	1		80	7,00	1094 lb	95,68	13122 lb	1148,19
Mandarina		1	15	6,00	1094 lb	437,41	13122 lb	5248,87
Total frutas						2701,89	78733	32422,69
TOTAL						14618,78		175425,31

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Tabla 37: Materia prima indirecta

Detalle	Unidad de medida	Precio Unitario	Anual	Mensual
Fundas de Polietileno	Unidad	0,0520	11284,7800	940,40
Malla Plástica para legumbres,verduras y frutas	Metros	0,0310	688,9138	57,41
Ácido Orgánico	Litro	1,1000	62473,22	5206,10
Adesivos para Sellar	Cm	0,0050	787,39	65,62
Adesivos de Marca	Unidad	0,0300	2361,99	196,83
TOTAL			77596,29	6466,36

Fuente: Proveedores

Elaborado por: La Autora

4.5.5.2 Sueldos y Salarios

Tabla 38: Rol de Pagos

N° DE EMPLEADOS	CARGO	SUELDO	HORAS EXTRAS		TOTAL INGRESOS	DEDUCCIONES	FONDO RESERVA (a partir del año 2)	LÍQUIDO A RECIBIR MENSUAL A RECIBIR	AÑO 1
			Suplementarias	Complementarias		9,45% AP. PERS.			
1,00	Gerente	500,00			500,00	47,25	499,80	452,75	5433,00
1,00	Supervisor de Producción	450,00			450,00	42,53	449,82	407,48	4889,70
1,00	Contador	400,00	20,00		420,00	39,69	399,84	380,31	4563,72
1,00	Cajero	386,00			386,00	36,48	385,85	349,52	4194,28
1,00	Bodeguero	386,00	12,06		398,06	37,62	385,85	360,45	4325,35
1,00	Despachador	386,00	14,48		400,48	37,84	385,85	362,63	4351,56
1,00	Operario 1	386,00	19,30		405,30	38,30	385,85	367,00	4403,99
1,00	Operario 2	386,00	19,30		405,30	38,30	385,85	367,00	4403,99
TOTAL		3280,00	85,14		3365,14	318,01	3278,69	3047,13	36565,58

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

Tabla 39 : Rol de Provisiones

N° DE EMPLEADOS	CARGO	SUELDO	IESS	PROVISIONES		VACACIONES	TOTAL PROVISIONES	5% JECE	5% CNCF	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
			11,15% APOORTE PATRONAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO						
1,00	Gerente	500,00	55,75	41,67	32,17	20,83	150,42	25,00	25,00	200,42	2405,00
1,00	Supervisor de Producción	450,00	50,18	37,50	32,17	18,75	138,59	22,50	22,50	183,59	2203,10
1,00	Contador	400,00	44,60	33,33	32,17	16,67	126,77	20,00	20,00	166,77	2001,20
1,00	Cajero	386,00	43,04	32,17	32,17	16,08	123,46	19,30	19,30	162,06	1944,67
1,00	Bodeguero	386,00	43,04	32,17	32,17	16,08	123,46	19,30	19,30	162,06	1944,67
1,00	Despachador	386,00	43,04	32,17	32,17	16,08	123,46	19,30	19,30	162,06	1944,67
1,00	Operario 1	386,00	43,04	32,17	32,17	16,08	123,46	19,30	19,30	162,06	1944,67
1,00	Operario 2	386,00	43,04	32,17	32,17	16,08	123,46	19,30	19,30	162,06	1944,67
TOTAL		2248,00	365,72	273,33	257,33	136,67	1033,05	164,00	164,00	1361,05	16332,64

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

Para distribuir los sueldos y salarios se realizó de la siguiente manera: mano de obra directa (operarios), mano de obra indirecta (supervisor, bodeguero y despachador) se calculó de la siguiente forma: (suma rol de pagos + rol de provisiones) /16 (productos) ver anexo 23 y 24. Con relación a los sueldos de administración se tomó en cuenta al gerente y contador, para ventas al cajero.

4.5.5.5 Costos Indirectos de fabricación

Tabla 40: Costos Indirectos de Fabricación

Costos Indirectos de Fabricación			
Detalle	Mensual	Costo Unitario Producción	Gasto de Ventas
Gasto Arriendo (ver anexo 17)	600,00	37,50	
Gasto Mantenimiento (ver anexo 18)	65,00	4,06	
Depreciación Maquinaria (ver anexo 15)	294,92	18,43	
Energía Eléctrica (ver anexo 13)	210,00	7,88	84,00
Agua y Teléfono (ver anexo 13)	180,00	6,75	72,00
Gastos de Limpieza (ver anexo 19)	48,50	3,03	
TOTAL	1398,42	77,65	156,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Para distribuir los costos Indirectos de fabricación se tomó en cuenta para servicios básicos el 60% para producción, y la diferencia para gastos de venta; es decir de los 390,00 * 60% nos arroja un valor de 234,00 y el 40% que es la diferencia 156,00 para ventas. Para determinar los costos indirectos de fabricación de los productos se dividieron el valor mensual del costo para los 16 productos que la empresa oferta.

4.5.5.6 Muebles y equipos de oficina

Tabla 41: Muebles y Equipo de Oficina

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Muebles de oficina	5	160,00	800,00
Archivadores (cajoneras)	3	125,00	375,00
Sillas de Oficina	5	89,00	445,00
Teléfonos	3	25,00	75,00
Perforadoras	5	5,00	25,00
Grapadoras	5	3,00	15,00
Mesa de Reuniones	1	280,00	280,00
Mueble de cajero	1	420,00	420,00
TOTAL	28		2435,00

Fuente: Proveedores (Proformas)

Elaborado por: La Autora

4.5.5.7 Maquinaria y equipos de operación de la industria

Tabla 42: Maquinaria y equipos de operación de la industria

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Balanza de pesaje manual	2	30,00	60,00
Balanza de pesaje electrónica	2	50,00	100,00
Transportadora de carga y descarga	2	960,00	1920,00
Carretilla Hidráulica	2	350,00	700,00
Empacadora Al Vacío Doble Cámara Con Inyección De Gas Ev-600	1	8500,00	8500,00
Codificador VideoJet 1220	1	3750,00	3750,00
Máquina de perlado y quebrado de granos	2	1500,00	3000,00
Refrigerador Exhibidor de Cárnicos	2	1100,00	2200,00
Refrigerador Exhibidor de Legumbres, Verduras, y Frutas	2	1500,00	3000,00
Exhibidor de Cereales	2	80,00	160,00
Tarja Triple	10	1200,00	12000,00
TOTAL	28		35390,00

Fuente: Proveedores (Proformas)

Elaborado por: La Autora

4.5.5.8 Equipo de Computación y Software

Tabla 43: Equipo de Computación

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Computadoras de escritorio	4	750,00	3000,00
Impresoras	3	270,00	810,00
TOTAL	7	1020,00	3810,00

Fuente: Proveedores (Proformas)

Elaborado por: La Autora

Tabla 44: Softwares

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Sistema de Software Contable	1	1800,00	1800,00
Sistema de Software de ventas	1	800,00	800,00
TOTAL	2	2600,00	2600,00

Fuente: Proveedores (Proformas)

Elaborado por: La Autora

4.5.5.9 Equipo de Seguridad

Tabla 45: Equipo de Seguridad

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Videos Cámaras	4	300,00	1200,00
Alarmas	2	200,00	400,00
TOTAL	6		1600,00

Fuente: Proveedores (Proformas)

Elaborado por: La Autora

4.5.5.10 Cuadro de Inversión Inicial

Tabla 46: Cuadro de Inversión Inicial

Detalle	Valores
INVERSIÓN FIJA	
Maquinarias y equipos de operación de la industria (ver tabla 43)	35390,00
Muebles y equipos de oficina (ver tabla 42)	2435,00
Equipos de computación (ver tabla 45)	3810,00
Softwares Contables (ver tabla 46)	2600,00
Equipos de Seguridad (ver tabla 47)	1600,00
Total Inversión Fija	45835,00
CAPITAL DE TRABAJO	
Caja - Bancos (ver anexo 14)	5008,19
Materia Prima (ver tabla 36)	14618,78
Materia Prima Indirecta (ver tabla 37)	6466,36
Costos Indirectos de Fabricación (ver tabla 41)	1398,42
Total Inversión Fija	27491,74
INVERSIÓN DIFERIDA	
Gastos de Instalación (ver anexo 21)	5000,00
Sub Total	5000,00
GASTOS DE OPERACIÓN	
Gastos de Administración (ver anexo 27)	61,00
Gastos de ventas (ver anexo 27)	112,67
Sub Total	173,67
TOTAL INVERSIONES	78500,41

Fuente: Inversión
Elaborado por: La Autora

4.6 Estudio Organizacional

4.6.1 Aspecto Legal de la Industria

La Industria Alimenticia red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A., estará conformada por diferentes accionistas los mismos que tendrán la responsabilidad de encaminar a la organización al logro de objetivos y metas propuestas, así como a tomar decisiones oportunas y a la vez responder por las obligaciones que contraerá con la sociedad (personales y materiales), la finalidad de la industria es generar beneficios económicos y satisfacer las necesidades de los clientes.

4.6.2 Permisos generales para establecimiento de sociedades

Toda persona natural o jurídica, nacional o extranjera, para solicitar por primera vez el Permiso de Funcionamiento del establecimiento deberá adjuntar escaneados en formato PDF en el Sistema Informático los siguientes requisitos:

1. Comprobante de pago cuando corresponda después de haber completado la solicitud y adjuntar los requisitos solicitados.

Los siguientes requisitos NO son necesarios adjuntarlos porque serán verificados en línea con las instituciones pertinentes.

1. Número de Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
2. Número de cédula y datos del responsable técnico de los establecimientos que lo requieren.
3. Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC/RISE)
4. Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad (ANEXO 1), categorización otorgada por el Ministerio de Turismo (ANEXO 2).

4.6.2.1 Requisitos específicos

Ilustración 12: Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento de establecimiento de alimentos

REQUISITOS PARA OBTENER EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS										
C Ó D I G O	REQUISITOS	Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura actualizado (1 y 2)	Título del Técnico responsable del establecimiento (3)	Categorización otorgada por el MIPRO (1)	Métodos y procesos que se van a emplear para: materias primas, método de fabricación, envasado y material de envase, sistema de almacenamiento de producto Terminado (3)	Indicar el número de empleados por sexo y ubicación: administración, técnico, operarios (3)	Planos de la empresa con ubicación de equipos siguiendo el flujo del proceso (3)	Planos de la empresa a escala 1:50 con la distribución de áreas (3)	información referente al edificio (3)	Detalle de los productos a fabricarse (3)
	TIPO DE ESTABLECIMIENTO									
14.0	ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS	Requisito verificado en línea	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito verificado en línea	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema
14.1	ESTABLECIMIENTOS PROCESADORES DE ALIMENTOS									
14.1.1	ESTABLECIMIENTOS DE ELABORACIÓN Y CONSERVACIÓN DE CARNE Y SUS DERIVADOS	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14.1.2	ESTABLECIMIENTOS PARA LA ELABORACIÓN, Y CONSERVACIÓN DE PESCADOS, CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y SUS DERIVADOS		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14.1.3	ESTABLECIMIENTOS PARA LA ELABORACIÓN Y CONSERVACIÓN DE FRUTAS, LEGUMBRES, HORTALIZAS, TUBÉRCULOS, RAÍCES, SEMILLAS, OLEAGINOSAS Y SUS DERIVADOS		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14.1.4	ESTABLECIMIENTOS DESTINADOS A LA ELABORACIÓN DE ACEITES DE ORIGEN VEGETAL Y/O ANIMAL Y DERIVADOS		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

1. Reglamento sustitutivo para otorgar Permisos de Funcionamiento a los Establecimientos sujetos a Vigilancia y Control Sanitario; Acuerdo ministerial N° 4712, Suplemento del Registro Oficial 202, 13-III-2014 y sus reformas Acuerdo 4907, Registro Oficial 294, 22-VII-2014 y Acuerdo 5004, Registro Oficial 317, 22-VIII-2014; 2. Emitir política de plazos de cumplimiento de Buenas Prácticas de Manufactura para plantas procesadoras de alimentos. Registro Oficial 839, 27 de noviembre de 2012. 3. Reglamento de Alimentos, Decreto 4114, Registro Oficial 984, 22-VII-1988)

Fuente: Control Sanitario.gob.ec

4.6.3 Organización de la Industria

La Industria formara parte del sector privado (sociedad anónima), a la vez se denominan personas de derecho jurídico (socios o accionistas), adoptando así cada uno de los aspectos legales vigentes, tomando en cuenta que como mínimo debe constituirse por cinco personas y que no exceder quince y responderán a las obligaciones hasta el monto total de las aportaciones de cada socio u accionista.

4.6.3.1 Misión

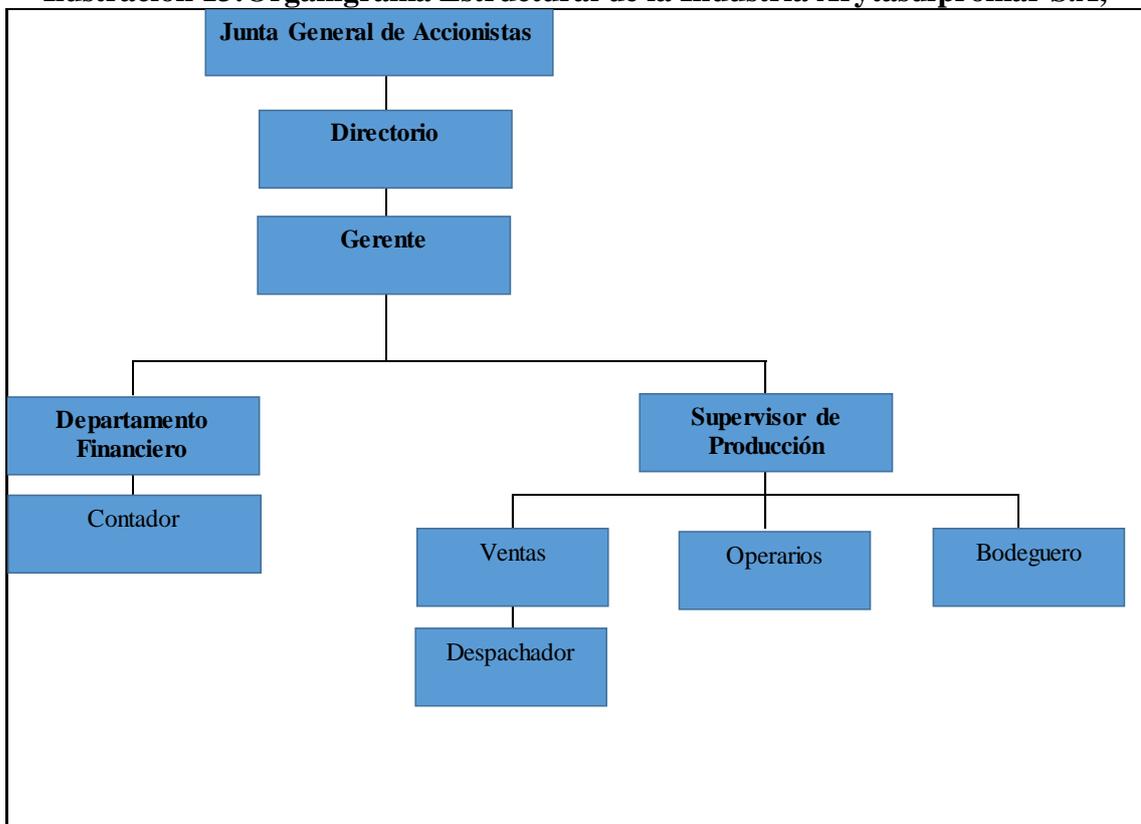
La Industria Alimenticia red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A., dedicada a la producción, comercialización y distribución de productos (cárnicos, cereales, legumbres, verduras y frutas) de alta calidad, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los consumidores y aportar al desarrollo económico y social en la provincia de Riobamba.

4.6.3.2 Visión

Ser líderes en la producción y comercialización de productos (cárnicos, cereales, legumbres, verduras y frutas) en la provincia de Chimborazo ofreciendo un servicio de calidad a través de mejora continua y a los mejores precios del mercado.

4.6.4 Organigrama estructural Propuesto

Ilustración 13: Organigrama Estructural de la Industria Arytasdipromar S.A,



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

4.6.5 Descripción del organigrama funcional

La organización de la Industria alimenticia red Aryrasdipromar Arytasdipromar S.A., deberá respetar el nivel jerárquico por cada nivel y las atribuciones que fuesen establecidas para cada uno de los miembros que conforman la misma, a continuación, detallamos el esquema jerárquico y la división de funciones y/o actividades.

4.6.5.1 Junta General de Accionistas

Es el órgano máximo que presidirá la fiscalización y administración del giro de la Industria, las decisiones que sean tomadas serán formalmente y serán normadas conforme lo estipulado en los estatutos y bajo la ley, cada una de las reuniones se efectuarán con un mínimo de la constatación del quorum y se llevara a cabo bajo actas cada una de ellas con el respectivo registro.

4.6.5.2 Directorio

El encargado del directorio tendrá potestad para dirigir e inducir asuntos competentes del negocio dentro de la industria con la finalidad de garantizar el desarrollo de la entidad.

Principales Funciones

- ❖ Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la Industria Arytasdipromar+.
- ❖ Convocar y presidir las sesiones de la Junta General de Accionistas y del Directorio.
- ❖ Coordinar la gestión administrativa, comercial y financiera de la Industria.
- ❖ Velar por el buen funcionamiento de la Industria, y por la custodia de los bienes muebles e inmuebles; y, por el manejo técnico y económico de la unidad de producción y comercialización.

4.6.5.3 Gerente

El gerente de la industria será el responsable legal de la entidad y ante los accionistas sobre el desempeño, alcance de metas, objetivos y del rendimiento de la planificación-organización –control y dirección de las actividades y funciones de cada uno de los departamentos existentes en la empresa.

4.6.5.4 Contador

La persona encargada en la administración de los documentos fuente de contabilidad los cuales deberá analizar, interpretar y registrar las operaciones contables para generar os estados financieros y verificar como se encuentra la industria.

Funciones

- ❖ Analizar, interpretar y registrar las operaciones contables.
- ❖ Realizar los estados de situación financiera para observar el comportamiento económico.

4.6.5.5 Supervisor de planta

El supervisor de planta será la encargada de monitorear cada uno de los procesos en cuanto a la materia prima y producto terminado, a la vez generando reportes del rendimiento de cada una de las personas de la cual está.

Funciones

- ❖ Análisis y evaluación de la materia prima directa e indirecta utilizada durante la producción.
- ❖ Controlar el inventario inicial y final.
- ❖ Control de calidad de los diferentes productos.

4.6.5.6 Operarios

Las personas que intervienen directamente en la transformación del producto, y deberán garantizar la calidad de los mismos.

4.6.5.7 Bodeguero

El bodeguero se encargará de custodiar cada uno de los materiales y autorizar la recepción y entrega de materiales y productos terminados que intervienen en la producción.

Funciones

- ❖ Controlar el ingreso y salida de materias primas.
- ❖ Manejo y registro adecuado del almacenamiento de productos terminados.
- ❖ Registrar y revisar el despacho de los productos.
- ❖ Realizar el reporte de inventarios diariamente.

4.6.5.8 Cajero

Persona encargada de registrar la venta de los productos, además de generar reportes diarios de las ventas del día.

Funciones

- ❖ Reportes diarios de la venta del día
- ❖ Generar reportes de las ventas diarias

4.6.5.9 Despachador

El despachador estará a cargo de revisar la documentación de los productos y verificar los mismos para poder entregarlos.

4.7 ESTUDIO DE IMPACTOS

El estudio de impactos se detalla como los cambios constantes que se generan al momento de la ejecución de un determinado proyecto y se determinan los efectos en cuanto a los ambientes que pueden influenciar en el mismo.

Tabla 47: Evaluación de Impactos

Nivel de Impacto	Impacto negativo y/o positivo
(3)	Impacto positivo alto
(2)	Impacto positivo moderado
(1)	Impacto positivo bajo
0	No existe impacto
(-3)	Impacto negativo alto
(-2)	Impacto negativo moderado
(-1)	Impacto negativo bajo

Elaborado por: La Autora

Para determinar la evaluación del impacto se utilizará la siguiente fórmula:

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Sumatoria Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

4.7.1 Impacto Social

El presente trabajo de factibilidad del proyecto se enfoca con la finalidad de incrementar el nivel de desarrollo comunitario sustentable, brindando oportunidades de trabajo a la sociedad.

Tabla 48: Impacto Social

Nivel de Impacto	(-3)	(-2)	(-1)	0	(1)	(2)	(3)	Total
Indicadores								
Oportunidad para mejorar la condición de vida							x	3
Desarrollo cuminitario sostenible							x	3
Estabilidad Laboral							x	3
TOTAL								9

Elaborado por: La Autora

Desarrollo de la fórmula:

$$Nivel\ de\ Impacto = \frac{Sumatoria\ Total}{Número\ de\ Indicadores}$$

$$Nivel\ de\ Impacto = \frac{9}{3}$$

$$Nivel\ de\ Impacto = 3$$

Análisis

Al aplicar el análisis de la evaluación de impactos mediante la fórmula nos arroja el siguiente resultado de impacto positivo alto, el mismo que está encaminado a mejorar la calidad de vida de cada una de las personas de la población de Riobamba, además contar con una buena estabilidad laboral entre productores (proveedores) e intermediarios para el mejoramiento productivo sostenible del sector agrícola

4.7.2 Impacto Ambiental

El impacto ambiental se refiere a la armonía con la naturaleza es decir el tratamiento y manejo adecuado de los desechos de la materia prima, para lograr la conservación de los recursos naturales, entonces debemos tomar en cuenta el nivel de afectación que se pueda generar para ello se instaurara políticas de preservación sustentable con el medio ambiente.

Tabla 49: Impacto Ambiental

Nivel de Impacto	(-3)	(-2)	(-1)	0	(1)	(2)	(3)	Total
Indicadores								
Manejo adecuado de los desechos o desperdicios							x	3
Utilización de ácidos orgánicos moderadamente						x		2
TOTAL								5

Elaborado por: La Autora

Desarrollo de la fórmula:

$$Nivel\ de\ Impacto = \frac{Sumatoria\ Total}{Número\ de\ Indicadores}$$

$$Nivel\ de\ Impacto = \frac{5}{2}$$

$$Nivel\ de\ Impacto = 2,5 = 3$$

Análisis

La Industria Arytasdipromar S.A, nos arroja como resultado impacto positivo alto, tomando en cuenta que se deberá disminuir la utilización de ácidos orgánicos para la conservación de los productos, por otro lado, en cuanto al manejo de los desechos se realizarán de manera satisfactoria ya que contarán con basureros de reciclaje adecuado para cada desperdicio y en ocasiones tales desechos se concederán a los productores.

4.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

4.8.1 Crédito

Para cubrir la inversión total se aplicará un crédito al Banco del Pacífico, ya que la tasa es conveniente actualmente con una tasa del 9.5% por un monto de 28178.12 para cubrir parte de la inversión fija.

Tabla 50: Tabla de Amortización

Beneficiario	Industria Arytasdipomar S.A.		
Institución Financiera	Banco Pacifico		
Tipo de Producto	Comercial		
Monto:	\$45.835,00		
Plazo:	Mensual	48	
Tipo Amortización:	Aleman	Moneda:	Dólares America
Cuota:	Mensual	Tasa de Interes:	9,5% ANUAL
Reajutable:	Si	Tasa de Interes:	0,791666667% MENSUAL

Periodo	Saldo Capital	Capital Amortizado	Interes	Seguro de Desgravamen	Cuota
1	\$45.835,00	\$954,90	\$362,86	\$12,38	\$1.330,13
2	\$44.880,10	\$954,90	\$355,30	\$12,12	\$1.322,31
3	\$43.925,21	\$954,90	\$347,74	\$11,86	\$1.314,50
4	\$42.970,31	\$954,90	\$340,18	\$11,60	\$1.306,68
5	\$42.015,42	\$954,90	\$332,62	\$11,34	\$1.298,86
6	\$41.060,52	\$954,90	\$325,06	\$11,09	\$1.291,04
7	\$40.105,63	\$954,90	\$317,50	\$10,83	\$1.283,23
8	\$39.150,73	\$954,90	\$309,94	\$10,57	\$1.275,41
9	\$38.195,83	\$954,90	\$302,38	\$10,31	\$1.267,59
10	\$37.240,94	\$954,90	\$294,82	\$10,06	\$1.259,77
11	\$36.286,04	\$954,90	\$287,26	\$9,80	\$1.251,96
12	\$35.331,15	\$954,90	\$279,70	\$9,54	\$1.244,14
13	\$34.376,25	\$954,90	\$272,15	\$9,28	\$1.236,32
14	\$33.421,35	\$954,90	\$264,59	\$9,02	\$1.228,51
15	\$32.466,46	\$954,90	\$257,03	\$8,77	\$1.220,69
16	\$31.511,56	\$954,90	\$249,47	\$8,51	\$1.212,87
17	\$30.556,67	\$954,90	\$241,91	\$8,25	\$1.205,05
18	\$29.601,77	\$954,90	\$234,35	\$7,99	\$1.197,24
19	\$28.646,88	\$954,90	\$226,79	\$7,73	\$1.189,42
20	\$27.691,98	\$954,90	\$219,23	\$7,48	\$1.181,60
21	\$26.737,08	\$954,90	\$211,67	\$7,22	\$1.173,78
22	\$25.782,19	\$954,90	\$204,11	\$6,96	\$1.165,97
23	\$24.827,29	\$954,90	\$196,55	\$6,70	\$1.158,15
24	\$23.872,40	\$954,90	\$188,99	\$6,45	\$1.150,33
25	\$22.917,50	\$954,90	\$181,43	\$6,19	\$1.142,51
26	\$21.962,60	\$954,90	\$173,87	\$5,93	\$1.134,70
27	\$21.007,71	\$954,90	\$166,31	\$5,67	\$1.126,88
28	\$20.052,81	\$954,90	\$158,75	\$5,41	\$1.119,06
29	\$19.097,92	\$954,90	\$151,19	\$5,16	\$1.111,24
30	\$18.143,02	\$954,90	\$143,63	\$4,90	\$1.103,43
31	\$17.188,13	\$954,90	\$136,07	\$4,64	\$1.095,61
32	\$16.233,23	\$954,90	\$128,51	\$4,38	\$1.087,79
33	\$15.278,33	\$954,90	\$120,95	\$4,13	\$1.079,97
34	\$14.323,44	\$954,90	\$113,39	\$3,87	\$1.072,16
35	\$13.368,54	\$954,90	\$105,83	\$3,61	\$1.064,34
36	\$12.413,65	\$954,90	\$98,27	\$3,35	\$1.056,52
37	\$11.458,75	\$954,90	\$90,72	\$3,09	\$1.048,70
38	\$10.503,85	\$954,90	\$83,16	\$2,84	\$1.040,89
39	\$9.548,96	\$954,90	\$75,60	\$2,58	\$1.033,07
40	\$8.594,06	\$954,90	\$68,04	\$2,32	\$1.025,25
41	\$7.639,17	\$954,90	\$60,48	\$2,06	\$1.017,44
42	\$6.684,27	\$954,90	\$52,92	\$1,80	\$1.009,62
43	\$5.729,37	\$954,90	\$45,36	\$1,55	\$1.001,80
44	\$4.774,48	\$954,90	\$37,80	\$1,29	\$993,98
45	\$3.819,58	\$954,90	\$30,24	\$1,03	\$986,17
46	\$2.864,69	\$954,90	\$22,68	\$0,77	\$978,35
47	\$1.909,79	\$954,90	\$15,12	\$0,52	\$970,53
48	\$954,90	\$954,90	\$7,56	\$0,26	\$962,71
TOTALES	\$0,00	\$45.835,00	\$8.890,08	\$303,20	\$55.028,28

Elaborado por: La Autora

4.8.2 Costos e Ingresos

De acuerdo a las ventas de los diferentes productos que ofrece la industria Arytasdipromar, en el último año se le suman los valores residuales de las depreciaciones de la maquinaria.

Tabla 51: Costos e Ingresos

INGRESOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	480646,84	494433,88	508570,94	523111,68	538074,34
OTROS INGRESOS					21012,50
TOTAL INGRESOS	480646,84	494433,88	508570,94	523111,68	559086,84

Elaborado por: La Autora

Los ingresos provienen de las ventas que se realizan durante el año y para la cuenta de otros ingresos se tomó en cuenta los valores de las depreciaciones que aún no se efectúan (ver Anexo 20 cada valor multiplicamos por el valor residual de 5 años, es decir $4202,50 * 5 = 21012,50$), exceptuando la depreciación de equipo de cómputo.

4.8.3 Costos de Producción

Los costos de producción que a continuación se detallan son de manera mensual que multiplicado por doce nos arroja como resultado la demanda a cubrir en el año 1 ya sea para cárnicos, cereales, legumbres, verduras y frutas.

Tabla 52: Costos de producción

INDUSTRIA RED ALIMENTICIA ARYTASDIPROMAR ARYTASDIPROMAR S.A		
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCTOS VENDIDOS MENSUALMENTE		
CÁRNICOS CUY		
Inventario Inicial Materia Prima		8591,63
(+) Mano de Obra Directa		66,13
(+) Costos Indirectos de Fabricación		2267,82
Mano de Obra Indirecta	102,39	
Materia Prima Indirecta	2087,78	
Gasto Arriendo Planta	37,50	
Gasto de Mantenimiento	4,06	
Depreciación Maquinaria	18,43	
Energía Electrica Planta	7,88	
Agua y Telefono Planta	6,75	
Gastos de Limpieza	3,03	
(=) Costos de Producción		<u>10925,59</u>
Unidades Producidas en Libras	5728	1,91 Costo Unitario lb
Rentabilidad	0,70	3,24 Precio Unitario lb
		18573,50 Venta Mensual

INDUSTRIA RED ALIMENTICIA ARYTASDIPROMAR ARYTASDIPROMAR S.A		
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCTOS VENDIDOS MENSUALMENTE		
CÁRNICOS CONEJO		
Inventario Inicial Materia Prima		543,00
(+) Mano de Obra Directa		66,13
(+) Costos Indirectos de Fabricación		883,77
Mano de Obra Indirecta	102,39	
Materia Prima Indirecta	703,73	
Gasto Arriendo Planta	37,50	
Gasto de Mantenimiento	4,06	
Depreciación Maquinaria	18,43	
Energía Electrica Planta	7,88	
Agua y Telefono Planta	6,75	
Gastos de Limpieza	3,03	
(=) Costo de Producción		<u>1492,90</u>
Unidades Producidas en Libras	1931	0,77 Costo Unitario lb
Rentabilidad	0,70	1,31 Precio Unitario lb
		2537,93 Venta Mensual

INDUSTRIA RED ALIMENTICIA ARYTASDIPROMAR ARYTASDIPROMAR S.A		
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCTOS VENDIDOS MENSUALMENTE		
CEREALES TRIGO		
Inventario Inicial Materia Prima		295,64
(+) Mano de Obra Directa		66,13
(+) Costos Indirectos de Fabricación		215,19
Mano de Obra Indirecta	102,39	
Materia Prima Indirecta	35,15	
Gasto Arriendo Planta	37,50	
Gasto de Mantenimiento	4,06	
Depreciación Maquinaria	18,43	
Energía Electrica Planta	7,88	
Agua y Telefono Planta	6,75	
Gastos de Limpieza	3,03	
(=) Costos de Producción		<u>576,97</u>
Unidades Producidas en Libras	676	0,85 Costo Unitario lb
Rentabilidad	0,70	1,45 Precio Unitario lb
		980,84 Venta Mensual

INDUSTRIA RED ALIMENTICIA ARYTASDIPROMAR ARYTASDIPROMAR S.A		
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCTOS VENDIDOS MENSUALMENTE		
CEREALES CEBADA		
Inventario Inicial Materia Prima		337,88
(+) Mano de Obra Directa		66,13
(+) Costos Indirectos de Fabricación		215,18
Mano de Obra Indirecta	102,39	
Materia Prima Indirecta	35,14	
Gasto Arriendo Planta	37,50	
Gasto de Mantenimiento	4,06	
Depreciación Maquinaria	18,43	
Energía Electrica Planta	7,88	
Agua y Telefono Planta	6,75	
Gastos de Limpieza	3,03	
(=) Costos de Producción		<u>619,19</u>
Unidades Producidas en Libras	676	0,92 Costo Unitario lb
Rentabilidad	0,70	1,56 Precio Unitario lb
		1052,62 Venta Mensual

INDUSTRIA RED ALIMENTICIA ARYTASDIPROMAR ARYTASDIPROMAR S.A		
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCTOS VENDIDOS MENSUALMENTE		
LEGUMBRES CHOCLO		
Inventario Inicial Materia Prima		422,34
(+) Mano de Obra Directa		66,13
(+) Costos Indirectos de Fabricación		1001,26
Mano de Obra Indirecta	102,39	
Materia Prima Indirecta	821,22	
Gasto Arriendo Planta	37,50	
Gasto de Mantenimiento	4,06	
Depreciación Maquinaria	18,43	
Energía Electrica Planta	7,88	
Agua y Telefono Planta	6,75	
Gastos de Limpieza	3,03	
(=) Costos de Producción		<u>1489,74</u>
Unidades Producidas en Libras	2253	0,66 Costo Unitario lb
Rentabilidad	0,70	1,12 Precio Unitario lb
		2532,55 Venta Mensual

INDUSTRIA RED ALIMENTICIA ARYTASDIPROMAR ARYTASDIPROMAR S.A		
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCTOS VENDIDOS MENSUALMENTE		
LEGUMBRES HABAS		
Inventario Inicial Materia Prima		563,13
(+) Mano de Obra Directa		66,13
(+) Costos Indirectos de Fabricación		1001,08
Mano de Obra Indirecta	102,39	
Materia Prima Indirecta	821,04	
Gasto Arriendo Planta	37,50	
Gasto de Mantenimiento	4,06	
Depreciación Maquinaria	18,43	
Energía Electrica Planta	7,88	
Agua y Telefono Planta	6,75	
Gastos de Limpieza	3,03	
(=) Costos de Producción		<u>1630,34</u>
Unidades Producidas en Libras	2253	0,72 Costo Unitario lb
Rentabilidad	0,70	1,23 Precio Unitario lb
		2771,57 Venta Mensual

INDUSTRIA RED ALIMENTICIA ARYTASDIPROMAR ARYTASDIPROMAR S.A		
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCTOS VENDIDOS MENSUALMENTE		
VERDURAS LECHUGA		
Inventario Inicial Materia Prima		333,18
(+) Mano de Obra Directa		66,13
(+) Costos Indirectos de Fabricación		417,93
Mano de Obra Indirecta	102,39	
Materia Prima Indirecta	237,89	
Gasto Arriendo Planta	37,50	
Gasto de Mantenimiento	4,06	
Depreciación Maquinaria	18,43	
Energía Electrica Planta	7,88	
Agua y Telefono Planta	6,75	
Gastos de Limpieza	3,03	
(=) Costos de Producción		<u>817,25</u>
Unidades Producidas en Libras	1142	0,72 Costo Unitario lb
Rentabilidad	0,40	1,00 Precio Unitario lb
		1144,14 Venta Mensual

INDUSTRIA RED ALIMENTICIA ARYTASDIPROMAR ARYTASDIPROMAR S.A		
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCTOS VENDIDOS MENSUALMENTE		
VERDURAS BRÓCOLI		
Inventario Inicial Materia Prima		182,77
(+) Mano de Obra Directa		66,13
(+) Costos Indirectos de Fabricación		417,93
Mano de Obra Indirecta	102,39	
Materia Prima Indirecta	237,89	
Gasto Arriendo Planta	37,50	
Gasto de Mantenimiento	4,06	
Depreciación Maquinaria	18,43	
Energía Electrica Planta	7,88	
Agua y Telefono Planta	6,75	
Gastos de Limpieza	3,03	
(=) Costos de Producción		<u>666,84</u>
Unidades Producidas en Libras	1142	0,58 Costo Unitario lb
Rentabilidad	0,40	0,82 Precio Unitario lb
		933,57 Venta Mensual

INDUSTRIA RED ALIMENTICIA ARYTASDIPROMAR ARYTASDIPROMAR S.A		
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCTOS VENDIDOS MENSUALMENTE		
VERDURAS PIMIENTO		
Inventario Inicial Materia Prima		456,93
(+) Mano de Obra Directa		66,13
(+) Costos Indirectos de Fabricación		417,86
Mano de Obra Indirecta	102,39	
Materia Prima Indirecta	237,82	
Gasto Arriendo Planta	37,50	
Gasto de Mantenimiento	4,06	
Depreciación Maquinaria	18,43	
Energía Electrica Planta	7,88	
Agua y Telefono Planta	6,75	
Gastos de Limpieza	3,03	
(=) Costos de Producción		<u>940,93</u>
Unidades Producidas en Libras	1142	0,82 Costo Unitario lb
Rentabilidad	0,40	1,15 Precio Unitario lb
		1317,30 Venta Mensual

INDUSTRIA RED ALIMENTICIA ARYTASDIPROMAR ARYTASDIPROMAR S.A
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCTOS VENDIDOS MENSUALMENTE
VERDURAS TOMATE

Inventario Inicial Materia Prima		190,39
(+) Mano de Obra Directa		66,13
(+) Costos Indirectos de Fabricación		596,30
Mano de Obra Indirecta	102,39	
Materia Prima Indirecta	416,26	
Gasto Arriendo Planta	37,50	
Gasto de Mantenimiento	4,06	
Depreciación Maquinaria	18,43	
Energía Electrica Planta	7,88	
Agua y Telefono Planta	6,75	
Gastos de Limpieza	3,03	
(=) Costos de Producción		<u>852,82</u>
Unidades Producidas en Libras	1142	0,75 Costo Unitario lb
Rentabilidad	0,40	1,05 Precio Unitario lb
		1193,95 Venta Mensual

INDUSTRIA RED ALIMENTICIA ARYTASDIPROMAR ARYTASDIPROMAR S.A
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCTOS VENDIDOS MENSUALMENTE
FRUTAS PAPAYA

Inventario Inicial Materia Prima		874,81
(+) Mano de Obra Directa		66,13
(+) Costos Indirectos de Fabricación		318,79
Mano de Obra Indirecta	102,39	
Materia Prima Indirecta	138,74	
Gasto Arriendo Planta	37,50	
Gasto de Mantenimiento	4,06	
Depreciación Maquinaria	18,43	
Energía Electrica Planta	7,88	
Agua y Telefono Planta	6,75	
Gastos de Limpieza	3,03	
(=) Costos de Producción		<u>1259,73</u>
Unidades Producidas en Libras	1094	1,15 Costo Unitario lb
Rentabilidad	0,40	1,61 Precio Unitario lb
		1763,62 Venta Mensual

INDUSTRIA RED ALIMENTICIA ARYTASDIPROMAR ARYTASDIPROMAR S.A
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCTOS VENDIDOS MENSUALMENTE
FRUTAS BABACO

Inventario Inicial Materia Prima		492,08
(+) Mano de Obra Directa		66,13
(+) Costos Indirectos de Fabricación		318,78
Mano de Obra Indirecta	102,39	
Materia Prima Indirecta	138,74	
Gasto Arriendo Planta	37,50	
Gasto de Mantenimiento	4,06	
Depreciación Maquinaria	18,43	
Energía Electrica Planta	7,88	
Agua y Telefono Planta	6,75	
Gastos de Limpieza	3,03	
(=) Costos de Producción		<u>876,99</u>
Unidades Producidas en Libras	1094	0,80 Costo Unitario lb
Rentabilidad	0,40	1,12 Precio Unitario lb 1227,79 Venta Mensual

INDUSTRIA RED ALIMENTICIA ARYTASDIPROMAR ARYTASDIPROMAR S.A
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCTOS VENDIDOS MENSUALMENTE
FRUTAS AGUACATES

Inventario Inicial Materia Prima		364,50
(+) Mano de Obra Directa		66,13
(+) Costos Indirectos de Fabricación		318,78
Mano de Obra Indirecta	102,39	
Materia Prima Indirecta	138,74	
Gasto Arriendo Planta	37,50	
Gasto de Mantenimiento	4,06	
Depreciación Maquinaria	18,43	
Energía Electrica Planta	7,88	
Agua y Telefono Planta	6,75	
Gastos de Limpieza	3,03	
(=) Costos de Producción		<u>749,42</u>
Unidades Producidas en Libras	1094	0,69 Costo Unitario lb
Rentabilidad	0,40	0,96 Precio Unitario lb 1049,19 Venta Mensual

INDUSTRIA RED ALIMENTICIA ARYTASDIPROMAR ARYTASDIPROMAR S.A
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCTOS VENDIDOS MENSUALMENTE
FRUTAS NARANJILLA

Inventario Inicial Materia Prima		437,41
(+) Mano de Obra Directa		66,13
(+) Costos Indirectos de Fabricación		318,78
Mano de Obra Indirecta	102,39	
Materia Prima Indirecta	138,74	
Gasto Arriendo Planta	37,50	
Gasto de Mantenimiento	4,06	
Depreciación Maquinaria	18,43	
Energía Electrica Planta	7,88	
Agua y Telefono Planta	6,75	
Gastos de Limpieza	3,03	
(=) Costos de Producción		<u>822,32</u>
Unidades Producidas en Libras	1094	0,75 Costo Unitario lb
Rentabilidad	0,40	1,05 Precio Unitario lb 1151,25 Venta Mensual

INDUSTRIA RED ALIMENTICIA ARYTASDIPROMAR ARYTASDIPROMAR S.A
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCTOS VENDIDOS MENSUALMENTE
FRUTAS NARANJA

Inventario Inicial Materia Prima		95,68
(+) Mano de Obra Directa		66,13
(+) Costos Indirectos de Fabricación		318,78
Mano de Obra Indirecta	102,39	
Materia Prima Indirecta	138,74	
Gasto Arriendo Planta	37,50	
Gasto de Mantenimiento	4,06	
Depreciación Maquinaria	18,43	
Energía Electrica Planta	7,88	
Agua y Telefono Planta	6,75	
Gastos de Limpieza	3,03	
(=) Costos de Producción		<u>480,60</u>
Unidades Producidas en Libras	1094	0,44 Costo Unitario lb
Rentabilidad	0,40	0,62 Precio Unitario lb 672,83 Venta Mensual

INDUSTRIA RED ALIMENTICIA ARYTASDIPROMAR ARYTASDIPROMAR S.A		
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCTOS VENDIDOS MENSUALMENTE		
FRUTAS MANDARINA		
Inventario Inicial Materia Prima		437,41
(+) Mano de Obra Directa		66,13
(+) Costos Indirectos de Fabricación		318,78
Mano de Obra Indirecta	102,39	
Materia Prima Indirecta	138,74	
Gasto Arriendo Planta	37,50	
Gasto de Mantenimiento	4,06	
Depreciación Maquinaria	18,43	
Energía Electrica Planta	7,88	
Agua y Telefono Planta	6,75	
Gastos de Limpieza	3,03	
(=) Costos de Producción		<u>822,32</u>
Unidades Producidas en Libras	1094	0,75 Costo Unitario lb
Rentabilidad	0,40	1,05 Precio Unitario lb
		1151,25 Venta Mensual

Elaborado por: La Autora

El inventario de la materia prima viene dado por la multiplicación de la materia prima directa del número de unidades en libras que son adquiridas y se producirán mensualmente por doce meses, para la mano de obra directa se tomó en cuenta los dos operarios y se suma del rol de pagos más el rol de provisiones, así mismo para la mano de obra indirecta es el resultado de sumar el supervisor de producción, bodeguero y despachador y a la vez sumar los dos roles, así mismo sumamos la depreciación de la maquinaria ya que afecta directamente para el proceso de producción de los diferente productos para la distribución de la energía eléctrica, agua y teléfono se utiliza un 60% para la planta y el restante 40% para administración y ventas, además también debemos tomar en cuenta el alquiler de la planta más los gastos de limpieza denominados CIF (Costos indirectos de Fabricación).

4.8.4 Costos fijos

Tabla: Costos Fijos

COSTOS FIJOS		
Detalle	Mensual	Año 1
Gastos Sueldos y Salarios	4408,19	52898,22
Gastos Servicios Básicos	390,00	4680,00
Gastos de Publicidad	64,17	770,00
Gasto Arriendo	600,00	7200,00
Gastos de Mantenimiento	65,00	780,00
Amortización	83,33	1000,00
Depreciación Maquinaria	294,92	3539,00
Depreciación Muebles y Equipo de Oficina	20,29	243,50
Depreciación Equipo de Computo	105,83	1270,00
Depreciación Softwares Contables	21,67	260,00
Depreciación Equipo de Seguridad	13,33	160,00
Suministros de Oficina	61,00	732,00
Suministros de Limpieza	48,50	582,00
Gastos Financieros		2731,29
TOTAL	6176,23	76846,01

Elaborado por: La Autora

La siguiente tabla detalla el resumen de cuentas de administración y ventas, clasificadas debidamente como fijas.

4.8.5 Costos Variables

Tabla 53: Costos Variables

COSTOS VARIABLES		
DETALLE	Mensual	Año 1
Materia Prima (ver tabla 36)	14618,78	175425,31
Materia Prima Indirecta (ver tabla 37)	6466,36	77596,29
TOTAL	21711,94	253021,61

Elaborado por: La Autora

Esta tabla detalla los costos variables que se utiliza para la producción de los productos.

4.8.5.1 Estado de Resultados proyectado

Tabla 54: Estados de resultados proyectado

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS (Anexo 28)	480646,84	494433,88	508570,94	523111,68	538074,34
COSTOS (Anexo 28)	300287,05	308904,53	317736,79	326821,38	336169,36
UTILIDAD BRUTA	180359,79	185529,35	190834,15	196290,30	201904,98
GASTOS OPERACIONALES					
GASTOS ADMINISTRACIÓN					
SUELDOS Y SALARIOS (Anexo 25)	14402,92	16776,71	17414,22	18075,96	18762,85
GASTOS DEPRECIACIÓN (Anexo 20)	5472,50	5472,50	5472,50	4202,50	4202,50
GASTOS AMORTIZACIÓN (Anexo 21)	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00
GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA (Anexo 22)	732,00	740,20	748,49	756,87	765,35
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	21607,42	23989,41	24635,21	24035,34	24730,70
GASTOS DE VENTA					
SUELDOS Y SALARIOS (Anexo 26)	6138,94	6524,79	6910,64	7296,48	7682,33
GASTOS DE PUBLICIDAD (Anexo 16)	770,00	778,62	787,34	796,16	805,08
GASTOS SUMINISTROS DE LIMPIEZA (Anexo 19)	582,00	588,52	595,11	601,78	608,51
SERVICIOS BÁSICOS (Anexo 13)	1872,00	1892,97	1914,17	1935,61	1957,29
TOTAL GASTOS DE VENTA	9362,94	9784,90	10207,26	10630,02	11053,21
GASTOS FINANCIEROS					
INTERESES Y CUOTA DESGRAVAMEN (Tabla 54)	3986,88	2861,17	1735,47	609,76	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	3986,88	2861,17	1735,47	609,76	
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	34957,25	36635,48	36577,93	35275,12	35783,90
OTROS INGRESOS (Tabla 55)					21104,30
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	145402,54	148893,87	154256,22	161015,18	187225,38
15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	21810,38	22334,08	23138,43	24152,28	28083,81
UTILIDAD ANTES DE 22% DE IMPUESTO A LA RENTA	123592,16	126559,79	131117,78	136862,91	159141,57
22% IMPUESTO A LA RENTA	27190,28	27843,15	28845,91	30109,84	35011,15
UTILIDAD NETA	96401,88	98716,64	102271,87	106753,07	124130,43

Elaborado por: La Autora

4.8.5.2 Flujo de caja proyectado

Tabla 55: Flujo de caja Proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FUENTES						
INGRESOS		480646,84	494433,88	508570,94	523111,68	538074,34
OTROS INGRESOS						21104,30
TOTALES		480646,84	494433,88	508570,94	523111,68	559178,64
USOS						
COSTOS DE PRODUCCIÓN		299797,40	308414,88	317247,14	326331,73	335679,71
GASTOS ADMINISTRACIÓN		15134,92	17516,91	18162,71	18832,84	19528,20
GASTOS DE VENTA		9362,94	9784,90	10207,26	10630,02	11053,21
GASTOS FINANCIEROS		3986,88	2861,17	1735,47	609,76	
PAGO PRESTAMO		3189,50	3189,50	3189,50	3189,50	
15% PARTI. TRABAJADORES		21810,38	22334,08	23138,43	24152,28	28083,81
22% IMPUES RENTA		27190,28	27843,15	28845,91	30109,84	35011,15
TOTAL USOS		380472,30	391944,59	402526,42	413855,97	429356,07
FLUJO NETO		100174,53	102489,29	106044,52	109255,72	129822,58
INVERSIÓN INICIAL	5173,67					
PRESTAMO	45835,00					
CAPITAL DE TRABAJO	27491,74					
FLUJO DE CAJA NETO	78500,41	100174,53	102489,29	106044,52	109255,72	129822,58

Elaborado por: La Autora

4.8.5.3 Período de recuperación de la Inversión

Tabla 56: Período de recuperación de la inversión

PRI			
PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO DE CAJA	FLUJO DE CAJA ACUMULADO
0	\$ 78.500,41		
1		\$ 100.174,53	\$ 100.174,53
2		\$ 102.489,29	\$ 202.663,82
3		\$ 106.044,52	\$ 308.708,34
4		\$ 109.255,72	\$ 417.964,06
5		\$ 129.822,58	\$ 547.786,64

\$ 78500,41

Elaborado por: La Autora

Seguidamente procedemos a sacar en qué período recuperamos la inversión

\$ 100.174,53	100		
\$ 78.500,41	78,36 %		
Del flujo de caja que necesito del año uno es el 78,36% para completar la inversión			
RESULTADOS			
mes	12	9,40	9 meses
semana	52	40,75	41 semanas
días	288	225,69	226 días

Se determina que el periodo de recuperación de la inversión de 78 500,41 es en nueve meses.

4.8.5.4 Punto de Equilibrio

Tabla 57: Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTALES
INGRESOS	\$ 480.646,84	\$ 494.433,88	\$ 508.570,94	\$ 523.111,68	\$ 538.074,34	\$ 2.544.837,68
COSTOS FIJOS	\$ 78.101,61	\$ 78.976,34	\$ 79.860,88	\$ 80.755,32	\$ 81.659,78	\$ 399.353,93
COSTOS VARIABLES	\$ 257.142,69	\$ 266.563,66	\$ 274.453,84	\$ 281.341,18	\$ 290.293,48	\$ 1.369.794,86
COSTOS TOTALES	\$ 335.244,30	\$ 345.540,00	\$ 354.314,72	\$ 362.096,50	\$ 371.953,26	\$ 1.769.148,79

PRIMER AÑO	FÓRMULA		RESULTADO
PUNTO DE EQUILIBRIO	=	$\frac{CF}{1-(CV/I)}$	\$ 167.957,91
			0,465007002

TOTAL DEL PROYECTO	FÓRMULA		RESULTADO
PUNTO DE EQUILIBRIO	=	$\frac{CF}{1-(CV/I)}$	\$ 864.896,92
			0,461735861

Elaborado por: La Autora

Resultado 1: El primer año se requiere vender \$167.957,91 para cubrir los costos y gastos generados.

Resultado 2: Durante todo el proyecto se requiere vender \$864.896,92 para cubrir los costos y gastos generados.

4.8.5.5 Valor Actual Neto

Tabla 58: Valor Actual Neto

VALOR ACTUAL NETO					
Periodo	Inversión	Flujo de Caja	factor de actualización	inversión actualizada	flujo de caja actualizada
0	\$ 78.500,41		\$ 1,00	\$ 78.500,41	
1		\$ 100.174,53	\$ 0,90		\$ 90.557,34
2		\$ 102.489,29	\$ 0,82		\$ 83.755,08
3		\$ 106.044,52	\$ 0,74		\$ 78.340,67
4		\$ 109.255,72	\$ 0,67		\$ 72.964,15
5		\$ 129.822,58	\$ 0,60		\$ 78.375,79
TOTALES				\$ 78.500,41	\$ 403.993,04

VAN 10,62 % = FLUJO DE CAJA ACTUALIZADA - INVERSIÓN ACTUALIZADA
VAN 10,62 \$ 325.492,63

inflación	1,12%
tasa activa	9,50%
tasa descuento	10,62%

Elaborado por: La Autora

El Valor actual neto es positivo por lo tanto existe ganancias.

El valor actual neto es de \$325.492,63.

4.8.5.6 Tasa Interna de retorno (TIR)

Tabla 59: Tasa Interna de retorno

VALOR ACTUAL NETO (tasa aplicada 25%)					
Periodo	Inversión	Flujo de Caja	factor de actualización	inversión actualizada	flujo de caja actualizada
0	\$ 78.500,41		1	\$ 78.500,41	
1		\$ 100.174,53	0,769230769		\$ 77.057,33
2		\$ 102.489,29	0,591715976		\$ 60.644,55
3		\$ 106.044,52	0,455166136		\$ 48.267,87
4		\$ 109.255,72	0,350127797		\$ 38.253,46
5		\$ 129.822,58	0,269329074		\$ 34.964,99
TOTALES				\$ 78.500,41	\$ 259.188,22

VAN 25%=FLUJO DE CAJA ACTUALIZADA-INVERSIÓN ACTUALIZADA
VAN 25%= \$ 180.687,81

TASA INTERNA DE RETORNO	
TIR=TASA DE INFERIOR+DIFERENCIA TASAS(VAN TASA INFERIOR/DIFERENCIA ABSOLUTA VAN)	
TIR=	0,4294 42,94%

Elaborado por: La Autora

La tasa interna de retorno es de 42,94% por lo cual podemos determinar que el proyecto es viable para ejecutarlo.

4.8.7.7 Relación Beneficio Costo

Tabla 60: Relación Beneficio Costo

BENEFICIO COSTO				
BC=SUMA DE FLUJOS DE CAJA ACTUALIZADA /SUMA DE INVERSION ACTUALIZADA				
B/C	\$ 403.993,04	\$ 78.500,41	5,15	Por cada dólar que invierto tengo 4 dólares con 15 centavos de ganancia

Elaborado por: La Autora

El beneficio costo es muy rentable para e proyectos ya que por cada dólar invertido tengo 4,15 de ganancia.

CONCLUSIONES

- La Industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A. con el proyecto tiene como propósito conocer la factibilidad para comercializar cereales, frutas tropicales y subtropicales, verduras, legumbres, carne y derivados de especies menores y mayores en la ciudad de Riobamba. El problema de la organización es que a pesar de encontrarse legalmente constituida y activa por la superintendencia de compañías no está operando en el mercado, por tanto, ha generado gastos administrativos y operativos, además, sin generar ingresos está pagando de honorarios a los responsables de declaraciones tributarias y seguros, bajo esa perspectiva, se busca conocer su viabilidad para evitar que los socios sigan inyectando más capital sin obtener beneficios.
- Al analizar la oferta y la Demanda en el mercado para la industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A. se puede evidenciar que la demanda insatisfecha es de 6227028 con un porcentaje de error del 5% del escenario pesimista, es decir, para tener una demanda que se pueda cubrir que es de 295784 productos que se ofrecerá en el año 1. La industria tiene un producto estrella que es la carne de cuy, ya que se comercializa aproximadamente al mes 5728 libras, pagando a sus proveedores un promedio de \$1,91 por libra, la entidad puede comercializar a \$3,24 dólares, es decir, con una demanda a cubrir de 68733 al año de cantidades de productos. La oferta a cubrir en mercados, almacenes y tiendas de las tiendas en la ciudad de Riobamba es de 920 cantidades diarias, 27600 mensuales y al año 331200 cantidades.
- Al realizar un estudio de factibilidad cumpliendo con los estudios de mercado, técnico, legal, ambiental, económico-financiero para la industria Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A, en donde, se determinó que el proyecto es viable ya que se producirá y comercializará 295.784 productos en el año, la infraestructura de la industria tiene una capacidad de 50 personas y se podrá brindar el servicio comercial de los productos entre 22 a 30 personas por hora, en donde, se pondrá a disponibilidad del cliente cereales, verduras, legumbres y frutas tropicales y subtropicales, comercialización de carnes de cuy y conejo, mismos que serán bajo los estándares de calidad además contará con una atención personalizada .

- La Industria Arytasdipromar S.A., el valor actual neto del proyecto es \$325492,63 por tanto, el valor positivo y es mayor que cero por ello el proyecto es financieramente viable incluso si el mismo se ejecutara sin financiamiento. La tasa interna de retorno es de 42,94% por lo cual podemos determinar que el proyecto es viable para ejecutarlo. El beneficio costo es muy rentable para el proyecto ya que por cada dólar invertido se tiene \$ 4,15 dólares de ganancia.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda, que la investigación del presente proyecto es una herramienta que facilita la toma de decisiones y por ende a mitigar signos de desempleo los cuales se basan en el crecimiento y la restauración del empleo en beneficio de la comunidad Riobambeña.
- Se recomienda, desarrollar de manera estratégica los aspectos importantes para la implementación de la industria para establecer cada uno de los parámetros económicos y administrativos de la organización.
- Se recomienda, analizar a los futuros clientes para que la organización sea competitiva, para incrementar las ventas, evaluar y controlar los estados financieros de la empresa con la finalidad de llevar de forma efectiva y eficiente los activos, pasivos y patrimonio de la industria. Además, de debe almacenar de forma organizada la materia prima, y buscan buenas relaciones comerciales con los proveedores con la finalidad de satisfacer las necesidades y requerimiento de los clientes.
- Se recomienda, considerar la factibilidad proyectada mediante el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno y ejecutar el proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, C.** (2014). *La contribución de la evaluación financiera de proyectos en las organizaciones*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2014/05/19/la-contribucion-de-la-evaluacion-financiera-de-proyectos-en-las-organizaciones/>
- Andía, W.** (2011). *La demanda insatisfecha en los proyectos de inversión pública*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/307180574_La_demanda_insatisfecha_en_los_proyectos_de_inversion_publica
- Arango, A.** (2014). *Importancia del estudio técnico*. Obtenido de http://www.academia.edu/8770204/IMPORTANCIA_ESTUDIO_T%C3%89CNICO
- Ascaribay, N., & Auquilla, G.** (2014). *Rediseño del organigrama estructural, funcional; levantamiento de perfiles y funciones por competencias y su implementación en la cooperativa de ahorro y crédito multicoop de la ciudad de Cuenca durante noviembre del 2013 a mayo del 2014 (Tesis de pregrado, UCS)*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6500/1/UPS-CT003136.pdf>
- Baca, G.** (2001). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill.
- Baca, G.** (2010). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill.
- Baca, N., & Herrera, F.** (2016). *Proyectos sociales*. Obtenido de http://www.redgtd.org/CENTRODOC/BD_ARCHIVOS/articulo_Francisco_Herrera.pdf
- Bautista, I.** (2011). *Evaluación financiera*. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/evaluacion%20de%20proyecto%20de%20inversion/clasificacion_de_las_inversiones.pdf
- Blacutt, M.** (2013). *El desarrollo local complementario*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1252/1252.pdf>
- Cadena, N.** (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/066000036001_Plan%20de%20Desarrollo%20Cantonal%202014-2019_15-03-2015_12-35-54.pdf

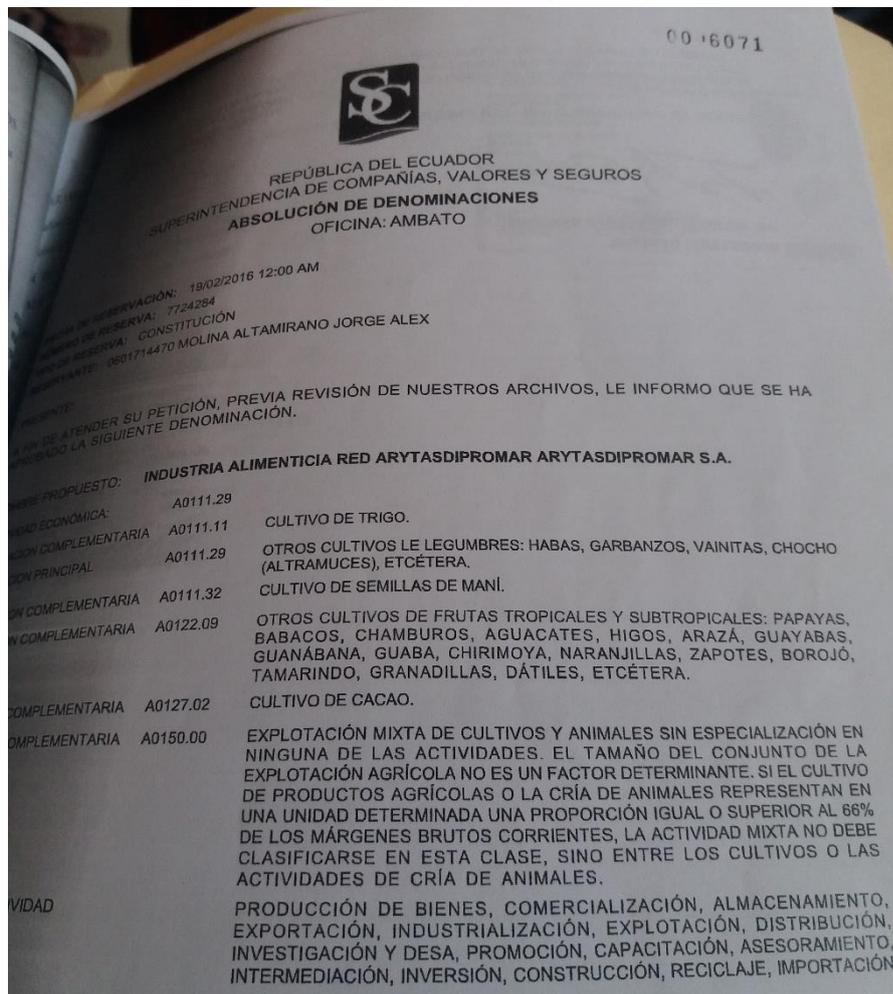
- Córdoba, M.** (2013). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Dirección de Investigación y Generación de Datos Multisectoriales.** (2017). *Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca*. Obtenido de http://sipa.agricultura.gob.ec/phocadownloadpap/zonificaciones/catalogos_mercados/mercado_riobamba.pdf
- Duque, J.** (2017). *Costo-beneficio*. Obtenido de <https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/relacion-costo-beneficio>
- Explorable.** (2009). *Investigación cuantitativa y cualitativa*. Obtenido de <https://explorable.com/es/investigacion-cuantitativa-y-cualitativa>
- Fernández, A.** (2006). *Investigación explicativa*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/136719435/Investigacion-Explicativa>
- Hidalgo, A.** (2010). *El comercio*. Obtenido de <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/comercium/article/viewArticle/237/1687>
- Loza, T.** (2014). *Examen de auditoria integral a la corporación de productores cuyículas de Riobamba, año 2012 (Tesis de pregrado, UTPL)*. Obtenido de http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/10674/1/Loza_Arroyo_Tania_Marianela.pdf
- MAGAP - CGSIN.** (2017). *Precios de comercialización*. Obtenido de <http://sipa.agricultura.gob.ec/phocadownloadpap/edicion-impres/2017/abril/abril-17-zona-3.pdf>
- Martínez, M.** (2007). *Investigación documental*. Obtenido de <http://geiuma-oax.net/invdoc/importanciaydef.htm>
- Miño, M.** (2011). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Murgueitio, M.** (2016). *Población de Riobamba 2018*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac-2016/Informe%20ejecutivo%20ESPAC_2016.pdf
- Ochoa, C.** (2015). *Probabilidades*. Obtenido de <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-probabilistico-o-no-probabilistico-ii>
- Ortegón, M., Díaz, J., Pulido, J., & Pérez, A.** (2012). *Flujogramas y Floxogramas*. Obtenido de https://docs.google.com/document/d/1-YjxrQYe7pJK_hz6EOkYpBgQ2lFweuW0dp88aL3avQM/edit#

- Pérez, J., & Merino, M.** (2009). *El precio*. Obtenido de <https://definicion.de/precio/>
- Pérez, J., & Merino, M.** (2012). *Definición del proyecto*. Obtenido de <https://definicion.de/proyecto/>
- Pico, A.** (2017). *Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio dedicado a la comercialización de productos agrícolas, en la parroquia Huachi Grande, cantón Ambato, provincia de Tungurahua (Tesis de pregrado, ESPOCH)*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/8016/1/22T0422.pdf>
- Ramírez, D., Susel, A., & Domínguez, Y.** (2009). *La economía latinoamericana*. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/numeros.htm>
- Ramos, E.** (2008). *Métodos y técnicas de la observación*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>
- Requena, J.** (2013). *Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de café de cereales en la ciudad de Loja (Tesis de pregrado, UNL)*. Obtenido de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/12762/1/TESIS%20FINAL.pdf>
- Rivadeneira, D.** (2012). *La comercialización*. Obtenido de <http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>
- Ruiz, D.** (2013). *El estudio de factibilidad*. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=X8O4DQAAQBAJ&pg=PT70&lpg=PT70&dq=Ruiz,+D.+\(2013\).+El+estudio+de+factibilidad&source=bl&ots=qTQr6Nh7nL&sig=aqtUsITJ1YuEO7JSokQxC2yvuE0&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiL7KPGvcjAhWqs1kKHRmtBnoQ6AEwAHoECAAQAQ#v=onepage&q=Ruiz%2C%20D.%20\(2013\).%20El%20estudio%20de%20factibilidad&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=X8O4DQAAQBAJ&pg=PT70&lpg=PT70&dq=Ruiz,+D.+(2013).+El+estudio+de+factibilidad&source=bl&ots=qTQr6Nh7nL&sig=aqtUsITJ1YuEO7JSokQxC2yvuE0&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiL7KPGvcjAhWqs1kKHRmtBnoQ6AEwAHoECAAQAQ#v=onepage&q=Ruiz%2C%20D.%20(2013).%20El%20estudio%20de%20factibilidad&f=false)
- Salgado, C.** (2013). *La macro y micro localización*. Obtenido de <http://christblogger72.blogspot.com/2013/05/la-macro-y-micro-localizacion.html>
- Sapag, N.** (2011). *Proyectos de inversión, formulación y evaluación*. Santiago de Chile : Pearson Educación.
- Solís, D.** (2011). *De la producción de materias primas a la industrialización, un desafío para el Ecuador (Tesis de posgrado, FLASCO)*. Obtenido de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/7755#.WbKi9NGQzIU>

- Tomas-Sábado, J.** (2009). *Fundamentos de bioestadística y análisis de datos*. Bellaterra: Servei de Publicacions.
- Torres, D.** (2015). *Proyecto de factibilidad para el procesamiento y comercialización de carne de cuy en el norte de la ciudad de Quito (Tesis de pregrado, PUCE)*.
Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8968/TRABAJO%20DE%20TITULACI%C3%93N.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Urbano, S.** (2017). *El van y el tir*. Obtenido de <https://www.economiafinanzas.com/question-van-tir/>
- Vaqui, J.** (2013). *Periodo de recuperación de inversión*. Obtenido de http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/pos/AN/PI/AM/10/Periodo.pdf
- Varela, R.** (2010). *Evaluación económica de proyectos de inversión*. Bogotá: McGraw-Hill
- Yapú, O.** (2013). *Técnicas*. Obtenido de https://prezi.com/vgdi1gj6_sgt/es-tecnica/

ANEXOS

Anexo 1 Actividad Económica



Fuente: Estatuto de la Industria

Maquinaria y Equipo para la operatividad de la industria

Anexo 2: Balanza de Pesaje



Anexo 3: Balanza de Pesaje Electrónica



Anexo 4: Transportadora de Carga y Descarga



Anexo 5: Carretilla Hidráulica



Anexo 6: Empacadora Al Vacío Doble Cámara Con Inyeccion De Gas Ev-600



Anexo 7: Máquina de perlado y quebrado de granos



Anexo 8: Codificador VideoJet 1220



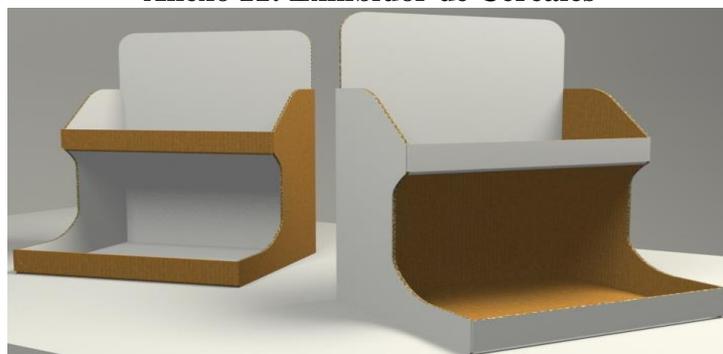
Anexo 9: Refrigerador Exhibidor de Cárnicos



Anexo 10: Refrigerador Exhibidor de Legumbres, Verduras, y Frutas



Anexo 11: Exhibidor de Cereales



Anexo 12: Tarja triple para lavado



Anexo 13: Gasto Servicios Básicos

Gastos Servicios Básicos			60%	40%
Detalle	Mensual	Anual	Producción	Ventas
Agua	120,00	1440,00	234,00	156,00
Energía Eléctrica	210,00	2520,00		
Teléfono	60,00	720,00		
TOTAL	390,00	4680,00		

Anexo 14: Caja – Bancos

Caja - Bancos	
Sueldos Primer mes	4408,19
Arriendo Primer mes	600,00
Total	5008,19

Anexo 15: Depreciación de la Maquinaria

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total	Depreciaciones	
Balanza de pesaje manual	2	30,00	60,00	0,50	
Balanza de pesaje electrónica	2	50,00	100,00	0,83	
Transportadora de carga y descarga	2	960,00	1920,00	16,00	
Carretilla Hidráulica	2	350,00	700,00	5,83	
Empacadora Al Vacío Doble Cámara Con Inyección De Gas Ev-600	1	8500,00	8500,00	70,83	
Codificador VideoJet 1220	1	3750,00	3750,00	31,25	
Máquina de perlado y quebrado de granos	2	1500,00	3000,00	25,00	
Refrigerador Exhibidor de Cárnicos	2	1100,00	2200,00	18,33	
Refrigerador Exhibidor de Legumbres, Verduras, y Frutas	2	1500,00	3000,00	25,00	
Exhibidor de Cereales	2	80,00	160,00	1,33	
Tarja Triple	10	1200,00	12000,00	100,00	C.Unitario
TOTAL	28		35390,00	294,92	18,432292

Anexo 16: Gasto Publicidad

Gastos Publicidad				
Detalle	Cantidad	Precio	Anual	Mensual
Radio y Televisión	6	120,00	720,00	60,00
Flayers	1000	0,05	50,00	4,17
TOTAL		64,17	770,00	64,17

Anexo 17: Gasto Arriendo

Gasto de Arriendo		
Detalle	Mensual	Anual
Local	600.00	7200.00
TOTAL	600.00	7200.00

Anexo 18: Gasto Mantenimiento

Gastos de Mantenimiento		
Detalle	Mensual	Anual
Mantenimiento de Equipos	20.00	240.00
Mantenimiento de Maquinaria	30.00	360.00
Mantenimiento Local	15.00	180.00
TOTAL	65.00	780.00

Anexo 19: Gastos Suministros de Limpieza

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Precio Unitario	Mensual	Anual
Basureros	Unidad	5	3,50	17,50	210,00
Trapeadores	Unidad	2	2,50	5,00	60,00
Recogedor de basura(pala)	Unidad	2	2,25	4,50	54,00
Escobas	Unidad	2	2,50	5,00	60,00
Desinfectante	Galón	1	4,50	4,50	54,00
Papel Higiénico	Docena	1	12,00	12,00	144,00
TOTAL		13		48,50	582,00

Anexo 20: Gastos de Depreciación

Gasto Depreciaciones			
Detalle	Valor	Mensual	Depreciación Anual
Muebles y Equipos de Oficina	2435.00	20.29	243.50
Maquinaria y Equipo	35390.00	294.92	3539.00
Equipo de Computo	3810.00	105.83	1270.00
Softwares Contables	2600.00	21.67	260.00
Equipo de Seguridad	1600.00	13.33	160.00
TOTAL	45835.00	456.04	5472.50

Anexo 21: Gastos de Amortización

Gasto de Amortización			
Detalle	Valor	Mensual	Amortización Anual
Gastos de Instalación	5000,00	83,3333	1000,00
TOTAL	5000,00	83,3333	1000,00

Anexo 22: Gastos Suministros de Oficina

Gastos Suministros de Oficina				
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total Mensual	Anual
Papel	5	4,00	20,00	240,00
Esferos	2	3,25	6,50	78,00
Archivador de documentos	5	3,00	15,00	180,00
Carpetas	10	0,50	5,00	60,00
Lápiz	1	2,50	2,50	30,00
Grapas	4	3,00	12,00	144,00
TOTAL			61,00	732,00

Anexo 23: Mano de Obra Directa

Mano de Obra Directa		
Empleados	Valor mensual	Costo Unitario
Operario 1	529,05	33,07
Operario 2	529,05	33,07
Total	1058,11	66,13

Anexo 24: Mano de Obra Indirecta

Mano de Obra Indirecta		
Empleados	Valor mensual	Costo Unitario
Supervisor	591,07	36,94
Bodeguero	522,50	32,66
Despachador	524,69	32,79
Total	1638,25	102,39

Anexo 25: Sueldos Gastos Administración

Sueldo Gastos Administrativos		
Empleados	Valor mensual	Valor Anual
Gerente	653,17	7838,00
Contador	547,08	6564,92
Total	1200,24	14402,92

Anexo 26: Sueldos Gastos Ventas

Sueldo Gastos de Ventas		
Empleados	Valor mensual	Valor Anual
Cajero	511,58	6138,94
Total	511,58	6138,94

Anexo 27: Gastos de Operación

Gastos de Operación para Inversión	
Detalle	Cantidad Mensual
Gastos Administrativos (Suministros de Oficina)	61,00
Gasto de Venta (Publicidad + Suministros de limpieza))	112,67
Total	173,67

Anexo 28: Ingreso y Costos

INGRESOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	480646,84	494433,88	508570,94	523111,68	538074,34
OTROS INGRESOS					21012,50
TOTAL INGRESOS	480646,84	494433,88	508570,94	523111,68	559086,84
EGRESOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN	300287,05	308904,53	317736,79	326821,38	336169,36
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	21607,42	23989,41	24635,21	24035,34	24730,70
GASTOS VENTA	9362,94	9784,90	10207,26	10630,02	11053,21
GASTOS FINANCIEROS	2731,29	1960,10	1188,91	417,73	0,00
TOTAL EGRESOS	333988,71	344638,93	353768,17	361904,47	371953,26
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS	300287,05	308904,53	317736,79	326821,38	336169,36
COSTOS TOTALES					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL EGRESOS	333988,71	344638,93	353768,17	361904,47	371953,26
COSTOS FIJOS	76846,01	77706,69	78577,01	79457,07	80346,99
COSTOS VARIABLES	257142,69	266932,24	275191,17	282447,40	291606,28
COSTOS TOTALES	333988,71	344638,93	353768,17	361904,47	371953,26

Anexo 29: Modelo de encuestas aplicadas a la población objetivo y a los proveedores

Encuesta para Clientes

La presente encuesta, ha sido diseñada con los fines de investigación de mercado para la apertura de la empresa Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A. de la Ciudad de Riobamba, cuyo propósito es la comercialización de cereales, verduras, frutas y carnes de especies menores en la ciudad de Riobamba sector Media Luna.

Edad: _____

Ocupación: _____

1. Ud. Que lugares frecuenta para realizar las compras de casa:

- a) Mercados (Mayorista, Sta. Rosa, San Alfonso, otros)
- b) Almacenes (Tía, Akí. Dicosavi, Supermaxi, otros)
- c) Tiendas
- d) Ninguna

2. ¿A través de qué medios publicitarios Ud. se ha enterado usted de la existencia de una nueva empresa?

- a) Publicidad a través de los medios de comunicación (Televisión y Radio)
- b) Vallas Publicitarias
- c) Internet (Páginas Web, Redes Sociales, etc.)

3. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que la empresa le ofrezca a Ud.?

- Zona Wifi (Servicio de Internet) Ambiente Moderno (Diseño elegante, atractivo, etc.)
- Atención Personalizada Otros: _____

4. ¿Qué tipo de productos prefiere y con qué frecuencia de tiempo lo compra?

Producto	Frecuencia	Diario	semanal	Quincenal	Ocasional	Nunca
Cuy (1 lb)						
Conejo (1lb)						
Cereales (trigo, cebada) (1lb)						
Legumbres (Habas, Choclo) (1lb)						
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb)						
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranja, Naranja, Mandarina) (1lb)						

5. ¿Cuál es el precio que pagaría Ud. Por su Producto?

Producto	Precio	\$1,50	\$2,00	\$2,50	\$3,00	3,50
Cuy (1 lb)						
Conejo (1lb)						
Cereales (trigo, cebada) (1lb)						
Legumbres (Habas, Choclo) (1lb)						
Verduras (Lechuga, Brócoli, Tomate, Pimiento) (1lb)						
Frutas (Papaya, Babaco, Aguacates, Naranjilla, Naranja, Mandarina) (1lb)						

6. Ud. Desearía que los productos sean embalados

Sí

No

7. ¿Le gustaría que haya una nueva empresa por el sector Media Luna?

Sí

No

Gracias por su colaboración

Encuesta para proveedores

La presente encuesta, ha sido diseñada con los fines de investigación de mercado para la apertura de la empresa Alimenticia Red Arytasdipromar Arytasdipromar S.A. de la Ciudad de Riobamba, cuyo propósito es la comercialización de cereales, verduras, frutas y carnes de especies menores en la ciudad de Riobamba sector Media Luna.

PRODUCTOR: _____

ORGANIZACIÓN: _____

LUGAR: _____

8. Ud. ¿Qué lugares frecuenta para vender sus productos?

- e) Mercados (Mayorista, Sta. Rosa, San Alfonso, otros)
- f) Almacenes (Tía, Akí. Dicosavi, Supermaxi, otros)
- g) Tiendas
- h) Ninguna

9. Ud. como Transporta sus productos al lugar de comercio

- a) Carro propio
- b) Carro de alquiler
- c) Vende Desde su lugar de Producción

10. Ud. ¿Qué tipos de productos vende y con qué frecuencia de tiempo?

Frecuencia Producto	Diario	2 a 5 veces por semana	Quincenal	Ocasional	Nunca
Cuy (1u)					
Conejo (1u)					
Trigo (1qq)					
Cebada (1qq)					
Choclo (1qq)					
Habas (1qq)					
Lechuga (1qq)					
Brócoli (1qq)					
Pimiento (1 Caja)					
Tomate (1 Caja)					
Papaya (1 Caja)					
Babaco (1 Caja)					
Aguacate (1 Caja)					
Naranjilla (1 Caja)					
Naranja (1qq)					
Mandarina (1qq)					

11. ¿Cuál es el precio que le pagan a Ud. por su Producto?

Precio Producto	\$3 a \$5	\$6 a \$8	\$9 a \$11	\$12 a \$14	\$15 a \$20	\$21 a \$25	\$26 a \$30	\$31 a \$40	\$41 a \$100
Cuy (1u)									
Conejo (1u)									
Trigo (1qq)									
Cebada (1qq)									
Choclo (1qq)									
Habas (1qq)									
Lechuga (1qq)									
Brócoli (1qq)									
Pimiento (1 Caja)									
Tomate (1 Caja)									
Papaya (1 Caja)									
Babaco (1 Caja)									
Aguacate (1 Caja)									
Naranja (1qq)									
Mandarina (1qq)									

12. Ud. Vendería sus productos a una empresa privada mediante contrato o convenio

Sí

No