



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E
INFORMÁTICA**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA COMERCIAL**

TEMA:

LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LA ZANAHORIA AMARILLA (*Daucus Carota*
l) Y BLANCA (*Arracacia Xanthorrhiza*) COMO ALTERNATIVA DE
DIVERSIFICACIÓN DE INGRESOS DE LOS PRODUCTORES EN LA
PARROQUIA GUANUJO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR,
AÑO 2021.

AUTORA:

Tandapilco Llumitaxi Jenny Valeria

DIRECTOR:

Econ. René Villacrés Borja

PAR ACADÉMICO:

Ing. Ángel García Del Pozo

GUARANDA - ECUADOR

2021

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LA ZANAHORIA AMARILLA (*Daucus Carota* L) Y BLANCA (*Arracacia Xanthorrhiza*) COMO ALTERNATIVA DE DIVERSIFICACIÓN DE INGRESOS DE LOS PRODUCTORES EN LA PARROQUIA GUANUJO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2021.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a mi Dios por darme salud, vida, fuerza y resignación para sobre llevar cada obstáculo. En segundo lugar, a mi familia que han sido el pilar fundamental para la elaboración de este trabajo. En especial a mis padres; José Tandapilco y Rosario LLumitaxi. Además, a mi abuelo Miguel Llumitaxi quien estuvo siempre apoyándome con sus sabios consejos.

Agradezco también, a la universidad Estatal de Bolívar por haberme abierto las puertas, a todos mis docentes que me brindaron sus conocimientos durante toda mi carrera universitaria.

En definitiva, reitero mis sinceros agradecimientos a mi director de Tesis Eco. René Villacrés quien estuvo guiándome y brindándome sus conocimientos, en especial por el valioso tiempo prestado, así mismo, a mi par académico Ing. Ángel García por su gran ayuda.

A todos ustedes gracias por su apoyo y ayuda incondicional.

Muchas gracias.

Jenny Valeria Tandapilco Llumitaxi

DEDICATORIA

Este trabajo investigativo se la dedico a mi Dios, a mi abuelita María Llumitaxi allá en el cielo, comprendo que no estuviste durante todo este tiempo de esfuerzo, tristeza y dolor, pero sé que siempre me estuviste cuidando desde el cielo. Te extraño mucho, y con lágrimas en los ojos estoy llegando al final, a cumplir la promesa que te hice abuelita mía.

Jenny Valeria Tandapilco Llumitaxi

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN**UNIDAD DE TITULACIÓN
INGENIERÍA COMERCIAL****FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS,
GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA****CERTIFICADO DE VALIDACIÓN**

ECON. RENE MESÍAS VILLACRÈS BORJA e ING. ING. ANGEL MUSSOLINE GARCIA DEL POZO, en su orden Director y Par Académico del Trabajo de Titulación **“LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LA ZANAHORIA AMARILLA (Daucus Carota l) Y BLANCA (Arracacia Xanthorrhiza) COMO ALTERNATIVA DE DIVERSIFICACIÓN DE INGRESOS DE LOS PRODUCTORES EN LA PARROQUIA GUANUJO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2021.”**, desarrollado por la señorita; **TANDAPILCO LLUMITAXI JENNY VALERIA**.

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la Carrera de Ingeniería Comercial, por lo tanto, autorizamos su presentación y defensa.

Guaranda, 16 de Agosto del 2021

ECON. RENE MESÍAS VILLACRÈS BORJA
DIRECTOR ACADÉMICO

ING. ANGEL MUSSOLINE GARCIA DEL POZO
PAR ACADÉMICO

CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO

ECON. RENÉ MESÍAS VILLACRÈS BORJA, EN CALIDAD DE DIRECTOR ACADÉMICO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN, A PETICIÓN DE LA PARTE INTERESADA,

CERTIFICA

Que la señorita, **TANDAPILCO LLUMITAXI JENNY VALERIA**, estudiante de la carrera de **Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática**, han cumplido con el ingreso de las sugerencias y recomendaciones emitidas por el suscrito el día de la defensa al proyecto denominado **"LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LA ZANAHORIA AMARILLA (Daucus Carota l) Y BLANCA (Arracacia Xanthorrhiza) COMO ALTERNATIVA DE DIVERSIFICACIÓN DE INGRESOS DE LOS PRODUCTORES EN LA PARROQUIA GUANUJO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2021."**, en tal virtud faculto a la interesada continuar con el trámite pertinente.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Guaranda, 01 de septiembre de 2021

Atentamente,


ECON. RENÉ MESÍAS VILLACRÈS BORJA
DIRECTOR ACADÉMICO

ING. ANGEL MUSSOLINE GARCÍA DEL POZO, EN CALIDAD DE PAR ACADÉMICO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN, A PETICIÓN DE LA PARTE INTERESADA,

CERTIFICA

Que la señorita, TANDAPILCO LLUMITAXI JENNY VALERIA, estudiante de la carrera de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, han cumplido con el ingreso de las sugerencias y recomendaciones emitidas por el suscrito el día de la defensa al proyecto denominado **“LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LA ZANAHORIA AMARILLA (Daucus Carota l) Y BLANCA (Arracacia Xanthorrhiza) COMO ALTERNATIVA DE DIVERSIFICACIÓN DE INGRESOS DE LOS PRODUCTORES EN LA PARROQUIA GUANUJO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2021.”**, en tal virtud faculto a la interesada continuar con el trámite pertinente.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Guaranda, 01 de septiembre de 2021

Atentamente,



ING. ANGEL MUSSOLINE GARCÍA DEL POZO

PAR ACADÉMICO

DERECHOS DE AUTORÍA NOTARIZADA



DRA. MSc. GINA CLAVIJO CARRION
Notaria Cuarta del Cantón Guaranda.

ESCRITURA N° 20210201004P00865

DECLARACIÓN JURAMENTADA

OTORGA:

JENNY VALERIA TANDAPILCO LLUMITAXI.

CUANTÍA: INDETERMINADA

Di 1 COPIA

En el Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar, República del Ecuador, hoy día lunes a los diecisiete días del mes de agosto del año dos mil veintiuno, ante mí **Doctora MSC. GINA LUCIA CLAVIJO CARRIÓN, NOTARIA CUARTA DEL CANTÓN GUARANDA** comparece con plena capacidad, libertad y conocimiento, a la celebración de la presente escritura, la señorita **JENNY VALERIA TANDAPILCO LLUMITAXI**, por sus propios y personales derechos. La compareciente declara ser de nacionalidad ecuatoriana, mayor de edad, de estados civil soltera, de ocupación estudiante, domiciliada en la parroquia Veintimilla, cantón Guaranda, Provincia de Bolívar; con celular número cero nueve nueve cinco cero ocho cero siete tres cinco y con correo electrónico valeriatandapilco@gmail.com, hábil en derecho para contratar y contraer obligaciones, a quien de conocer doy fe, en virtud de haberme exhibido sus documentos de identificación, en base a la cual obtengo la certificación de datos biométricos del Registro Civil, mismo que agrego a esta escritura como documentos habilitantes. Advertida la compareciente por mí la Notaria de los efectos y resultados de esta escritura, así como examinada que fue en forma aislada y separada de que comparece al otorgamiento de esta escritura sin coacción, amenazas, temor reverencial, ni promesa o seducción, advertida la compareciente de la obligación que tiene de decir la verdad y conocedora de la penas de perjurio declara: Yo, **JENNY VALERIA TANDAPILCO LLUMITAXI**, de estado civil soltera, portadora de la cedula de ciudadanía número cero dos cero dos tres tres ocho cero dos guion seis, declaro bajo juramento que: los criterios e ideas emitidos en el presente trabajo de investigación titulado "LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LA ZANAHORIA AMARILLA (*Daucus Carota* L) Y BLANCA (*Arracacia Xanthorrhiza*) COMO ALTERNATIVA DE DIVERSIFICACIÓN DE INGRESOS DE LOS PRODUCTORES EN LA PARROQUIA GUANUJO, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2021". El trabajo aquí escrito es de mi autoría y por lo tanto soy responsable de las ideas y contenidos expuestos en el mismo y autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar a hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o parte de lo que contiene la obra, con fines estrictamente académicos o de investigación expuestos en el mismo. En el proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial, otorgado por la Universidad Estatal de Bolívar, a través de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, carrera de Ingeniería Comercial. Es todo cuanto puedo declarar. Para su celebración y otorgamiento se observaron los preceptos de ley que el caso requiere; y, leída que le fue a la compareciente íntegramente por mí la Notaria, aquella se ratifica en todas sus partes y firma junto conmigo en unidad de acto, incorporándose al protocolo de esta Notaria, la presente declaración juramentada, de todo lo cual doy fe. -----

Jenny Valeria Tandapilco Llumitaxi
SRTA. JENNY VALERIA TANDAPILCO LLUMITAXI.
C.C. 020233826.

Gina Clavijo Carrion
DRA. MSc. GINA LUCIA CLAVIJO CARRION
NOTARIA CUARTA DEL CANTÓN GUARANDA



ÍNDICE DE CONTENIDOS

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	I
AGRADECIMIENTO	II
DEDICATORIA	III
CERTIFICADO DE VALIDACIÓN.....	IV
CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO	V
DERECHOS DE AUTORÍA NOTARIZADA.....	VII
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XI
ÍNDICE DE FIGURAS/GRÁFICAS/ IMÁGENES.....	XII
INTRODUCCIÓN	1
RESUMEN	3
ABSTRACT.....	5
CAPITULO I.-FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO.....	7
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	7
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	8
1.2.1 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	8
1.3 JUSTIFICACIÓN	9
1.4 Objetivos	10
1.4.1 Objetivo General.....	10
1.4.2 Objetivos Específicos	10
1.5 VARIABLES	11
1.5.1 Variable Independiente	11
1.5.2 Variable dependiente.....	11
1.6 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	11
CAPITULO II.- MARCO TEÓRICO	12
2.1 ANTECEDENTES	12

2.2	MARCO CIENTÍFICO.....	16
2.3	MARCO CONCEPTUAL	21
2.4	MARCO LEGAL.....	23
2.5	MARCO GEO REFERENCIAL	26
	CAPITULO III.- METODOLOGÍA	27
3.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	27
3.2	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	27
3.3	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE DATOS	28
3.4	UNIVERSO, POBLACIÓN Y MUESTRA.....	29
3.5	PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	32
	CAPITULO IV.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN	33
4.1	ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	33
4.2	CONCLUSIONES	51
	CAPITULO V.- ESTUDIO DE MERCADO	53
5.1	DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.....	53
5.2	ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y PROYECCIONES	56
5.2.1	Proyección de la Demanda.....	58
5.2.2	Análisis de la Oferta y Proyecciones	59
5.2.3	Proyección de la Oferta.....	59
5.2.4	Demanda Insatisfecha y Proyecciones.....	61
5.2.5	Análisis de Precios	62
5.2.6	Análisis de la Comercialización.....	63
5.3	ESTUDIO TÉCNICO.....	67
5.3.1	Tamaño	67
5.3.2	Producción	67
5.4	ESTUDIO ADMINISTRATIVO U ORGANIZACIONAL.....	77
5.4.1	Orgánico Estructural	83
5.4.2	Orgánico Funcional.....	83
5.5	ESTUDIO FINANCIERO.....	89
5.5.1	Inversión Total	91
5.5.2	Capital de trabajo	92

5.5.3	Depreciación	93
5.5.4	Amortización de Intangibles	93
5.5.5	Financiamiento.....	94
5.5.6	Estructura de Costos	96
5.5.7	Determinación de los Ingresos.....	98
5.5.8	Punto de Equilibrio Económico	99
5.5.9	Estados de Resultados.....	102
5.5.10	Estado de Situación Financiera.....	103
5.5.11	Flujo de Fondos de Efectivo	103
5.6	EVALUACIÓN FINANCIERA, SOCIAL Y AMBIENTAL	105
5.6.1	Evaluación Financiera.....	105
5.6.2	Índice financiero	110
5.7	EVALUACIÓN SOCIAL	113
5.8	EVALUACIÓN AMBIENTAL	113
6.	CONCLUSIONES	114
7.	RECOMENDACIONES	115
8.	BIBLIOGRAFÍA.....	116
9.	ANEXOS.....	118

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Listado de Comunidades Productoras de Zanahoria Amarilla y Blanca	29
Tabla 2: Para el análisis se ha escogido la población Urbana de Guaranda	31
Tabla 3 1.- ¿Produce Ud. Zanahoria Blanca y Amarilla?	33
Tabla 4 2.- ¿Qué cantidad de terreno dedica para la siembra de zanahoria?	34
Tabla 5 3.- ¿Qué cantidad de quintales de Zanahoria blanca y amarilla cosecha?	35
Tabla 6 4.- ¿Qué cantidad de quintales de Zanahoria blanca y amarilla destina para la venta?	36
Tabla 7 5.- ¿Qué opina usted acerca de la industrialización de la zanahoria blanca y amarilla?.....	37
Tabla 8 6.- ¿Estaría usted dispuesto a vender su producto que en este caso sería la materia prima para elaborar snacks?.....	38
Tabla 9 7.- ¿Considera usted que al proveer para la industrialización de este producto en snacks pueda elevar sus ingresos económicos?	39
Tabla 10 1.- ¿Consume usted snacks?	40
Tabla 11 2.- ¿Por lo general que tipo de snacks consume?	42
Tabla 12 3.- ¿Cuántas unidades de snacks consume a la semana?	43
Tabla 13 4.- ¿De qué sabor prefiere consumir?	44
Tabla 14 5.- ¿De qué tamaño prefiere consumir?	45
Tabla 15 6.- ¿Qué precio paga por sus snacks?	46
Tabla 16 7.- ¿Le gustaría consumir snacks de Zanahoria Blanca y Amarilla?.....	47
Tabla 17 8.- ¿Cómo califica usted a esta nueva propuesta de industrializar este producto ancestral?.....	48

ÍNDICE DE FIGURAS/GRÁFICAS/ IMÁGENES

Gráfico: 1 Marco Geo referencial	26
Gráfico: 2 ¿Produce ud, Zanahoria Blanca y Amarilla?	33
Gráfico: 3 ¿Qué cantidad de terreno dedica para la siembra de zanahoria siembra?	34
Gráfico: 4 ¿Qué cantidad de quintales de Zanahoria blanca y amarilla cosecha?	35
Gráfico: 5 ¿Qué cantidad de quintales de Zanahoria blanca y amarilla destina para la venta?	36
Gráfico: 6 ¿Qué opina usted acerca de la Industrialización de la zanahoria Blanca y Amarilla? 37	
Gráfico: 7 ¿Estaría usted dispuesto a vender su producto que en este caso sería la materia prima para elaborar snacks?	38
Gráfico: 8 ¿Considera usted que al proveer para la industrialización de este producto en snacks pueda elevar sus ingresos económicos?	39
Gráfico: 9 ¿Consume usted snacks?	41
Gráfico: 10 ¿Por lo general que tipo de snacks consume?.....	42
Gráfico: 11 ¿Cuántas unidades de snacks consume a la semana?	43
Gráfico: 12 ¿De qué sabor prefiere consumir?	44
Gráfico: 13 ¿De qué tamaño prefiere consumir?	45
Gráfico: 14 ¿Qué precio paga por sus snacks?	46
Gráfico: 15 ¿Le gustaría consumir snacks de Zanahoria Blanca y Amarilla?	47
Gráfico: 16 ¿Cómo califica usted a esta nueva propuesta de industrializar este producto ancestral?.....	48
Gráfico: 17 Línea de comercialización larga	63
Gráfico: 18 Líneas de comercialización media.....	63
Gráfico: 19 Línea de comercialización Corta	64
Gráfico: 20 Localización de la Empresa	70
Gráfico: 21 Distribución de la Planta.....	75

Gráfico: 22 Isologotipo 79

Gráfico: 23 Logotipo..... 79

INTRODUCCIÓN

En la Provincia de Bolívar actualmente no existe ninguna empresa que se dedique a industrializar la zanahoria. Muchos gobiernos no toman la iniciativa de ayudar a los pequeños productores a que se siga manteniendo la tradición pues la zanahoria es un producto que se ha consumido desde la antigüedad.

El principal motivo de esta investigación es dar solución a la situación que viene atravesando muchos agricultores ya que la venta de la zanahoria no es muy rentable para solventar las necesidades que se requiere.

Cabe mencionar que mediante la investigación conoceremos cinco capítulos muy importantes distribuidos de la siguiente manera:

Capítulo I. Se refiere exclusivamente a la formulación General del proyecto así también consta de una breve descripción del problema, formulación del problema, preguntas de investigación, la justificación, objetivos generales y específicos, hipótesis, operacionalización de variables.

Capítulo II. Desarrollamos el marco Teórico, antecedentes, científico, conceptual, legal y Georreferencial aspecto que nos ayudará mucho en la investigación.

Capítulo III. Se trata de la metodología utilizada en el trabajo investigativo, se utilizó la investigación descriptiva, cualitativa, investigación de campo; además, se establece métodos utilizados; método inductivo, deductivo y analítico para recopilar información, se trabajó con tres técnicas; la encuesta, entrevista y la observación.

Capítulo IV. Se interpreta los resultados y se desarrolla la Discusión de la investigación de campo realizada partiendo de la información obtenida tanto de la

encuesta a los productores de zanahoria y a los ciudadanos de Guaranda.

Capítulo V. se procede a cumplir con todos los objetivos propuestos en la investigación como es el estudio de mercado con el fin de determinar el nivel de aceptación de nuestro producto, conocer los gustos y preferencias de los clientes.

Por otro lado, tenemos el estudio técnico donde determinamos los equipos necesarios, el tamaño y el lugar donde se ubicará la planta procesadora de snack y su distribución.

Se realizó el estudio organizacional en la cual aplicamos el nombre de la empresa quienes van a formar parte de ella definiendo la estructura del organigrama orgánico y funcional.

El estudio financiero representa los costos del proyecto; financiamiento, depreciación, amortización, inversión total, estructura de costos, ingreso, punto de equilibrio, estados de resultados y estado de situación financiera.

Evaluación financiera presentamos el VAN, TIR, PRI, RBC, que permitió determinar si el proyecto es factible o no.

Finalmente, se hace las conclusiones y recomendaciones del proyecto, se incluirá anexos que se usaron como fuente primordial para la obtención de información, así también, la bibliografía que nos sirvió para el presente trabajo.

RESUMEN

El Propósito de este trabajo es conocer la aceptación de crear la empresa industrializadora de snacks de zanahoria Blanca y amarilla como una alternativa de diversificar los ingresos de los productores de la parroquia Guanujo año 2021, cuyo nombre será “ZANAHORITAS”.

En la ciudad de Guaranda provincia de Bolívar el snack de zanahoria no lo producen ni lo comercializan, por tal razón se pretende ingresar al mercado ofertando un producto nuevo que posee nutrientes, vitaminas, hierro y calcio pudiéndolo consumir todas las personas sin distinción de edad, dicho esto, es un producto cien por ciento natural.

Cabe mencionar que para su elaboración se lo realizará cumpliendo todas las normas de calidad que nos permita obtener una rentabilidad económica en beneficio de todos los socios de la empresa.

Para dar inicio con este trabajo se realizó una investigación de campo por medio de la observación directa, además, encuestas que fueron dirigidos a los productores de la zanahoria ya que existía mucha producción del producto antes mencionado, incluso se realizó encuestas que fueron aplicadas a los consumidores para luego comprobar de que si les gustarían deleitar otro tipo de snacks; opinión que es necesaria para el levantamiento de nuevos emprendimientos que son beneficiosos para el crecimiento de la Provincia de Bolívar.

Se menciona como punto principal que la utilidad obtenida en el primer año es de 7962.89 dólares según lo observado en el Punto de Equilibrio, dando a entender que la inversión del proyecto tiene una rentabilidad aceptable

En lo referente a la evaluación financiera se calculó una tasa del 15%, obteniendo los siguientes resultados:

Valor actual neto (VAN) = 15.984,74 dólares

Tasa Interna de Retorno (TIR)= 57%

Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)= 1 año 7 meses 26 días

Relación Beneficio / Costo = 1.19 dólares.

De acuerdo a lo analizado, los resultados obtenidos son muy favorables con respecto a la evaluación financiera, lo que significa que se puede dar inicio con el proyecto por parte de los inversionistas, ya que presenta un porcentaje de suficiente aceptación y rentabilidad muy satisfactorio.

ABSTRACT

The purpose of this work is to know the acceptance of creating the industrializing company of white and yellow carrot snacks as an alternative to diversify the income of the producers of the Guanujo parish in 2021, whose name will be “ZANAHORITAS”.

In the Guaranda city, Bolívar province, the carrot snack is not produced or marketed, for this reason it is intended to enter the market by offering a new product that has nutrients, vitamins, iron and calcium and can be consumed by all people regardless of age. That being said, it is a one hundred percent natural product.

It is worth mentioning that its preparation will be carried out in compliance with all quality standards that allow us to obtain economic profitability for the benefit of all the partners of the company.

To begin with this work, a field investigation was carried out through direct observation, in addition, surveys that were directed to the producers of the carrot since there was a lot of production of the aforementioned product, even surveys were carried out that were applied to the consumers to later check if they would like to enjoy other types of snacks; opinion that is necessary for the rise of new ventures that are beneficial for the growth of the Province of Bolívar.

It is mentioned as the main point that the profit obtained in the first year is \$ 7,962.89 as observed in the Balance Point, implying that the investment of the project has an acceptable profitability

Regarding the financial evaluation, a rate of 15% was calculated, obtaining the following results:

Net Present Value (NPV) = \$ 15,984.74

Internal Rate of Return (IRR) = 57%

Investment Payback Period (PRI) = 1 year 7 months 26 days.

Benefit / Cost Ratio = \$ 1.19.

According to the analysis, the results obtained are very favorable with respect to the financial evaluation, which means that the project can be started by the investors, since it presents a percentage of sufficient acceptance and very satisfactory profitability.

CAPITULO I.-FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1 Descripción del problema

La Provincia Bolívar es una de las provincias más ricas en productos agrícolas, pero tiene varios problemas por los que atraviesan la mayoría de agricultores que no pueden seguir comercializando sus productos, originando de esta manera la caída de sus ingresos y dificultando el sustento de sus familias.

Uno de los productos que estas familias producen por tradición es la Zanahoria Amarilla y Blanca, la misma que sirve para el consumo familiar, sin embargo, en el mercado su precio es muy bajo y su rentabilidad también, por lo que los agricultores han disminuido su producción.

Últimamente muchas familias agricultoras de la parroquia Guanujo se han visto afectados por restricciones económicas y no pueden solventar sus necesidades o solucionar este problema, por lo que la mayoría de agricultores han optado por salir a las grandes ciudades en busca de otros trabajos, dejando de lado ideas emprendedoras que podrían ser excelentes soluciones.

Según lo expuesto, deberían optar por industrializar la zanahoria amarilla y blanca convirtiendo en frituras o snacks que permita a los agricultores vender dichos productos, generando mejores condiciones de precios lo que a su vez genera rentabilidad de su producción.

1.2 Formulación del problema

¿De qué manera la industrialización de la zanahoria amarilla y blanca ayuda al mejoramiento de los ingresos de los productores de la parroquia, Guanujo Provincia Bolívar?

1.2.1 Preguntas de investigación

¿La aplicación de la industrialización de la zanahoria amarilla y blanca mejorará los ingresos de los productores en la Parroquia Guanujo?

¿La zanahoria amarilla y blanca es un producto aceptado en el mercado?

¿Los agricultores apoyarán la idea de industrializar la zanahoria amarilla y blanca?

¿Existe suficiente producción de zanahoria amarilla y blanca en las comunidades?

¿Existe una aceptación de los consumidores del snack de zanahoria amarilla y blanca?

¿Los productores están dispuestos a vender, el producto para la industrialización?

1.3 Justificación

A través de este trabajo, se propone dar una solución al problema que tienen los agricultores de la parroquia Guanujo con el fin de incrementar y diversificar sus ingresos, en especial de aquellos que se dedican a la siembra de zanahoria amarilla y blanca, pues a través de la propuesta de la industrialización (frituras o snacks) se va a incentivar a los agricultores a la siembra de este tubérculo que cuentan con gran cantidad de nutrientes, beneficiosos para la salud y cuya ventaja es que estos productos se cosecha durante el transcurso de todo el año y no habría dificultad al momento de adquirirlos.

Los beneficiarios directos son los agricultores de la parroquia Guanujo que se dedican a cosechar la zanahoria amarilla y blanca, porque el hecho de proponer la industrialización de frituras o snacks casero de dichos tubérculos favorecerá a que este producto ancestral no desaparezca.

La perseverancia y el esfuerzo que se ponga en este trabajo ayudarán para realizar una propuesta técnicamente elaborada y que beneficie a los agricultores de la Parroquia Guanujo.

El propósito de esta investigación es llegar a posicionarnos en el mercado con el producto snacks de la zanahoria blanca y amarilla como una nueva alternativa de industrialización para cubrir la demanda de bienes mediante un adecuado procesamiento.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

- Elaborar una Propuesta para la Industrialización de la Zanahoria Amarilla y Blanca como Alternativa de Diversificación de ingresos de los productores de la Parroquia Guanujo Provincia Bolívar, año 2021.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Realizar un Estudio de Mercado que nos ayude a la identificación de los principales demandantes y oferentes del producto.
- Establecer el Estudio Técnico con la definición del tamaño, localización y proceso productivo del proyecto.
- Realizar un Estudio Administrativo adecuado para el buen funcionamiento del proyecto.
- Realizar un Estudio Financiero que ayude a la determinación de los costos, inversión, financiamiento del proyecto.
- Conocer la Rentabilidad Financiera del proyecto.

1.5 Variables

1.5.1 Variable Independiente

La industrialización de la zanahoria amarilla y blanca.

1.5.2 Variable dependiente

Diversificación de los ingresos.

1.6 Operacionalización de Variables

Variable	Dimensiones	Indicadores
La industrialización	Industrialización de frituras o snackscasero. Producto de calidad.	Materia prima 100 % local Conocimiento para Normas de Control de calidad Disponibilidad de la materia prima.
Diversificación de los Ingresos	Ingresos económicos de los productores.	Mejora la calidad de vida.

CAPITULO II.- MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

LA INDUSTRIALIZACIÓN DE ZANAHORIA Y SU INCIDENCIA EN EL NIVEL DE INGRESOS DE LOS PRODUCTORES DE ZANAHORIA DE LA PARROQUIA DE JULIO ANDRADE. CARLOS ANDRÉS ERAZO CÁRDENAS. 2013. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DEL CARCHI.

Establecer a través de un estudio de factibilidad, cual es el nivel de incidencia que tiene la escasa industrialización de zanahoria en los ingresos en los ingresos de los productores de la parroquia de Julio Andrade.

Existe una clara predisposición por parte de los productores de zanahoria para que se realice el estudio de factibilidad correspondiente para la creación de una empresa industrializadora y comercialización de productos hechos a base de zanahoria.

En la parroquia de julio Andrade se demostró que no existe una empresa que se dedique a la industrialización de algún producto hecho a base de zanahoria, ya que la mayoría de empresas se dedican a industrializar la leche.

Con la presente investigación realizada se pudo demostrar que los productores de Zanahoria tienen un nivel de vida inestable, ya que por los precios de venta bajos no obtienen los ingresos suficientes para mejorar sus estatus (Cárdenas, 2013).

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN E INDUSTRIALIZACIÓN DE SNACKS, A BASE DE MIEL COMO DERIVADO DE CAÑA DE AZÚCAR,

UBICADO EN EL CANTÓN SAN MIGUEL, Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE BOLÍVAR. ARIAS LARA CARMEN JULIA, CHUIZA VELÉLEZ ALEXANDRA NATALI, GAIBOR GAIBOR MARIELA FERNANDA. 2013. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA ECUADOR.

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción e industrialización de snacks a base de miel como derivado de la caña de azúcar en el cantón san miguel y su comercialización en la provincia de Bolívar.

La investigación de mercado arroja resultados que muestran la aceptación de una idea innovadora como son los snacks nutritivos que ofrecen satisfacer las necesidades del consumidor.

Al realizar el estudio técnico se estableció un proceso de producción adecuado que permita cumplir con la producción estima también se pudo definir la estructura orgánica funcional, los insumos y maquinaria necesaria para fabricar los snacks.

Las fuentes de financiamiento permiten tener el dinero necesario para la puesta en marcha del proyecto con la compra de activos fijos y materia prima determinando así con la evaluación financiera, que la elaboración de snacks es factible, a pesar de que muestra una pérdida en el primer año a partir del tercer año empieza el periodo de recuperación al incrementar las ventas y mantener el precio (Arias , Chuiza , & Gaibor, 2013).

“EFECTO DE LA SUSTITUCIÓN PARCIAL DE HARINA DE TRIGO,

POR DOS TIPOS DE HARINA DE ZANAHORIA BLANCA (Arracacia Xanthorrhiza), EN LA CALIDAD DE LA PASTA. MARTÍNEZ GUZMAN VERÓNICA 2011 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO”

Estudiar los efectos de la sustitución parcial de Harina de Trigo por dos tipos de Harina Blanca (Arracacia Xanthorrhiza), en la calidad de las pastas para fideos.

La metodología desarrollada consiste en las siguientes operaciones selección lavado inmerso en cloro al 0,1% cortado ácido cítrico al 1%, escurrido secado por convección durante 48h a 40°C molienda (molino de acero) tamizado a 80°C clasificación y empaque en fundas de polietileno para el caso de harina de zanahoria blanca sin cáscara se incluye el proceso de pelado.

La sustitución parcial de harina de trigo por harina de zanahoria blanca al 5%. 10% y 15% influye en la calidad de cocción de la pasta; a mayores porcentajes de sustitución, disminuye el tiempo de cocción y el grado de aceptación de la pasta e incrementa el porcentaje de hinchamiento y el grado de desintegración (Guzman, 2011).

“EVALUACIÓN DEL APROVECHAMIENTO DE LA ZANAHORIA NARANJA (Daucus Carota) Y ZANAHORIA BLANCA (Arracacia Xanthorrhiza), COMO HARINAS NO TRADICIONALES PARA LA ELABORACIÓN DE PAN DULCE. MEZA TUMBACO JUANA PRISCILLA. 2020. UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR”.

Evaluar el aprovechamiento de la Zanahoria Naranja (Daucus Carota) y Zanahoria Blanca (Arracacia Xanthorrhiza), como Harinas no tradicionales para la elaboración de pan dulce.

Se obtuvo la harina de Zanahoria Naranja (*Daucus Carota*) y harina de Zanahoria Blanca (*Arracacia Xanthorrhiza*), esta harina es de parámetro cuantificable debido a que se pudo producir panes.

Se calculó el porcentaje de la harina de zanahoria Naranja (*Daucus Carota*) harina de zanahoria blanca (*Arracacia Xanthorrhiza*) se encontró que contiene un aproximado de 2,80 y 4,80% de humedad si el límite máximo establecido por la NTE INEN 616, 2015 es de un 15% la muestra se encuentra dentro del límite del porcentaje de humedad permitido, por lo tanto, fue la adecuada para el proceso de panificación.

La determinación de los tres tratamientos con diferentes porcentajes para la elaboración de pan a base de harina de Zanahoria naranja (*Daucus Carota*) y Zanahoria Blanca (*Arracacia Xanthorrhiza*), dieron resultados positivos para la panificación, porque se cumplió con éxito debido a que se constituyó el 14% de harina de zanahoria, no obstante que la harina de trigo fue el patrón clave en los tres tratamientos con el 36% (Tumbaco, 2020).

Sin duda, la investigación antes expuesta ha sido considerada pertinente y necesaria al realizar proyectos similares ya que esto permitirá determinar la viabilidad y factibilidad del trabajo.

2.2 Marco Científico

“Teoría de la industrialización mediante sustitución de Importación”

Esta teoría de la industrialización mediante sustitución de importación es un modelo de acumulación que se preocupa del crecimiento, la inversión, el empleo y la distribución a largo plazo (Ocampo, 2008). Sin embargo, su raíz explícita está en una interpretación del desarrollo económico.

La industrialización sustitutiva se justifica en los puntos muy importantes:

La primera formulación (Rodríguez, 1980) a fines de los años 1940 y durante 1950 se propuso la necesidad de aumentar rápidamente el empleo para absorber la fuerza de trabajo en crecimiento y ofrecer mejores oportunidades a las fuerzas de trabajo subempleadas de la agricultura campesina lo que los sectores primarios de exportación no podían lograr.

Una industrialización bajo la dirección del estado fue vista como la única forma de generar rápidamente progreso tecnológico por que los beneficios de un aumento de la productividad en el sector primario.

En mi opinión se podría decir que es un modelo que se sustenta en su propia solución dando impulso a una nueva fase de desarrollo además es un modelo que verdaderamente viene traspasando desde los años sesenta en el cual la integración desempeñaba el papel de organizar la sustitución de importación porque fomentaba la competencia en los mercados regionales sirviendo como plataformas de transmisión de los nuevos sectores de exportación hacia los mercados mundiales.

“Teoría del crecimiento endógeno”

Las teorías modernas del crecimiento endógeno fueron diseñadas para explicar la

persistencia del crecimiento a largo plazo lo que debería suceder según el modelo neoclásico (Barro & Sala, 1995). La actividad de investigación dentro de las empresas o en un sector de investigación ajeno a ellas se centra en productos nuevos de calidad o costos de elaboración.

Sustentada en el modelo CEPAL como una variación del modelo “AK” estándar con rentabilidad creciente a escala donde la tecnología se incorpora a la inversión por cambios en la productividad total de los factores económicos ambientales.

En conclusión, se puede decir que los modelos de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) ayuda a impulsar cambios estructuras progresivas provocando cambios en la estructura productiva con el propósito de aumentar la participación de los sectores mediante la innovación que garantice el crecimiento económico inclusivo y sostenido que promueva la creación de empleos de calidad con derechos que se asocien a sectores que impulsen la producción de bienes y servicios ambientales.

Para fundamentar el proceso de industrialización a los que esta expuestos tanto una empresa como la sociedad requerirá de cambios importantes, la industrialización es transformar la materia prima en productos elaborados contribuyendo al cambio de un sector a otro.

La diversificación y sus teorías

La diversificación como instrumento de cambio y competitividad, debe abordarse a través de un marco metodológico estructurado propio sin el concepto tradicional de seguir al líder o reconvertirse según diversos esquemas productivas para poder definir si es posible orientar las expectativas de las empresas es decir la diversificación está

relacionada directamente con la empresa y sus clientes (Aguilar, 2012).

La diversificación es la entrada de una empresa o unidad de negocio hacia nuevas líneas de actividad mediante el desarrollo de procesos de negocios internos o adquisiciones, las cuales generan cambios en su estructura administrativa sistemas y otros directivos” (Huerta & Navas, 2015).

La diversificación también es considerada como una estrategia que se lo realiza como opción para poder sobre salir con sus productos a mercados actuales convirtiendo como una ventaja competitiva que muchas empresas debe tomar para lograr objetivos.

Cuando hablamos de diversificación va dirigido a los productos o servicios con características totalmente nuevas o mejoradas de los que ya existen que de una u otra forma llamen la atención del cliente en el menor tiempo posible. El principal objetivo de la diversificación es llegar a nuevos nichos de mercados logrando segmentos de mercados nuevos para aumentar el número de clientes fidelizados del potencial existentes

Sin embargo, algunos autores sugieren que la teoría del modelo lineal es aquella que está directamente relacionada con la rentabilidad en relación a la diversificación de la cartera de productos

Modelo lineal

Según Puente & Andrade (2016), determinaron en su revista que el modelo lineal *“es directamente proporcional a la rentabilidad en relación a la diversificación de la cartera de productos analiza las características del desempeño en función a la diversificación se puede decir de una menor elasticidad de la rentabilidad ya que se*

valora más la calidad y la aceptación a las necesidades de las empresas”.

Modelo de U invertido

A si mismo plantea que la estrategia de diversificación relacionada es preferible a la estrategia de negocio único debido a que las empresas establecidas en industrias cercanas puedan intercambiar recursos corporativos (Puente & Andrade , 2016)

Por lo tanto, es importante implementar estrategias de diversificación como una ventaja competitiva que muchas empresas deben optar para extender sus mercados y obtener mejor rentabilidad así también debe de tomar mucha en cuenta factores que inciden en la toma de decisiones de diversificar hacia nuevos mercados ofreciendo el mismo producto, pero con un valor agregado.

Sin embargo, al hablar de diversificación es hablar de una combinación de actividades existentes en la organización con las nuevas, que estas dos optimicen los resultados este tipo de diversificación distingue tres clases de integraciones:

Vertical: La empresa se convierte en su propio proveedor tomando el nombre de integración hacia atrás la integración hacia adelante se da cuando la organización se convierte en su propio cliente reduciendo costos de transacción logrando así una optimización de costos.

Horizontal: El papel fundamental es agregar nuevos productos o servicios al portafolio de la empresa así también a la línea de productos de una empresa que no están relacionados con los productos ya existentes.

Concéntrica: Es la introducción de nuevos productos al mercado ya sean elaborados tecnológicamente con los productos ya existentes diseñados para atraer a nuevos segmentos de mercado.

Por la tanto la diversificación de ingresos se podría decir que son estrategias para generar ganancias financieras futuras ampliar el mercado potencial con el propósito de expandir y alcanzar un mayor crecimiento descubriendo nuevos nichos de mercados que favorezca a los agricultores de la zona y dar a conocer el producto de la industrialización dela zanahoria amarilla y blanca.

2.3 Marco Conceptual

Industrialización

“La industrialización es el conjunto de procesos y actividades que tienen como finalidad transformar las materias primas en productos elaborados de forma masiva” (Matovelle, 2007).

Es decir, la industrialización comprende la transformación desde una sociedad agrícola a un industrial inclinado al crecimiento de ingresos económicos de la humanidad.

Diversificación

La diversificación es la entrada de una empresa o unidad de negocio hacia nuevas líneas de actividad mediante el desarrollo de procesos de negocios internos o adquisiciones, las cuales generan cambios en su estructura administrativa sistemas y otros directivos (Huerta & Navas, 2015).

Administración

Gitman (2015), en lo referente a la administración señala un bajo nivel de organización debido a los siguientes factores: El bajo nivel educativo de los productores de la región dificulta el aprovechamiento de los programas de asistencia técnica y por tanto el mejoramiento de su capacidad empresarial-gerencial.

Actividad

Padilla D (2015), manifiesta que “la actividad son todos los procesos realizados en una entidad o en una organización” (pág. 85).

Beneficios económicos

Manifiesta que “son ganancias obtenidas o maximización de los recursos financieros a

través de la diferenciación de los ingresos y costos dentro de una economía”
(Rodríguez A. , 2016).

Comercialización

No existe una política de precios definida ya que la figura del intermediario distorsiona los precios del mercado (Rodríguez A. M., 2015).

Financiamiento

El acceso a crédito tradicional tanto para los productores como para la empresa comercializadora es limitado (Padilla D. N., 2015).

Gestión financiera

Dice que “Capacidad de gestionar los recursos disponibles de una empresa llevando un mejor control en sus ingresos y gastos para su desarrollo empresarial”
(Whittington, 2015).

2.4 Marco Legal

Para la fundamentación legal se ha visto la necesidad de ubicar la siguiente información que es necesaria para la sustentación del tema propuesto, la industrialización de la zanahoria de la zanahoria amarilla y blanca para esto empezamos por citar las bases legales que sustentan el desarrollo de este tema. CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR del régimen agropecuario.

Art. 266.- Será objeto permanente de las políticas del Estado el desarrollo prioritario, integral y sostenido de las actividades agrícola, pecuaria, acuícola, pesquera y agroindustrial, que provean productos de calidad para el mercado interno y externo, la dotación de infraestructura, la tecnificación y recuperación de suelos, la investigación científica y la transferencia tecnológica (Montecristi, 2008).

Art. 267.- El estado garantizará la propiedad de la tierra en producción y estimulará a la empresa agrícola. El sector público deberá crear y mantener la infraestructura necesaria para el fomento de la producción agropecuaria.

Tomará las medidas necesarias para erradicar la pobreza rural.

Regulará la colonización dirigida y espontánea, con el propósito de mejorar la condición devida del campesino.

Art. 269.- La pequeña propiedad agraria, así como la microempresa agropecuaria, gozarán de especial protección del Estado, de conformidad con la ley.

Art. 270.- El Estado dará prioridad a la investigación en materia agropecuaria, cuya actividad reconoce como base fundamental para la nutrición y seguridad alimentaria de la población y para el desarrollo de la competitividad internacional del país.

Como una normativa principal e importante tomaremos una de la LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, CAPITULO II, DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES, Art. 4.- DERECHOS DEL CONSUMIDOR. Donde claramente especifica los siguientes puntos. Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, que se mencionan a continuación:

Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;

Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;

Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad; Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar.

Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida.

Nosotros principalmente nos concentraremos en el bienestar de nuestros consumidores con nuestro producto, centrándonos en crear vínculos que cambien la perspectiva de un nuevo producto creado desde una idea visionaria y cultural

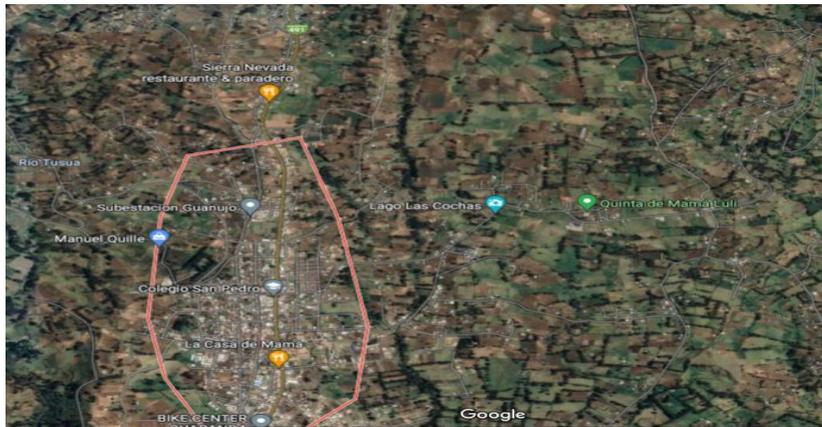
(CONSUMIDOR, 2010, pág. 2. Artículo: 2).

Una de las normativas también a considerar será del Art. 5.- OBLIGACIONES PARA LAS CADENAS DE SUPERMERCADOS Y SUS PROVEEDORES, sección seis que trata sobre: Las cadenas de supermercados incorporarán productos elaborados por actores de la Economía Popular y Solidaria, Artesanos, así como las pequeñas empresas legalmente constituidas propiciando su fortalecimiento asociatividad como proveedores del canal de distribución perteneciente al MINISTERIO COORDINADOR DE PRODUCCIÓN, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD con registro oficial No. 014. Donde un proveedor puede ofertar un nuevo producto originario o perteneciente a cualquiera de los puntos mencionados dentro del artículo (Ecuador, 2017, págs. 6- Artículo: 5).

2.5 Marco Geo Referencial

Lugar donde se realizará la investigación con todos los productores que se dedican a la siembra de zanahoria blanca y amarilla.

Gráfico: 1 Marco Geo referencial



Fuente: 1 Google Mapa 2021

(Google Map, 2021)

CAPITULO III.- METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación

Investigación descriptiva

Esta investigación permitirá realizar un análisis de la situación actual dando a conocer aspectos relevantes que deben ser acatados en la realización de la guía metodología.

Investigación de campo

Se utilizará esta investigación por las constantes visitas que se van a realizar al lugar de los agricultores con el propósito de tener la información necesaria requerida para el desarrollo del presente proyecto, además de aplicar encuestas y entrevistas a los agricultores y con el propósito de adquirir información de primera.

Investigación bibliográfica

Esta investigación permite indagar definiciones y aspectos relevantes de varios autores, las cuales son considerados idóneos para la recolección de información, de igual forma se utilizará libros, documentos, tesis, sitios web, etc.

3.2 Métodos de investigación

La investigación se realizará en base a los siguientes métodos planteados a continuación:

Método analítico

Tomado en cuenta para el análisis de datos obtenidos a través de la encuesta y entrevista, permitiendo conocer la situación actual de los agricultores de la parroquia de Guanujo a su vez desglosar las variables de investigación para un mejor.

Conocimiento de nuestro objeto de estudio aportando criterios que influyen en el

desarrollo empresarial.

Método deductivo: Este método ayudara a fundamentar en las diferentes teorías bibliográficas que aporten al desarrollo de la investigación para la construcción del nuevo conocimiento.

Método inductivo: Este método se puede decir que parte de lo particular a lo general favoreció a la recolección de información sobre situaciones que se vienen dando en la Parroquia de Guanujo.

Método histórico: Este método será aplicado puesto que permitirá realizar una evaluación a los agricultores de la parroquia de Guanujo a través de sus datos históricos, posterior a ello realizar un análisis presente.

3.3 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

Las técnicas e instrumentos de investigación que se aplicará es la encuesta y la entrevista, dirigida a los agricultores de la parroquia Guanujo

Encuesta: La encuesta va dirigida a los consumidores de snack para evaluar la aceptabilidad del nuevo producto así también a los agricultores de la parroquia de Guanujo el cual contribuirá con los datos cuya información se estima pertinente para la realización del proyecto de investigación.

Entrevista: La entrevista va dirigida a los técnicos especializados en procesos de industrialización con el propósito de recolectar información esencial para el trabajo investigativo.

Observación: La observación a los productores que permitió visualizar diversos aspectos que permita realizar nuestra investigación.

3.4 Universo, Población y muestra

El universo o la población de estudio está conformada por productores de zanahoria amarilla y blanca ubicados en el sector de la Parroquia Guanujo, permitiendo obtener la información relevante y útil para la realización del proyecto, por ser la población muy reducida se lo hará en todo el universo.

Listado de comunidades y número de familias que producen zanahorias amarilla y blanca ubicados en la Parroquia Guanujo.

Tabla 1: Listado de Comunidades Productoras de Zanahoria Amarilla y Blanca

COMUNIDADES	N° DE FAMILIAS	PORCENTAJE	Fracción muestral
Chalata Alto	40	12%	22
Chalata Bajo	70	21%	38
Chalata Central	50	15%	28
Las Cochas	40	12%	22
Jatunpamba	50	15%	26
Pato Cocha	30	9%	16
Paltabamba	30	9%	16
Tingo	30	9%	16
Total	340	100%	184

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Jenny Tandapilco

Universo = 340

Fórmula

$$n = \frac{M}{e^2(m-1)+1}$$

n= Tamaño de la muestra

m= Población

e = error admisible

$$n = \frac{M}{e^2(m-1)+1}$$

$$n = \frac{340}{0.05^2(340 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{340}{0.0025 (339) + 1}$$

$$n = \frac{340}{1.8475}$$

n = 184 Encuestas

El mercado que se pretende abordar es la zona urbana de la ciudad de Guaranda como los principales consumidores de snacks.

El producto está enfocado al segmento de la población comprendida entre los 12- 42 años de edad, la zona Urbana de Guaranda que tiene cerca de 32.185 habitantes según proyecciones realizadas al 2020.

Tabla 2: Para el análisis se ha escogido la población Urbana de Guaranda

Rango de Edad	2010	Porcentaje
De 12 a 17 años	6.144	33,81%
De 17 a 22 años	4.224	23,25%
De 22 a 27 años	3.325	18,29%
De 27 a 32 años	2.285	12,57%
De 32 a 37 años	1.109	6,10%
De 37a 42 años	1.083	5,96%
Total	18.170	100%

Fuente: PDOT Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda Proyecciones al 2020.

Universo = 18.170

Fórmula

$$n = \frac{m}{e^2(m-1)+1}$$

n= Tamaño de la muestra

m= Población

e= error admisible

$$n = \frac{m}{e^2(m-1)+1}$$

$$n = \frac{18170}{0.05^2(18170 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{18170}{0.0025 (18169) + 1}$$

$$n = \frac{18170}{46.4225}$$

n = 391 Encuestas

3.5 Procesamiento de la Información

El trabajo investigativo se efectuará en base a la información obtenida a través de encuestas y entrevistas, considerando que para la tabulación se aplicará el Exel así también para la realización del análisis e interpretación de datos se utilizará el programa Word.

CAPITULO IV.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis, interpretación y discusión de resultados

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE ZANAHORIA BLANCA Y AMARILLA

Tabla 3

Pregunta 1.- ¿Produce Ud. Zanahoria Blanca y Amarilla?

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Siempre	111	60%
A veces	73	40%
Total	184	100%

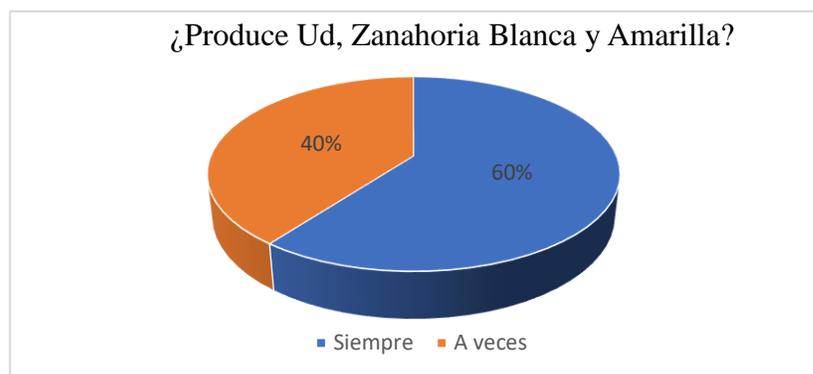


Gráfico: 2 ¿Produce Ud., Zanahoria Blanca y Amarilla?

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Jenny Tandapilco

Análisis: De las personas encuestadas el 60% manifiestan que casi siempre producen este tipo de zanahorias, mientras que el 40% determinan que solo a veces se dedican a cultivar este producto.

Tabla 4

Pregunta 2.- ¿Qué cantidad de terreno dedica para la siembra de zanahoria?

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
100 m2	74	40%
200 m2	49	27%
500 m2	32	17%
Más de 501 m2	29	16%
Total	184	100%

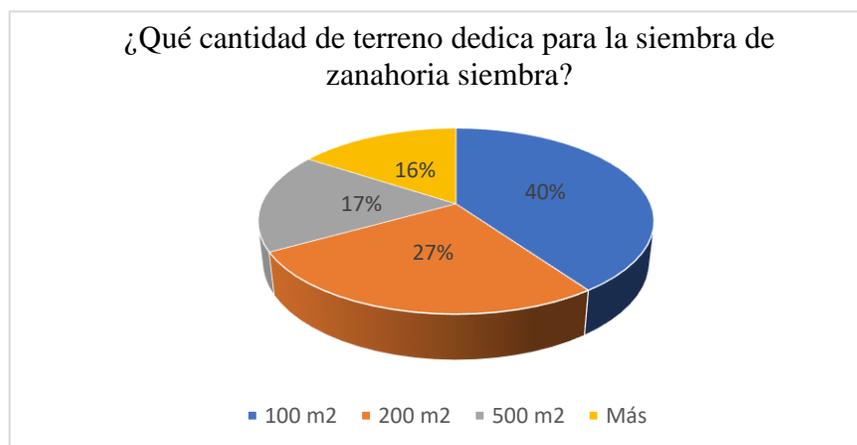


Gráfico: 3 ¿Qué cantidad de terreno dedica para la siembra de zanahoria siembra?

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Jenny Tandapilco

Análisis: Mediante la encuesta realizada a los productores que se dedican a esta siembra. Se determinó que un 40% de las personas encuestadas emplean 100m2 de terreno. Por otra parte, un 27% representa a que emplean 200m2 de terreno. No obstante, existe porcentajes de 17 y 16% de productores que emplean el terreno en grandes cantidades.

Tabla 5

Pregunta 3.- ¿Qué cantidad de quintales de Zanahoria blanca y amarilla cosecha?

Alternativa	Quintales	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Zanahoria Blanca	8	21	11%
	5	22	12%
	4	24	13%
	3	25	14%
Zanahoria Amarilla	9	20	11%
	8	25	14%
	5	24	13%
	3	23	13%
Total	45	184	100%

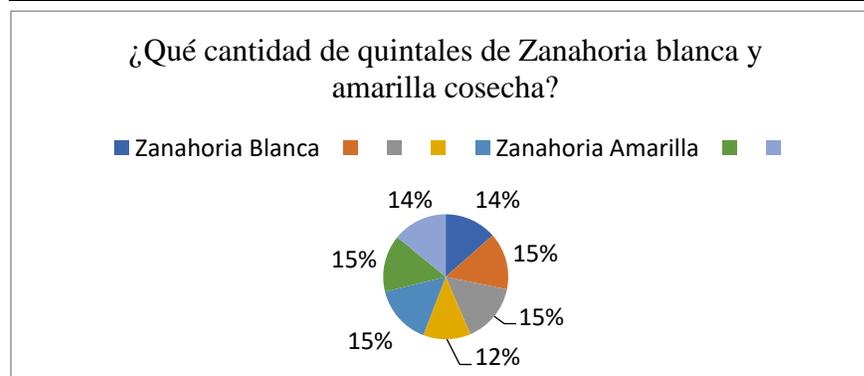


Gráfico: 4 ¿Qué cantidad de quintales de Zanahoria blanca y amarilla cosecha?

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Jenny Tandapilco

Análisis: De acuerdo a la pregunta N° 3 se pudo establecer que los 21 productores de zanahorias producen 8 quintales que representan al 11%, así también el 14% que representa a 25 personas productores que cosechan 3 quintales, mientras que los 20 productores de zanahoria amarilla representan el 11 % cosechan 9 quintales. Pero 25 persona cosechan que representa el 14% cosechan 45 quintales, esto indica que si existe producción de zanahorias.

Tabla 6

Pregunta 4.- ¿Qué cantidad de quintales de Zanahoria blanca y amarilla destina para la venta?

Alternativa	Quintales	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Zanahoria Blanca	6	20	11%
	4	23	13%
	7	21	11%
	3	24	13%
Zanahoria Amarilla	6	23	13%
	5	26	14%
	4	22	12%
	2	25	14%
Total	37	184	100%

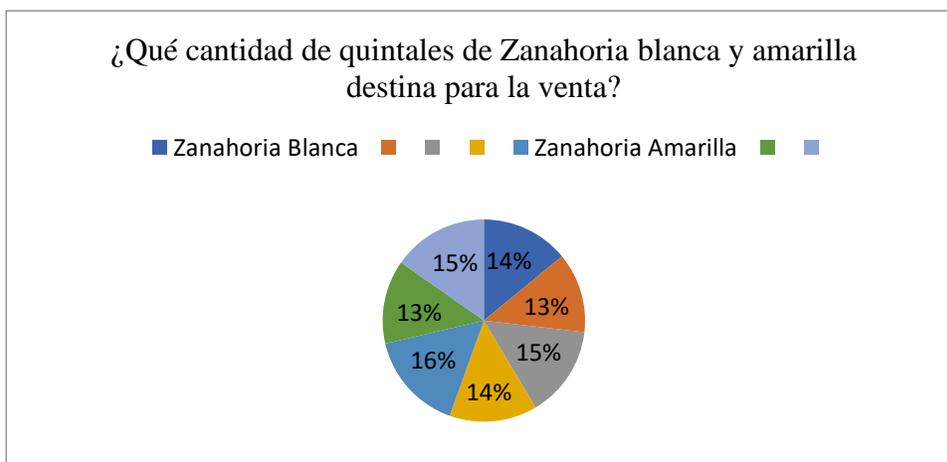


Gráfico: 5 ¿Qué cantidad de quintales de Zanahoria blanca y amarilla destina para la venta?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jenny Tandapilco

Análisis: De acuerdo a la encuesta realizada a los productores de zanahoria Amarilla y Blanca se establece que los 184 productores venden al menos 37 de los 45 quintales. Teniendo como diferencia 8 quintales que no se venden porque sus precios son bajos o no les compran.

Tabla 7

Pregunta 5.- ¿Qué opina usted acerca de la industrialización de la zanahoria blanca y amarilla?

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente idea	96	52%
Interesante	75	41%
Poco Probable de ser acogida	13	7%
Total	184	100%

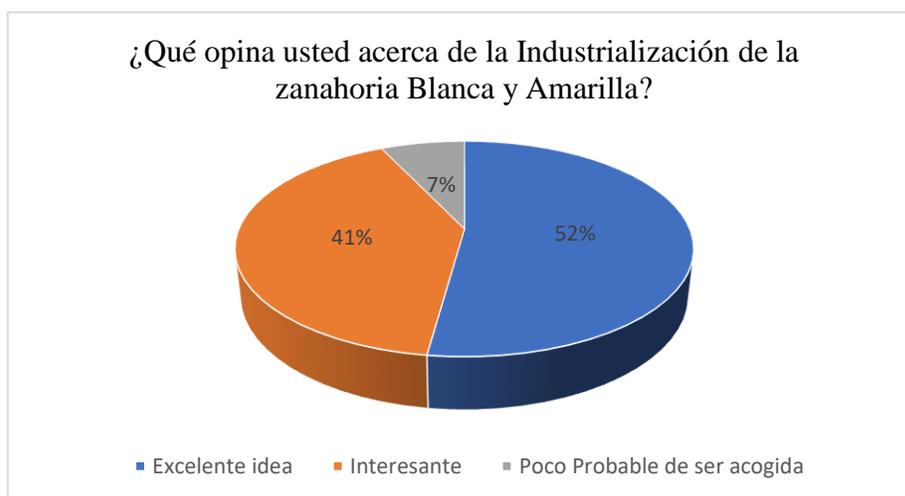


Gráfico: 6 ¿Qué opina usted acerca de la Industrialización de la zanahoria Blanca y Amarilla?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jenny Tandapilco

Análisis: Según la investigación realizada a los productores acerca de la industrialización de la zanahoria, un 52% consideran que es una excelente idea, así mismo, un 41% les parece interesante. Sin embargo, un 7% dicen que es poco probable de tener acogida con la industrialización del producto antes mencionado.

Tabla 8

Pregunta 6.- ¿Estaría usted dispuesto a vender su producto que en este caso sería la materia prima para elaborar snacks?

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	184	100%
No	0	0%
Total	184	100%

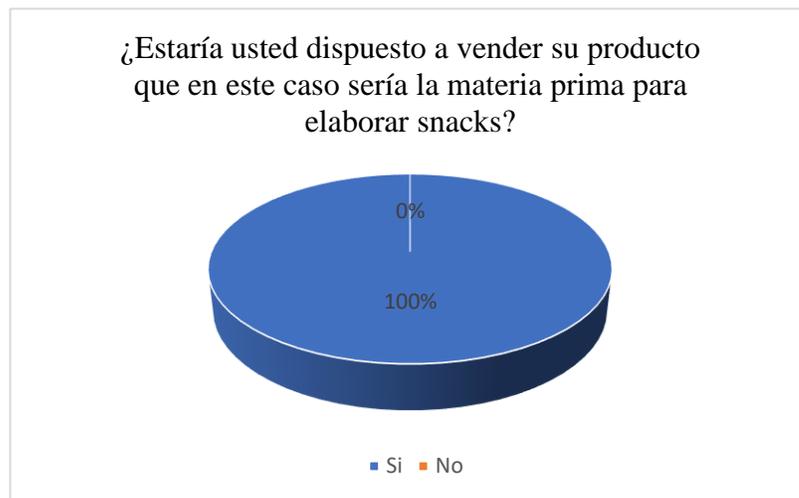


Gráfico: 7 ¿Estaría usted dispuesto a vender su producto que en este caso sería la materia prima para elaborar snacks?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jenny Tandapilco

Análisis: De las 184 persona encuestados que representa al 100% responde que están dispuesto a vender su materia prima para que sean elaborados como snacks, también están muy interesados en esta propuesta para que este producto no se pierda, sino que siga creciendo y motivando a los productores para la siembra de este producto.

Tabla 9

Pregunta 7.- ¿Considera usted que al proveer para la industrialización de este producto en snacks pueda elevar sus ingresos económicos?

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	184	100%
No	0	0%
Total	184	100%

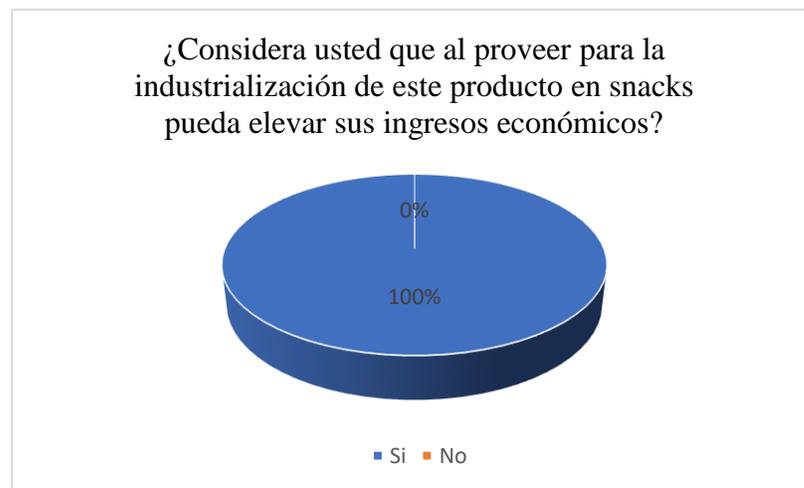


Gráfico: 8 ¿Considera usted que al proveer para la industrialización de este producto en snacks pueda elevar sus ingresos económicos?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jenny Tandapilco

Análisis: Los resultados de la investigación de las 184 personas encuestadas que es el 100% consideran que al proveer la zanahoria blanca y amarilla para ser industrializadas si se elevarán sus ingresos económicos y no tendrían que devolverse con el producto a casa, ya que en el mercado a veces no les compra y sus precios son muy bajos.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES DE SNACK

Tabla 10

Pregunta 1.- ¿Conoce Ud. ¿La zanahoria amarilla y blanca?

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	349	89%
No	42	11%
Total	391	100%

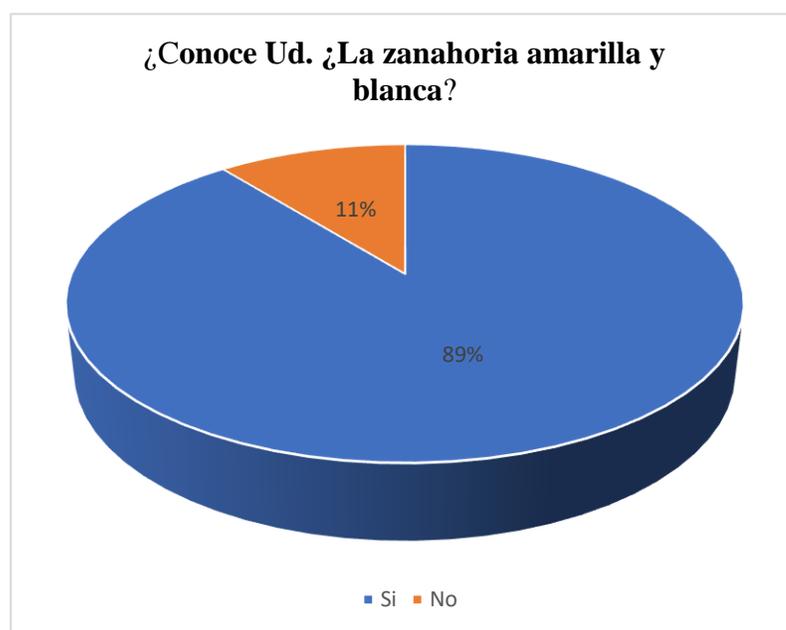


Gráfico:9 ¿Conoce Ud. ¿La zanahoria amarilla y blanca?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jenny Tandapilco

Análisis: De acuerdo al gráfico N° 15 las 349 personas que representa el 89% manifiesta que si conocen la zanahoria mientras que el 11% de las 42 personas dicen no conocer.

Tabla 11

Pregunta 2.- ¿Consume usted snacks?

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	391	100%
No	0	0%
Total	391	100%

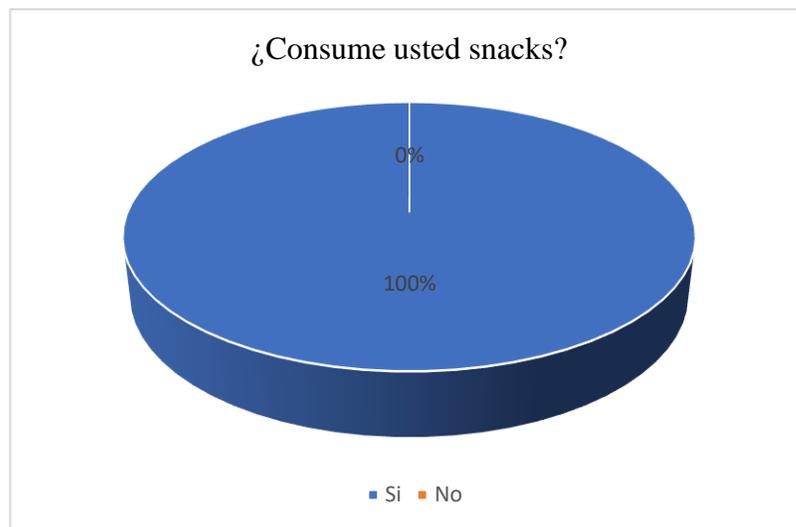


Gráfico: 10 ¿Consume usted snacks?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jenny Tandapilco

Análisis: De las 391 personas encuestadas a las personas de la ciudad de Guaranda que representa el 100% manifiestan que si consumen snacks.

Tabla 12

Pregunta 3.- ¿Por lo general que tipo de snacks consume?

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Papas	99	25%
Plátanos	92	24%
Chitos	82	21%
Doritos	97	25%
Otros	21	5%
Total	391	100%

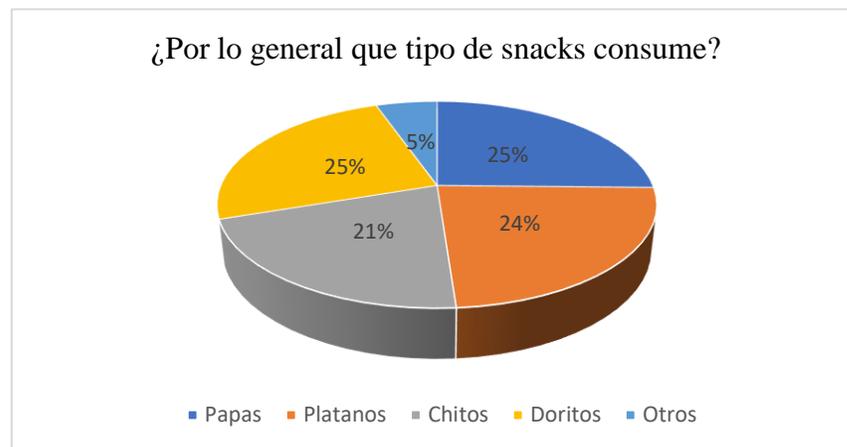


Gráfico: 11 ¿Por lo general que tipo de snacks consume?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jenny Tandapilco

Análisis: De acuerdo con el gráfico N° 10 se puede observar que, con respecto al consumo de snacks de las 291 personas encuestadas, 99 responde que consumen snacks de papas, 92 prefieren consumir plátanos, 82 optan por chitos, 97 por doritos y 21 prefieren consumir otro tipo de snacks.

Tabla 13

Pregunta 4.- ¿Cuántas unidades de snacks consume a la semana?

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 unidad	122	31%
2 unidades	101	26%
3 unidades	89	23%
4 unidades	79	20%
Total	391	100%

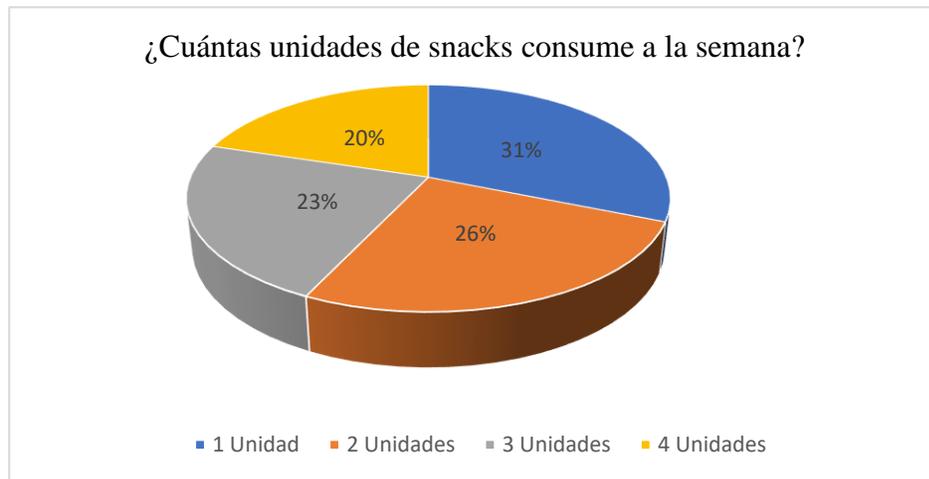


Gráfico: 9 ¿Cuántas unidades de snacks consume a la semana?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jenny Tandapilco

Análisis: De las encuestas realizadas se obtuvo como resultado las 122 personas consumen una unidad de snacks a la semana que representan el 31%, seguido 101 prefieren consumir dos unidades la semana con un 26%, 89 personas consumen 3 unidades a la semana con un porcentaje de 23% así también 79 que representa el 20% consumen 4 unidades de snacks a la semana teniendo como resultado positivo.

Tabla 14

Pregunta 5.- ¿De qué sabor prefiere consumir?

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sal	95	24%
Dulce	91	23%
Picante	97	25%
Limón	108	28%
Total	391	100%

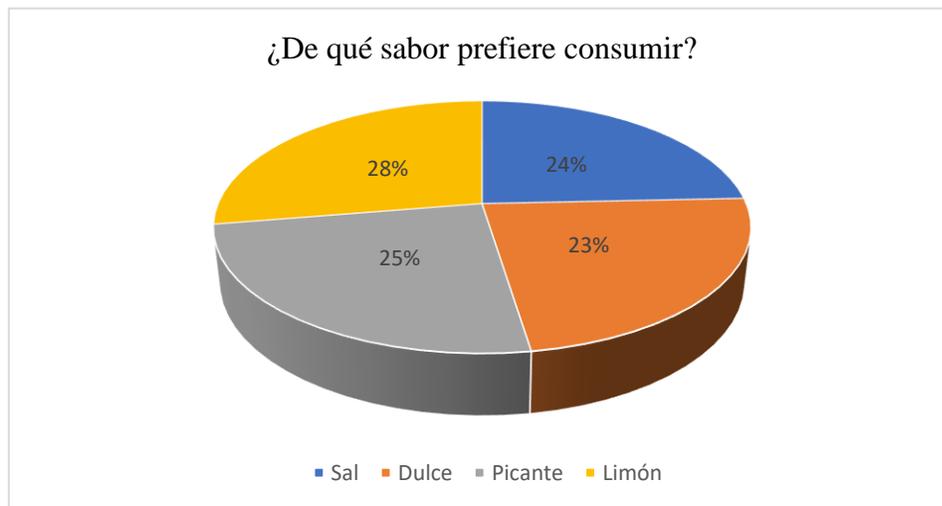


Gráfico: 10 ¿De qué sabor prefiere consumir?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jenny Tandapilco

Análisis: Según lo muestra la gráfica la mayoría de la población encuestada entre los sabores que más prefieren consumir es el snack de limón con un porcentaje del 28%. Por consiguiente, un 25% prefieren picante, un 24% de sal y un 23% optan por consumir un snack dulce.

Tabla 15

Pregunta 6.- ¿De qué tamaño prefiere consumir?

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Pequeño	94	24%
Mediano	142	36%
Grande	155	40%
Total	391	100%

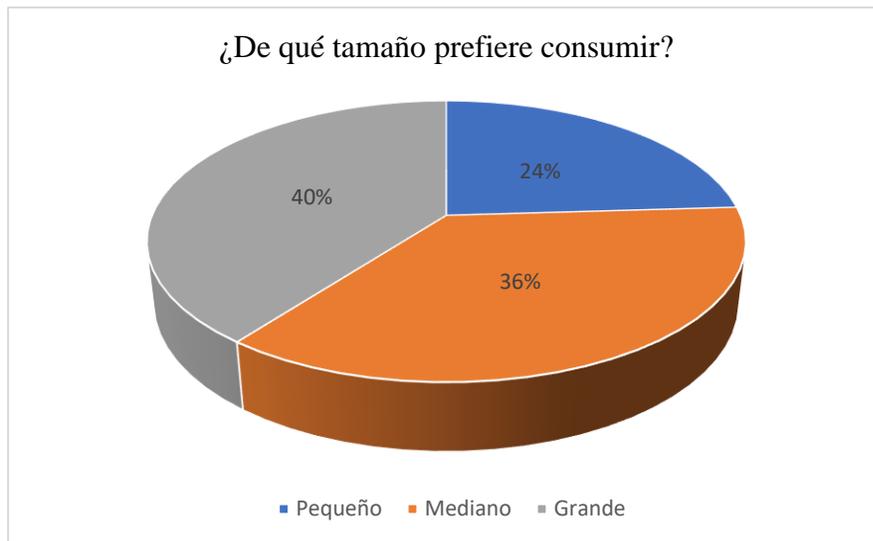


Gráfico: 11 ¿De qué tamaño prefiere consumir?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jenny Tandapilco

Análisis: De las 291 personas encuestadas se determinó que un 40% prefieren consumir snacks grandes, mientras que un 36% desean un tamaño mediano. Finalmente, un 24% eligen un tamaño pequeño.

Tabla 16

Pregunta 7.- Qué precio paga por sus snacks?

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Pequeño 0,25ctvs	130	33%
Mediano 0,50ctvs	106	27%
Grande 0,75ctvs	155	40%
Total	391	100%

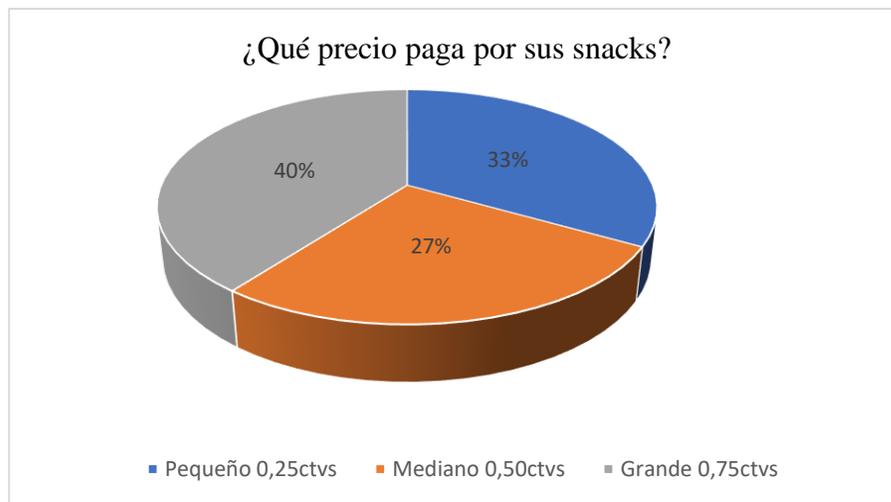


Gráfico: 12 ¿Qué precio paga por sus snacks?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jenny Tandapilco

Análisis: De acuerdo al gráfico N° 14 se puede establecer que las 130 personas que representa al 33% el precio que paga por sus snacks de tamaño pequeño es de 0,25 centavos mientras que del tamaño mediano lo pagan a 0,50 centavos y del tamaño grande 0,75 centavos.

Tabla 17

Pregunta 8.- ¿Le gustaría consumir snacks de Zanahoria Blanca y Amarilla?

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	391	100%
No	0	0%
Total	391	100%



Gráfico: 16 ¿Le gustaría consumir snacks de Zanahoria Blanca y Amarilla?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jenny Tandapilco

Análisis: De acuerdo con las encuestas realizadas a las 391 personas de la ciudad de Guaranda se establece que hay una gran acogida para empezar con la industrialización del producto antes mencionado, comprendiendo un 100%.

Tabla 18

Pregunta 9.- ¿Cómo califica usted a esta nueva propuesta de industrializar este producto ancestral?

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	299	76%
Muy Buena	92	24%
Regular	0	0%
Total	391	100%

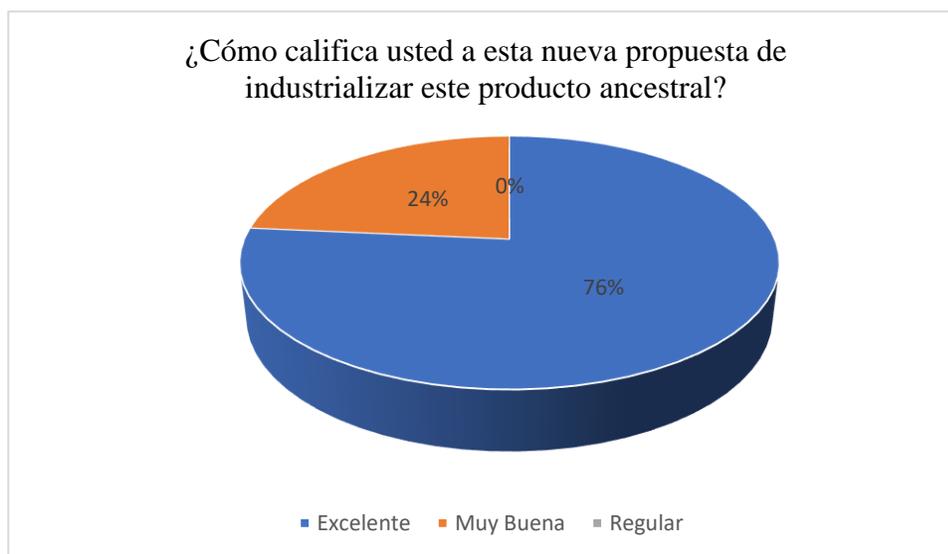


Gráfico: 17 ¿Cómo califica usted a esta nueva propuesta de industrializar este producto ancestral?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jenny Tandapilco

Análisis: De acuerdo al gráfico N° 16 según la encuesta realizada a los ciudadanos de Guaranda las 299 personas que representa el 76% califica como una excelente idea mientras que el 24% que representa a las 92 personas manifiestan que es una muy buena idea esta propuesta de industrializar la zanahoria.

Entrevista dirigida a la gerente de la empresa MADAVEL ubicado en el cantón Chimbo, Parroquia La Magdalena en la Provincia Bolívar.

¿Qué snacks produce usted?

Bueno por el momento nosotros somos una pequeña empresa nos dedicamos principalmente ofrecer productos de confitería como es el snack de habas saladas maní confitado también nos dedicamos a ofertar caramelos personalizados y figuras con diferentes diseños y sabores.

¿En qué lugares comercializa sus productos?

Nosotros contamos con una línea de comercialización no solo en la provincia si no a nivel nacional como es Ambato, Quito, Riobamba incluso contamos con puntos de ventas en Guaranda, Chimbo, San miguel. Un punto de venta ubicado en el santuario del Guayco esto nos ayudado mucho a darnos a conocer.

¿Qué necesitamos en un negocio de snacks para ser competitivo ante otras empresas?

Para ser competitivos en un mercado es saber llegar a nuestros clientes la prestación es muy importante la calidad especialmente el sabor eso atrae mucho a nuestros clientes especialmente a los niños.

¿Cuáles son los snacks que tiene más acogida en su negocio?

Bueno no le podría decir ya que todo el producto que ofrecemos ha tenido mucha acogida en el mercado en estos años con la pandemia hemos tenido un poco de déficit.

¿Usted qué opina de la industrialización de la zanahoria amarilla y blanca cree usted que tendrá acogida en el mercado el nuevo producto que se propone?

Es una excelente idea si se proponen hacer esto créame que todo es posible con perseverancia todo se puede logra me creo que sí tendrá acogida ya que es un producto innovador nunca dejen de soñar siga adelante con esta propuesta que no se pierda lo ancestral ya que esta planta se está perdiendo.

¿En caso de que se diera la industrialización de la zanahoria usted apoyaría para dar inicio con esta idea?

Claro que si estaría dispuesta a ayudarle en lo que ofrezca las puertas de esta pequeña empresa siempre estarán abiertas nosotros también incentivamos a que pequeños negocios crezca y sigan adelante.

4.2 CONCLUSIONES

Encuesta realizada a los productores de zanahoria

- Del total de las personas encuestadas manifiesta que se dedican a la agricultura, sin embargo, también se dedican a otra actividad como es la ganadería mientras que los 111 productores se dedican a la siembra de las zanahorias.
- De tal manera se determinó que casi la mayoría de los productores se dedican a la agricultura en especial a la siembra de la zanahoria debido a que es la principal fuente de ingreso de cada familia lo que garantiza que si existe una gran producción durante todo el transcurso del año.
- También se determinó que su producción es muy satisfactoria y se sienten felices por la cosecha en abundancia que se obtienen.
- De acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación se determinó que al momento de ingresar al mercado el producto sus precios son muy bajos, pues son pocos los productores que obtienen algún beneficio económico ya que en su mayoría apenas cubren lo invertido.
- Cabe mencionar que mediante la encuesta realizada a todos los productores está de acuerdo con la idea de que su producto sea industrializado, están dispuestos a vender y colaborar con la materia prima que sea necesario, inclusive mencionan que ayudaría a que este producto no se siga perdiendo.
- Los resultados de la investigación demuestran que al proveer la zanahoria blanca y amarilla para ser industrializadas si se elevarán sus ingresos económicos y no tendrían que devolverse con el producto.

Encuesta realizada a los consumidores de snacks de la ciudad de Guaranda

- De acuerdo a la encuesta realizada a la ciudadanía de Guaranda son todos que consumen snacks teniendo como ventaja para que esta nueva propuesta se haga realidad.
- Así mismo cabe mencionar que existen diversas marcas de snacks ya posesionadas en el mercado, su consumo es una unidad a la semana, el tamaño que desean consumir es grande; sin embargo, a través de la encuesta se pudo obtener información muy importante que toda la ciudadanía manifiestan que les gustaría consumir snacks de zanahoria.
- En si se puede concluir que tanto a los productores y consumidores de la ciudad de Guaranda es muy importante esta propuesta de industrializar la zanahoria. Con esta investigación se pretende ayudar el nivel de ingreso de los agricultores que se dedican a esta actividad como ofrecer un producto nuevo saludable y nutritivo a todos nuestros consumidores y no perder lo ancestral.

CAPITULO V.- ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado establece el lugar donde se ubicará el producto para cubrir la demanda de los consumidores actuales y potenciales identificando a las empresas competidoras, así como para determinar los precios y conocer la distribución del producto.

5.1 Definición del Producto

El producto que se pretende industrializar y por ende ingresar al mercado de la ciudad de Guaranda se define como snacks de zanahoria blanca y amarilla, las cuales se caracterizan por tener propiedades nutricionales para la salud

Se pretende elaborar con un componente técnico utilizando para esto los estándares de calidad establecidos en las normas INEN 2074, cumplir con el reglamento de buenas prácticas de manufactura del Ministerio de Salud Pública, el producto debe presentar el olor, sabor, color y textura.

Se admite la adición de especias y condimentos para conferir las características sensoriales deseadas, incluso, permite la adición directa de saborizantes genéricos manteniendo los niveles de precaución evitando la contaminación ambiental que se puede producir por los desechos de los diferentes procesos.

Zanahoria amarilla

Es una planta de clima frío se cultiva especialmente en las zonas frías posee una raíz fusiforme, jugosa y comestible de unos 15 a 18 cm de longitud.

El color de la zanahoria se debe a la presencia de alfa y beta carotenos que son precursores de la vitamina A. mientras más intenso el color de la zanahoria más

concentración posee en el cuerpo, los beta carotenos se transforman en vitamina A que es importante para la visión las defensas de la piel y tejidos internos además se sabe que los beta carotenos actúan como antioxidantes previniendo enfermedades vasculares degenerativas e incluso ayudan al desarrollo del feto.

Además de ser una fuente de agua desde el punto de vista nutricional la zanahoria posee gran cantidad de carbohidratos vitamina A, B, C y minerales como calcio y fósforo tiene proteínas y lípidos en mínimas cantidades.

Zanahoria blanca

Es conocida como arracacha es propia de climas fríos su parte comestible es la raíz que se parece a una zanahoria engrosada es de sabor agradable y de fácil digestibilidad ya que posee un almidón muy fino, alto contenido de calcio, vitamina A niveles adecuados de proteínas (vitamina B3) ácido ascórbico y fósforo por su composición nutricional el consumo de zanahoria blanca se recomienda en niños y ancianos.

Componentes nutricionales de las Zanahorias

- Calorías: 39
- Proteína: 1,25 g
- Hidratos carbono: 6,9 g
- Fibra: 2,6
- Grasa total: 0,20 g
- Calcio 27: 24 mg
- Hierro: 0,47 mg
- Yodo: 6,53 mg
- Magnesio: 11,24 mg
- Sodio: 61 mg

- Potasio: 321 mg
- Fósforo: 19 mg
- Vitamina C: 6, 48 mg

Características del producto del snack

Se ofertará a la ciudadanía un producto que esté de acuerdo con todos los estándares de calidad cumpliendo las necesidades y expectativas de nuestros clientes potenciales. También al momento de ser industrializado la materia prima están expuestos a cambios como son la textura, color, aroma y sabor. El aceite posee características propias necesarias para que el producto terminado sea crujiente y delicioso.

El producto para su mayor conservación será empacado en fundas pasticas su presentación será de 40 y 60 gramos en la parte delantera el empaque contendrá los valores nutricionales en la parte posterior tendrá el logotipo del producto con su respectivo nombre y el precio.

Los encargados de elaborar el snack de zanahoria será técnicamente personas capacitadas saludables física y mentalmente en el transcurso de la elaboración se cumplirán estrictamente con las normas de higiene, seguridad y de no contaminación al medio ambiente.

5.2 Análisis de la demanda y proyecciones

Para realizar la demanda y proyecciones se considera a los consumidores de snacks de la ciudad de Guaranda zona urbana para dar inicio con la propuesta de industrializar la zanahoria amarilla y blanca por ende ayudar a los pequeños productores que se dedican a esta actividad.

Tabla N° 3 Demanda Anual de snacks

Unidades consumidas	N° de personas de la muestra	Porcentaje de la muestra	N° de personas universo	Consumo semanal	N° de consumo al año
1	122	0,31	5669	5669	294809
2	101	0,26	4694	9387	488127
3	89	0,23	4136	12408	645198
4	79	0,20	3671	14685	763605
Total	391	1,00	18170	42149	2191739

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Jenny Tandapilco

En este cuadro se determinó el número de unidades que consume snacks en la ciudad de Guaranda, el número de demanda asciende a 2191.739 unidades al año.

Para el estudio de mercado también se preguntó:

¿Le gustaría consumir snacks de Zanahoria Blanca y Amarilla?

De acuerdo a la pregunta realizada a los consumidores de snack respondieron la gran parte de población desean probar o de justar de este nuevo producto.

Respecto a las preferencias por sabores se resumen en el siguiente cuadro:

Tabla N°4. Preferencias de Sabores

Sabores	%	N° de preferencias de sabores
limón	0,28	613687
picante	0,25	547935
dulce	0,23	504100
sal	0,24	526017
Total	1,00	2191739

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jenny Tandapilco

De acuerdo a la encuesta realizada se pudo determinar que las preferencias para el año 2021 en el snack de zanahoria el más preferido por el consumidor es de limón con un porcentaje del 28%, el mismo que nos permite saber el consumo que es 613687 unidades por preferencia de sabores.

Con relación al tamaño de preferencia, los consumidores manifiestan lo siguiente:

Tabla N° 5. Consumo por tamaño

Tamaño	%	N° Por tamaño
Grande	0,40	876696
Mediano	0,36	789026
Pequeño	0,24	526017
Total	1,00	2191739

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Jenny Tandapilco

Una vez realiza el análisis por tamaño de los snacks de zanahoria se determinó que prefieren consumir el snack de tamaño grande con un 40%, el mismo que corresponde a una preferencia anual de 876696.

5.2.1 Proyección de la Demanda

Para proyectar y calcular la demanda futura, debemos recurrir a la fórmula del monto, pues contamos con la Demanda Actual que asciende a 2191739 unidades, a la cual se le aplicó un porcentaje de 1,52% que es la tasa de crecimiento poblacional, como se especifica a continuación (Dato del Gobierno Central y tomado del INEC).

Así la fórmula del monto y de interés es: $M = C (1+i)^n$; con la cual calculamos la Demanda Futura, quedando de la siguiente manera:

$$DF = DA (1+i)^n$$

DF =	Demanda Futura
DA =	Demanda Actual
1 =	Constante
i =	% de crecimiento poblacional (1,52%)
n =	# de años

M = Demanda Futura

C = Demanda Actual

i = Tasa de Crecimiento Poblacional (1,52 %) INEC

DF = DA (1 + i) n

DF = DA (1+i) n

DF = 2191739 (1+0,0152) 1

DF = 2191739 (1,0152) 1

DF = 2.225.053

Tabla N° 6. Proyección de la Demanda

AÑOS	DEMANDA FUTURA DE SNACK DE ZANAHORIA
2021	2.191.739
2022	2.225.053
2023	2.258.874
2024	2.293.209
2025	2.328.066
2026	2.363.453

Elaborado: Jenny Tandapilco.

La demanda futura de snacks de zanahoria según proyecciones en el primer año tenemos 2.191.739 unidades, siendo su proyección para 5 años que asciende a 2.363.453 unidades, contribuyendo a una gran demanda hacia un futuro determinado.

5.2.2 Análisis de la Oferta y Proyecciones

Siendo la demanda igual a la oferta, lo cual indica que estamos cubriendo al mercado y por ende no existe demanda insatisfecha.

5.2.3 Proyección de la Oferta

Para proyectar la Oferta Futura se lo realiza de la misma forma que lo realizamos la demanda, es decir con la fórmula del Monto y con el 1,52 % que es la tasa de crecimiento de la población. (Gobierno Central y tomado del INEC), así:

La fórmula del monto es: $M = C (1+i)^n$

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

OF =	Oferta Futura
OA =	Oferta Actual
1 =	Constante
i =	% de crecimiento poblacional (1,52%)
n =	# de años

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

$$OF = 2.191.739 (1+0,0152)^1$$

$$OF = 2.191.739 (1,0152)^1$$

$$OF = 2.225.053$$

Tabal N° 7. Proyección de la oferta

(Expresado en Unidades)

AÑOS	OFERTA
Año 1	2.191.739
Año 2	2.225.053
Año 3	2.258.873
Año 4	2.293.207
Año 5	2.328.063
Año 6	2.363.450

Elaborado: Jenny Tandapilco

Una vez realizado los cálculos de la oferta futura para el segundo año es de 2.225.053 unidades, los cálculos fueron realizados mediante la aplicación de la fórmula que es la demanda actual 1 que es la constante i que representa al crecimiento poblacional que es del 1,52% por el número de años.

5.2.4 Demanda Insatisfecha y Proyecciones

Tabla N° 8. Proyección de la demanda Snack De Zanahoria

(Expresado en Unidades)

Años			
	Demanda Futura	Oferta Futura	Demanda Insatisfecha
2021	2.191.739	2.191.739	0
2022	2.225.053	2.225.053	0
2023	2.258.873	2.258.873	0
2024	2.293.207	2.293.207	0
2025	2.328.063	2.328.063	0
2026	2.363.450	2.363.450	0

Elaborado: Jenny Tandapilco

Al realizar la Oferta y Demanda proyectada se pudo determinar que no existe demanda insatisfecha, la misma nos permite estar en un punto de equilibrio siendo igual la oferta a la demanda.

Proveedores de Materia Prima

Los proveedores de materia prima directa serán los Agricultores de la parroquia de Guanujo. En el siguiente cuadro se observa que existe mucha producción de materia prima por lo cual no tendríamos mucha dificultad para la elaboración del snack.

Como reserva de la materia prima se tomará en cuenta a los Comerciantes del mercado mayorista en el caso de no abastecernos con el producto.

Tabla N° 9. Proveedores de Materia Prima

Descripción	Cantidades	Producción por quintales	Producción anual
zanahoria Amarilla	9000	9000	108000
Zanahoria Blanca	7200	7200	86400
Total			97200

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Jenny Tandapilco

Materiales

Se acudirá a los centros comerciales, comisariatos y tiendas para adquirir los ingredientes necesarios para la industrializar la zanahoria como son: Condimentos, sal, azúcar, Aceite.

Para la compra de Maquinaria y equipo se acudirá a empresas industriales para adquirir lo siguiente:

- Lavadora de zanahoria
- Peladoras de papas y tubérculos
- Cortadoras de papas y tubérculos
- Paila industrial
- Empacador manual
- Cocina industrial ollas pailas etc.

5.2.5 Análisis de Precios

De acuerdo a la encuesta y resultados obtenidos, los precios que pagan por el snack son:

Tabla N° 10. Análisis de precios

TAMAÑO	RANGO DE PRECIOS	PRECIOS PROPUESTOS
Pequeño	0,20 - 0,25	0,25
Mediano	0,40 - 0,50	0,50
Grande	0,60 - 0,75	0,75

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jenny Tandapilco

Estos precios se obtuvieron mediante la aplicación de la encuesta, sin embargo, se presenta la propuesta de precios para la venta de los snacks.

5.2.6 Análisis de la Comercialización

La comercialización son aquellas acciones que está encaminada nuestro producto para llegar al consumidor final y la cadena de distribución.

Se establecerá una cadena de comercialización que involucran productor, minorista y consumidor final, es decir, a través de un vendedor se colocarán el producto en las tiendas minoristas, supermercados; y para la publicidad se utilizará diferentes medios, la radio y las redes sociales; además, se pretende elaborar una página web que permita dar a conocer al público nuestro producto:

Gráfico: 13 Línea de comercialización larga



Elaborado por: Jenny Tandapilco

La microempresa mediante sus contactos gerente y vendedor se desplazarán a las grandes comerciantes de la localidad que están ubicados como plaza 15 de mayo mercado mayorista a quienes se les ofertaran los productos.

Gráfico: 14 Líneas de comercialización media



Elaborado por: Jenny Tandapilco

La microempresa mediante sus contactos gerente y vendedor se desplazarán a las grandes las tiendas y bares de las instituciones educativas de la localidad quienes se le ofertarán los productos.

Gráfico: 15 Línea de comercialización Corta



Elaborado por: Jenny Tandapilco

La microempresa también podrá ofertar directamente en la planta industrial los productos que deseen los minoristas y consumidores a quienes se les brindará ciertas ventajas.

Productor: Persona que se dedica a preparar la materia prima para ser puestos a la venta de esta manera poder industrializar el snack de zanahoria amarilla y blanca preparados al gusto de los consumidores con los estándares de calidad necesarios.

Mayoristas: Compra de productos directamente al productor en grandes cantidades.

Minorista: Es aquella que se utiliza a la comercialización de productos al por menor.

Consumidor final: Son aquellas personas quienes compraran el producto, ellos aligeran el tamaño, sabor y gustos.

Estrategias de introducción al mercado

La introducción de nuestro producto al mercado se los realizara de la siguiente manera:

Publicidad a través de redes sociales.

Se utilizará la página de Facebook que hoy en día es un medio de comunicación que utiliza las empresas para dar a conocer el producto.

A través de la Radio y Televisión.

Radio se realizará anuncios radiales mediante cuñas y patrocinios etc.

Se utilizará la televisión de la ciudad de Guaranda para dar a conocer el producto con el objetivo de atraer nuestro público objetivo.

Promociones.

Por la compra de 5 funditas de snacks se le obsequiara una gorra.

Feria de emprendimientos.

Gracias a las ferias de emprendimiento que realiza el alcalde de Guaranda podremos dar a conocer más el producto.

A través de la publicidad de boca en boca.

Es una de las estrategias que se utiliza mediante recomendaciones del servicio o producto por nuestros clientes.

También se lo hará por medio de un vendedor que ofrecerá a las tiendas, mayoristas y minoristas de la ciudad de Guaranda, por un tiempo, luego de haber introducido el producto en la Provincia realizando un análisis de mercado se lo expandirá hacia otras Provincias del país.

Por lanzamiento se realizará degustaciones en los principales lugares de estas ciudades, lo que permitirá dar a conocer el producto y fomentar el consumo.

Tabla N°11. Comercialización de snacks por tamaño y sabores

Tamaño	Sabor	Peso de fundas en g	N° de fundas	Mayorista (65%) de la producción	Minorista (30%)	Consumidor final (5%)
Pequeño	Sal	40	65752	42739	19726	3288
	Dulce	40	65752	42739	19726	3288
Mediano	Sal	60	43835	28493	13150	2192
	Dulce	60	43835	28493	13150	2192

Elaborado por: Jenny Tandapilco

Una vez realizado el respectivo análisis y cálculo de nuestro producto pude determinar que el número de snack a producir durante el año será de 219174 unidades, la misma que se distribuirá de acuerdo al cuadro antes realizado.

5.3 ESTUDIO TÉCNICO

5.3.1 Tamaño

Es muy importante saber el tamaño que tendrá nuestro proyecto principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones los costos sobre todo la estimación de la rentabilidad que podría generar su ejecución.

Para determinar el tamaño del proyecto se debe de tomar mucha en cuenta los posibles incrementos de la oferta y la demanda.

5.3.2 Producción

La producción de la Planta Industrial que se establezca será del 10% de la demanda existente, por ser un producto nuevo de introducción al mercado en donde la oferta y la demanda son iguales.

Tabla N° 12. Capacidad de producción

Tamaño	Sabores	Peso en g	Producción al año	Producción mes	Producción día
Pequeño	Sal	40	65752	5479	1096
	Dulce	40	65752	5479	1096
Mediano	Sal	60	43835	3653	731
	Dulce	60	43835	3653	731

Elaborado por: Jenny Tandapilco.

Tabla N° 13. Capacidad de Producción proyectada

AÑOS	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN
2021	219174
2022	241091
2023	265200
2024	291720
2025	320893
2026	352982

Elaborado por: Jenny Tandapilco

Materia Prima

Con la materia prima no se tendrá ninguna dificultad la zanahoria se cosechan durante todo el transcurso del año para adquirirla se podría decir que se encuentra muy cerca y estimaremos gastos.

Para la adquisición de la materia primaria para la industrialización de la zanahoria blanca y amarilla van ser compradas directamente por los productores que se encuentran en la zona rural de la Parroquia Guanujo.

Tecnología

Para la industrialización de la zanahoria se lo realizara de forma tradicional siempre y cuando cumpliendo con todas las normas de calidad y seguridad e higiene una vez convertidos en snacks serán empaquetadas en fundas con sus respectivos logotipos.

Localización

Macro localización

La empresa estará ubicada en Ecuador en la región Sierra provincia Bolívar en la ciudad de Guaranda.

Con sus límites al norte con la provincia Tungurahua y Cotopaxi al sur con Guayas al este con la Provincia de Chimborazo ya la Oeste con la Provincia de los Ríos

Micro Localización

Se ubicará en la Parroquia de Guanujo en la vía Ambato para su respectiva localización se tomará en cuenta los siguientes factores:

Disponibilidad del lugar

El lugar donde se procesará la zanahoria esta adecuado con lava manos, grifo de llaves, con todas las instalaciones adecuadas para la empresa. Es muy importante para el funcionamiento de la empresa donde se industrializará la zanahoria y distribuir el snack a precios muy cómodos.

Disponibilidad de la materia prima

Una vez que se lleve a cabo la ejecución del proyecto la materia prima estará disponible, ya que los productores serán nuestros directos proveedores para que así la empresa no quede desabastecida. También es considerado un factor muy importante ya que se tendrá mayor facilidad para el ingreso de la materia prima sin ningún problema, además los productores de zanahoria se encuentran en la parroquia de Guanujo.

Servicios básicos

Es fundamental contar con todos los servicios básicos de esto dependerá desarrollar de mejor manera las actividades de la empresa.

Vías de acceso

Es muy importante tener una vía de acceso oportuno que permita llegar sin ninguna complicación ni tráficos al lugar indicado de la empresa también debe de tener una buena iluminación pública.

Localización de la empresa

Gráfico: 16 Localización de la Empresa



Cuadro de Localización Cualitativo

Mediante la investigación a posibles sitios donde se ubicará la empresa se considera como sitios estratégicos: Guanujo avenida vía Ambato cerca de la parada de buses Universidad de Bolívar y en la Ciudad de Guaranda sector Marco pamba para la ubicación del proyecto se lo realiza a través del método cualitativo de localización.

Factores importantes	Peso	Alternativa 1		Alternativa 2	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Materia prima	0,30	7	2,10	4	1,20
Mercado	0,15	8	1,20	7	1,05
Clima	0,15	4	0,60	4	0,60
Mano de obra	0,20	5	1,00	5	1,00
Vías de accesos	0,20	4	0,80	5	1,00
Total	1,00		5,70		4.85

Elaborado por: Jenny Tandapilco

Una vez determinado la mejor alternativa para la empresa se ha establecido como punto estratégico el sector Guanujo avenida vía Ambato cerca de la parada de buses

Universidad de Bolívar en donde existe gran fluida de clientes por ser un lugar muy visible para todos los pobladores de la Provincia de Bolívar.

Ingeniería del Proyecto o Proceso Productivo

El presente proyecto determina las condiciones óptimas para su producción la aplicación eficiente y eficaz de todos los recursos necesarios para la elaboración de un bien o producto.

Descripción del proceso de producción

Para elaborar el snack se seguirá los siguientes pasos:

Clasificación de la materia prima: Después de que las zanahorias son extraídas del suelo; se desprenden sus hojas, que serán utilizadas como forraje para porcinos o a su vez se lo utiliza como material orgánico para la fabricación de “HUMUS”, utilizado para fertilizar los campos. Incluso, se realiza una breve clasificación, de forma que se tengan zanahorias gruesas y parejas.

Almacenamiento de la materia prima: Estas zanahorias ya clasificadas se convertirán en materia prima para la elaboración de chips. Luego la materia prima se dispersa en mesas de recepción para ser trasladadas en gavetas plásticas para ser lavadas.

Lavado: Este paso es de suma importancia, ya que, como todo tubérculo, las zanahorias blancas traen consigo mucha tierra e impurezas después de su extracción del suelo. Este paso se realiza con el fin de eliminar todo tipo de material extraño o contaminante.

Pelado: Se procede entonces con el pelado manual/automático. Un pelado manual se lo podría definir como retirar la corteza de un alimento, en este caso particular un

tubérculo, con la ayuda de un cuchillo o máquina peladora.

Rebanado: El corte es un proceso sencillo, pero tiene que ser realizado con cuidado para así obtener hojuelas parejas en tamaño y grosor. Se procede al corte en forma de hojuelas; cuando esto ocurre se dispone la zanahoria ya pelada y picada en tanques de lavado para quitar el excedente de almidón, (la zanahoria tiene trazas de almidón), cuando esto ocurre la zanahoria pelada y picada previamente en canastillas para secado.

Fritura: Posteriormente inicia el periodo de cuidado crítico en donde las medidas de higiene y seguridad se incrementan, este periodo corresponde al proceso de fritura que se lo hace en marmitas, aquí se introducen las canastillas con la zanahoria cortada y seca, el producto es sometido durante un tiempo máximo de 5 minutos (dependiendo de la variedad y el tamaño del corte) al aceite caliente a una temperatura de 180 a 195°C. Cuando está bien realizada y a la temperatura adecuada, el resultado es un alimento seco, crujiente y dorado.” La fritura se la realiza con aceite a temperaturas altas.

Escurreo: Una vez que la zanahoria esta frita se procede a escurrir los excedentes de aceite y se la dispone en mesas perforadas para eliminar el exceso de grasa.

Condimentado: Seguidamente pasa a mesas para el mezclado, donde se añade sal y algún saborizante. Al finalizar el proceso de escurrido, además se podrá crear una gama de sabores para ampliar nuestra producción

Empaquetado: Se procede a pesar de acuerdo a las presentaciones previamente establecidas y se envasa en las fundas de polipropileno, de acuerdo al peso se lo hará en presentaciones de 40 (gramos) y de 60 (gramos), finalmente sellar de forma

manual o mecánica las fundas.

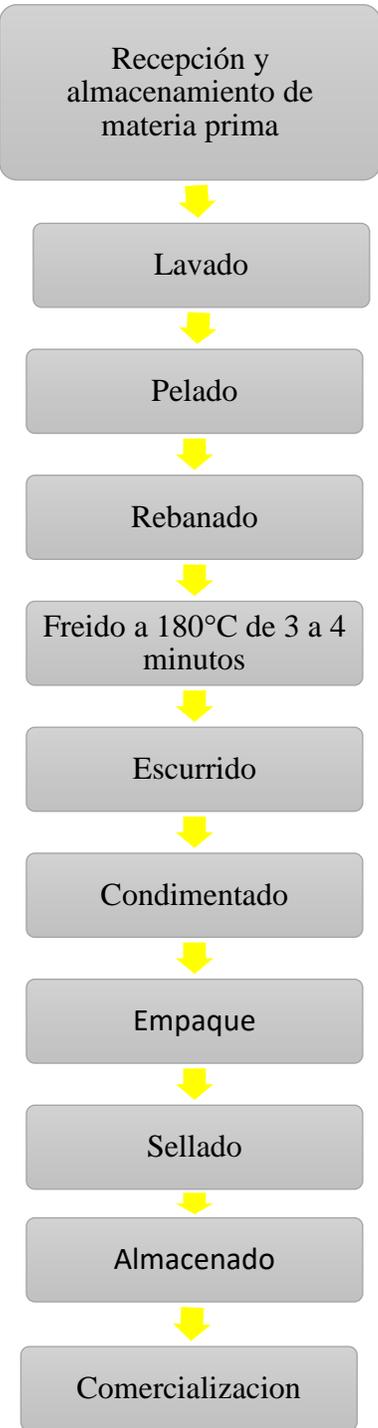
Sellado: Una vez empaquetada se procederá a sellar cada funda de snacks.

Almacenado: Se procede al almacenamiento en cajas o gavetas hasta su respectivo despacho.

Comercialización

Una vez almacenado terminado se empieza a distribuir o comercializar a varios lugares como son tiendas de abastos supermercados próximamente a centros Educativos.

Diagrama de bloques

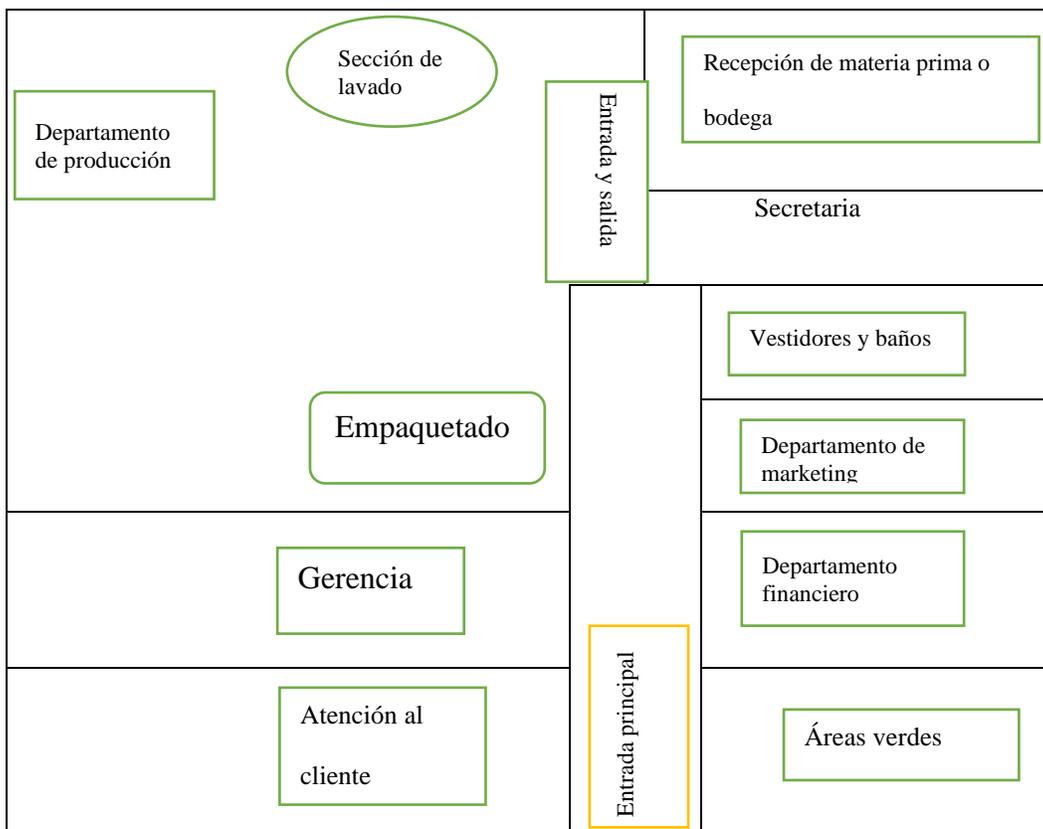


Elaborado por: Jenny Tandapilco

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

El área de la empresa consta de las siguientes medidas: de 10 metros de largo por 10 metros de ancho la cual comprende un total que corresponde a 100m² los mismos que se encuentran distribuido de la siguiente manera el departamento de producción tendrá una superficie de 6 m por 5 m, es decir 30 m² donde se realizara la industrialización del snacks para el área de contabilidad se dispondrá de 10 m² , para el área de bodega de igual forma 10 m²; 10 m² será el lugar del empaquetado 6 m² serán utilizados como vestidores y baños los demás restantes serán ocupados por la decoración de la empresa.

Gráfico: 17 Distribución de la Planta.



Elaborado por: Jenny Tandapilco

REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA Y EQUIPO

CONCEPTO	Capacidad	Características
Lavadora de zanahoria	40 kilos / cargas	Tanque equipado con una camisa especial con un disco en el fondo cubierto de goma especial para el lavado minucioso de papas y zanahorias.
Peladora de papas y tubérculos	Maquina eléctrica para pelar 25libras de zanahoria en 10 min.	Acero inoxidable funciones de aluminio superficie en disco y pared superficies en piedra natural para pelado.
Rebanadora de papas y tubérculos	Maquina eléctrica para rebanar 25 libras de zanahoria en media hora.	Fabricación de acero inoxidable para alimentos y funciones de aluminio y cuchillas curvas de acero con regulación de corte.
Freidora Industrial	Capacidad de aceite 17 litros peso aproximado 60 libras	Acero inoxidable 304mm de 1.5mm en tanque sistema d gas por disparo a tubos de sistema de recuperación de calor de 20 segundos.
Selladora Manual	Rendimiento constante	Diseñada para sellar papel a una temperatura máxima alcanzada de 300°c de fácil operación.
Fechaora	40 impresiones al minuto	Diseñada para imprimir fecha lote y vencimiento ideal para todo tipo de fundas pasticas.

Elaborado por: Jenny Tandapilco

5.4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO U

ORGANIZACIONAL

Nombre de la Empresa

Empresa productora “ZANAHORITAS” S.A



Accionistas

Para ejecutar el proyecto consta de los siguientes accionistas: Jenny Tandapilco, Marisol Tandapilco y Mercy Tandapilco quienes aportaran con dinero en efectivo y bienes.

Aportes

A continuación, se mencionan a los socios y cuáles son sus aportes de capital.

Tabla N° 14 Aporte de los socios

Socios	Aportes			
	Efectivo	Bienes	Total	%
Jenny Tandapilco	2000	1000	3000	42
Marisol Tandapilco	2000		2000	28
Mercy Tandapilco	1000		1000	14
Danny Tandapilco	1000	100	1100	15
Total	6000	1100	7100	100

Elaborado por: Jenny Tandapilco

Una vez determinado el cuadro de los aportes de los socios cada integrante aportara con cierta cantidad de dinero en efectivo.

Además, uno de los socios contribuirá con casa propia construida 10 meses atrás, la misma que cuenta con los cuartos como lo indica en el **Grafico N° 19** “Distribución de la planta”. En cuanto la infraestructura se puede decir que se encuentran en perfectas condiciones, no obstante, aun requiere de las debidas instalaciones, por lo que se ha propuesto mejorar empleando las adecuaciones necesarias detallada en el

Anexo N° 17 expuesta también en la *Tabla N° 16* “Inversión Total”.

Dicho esto, se analiza que al contar con la infraestructura idónea estimamos gastos, por lo tanto, no se ha tomado en cuenta para el desarrollo de la inversión Total.

Para constancia a continuación se muestra la parte interna donde se industrializará los snacks.

Parte interna de la empresa:



Parte Externa de la empresa:



Slogan

“Comiendo Sano”

Isologotipo

Gráfico: 18 Isologotipo



Logotipo

Gráfico: 19 Logotipo



Visión

Ser líder en el mercado y reconocida a nivel nacional por brindar productos de calidad, innovándonos constantemente, superar nuestras expectativas en beneficio de nuestros trabajadores y clientes.

Misión

Ser una empresa creada para satisfacer las necesidades de los consumidores a través de la industrialización de snacks de zanahoria de alta calidad aportando valor nutricional sabor natural y deleitar el paladar de los clientes.

Principios y Valores

Honestidad: Todo el personal que laboran dentro de la empresa debe de realizar sus actividades con honradez.

Respeto: Es un valor muy importante que debemos de tener dentro y fuera de la empresa

Puntualidad: En la empresa siempre se deben de cumplir con los horarios establecidos para lograr nuestros objetivos.

Compromiso: Siempre comprometido con el trabajo deberes y responsabilidad con el fin de garantizar un producto de calidad.

Trabajo en equipo: Se privilegia el trabajo en equipo donde valore y respete cada una de las fortalezas encaminadas a un objetivo común de la empresa

Igualdad: Un trabajo sin ninguna discriminación alguna.

Calidad: Nos caracterizaremos por brindar un producto de buena calidad.

Constitución Legal

Para constituirse legalmente la microempresa productora de snacks de zanahoria blanca y amarilla se debe de reunir los siguientes requisitos:

Registro del nombre

Para el registro de la empresa se realiza en el Instituto Ecuatoriano de propiedad Intelectual (IEPI) con el propósito de evitar algún inconveniente con otras empresas existentes con el mismo nombre u otras características.

Escritura de la constitución de la compañía

Redactar exclusivamente un abogado por su alto contenido de información que se debe ser llenado correctamente después se debe llevar al notario público.

Registro mercantil

Al momento de estar legalmente aprobada por la Constitución de Compañía se le ingresa a la Superintendencia de compañías para ser revisada en caso de que exista algún error será devuelta para su respectiva corrección en caso de no existir ningún inconveniente el documento debe ser pasado por el registro mercantil respectivamente con una carta donde le especifique el nombre del representante legal de la empresa una vez cumplido con estos requisitos ya se habrá creado legalmente la empresa.

Registro único del contribuyente

Estos requisitos se obtienen en el Servicio de Rentas Internas (SRI).

- Copia de la cedula papeleta de votación de los socios.
- Formularios debidamente llenos.
- Original y copia de la escritura de constitución.
- Original y copia de los nombramientos.

Patente municipal

Los requisitos son:

- Croquis de la ubicación de la empresa.
- Copia de la escritura pública.
- Copia del título de la propiedad en caso de ser alquiler copia del contrato.
- Copia del RUC.
- Formulario de la solicitud.
- Recibo del pago por derecho de licencia.

Registro sanitario

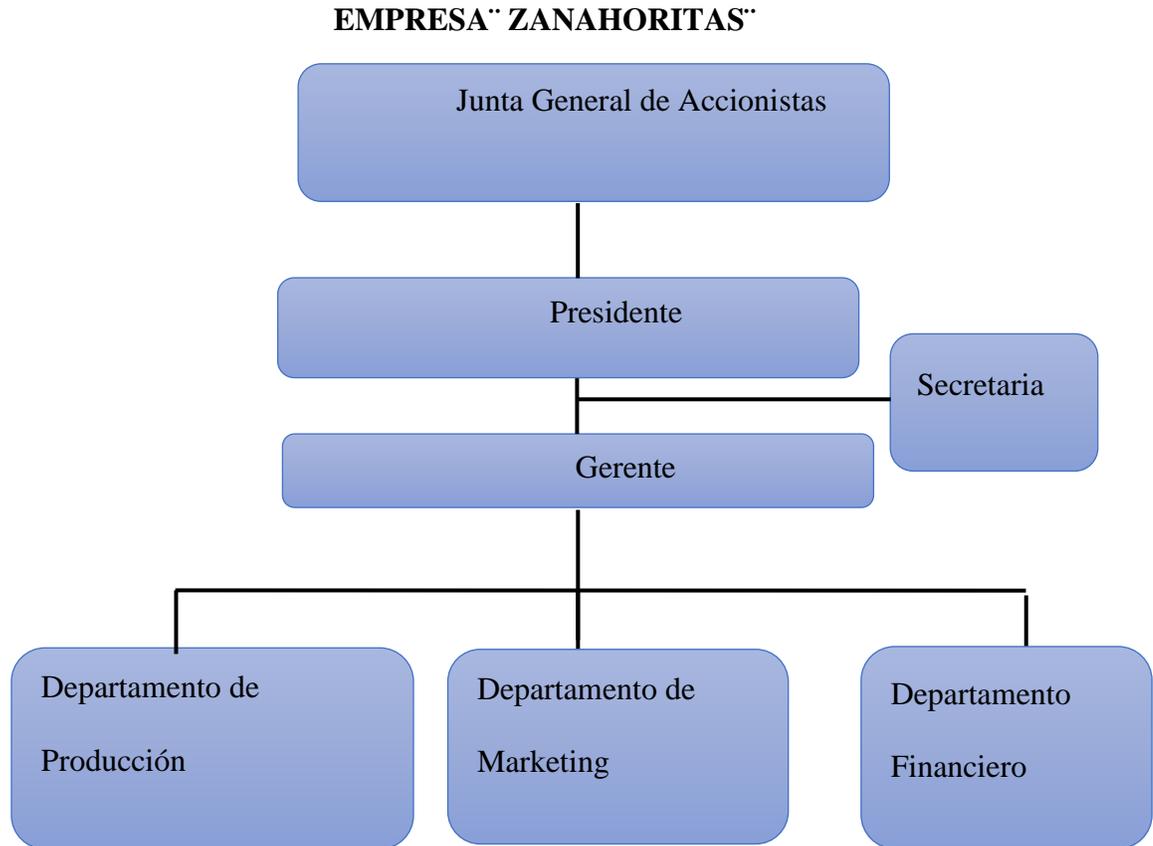
Es muy importante tener el registro sanitario ya que al ser un producto como es el snack para el consumo humano es necesario que cumplan con las medidas de Higiene y seguridad.

Cuadro Directivo de la Empresa

La Estructura Organizacional deberá ser vertical tomando en cuenta el **Art.19**. “Estructura interna de las asociaciones”. Que indica que acorde con el personal y acorde a la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria la empresa está conformada por:

- Junta general de Accionistas
- Presidente
- Gerente
- Secretario
- Vocal

5.4.1 Orgánico Estructural



Elaborado por: Jenny Tandapilco

5.4.2 Orgánico Funcional

Para el normal funcionamiento de nuestra empresa contaremos con los siguientes:

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Son los representantes máximos de la empresa que se reunirán mensualmente.

Funciones

- Velar por los intereses de sus acciones, conocer la situación financiera de la microempresa.
- Asistir mensualmente a reuniones con el propósito de conocer cómo va

creciendo la empresa.

- Conocer sobre las cuentas bancarias, informes, documentos que se presenten dictar las resoluciones correspondientes.
- Elaborar políticas comerciales de la empresa.

PRESIDENTE

Debe poseer cualidades, valores como la sencillez tener visión humildad honestidad sobre todo escuchar antes de hablar ser un líder.

Perfil del puesto

Ingeniero en administración de empresas, Ingeniero industrial

Edad: entre 25 a 37 años.

Experiencia: mínimo dos años de experiencia en cargos similares.

Sociable buen líder trabajo en equipo.

Funciones:

- Ejercer la presentación legal de la empresa.
- Cumplir y hacer cumplir las decisiones de la asamblea o la junta directiva de socios
- Apoyar todas las actividades de la empresa.
- Proponer a la junta directivo los medios o acciones que consideren pertinente para el buen crecimiento de la empresa.

GERENTE GENERAL

Responsable de planificar dirigir, controlar, coordinar, analizar, supervisar y ejecutar todas las actividades que se va a realizar, contratar al personal adecuado.

Perfil del puesto

Ingeniero comercial, ingeniero en administración de empresas.

Conocimiento en computación, administración, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.

Edad: entre 25 a 37 años.

Experiencia: mínimo dos años de experiencia en cargos similares.

Sociable buen líder trabajo en equipo.

Funciones

- Planificar todos los objetivos generales y específico dentro de la empresa a corto y largo plazo.
- Organizar la estructura de la empresa actual y futuro.
- Administrar la empresa tomar decisiones adecuadas ser un buen líder dentro de esta.
- Coordinar con el encargado de ventas junto con la secretaria las reuniones implementar estrategias con el objetivo de aumentar el número y calidad de clientes realizar compras de materiales.
- Analizar y resolver problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal contable entre otros.
- Selección del personal adecuado para cada puesto, capacitar a todo el personal de la empresa para el buen funcionamiento de la empresa.

SECRETARIA

Perfil

Secretaria con conocimiento de contabilidad, mínimo tres años de estudios universitarios

Edad: entre 21 a 27 años.

Experiencia: mínimo dos años.

Sociable y buen trato al cliente

Funciones

- Llevar el registro del personal que labora en la empresa
- Llevar la contabilidad de la empresa
- Manejar todo el sistema contable de la empresa y sus estados financieros
- Responsable de la movilización y administración de recursos financieros.

DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN

El departamento de producción se encarga de la transformación y proceso del producto final.

Perfil del puesto

Conocimiento indispensable en producción, debe conocer de sistemas y métodos de trabajo.

Ingeniero industrial

Edad: entre 21 a 27 años.

Experiencia: mínimo 5 años con conocimiento en trabajos similares.

Funciones

- Responsable del departamento de producción y la transformación del producto

final.

- Llevar de forma ordenada las entradas y salidas de las adquisiciones efectuadas (materia prima, materiales y equipos).
- Mantener las instalaciones en forma aseada, así como, responsabilizarse de la alimentación, manejo y desechos originados de las mismas.
- Diseñar y operar de manera acertadas el proceso productivo.
- Llevar de forma ordenada las entradas y salidas de las adquisiciones efectuadas (materia prima, materiales y equipos).
- Manejar las tarjetas Kardex al fin de ejecutar y consolidar el inventario de producción.

DEPARTAMENTO DE MARKETING

Se encargará de diseñar e implementar el plan de marketing de la empresa definiendo estrategias de marketing.

Perfil del puesto

Licenciatura en marketing digital

Edad: entre 24 y 29 años.

Experiencia: mínimo 2 años en cargos similares.

Trabajo en equipo, liderazgo.

Funciones

- Supervisar el departamento de marketing
- Realizar estrategias de precios en conjunto con el departamento de ventas.
- Desarrollar campañas publicitarias

- Creación de conciencia de marca y posicionamiento
- Desarrollar estrategias de marketing; sea en redes sociales y marketing de contenidos.

DEPARTAMENTO FINANCIERO

Perfil del puesto

Ingeniero en administración financiera

Conocimiento en el ámbito empresarial (tributario laboral) software básico en computación.

Edad: entre 21 a 32 años.

Experiencia: mínimo 1 año de experiencia

Trabajo en equipo, responsabilidad, liderazgo honradez.

Funciones:

- Desarrollar el medio financiero económico en el que se proyecta la empresa.
- Proponer estrategias anticipando a situaciones de riesgos con el objetivo de maximizar el valor de la empresa.
- Tomar decisiones de inversión financiación y reparto de utilidades.
- Realizar los respectivos registro de ingresos y gastos efectuados durante el transcurso del año calendario.

5.5 ESTUDIO FINANCIERO

Es de suma importancia para continuar con el desarrollo del proyecto se analiza los egresos de acuerdo a los costos, inversiones en activos fijos, capital de trabajo, la inversión total el financiamiento, así como los ingresos por los servicios o productos que se determina la utilidad y la evaluación financiera.

Determinación de los Costos

Los costos de acuerdo al cuadro siguiente son:

Costo Total asciende a 44142,06 dólares.

Costos de Producción. - Son los recursos que se requieren para operar y totalizan 37495,09 dólares.

Costos Administrativos. - Se refiere a los rubros que se originan en la administración de la Empresa que asciende a 3900,30 dólares.

Tabla N° 15
COSTO TOTAL
(Expresado en dólares)

Concepto	Parcial	Referencia	Total
1. Costos de Producción			37495,09
Materia Prima	17359,50	Anexo 1	
Materiales	4820,00	Anexo 2	
Insumos	5770,00	Anexo 3	
Mano de obra directa	7527,12	Anexo 4	
Útiles de Aseo	385,00	Anexo 5	
Depreciación	1485,47		
Amortización	148,00		
2. Costos de Administración			3900,30
Sueldos y Salarios	2650,80	Anexo 6	
Servicios Básicos	1200,00	Anexo 7	
Útiles de Oficina	49,5	Anexo 8	
3. Costos de Ventas			1712,24
Sueldos y Salarios	759,24	Anexo 9	
Alquiler transporte	820,00	Anexo 10	
Publicidad	133,00	Anexo 11	
4. Costos Financiero			1034,42
Interés	1034,42		
COSTO TOTAL			44142,06

Elaborado: Jenny Tandapilco.

5.5.1 Inversión Total

Son los recursos que se necesitan para la implementación del proyecto, el monto asciende a 13996.16 dólares.

Tabla N° 16

INVERSIÓN TOTAL
(Expresado en dólares)

Rubros	Parcial	Referencia	Total
Inversión Fija			10894.10
Muebles y Enseres	820.00	Anexo 12	
Maquinaria	3184.50	Anexo 13	
Equipo de Computo	1040.00	Anexo 14	
Muebles de Oficina	360.00	Anexo 15	
Equipo de Oficina	35.60	Anexo 16	
Adecuaciones	5250.00	Anexo 17	
Herramientas	204.00	Anexo 18	
Activos Intangibles			740.00
Gastos de Constitución	240.00	Anexo 19	
Gastos de Estudios	500.00	Anexo 20	
Capital de Trabajo			2362.06
Capital de trabajo	6	2362.0	
Total			13996.16

Elaborado: Jenny Tandapilco.

Inversión Activos Fijos. - Se refiere a todos los bienes muebles e inmuebles que requiere el proyecto, su valor asciende a 10894.10 dólares.

Inversión Activos Intangibles. - Rubros asignados para solventar los estudios del proyecto, los gastos de la organización o constitución, su monto es de 740.00 dólares.

Capital de Trabajo. – Son recursos que se utilizan en la producción de la empresa.

5.5.2 Capital de trabajo

Para el cálculo se utilizó la fórmula siguiente:

$$\text{Capital de trabajo} = \frac{\text{Costo Anual}}{365 \text{ días}} \times 20 \text{ días de desfase}$$
$$\text{CT} = \frac{43107.64}{365} \times 20$$

$$\text{CT} = 2362.06 \text{ dólares.}$$

5.5.3 Depreciación

Es la pérdida de valor de activos fijos como el resultado del uso en el proceso productivo en el presente proyecto.

Tabla N° 17
Depreciación
(Expresado en dólares)

Rubros	valor Inicial	Vida Útil	%	1	2	3	4	5	Valor Residual
Muebles y Enseres	820.00	10	10	73.8	73.8	73.8	73.8	73.8	451
Maquinaria	3184.50	5	20	573.21	573.21	573.21	573.21	573.21	318.45
Equipo de Computo	1040.00	3	33	312	312	312			104
Muebles de Oficina	360.00	10	10	32.4	32.4	32.4	32.4	32.4	198
Adecuaciones	5250.00	10	10	472.5	472.5	472.5	472.5	472.5	2887.5
Equipo de oficina	35.60	10	10	3.20	3.20	3.20	3.20	3.20	19.58
Herramientas	204.00	10	10	18.32	18.32	18.32	18.32	18.32	112.2
Total	10690.10			1485,47	1485,47	1485,47	1173,47	1173,47	4090.73

Elaborado: Jenny Tandapilco

5.5.4 Amortización de Intangibles

Es la cuota fija que se establece por periodo por los gastos anticipados las amortizaciones se consideran el 20% es de decir 5 años lo cual se aplicó a los gastos de constitución y gastos de estudios.

Tabla N°18

Amortización de intangibles

Rubros	Valor	Años	%	1	2	3	4	5
Gastos de constitución	240.00	5	20	48	48	48	48	48
Gastos de estudios	500.00	5	20	100	100	100	100	100
Total	740.00			148	148	148	148	148

Elaborado: Jenny Tandapilco.

5.5.5 Financiamiento

Una vez realizado el cuadro de la inversión se establece las fuentes de financiamientos que se va a utilizar para conseguir los recursos necesarios.

Fuentes Internas

Son recursos propios de parte de los socios en efectivo aportaran 6000.00 dólares en activos aportaran 1100.00 dólares es decir los socios aportaran con el 51%.

Fuentes Externas

Mientras que el 49% del capital se la obtendrá mediante préstamo bancario que se solicitará al Banco Nacional de Fomento un crédito de 6896.16 dólares a una tasa de interés del 15% anual para el desarrollo del ciclo de producción este préstamo se cancelará cumpliendo un año tanto el capital como el interés valor que asciende a 2057,2317dólares de acuerdo a las políticas que se establece la Institución Bancario.

Tabla N° 19
Estructura del financiamiento
(Expresado en dólares)

Fuentes de Financiamiento	Inversión Fija	%	Capital de Trabajo	%	Total	%
Aporte Propio	3997,94	37	2362,06	100	7100	51
Préstamo	6896,16	63	0,00		6896,16	49
TOTAL	10894,10	100	2362,06	100	13996,16	100

Elaborado: Jenny Tandapilco.

Reembolso de la deuda

Para el cálculo del interés se empleará la fórmula de la cuota fija

Monto = 6896.16

Interés = 15%

Plazo = 5 años

Forma de pago: cuota fija (CF)

$$CF = D * \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

$$CF = 6896.16 * \frac{0.15(1+0.15)^5}{(1+0.15)^5 - 1}$$

$$CF = 6896.16 * \frac{0.15(1.15)^5}{(1.15)^5 - 1}$$

$$CF = 6896.16 * \frac{0.301703578}{1.011357188}$$

$$CF = 6896.16(0.298315552)$$

$$CF = 2057.2317 \text{ Dólares}$$

Tabla N° 20
AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

(Expresado en dólares)

PERIODO	DUEDA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	CUOTA FIJA
0	6896,16	-----	-----	-----
1	5873,35	1034,42	1022,81	2057,2317
2	4697,13	881,00	1176,23	2057,2317
3	3344,46	704,57	1352,66	2057,2317
4	1788,90	501,67	1555,56	2057,2317
5	0	268,34	1788,90	2057,2317
TOTAL		3390,00	6896,16	10286,1585

Elaborado: Jenny Tandapilco.

5.5.6 Estructura de Costos

Los costos se estructuran como Fijos y Variables

Los Costos Variables son aquellos que se incurren durante el proceso de transformación y venta, variando de acuerdo al volumen de la producción y se incluyen materia prima directa e indirecta, así como otros que dependen de la Producción; en tanto que los Costos Fijos son aquellos permanentes en el proceso de producción y no se modifican.

Tabla N° 21
ESTRUCTURA DE COSTOS

Concepto	Fijo	Variable	Total
1. Costos de Producción			37495.09
Costos Directos			
Materia Prima		17359.50	
Materiales		4820.00	
Insumos		5770.00	
Mano de obra directa	7527.12		
Costos Indirectos			
Útiles de Aseo	385.00		
Depreciación	1485.47		
Amortización	148.00		
2. Costos de Administración			3900.30
Sueldos y Salarios	2650.80		
Servicios Básicos	1200.00		
Útiles de Oficina		49.5	
3. Costos de Ventas			1712.24
Sueldos y Salarios	759.24		
Alquiler transporte		820.00	
Publicidad		133.00	
4. Costos Financiero			1034.42
Interés	1034.42		
Costo Total	15190.06	28952.00	44142.06

Elaborado: Jenny Tandapilco.

5.5.7 Determinación de los Ingresos

Los ingresos se basan en el valor obtenido por la venta de la producción y comercialización de los snacks se obtiene multiplicando la cantidad del producto por el precio de ventas unitario.

De acuerdo con las estrategias de comercialización, el 65% de la producción se lo venderá mediante el canal de comercialización, Productor, Mayorista, minorista, consumidor final, cuyos ingresos ascienden a 33.906 dólares, por otra parte el 30% de la producción se lo venderá mediante el canal de comercialización, Productor, minorista, consumidor final y finalmente, los ingresos ascienden a 18411 dólares y únicamente el 5% se lo venderá directamente al consumidor final, los ingresos ascienden a 3836 dólares, finalmente el ingreso total asciende a 56.152 dólares, de acuerdo como se desglosa en el siguiente cuadro.

Tabla N°22
INGRESO TOTAL

Ingreso por Ventas al Mayorista (65%) de la producción					
Tamaños	Sabores	Peso en g	Producción anual	Precio por Funda	Ingresos
Pequeño	Sal	40	42739	0.17	7266
	Dulce	40	42739	0.17	7266
Mediano	Sal	60	28493	0.34	9688
	Dulce	60	28493	0.34	9688
Subtotal					33.906,45
Ingresos por Ventas al Minorista (30%) de la producción					
Tamaños	Sabores	Peso en g	Producción anual	Precio por Funda	Ingresos
Pequeño	Sal	40	19726	0.20	3945
	Dulce	40	19726	0.20	3945
Mediano	Sal	60	13151	0.40	5260
	Dulce	60	13151	0.40	5260
Subtotal					18.411
Ingreso por Ventas al Consumidor Final (5%) de la producción					
Tamaños	Sabores	Peso en g	Producción anual	Precio por Funda	Ingresos
Pequeño	Sal	40	3288	0.25	822
	Dulce	40	3288	0.25	822
Mediano	Sal	60	2192	0.50	1096
	Dulce	60	2192	0.50	1096
Subtotal					3.836
Total Ingreso					56.152,45

Elaborado: Jenny Tandapilco.

5.5.8 Punto de Equilibrio Económico

Con los correspondientes datos del proyecto se determina el punto de equilibrio en donde los ingresos totales recibidos se igualan los costos asociados por la venta del producto.

Datos:

Cantidades Producidas: 219174.00 Unidades

Ingresos:	56152.45 dólares
Costos fijos:	15190.06 dólares
Costos variables:	28952.00 dólares
Costo Total:	44142.06 dólares

Formula:

$$PE = \frac{COSTOS FIJOS}{1 - \frac{COSTOS VARIABLES}{VENTAS}}$$

$$PE = \frac{15190.06}{1 - \frac{28952.00}{56152.45}}$$

$$PE = \frac{15190.06}{1 - 0.51559638}$$

$$PE = \frac{15190.06}{0.48440362}$$

$$PE = 31.358.27 \text{ Dólares.}$$

En Unidades

$$Eq = \frac{CF}{PVu - CVu}$$

$$Eq = \frac{15.190,06}{0,12}$$

$$Eq = 1265,83$$

PVu

$$PVu = \frac{Ingresos}{Unidades}$$

$$PVu = \frac{56.152,45}{219174}$$

$$PVu = 0,26$$

CVu

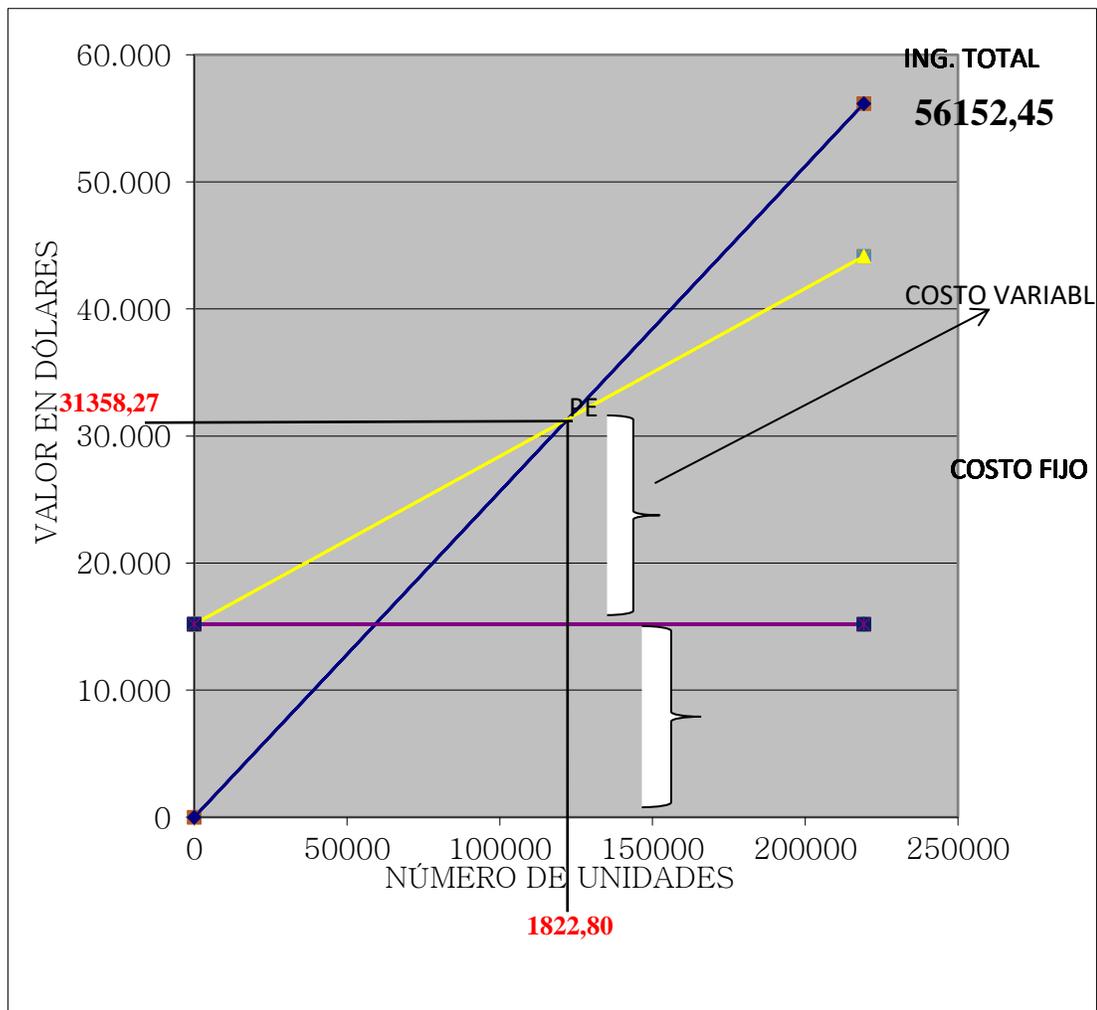
$$CVu = \frac{CVT}{\text{Unidades}}$$

$$CVu = \frac{28.952,00}{219174}$$

CVu = 0,13

GRÁFICO N° 12

Punto de Equilibrio Económico



Elaborado por: Jenny Tandapilco

En este punto se procede a graficar con los datos del proyecto las curvas de costo fijo, costo total y los ingresos totales y en el gráfico podemos observar que en un punto se cruzan las curvas de Costo total y la curva de Ingreso total, es en donde se ubica el punto de equilibrio.

5.5.9 Estados de Resultados

Al realizar el Estado de Resultados se puede conocer a través de los ingresos costos, utilidades, gastos, pérdidas en un periodo determinado con el propósito de saber la utilidad neta o la pérdida líquida obtenida durante el año.

TABLA N° 23

ESTADOS DE RESULTADOS

EMPRESA ZANAHORITAS		
ESTADOS DE RESULTADOS		
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2021		
INGRESOS		56152,45
COSTOS		44142,06
Costos de Producción	37495,09	
Costo de Administración	3900,30	
Costos de Ventas	1712,24	
Costo financiero	1034,42	
(=) UTILIDAD EN OPERACIÓN		12010,39
(-)15% Participación de trabajadores		1801,56
(=) UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO		10208,83
(-)22% Impuesto a la renta		2245,94
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		7962,89

Elaborado: Jenny Tandapilco.

En la primera producción, así como también las ventas de snacks de zanahoria nos da una utilidad de 7.962,89 dólares.

5.5.10 Estado de Situación Financiera

Nos da a conocer como está compuesto los Activos, Pasivos y Patrimonio.

Tabla N° 24

EMPRESA ZANAHORITAS					
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA					
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2021					
ACTIVOS			PASIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		11958,42	PASIVO LARGO PLAZO		6896,16
Caja - Bancos	11958,42		Crédito por pagar	6896,16	
ACTIVOS FIJOS		9408,63	TOTAL PASIVO		6896,16
Muebles y Enseres	820,00		PATRIMONIO		
Maquinaria	3184,50		Capital Accionistas	7100,00	
Equipo de Computo	1040,00		Utilidad del Ejercicio	(-)7962,89	
Muebles de Oficio	360,00		TOTAL PATRIMONIO		15062,89
Adecuaciones	5250,00				
Equipo de Oficina	35,60				
Herramientas	204,00				
(-Depreciaciones)	1485,47				
OTROS ACTIVOS					
Gastos de Constitución	240,00	592,00			
Gastos de Estudios	500,00				
(- Amortización Acumulada)	148,00				
TOTAL ACTIVOS		21959,05	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		21959,05

Elaborado: Jenny Tandapilco.

5.5.11 Flujo de Fondos de Efectivo

En el siguiente cuadro nos muestra la forma en como han ingresado los recursos de qué manera ha sido invertidos, también como se usarán estos fondos el mismo que

nos da a conocer que la empresa genera suficiente dinero en efectivo para hacer frente a todas las necesidades dentro de la actividad productiva, se proyectó con una tasa de crecimiento del 0.03%.

Tabla N° 25
EMPRESA ZANAHORITAS
FLUJO DE FONDOS DE EFECTIVO PROYECTADO

RUBROS / AÑOS	2020	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS		56152,45	57837,03	59572,14	61359,30	63200,08
Valor Residual						4090,73
COSTOS		44142,06	45466,32	46830,31	48235,22	49682,28
Producción		37495,09	38619,95	39778,55	40971,90	42201,06
Administración		3900,30	4017,31	4137,83	4261,97	4389,83
Ventas		1712,24	1763,61	1816,52	1871,01	1927,14
Financieros		1034,42	1065,46	1097,42	1130,34	1164,25
Utilidad en Operaciones		12010,39	12370,70	12741,82	13124,08	17608,53
15% participación Trabajadores		1801,56	1855,61	1911,27	1968,61	2027,67
Utilidad antes de Imp. Renta		10208,83	10515,10	10830,55	11155,47	11490,13
22% Imp.Renta		2245,94	2313,32	2382,72	2454,20	2527,83
Utilidad Neta		7962,89	8201,78	8447,83	8701,26	8962,30
Depreciación		1485,47	1485,47	1485,47	1173,47	1173,47
Amortización		148	148	148	148	148
INVERSIONES						
Fija	10894,10	-				
Capital de Trabajo	-2362,06					
Intangible	-740,00					
Recuperación del capital de trabajo						2362,06
Amortización del Crédito		1022,81	1176,23	1352,66	1555,56	1788,90
FLUJO DE FONDOS DE EFECTIVO	- 13996,16	8573,56	8659,02	8728,64	8467,17	10856,94

Elaborado: Jenny Tandapilco.

5.6 EVALUACIÓN FINANCIERA, SOCIAL Y AMBIENTAL

5.6.1 Evaluación Financiera

La evaluación financiera determina la factibilidad de ejecutar un proyecto mide criterios monetarios así también la contribución de inversionistas

Tasa de rendimiento económicamente mínima aceptable (TREMA)

La tasa de rendimiento servirá como referencia al inversionista tener oportunidad de colocar sus recursos en varias alternativas que le dan diferentes tasas de rendimiento el mismo que debe evaluar cuál es la más aceptable en función de la rentabilidad y el riesgo a fin de incurrir en el menor costo de oportunidad.

Para el cálculo del TREMA se debe de considerar la tasa de inflación anual más el premio riesgo de la inversión:

TREMA = Tasa de inflación + tasa de premio al riesgo.

TREMA = 5%+11% = 15%

Valor actual neto (VAN)

Es la diferencia que existe entre el valor actual de los flujos de fondos de la inversión y el capital inicial necesario para realizar luego de haber logrado una rentabilidad igual a la TREMA.

El Valor Actual Neto mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada (TREMA) después de recuperar toda la inversión.

El valor actual neto no es otra cosa que el flujo neto de fondos en el periodo de evaluación medido en dinero de hoy. Es el equivalente en dólares actuales de todos los flujos de fondos futuros del proyecto.

Valor actual neto es la sumatoria de los valores actualizados, a una tasa de descuento adecuada para el inversionista.

Datos:

Inversión inicial = -13996.16

Flujo 1 = 8573.56

Flujo 2 = 8659.02

Flujo 3 = 8728.64

Flujo 4 = 8467.17

Flujo 5 = 10856.94

TREMA =15%

Fórmula:

VAN = - Inversión inicial + Sumatoria FNE Actualizados

$$VAN = -I_0 + \frac{FNE 1}{(1+i)^1} + \frac{FNE 2}{(1+i)^2} + \frac{FNE 3}{(1+i)^3} + \frac{FNE 4}{(1+i)^3} + \frac{FNE 5}{(1+i)^4}$$

$$VAN = -13996.16 + \frac{8573.56}{(1+0.15)^1} + \frac{8659.02}{(1+0.15)^2} + \frac{8728.64}{(1+0.15)^3} + \frac{8467.17}{(1+0.15)^4} + \frac{10856.94}{(1+0.15)^5}$$

$$VAN = -13996.16 + \frac{8573.56}{1.15} + \frac{8659.02}{1.322} + \frac{8728.64}{1.520} + \frac{8467.17}{1.749} + \frac{10856.94}{1.011}$$

$$VAN = -13996.16 + 7455.26 + 6549.93 + 5742.52 + 4841.14 + 10738.81$$

$$VAN = 15.984,74 \text{ dólares.}$$

Para el presente proyecto el VAN alcanza a 15.984,74 dólares, lo que significa que

luego de recibir una tasa de rentabilidad igual a la TREMA, se obtiene un valor adicional de 15.984,74 dólares.

Al tener un resultado mayor a 1 se considera que el proyecto es viable y se recomienda la inversión.

5.6.1.1 Tasa interna de retorno (TIR)

Es la tasa que iguala el valor presente neto a cero, además es la tasa de rentabilidad total de proyecto, para su cálculo se obtiene un VAN2 con signo negativo.

La TIR mide la rentabilidad de un proyecto para su desarrollo se utiliza la siguiente formula:

$$TIR = -R_1 + (R_2 + R_1) * \frac{VAN_1}{(VAN_1 + VAN_2)}$$

R_1 = Tasa de Descuento utilizada para calcular el VAN_1

R_2 = Tasa de Descuento utilizada para calcular el VAN_2

VAN_1 = Valor positivo

VAN_2 = Valor negativo

Para el cálculo de la misma se procede a calcular un VAN con un valor negativo, para lo que se incrementa la TREMA.

VAN 2

TREMA = 0.62%

$$VAN = -13996.16 + \frac{8573.56}{(1 + 0.62)^1} + \frac{8659.02}{(1 + 0.62)^2} + \frac{8728.64}{(1 + 0.62)^3} + \frac{8467.17}{(1 + 0.62)^4} + \frac{10856.94}{(1 + 0.62)^5}$$

$$VAN = -13996.16 + \frac{8573.56}{1.62} + \frac{8659.02}{2.624} + \frac{8728.64}{4.251} + \frac{8467.17}{6.887} + \frac{10856.94}{11.157}$$

$$VAN = -13996.16 + 5292.32 + 3299.93 + 2053.31 + 1229.44 + 973.10$$

VAN 2 = -1148.06 dólares.

Una vez obtenido el cálculo del VAN negativo que se procede a calcular la TIR aplicando la siguiente fórmula:

$$TIR = R_1 + (R_2 + R_1) * \frac{VAN_1}{(VAN_1 + VAN_2)}$$

$$TIR = 0.15 + (0.62 + 0.15) * \frac{15.984,74}{15.984,74 + 1148.06}$$

$$TIR = 0.62 * \frac{15.984,74}{17132.80}$$

$$TIR = 0.62 * 0.93$$

$$\mathbf{TIR = 0.57}$$

La tasa interna de retorno del proyecto es de 57% por lo que el proyecto es rentable ya que es mayor que la TREMA.

5.6.1.2 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

A través de este cálculo se medirá en que tiempo se recupera la inversión del proyecto.

$$PRI = \frac{\text{Inversión}}{\text{Utilidad promedio anual}}$$

$$PRI = \frac{13996.16}{7962.89 + 8201.78 + 8447.83 + 8701.26 + 8962.30}$$

$$PRI = \frac{13996.16}{42276.06/5}$$

$$PRI = \frac{13996.16}{8455.21}$$

$$PRI = 1.65$$

El periodo de recuperación es en el plazo de 1 año 7 meses 26 días.

5.6.1.3 Relación Beneficio / Costo

$$RB/C = \frac{\text{Beneficios o ingreso actualizados}}{\text{Costos actualizados} + \text{Inversión}}$$

$$ING = \frac{ING 1}{(1+i)^1} + \frac{ING 2}{(1+i)^2} + \frac{ING 3}{(1+i)^3} + \frac{ING 4}{(1+i)^4} + \frac{ING 5}{(1+i)^5}$$

$$ING = \frac{56152.45}{(1+0.15)^1} + \frac{57837.03}{(1+0.15)^2} + \frac{59572.14}{(1+0.15)^3} + \frac{61359.30}{(1+0.15)^4} + \frac{63200.08}{(1+0.15)^5}$$

$$ING = \frac{56152.45}{1.15} + \frac{57837.03}{1.322} + \frac{59572.14}{1.520} + \frac{61359.30}{1.749} + \frac{63200.08}{1.011}$$

$$ING = + 48828.21 + 43749.64 + 39192.19 + 35082.50 + 62512.44$$

$$ING = 215.368.82$$

$$COS = \frac{COS 1}{(1+i)^1} + \frac{COS 2}{(1+i)^2} + \frac{COS 3}{(1+i)^3} + \frac{COS 4}{(1+i)^4} + \frac{COS 5}{(1+i)^5}$$

$$COS = \frac{44142.06}{(1+0.15)^1} + \frac{45466.32}{(1+0.15)^2} + \frac{46830.31}{(1+0.15)^3} + \frac{48235.22}{(1+0.15)^4} + \frac{49682.28}{(1+0.15)^5}$$

$$COS = \frac{44142.06}{1.15} + \frac{45466.32}{1.322} + \frac{46830.31}{1.520} + \frac{48235.22}{1.749} + \frac{49682.28}{1.011}$$

$$COS = 38384.40 + 34392.07 + 30809.41 + 27578.74 + 49141.72$$

$$COS = 166.310.18$$

$$RB/C = \frac{\text{Beneficios o ingreso actualizados}}{\text{Costos actualizados} + \text{Inversión}}$$

$$RB/C = \frac{215.368,82}{166.310,18 + 13.996,16}$$

$$RB/C = \frac{215.368,82}{180306,34}$$

$$R B/C = 1.19 \text{ Dólares}$$

Esto quiere decir que por cada dólar incurrido en el costo más la inversión recibimos 1.19 dólares por concepto de ingresos a valores actualizados.

5.6.2 Índice financiero

Establece resultados numéricos basadas en relacionar dos cifras o cuentas del balance general estado de pérdidas y ganancias los más utilizados son:

5.6.2.1 Índice de liquidez

$$\text{Razón corriente o índice de solvencia} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Razón corriente o índice de solvencia} = \frac{11958,42}{6896,16}$$

$$\text{Razón corriente o índice de solvencia} = 1.73 \text{ dólares.}$$

Indica la capacidad de pago que tiene es decir que 1.73 dólares implica que por cada unidad de financiamiento a corto plazo se tiene una deuda monetaria en inversión a corto plazo.

5.6.2.2 Índice de actividad

$$\text{Rotación de activo Total} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Rotación de activo Total} = \frac{56152.45}{21959.05}$$

$$\text{Rotación de activo Total} = 2.55 \text{ dólares}$$

Es decir que por cada dólar que se tiene la empresa en activos se genera 2.55 dólares en los ingresos.

5.6.2.3 Índice de estructura financiera

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

$$\text{Endeudamiento} = \frac{6896.16}{21959.05}$$

$$\text{Endeudamiento} = 0,31$$

Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiado por deuda ya que el 31% indica que el total de la inversión ha sido financiada con recursos de terceros.

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

$$\text{Apalancamiento} = \frac{21959.05}{15062.89}$$

$$\text{Apalancamiento} = 1.45 \text{ dólares.}$$

Es decir que por cada dólar en el patrimonio ha generado 0,45 dólares en los activos.

5.6.2.4 Índices de rentabilidad

$$\text{Margen Neto en Ventas} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen Neto en Ventas} = \frac{7962.89}{56152.45}$$

Margen Neto en Ventas =0.14 dólares

Por cada dólar generado en ventas obtengo 0.14 dólares.

$$\text{Rentabilidad del Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Rentabilidad del Patrimonio} = \frac{7962.89}{15062.89}$$

Rentabilidad del Patrimonio = 0.53 dólares.

Por cada dólar invertido en activos ha generado 0.53 dólares.

$$\text{Rentabilidad del activo} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Rentabilidad del activo} = \frac{7962.89}{21959.05}$$

Rentabilidad del Activo = 0.36 dólares.

Por cada dólar invertido en activos ha generado 0.36 dólares.

5.7 EVALUACIÓN SOCIAL

Todo emprendimiento genera a más del impacto económico financiero y social ya que los pobladores de la ciudad de Guaranda y Provincia Bolívar como niños, jóvenes y adultos, podrán contar con una empresa que oferte snack de calidad y los comerciantes de abastos no se desplacen a otras ciudades a adquirir este producto, lo que generará a su vez gastos por transporte y movilización.

En el aspecto social se crearán fuentes de trabajo para la ciudadanía de la Provincia de Bolívar así también por el total de sueldos y remuneraciones, se cancelará el 15% participación trabajadores, así como lo establece la ley.

Implementando la microempresa en el lugar que se ha planificado, se dinamizará la economía y sector gastronómico, pues como los snacks los prefieren toda la población y más aún si son nutritivos y deliciosos que deleitan el paladar de los consumidores.

5.8 EVALUACIÓN AMBIENTAL

El proyecto no afectará mayormente al medio ambiente ya que las fundas serán biodegradables. Se tomarán las medidas necesarias para controlar los desechos provenientes de la elaboración de los Snacks.

6. CONCLUSIONES

- El proyecto arroja resultados halagadores como la Utilidad del Ejercicio, el VAN positivo y una TIR superior a la TREMA, por lo que el proyecto es rentable.
- El estudio de mercado define los posibles consumidores y proveedores que expenden snacks en el mercado local lo que garantiza la inversión y proyecto.
- La empresa a conformar va a ofertar snacks en fundas y en presentaciones de 40 y 60 gramos de peso y las ventas serán en efectivo.

7. RECOMENDACIONES

- Con los indicadores financieros se debe decidir a impulsar el proyecto de inversión y dialogar con los socios para la conformación de la empresa.
- Distribuir entre los socios actividades que involucren el contacto con los posibles proveedores o expendedores de snacks en el mercado.
- Analizar entre los posibles expendedores de snacks de zanahoria son los bares, tiendas de barrio y en los mercados para cubrir ampliamente la demanda.
- Realizar alianzas estratégicas con los posibles proveedores tanto de la materia prima como para las ventas del producto.

8. BIBLIOGRAFÍA

Aguilar, N. (2012). Paradigma de la diversificación de la industria azucarera de México. Convergencia.

Antonio, O. J. (2008). Hirschman, La Industrialización y las Teorías de Desarrollo. Ocampo Josa Antonio.

Arias, C., Chuiza, A., & Gaibor, M. (Julio de 2013). Proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción e industrialización de snacks, a base de miel como derivado de caña de azúcar, ubicado en el Cantón San Miguel, y su comercialización en la Provincia de Bolívar. Quito: Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito.

Barro, R., & Sala, M. (1995). *Economic Growth*. Nueva York: McGraw Hill.

Cárdenas, C. A. (18 de Septiembre de 2013). La Industrialización de Zanahoria y su Incidencia en el nivel de Ingresos de los Productores de Zanahoria de la Parroquia de Julio Andrade. Tulcán, Ecuador: Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

CONSUMIDOR, L. O. (2010). *Reglamentos del Ecuador*.

Ecuador, N. d. (2017). *NORMAS REGULATORIAS PARA CADENAS DE SUPERMERCADOS Y SUS PROVEEDORES*.

Google Map. (2021). Parroquia Guanujo. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/place/Guanujo/@-1.5522499,-79.0077496,3425m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x91d315fab84293f7:0xd2ab1a6b690df561!8m2!3d-1.5585611!4d-79.0093181!10m2!1e2!2e14?hl=es>

Guzman, V. M. (Junio de 2011). Efecto de la Sustitución Parcial de Harina de Trigo por dos tipos de Harina de Zanahoria Blanca (*Arracacia Xanthorrhiza*) en la calidad de la pasta. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.

- Huerta , P., & Navas, J. (2015). Análisis de la relación entre la Diversificación y los resultados empresariales. México.
- Matovelle, A. (24 de 07 de 2007). La Dinamica de la Industrializacion. Mexico: Pairson.
- Montecristi, A. C. (21 de 05 de 2008). <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>. Obtenido de <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>: <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>
- Padilla, D. N. (06 de 08 de 2015). Financiamiento. Mexico: McGRAW-HILLINTER.
- Puente , M., & Andrade , F. (18 de Junio de 2016). Relación entre diversificación de productos y la Rentabilidad Empresarial. *Revista Ciencia UNEMI*, 73-80.
- Rodriguez, A. (24 de 04 de 2016). Beneficios economicos. Mexico: Pearson Educación.
- Rodriguez, A. M. (12 de 03 de 2015). Comercializacion. Mexico: Pearson Educación.
- Rodríguez, O. (1980). La Teoria del Subdesarrollo de la CEPAL. México: Siglo Veintiuno.
- Super Intendencia de Compañias. (Recuperado el 24 de Enero de 2009 de S.F de 2009). www.supercias.gob.ec. Obtenido de Super Intendencia de Compañias.
- Tumbaco, J. P. (10 de Noviembre de 2020). Evaluación del Aprovechamiento de la Zanahoria Naranja (*Daucus Carota*) y Zanahoria Blanca (*Arracacia Xanthorrhiza*) como Harinas no Tradicionales para la Elaboracion de Pan Dulce. Guayaquil, Ecuador: Universidad Agraria del Ecuador.
- Whittington, R. &. (06 de 10 de 2015). Gestion Financiera . Mexico: Pearson Educación.

9. ANEXOS

Anexo 1 Materia prima

Materia prima	fundas de snacks	Peso fundas gramos	Gramos	Kilogramos	Desperdicio 10%	Total, materia prima kg
Zanahoria Blanca	65752	40	2630080	2630.08	263.01	
Zanahoria Amarilla	65752	40	2630080	2630.08	263.01	
Zanahoria Blanca	43835	60	2630100	2630.1	263.01	
Zanahoria Amarilla	43835	60	2630100	2630.1	263.01	
Total				10520.36	1052.04	11572.40

Expresado en dólares

Descripción	Cantidad	P. Unitario	Total
Zanahoria Blanca	5787	1,5	8679,75
Zanahoria Amarilla	5787	1,5	8679,75
Total			17359,50

Anexo 2 Materiales

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Precio Unitario	Valor Total
Fundas de 40 g	65	Paquetes	40,00	2600,00
Fundas de 60 g	43	Paquetes	40,00	1720,00
Cartones	2000		0,25	500,00
TOTAL				4820,00

Anexo 3 Insumos

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Precio Unitario	Valor Total
Aceite	50	Caneca	30.00	1500.00
Azúcar	100	Quintales	20.00	2000.00
Sal	100	Quintales	20.00	2000.00
Gas	90	Tanque	3.00	270.00
Total				5770.00

Anexo 4
Mano de obra directa

Descripción	Sueldo	Aportes IESS	13ro	14 to	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Técnico de Producción	450	50.18	37.5	33.33	37.5	18.75	627.26
Total							7527.12

Anexo 5
Útiles de Aseo

Concepto	Medida	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Ambientales	Canecas	5	20.00	100.00
Escoba y trapeadores	Paquete	4	4.00	16.00
Recogedor de basura	Paquete	4	1.25	5.00
Alcohol	Canecas	5	20.00	100.00
Gel antibacterial	Canecas	5	20.00	100.00
Mascarilla	Cartones	10	4.00	40.00
Detergentes	Cartones	2	5.00	10.00
Jabón Tocador	Cartones	2	5.00	10.00
cepillo de baño	unidades	4	1.00	4.00
Total				385.00

Anexo 6
Sueldos y Salarios

Descripción	Sueldo	Aporte IESS Personal	Aporte IESS Patronal	Decimo 3ro Sueldo	Decimo 4to	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Gerente	500	47.25	55.75	41.7	33	33	16.5	727.17
Presidente	500	47.25	55.75	41.7	33	33	16.5	727.17
Secretaria	400	37.80	44.60	33.3	33	33	16.5	598.23
Asistente de Marketing	400	37.80	44.60	33.3	33	33	16.5	598.23
Total								2650.80

Anexo 7
Servicios Básicos

Descripción	Medida	P. unitario	Total
Teléfono	KW/h	25,00	300,00
Agua	metros cúbicos	30,00	360,00
Energía Eléctrica	KW/h	45,00	540,00
Total			1200.00

Anexo 8
Útiles de oficina

Descripción	Medida	Cantidad	Unitario	Total
Facturero	Unidad	2	7.00	14
Hojas	Resma	3	4.00	12
Lapiceros	Caja	2	2.00	4
Archivadores	Unidad	3	4.50	13.5
Resaltadores	Caja	1	2.00	2
Carpetas	Paquete	2	2.00	4
Total				49.5

Anexo 9
Sueldos y Salarios

Descripción	Sueldo	Aporte IESS	13ro	14 to	Fondos reserva	Vacaciones	Total
Vendedor	550,00	61,33	45,83	33,33	45,83	22,92	759,24
Total							759.24

Anexo 10
Alquiler Transporte

Descripción	Unidad	Cantidad	Unitario	Total
vehículo para transporte de materia prima	Unidad	1	220.00	220.00
vehículo para ventas	Unidad	3	200.00	600.00
Total				820.00

Anexo 11
Publicidad

Descripción	Medida	Cantidad	Unitario	Total
Gigantografía	Unidad	1	75.00	75.00
Periódico	Unidad	2	15.00	30.00
Radio	Unidad	6	3.00	18.00
Hojas volantes	Unidad	10	1.00	10.00
Total				133.00

Anexo 12
Muebles y Enseres

Descripción	Unidad	Unitario	Total
Sillas	9	10.00	90.00
Mesas	4	20.00	80.00
silla giratoria	3	120.00	360.00
Mostrador	1	150.00	150.00
Estantería	2	70.00	140.00
Total			820.00

Anexo 13
Maquinaria

Descripción	Cantidad	Unitario	Total
Lavadora de zanahoria	1	200.00	200.00
Peladora de papas y tubérculos	1	400.00	400.00
Cortadoras de papas y tubérculos	1	400.00	400.00
Freidora Industrial	1	380.00	380.00
Empacador manual	1	520.00	520.00
Cocina industrial económica (4 hornillas)	1	250.00	250.00
Termómetro digital	1	45.50	45,5
Balanza digital de 100 Kg	1	250.00	250.00
Mesa de acero inoxidable (grande)	1	274	274.00
Mesa de acero inoxidable (pequeña)	1	70,00	70.00
Lavabo de acero inoxidable (2 pocillos)	1	380,00	380,00
Probeta plástica de 100ml	1	15.00	15.00
Total			3184.50

Anexo 14
Equipo de Computo

Descripción	Unidad	Unitario	Total
Computadora	1	830.00	830.00
Impresora	1	150.00	150.00
Teléfono	1	60.00	60.00
Total			1040.00

Anexo 15
Muebles de Oficina

Descripción	Unidad	Unitario	Total
Escritorio	2	90.00	180.00
Archivador	2	40.00	80.00
Silla ejecutiva	2	50.00	100.00
Total			360.00

Anexo 16
Equipo de oficina

Descripción	Unidad	Unitario	Total
Calculadora	2	10.00	20.00
Perforadora	2	5.00	10.00
Porta Lápices	2	1.80	3.60
Grapas	2	1.00	2.00
Total			35.60

Anexo 17
Adecuaciones

Descripción	Medida	Cantidad	P. Unitario	Total
Adecuaciones y decoración	m2	25	50.00	1250.00
Baños y seguridades	m2	40	100.00	4000.00
Total				5250.00

Anexo 18
Herramientas

Descripción	Cantidad	P. unitario	Precio Unitario
Cuchillos	6	3,5	21,00
Valdés	5	7,00	35,00
Ollas	4	25,00	100,00
Tinas	4	12,00	48,00
TOTAL			204,00

Anexo 19
Gastos de Constitución

Descripción	Cantidad	Unitario	Total
Permisos de funcionamiento	1	25.00	25.00
Ruc	1	25.00	25.00
Registro sanitario	1	25.00	25.00
Registro mercantil	1	150.00	150.00
Permiso municipal	1	15.00	15.00
Total			240.00

Anexo 20
Gastos de Estudios

Descripción	Cantidad	Unitario	Total
Mercado	1	100.00	100.00
Técnico	1	200.00	200.00
Financiero	1	100.00	100.00
Evaluaciones	1	100.00	100.00
Total			500.00

CRONOGRAMA DE (GANTT)

	FECHAS															
	MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO			
ACTIVIDADES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Formulación General del Anteproyecto																
Análisis del Anteproyecto																
Corrección del Anteproyecto																
Revisión del Anteproyecto																
Aprobación del Anteproyecto																
Revisión del Anteproyecto: Director, Par Académico y Estudiantes																
Desarrollo de Observaciones																
Desarrollo del Trabajo De Titulación																
Tema del Proyecto de Investigación																
1. Formulación General del Proyecto																
2. Marco Teórico																
3. Metodología																
4. Resultados y Discusión																
5. Propuesta																
Conclusiones y Recomendaciones																
Bibliografía																
Anexos																
Entrega de Proyecto de Investigación																
Emisión de Calificación																

PRESUPUESTO EJECUTADO

N°	DETALLE	V.UNITARIO	V. TOTAL
200	Mascarillas	0.25	50,00
4	Esferográficos	0.50	2,00
2	Cuaderno	2,00	4,00
40	Transporte	20,00	320,00
45	Horas de internet	0,60	27,00
2	Memoria portátil	10	20,00
185	Impresiones de encuestas	0,03	5,55
5	Impresiones de los certificados	0,50	2,50
3	Anillados	2,00	6,00
6	CD	2,00	6,00
3	Empastados	20	60,00
1	Notaria del proyecto	15,00	15,00
	Total		518,05



FORMATO DE LA ENCUESTA Y ENTREVISTA

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN

EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES DE SNACK

Objetivo: Conocer el consumo de snack en general y el de zanahoria blanca y amarilla.

Estimado Sr(a):

Por favor, le invito a leer detenidamente las preguntas y responder de forma honesta.

Marque con una (x) según la pregunta. Su opinión será respetada.

CUESTIONARIO

1.- ¿Consume usted snack?

SI

NO

2.- ¿Por lo general que tipo de snack consume?

Papas

Plátano

Chitos

Doritos

Otros

3.- ¿Cuántas unidades de snack consume a la semana?

.....

4.- ¿De qué sabor prefiere consumir?

Sal

Dulce

Picante limón

5.- ¿De qué tamaño prefiere consumir?

Pequeño Mediano Grande

6.- Qué precio paga por sus snacks

Pequeño

Mediano.....

Grande

7.- ¿Le gustaría consumir snack de Zanahoria Blanca y Amarilla?

SI

NO

8.- ¿Cómo califica usted a esta nueva propuesta de industrializar este producto ancestral?

Excelente Muy buena Regular

Muchas gracias por su colaboración



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN

EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE ZANAHORIA

BLANCA Y AMARILLA

Objetivo: Conocer la producción y venta de zanahoria blanca y amarilla en las comunidades de Guanujo.

Estimado Productor(a)

Por favor, le invito a leer detenidamente las preguntas y responder de forma honesta.

Marque con una (x) según la pregunta. Su opinión será respetada.

CUESTIONARIO

1.- ¿Produce Ud. zanahoria Blanca y Amarilla?

Siempre

A veces

2.- ¿Qué cantidad de terreno dedica para la siembra de zanahoria siembra?

100 m²

200 m²

500 m²

Más

3.- ¿Qué cantidad de quintales de Zanahoria blanca y amarilla cosecha?

Zanahoria blanca

Zanahoria amarilla

4.- ¿Qué cantidad de quintales de Zanahoria blanca y amarilla destina para la venta?

Zanahoria blanca

Zanahoria amarilla

5.- ¿Qué opina usted acerca de la industrialización de la zanahoria blanca y amarilla?

Excelente idea

Interesante

Poco probable de ser acogida

5.- ¿Estaría usted dispuesto a vender su producto que en este caso sería la materia prima para elaborar snack?

SI

NO

6.- ¿Considera usted que al proveer para la industrialización de este producto en snack pueda elevar sus ingresos económicos?

SI

NO

Muchas gracias por su colaboración sus respuestas son de mucha ayuda

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA
ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Entrevista dirigida a la gerente de la empresa MADAVEL ubicado en el cantón Chimbo, Parroquia La Magdalena en la Provincia Bolívar.

¿Qué snack produce usted?

¿En qué lugares comercializa sus productos?

¿Qué necesitamos en un negocio de snack para ser competitivo ante otras empresas?

¿Cuáles son los snacks que tiene más acogida en su negocio?

¿Usted qué opina de la industrialización de la zanahoria amarilla y blanca cree usted que tendrá acogida en el mercado el nuevo producto que se propone?

¿En caso de que se diera la industrialización de la zanahoria usted apoyaría para dar inicio con esta idea?





CERTIFICADO URKUND

TEMA:

LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LA ZANAHORIA AMARILLA (*Daucus Carota* L)
Y BLANCA (*Arracacia Xanthorrhiza*) COMO ALTERNATIVA DE
DIVERSIFICACIÓN DE INGRESOS DE LOS PRODUCTORES EN LA
PARROQUIA GUANUJO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR,
AÑO 2021.

AUTORA:

Tandapilco Llumitaxi Jenny Valeria.

 SABER MAS

 9%

Este documento

DETALLES DEL ENVÍO

REMITENTE

tandapilco@mailies.ueb.edu.ec

ARCHIVO

[Tesis final Industrialización de la zanahoria Blanca y Amarilla.pdf](#)

FECHA DE ENVÍO (ECT)

2021-08-16T21:55:00


Econ. René Villacrés Borja

DIRECTOR