

TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO

VIDA NUEVA

SEDE MATRIZ



TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA

APLICACIÓN DE LOS MÉTODOS DE FIJACIÓN DE PRECIO PARA LA CREACIÓN DE
MICROEMPRESAS EN BASE AL PROCESAMIENTO ARTESANAL DEL
CHOCHO, EN LA CIUDAD MACHACHI CANTÓN MEJÍA

PRESENTADO POR

GALLO GUAÑA ALEXANDRA DEL CARMEN

TUTOR

ECON. MALDONADO ZAMBRANO CARLA VALERIA. MG

FECHA

OCTUBRE 2023

QUITO – ECUADOR

Tecnología en Administración de Empresas

Certificación del Tutor

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Aplicación Práctica con el tema: “Aplicación de los métodos de fijación de precio para la creación de microemprendimientos en base al procesamiento artesanal del chocho, en la ciudad Machachi Cantón Mejía”, presentado por la ciudadana Gallo Guaña Alexandra del Carmen, para optar por el título de Tecnóloga en Administración de Empresas, certifico que dicho proyecto ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito, del mes octubre de 2023

Tutor: Econ. Maldonado Zambrano Carla Valeria

C.I.: 172279235-3

Tecnología en Administración de Empresas

Aprobación del Tribunal

Los miembros del tribunal aprueban el Proyecto de Aplicación Práctica, con el tema: “Aplicación de los métodos de fijación de precio para la creación de microemprendimientos en base al procesamiento artesanal del chocho, en la ciudad Machachi Cantón Mejía”, presentado por la ciudadana Gallo Guaña Alexandra del Carmen, facultada en la carrera Tecnología en Administración de Empresas.

Para constancia firman:

Ing.

C.I.:

DOCENTE TUVN

Ing.

C.I.:

DOCENTE TUVN

Ing.

C.I.:

DOCENTE TUVN

Tecnología en Administración de Empresas

Cesión de Derechos de Autor

Yo, Gallo Guaña Alexandra del Carmen portadora de la cédula de ciudadanía 171245402-2, facultada en la carrera Tecnología en Administración de Empresas, autora de esta obra, certifico y proveo al Instituto Tecnológico Vida Nueva usar plenamente el contenido de este Proyecto de “Aplicación Práctica con el tema “Aplicación de los métodos de fijación de precio para la creación de microemprendimientos en base al procesamiento artesanal del chocho, en la ciudad Machachi Cantón Mejía”, con el objeto de aportar y promover la cultura investigativa, autorizando la publicación de mi proyecto en la colección digital del repositorio institucional, bajo la licencia Creative Commons: Atribución-NoComercial-SinDerivadas.

En la ciudad de Quito, del mes octubre de 2023

Gallo Guaña Alexandra del Carmen

C.I.: 171245402-2

Dedicatoria

Este logro me permito dedicar a Dios por bendecirme, guiarme y poder cumplir esta meta tan anhelada, a mi hermana Verónica, ya que fue mi principal inspiración y motivación para fomentar mi vida profesional, a mis padres Aida y Luis quienes siempre me han apoyado y me han mostrado el camino hacia la superación, a mis hijos Marcela y Froilan quienes han sido mi mayor motivación para nunca rendirme y poder ser un ejemplo para los dos, a mis sobrinos Aneth y Edu por brindarme su cariño y compañía; a todos por su confianza y amor en todo este tiempo necesario para formarme profesionalmente.

Agradecimiento

El presente proyecto de investigación agradezco a mi tutora la Econ. Carla Valeria Maldonado Zambrano. MG ya que ha sido la persona que me ha direccionado para poder desarrollar y culminar mi trabajo de aplicación práctica.

A su vez me permito agradecer a tan prestigiosa Instituto Tecnológico Vida Nueva por la excelente formación académica personal y profesional en cada uno de los estudiantes.

Agradezco a todo el personal académico, ya que ha sido parte de mi formación profesional en todo este tiempo.

Tabla de Contenido

Resumen	11
Abstract	12
Introducción	13
Antecedentes	14
Justificación	15
Objetivos	16
Objetivo General	16
Objetivos Específicos	16
Marco Teórico	17
Origen e Historia del Chocho	17
Características de la Planta	18
Teoría de los Métodos de Fijación de Precios	19
Método Basado en el Coste	20
Coste más Margen	20
Precio Objetivo	21
Punto de Equilibrio	22
Método Basado en la Demanda	23
Elasticidad de la Demanda	23
Elasticidad Elástica	25
Elasticidad Inelástica	25
Elasticidad Unitaria	26
Método Basado en la Competencia	27

	8
Competencia Perfecta	27
Competencia Imperfecta	28
Teoría de Políticas de Precio	29
Teoría de los MicroEmprendimientos	30
Producción del Chocho	30
Requerimientos Agroecológicos	30
Planificación y Preparación del Suelo	30
Uso de Semillas	31
Rotación de Cultivos	31
Época de Siembra	31
Condiciones de Siembra	31
Fertilización	32
Deshierba	34
Aporque	34
Ciclo Fenológico del Cultivo del Chocho	35
Etapas y Épocas de Mayor Incidencia de Plagas	35
Enfermedades en la Producción del Chocho	36
Indicadores para la Cosecha de Chocho	39
Cosecha y Trilla	40
Secado de Grano	41
Limpieza	41
Selección y Clasificación del Grano	42
Aporte Nutricional del Chocho	42

	9
Beneficios del Chocho	43
Uso Medicinal	43
Uso Alimenticio	43
Uso Agronómico	43
Derivados del Chocho	43
Precio	45
Pricing o Fijación de Precios	45
Chocho	46
Proceso Artesanal	47
Microemprendimientos	48
Metodología y Desarrollo del Proyecto	50
Introducción al Diseño Metodológico	50
Enfoque Metodológico Mixto (Cualitativo y Cuantitativo)	50
Alcance de la Investigación: Descriptiva	51
Determinación de la Población y Tamaño de la Muestra	51
Muestra	53
Muestreo para Poblaciones Finitas	53
Instrumentos de Investigación	54
Entrevista	54
Encuesta	55
Matriz de Operatividad de Variables	56
Procedimiento de Toma de Datos	57
Recolección de Campo	57

	10
Técnica Documental	57
Síntesis de Resultados	57
Análisis Macro	58
Características del Chocho	58
Condiciones Agroecológicas	58
Costos de Producción	58
Encuesta Método de Fijación de Precio por Demanda	61
Generalidades	61
Patrones de compra	64
Perspectiva del consumidor	71
Precio	73
Propuesta	77
Objetivo	77
Importancia	77
Alcance	77
Desarrollo	77
Conclusiones	84
Recomendaciones	86
Referencias	87
Anexos	90

Resumen

La correcta fijación de precio al momento de comercializar un producto constituye una etapa trascendental para los microemprendedores, en donde se determina el nivel de rentabilidad que se espera del negocio. Saber fijar el precio de venta incidirá de manera directa en los niveles de utilidad o pérdida del negocio, así como también en la percepción que el consumidor mantenga del producto, convirtiéndose en una alternativa de compra o, por el contrario, poca acogida por parte del comprador. El desarrollo de la presente investigación se fundamenta en la fijación de precio por el método costo de producción para la creación de microemprendimientos en base al procesamiento artesanal del chocho en la ciudad de Machachi, Cantón Mejía, Ecuador; mencionada zona geográfica se caracteriza por ser un sector agrícola, ganadero, en donde la producción de sus cultivos se distribuye a nivel nacional. A nivel país según datos del INEC el 91% de los negocios corresponde al sector microempresa, por tanto, el desarrollo investigativo busca ser una guía para una correcta fijación de precio para los microemprendedores. La investigación se estructuró en cinco capítulos: antecedentes investigativos; marco teórico, de referencia y conceptual; metodología y desarrollo del proyecto; propuesta de estudio y finalmente conclusiones y recomendaciones. Para el tratamiento de la información se utilizó paquetería Office (Excel) en donde se tabuló las 192 encuestas que fueron aplicadas a consumidores de la ciudad de Machachi. Recopilada la información se procedió a elaborar la propuesta la cual se enfocó en ser una guía para que microemprendedores del producto artesanal del Chocho puedan tomar como referencia al momento fijar el precio de comercialización del producto mencionado.

Palabras Clave: FIJACIÓN DE PRECIO, MICROEMPREDIMIENTOS, COMERCIALIZACIÓN.

Abstract

The correct pricing at the time of marketing a product is a transcendental stage for micro-entrepreneurs, where the expected level of profitability of the business is determined. Knowing how to set the selling price will have a direct impact on the profit or loss levels of the business, as well as on the consumer's perception of the product, making it a purchasing alternative or, on the contrary, a poorly received product by the buyer. The development of this research is based on the pricing by the production cost method for the creation of micro-enterprises based on the artisanal processing of chocho in the city of Machachi, Canton Mejia, Ecuador; mentioned geographical area is characterized by being an agricultural and livestock sector, where the production of crops is distributed nationwide. At the country level, according to INEC data, 91% of the businesses correspond to the microenterprise sector; therefore, the research development seeks to be a guide for a correct pricing for micro-entrepreneurs. The research was structured into five chapters: research background; theoretical, reference, and conceptual framework; methodology and development of the project; study proposal and finally conclusions and recommendations. For the treatment of the information, Office software (Excel) was used to tabulate the 192 surveys that were applied to consumers in the city of Machachi. Finally, once the information was collected, we proceeded to develop the proposal which focused on being a guide for micro-entrepreneurs of the Chocho handicraft product to use as a reference when setting the marketing price of the product mentioned.

Keywords: PRICING, MICROENTERPRISES, MARKETING.

Introducción

Los microemprendedores enfrentan diversos desafíos, la mayoría son gestionados de manera empírica, puesto que no disponen de recursos sofisticados para dar respuesta de manera eficiente. Uno de los factores con los que los microemprendedores se encuentran es con una correcta fijación de precio, en su mayoría fijan el precio en base a la competencia.

Respecto a los productores que comercializan el chocho de manera artesanal en la ciudad de Machachi, Cantón Mejía en su mayoría lo realizan de manera informal, es por ello que la presente investigación es de suma importancia debido a que abarca un amplio mercado al tratarse de un producto con mucha demanda. Con el estudio se busca proporcionar a los microemprendedores una guía práctica que les permita fijar un precio real y que sirva para obtener una mayor rentabilidad en sus cosechas.

El diseño metodológico de investigación se establece un enfoque mixto: cualitativo porque buscar tratar variables sociales sin medición numérica y un enfoque cuantitativo porque se aplicará instrumentos de recolección de datos, mediante la aplicación de una encuesta. La recolección de información se realizará a través de estudios realizados con anterioridad mediante una técnica documental en la que se recopilará información pertinente al tema objeto de estudio y un levantamiento de campo con la aplicación de una encuesta a una muestra de 192 personas, consumidores entre 18 a 45 años de edad, de la ciudad de Machachi, mediante la cual se busca determinar patrones de compra, percepción del consumidor e información respecto al precio con el cual se comercializa mencionado producto.

El presente proyecto se encuentra estructurada en antecedentes, justificación, objetivos, marco teórico, metodología, propuesta, conclusiones, recomendaciones, referencias y anexos.

Antecedentes

La correcta fijación de precio de un determinado bien o servicio se convierte en una etapa trascendental de cualquier negocio, si no se tiene conocimiento necesario puede convertirse en una etapa conflictiva, ocasionando que por una mala determinación de fijación de precio la actividad económica genere pérdidas o las ganancias no sean las adecuadas.

La informalidad de muchos negocios ahonda esta problemática, muchos de los microempresarios fijan sus precios a valor de mercado, que sea dicho de paso es uno de los métodos utilizados en muchos sectores, sin embargo, si no se realiza de una forma adecuada este método puede mermar el rendimiento del negocio. Es así que muchos microempresarios mencionan que a veces las ganancias del negocio son mínimas, que apenas avanzan a cubrir un mínimo de utilidad o en el peor de los casos terminan en pérdida; si otro microempresario copia un modelo de fijación de precio que genera pérdida, existe una alta probabilidad que la pérdida también se genere en su negocio.

El procesamiento artesanal de Chocho en la ciudad de Machachi se desarrolla en su mayoría de manera informal, al tratarse de zonas rurales es muy difícil que conozcan y entiendan los métodos de fijación de precio. En estos lugares el microempresario es quien realiza la fijación de precio de venta, corriendo el riesgo de elevar o reducir el precio afectando directamente a la utilidad y demanda del producto.

Justificación

La investigación servirá de guía para que los microempresarios tengan un sustento a donde referirse al momento de fijar el precio de venta de un determinado bien o servicio, es importante que este proceso sea sólido, analizado de manera técnica, con fundamento pues es uno de los factores de cualquier actividad económica que determinará el nivel de ingresos y a posterior el nivel de utilidad que se generará en el negocio.

La aplicación de métodos de fijación de precio busca generar una adecuada utilidad para el negocio y su aplicación dependerá del tipo de bien o servicio que se oferte. Es importante que los microempresarios desarrollen una cultura de educación financiera que les permita mantener un adecuado control sobre el precio, gasto y utilidad que mantiene la actividad económica.

Dentro de la ciudad de Machachi el procesamiento artesanal se lo realiza en las zonas rurales o periféricas del centro de la ciudad, con el desarrollo de la presente investigación se puede beneficiar a todos aquellos microempresarios que necesiten fijar precios de venta de sus productos o servicios, generando inclusión financiera y beneficiando aquellos microempresarios que realizan la fijación de precio con referencia al mercado, pero sin sustento alguno.

Objetivos

Objetivo General

Aplicar el método de fijación de precio por costo de producción, para la creación de microemprendimientos en base al procesamiento artesanal del chocho, en la ciudad Machachi cantón Mejía.

Objetivos Específicos

- Analizar los tres métodos como el método de costes, método de la demanda y método de la competencia, relacionado a la etapa de fijación de precios de un producto.
- Identificar el procedimiento en la producción del chocho, contribuyendo al mejoramiento del nivel de ingresos que aporta su cultivo.
- Socializar los resultados obtenidos en la recolección de campo, para el análisis en la correcta aplicación de métodos de fijación de precios y su influencia en la creación de microemprendimientos.

Marco Teórico

Origen e Historia del Chocho

De acuerdo con Loja (2015): “El chocho o tarwi es una Lupino oriundo de los andes sudamericanos, donde se ha cultivado por muchos siglos, pertenece a la Familia Leguminosae y cuyo nombre científico es *Lupinus mutabilis*Sweet” (p.9). Se cree que el cultivo del chocho o tarwi comenzó aproximadamente entre 2200 y 2500 años a.C., los incas lo cultivaban en la zona de los Andes que hoy en día es Ecuador, Bolivia y Perú. Antes de la invasión española en los territorios del continente americano se han encontrado restos de semillas de tarwi en tumbas de la cultura NAZCA (100 – 800 años d. c.), las semillas median de 5 a 7mm. de largo, de 4 a 5 mm. de ancho, de color negro y un contenido proteico del 42%.

En la actualidad se cultiva con fines comerciales en pequeñas parcelas, su producción y consumo se concentra en las provincias centrales y del norte, especialmente en Chimborazo y Cotopaxi, según el INIAP, el cultivo de este grano se ha incrementado en el 2001, alcanzaba 1200 hectáreas, ya para el 2009 esa cifra ha crecido hasta llegar a las 5000 hectáreas, se obtiene 2000 toneladas, desde el 2004 ha empezado a venderse en los mercados del Austro y de la costa. Gross (2002).

Características de la Planta

Tabla 1

Características de la Planta del Chocho

Elemento	Característica
Raíz	Es bastante profunda, se hunde o penetra en la tierra verticalmente como una prolongación del tronco, presenta un eje central más grueso que las ramificaciones, sujeta una gran cantidad de raicillas y pelos radicales de gran crecimiento que es capaz de alcanzar hasta más de 1 m. de profundidad
Tallo	Es de color verde oscuro a castaño, de forma robusta y algo leñoso que alcanza una altura de 0.08 – 2 mm. de altura, se puede utilizar como combustible por su alto contenido de fibra y celulosa.
Hojas	Es de forma mediana, plana, digitada que su aspecto es semejante al de una mano compuesta de ocho a once folíolos que es las hojuelas de una hoja compuesta que varía entre ovalados y lanceolados en forma de punta de lanza su color puede variar de amarillo verdoso y a verde oscuro, dependiendo del contenido de antocianina.
Flores	Presenta una corola grande de 1 a 2 cm., compuesta por 5 pétalos que conforma un pétalo superior, dos quillas y dos laterales o alas, pueden tener hasta tres floraciones sucesivas que en una sola planta puede existir hasta 1.000 flores.
Fruto	Es una semilla con forma de esfera achatada, redonda, ovalada a casi cuadrangular, se encuentra dentro de una vaina de 5 a 12 cm. que miden entre 0.5 a 1.5 cm., la variación en tamaño depende de las condiciones de crecimiento y de variedad, los colores del grano son blanco-perla y su cáscara es blanda.

Nota. Características de la planta: Chocho “Lupinus mutabilisSweet.

Teoría de los Métodos de Fijación de Precios

El precio es la cantidad de dinero que los consumidores deben pagar para adquirir el producto de la empresa. De acuerdo con Martínez (2021): “El precio es la única variable de marketing que da ingresos a la empresa, los otros tres elementos (promoción, producto y distribución) suponen costos para la empresa” (p. 1).

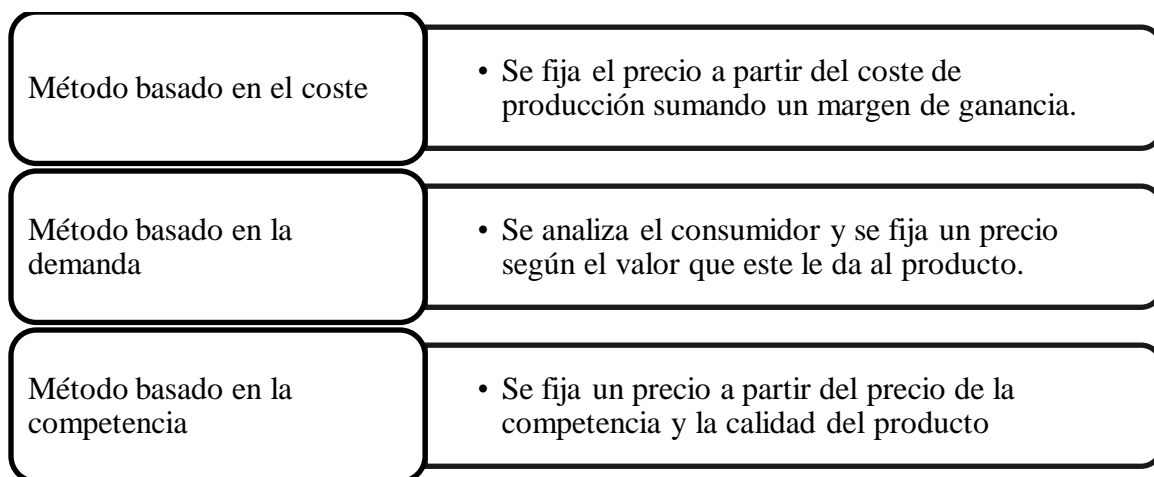
El autor enlista tres métodos principales para la fijación de precios:

- Método basado en el coste
- Método basado en la demanda
- Método basado en la competencia.

La fijación de precios basada en el comportamiento es un enfoque de la fijación de precios de productos básicos que todavía es relativamente nuevo. Se utiliza el comportamiento de los compradores para decidir el precio de un producto.

Figura 1

Métodos de fijación de precio



Nota. La figura muestra los tres métodos correspondientes a la fijación de precios.

Método Basado en el Coste

De acuerdo con Martínez (2021):

El método basado en costos de producción se basa en calcular cuál es el coste de producir el producto y añadirle un margen de beneficio. El método en función de la demanda lo hace intentando vender el producto analizando el comportamiento del consumidor. Finalmente, el método basado en la competencia se presenta tres escenarios posibles: mayor a la competencia, menor que la competencia o igual a la competencia (p.1). Para el método basado en el coste se analiza el coste más margen y el precio objetivo.

Muchos autores consideran que es el método más fácil de aplicar consiste en aplicar un margen de ganancia al costo de producir determinado producto. Hay que tomar en consideración que el costo del producto es variable, dependiendo de la cantidad producida. Se toma cuenta los costos fijos (independientes del volumen de producción) y los costos variables (dependen del volumen de producción).

Dentro del método basado en el coste encontramos parámetros fundamentales como el costo más margen, precio objetivo y punto de equilibrio. A continuación, se procede a explicar cada uno de los parámetros mencionados:

Coste más Margen

Se calcula el costo unitario del producto y se aplica un margen comercial que se considera necesario para obtener los beneficios. De acuerdo con Chris et al., (2002):

Este es un método utilizado por muchas empresas minoristas hoy en día en al menos algunos de sus productos, y estas empresas consideran que este tipo de fijación de precios es importante en su estrategia de fijación de precios en conjunto consiste en establecer el

precio de acuerdo con el costo de producción y el nivel deseado de margen sobre la venta esto le permite a la empresa asegurar un margen y facilita el cálculo con grandes cantidades de productos.

La fijación del margen sobre la venta se da para alcanzar un determinado objetivo de aumento, una empresa establece el precio mediante una simple multiplicación del costo de producción estimado (costo variable y costo fijo) por el margen sobre la venta deseado para un nivel anticipado de ventas Grasset (2015).

El micro emprendedor productor de chocho tiene costos fijos de \$900 y un costo variable de \$1 por unidad. El micro empresario estima que venderá 100 quintales de chocho. Su costo total es $\$900 + \$100 = \$1000$, lo que se traduce en un precio de \$10 por unidad. La empresa desea fijar su margen sobre la venta en 30 %. Por lo tanto, el precio será igual a $1,3 \times 10 = \$13$, y la ganancia será $3 \times 100 = \$300$.

Precio Objetivo

Se fija el beneficio que se pretende obtener y se calcula el precio necesario para obtener el volumen de ventas. Representan nuestro valor razonable por acción derivado analíticamente con base en el valor teórico que deberían tener las acciones de la compañía en relación con sus resultados trimestrales, condición financiera, perspectiva futura y variables económicas.

Es importante recordar que si bien estos análisis nos dan un panorama actual de perspectivas futuras no son definitivos ya que la información puede cambiar con el mercado. Nos dan un estimado del precio en el que debería estar una acción o al que debería llegar, aunque no es una regla que debe seguirse. Si el precio objetivo de una acción es de 150 USD, esto no quiere decir que forzosamente deba llegar a ese precio GBM (2021).

Según su tipo de inversión y el horizonte de inversión que se administre, se puede utilizar estos precios objetivos para crear una estrategia de inversión más eficiente. Con esto se podrá complementar las ideas de inversión y ver qué estaciones pueden ocultar más valor según la especialidad del analista. Existen tres diferentes categorías para colocar en las empresas:

$P_0 < P_m$ = Superior a mercad. El precio actual de la acción es inferior al precio objetivo.

$P_0 = P_m$ = Equivalente a mercado. Se espera un desempeño +/-5% similar al esperado del mercado.

$P_0 > P_m$ = Inferior a mercado. El precio actual de la acción es superior al precio objetivo.

Punto de Equilibrio

De acuerdo con Joaquín Flores (2019): “El punto de equilibrio es un término que sirve para definir el momento en que una empresa cubre sus costes fijos y variables. En otras palabras, es cuando los ingresos y los egresos están al mismo nivel.” (p. 1). La importancia de determinar el punto de equilibrio permitirá al microempresario evaluar la rentabilidad del negocio. En el caso de la producción artesanal de chocho, permitirá saber la producción necesaria para cubrir los costos de producción tantos fijos como variables, a partir de mencionada producción el microempresario empezará a obtener rentabilidad por su negocio.

Para entender el punto de equilibrio de manera práctica de tomar como ejemplo la producción de 1 quintal de chocho es de \$60,00 el costo variable por cada quintal es \$20,00 y los costos fijos ascienden a \$40.000,00. Entonces la pregunta radica en ¿Cuánto tiene que vender el micro emprendedor para cubrir sus gastos totales, para esto se divide los costes fijos entre lo que surge del precio de venta – los costos variables?

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{(\text{precio de venta} - \text{costo variable unitario})}$$

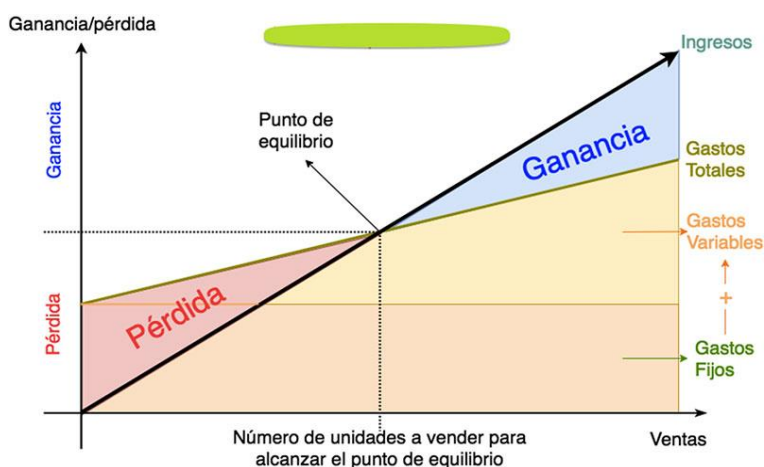
$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\$40.000,00}{(\$60,00 - \$20,00)}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \$1.000,00$$

El microempresario alcanzará el punto de equilibrio al vender 1.000 quintales de chocho

Figura 2

Punto de equilibrio



Nota. La figura demuestra el punto de equilibrio. Adaptado de Punto de equilibrio en una empresa: que es y cómo de calcula (p. 1), por Flores 2023, HubSpot.

Método Basado en la Demanda

Al analizar la demanda se observa la adquisición de bienes y servicios a un determinado precio, para ello es importante conocer la sensibilidad del precio en relación a la cantidad.

Elasticidad de la Demanda

Se analiza el cambio porcentual de la cantidad en relación al cambio porcentual del precio. La elasticidad de la demanda depende en gran medida de cuántos sustitutos (bienes similares) estén disponibles. Si un producto o servicio se puede reemplazar fácilmente por uno más barato, la demanda del mismo es muy elástica. Sin embargo, si el

artículo en cuestión es necesario para el consumidor, su demanda es inelástica. Se calcula comparando el cambio porcentual en el precio con el cambio porcentual correspondiente en la demanda de acuerdo con Start Tup Ionos (2020) (p.1).

La elasticidad de la demanda se trata de medir la sensibilidad de la demanda a las variaciones en los precios. Los factores que influyen en la demanda elástica son:

Tipo de Necesidades que Satisface el Bien. Si el bien, es de primera necesidad la demanda es inelástica, se adquiere sea cual sea el precio. Si el bien, es de lujo la demanda será elástica, ya que si el precio aumenta un poco muchos consumidores podrán prescindir de él.

Existencia de Bienes Sustitutivos. Si existen bienes sustitutos la demanda del bien será muy elástica. Por ejemplo, un pequeño aumento en el precio del aceite de oliva puede provocar que un gran número de amas de casa se decida por usar el de girasol.

Importancia del Bien en Términos de Coste. Si el gasto en ese bien supone un porcentaje muy pequeño de la renta de los individuos, su demanda será inelástica. Por ejemplo, el lápiz.

El Paso del Tiempo. Para casi todos los bienes, cuanto mayor sea el período de tiempo considerado mayor será la elasticidad de la demanda. Puede ser que, al aumentar el precio de la gasolina, su consumo no varíe mucho, pero al pasar el tiempo podrá ser substituida en algunos de sus usos por el carbón, en otros usos por el alcohol, de forma que la disminución en la demanda sólo se nota cuando pasa el tiempo.

El Precio. Finalmente hay que tener en cuenta que la elasticidad de la demanda no es la misma a lo largo de toda la curva. Es posible que para precios altos la demanda sea menos elástica que cuando los precios son más bajos o al revés.

Elasticidad Elástica

El economista francés Auguste Cournot se percató que la cantidad demandada es función de su precio. De esta forma, si el precio del bien aumenta mientras que el resto de los precios y otras variables se mantienen constantes, la cantidad demandada tiende a caer. (Efecto cantidad > Efecto precio). De acuerdo con Roldan (2016): Existen varios factores que determinan la elasticidad elástica de la demanda en un momento dado del tiempo:

- Los bienes con más y mejores sustitutivos tienen una demanda más elástica que los bienes que carecen de sustitutivos.
- A largo plazo las demandas son más elásticas que a corto plazo.
- Los bienes en los que el consumidor se gasta una parte importante de su presupuesto suelen tener una demanda más elástica que aquellos en los que la porción del gasto es insignificante.

Un ejemplo de demanda elástica puede ser la demanda por ropa de mediana o baja calidad; debido a que existen muchos sustitutos y que no se trata de un bien imprescindible (la mayoría de las veces), las personas muestran una alta sensibilidad al precio.

Elasticidad Inelástica

De acuerdo con Roldan (2016):

Se define como el cambio porcentual de la cantidad demandada, ante un cambio porcentual en el precio.

Usualmente se expresa en términos absolutos Es una demanda que es insensible a los cambios de precios entonces, la cantidad demandada reacciona menos que proporcionalmente al cambio de precio Si la demanda de un bien es inelástica, un precio

más alto aumenta el ingreso total. (Efecto precio > Efecto cantidad). Se debe tomar en cuenta algunos factores que ayudan a determinar la demanda inelástica: (p.1).

- Cuando no existen, o hay poca disponibilidad de sustitutos, la elasticidad de demanda es menor.
- Los bienes que el consumidor considera imprescindibles, tienen una demanda más inelástica (por ejemplo, insulina).
- En el corto plazo, la demanda tiende a ser más inelástica.

Elasticidad Unitaria

De acuerdo con Fortun (2019):

Elasticidad unitaria es un término económico utilizado en términos del cambio porcentual en la cantidad demandada de un producto que es igual al cambio en el precio.

Si la elasticidad de la demanda del bien con respecto a su precio es igual a la unidad el cambio en la cantidad demandada es igual al cambio porcentual del precio. Esto ocurre cuando un precio se incrementa en un X%, y su demanda disminuye en la misma cantidad (X%). Demanda con elasticidad unitaria (elasticidad = 1). Si la elasticidad es igual a uno, se dice que la demanda tiene elasticidad unitaria (p.1).

Ante una variación en el precio la cantidad disminuye en una proporción igual. Por ejemplo, si el precio de los ordenadores sube un 10 %, la cantidad demandada de ordenadores se reducirá en un 10 %.

Analizando la elasticidad del producto chocho se puede determinar que depende de la utilidad del producto, ya que existen muchos platos que son necesarios elaborarlos con el producto, por ejemplo: la tradicional fanesca, en donde por la temporada en la que se prepara el plato la mayoría de ingredientes tiende a subir el precio del producto pero la demanda aumenta

(elasticidad inelástica); es decir, a pesar de un incremento de precios, los consumidores necesitan adquirir los ingredientes, entre ellos el chocho, para poder elaborar el plato típico, pero también existe ocasiones que se compra por placer o por satisfacer una necesidad momentánea y que a un ligero incremento en el precio ocasionaría que muchos consumidores opten por bienes sustitutos.

Se consideraría que la elasticidad del producto depende de la utilidad del mismo y de la percepción y/o necesidad que satisfaga al consumidor.

Método Basado en la Competencia

Se identifica el control sobre los precios que pueden tener tanto el que ofrece como el que demanda.

Competencia Perfecta

Es una representación idealizada y abstracta de los mercados donde la interacción de la oferta y la demanda determina el precio, permitiendo la mayor eficiencia en la asignación de recursos, por tanto; podemos definir competencia perfecta como un mercado en el que existen muchos compradores y vendedores, de forma que ningún comprador o vendedor individual ejerce influencia decisiva sobre el precio.

De acuerdo con Figueiras (2021):

En la competencia perfecta, hay tantos vendedores ofreciendo el mismo producto que una sola empresa prácticamente no puede influir en el precio de su producto. Una empresa en particular tampoco tiene la capacidad de cobrar un precio más alto que sus competidores porque todos venden un producto estándar. En estas circunstancias, la empresa carece de poder de mercado y simplemente actúa como tomadora de precios. Este escenario económico es raro porque los proveedores compiten por características diferentes, no

exactamente iguales, y los clientes a menudo no se molestan en explorar las opciones disponibles. (p.1)

Además, existen otros tipos “transacciones” en torno a cada negociación: la decisión de entrar en un mercado sobre otros, la agrupación de oportunidades, la percepción de marca.

Competencia Imperfecta

El término "competencia imperfecta" fue acuñado por la economista inglesa Joan Robinson en la década de 1930 afirma: “que este tipo de competencia o mercado se caracteriza esencialmente por la competencia entre unas pocas o muchas empresas que pueden controlar sus productos hasta cierto punto” (p.17).

De acuerdo con los economistas Samuelson y Nordhaus (s.f): “la competencia imperfecta refiere a un mercado donde la competencia perfecta no existe porque al menos un vendedor o comprador es lo suficientemente grande como para influir en el precio de mercado” (p.1).
Cualquier tipo de imperfección: monopolio puro, oligopolio o competencia monopolística" (Thompson, 2006). Cuando se habla de un mercado en donde existe la competencia imperfecta es porque hay una gran influencia de las empresas para manipular el precio de los productos, obteniendo por ello ganancias excedentes.

Es decir, la manipulación que hoy día se hace del precio de un producto. De tal manera, que un participante del mercado, vendedor, comprador o ambos influyen en la demanda, oferta y precio de un producto, pero de forma independiente entre ellos.

Algunos ejemplos son las compañías American Express, Visa, empresas de telefonía, Facebook, Microsoft, Nestlé, PepsiCo puesto que son pocos los que ofertan sus productos a muchos clientes (demandantes del producto).

Respecto al producto del chocho se cataloga como competencia perfecta pues no existe un monopolio o un número determinado de empresas que oferten dicho producto, existen muchos productores especialmente en zonas rurales que venden su cosecha a empresas que industrializan, pero también distribuyen a mercados en donde llegan de manera directa al consumidor.

Las producciones de chocho de manera artesanal existen demandantes y oferentes en similares cantidades lo que permite que no exista el manejo del mercado por un pequeño número de empresas, de igual manera no existe barreras de entrada puesto que su producción se puede elaborar de manera artesanal y ser comercializa a minoristas o entregadas en mercados al por mayor.

Al no existir barreras de entrada y tampoco tener un pequeño número de empresas que manejen el mercado de producción del chocho, se cataloga como una competencia perfecta con todas las características que este tipo de competencia significa.

Teoría de Políticas de Precio

Dentro de las políticas de precios existen alternativas para manejar la administración adecuada en la determinación de un precio para un producto es así que Avila en su libro El Precio como Variable Clave en Marketing, enlista 7 políticas a ser tomadas en consideración para una correcta aplicación de políticas de precio.

De acuerdo con Avila (2018):

Las políticas de precios flexibles: un solo precio cuando se ofrece el mismo precio a todos los clientes independientes de condiciones y volumen de compra. Precio variable cuando se ofrece el mismo producto a precios diferentes, esta política se centra en el cliente (p.1).

Teoría de los MicroEmprendimientos

La empresa económica Forbes en su artículo publicado por la Dra. Nombela publicado en (2018) afirma que: “Se denomina microemprendimiento a la actividad económica de poca inversión llevada a cabo por uno o varios emprendedores que a su vez son socios, dueños y administradores.” (p.1).

Entre las principales características que se trata de negocios con pocos miembros, en muchos casos unipersonales. El propietario cumple diversos roles y actividades. La inversión inicial suele ser pequeña. El desarrollo de las actividades se basa en el conocimiento del emprendedor.

Producción del Chocho

Se tomará como referencia el proyecto denominado Minka Sumak Kawsay del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo en donde explica el proceso para la producción del chocho de acuerdo con Guzman et al., (2015) (p.1).

Requerimientos Agroecológicos

El chocho se cultiva en áreas secas y arenosas ubicadas entre 2600 y 3400 metros de altitud, con precipitaciones de 300 a 600 mm anuales, la temperatura debe fluctuar entre 7 y 14 grados. El chocho es susceptible a las heladas, las heladas antes de la maduración del grano lo afectan presentando un gran número de granos afectados por las heladas.

Planificación y Preparación del Suelo

En el estudio tomado como referencia de manifiesta la importancia de preparar el terreno del suelo por lo menos 1 mes antes de la siembra. Es importante tratar el suelo desde tomar en consideración lo siguiente:

- Construcción de zanja de infiltración

- Construcción de zanja de desviación.
- Labores de labranza con curvas de nivel.
- Rotación del cultivo.
- Explosión de larvas de insectos (control natural por aves y luz solar)
- El tractor y/o motocultor es recomendable aplicarlo en terreno planos como máximo en un 5% de pendiente, para pendientes más pronunciadas se recomienda utilizar Yunta y/o azadón.

Uso de Semillas

Es el factor fundamental al momento de iniciar la siembra, se debe tomar en consideración las siguientes características de las semillas: Pureza genética, pureza física, buena germinación y libre de organismos patógenos.

Rotación de Cultivos

Constituye una práctica de conservación tradicional de los suelos, buscando mantener y recuperar su fertilidad. Por ejemplo: la primera siembra puede ser de chocho, la segunda siembra cultivo de papa y la tercera cultivo de quinua.

Época de Siembra

Dentro del estudio elaborado por el proyecto denominado Minka Sumak Kawsay determina que los mejores meses para cosechar son de diciembre a marzo.

Condiciones de Siembra

El estudio hace referencia a datos obtenidos por el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) en donde estipula los siguientes datos para la siembra:

Tabla 2*Condiciones de siembra del Chocho*

Sistema y densidad	Manual
Distancia entre surcos	60 u 80 cm
Distancia entre sitios	30 cm
Número de semillas por sitio	3
Plantas por Hectárea (ha)	170.000 0 127.500
Cantidad de semilla / ha	53 o 40 kg/ha

Nota. En la tabla se identifica la población total comprendida entre 18 a 45 años.

Figura 3*Ejemplo de siembra*

Nota. Ejemplo de sembrío bajo condiciones de INIAP

Fertilización

De acuerdo con Guzman et al., (2015):

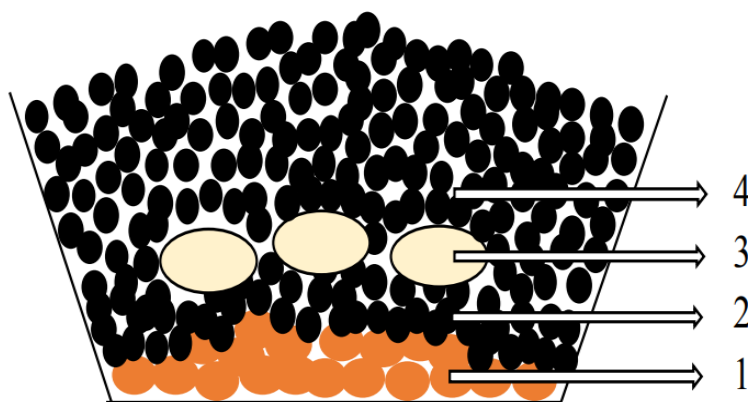
“Si no se cuenta con un análisis químico del suelo, se recomienda el uso de 1 a 3 quintales (qq) de fertilizante 12-28-12 + 7 quintales de Roca Fosfórica por hectárea de terreno”, siguiendo los siguientes pasos:

1. Incorporación de fertilizante (12-28-12 + Roca fosfórica).
2. Cubrir con una fina capa de suelo el fertilizante.
3. Sembrar 3 semillas por sitio.
4. Tapar la semilla con una capa de suelo con el doble tamaño de la misma (semilla).

Incorporar 5 toneladas de estiércol descompuesto/a, un mes de la siembra o preparación de suelo para minimizar el ataque de mosca de la semilla deja enfriar la ceniza, para posterior ser aplicados en tubérculos destinados para semilla.

Figura 4

Fertilización



Nota. La figura representa la fertilización del terreno. Tomado de Manejo integrado del cultivo de chocho (p.13), por Guzman et al., 2015, Minka Sumak Kawsay.

Deshierba

En el estudio tomado como referencia se recomienda realizar la deshierba después de 30 días de la siembra con la finalidad de realizar un control manual de la maleza, aflojar el suelo y permitir aireación del sistema radicular en el caso de lluvias excesivas.

Figura 5

Deshierba de chocho



Nota. La figura representa un ejemplo de deshierba del chocho. Tomado de Manejo integrado del cultivo de chocho (p.14), por Guzman et al., 2015, Minka Sumak Kawsay.







Aporque

Esta labor se lleva a cabo entre los 45 – 60 días después de la siembra con el objetivo de proporcionar sostén a la planta, aflojar y airear el suelo, controlar las malezas.

Ciclo Fenológico del Cultivo del Chocho

Figura 6

Ciclo del cultivo del chocho

					
EMERGENCIA	PRIMERA HOJA VERDADERA	RACIMO FLORAL	FLORACIÓN	FRUCTIFICACIÓN	MADURACIÓN
0-10 días	30 días	31- 60 días	61-180 días	120-210 días	181-210 días

Nota. La figura representa el ciclo de cultivo del chocho. Tomado de Manejo integrado del cultivo de chocho (p.15), por Guzman et al., 2015, Minka Sumak Kawsay.

Etapas y Épocas de Mayor Incidencia de Plagas

A tomar en consideración la información proporcionada en el estudio realizado por Guzman et al., (2015) donde afirma: “existen dos principales focos de plagas: en el almacenamiento de la semilla (bodega y campo) y al momento de desarrollo del cultivo” (p.15).

Tabla 3

Etapas y tipos de plagas en el chocho

Etapa o época de plaga	Tipo de plaga	Característica
Almacenamiento de semilla (bodega y campo)	Polilla (cuando la cosecha no se realiza a tiempo)	Las larvas se alimentan del grano cuando la cosecha no se realiza a tiempo, debido que la

		cosecha de la parte baja deja en la planta hasta que madure la parte media.
Desarrollo del cultivo	Mosca de la semilla	Aparece de 0 días hasta los 10 días después de la siembra (DDS)
	Trozadores	Aparecen de 11 días a los 25 días
	Cutzos	Aparecen de 11 días a los 25 días
	Barrenador de ápice	Desde los 30 – 120 días DDS
	Barrenador de tallo	Desde los 120 a 150 DDS
	Chinches	Desde los 150 – 180 días DDS
	Trips	Desde los 120 – 150 DDS

Nota. Etapas y tipos de plagas existente en el chocho.

Enfermedades en la Producción del Chocho

Dentro del estudio se mencionan las principales enfermedades a las que está expuesto al momento de la producción del chocho, las cuales se resumen a continuación:

Antracnosis. Puede apareces a partir de inicio de floración hasta el llenado de la vaina.

Figura 7*Enfermedad en Planta de Chocho: Antracnosis*

Nota. Enfermedad en planta del chocho: Antracnosis. Tomado de Manejo integrado del cultivo de chocho (p.27), por Guzman et al., 2015, Minka Sumak Kawsay.

Ascoquita. Puede aparecer de inicio de floración hasta el llenado de vaina.

Figura 8*Enfermedad en Planta de Chocho: Ascoquita*

Nota. Enfermedad en Planta de Chocho: Ascoquita. Tomado de Manejo integrado del cultivo de chocho (p.28), por Guzman et al., 2015, Minka Sumak Kawsay.

Roya. Aparece cuando en la zona de cultivo presenta lluvias esporádicas.

Figura 9

Enfermedad en Planta de Chocho: Roya



Nota. La figura representa la enfermedad en planta de chocho identificado como Roya. Tomado de Manejo integrado del cultivo de chocho (p.29), por Guzman et al., 2015, Minka Sumak Kawsay.

Cercospora. A partir de inicio de floración, con presencia de mucha lluvia.

Figura 10

Enfermedad en Planta de Chocho: Cercospora



Nota. La figura representa la enfermedad en planta de chocho conocida como Cercospora.

Tomado de Manejo integrado del cultivo de chocho (p.30), por Guzman et al., 2015, Minka Sumak Kawsay.

Pudriciones de raíz. Se recomienda rotación de cultivo y desinfección del suelo con *Trichoderma* sp. 600g/200 lts. Agentes que provocan la pudrición de raíz son *Rhizoctonia solani*, *phytium* sp, *fusarium oxysporum*, *sclerotinia*.

Indicadores para la Cosecha de Chocho

Los autores del estudio manifiestan: el estado del chocho se identifica cuando la planta se defolia, el tallo se lignifica, las vainas se secan y los granos presentan resistencia a la presión de las uñas. Se deben realizar dos cosechas: la primera cuando los ejes centrales estén secos y cuyos granos deberían ser utilizados como semillas; y la segunda cuando las ramas están maduras. Es importante recordar que se debe realizar la cosecha a tiempo para evitar el ataque de la polilla.

Figura 11

Etapas de cosecha



Nota. La figura representa la planta de chocho lista para cosecha. Tomado de Manejo integrado del cultivo de chocho (p.33), por Guzman et al., 2015, Minka Sumak Kawsay.

Cosecha y Trilla

Se recomienda realizar la cosecha una vez que el cultivo haya alcanzado la madurez fisiológica y se encuentre seco. Las plantas se deben arrancar con la mano o con segadoras, posterior se exponen al sol para conseguir un secado uniforme de tallos y vainas. También se puede cortar únicamente los racimos de vainas, utilizando una hoz, cuando estas presenten una coloración café claro y estén completamente secas.

De acuerdo con Loja (2015):

La trilla del chocho no sólo demanda bastante mano de obra, sino que constituye un trabajo laborioso y pesado, para luego golpearlas y ventearlas y permitir que el viento separe los granos de las vainas vacías e impurezas como pedazos de tallo, hojas, melaza, etc., de modo que se garantiza la calidad del grano que debe ser clasificado, limpio y seco (p.18)

De acuerdo con Guzman et al., (2015):

“La trilla puede ser manual, utilizando varas; mediante pisoteado de animales (adecuados para pequeñas extensiones) o con trilladoras mecánicas (p.34).

Figura 12

Métodos de trilla: Manual vs Máquina



Nota. La figura representa los métodos de trilla, Manual vs Máquina. Tomado de Manejo integrado del cultivo de chocho (p.34), por Guzman et al., 2015, Minka Sumak Kawsay.

Secado de Grano

De acuerdo con Guzman et al., (2015):

Si el grano es para semilla se debe secar bajo sombra y si el grano es comercial se puede hacerlo mediante secado natural (en tendales directamente al sol), que para lograr un contenido de humedad del 12 al 14% se requiere una exposición al sol de 6 a 8 horas; o mediante secado artificial, para lo cual se requiere de un secador, el cual es recomendable solo cuando se maneja grandes volúmenes (p.35)

Limpieza

La limpieza del grano se puede realizar aventando al viento y utilizando un aventador manual.

Figura 13

Limpieza del grano de chocho



Nota. La figura representa la limpieza del grano de chocho. Tomado de Manejo integrado del cultivo de chocho (p.36), por Guzman et al., 2015, Minka Sumak Kawsay.

Selección y Clasificación del Grano

De acuerdo con Guzman et al., (2015):

La selección y clasificación del grano se puede realizar manualmente o con la ayuda de zarandas. Separando piedras, majada, restos de cosechas, grano partido, mal formado y de otra coloración.

La selección en el sistema manual permite dejar grano limpio y de alta calidad, pero se requiere de mayor cantidad de mano de obra y mayor demanda de tiempo, lo cual incrementa los costos. Con el sistema semi-manual (uso de zarandas) se ahorra tiempo y los costos tienden a reducirse (p.37).

Aporte Nutricional del Chocho

De acuerdo con Loja (2015):

El *Lupinus Mutabilis* es importante por su alto contenido de sustancias minerales que se asemejan al de otras leguminosas que representan en total una valiosa fuente de calcio, fósforo, magnesio, hierro, zinc, proteína, aceite y nutrientes que le colocan en un plano comparable a la soya (p.1).

Debido al reconocimiento que tienen las grasas en la salud humana y a la importancia metabólica de determinados ácidos grasos, actualmente existe un enorme interés por la identificación de grasas alimentarias con propiedades funcionales y nutritivas específicas. En virtud de su riqueza en ácido oleico la grasa del chocho puede ejercer defectos digestivos de clara repercusión positiva, dado su papel estimulador de determinadas hormonas gastrointestinales.

Este producto también es rico en ácido linoleico, un ácido graso esencial que más allá de constituir un aporte energético, posee propiedades que lo hacen único e irremplazable en las

etapas más críticas del desarrollo humano esto es, durante la gestación en los primeros meses de vida.

Beneficios del Chocho

Uso Medicinal

- Utilizado para afecciones cardiacas.
- Las sustancias amargas se utilizan en baños calientes para tratar el reumatismo.
- Mezclado con quinina sirve para combatir la malaria.
- Mezclado con miel ayuda a eliminar los parásitos intestinales.
- Combate reumatismo, gota, artritis, dolores de riñón e hígado.

Uso Alimenticio

- Ideal para niños en etapa de crecimiento.
- Mujeres embarazadas o en etapa de lactancia.
- Capaz de reunir las cualidades de la leche, carne, queso y huevo.
- Como acompañamiento para diversos platos culinarios.

Uso Agronómico

- El agua de cocción se utiliza para el control de plagas en plantas.
- Abono verde
- Separar parcelas de diferentes cultivos.

Derivados del Chocho

A continuación, se presenta una tabla resumen de los principales derivados del chocho:

Tabla 4*Derivados del chocho*

Derivado	Descripción
Leche Vegetal de chocho	La leche del chocho es el producto semejante en apariencia y composición química a la leche de vaca, además presenta un nivel similar de proteína y menos calorías que el producto de origen animal, no tiene colesterol, lactosa y casi ningún factor alérgico, esto beneficia para las personas con dietas restrictivas en el consumo de grasa;
Elaboración de leche	Para la obtención de este producto el grano debe de estar completamente desamargado, ya que los residuos de alcaloides afectan a la estabilidad del producto. El grano se licua con agua manteniendo una homogenización, se tamiza obteniendo dos residuos, el líquido es la base para la elaboración de la leche y la fibra residual rica en proteína con el 46 %, utilizado en la preparación de recetas como, sopas, postres y bebidas.
Extracción de aceite	La calidad del aceite del chocho se sitúa entre el aceite de maní y el de soya por su composición de ácidos grasos, el principal es el oleico, seguido por linoleico, ácido graso esencial en general; los índices de evolución indica que es un aceite de buena calidad y no contiene ácido graso, ni saturados; además el aceite es color claro, lo cual lo hace aceptable para el uso.
	Se remoja el tarwi crudo por tres horas, colando y dejando que seque por una hora. En una olla a parte se calienta el aceite neutro, colocando este grano, por

una hora y media, licuar con todo el aceite después dejar que escurra por una hora, finalmente se procede a destilar

Harina de
chocho

Se obtiene harina a partir del grano, el cual está constituido o fortificada por el 50 % de proteínas, el sabor es agradable, sabe a almendras; en la panificación se utiliza hasta el 15 % por la ventaja de mejorar considerablemente el valor proteico y calórico del producto final. La desventaja es que la harina se vuelve rancia y se enmohece con rapidez debido a su alto contenido de grasa y otras sustancias nutritivas, convirtiéndose en un ideal medio de cultivo para cualquier microorganismo; razón por la cual, es recomendable mezclar algún producto que impida el enmohecimiento y la oxidación, manteniendo en lugar seco.

Nota. La tabla representa los derivados del chocho

Precio

Dentro de marketing el precio es uno de los 4 pilares fundamentales (producto, precio, plaza y promoción), de acuerdo con Ávila (2018):

Precio es la cantidad de recursos financieros (dinero) y/o físicos (cuando se cambia un producto por otro, es el caso del trueque) que está dispuesto a pagar el consumidor o cliente por un bien o servicio siempre y cuando este satisfaga sus necesidades o cumpla los requisitos requeridos (p. 2).

Pricing o Fijación de Precios

De acuerdo con EIPE (2020):

La fijación estratégica de precios implica anticipar los niveles de precios antes de iniciar el desarrollo de cualquier nuevo producto, así como establecer las políticas y

procedimientos de fijación de precios adecuados a las metas estratégicas de la empresa. Existen tres métodos para fijar precios: métodos basados en el coste métodos basados en la competencia (análisis competitivo), métodos basados en el mercado o la demanda (análisis de demanda) (p.1).

Chocho

Producto originario de acuerdo con Leguminosas Guipi (2018):

El chocho es una legumbre cultivada en las regiones andinas desde tiempos precolombinos. Se pudo comprobar que los antiguos pobladores de estas regiones estaban familiarizados con el consumo de este alimento. El chocho también es conocido como la soya andina debido a su alto contenido en proteínas y grasas.

El Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) afirma: “En el Ecuador el cultivo de chocho se localiza en la Sierra, como Cotopaxi, Chimborazo, Pichincha, Bolívar, Tungurahua, Carchi e Imbabura. El mineral predominante en el chocho es el calcio, con una concentración promedio de 0,48%, calcio le sigue en importancia el fósforo, su concentración promedio en el grano es de 0,43%.” Ganadería (2019).

Es una planta anual que alcanza una altura de 1,8–2 m. Cada planta produce de 8 a 28 vainas alargadas de 5 a 12 cm que contiene de 6 a 8 granos ovalados que varían en su coloración desde blanco, gris, bayo, marrón, negro y mármolizados. Su clima de desarrollo debe ser un clima frío o templado la temperatura óptima para este cultivo se halla entre los 8 y 14 °C no se debe sembrar en áreas con riesgo de heladas y granizadas según lo refiere Burgos (2006).

Rico en calcio y proteínas, el chocho se ha extendido por todos los rincones del país y goza de gran popularidad en las escuelas, donde se consume a diario de forma masiva, pero también se vende en tiendas, supermercados y puestos callejeros, que elaboran variadas recetas a base de carnes y vegetales quizá por estas razones el chocho es también el eje sobre el que giran proyectos de desarrollo de comunidades rurales indígenas, como ocurre en la parroquia Chugchilán, cantón Sigchos, en la provincia de Cotopaxi. Lo que la define como una de las legumbres que ayudan al desarrollo del Ecuador (EFE, 2013)

Proceso Artesanal

El proceso o producción artesanal es aquel mediante el cual se fabrican objetos de forma manual o a través de herramientas y maquinarias simples, sin utilizar tecnologías o procesos industriales, la tecnología artesanal o manufactura es la forma más antigua de producir objetos, y suele requerir de ciertas habilidades técnicas que se transmiten de generación en generación aunque en realidad los procesos artesanales no son exclusivamente ancestrales o tradicionales, como es el caso de algunas manualidades que evolucionan gracias a nuevas técnicas y herramientas de acuerdo a lo mencionado por Puentes (2021).

Cada día, hay más materiales y herramientas para aprender nuevas técnicas artísticas, lo que nos permite incursionar en nuevos rumbos. Ya sea para complementar lo que sabemos y ampliar nuestras posibilidades o para introducirnos al mundo de las manualidades. Algunos ejemplos en los que podemos encontrar procesos artesanales en su fabricación son:

- Alimentos caseros: pan, cerveza, dulces, embutidos.
- Cerámica o recipientes de barro: proceso artesanal dominado por los alfareros.

- Instrumentos musicales: los que crean instrumentos en forma artesanal son llamados lutier o luthier.
- Colchones: el colchonero es un oficio antiguo en la cual se arreglaban y fabricaban colchones a medida.
- Arte: el proceso manual de arte por parte de artesanos generalmente son parte del folklore de la región.
- Tejidos: los procesos manuales pueden usar desde agujas hasta telares.

Microemprendimientos

Los microemprendimientos son unidades productivas de mínimo tamaño. Es decir, pequeños negocios por cuenta propia que desarrollan generalmente servicios basados en conocimientos, oficios o habilidades por lo general por ser un pequeño negocio un microemprendimiento pertenece a una sola persona con un sistema de producción muy sencillo o artesanal de acuerdo a lo establecido por Frederick (2016).

En general, los microemprendimientos se desarrollan de acuerdo con la dinámica de la economía local y se adaptan a las necesidades de los clientes. En este contexto, la capacidad del emprendedor para desarrollar servicios que satisfagan las necesidades del entorno es de gran importancia.

Algunos autores consideran que un microemprendimiento también puede ser considerada microempresa por su tamaño, pero existe una diferencia entre estos conceptos: un micro emprendimiento necesariamente está controlada por un emprendedor, mientras que una microempresa puede ser controlada por un empresario. Algunas de las características de los

MicroEmprendimientos son:

- El trabajo en equipo, con un compromiso y responsabilidad especial por parte de los integrantes de la pequeña empresa. Además, implica la aceptación de una persona que lidere el proyecto y una estrategia del tipo de negocio que se quiere llevar a cabo.
- Necesidad de formación y capacitación constante a los cambios sociales y económicos del momento en el que se desarrolle el microemprendimiento.
- De tamaño pequeño (menos de 10 trabajadores), que supone una opción al desempleo.

Metodología y Desarrollo del Proyecto

Introducción al Diseño Metodológico

En respuesta a las necesidades del problema planteado se establece el siguiente diseño metodológico a ser aplicado en la investigación, se establece un enfoque mixto: cualitativo porque buscar tratar variables sociales sin medición numérica y un enfoque cuantitativo porque se aplicará instrumentos de recolección de datos como la entrevista a través de una fuente primaria, la cuál será aplicada a productores de Chocho de la ciudad de Machachi, Cantón Mejía para determinar cómo fijan el precio de venta y una encuesta aplicada a personas entre 18 y 45 años de edad de la ciudad de Machachi para determinar tendencias de compra.

Como variable dependiente se ha determinado el procesamiento artesanal de chocho la cual depende de la variable independiente que en este caso son los métodos de fijación de precio. El instrumento de recolección de datos se realizará a través de una investigación de campo con la consecuente aplicación de una entrevista y encuesta para el tratamiento de la información y síntesis de resultados se realizará en paquetería Office (Excel).

Enfoque Metodológico Mixto (Cualitativo y Cuantitativo)

Pérez y Pereira en su obra titulada Los diseños de método mixto en la investigación, afirman que: La utilización de los diseños de método mixto se constituyen, día a día, en una excelente alternativa para abordar temáticas de investigación en el campo educativo.

Este ensayo plantea una revisión acerca de dichos diseños y los ejemplifica con una experiencia concreta de investigación realizada por la propia autora, en la que fue aplicado un diseño de método mixto para una temática en el campo educativo de acuerdo con Pérez y Pereira (2020).

Aplicado al tema de investigación se utiliza este enfoque debido a que se analizarán variables que permitan determinar el coste de producción, análisis de la competencia para tomar como referencia precio de venta final y finalmente que factores son determinantes para el cliente al momento de realizar la compra.

Alcance de la Investigación: Descriptiva

La presente investigación busca aplicar métodos para la fijación de precios en la producción artesanal de Chocho en la ciudad de Machachi, para lo cual se debe describir los factores que influyen en el microempresario para definir el precio de venta final. De acuerdo con Marroquin (2015): también conocida como la investigación estadística, se describen los datos y características de la población o fenómeno en estudio. Este nivel de Investigación responde a las preguntas: quién, qué, dónde, cuándo y cómo (p.3). Esta tipología es la que reúne los requisitos de investigación.

Determinación de la Población y Tamaño de la Muestra

Para la aplicación de encuesta se tomará como población a los habitantes de la ciudad de Machachi, comprendidos entre las edades de 18 a 45 años, por ser quienes en su mayoría toman decisión de compra. Cabe recalcar que la aplicación de encuesta busca determinar patrones para la decisión de compra.

Tabla 5

Tabulación de la población urbana de 18 hasta 45 años en el Cantón Mejía

Edad	Hombres	Mujeres	Total
18	145	157	302
19	137	152	289
20	152	172	324

21	149	136	285
22	176	183	359
23	175	178	353
24	158	150	308
25	158	147	305
26	137	173	310
27	149	152	301
28	149	145	294
29	152	164	316
30	144	157	301
31	113	144	257
32	119	155	274
33	124	145	269
34	100	119	219
35	133	122	255
36	121	142	263
37	112	127	239
38	119	116	235
39	114	134	248
40	112	125	237
41	93	109	202
42	98	136	234
43	89	112	201

44	97	124	221
45	80	93	173
	3605	3969	7574

Nota. En la tabla se identifica la tabulación de la población total comprendida entre 18 a 45 años del cantón Mejía. Adaptado de INEC 2010.

Se observa en la tabla 1 según datos del censo 2010 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) existe un total de 7.574 habitantes en el rango de edad comprendido entre 18 hasta 45 años distribuidos en el sector urbano Machachi.

Muestra

La muestra será tomada de los 7.574 habitantes que existen en el sector urbano de Machachi comprendidos entre 18 y 45 años de edad. Para el cálculo de la muestra se utilizará la fórmula de cálculo para muestras finitas.

Muestreo para Poblaciones Finitas

Se define a población finita como aquel conjunto de datos que se encuentran enumerados en su totalidad, respecto a la investigación los habitantes se encuentran censados en el 2010 por lo que los datos son fiel reflejo del criterio aplicado por el INEC. La fórmula para muestras de poblaciones finitas se detalla a continuación con la correspondiente leyenda de cada elemento de la fórmula.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{(e^2 * (N - 1)) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

- N = Total de población
- Z= Constante que depende del nivel de confianza (en este caso 95% = 1.96)
- p= Proporción de individuos que poseen la característica del estudio
- q= Proporción de individuos que no poseen la característica de estudio (1-p)
- e: Precisión o nivel de error (en este caso 7%)

Cuando se desconoce la probabilidad de “p” se debe asignar la misma probabilidad a “p” y “q” es decir 0,50 a cada elemento.

Entonces la muestra aplicada al presente trabajo de investigación queda de la siguiente manera:

$$n = \frac{7.574 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(0.07^2 * (8454 - 1)) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 192$$

Instrumentos de Investigación

Se define a instrumentos de investigación a todo aquel recurso que provee de información al investigador, pueden ser documentales, visuales o auditivos, para la presente investigación se trabajará con 2 instrumentos de recolección de campo como es la entrevista y encuesta.

Entrevista

De acuerdo con Diaz (2013):

La entrevista se define como una conversación que se propone con un fin determinado distinto al simple hecho de conversar.

Es un instrumento técnico de gran utilidad en la investigación cualitativa, para recabar datos. El presente artículo tiene como propósito definir la entrevista, revisar su clasificación haciendo énfasis en la semiestructurada por ser flexible, dinámica y no

directiva. Asimismo, se puntualiza la manera de elaborar preguntas, se esboza la manera de interpretarla y sus ventajas (p.12).

Para el diseño de la presente entrevista se enfocará desde el punto de vista de la variable dependiente procesamiento artesanal de chocho y desde la variable independiente que en este caso es métodos de fijación de precio. Estos datos lo podemos observar desde la matriz de operatividad de variables presentadas en el siguiente cuadro.

Encuesta

De acuerdo con Consultores (2015):

La encuesta es una técnica de recopilación de información donde el investigador interroga a los investigados los datos que desea obtener. Se trata de conseguir información, de manera sistemática y ordenada de una población o muestra, sobre las variables consideradas en una investigación. (p.2).

La aplicación de la encuesta será a los habitantes hombres y mujeres comprendidos entre los 18 y 45 años de edad ubicados en la zona urbana del Cantón Mejía, para determinar factores que determina el cliente al momento de realizar la compra del chocho.

Matriz de Operatividad de Variables

Tabla 6

Matriz de operatividad de variables

Objetivo	Variable	Covariable	Instrumento de medición
Aplicar el método de fijación de precio por demanda para la creación de micro emprendimientos en base al procesamiento artesanal del chocho, en la ciudad Machachi cantón Mejía.	Métodos de fijación de precio por demanda	• Generalidades	Pregunta 1-3
		• Patrones de compra	Pregunta 4-9
		• Perspectiva del consumidor	Pregunta 10-11
		• Precio	Pregunta 12-14

Nota. La tabla representa la matriz de operatividad de las variables de la investigación

En la tabla 6 encontramos la matriz de operatividad de variables que servirán como guía para la elaboración de la encuesta la cual será aplicada a la muestra de 192 personas aplicada de forma aleatoria.

Procedimiento de Toma de Datos

A continuación, se describe el proceso para la recolección de datos los cuales se obtendrán de tres ejes principales como son: recolección de campo y técnica documental.

Recolección de Campo

La recolección de campo se realizará mediante la entrevista a productores de chocho de la ciudad de Machachi, Cantón Mejía, se acudirá a los centros de acopio en los días de mayor afluencia para poder realizar la aplicación de la entrevista y conocer de primera fuente el proceso de fijación de precio de chocho. La encuesta para determinar patrones de compra se aplicará a los habitantes de la ciudad de Machachi, comprendidos entre 18 y 45 años de edad de forma aleatoria.

Técnica Documental

Se tomará como referencia documental estudios realizados por el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias INIAP sobre costos de producción de chocho. Adicional se investigará en artículos publicados por revista Líderes y artículos de diario El Comercio.

Síntesis de Resultados

Con la finalidad de establecer métodos de fijación de precio que sirvan para el procesamiento artesanal del chocho en la ciudad de Machachi, Cantón Mejía. Se enlistarán los tres métodos principales, los resultados obtenidos en la entrevista y encuesta.

Con este conglomerado de información se procederá a determinar la fijación de precios en base a los 3 métodos referidos al inicio del proyecto.

Análisis Macro

Características del Chocho

De acuerdo con INIAP (2014):

Es un cultivo poco exigente en nutrientes y se desarrolla en suelos marginales, sin embargo, su aporte es valioso ya que presenta un alto valor nutritivo, preserva la fertilidad de los suelos, mediante la fijación de nitrógeno; al incorporarlo a la tierra como abono verde en estado de floración, aumenta la cantidad de materia orgánica, mejora la estructura y capacidad de retención de humedad del suelo (p.1).

Condiciones Agroecológicas

- Precipitación: 300 mm a 600 mm en el ciclo
- Temperatura: 7 a 14 grados centígrados
- Altitud: 2800 a 3500 msnm.
- Suelo: Francos, arenoso, limoso.
- pH: 5.5 a 7.0
- Época de siembra: de diciembre a enero

Costos de Producción

A continuación, se tomará como referencia el estudio realizado por el Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) realizado en agosto del año 2013, el cual fue investigado los costos de producir 1 hectárea de chocho. Donde manifiesta que los costos son referenciales y pueden variar dependiendo de la época del año, localidad, variedad, tipo de suelo, factores climáticos, etc.

En la tabla 3 encontraremos a manera de referencia los costos de producir 1 hectárea de chocho, al igual que el costo por kg de producción.

Tabla 7*Costos de Producción de 1 ha de Chocho*

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor Total	%
A. COSTOS					
DIRECTOS (CD)					
1. Preparación del suelo					
Arada y cruzada	Horas/tractor	5	20	100	
Surcado	Horas/tractor	2	20	40	
Subtotal preparación del suelo				140	6,8
2. Mano de obra					
Siembra	Jornal	5	18	90	
Fertilización	Jornal	2	18	36	
Aplicación insecticida / fungicida	Jornal	4	18	72	
Deshierba	Jornal	15	18	270	
Aporque	Jornal	15	18	270	
Cosecha	Jornal	20	18	360	
Trilla	qq	30	3	90	
Subtotal mano de obra				1188	57,90
3. Insumos					
Semillas	Kg	50	3	150	
Fertilizantes	Sacos	2	45	90	

Plaguicidas (f+i)	Kg	2	20	40	
Abonos foliares	Kg	2	10	20	
Costales	Costal	30	0,30	9	
Subtotal insumos				309	15,6
SUBTOTAL (COSTOS DIRECTOS)				1637	79,8
B. COSTOS INDIRECTOS (CI)					
Interés (7% subtotal CD)				114,59	
Arriendo por ciclo	Ha	1	300	300	
SUBTOTAL (COSTOS INDIRECTOS)				314,59	20,2
TOTAL, DE COSTOS (CD + CI)				2051,59	100
Promedio de cosecha	Kg/qq	1350 kg (30 qq)			
Costo del quintal (45 kg)				68,38	
Costo de cada Kg				1,51	

Nota. La tabla representa el costo de producir 1 ha de chocho. Datos obtenidos del INIAP (2014).

Encuesta Método de Fijación de Precio por Demanda

Objetivo: Analizar la fijación de precio por método basado en la demanda, a través de una encuesta aplicada al consumidor para determinar el valor que el consumidor da al producto.

Generalidades

1° ¿Conoce el producto denominado como chocho?

Tabla 8

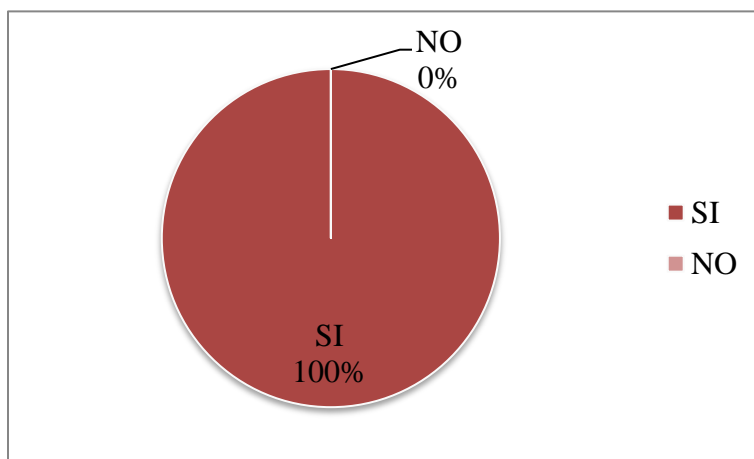
Pregunta 1. Identificación del producto denominado chocho

Variable	Frecuencia	%
SI	192	100%
NO	0	0%
TOTAL	192	100%

Nota. La tabla representa los datos de la encuesta aplicada.

Figura 14

Pregunta 1. ¿Conoce el producto denominado como chocho?



Nota. La figura representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada.

2° ¿Cuál de las siguientes empresas conoce que comercializan mencionado producto?

Tabla 9

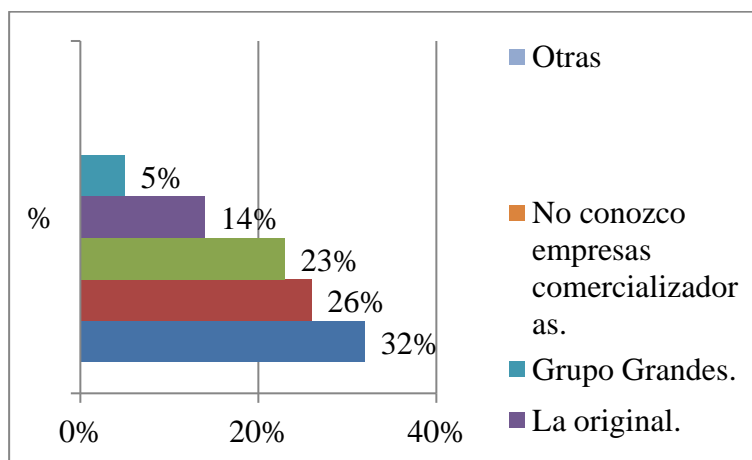
Pregunta 2. Empresas comercializadoras de Chocho

VARIABLE	FRECUENCIA	%
La Verde	60	32%
Dicarne	50	26%
El granero	45	23%
La original	27	14%
Grupo Grandes	10	5%
No conozco empresas comercializadoras.	0	0%
Otras	0	0%
TOTAL	192	100%

Nota. Datos de la encuesta aplicada

Figura 15

Pregunta 2. ¿Cuál de las siguientes empresas conoce que comercializan?



Nota. La figura representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada.

Interpretación. De 192 personas encuestadas en el Cantón Mejía el 31% conoce la empresa La Verde comercializadora de chocho, un 26% identifica a la empresa Dicarne, mientras que el 23% conoce a la empresa El granero mientras la minoría con un 14% y 5% conoce a las empresas La original y Grupo Grandes.

3° ¿Conoce los beneficios nutritivos que posee el producto?

Tabla 10

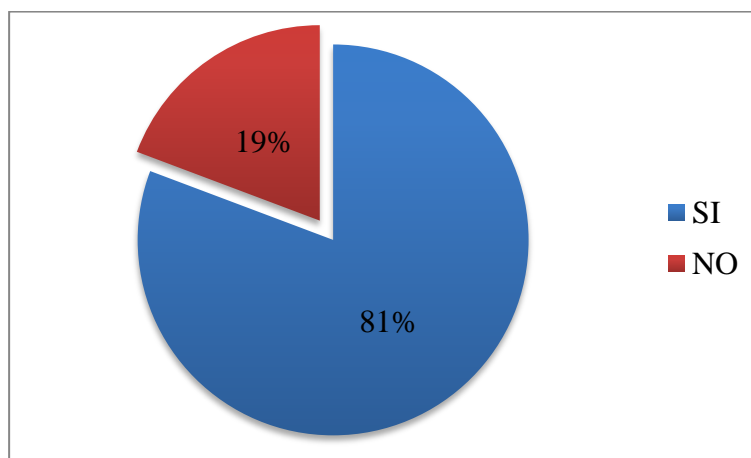
Pregunta 3. Conocimiento de la ciudadanía sobre los beneficios del chocho.

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	155	81%
NO	37	19%
TOTAL	192	100%

Nota. La tabla representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada mediante la tercera interrogante.

Figura 16

Pregunta 3. ¿Conoce los beneficios nutritivos que posee el producto?



Nota. La figura representa los datos de la encuesta aplicada

Interpretación. Siendo un total de 192 personas encuestadas el 81% manifestó que conocen los beneficios nutritivos del chocho, mientras que el 19% desconoce dichos beneficios, los cuales ayudan a nuestro sistema óseo y cardiovascular.

Patrones de compra

4. ¿Quién realiza la compra del producto?

Tabla 11

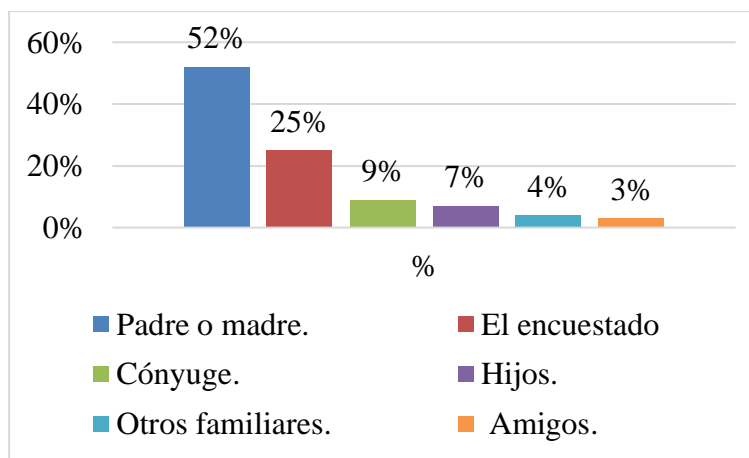
Pregunta 4. Identificación de quienes realizan la compra del producto.

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Padre o madre	100	52%
El encuestado	50	25%
Cónyuge	17	9%
Hijos	13	7%
Otros familiares	7	4%
Amigos	5	3%
TOTAL	192	100%

Nota. La tabla representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada.

Figura 17

Pregunta 4. ¿Quién realiza la compra del producto?



Nota. La figura representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada.

Interpretación. De acuerdo a la encuesta realizada identificamos que quienes consumen más este producto con un 52% son los padres y madres mientras que con un 3% compran los amigos.

5. ¿Dónde compra el producto?

Tabla 12

Pregunta 5. Identificación del lugar donde realizan la compra del producto.

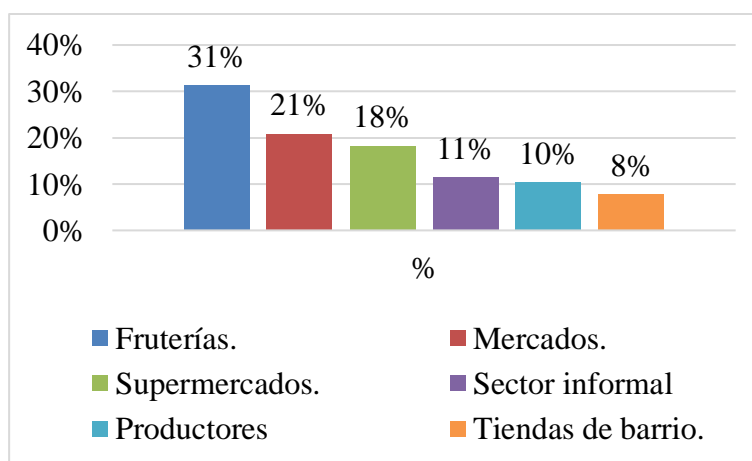
VARIABLES	FRECUENCIA	%
Fruterías	60	31%
Mercados	40	21%
Supermercados	35	18%
Sector informal	22	11%
Productores	20	10%
Tiendas de barrio	15	8%

Otros	0	0%
TOTAL	192	100%

Nota. La tabla representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada.

Figura 18

Pregunta 5. ¿Dónde compra el producto?



Nota. La figura representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada según la interrogante 5.

Interpretación. Siendo un total de 192 encuestas realizadas se logró identificar que los ciudadanos del cantón Mejía realiza compras del producto con 31% en fruterías, el 21% en mercados, el 18% en supermercados, un 11% en sector informal, 10% a productores.

6. ¿Cuál es la frecuencia con la que compra el producto?

Tabla 13

Pregunta 6. Frecuencia de compra del producto

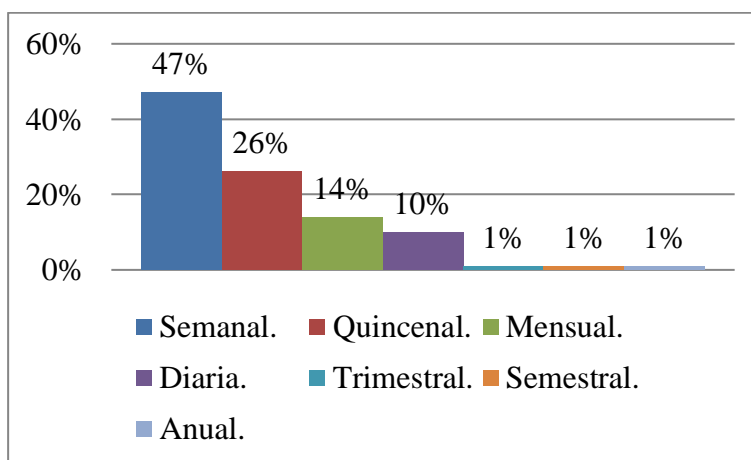
VARIABLES	FRECUENCIA	%
Diaria	20	10%
Semanal	90	47%
Quincenal	49	26%

Mensual	28	15%
Trimestral	2	1%
Semestral	2	1%
Anual.	1	1%
TOTAL	192	100%

Nota. La tabla representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada.

Figura 19

Pregunta 6. ¿Cuál es la frecuencia con la que compra el producto?



Nota. La figura representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada.

Interpretación. La ciudadanía del Cantón Mejía realiza la compra del producto con una frecuencia del 47% de forma semanal, un 26% de forma quincenal, el 15% de forma mensual mientras que el 1% lo realiza de forma trimestral, semestral y anual, el cual da a conocer que es un producto demandado por los ciudadanos.

7. ¿Destina una cantidad específica para comprar el producto?

Tabla 14

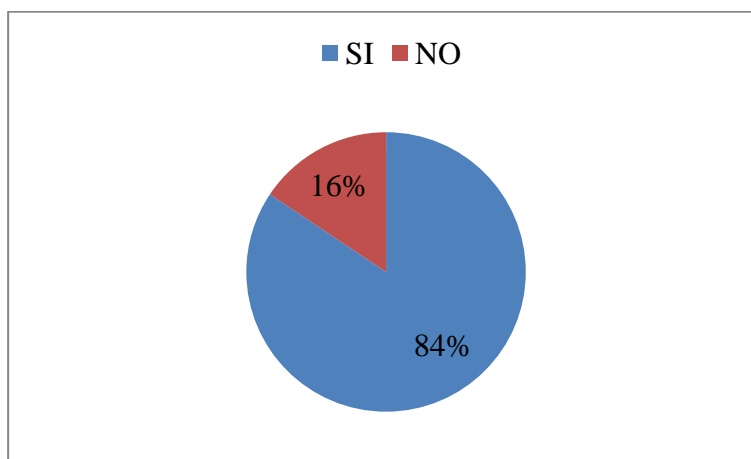
Pregunta 7. Identificación de cantidad (\$) destinada a la compra del producto

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	162	84%
NO	30	16%
TOTAL	192	100%

Nota. La tabla representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada, según la 7ma interrogante.

Figura 20

Pregunta 7. ¿Destina una cantidad (\$) específica para comprar el producto?



Nota. La figura representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada.

Interpretación. El 84% de los ciudadanos destinan una cantidad específica para la compra de chocho mientras que el 16% no tienen destinado una cantidad exacta para la compra de chocho.

8. ¿Siente la necesidad de comprar este producto?

Tabla 15

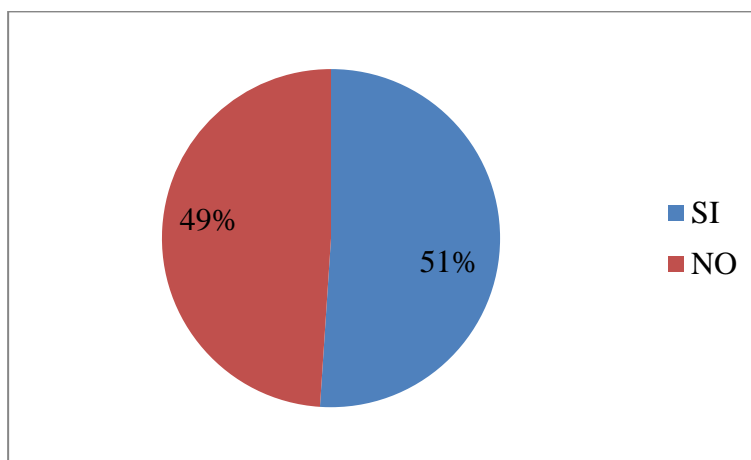
Pregunta 8. Necesidad de compra del producto

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	98	51%
NO	94	49%
TOTAL	192	100%

Nota. La tabla representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada.

Figura 21

Pregunta 8. ¿Siente la necesidad de comprar este producto?



Nota. La tabla representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada en la interrogante 8.

Interpretación. Siendo un total de 192 personas encuestadas con un 51% sienten la necesidad de comprar chocho ya que tienen conocimientos sobre las propiedades nutritivas para nuestro organismo mientras que el 49% desconocen dicha información por tal razón no sienten la necesidad de comprar el producto.

9. ¿Qué tan probable es que compre el producto en menos de una semana?

Tabla 16

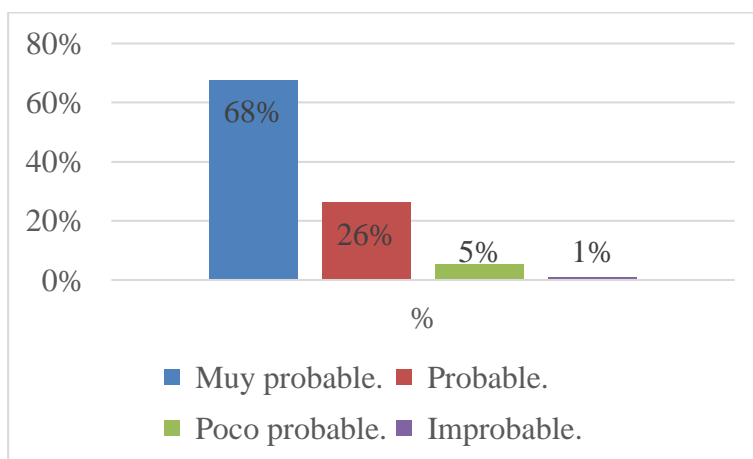
Pregunta 9. Probabilidad de compra en menos de una semana

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Muy probable	130	68%
Probable	50	26%
Poco probable	10	5%
Improbable	2	1%
TOTAL	192	100%

Nota. La tabla representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada.

Figura 22

Pregunta 9. ¿Qué tan probable es que compre el producto en menos de una semana?



Nota. La tabla representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada.

Interpretación. De acuerdo al 68% es muy probable que realicen la compra del producto en menos de una semana, el 26% es probable mientras que 5% y el 1% manifiestan que es poco probable e improbable que realicen la compra en un periodo corto de tiempo.

Perspectiva del consumidor

10. ¿Qué evalúa al momento de realizar la compra de un producto?

Tabla 17

Pregunta 10. Evaluación del producto al momento de realizar la compra

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Precio	100	52%
Registro sanitario	48	25%
Promociones y/o descuentos	19	10%
Presentación	13	7%
Marca	12	6%
Otros		0
TOTAL	192	100%

Nota. La tabla representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada.

Figura 23

Pregunta 10. ¿Qué evalúa al momento de realizar la compra de un producto?



Nota. La figura representa los datos de la encuesta aplicada.

Interpretación. El 52% de la muestra tomada evalúan el precio en relación al producto mientras que con 25% comentan que tienen presente el control del registro sanitario en el producto a comprar, el 10% manifiestan que aprovechan promociones y descuentos.

11. ¿Considera que la presentación es importante al momento de seleccionar un producto?

Tabla 18

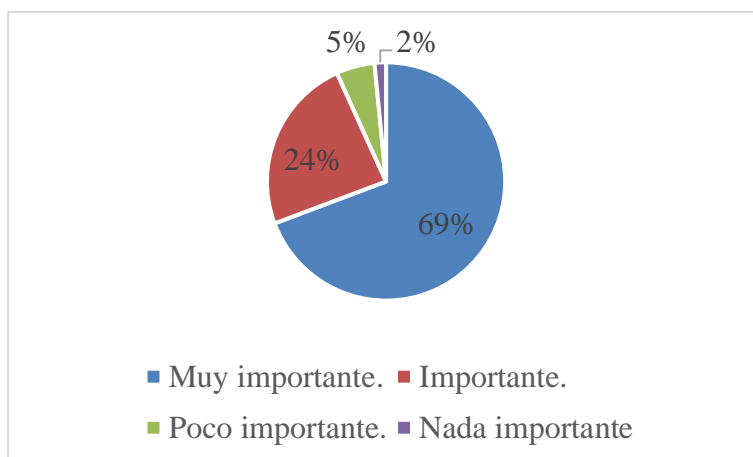
Pregunta 11. Importancia de la presentación del producto

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Muy importante	133	69%
Importante	46	24%
Poco importante	10	5%
Nada importante	3	2%
TOTAL	192	100%

Nota. La tabla representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada.

Figura 24

Pregunta 11. ¿Considera que la presentación es importante al momento de seleccionar un producto?



Nota. La figura representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada.

Interpretación. La presentación del producto es muy importante para el 69% al momento de la compra del producto, el 24% indican que es importante, el 5% y el 1% mencionan que es poco y nada importante al momento de seleccionar el producto.

Precio

12 ¿Qué precio considera justo para 1 libra del mencionado producto?

Tabla 19

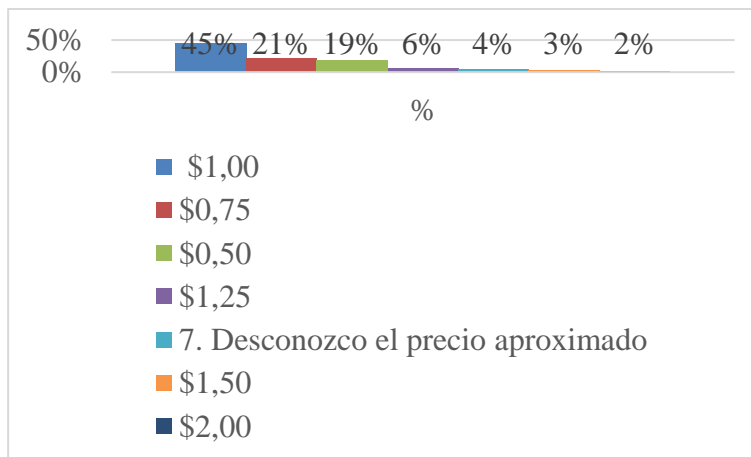
Pregunta 12. Precio de compra para 1 libra del producto.

VARIABLE	FRECUENCIA	%
\$1,00	87	45%
\$0,75	41	21%
\$0,50	36	19%
\$1,25	12	6%
7. Desconozco el precio aproximado	8	4%
\$1,50	5	3%
\$2,00	3	2%
TOTAL	192	100%

Nota. La tabla representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada.

Figura 25

Pregunta 12. ¿Qué precio considera justo para 1 libra del mencionado producto?



Nota. La figura representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada.

Interpretación. El 45% considera que para 1 libra pagarían un valor \$1,00 ctvs. El 21% estarían dispuestos a pagar \$0,75%. El 19% un valor de \$0,50.

13. ¿Estaría de acuerdo en cancelar un precio mayor a cambio de un recipiente presentable, registro sanitario, informe nutricional que respalden la calidad del producto?

Tabla 20

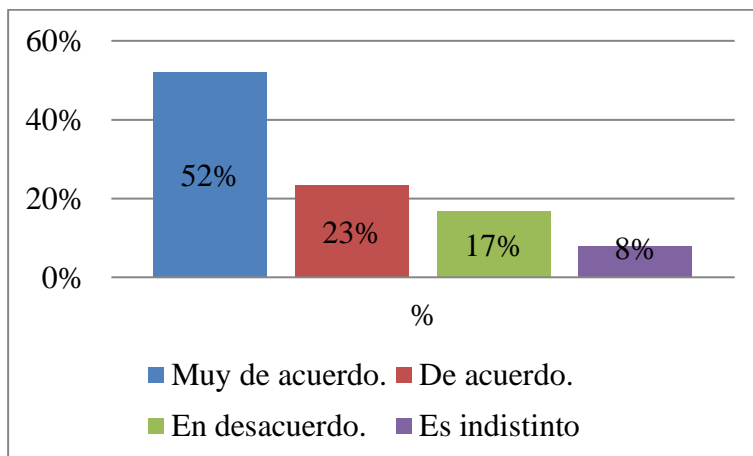
Pregunta 13. Identificación de precio en relación con la presentación y calidad del producto

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Muy de acuerdo	100	52%
De acuerdo	45	23%
En desacuerdo	32	17%
Es indistinto	15	8%
TOTAL	192	100%

Nota. La tabla representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada.

Figura 26

Pregunta 13. ¿Estaría de acuerdo en cancelar un precio mayor a cambio mejor calidad del producto?



Nota. La figura representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada.

Interpretación. El 52% mencionan que estarían dispuestos a cancelar un precio mayor con tal de tener calidad y control sanitario el 23% de acuerdo, el 17 en desacuerdo.

14. ¿Cuál es el promedio mensual que destina para la compra del mencionado producto?

Tabla 21

Pregunta 14. Promedio mensual de dinero para la compra del producto

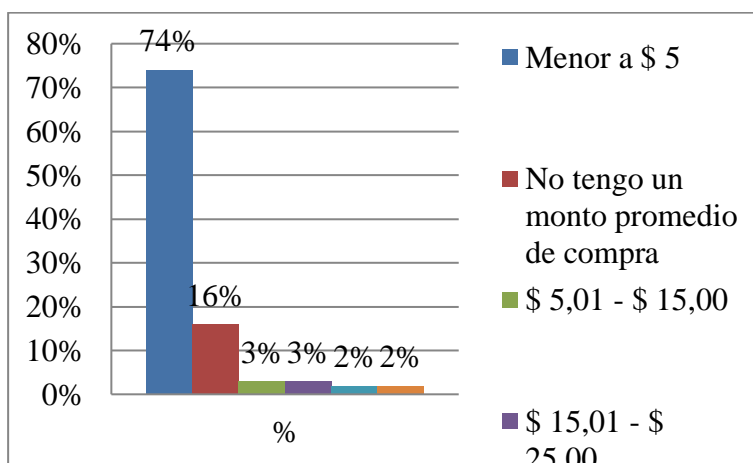
VARIABLE	FRECUENCIA	%
Menor a \$ 5	146	74%
No tengo un monto promedio de compra	30	16%
\$ 5,01 - \$ 15,00	5	3%
\$ 15,01 - \$ 25,00	5	3%
\$ 25,01 - \$ 35,00	3	2%
Mayor a \$ 35	3	2%

TOTAL	192	100%
--------------	------------	-------------

Nota. La tabla representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada.

Figura 27

Pregunta 14. ¿Cuál es el promedio mensual que destina para la compra del mencionado producto?



Nota: La figura representa los datos obtenidos en la encuesta aplicada.

Interpretación. El promedio mensual que destinan a la compra de chocho los ciudadanos encuestados con un 76% es menor a \$5,00, el 16% no tienen identificado el monto promedio de compra mientras que con un 2% es mayor a \$35.

Propuesta

Guía para la Fijación de Precios para la Creación de Micro Emprendimientos

Objetivo

La presente guía tiene como finalidad proporcionar al micro emprendedor una herramienta que le permita fijar de manera correcta el precio de comercialización del producto, para ejemplos prácticos se procederá a fijar el precio de comercialización del chocho.

Importancia

Fijar el precio es una de las etapas más importantes en un negocio, debe incluir: costos, gastos, generar utilidad y sobre todo que el cliente objetivo pueda cancelar.

De la aplicación de la encuesta en la pregunta 10. ¿Qué evalúa al momento de realizar la compra de un producto? El 52% de los encuestados mencionó el precio como factor preponderante al momento de decidir la compra.

Alcance

La guía se encuentra enfocada a micro emprendedor los cuales realizan su negocio de manera empírica, para mediante el presente documento crear una cultura de control financiero a nivel micro. La guía debe ser de fácil entendimiento por el público objetivo al que va dirigida.

Desarrollo

Para la fijación de precio se tomará como referencia el análisis de costo de producción de cosechar 1 hectárea de chocho realizado por el INIAP en agosto del 2013 el cual se encuentra detallado en la tabla 4 del presente estudio. A breves rasgos se incluye Costos Directos (preparación del suelo, mano de obra e insumos) \$1.637,00 y Costos Indirectos \$414,59 dando un Costo Total de: \$2.051,59. El costo por quintal es de \$68,38 y por Kg es de \$1,51.

Tabla 22*Resumen Fijación de Precio por Costos*

CONCEPTO	VALOR TOTAL
Costos Directos (CD)	
Preparación del suelo	\$140,00
Mano de obra	\$1188,00
Insumos	\$309,00
Costos Indirectos	
Arriendos por ciclos (CD + CI)	\$414,59
Total, de costo (CD + CI)	\$2051,59
Promedio de cosecha	1350 kg (30 qq)
Costo del quintal	\$68,38
Costo de cada kg	\$1,51
Rentabilidad	35%
Precio de Venta por quintal	$(\$68,38 * 35\% = 23,93)$ $\$68,38 + \$23,93 = \$ 92,31$
Precio de Venta por Kg	$(\$1,51 * 35\% = \$0,53)$ $(\$1,51 + \$0,53 = \$ 2,04)$

Nota. La tabla representa la fijación de precios por coste. Adaptado de acuerdo a los datos de INIAP (2014).

En la tabla 18 encontramos el cuadro resumen de fijación de precios por Costo de Producción según el INIAP en su estudio realizado para la producción de 1 hectárea de chocho, en donde se establece una rentabilidad del 35% sobre el costo de producción.

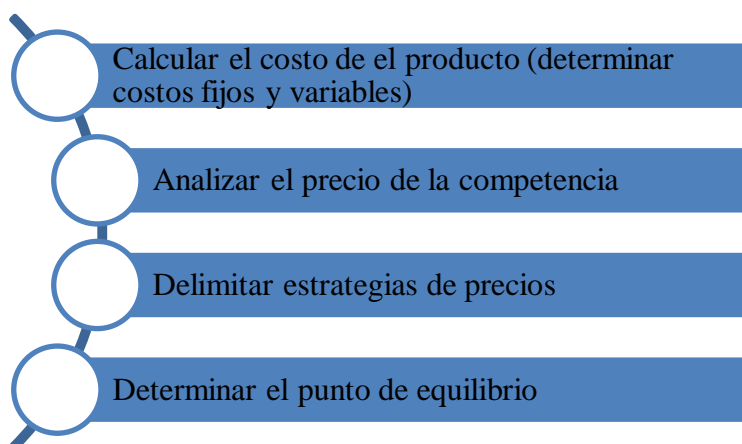
A continuación, se procederá a desarrollar la propuesta en base a los resultados obtenidos de la aplicación de herramientas. La propuesta se encuentra alineada con el objeto de estudio en este caso, métodos de fijación de precios. En base a los resultados obtenidos en la pregunta 10 de la encuesta ¿Qué evalúa al momento de realizar la compra de un producto? El 52% manifestó que el precio es el parámetro más analizado por el consumidor al momento de realizar la compra.

Por tanto, el micro emprendedor debe fijar un precio acorde al presupuesto del consumidor para convertirse en una elección de compra.

Pasos para establecer el precio de un producto

Figura 28

Pasos para fijar el precio del producto.



Nota. La figura representa la ruta a seguir para la fijación de precios.

Costos de Producción

De manera breve sin ahondar en profundidad en el análisis de costos de producción, pues el público objetivo es micro emprendedor que en su mayoría no tiene un conocimiento amplio con conceptos complejos se procede a dar un conocimiento general con la finalidad que el micro emprendedor debe entender pueda tener una ligera idea y tomar decisiones en consecuencia.

Dentro de costos de producción se analizan dos factores primordiales como son:

- Costos fijos
- Costos variables

Costos fijos. Son aquellos costos en los que se incurre, aunque no exista producción (arriendo del terreno, servicios básicos, salarios, entre otros) Para el ejemplo de elaboración del chocho de manera artesanal se determina en base al estudio realizado por INIAP que los costos fijos son:

- Arriendo
- Servicios básicos
- Impuestos

Costos variables. Son aquellos que dependen del volumen de producción. Según el INIAP para la elaboración del chocho los costos variables son:

- Preparación del suelo: Arada y cruzada
- Surcado
- Mano de obra directa (siembra, fertilización, aplicación insecticida, deshierba, cosecha)
- Insumos (semilla, fertilizante, plaguicidas, abonos foliares, costales)

A continuación; se ejemplificará los costos para una producción de 1 hectárea de chocho, los precios variaran dependiendo de la temporada.

El formato en hoja de Excel permitirá al micro emprendedor llenar los datos según la cosecha y gastos que se vayan generando. Si bien es cierto a nivel de producción se debería realizar un análisis más minucioso para fijar los costos de producción, pero la investigación se encuentra enfocada en pequeños micro empresarios que realizan el proceso de manera artesanal e informal.

Tabla 23*Hoja de cálculo: fijación de precio por costo de producción.*

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
COSTOS FIJOS				\$410
Arriendo del terreno	1	1	\$300	\$300
Servicios básicos	1	1	\$50	\$50
Impuestos (rimpe)	1	1	\$60	\$60
COSTOS VARIABLES				\$1.277
Preparación del sueldo				\$140
Arada y Cruzada	Horas/tractor	5	\$20	\$100
Surcado	Horas/tractor	2	\$20	\$40
Mano de obra directa				\$1.137
Siembra	Jornal	5	\$18	\$90
Fertilización	Jornal	2	\$18	\$36
Aplicación de insecticida	Jornal	4	\$18	\$72
Deshierba	Jornal	15	\$18	\$270
Cosecha	Jornal	20	\$18	\$360
Insumos				
Semillas	Kg	50	\$3	\$150
Fertilizante	Sacos	2	\$45	\$90
Plaguicidas	Kg	2	\$20	\$40
Abonos foliares	Kg	2	\$10	\$20

Costales	Costal	30	\$0,30	\$9
COSTOS FIJOS + COSTOS VARIABLES				\$1.687
En una cosecha 1 ha se genera 30 quintales del chocho, costo de producir un quintal de chocho es de: $1.687 / 30$ qq				\$ 56,23 por quintal
El saco (quintal) tiene un aproximado de 45 kg. Multiplicamos 45 kg por 30 quintales = 1.350 kg Determinamos el precio por kg del chocho: $1.687 / 1.350$				\$ 1,24 por kilo
Con esto se procede a fijar el precio de comercialización por quintal que sería				
un 35% de rendimiento sobre el costo de producción. Ejemplo: \$ 56,23 por quintal				\$75,91
$X 35 \% = 19,68 + 56,23 =$				
Por kg sería el mismo calculo: $\$1,24$ por kilo $X 35\% = 0,44 + 1,24 =$				\$ 1,68
La utilidad se determina: si cada kg se vende a $1,68 * 1350$ kg =				\$ 2.268
Utilidad = Ingreso menos costo de producción: $\$2.268 - 1.687$				\$ 581

Nota. La tabla representa los datos obtenidos en la investigación.

En el Anexo 2 se encontrará una captura de pantalla de la propuesta desarrollada en hoja de cálculo Excel, la cual servirá como guía para que el micro emprendedor pueda ingresar sus datos y calcular de manera rápida según su realidad el precio de comercialización, con esta información poder tomar una decisión sustentada de como fijar el precio de su producto.

La propuesta del proyecto desarrollada en la hoja de Excel permitirá al micro emprendedor ingresar los costos fijos y variables de su producción de chocho con lo que de manera automática obtendrá los costos de producción, precio de venta por quintal, kilogramo y libra. Así como también determinar el volumen de ventas en base a la producción, costo de venta total y la utilidad o pérdida del negocio.

Cabe destacar que la información que presentará la hoja de cálculo es resumida, pues está destinada a un público objetivo que no domina temas complejos en materia financiera, por tanto, es importante haber simplificado con la finalidad de que el micro emprendedor le permita tener la información oportuna, necesaria y suficiente para una correcta toma de decisiones.

La propuesta también incluye gráficos que permiten un mejor análisis visual de los resultados obtenidos. Toda esta herramienta que se ha logrado diseñar para la fijación de precios será socializada de ser necesario con los usuarios que deseen utilizarla.

Conclusiones

De la recopilación de información se pudo determinar que la fijación de precios es una de las etapas por la cual todos los micros emprendedores atraviesan después de obtener resultados favorables con un estudio de mercado y es durante este proceso lo que a posterior marcará los márgenes de utilidad que tendrá el producto. Saber fijar un precio de manera efectiva garantizará el precio mínimo al que pueden ofertar el producto para no entrar en pérdida.

El marco teórico englobó principalmente la teoría de fijación de precios en donde se determina tres métodos reconocidos: método basado en el coste, el cual fija el precio a partir del coste de producción sumando un margen de ganancia; para aplicar este método es necesario delimitar todos los costos que se incurren para la elaboración del producto. El segundo método es el basado en la demanda, para su aplicación se analiza al consumidor y se fija un precio según el valor que este le dé al producto y el tercer método se encuentra enfocada a la competencia, en donde se fija el precio a partir del precio referencial de la competencia.

La metodología de investigación tuvo un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) en donde se pudo determinar patrones de conducta en los consumidores mediante la aplicación de encuesta a una muestra de 192 personas, en donde se determinó que el 100% de las personas encuestadas conocen el producto. Respecto a quien realiza la compra el 52% manifiesta el cabeza de hogar (padre o madre) el 25% el encuestado. Los sitios donde más compran el producto el 31 % en fruterías, 21% mercados, 18% supermercados, 11% sector informal, 10% productores, 8% tiendas de barrio. La frecuencia de compra el 47% lo realiza de manera semanal, el 26% de manera quincenal, 14% de manera mensual, el 10% de manera diaria. Respecto a lo que evalúan los consumidores al momento de realizar la compra el 52% evalúa el precio, el 25% el registro sanitario, 10% promociones y descuentos, 7% presentación y 6% la

marca. Respecto a la presentación el 69% considera que es muy importante. El 45% considera que para 1 libra pagarían un valor \$1,00 ctvs. El 21% estarían dispuestos a pagar \$0,75%. El 19% un valor de \$0,50. El 52% mencionan que estarían dispuestos a cancelar un precio mayor con tal de tener calidad y control sanitario el 23% de acuerdo, el 17 en desacuerdo y el 8% son indistinto.

A través de la sociabilización de los resultados obtenidos se pudo elaborar la propuesta del proyecto, la cual constituye una guía para la fijación de precios en la producción artesanal del chocho a los micro emprendedores de la ciudad Machachi del Cantón Mejía, en ella se encuentra detallado los pasos a seguir, así como los factores que los micro emprendedores deben tomar en consideración para realizar una efectiva fijación de precio. Con toda la información obtenida se procedió a realizar una hoja de cálculo en Excel con la que el microempendedor puede calcular de manera rápida la consulta de fijación de precio por saco (quintal), precio por kilogramo y precio por libra.

Recomendaciones

Se recomienda en próximas investigaciones analizar otros factores que influyen en la fijación de precio con la finalidad de que los microemprendedores consigan una información más amplia que les permita tomar mejores decisiones de manera oportuna.

A las autoridades locales se recomienda trabajar en mantener actualizada la información que proporcionan respecto a número de microemprendedores, productores de chocho, como mantener un censo de cuantos negocios existen dentro del Cantón Mejía que se dediquen a la producción y comercialización del mencionado producto.

Se recomienda a futuras investigaciones ampliar la aplicación de encuestas o entrevistas a productores para recopilar de fuente primaria los factores que ellos analizan al momento de una correcta fijación del precio.

A próximos investigadores se recomienda tomar como modelo de desarrollo la guía de fijación de precios con la finalidad de actualizar información y complementar el estudio desarrollado el cual es susceptible de ser modificable con la finalidad de brindar una información oportuna a los microemprendedores.

Referencias

- Avila, N. G. (2018). *Fijación de precios*. Obtenido de <https://utecno.files.wordpress.com/2013/09/el-precio.pdf>
- Burbano, P. (13 de Mayo de 2013). *Didactica.com* . Recuperado el 11 de Marzo de 2014, de <http://www.didactica.com/recursos/reciclaje>
- Burbano, P. (2014). *Proyectos*. Quito: Vida Nueva .
- BURGOS, J. (15 de JUNIO de 2006). *BLOG DE JENYFFER BURGOS* . Obtenido de BLOG DE JENYFFER BURGOS : <https://jenifferburgos.weebly.com/>
- Consultores, B. (2015). *Recolección de datos*. Obtenido de <https://online-tesis.com/tecnicas-de-recoleccion-de-datos-para-realizar-un-trabajo-de-investigacion/>
- Diaz, L. (2013). *La entrevista*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009
- EFE. (18 de septiembre de 2013). *el universo .com*. Recuperado el 26 de enero de 2023, de el universo .com: <https://www.eluniverso.com/noticias/2013/09/28/nota/1508451/chocho-legumbre-desarrollo-ecuador/>
- EIPE. (2020). *Fijación de precios*. Obtenido de <https://www.eipe.es/blog/fijacion-precios/>
- Figueiras, S. (2 de diciembre de 2021). *ceupe* . Recuperado el 26 de enero de 2023, de ceupe: <https://www.ceupe.mx/blog/que-es-la-competencia-perfecta.html>
- Flores, J. (09 de 2019). *HupSpot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/punto-equilibrio-empresa>
- Fortun, M. (8 de noviembre de 2019). *economipedia.com*. Recuperado el 26 de enero de 2023, de economipedia : <https://economipedia.com/definiciones/elasticidad-unitaria.html>


- Frederick, D. (2016). *enciclopedia economica .com*. Recuperado el 26 de enero de 2023, de enciclopedia economica : <https://enciclopediaeconomica.com/microemprendimientos/>
- Ganadería, M. d. (2019). *Propiedades nutritivas del chocho*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/iniap-investigo-propiedades-nutritivas-del-chocho-alternativa-para-una-mejor-alimentacion/>
- GBM. (5 de FEBRERO de 2021). *GBM*. Recuperado el 26 de ENERO de 2023, de GBM: <https://gbm.com/academy/que-son-los-precios-objetivo/>
- Grasset, G. (3 de JULIO de 2015). *LOKAD*. Recuperado el 26 de ENERO de 2023, de LOKAD : <https://www.lokad.com/es/definicion-de-fijacion-de-precios-por-costo-plus#:~:text=La%20fijaci%C3%B3n%20de%20precios%20por,con%20grandes%20cantidades%20de%20productos.>
- Gross. (03 de 2002). *El cultivo del Tarwi*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1569/1/Trabajo%20de%20titulaci%C3%B3n.pdf>
- Guiipi. (2018). *El chocho*. Obtenido de <https://guiipi.org/2019/05/10/beneficios-del-chocho-alternativa-para-una-mejor-alimentacion/>
- Guzman, A., Gusqu, R., & Moran, N. (2015). *Manejo Integrado del Cultivo del Chocho*. Riombamba.
- INIAP. (2014). *INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIONES AGROPECUARIAS*. Obtenido de <http://tecnologia.iniap.gob.ec/index.php/explore-2/mgranos/rchocho>
- Llorente, F. B. (25 de SEPTIEMBRE de 2019). *Felipe Benjumea Llorente* . Obtenido de Felipe Benjumea Llorente : <https://felipebenjumeallorete.com/microemprendimientos/>

- Loja, N. (2015). *Universidad de Cuenca*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1569/1/Trabajo%20de%20titulaci%C3%B3n.pdf>
- Marroquin, P. (2015). *Metodología de la investigación*. Obtenido de http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Martínez. (01 de 2021). *Métodos de fijación de precios*. Obtenido de <http://www.econosublime.com/2020/01/metodos-fijacion-precios.html>
- Nomblea, C. (2018). *Microemprendimientos*. Obtenido de <https://forbes.es/empresas/42170/que-es-un-microemprendimiento-y-cuales-son-sus-caracteristicas/>
- Pérez, Z. (2020). *Métodos de investigación*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1941/194118804003.pdf>
- Puentes, T. (9 de diciembre de 2021). *crehana*. Recuperado el 26 de enero de 2023, de crehana: <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/proceso-artesanal/>
- Roldan, P. N. (23 de octubre de 2016). *economipedia*. Recuperado el 26 de enero de 2023, de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/demanda-elastica.html>
- Roldan, P. N. (23 de octubre de 2016). *economipedia*. Recuperado el 26 de enero de 2023, de economipedia : <https://economipedia.com/definiciones/demanda-inelastica.html>
- START TUP IONOS* . (2 de SEPTIEMBRE de 2020). Recuperado el 26 de ENERO de 2023, de IONOS : <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/elasticidad-de-la-demanda/>
- Thompson, I. (5 de septiembre de 2006). *promonegocioS.net*. Recuperado el 26 de enero de 2023, de promonegocioS.net: <https://www.promonegocios.net/mercado/competencia-imperfecta.html>

Anexos

Anexo 1

Instrumento para recolección de datos aplicado en la encuesta

	ENCUESTA MÉTODO DE FIJACIÓN DE PRECIO POR DEMANDA	
	PERIODO 2022	PROYECTO DE APLICACIÓN PRÁCTICA
Objetivo	Analizar la fijación de precio por metodo basado en la demanda, a traves de una encuesta aplicada al consumidor para determinar el valor que el consumidor da al producto del chocho.	
Indicaciones	A continuación encontrará 14 preguntas que le llevará entre 5– 10 min, marque con una “X” la respuesta seleccionada. Se solicita responder con sinceridad, recuerde la información presentada servirá para fines educativos.	
A. GENERALIDADES		
1. ¿Conoce el producto denominado como chocho?	<input type="checkbox"/> 1. Si. <input type="checkbox"/> 2. No. Avance pregunta 8.	

<p>2. ¿Cuál de las siguientes empresas conoce que comercializan mencionado producto?</p> <p><i>Seleccione la más conocida</i></p>	<p><input type="checkbox"/> 1. La Verde.</p> <p><input type="checkbox"/> 2. La original.</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Grupo Grandes.</p> <p><input type="checkbox"/> 4. El granero.</p> <p><input type="checkbox"/> 5. Dicarne.</p> <p><input type="checkbox"/> 6. No conozco empresas comercializadoras.</p> <p><input type="checkbox"/> 7. Otras.....</p>
<p>3. ¿Conoce los beneficios nutritivos que posee el producto?</p>	<p><input type="checkbox"/> 1. Si.</p> <p><input type="checkbox"/> 2. No.</p>
<p>B. PATRONES DE COMPRA</p>	
	<p><input type="checkbox"/> 1. Padre o madre.</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Cónyuge.</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Hijos.</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Otros familiares.</p>

<p>4. ¿Quién realiza la compra del producto?</p>	<p><input type="checkbox"/> 5. Amigos.</p> <p><input type="checkbox"/> 6. Usted.</p>
<p>5. ¿Dónde compra el producto?</p> <p><i>Seleccione la fuente principal</i></p>	<p><input type="checkbox"/> 1. Supermercados.</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Productores</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Tiendas de barrio.</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Mercados.</p> <p><input type="checkbox"/> 5. Sector informal.</p> <p><input type="checkbox"/> 6. Fruterías</p> <p><input type="checkbox"/> 7. Otros.....</p>
<p>6. ¿Cuál es la frecuencia con la que compra el producto?</p>	<p><input type="checkbox"/> 1. Diaria.</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Semanal.</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Quincenal.</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Mensual.</p> <p><input type="checkbox"/> 5. Trimestral.</p> <p><input type="checkbox"/> 6. Semestral.</p> <p><input type="checkbox"/> 7. Anual.</p>

<p><i>Seleccione su principal alternativa</i></p>	
<p>7. ¿Destina una cantidad específica para comprar el producto?</p>	<p><input type="checkbox"/> 1. Si.</p> <p><input type="checkbox"/> 2. No.</p>
<p>8. ¿Siente la necesidad de comprar este producto?</p>	<p><input type="checkbox"/> 1. Si.</p> <p><input type="checkbox"/> 2. No.</p>
<p>9. ¿Qué tan probable es que compre el producto en</p>	<p><input type="checkbox"/> 1. Muy probable.</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Probable.</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Poco probable.</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Improbable.</p>

<p>menos de una semana?</p>	
<p>C. PERSPECTIVA DEL CONSUMIDOR</p>	
<p>10. ¿Qué evalúa al momento de realizar la compra de un producto?</p> <p><i>Seleccione una sola opción</i></p>	<p><input type="checkbox"/> 1. Presentación.</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Registro sanitario.</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Precio.</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Promociones y/o descuentos.</p> <p><input type="checkbox"/> 5. Marca.</p> <p><input type="checkbox"/> 6. Otros.....</p>
<p>11. ¿Considera que la presentación es importante al momento de seleccionar un producto?</p>	<p><input type="checkbox"/> 1. Muy importante.</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Importante.</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Poco importante.</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Nada importante.</p>
<p>PRECIO</p>	


<p>12. ¿ Que precio considera justo para 1 libra del mencionado producto?</p>	<p><input type="checkbox"/> 1. \$0,50</p> <p><input type="checkbox"/> 2. \$0,75</p> <p><input type="checkbox"/> 3. \$1,00</p> <p><input type="checkbox"/> 4. \$1,25</p> <p><input type="checkbox"/> 5. \$1,50</p> <p><input type="checkbox"/> 6. \$2,00</p> <p><input type="checkbox"/> 7. Desconosco el precio aproximado.</p>
<p>13. ¿Estaria de acuerdo en cancelar un precio mayor a cambio de un recipiente presentable, registro sanitario, informe nutricional que respalden la</p>	<p><input type="checkbox"/> 1. Muy de acuerdo.</p> <p><input type="checkbox"/> 2. De acuerdo.</p> <p><input type="checkbox"/> 3. En desacuerdo.</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Es indistinto.</p>

<p>calidad del producto?</p>	
<p>14. ¿Cuál es el promedio mensual que destina para la compra del mencionado producto?</p>	<p><input type="checkbox"/> Menor a \$ 5</p> <p><input type="checkbox"/> \$ 5,01 - \$ 15,00</p> <p><input type="checkbox"/> \$ 15,01 - \$ 25,00</p> <p><input type="checkbox"/> \$ 25,01 - \$ 35,00</p> <p><input type="checkbox"/> Mayor a \$ 35</p> <p><input type="checkbox"/> No tengo un monto promedio de compra</p>
<p>FIN DE LA ENCUESTA</p>	
<p>Instituto Superior Tecnológico “Vida Nueva” a través del encuestador agradecen su participación.</p> <p>GRACIAS POR SU COLABORACIÓN</p>	

Nota. El anexo representa el formato e interrogantes aplicados en la encuesta.

Anexo 2

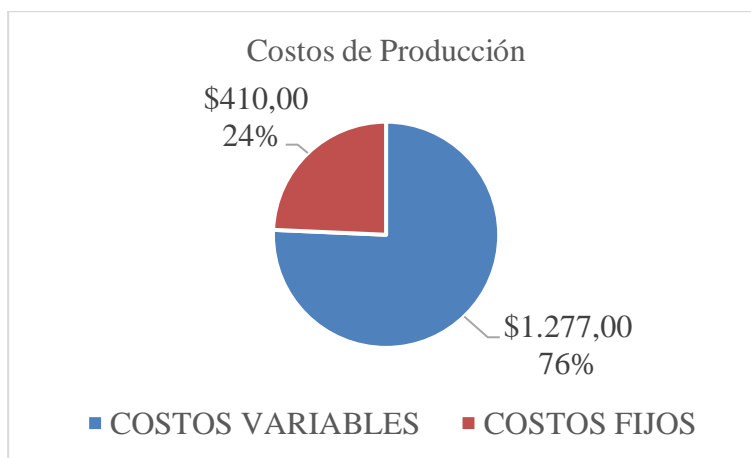
Matriz de la propuesta

 INSTITUTO TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO VIDA NUEVA HOJA DE CALCULO COSTO DE PRODUCCIÓN GALLO GUAÑA ALEXANDRA DEL CARMEN					
Producto	Chocho		Área Cosecha	1 hectarea	
No. Quintales	30		Rendimiento	35%	
Kg por cosecha	1350				
Concepto	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Subtotal	Valor Total
COSTOS FIJOS					\$ 410,00
Arriendo del terreno	1	1	\$ 300,00	\$ 300,00	
Servicios básicos	1	1	\$ 50,00	\$ 50,00	
Impuestos (RIMPE)	1	1	\$ 60,00	\$ 60,00	
Otros	0	0	\$ -	\$ -	
COSTOS VARIABLES					\$ 1.277,00
Preparación del sueldo				\$ 140,00	
Arada y Cruzada	Horas/tractor	5	\$ 20,00	\$ 100,00	
Surcado	Horas/tractor	2	\$ 20,00	\$ 40,00	
Otros	0	0	\$ -	\$ -	
Mano de obra directa				\$ 828,00	
Siembra	Jornal	5	\$ 18,00	\$ 90,00	
Fertilización	Jornal	2	\$ 18,00	\$ 36,00	
Aplicación de insecticida	Jornal	4	\$ 18,00	\$ 72,00	
Deshierba	Jornal	15	\$ 18,00	\$ 270,00	
Cosecha	Jornal	20	\$ 18,00	\$ 360,00	
Insumos				\$ 309,00	
Semillas	Kg	50	\$ 3,00	\$ 150,00	
Fertilizante	Sacos	2	\$ 45,00	\$ 90,00	
Plaguicidas	Kg	2	\$ 20,00	\$ 40,00	
Abonos foliares	Kg	2	\$ 10,00	\$ 20,00	
Costales	Costal	30	\$ 0,30	\$ 9,00	
Otros		0	\$ -	\$ -	
COSTOS FIJOS + COSTOS VARIABLES					\$ 1.687,00
Costo de producción por quintal					\$ 56,23
Costo de producción por kilogramo					\$ 1,25
Costo de producción por libra					\$ 0,62
Precio de venta por quintal					\$ 75,92
Precio de venta por kilogramo					\$ 1,69
Precio de venta por libra					\$ 0,84
Ventas					\$ 2.277,45
Costo de ventas					\$ 1.687,00
Utilidad o pérdida					\$ 590,45

Nota. El anexo representa datos de matriz en Excel con la propuesta.

Anexo 3

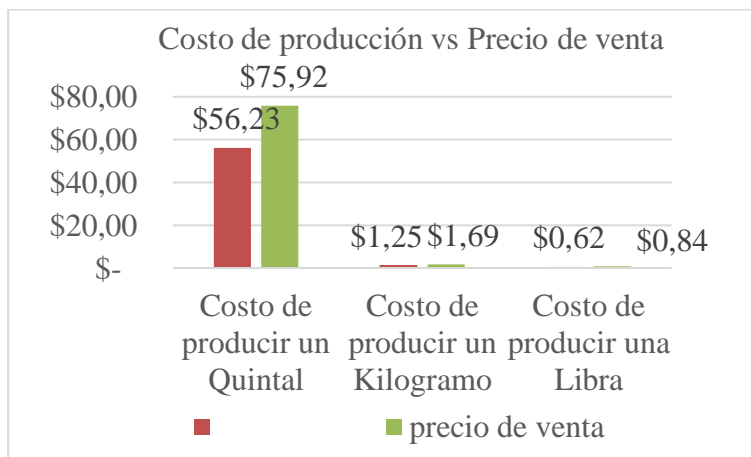
Costo de producción



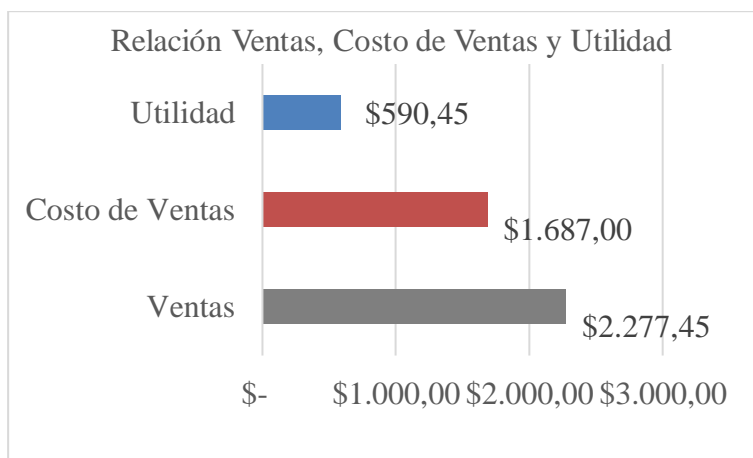
Nota. EL anexo representa el cálculo de los costos de producción.

Anexo 4

Costo de producción vs el precio de ventas



Nota. El anexo representa los costos de producción vs el precio de venta.

Anexo 5*Relación de ventas, costos de ventas y utilidad*

Nota. El anexo representa los datos obtenidos en el cálculo de la relación de ventas, en los parámetros utilidad, costo de ventas y ventas.