



Distribución y comercialización de productos agrícolas mediante plataforma digital Santo Domingo de los Tsáchilas

Distribution and commercialization of agricultural products through digital platform – Santo Domingo de los Tsachilas

Distribution et commercialisation de produits agricoles via une plateforme numérique - Santo Domingo de los Tsachilas

Autores

✉ ^{1*} *Nayeli Dayana Flores Andrade*



✉ ² *Karen Lineida Mayorga Cueva*



✉ ³ *Johana Elizabeth Abril Ortega*



✉ ⁴ *Ximena Leticia García Zambrano*



Resumen

El presente trabajo se centró en la realización de un plan de negocios, para analizar la viabilidad de un canal de distribución directo de productos agrícolas, mediante la plataforma digital Tosiri en Santo Domingo de los Tsáchilas. La revisión literaria fue indispensable como punto de partida, para recopilar las bases teóricas. Este trabajo tiene un enfoque mixto, el alcance de investigación es descriptiva, aplicando métodos cuantitativos, como encuestas asistidas y cualitativos para el levantamiento de información de la unidad de análisis, compuesta por productores y comercializadores de productos de procedencia agrícola. En esta investigación se desarrollaron seis estudios, el de mercado que dio como resultado una aceptación de utilizar la aplicación del 90% de la población en estudio, el técnico y legal que determinó la capacidad instalada de 393 gavetas y la constitución de la Compañía, el organizacional que define los departamentos y funciones de los colaboradores; Finalmente, el análisis económico y financiero arrojó un VAN positivo, lo que confirma la viabilidad y rentabilidad de implementar la cadena de distribución de productos agrícolas a través de la plataforma digital

Palabras clave: Demanda agregada, Comercio, Economía regional.

Abstract

The present work focused on creating a business plan to analyze the feasibility of a direct distribution channel for agricultural products through the Tosiri digital platform in Santo Domingo de los Tsáchilas. A literature review was essential as a starting point to gather theoretical foundations. This work has a mixed approach, with a descriptive research scope, applying both quantitative methods, such as assisted surveys, and qualitative methods to gather information from the unit of analysis, composed of producers and marketers of agricultural products. Six studies were developed in this research: the market study, which resulted in a 90% acceptance rate of using the application among the study population; the technical and legal study, which determined an installed capacity of 393 crates and the incorporation of the Company; the organizational study, which defines the departments and functions of the collaborators; and finally, the economic and financial analysis showed a positive NPV, confirming the feasibility and profitability of implementing the agricultural product distribution chain through the digital platform.

Keywords: Aggregate Demand, Trade, Regional Economy.

Resumé

Le présent travail porte sur l'élaboration d'un plan d'affaires visant à analyser la viabilité d'un circuit de distribution directe de produits agricoles, via la plateforme numérique Tosiri à Santo Domingo de los Tsáchilas. La revue de la littérature a été indispensable comme point de départ pour rassembler les bases théoriques. Ce travail adopte une approche mixte, avec une portée de recherche descriptive, en appliquant des méthodes quantitatives, telles que des enquêtes assistées, et qualitatives pour la collecte d'informations auprès de l'unité d'analyse, composée de producteurs et de commerçants de produits d'origine agricole. Dans le cadre de cette recherche, six études ont été menées : l'étude de marché montre un taux d'acceptation de 90 % pour l'utilisation de l'application au sein de la population étudiée ; l'étude technique et juridique a établi une capacité installée de 393 caisses et la constitution de la société ; l'étude organisationnelle définit les départements et les fonctions des collaborateurs. Enfin, l'analyse économique et financière a révélé une VAN positive, confirmant ainsi la viabilité et la rentabilité de la mise en œuvre de cette chaîne de distribution de produits agricoles via la plateforme numérique.

Mots-clés: Demande agrégée, Commerce, Économie régionale.

^{1,2,3,4} Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Santo Domingo de los Colorados, Ecuador.

Código JEL: L21; Q11; F1

Citacion sugerida: Flores Andrade, N. D., Mayorga Cueva, K. L., Abril Ortega, J. E., García Zambrano, X. L., (2025). Distribución y comercialización de productos agrícolas mediante plataforma digital Santo Domingo de los Tsáchilas. *Revista ECA Sinergia*, 16(2), 125-133. <https://doi.org/10.33936/ecasinergia.v16i2.6844>

Recibido: 17/07/2024

Aceptado: 24/04/2025

Publicado: 02/05/2025



INTRODUCCIÓN

La distribución y comercialización de productos agrícolas en Santo Domingo de los Tsáchilas enfrenta desafíos significativos debido a la dependencia de intermediarios y la limitada infraestructura logística. Estos factores impactan negativamente la rentabilidad de los agricultores y el precio final para los consumidores. La implementación de un canal de distribución directo mediante la plataforma digital Tosiri, busca solucionar estos problemas, mejorando la eficiencia, reduciendo costos y proporcionando un acceso directo al mercado para los productores agrícolas.

Es así que, la planificación estratégica se ha consolidado como una herramienta esencial para el éxito y crecimiento de las empresas en un entorno cada vez más competitivo y globalizado. Según Ochoa, Loaiza, y Huacon (2022), una adecuada planificación estratégica permite a las organizaciones no solo adaptarse a los cambios del entorno, sino también anticiparse a las oportunidades y amenazas, garantizando así su sostenibilidad y competitividad. Salgado (2023) destaca que el emprendimiento y la innovación, apoyados en un sólido marco estratégico, son cruciales para el desarrollo económico y social, especialmente en regiones con alto potencial agrícola como Santo Domingo de los Tsáchilas.

En este contexto, un canal de distribución eficiente y efectivo es crucial para entregar productos que satisfagan las necesidades del consumidor. El diagnóstico situacional de este trabajo identificó factores internos y externos, revelando fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, es así que, mediante herramientas administrativas como la cadena de valor, el análisis PESTEL y las cinco fuerzas de Porter, permitieron la identificación de estos elementos. Mediante la planificación estratégica se definió la misión y visión enfocadas en distribuir productos frescos, sostenibles, a precios competitivos, fomentando transparencia y crecimiento económico local.

Este enfoque económico no es el único que trata de explicar la elección del consumidor, también puede ser abordado desde la psicología y la sociología, cuyos enfoques se complementan en el sentido que, si bien la psicología propone el análisis individual de la conducta, la sociología incorpora las relaciones con el entorno, a través de variables familiares, culturales, estratificación social o grupos de influencia (Hernández y Morales, 2024).

En ese sentido, para tener una buena información contable y financiera se requiere conocimiento del activo biológico desde su gestación hasta la madurez del mismo, puesto que todos los desembolsos que se dan en la etapa de crecimiento serán llevando a una cuenta del estado de situación financiera en el rubro de activo no corriente denominada activo biológico en crecimiento, que se quiere expresar con esto que los costos asociados (Marrufo y Cano, 2021).

Seguidamente con el estudio de mercado que tuvo como objetivo comprender la demanda, los competidores y la participación de intermediarios en el comercio, destacando el valor de un canal de distribución tecnológico. Se propone un canal indirecto para productos agrícolas en Santo Domingo de los Tsáchilas, utilizando una plataforma digital para facilitar pedidos y pagos, además de ofrecer información nutricional y recetas. Se detalla la capacidad de compra con proveedores y se elige una ubicación estratégica para el centro de distribución. Se establecen criterios de calidad y precios, y proyecta un crecimiento de la oferta en los próximos cinco años, mejorando la aplicación web.

A través del desarrollo de un estudio técnico, legal y organizacional, se determinaron los recursos físicos necesarios para el negocio, estableciendo la capacidad instalada, políticas y procedimientos para prestar el servicio con eficacia e implementar herramientas adecuadas para una puesta en marcha exitosa. A través del estudio organizacional se diseñó una estructura basada en la eficiencia operativa, gestión financiera y satisfacción del cliente, con funciones claramente definidas para una coordinación eficiente. Legalmente, se optó por una Compañía de responsabilidad limitada para reducir la responsabilidad de los socios, cumpliendo con los requisitos públicos para evitar sanciones y garantizar acceso a beneficios gubernamentales, contribuyendo a la estabilidad y crecimiento de la empresa.

En Ecuador, la sensibilidad hacia los temas medioambientales no es tan marcada como en los países desarrollados, lo que hace aún más relevante la investigación sobre cómo los influenciadores pueden influir en la adopción de productos sostenibles (Crespín et al., 2024).

Finalmente, con la planeación económica y financiera del trabajo se centró en evaluar diversos escenarios para comprender el impacto de diferentes variables en la salud financiera del proyecto, lo que permitió tomar decisiones informadas y desarrollar estrategias de contingencia. Se determinó el valor de la inversión inicial y la fuente principal de financiamiento, y se realizó un análisis detallado de costos fijos y variables. El proyecto demostró ser viable con un retorno de inversión

proyectado en 4 años y 7 meses. Además, se proyectaron ingresos y egresos a cinco años, considerando incrementos por inflación y una demanda agregada que tiende al crecimiento, lo que resultó en una sólida base financiera y una utilidad neta positiva en el primer año.

METODOLOGÍA

En Santo Domingo de los Tsáchilas, los canales de distribución actuales carecen de la capacidad de brindar un valor agregado a la economía regional, y presentan tiempos de entrega muy extendidos debido a la gran cantidad de intermediarios. Esto provoca que los productos agrícolas lleguen en mal estado al consumidor final. Este trabajo se basa en un estudio de viabilidad financiera y de mercado para la implementación de un canal de distribución directo de productos agrícolas.

El paradigma de la investigación es positivista, ya que se centra en obtener datos empíricos y verificables mediante métodos cuantitativos. Se sigue un enfoque mixto que combina métodos cuantitativos y cualitativos, lo cual otorga flexibilidad y permite realizar modificaciones durante el proceso, ampliando así los resultados (Sampieri y Mendoza, 2018). La investigación es de tipo descriptivo, ya que busca analizar y representar las dimensiones asociadas a los fenómenos estudiados, visualizando elementos medidos y recopilando datos de la muestra para comprender la realidad.

Para el Análisis Estratégico se considera al autor Franches (2013) en donde se elaboraron herramientas administrativas como la cadena de valor, PESTEL y las cinco fuerzas de Porter para evaluar factores internos y externos (p.23). Estas herramientas permitieron una planificación estratégica más efectiva y orientada a garantizar el éxito sostenible de la empresa, al proporcionar una visión integral de la posición competitiva y operativa de la empresa.

Según la metodología de Sampieri y Mendoza (2018), para un correcto levantamiento de información se deben seguir ocho pasos, se realiza en primer lugar la revisión de la literatura, mediante la revisión exhaustiva de la literatura existente para recopilar las bases teóricas y definir el alcance de la investigación. Este paso es crucial ya que permite contextualizar el estudio dentro del marco teórico existente e identificar estudios previos relevantes, se consultó fuentes académicas y estudios previos de autores como Chopra y Meindl (2013) y Mora (2023), lo que proporcionó una sólida base conceptual y metodológica.

Posterior a esto, el segundo paso fue identificar las unidades de análisis, esenciales para delimitar el enfoque del estudio. En este caso, las unidades de análisis fueron los productores y comercializadores de productos agrícolas en Santo Domingo de los Tsáchilas. Esto permitió focalizar la investigación en los actores clave del mercado agrícola local.

Continuando con el tercer paso se realizó un dimensionamiento del mercado en donde se identificaron 34.410 microempresas en la provincia, de las cuales 2.134 se dedican a actividades relacionadas con alimentos y bebidas. (Instituto Nacional de estadísticas y censos, 2022). Se dimensionó el tamaño del mercado y se estableció la relevancia del estudio en términos de población objetivo. Por consiguiente, el cuarto paso fue el diseñar las encuestas estructuradas para recopilar datos de los segmentos objetivo. La estructuración de encuestas asegura que la información obtenida sea consistente, comparable y relevante para los objetivos de la investigación.

Seguidamente, el quinto paso fue la aplicación de las encuestas de forma asistida en línea a 326 negocios, segmentados en comercializadoras y procesadoras de productos. Se utilizaron técnicas de muestreo probabilístico para garantizar la representatividad de la muestra, lo cual permite que los resultados sean generalizables a toda la población objetivo. Finalmente, el sexto paso para la tabulación e interpretación de resultados, los datos recopilados se tabularon e interpretaron mediante plataformas digitales. Esto permitió transformar los datos brutos en información útil, permitiendo una comprensión clara de los patrones y tendencias emergentes.

Para el estudio técnico el autor Baca Urbina (2013) abarca una investigación que se divide en varias partes: determinar el tamaño óptimo de la planta, seleccionar la ubicación ideal, planificar la ingeniería del proyecto y realizar un análisis organizativo, administrativo y legal integral. En el estudio organizativo Franklin (2009), indican que comienza con la especialización y subdivisión del trabajo, asignando funciones a unidades específicas e interrelacionadas a través de líneas de mando, comunicación y jerarquía, mientras que para los mismos autores nos indican que el estudio legal determina el marco legal que regula las operaciones de la empresa.

Como último paso, según indica Baca Urbina (2013) se realizó un análisis financiero para evaluar la viabilidad del proyecto. Este análisis incluyó la determinación del Valor Actual Neto (VAN), el retorno de inversión y la proyección de ingresos y egresos. Evaluar la viabilidad financiera es fundamental para asegurar que el proyecto no solo es viable en teoría, sino también sostenible y rentable en la práctica.

RESULTADOS

Para evaluar la viabilidad de implementar un canal de distribución corto de productos agrícolas a través de la plataforma digital Tosiri, se realizó un diagnóstico situacional, se analizaron factores externos e internos utilizando la matriz PESTEL, las Fuerzas de Porter, y se determinaron los factores internos con la matriz de la cadena de valor y la estructura organizacional. Esto reveló que el proyecto tiene una ventaja competitiva significativa al ser el primero de su tipo en la provincia.

En el estudio de mercado, se determinó que Santo Domingo de los Tsáchilas dispone de la demanda suficiente para sostener la oferta, comprobando la viabilidad del proyecto y aceptación entre los clientes que prefieren adquirir productos a través de una plataforma digital. En el estudio técnico, permite dividir el centro de distribución estratégicamente, el estudio organizacional legal facilitó determinar las funciones del recurso humano, así como los aspectos legales para operar como empresa. Sobre la evaluación financiera se determinó la inversión y los resultados esperados por indicadores financieros. A continuación, se detallan los estudios que sustentan los objetivos planteados en esta investigación:

Diagnóstico Situacional

En el diagnóstico situacional determinó que este trabajo cuenta con una ventaja competitiva significativa debido a la alta calidad de sus productos y la eficiencia en el proceso de distribución. Este hallazgo principal indica que, a pesar de las debilidades y amenazas identificadas, las fortalezas y oportunidades del proyecto ofrecen un panorama favorable para su implementación y éxito en el mercado de productos agrícolas en Santo Domingo de los Tsáchilas.

Tabla 1.

Identificación de Factores en el diagnóstico situacional

Categoría	Descripción
Fortalezas	Flujo constante de suministros por relaciones sólidas. Alta calidad por buen almacenamiento. Buen estado del producto por controles de calidad. Distribución de pedidos eficiente. Proceso de pedidos ágil. Marketing y fidelización activos. Capacitación continua del personal. Atención al cliente y retroalimentación efectiva. Estrategias de marketing que atraen nuevos clientes. Estructura organizativa clara. Enfoque tecnológico para eficiencia operativa. Departamento de Ventas con gestión organizada.
Oportunidades	Precios competitivos. Altas barreras de entrada. Ubicación estratégica. Alquiler económico. Cercanía al consumidor. Acceso a servicios básicos. Dificultad de nuevos competidores para formar alianzas. Altos costos de entrada limitan competencia. Diferenciación en calidad y atención. Servicio único frente a la competencia. Menores costos agrícolas. Mayor demanda por crecimiento de clientes. Comercio electrónico permite expansión y diversificación. Comercio digital eficiencia y experiencia del cliente.
Debilidades	Sistemas informáticos desactualizados. Cobertura de seguros insuficiente. Desconocimiento de normativas legales. Falta de departamento de marketing. Dependencia de un solo asesor informático. Sobrecarga por ausencia de mandos intermedios. Controles de calidad ineficientes. Falta de mantenimiento en maquinaria. Personal limitado. Incumplimiento legal y riesgo reputacional.
Amenazas	Abundancia de productos sustitutos. Mano de obra limitada en la zona. Acceso deficiente al transporte público. Falta de posicionamiento de Tosiri en el mercado. Resistencia al cambio de los consumidores. Aumento de sueldos limita expansión. Evitación de normativas laborales en materia de sueldos. Incremento en el costo de productos básicos. Migración rural reduce la fuerza de trabajo agrícola. Saturación del mercado por intermediarios

En el análisis situacional se identificaron un total de 12 fortalezas, 10 debilidades, 14 oportunidades y 10 amenazas que se evidencian en el anexo 1, las fortalezas del proyecto, como la calidad del producto y la eficiencia en la distribución, junto con oportunidades como la demanda de frescos y el auge del comercio digital, refuerzan su viabilidad y capacidad de respuesta al mercado. A pesar de debilidades como la dependencia tecnológica y amenazas como la competencia, el proyecto muestra buen posicionamiento. La matriz FODA brindó una visión integral de los factores internos y externos, clave para la planificación estratégica y la toma de decisiones.

Es en función a lo antes mencionado, que se derivan estrategias diseñadas para maximizar las fortalezas y aprovechar las oportunidades mientras se mitigan las debilidades y amenazas, como son: automatización de procesos con el apoyo de la tecnología, relaciones sólidas con los proveedores agrícolas, optimización de rutas de entrega para reducir costos y plazos de entrega. Estos hallazgos son cruciales para orientar el desarrollo y la ejecución del proyecto, asegurando su éxito y sostenibilidad a largo plazo. Es decir, el diagnóstico situacional respalda la viabilidad del proyecto y subraya su potencial para transformar la distribución de productos agrícolas en Santo Domingo de los Tsáchilas.

Estudio de Mercado

La viabilidad de mercado fue evaluada a través de encuestas asistidas en línea, dirigidas a 326 negocios. Los resultados indicaron una aceptación favorable de la plataforma digital entre los encuestados, con un alto interés en adoptar este nuevo canal de distribución para mejorar la eficiencia en la adquisición de productos agrícolas frescos y entregados en el negocio.

Tabla 2.

Resultados de la encuesta de aceptación del canal de distribución Tosiri

Categoría		Cantidad de encuestados	Aceptación (%)
Comercializadores de productos	Mini Markets, tiendas de víveres y abarrotes.	153	84%
Procesadoras de productos	Restaurantes, comedores populares, cafeterías, heladerías, restaurantes gourmet y bares.	173	90%
Total		326	100%

Se observa en la tabla 2 un alto porcentaje de aceptación por parte de las procesadoras de productos, a esta le sigue la categoría conformada por las comercializadores de productos, ya que consideran importante observar el producto antes de comprarlo. Estos resultados indican que existe un mercado receptivo y preparado para adoptar esta nueva herramienta, es así, que la alta aceptación sugiere que los negocios locales reconocen los beneficios potenciales de este nuevo canal para mejorar la eficiencia y calidad en la adquisición de productos agrícolas.

Estudio Organizacional

El estudio organizacional del proyecto reveló la creación de una estructura interna eficiente, fundamental para la gestión de procesos logísticos y la adaptación a las demandas del mercado. La estructura organizacional se diseñó con niveles jerárquicos claramente definidos: directivo, asesor, apoyo y operativo. Esta configuración garantizó una clara delimitación de responsabilidades y una coordinación eficiente entre los distintos departamentos.

El análisis de la estructura permitió identificar las funciones críticas de cada nivel, facilitando la colaboración y el trabajo en equipo. Se definieron roles específicos para cada posición, asegurando que cada empleado comprendiera sus responsabilidades y cómo estas contribuyen al logro de los objetivos organizacionales. El modelo de la estructura empleada es vertical, entre los niveles se encuentran: el directivo para la toma de decisiones y supervisión, el asesor que asiste al nivel anterior y revisa procedimientos establecidos, el de apoyo en gestión administrativa soporte logístico, y el operativo para realizar tareas diarias con sus respectivos reportes de entregas.

Estudio técnico

El estudio técnico del proyecto proporcionó una base detallada y estructurada para la implementación del canal de distribución de productos agrícolas. La identificación de una planta óptima y estratégicamente ubicada asegura no solo la viabilidad técnica, sino también su sostenibilidad y potencial de crecimiento a largo plazo. Estos resultados son fundamentales para el éxito de la empresa y representan la importancia de una planificación técnica y organizativa adecuada en la creación de un canal de distribución eficiente y efectivo en el sector agrícola.

Este estudio se centró en optimizar la infraestructura, estableciendo que la planta debe contar con un área de 24 x 9 metros cuadrados, capaz de almacenar 393 gavetas distribuidas en estanterías y áreas de cuarto frío, lo que asegura una eficiente capacidad operativa. La localización del centro de distribución fue estratégicamente elegida basándose en criterios de accesibilidad, proximidad a proveedores y clientes, y costos operativos, optimizando así la logística y reduciendo los costos de transporte. Además, la ingeniería del proyecto abarcó la selección de procesos productivos adecuados, el análisis de equipos necesarios y el diseño de la distribución física de la planta, con políticas y procedimientos claros para asegurar la eficiencia en el uso de recursos.

Estudio legal

El estudio se centró en establecer una base legal sólida para el funcionamiento del canal de distribución digital de productos agrícolas. Se decidió conformar la empresa como una Compañía de Responsabilidad Limitada para reducir la responsabilidad de los socios al monto de su inversión y cumplir con los requisitos establecidos por la Superintendencia de Compañías en Ecuador. Para operar legalmente, el centro de distribución debe cumplir con varios requisitos de entidades públicas; es así que, estos incluyen el registro en las entidades de control públicas de las compañías y ordenanzas municipales.

Es importante considerar todos los aspectos antes mencionados para asegurar el cumplimiento de todas las normativas y regulaciones, proteger al negocio de posibles sanciones y multas, y asegurar el derecho a acceder a los beneficios de programas gubernamentales. Además, la conformidad con estas obligaciones legales contribuye a la estabilidad, confianza y reputación de la empresa, aspectos fundamentales para su éxito y crecimiento a largo plazo.

Estudio Económico y Financiero

La evaluación financiera incluyó el análisis de las proyecciones financieras a cinco años. Los resultados mostraron que el proyecto es financieramente viable, con un retorno de inversión atractivo. En la tabla número tres se observan los resultados de los cálculos empleados para proyectar la variación de precios para evaluar el impacto de posibles variaciones en los costos de los productos. La planificación financiera detallada aseguró que el proyecto puede sostenerse económicamente y generar beneficios a largo plazo.

Tabla 3.

Proyección Financiera a cinco años de Tosiri Flujo de efectivo

	2024	2025	2026	2027	2028
Efectivo generado por la operación:	107.410,99	104.769,74	106.373,56	113.507,41	124.308,42
Utilidad del Ejercicio	34.500,55	31.402,62	32.012,09	32.640,16	36.978,15
Gasto Depreciación Activos Fijos	9.303,67	9.303,67	9.303,67	9.303,67	8.610,33
Gastos amortización	9.840,00	4.920,00			
Incremento Sueldos por Pagar	53.766,78	59.143,46	65.057,80	71.563,58	78.719,94
Efectivo de actividades de inversión	67.993,32	-	-	-	-
Compra de activos fijos	67.993,32	-	-	-	-

Efectivo de actividades de financiamiento	4.535,12	4.595,89	4.657,48	4.719,89	4.783,14
Préstamo bancario.	2.244,00	2.244,00	2.244,00	2.244,00	2.244,00
Intereses financieros	2.291,12	2.148,81	1.991,96	1.819,10	1.628,59
Egresos:	-	-	-	-	-
Flujo neto de efectivo en el periodo	359.878,86	218.528,18	221.640,55	235.797,81	257.272,57
Saldo inicial de efectivo al periodo	359.878,86	218.528,18	221.640,55	235.797,81	\$257.272,57

La proyección financiera, demuestra utilidades netas positivas en los próximos cinco años, en función al periodo de recuperación que se observa en el anexo 4 de esta manera se asegura que este modelo de negocio puede sostenerse económicamente y generar beneficios a largo plazo, demostrando que no solo es una inversión viable sino también rentable a largo plazo. La capacidad de generar ingresos crecientes y mantener costos controlados asegura la sostenibilidad del proyecto. Esto también permite decisiones y planificación estratégica basadas en datos financieros sólidos.

Tabla 4.

Indicadores Financieros

Indicador	Cálculo			
Plazo de Recuperación	Fórmula: $PRI = X + (Io - Y)/Z$			
	Donde: x= número primario cuya sumatoria de los flujos actualizados no cubre la Io.			
	Io= Inversion Inicial			
	Y= valor sumatoria flujos acumulados antes de Io.			
	Z= flujo del año que supera la Io.			
	Io = \$383.349,95			
	Años	Flujo de caja	Flujo de caja actual	Flujo de caja acumulado
	1	\$359.878,86	\$322.436,85	\$322.436,85
	2	\$218.528,18	\$175.422,02	\$497.858,87
	3	\$221.640,55	\$159.409,51	\$657.268,38
	4	\$235.797,81	\$235.754,94	\$893.023,33
	5	\$257.272,57	\$148.537,17	\$1.041.560,50
	Resultado 3 años, 3 meses.			

DISCUSIÓN

Los canales actuales en Santo Domingo de los Tsáchilas enfrentan problemas como la falta de valor agregado y largos tiempos de entrega debido a múltiples intermediarios, resultando en productos agrícolas deteriorados al llegar al consumidor final. La adopción de una plataforma digital optimiza la cadena de suministro al reducir intermediarios, mejora la frescura del producto y ofrece conveniencia con acceso diario, entregas a domicilio y seguimiento en tiempo real.

Se empleó algunos aspectos como la cadena de valor, PESTEL y las cinco fuerzas de Porter descritas según Franches (2013) lo cual permitió una planificación efectiva orientada a garantizar el éxito sostenible de la empresa, evaluando factores internos y externos que afectan su posición competitiva.

Para el desarrollo de los estudios: en el de mercado se emplearon técnicas y herramientas cruciales como lo son la determinación del precio y el producto, se pudo establecer que el proyecto cuenta con una demanda suficiente y un mercado capaz de sostener la oferta. Esto no solo valida la viabilidad del proyecto sino también su aceptación entre los clientes, quienes mostraron una clara preferencia por adquirir productos a través de una plataforma digital; para el técnico, legal, y organizacional se analizaron particularidades como la ubicación, el tamaño, la tecnología necesaria, los procesos de producción, los recursos humanos y materiales requeridos, además de conocer el marco legal por el cual se desarrolla la empresa, y la distribución jerárquica mediante un organigrama estructural horizontal.

En este estudio económico y financiero que permitió visualizar el crecimiento del proyecto en función a los estados financieros, acogiendo las dos perspectivas se formularon los costos directos, indirectos, proyecciones de compras y ventas, además de los indicadores financieros. La combinación de estos marcos teóricos aseguró una comprensión integral de la viabilidad y el potencial de crecimiento del negocio, proporcionando una evaluación precisa y confiable del proyecto.

CONCLUSIÓN

La investigación realizada para implementar el centro de distribución directo de productos agrícolas Santo Domingo de los Tsáchilas es viable y presenta una ventaja competitiva significativa. La alta calidad de los productos y la eficiencia en el proceso de distribución posicionan la propuesta como potencial competitivo en el mercado agrícola. El estudio de mercado reveló una alta aceptación de la plataforma digital entre los microempresarios locales, con un alto interés en utilizar la plataforma digital para adquirir productos agrícolas frescos, esto sugiere que existe un mercado receptivo y preparado para adoptar esta nueva herramienta, dando oportunidad a la modernización y optimización de las cadenas de suministro locales, beneficiando tanto a productores como a comercializadores y procesadores de productos agrícolas. La evaluación económica y financiera mostró que el proyecto es financieramente viable, con proyecciones de ingresos y utilidades netas positivas en los próximos cinco años asegurando que es rentable a largo plazo. Cuenta con el potencial de transformar la distribución de productos agrícolas en comparación con el modelo actual, mejorando la eficiencia y calidad de los productos ofrecidos a los consumidores finales. La plataforma digital propuesta ofrece una solución innovadora que responde a las necesidades del mercado, y su implementación puede generar beneficios significativos para todos los actores involucrados en la industria.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baca Urbina, G. (2013). Evaluación de Proyectos. México: McGraw-Hill.
- Chopra, S., y Meindl, P. (2013). Administración de la cadena de suministro: Estrategia, planeación y operación. (Quinta ed.). México: Pearson Educación.
- Crespín, H., Fernández, A, y Bonisoli, L. (2024). Influenciadores y su efecto en la compra de productos verdes: Un estudio en la generación ecuatoriana. Revista KAIROS, 8(14), 46-66. DOI: <https://doi.org/10.37135/kai.03.14.03>

- Franches, D. (2013). Conceptos de Administración Estratégica (Decimocuarta ed.). México: Pearson Educación.
- Franklin, E. (2009). Organización de Empresas (Tercera ed.). McGraw Hill.
- Instituto Nacional de estadísticas y censos. (2022). Directorio Empresarial. <https://aplicaciones3.ecuadorencifras.gob.ec/VDATOS2-war/paginas/administracion/direcEmpresarial.xhtml>
- Hernández, M y Morales, L. (2024). Preferencias - analisis del comportamiento del consumidor. Revista Kairos, 8(14), 88-107. DOI: <https://doi.org/10.37135/kai.03.14.05>
- Marrufo, R., y Cano, A. (2021). Tratamiento contable de los activos agrícolas. Revista Visión del Futuro, 25(2). <https://doi.org/10.36995/j.visiondefuturo.2021.25.02R.002.es>
- Mora, L. (2023). Gestión Logística Integral (Tercera ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Ochoa, K., Loaiza, E., y Huacon, P. (2022). Importancia de la planificación estratégica para el crecimiento empresarial. Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento, 192-201. doi:[https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(3\).junio.2022.192-201](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(3).junio.2022.192-201)
- Salgado, J. (2023). El Emprendimiento en el Ecuador. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades. doi:<https://doi.org/10.56712/latam.v4i2.923>
- Sampieri, R., y Mendoza, C. (2018). Ciudad de México: McGraw-Hill Interamericana Editores. doi:978-1-4562-6096-5

