DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN FINANZAS Y AUDITORÍA

TEMA: PLAN FINANCIERO PARA LA ELABORACIÓN DE MERMELADA DE MARACUYÁ

AUTOR: BONILLA CARRERA LUDGERIO FILETO

DIRECTOR: ING. CARRILLO PUNINA ALVARO

SANGOLQUÍ

2016

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, "***PLAN FINANCIERO PARA LA ELABORACIÓN DE MERMELADA DE MARACUYÁ***" realizado por el señor ***LUDGERIO FILETO BONILLA CARRERA***, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar al señor ***LUDGERIO FILETO BONILLA CARRERA*** para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 04 de abril del 2016

Atentamente,

Ing. Álvaro Carrillo P.

Director de tesis

ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **LUDGERIO FILETO BONILLA CARRERA**, con cédula de identidad Nº 1704174463, declaro que este trabajo de titulación "**PLAN FINANCIERO PARA LA ELABORACIÓN DE MERMELADA DE MARACUYÁ**" ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Sangolquí, 13 de abril de 2016

LUDGERIO FILETO BONILLA CARRERA
C.C. 1704174463

ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

AUTORIZACIÓN

Yo, **LUDGERIO FILETO BONILLA CARRERA**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación "**PLAN FINANCIERO PARA LA ELABORACIÓN DE MERMELADA DE MARACUYÁ**" cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Sangolquí, 13 de abril de 2016

LUDGERIO FILETO BONILLA CARRERA
C.C. 1704174463

DEDICATORIA

A Dios por permitirme participar de Su esencia divina y viajar en la corriente sonora cobijado con Su manto de luz, a mi amada esposa e hijos que siempre han estado a mi lado apoyándome e inspirándome para el logro de esta anhelada meta profesional.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE por haberme impartido los conocimientos necesarios para mi formación académica, en especial a todos mis profesores que me brindaron su sapiencia y experiencia inigualables a lo largo de mi carrera estudiantil, así como a mi tutor el Ing. Álvaro Carrillo por su acertada dirección, contribuyendo exitosamente para la culminación de este trabajo investigativo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA

CERTIFICACIÓN…… ii

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD…… iii

AUTORIZACIÓN (PUBLICACIÓN BIBLIOTECA VIRTUAL)……. iv

DEDICATORIA…… v

AGRADECIMIENTO…… vi

ÍNDICE……vii

ÍNDICE DE TABLAS……xi

ÍNDICE DE FIGURAS……..xiii

RESUMEN…… xiv

ABSTRACT……xv

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA……1

1.1 Título descriptivo del proyecto…….……1

1.1.1 Título……1

1.1.2 Descripción del proyecto……..…...1

1.2 Planteamiento del problema……..…..1

1.3 Formulación del problema……..….5

1.4 Objetivos…….……5

1.4.1 Objetivo general…….……5

1.4.2 Objetivos específicos…….……..6

1.5 Justificación…….…..6

1.5.1 Factibilidad política…….…..6

1.5.2 Factibilidad financiera…….…..7

1.5.3 Factibilidad administrativa……..…19

1.5.4 Beneficiarios directos…….22

1.5.5 Beneficiarios indirectos……..22

1.6 Interrogantes de investigación……..22

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO…….…23

2.1 Antecedentes de la investigación……23

2.2 Marco legal…….…..25

2.3 Marco teórico…….…..35

2.4 Marco conceptual…….. 37

2.5 Identificación de variables……... 39

2.5.1 Variable dependiente…… 40

2.5.2 Variable independiente…….. 40

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO…… 41

3.1 Métodos…… 41

3.1.1 Método deductivo…… 41

3.1.2 Método inductivo…… 41

3.1.3 Método analítico…….. 42

3.1.4 Método aleatorio simple……. 43

3.2 Fuentes y técnicas de recopilación de información……44

3.2.1 Fuentes primarias……....44

3.2.2 Fuentes secundarias……..45

3.3 Técnicas de análisis……...45

CAPÍTULO IV

INVESTIGACIÓN……52

4.1 Estudio de mercado……52

4.2 Objetivos de la investigación……..52

4.3 Ventajas competitivas……..53

4.4 Diseño de investigación…… 53

4.4.1 Investigación cualitativa……..54

4.4.2 Investigación cuantitativa…… 55

4.5 Mercado relevante y cliente potencial……71

4.6 Tamaño del mercado……72

4.7 Plan promocional……..73

4.7.1 Objetivos publicitarios……..73

4.7.2 Elementos de la marca……74

4.7.3 Política de precios……75

4.8 Conclusiones del estudio de mercado……..76

CAPÍTULO V

PROPUESTA DEL CONTENIDO DE PROYECTO DE FACTIBILIDAD.. 78

5.1 Estudio técnico……78

5.2 Estudio administrativo……83

5.3 Estudio y evaluación financiera……85

5.4 Impacto social y económico……105

CAPÍTULO VI

MARCO ADMINISTRATIVO…….. 107

6.1 Recursos humanos…….. 107

6.2 Presupuestos…….....110

6.3 Conclusiones y recomendaciones……..115

6.3.1 Conclusiones……..115

6.3.2 Recomendaciones……116

BIBLIOGRAFÍA……..…….. 117

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Promedio de personas por hogar en Quito……56

Tabla 2 Rango de edad población de Quito……....57

Tabla 3 Habitantes de Quito con edad entre 20 años y 65 años…….58

Tabla 4 Preferencia de consumo……...61

Tabla 5 Sabores de preferencia……62

Tabla 6 Características de preferencia……63

Tabla 7 Frecuencia de consumo……64

Tabla 8 Lugar de compra……65

Tabla 9 Momento de consumo……...66

Tabla 10 Presentación de preferencia, gramaje……67

Tabla 11 Presentación de preferencia, recipiente……....68

Tabla 12 Precio a pagar……....69

Tabla 13 Marca preferida……..70

Tabla 14 Determinación de la demanda potencial……72

Tabla 15 Determinación del precio a partir de la competencia……....76

Tabla 16 Participación y aportes…….. 83

Tabla 17 Inversión……86

Tabla 18 Activos fijos…….....86

Tabla 19 Equipos de computación……87

Tabla 20 Equipos de oficina…….. 87

Tabla 21 Maquinaria y equipos……....87

Tabla 22 Muebles y enseres……88

Tabla 23 Depreciación……89

Tabla 24 Activos intangibles……..89

Tabla 25 Gastos de constitución…….. 90

Tabla 26 Capital de trabajo……90

Tabla 27 Materia prima…….. 91

Tabla 28 Sueldos y salarios……...92

Tabla 29 Mantenimiento de activos……..93

Tabla 30 Material de oficina……...93

Tabla 31 Insumos de limpieza…….. 94

Tabla 32 Gastos de comercialización……..94

Tabla 33 Servicios básicos……....95

Tabla 34 Financiamiento……95

Tabla 35 Amortización del préstamo……96

Tabla 36 Ventas proyectadas……97

Tabla 37 Estado de resultados proyectado……....98

Tabla 38 Tasa mínima aceptable de rendimiento…… 99

Tabla 39 Flujo neto de fondos proyectado……100

Tabla 40 Relación beneficio / costo……103

Tabla 41 Periodo de recuperación……....103

Tabla 42 Análisis de sensibilidad……104

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 División por sexo población Quito……..56

Figura 2 Preferencia de consumo……..61

Figura 3 Sabores de preferencia……62

Figura 4 Características de preferencia……63

Figura 5 Frecuencia de consumo……..64

Figura 6 Lugar de compra……..65

Figura 7 Momento de consumo……66

Figura 8 Presentación de preferencia, gramaje…… 67

Figura 9 Presentación de preferencia, recipiente……...68

Figura 10 Precio a pagar…….. 69

Figura 11 Marca preferida……70

Figura 12 Logotipo de la marca……74

Figura 13 Esquema de la planta……..78

Figura 14 Localización geográfica…….. 79

Figura 15 Flujograma del proceso productivo……82

Figura 16 Estructura organizacional……85

RESUMEN EJECUTIVO

Maracuyá la deli-mermelada elaborado por Frutas Exóticas Cía. Ltda., es una propuesta viable de comercialización de productos alimenticios, nutritivos y sanos con alto contenido de vitaminas y minerales, agradable al paladar. La empresa ofrece la producción y comercialización de la pulpa del maracuyá, a través de tiendas, bodegas, micromercados y supermercados, para que llegue a un segmento de mercado entre los 20 y 65 años de edad de ambos sexos. Para cumplir con el plan financiero de este proyecto se investigó a través de una encuesta y se aplicó a una muestra poblacional de 384 potenciales clientes para determinar la demanda, características del producto, preferencia de consumo, sabores, presentación, etc. El proceso de producción consiste básicamente de medir y pesar la pulpa y semillas de maracuyá, cocerla con el resto de ingredientes, enfriar la preparación, envasar, etiquetar el producto y finalmente distribuir a los distintos canales de venta. La política de inventarios será de justo a tiempo con lo cual no se mantendrán exceso de inventarios reduciendo su costo. La inversión total en el presente proyecto asciende a US$291.062,06, comprenden la adquisición de activos fijos, diferidos y capital de trabajo, el porcentaje de financiamiento será del 70% del total, el análisis y evaluación financiera arrojan un VAN de US$ 85.606,32, una TIR de 21,08%, la relación B/C total es de 1,49 y una PR de 3 años 10 meses, resultados que muestran lo aceptable del proyecto, por lo que es sumamente recomendable realizar el mismo.

PALABRAS CLAVES:

- ✓ **Psicográfica**
- ✓ **Conductuales**
- ✓ **Incoterms**
- ✓ **Fitosanitario**
- ✓ **Escaldado**

ABSTRACT

Passion fruit deli-jam prepared by Frutas Exóticas Cía. Ltda., is a viable proposal for marketing of food, nutritious and healthy product, with high content of vitamins and minerals, pleasant to the palate. The company offers production and marketing of the pulp of passion fruit, through shops, granaries, micromarkets and supermarkets, so you can reach a market segment between 20 and 65 years old of both sexes. To comply with the financial plan of this project, I investigated through a survey which was applied to a population sample of 384 potential clients to determine demand, characteristics of product, preference of consumption, flavors, presentation, etc. The production process consists basically of measure and weigh the pulp and seeds of passion fruit, cook it with the other ingredients, cool the preparation, packaging, label the product and finally distributed to various sales channels. Inventory policy will be just in time which will not remain excess inventories by reducing its cost. The total investment in the project amounts to US$ 291.062,06, include the acquisition of deferred, fixed assets and working capital, the percentage of financing will be 70% of the total, analysis and financial evaluation cast a NPV of US$85.606,32, a IRR of 21.08%, the relationship B/C total is 1.49 and the PR is of 3 years and 10 months, the outcome of the analysis show the acceptance of the project, so it is highly advisable to perform the same.

KEY WORDS:

- ✓ **Psychographic**
- ✓ **Behavioral**
- ✓ **Incoterms**
- ✓ **Plant protection**
- ✓ **Scalded**

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Título descriptivo del Proyecto

PLAN FINANCIERO PARA LA ELABORACIÓN DE MERMELADA DE MARACUYÁ CON FINES COMERCIALES.

1.1.1 Título

"PLAN FINANCIERO PARA LA ELABORACIÓN DE MERMELADA DE MARACUYÁ"

1.1.2 Descripción del proyecto

El país cuenta con la producción necesaria de Maracuyá para satisfacer la demanda del mercado interno. Se determinará las principales ventajas, desventajas y competencias en el mercado tanto nacional como internacional. Se deben conocer las áreas geográficas más atractivas, las barreras legales o comerciales que se tendrán que superar. La infraestructura y tecnología necesaria para someter a la maracuyá a los procesos de transformación, que nos permita obtener el producto deseado. Realizar el análisis financiero para verificar la factibilidad del proyecto, la rentabilidad de la producción y probable exportación de mermelada de maracuyá. Adicionalmente establecer los canales de distribución más idóneos para la colocación de la mermelada de maracuyá en el mercado local y la factibilidad de exportación al mercado internacional.

1.2 Planteamiento del Problema

Las condiciones climáticas y de suelo en el Ecuador son altamente propicias para el cultivo de maracuyá. Esta fruta está disponible durante todo el año, con

dos picos de producción, el primero: de abril a junio y el segundo: de octubre a noviembre.

La mayor superficie cultivada de maracuyá se encuentra localizada en la franja costera del país, que corresponde a las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, El Oro y Santo Domingo de los Tsáchilas.

En los últimos años, Ecuador se ha convertido en el principal proveedor de jugo concentrado de maracuyá en el mundo, razón por la cual es un producto con gran potencial de aceptación en el mercado nacional e internacional.

Gracias a la gran acogida de este producto en países extranjeros tales como Holanda, Estados Unidos, Alemania, Israel, Francia, entre otros, se ha visto también la factibilidad de diseñar un proyecto de exportación que nos permita posicionarnos con un nuevo producto diferenciado en los citados mercados y por medio de una investigación detallada, analizar nuevos mercados potenciales, con el objetivo de diversificar la cartera de clientes y disminuir los riesgos inherentes que se pudieran presentar, sea por el encarecimiento de los precios de compra de la fruta, nivel de producción, número de proveedores, transporte y calidad de la fruta.

La idea del negocio se basa en el análisis financiero para elaborar mermelada de maracuyá localmente, dándole valor agregado en una atractiva presentación, totalmente diferente a la que tradicionalmente se ha comercializado con otras mermeladas. El análisis se basará principalmente en utilizar los métodos financieros tanto dinámicos como estáticos que nos permitan medir la factibilidad de la puesta en marcha del negocio: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Periodo de Recuperación del Proyecto (PR), flujo neto de caja (FNC), tasa de rendimiento contable (TRC), relación beneficio / costo (R F/C).

El zumo de la fruta, obtenido al prensar la pulpa o procesarla, es con frecuencia demasiado espeso para beberlo directamente; lo habitual es combinarlo con zumos de otras frutas, yogurt, leche o simplemente agua. Su elevado contenido en azúcares hace innecesario utilizar algún tipo de edulcorante. La pulpa puede utilizarse para la confección de mermeladas; es recomendable para este caso no desechar las semillas, pues su contenido de pectina ayuda a la gelificación del producto. La cáscara es también rica en pectina, pero no resulta necesaria si las semillas se emplean. Tanto el zumo como la pulpa pueden congelarse sin problemas; si bien el proceso afecta la textura de la fruta, el sabor se conserva sin cambios apreciables hasta un año. Contiene también fructosa cristalina, ácido cítrico, sacarosa, benzoato de sodio, sorbato de potasio.

El empaque al vacío asegura una mejor presentación de la mermelada en el mercado. Para una mayor eficiencia al realizar esta labor es preferible utilizar una aspiradora eléctrica, una vez extraído el aire, del envase debe asegurarse inmediatamente con una tapa de aluminio, en esta condición la mermelada está lista para el transporte a los centros de distribución. El empaque indica la forma, volumen y peso del producto. El sistema de embalaje varía según el comprador y el tipo de caja que se emplee. Generalmente se utilizan cajas de 300 g. hasta 1.000 g., el embalaje incluye el uso de una funda plástica y de esponjas de polietileno en el fondo de la caja. Sobre estos se colocan los clusters ya enfundados. La esponja (de medio centímetro de espesor) se dispone también entre los clusters para protegerlos. El almacenaje para la mermelada de Maracuyá se lo realiza en cuartos a temperatura ambiente la cual no debe ser mayor a 18°C, para mantener el contenido óptimo, y prolongar el período de conservación.

La identificación comercial es maracuyá o fruta de la pasión y pasionaria, pertenece a la especie botánica *Passiflora edulis,* las variedades son la amarilla, Flavicarpo, P. edulis púrpura.

La zona ecológica de cultivo es el bosque seco y húmedo tropical. El clima debe ser cálido o subcálido, a una temperatura promedio anual de 21 a 24c, con una precipitación anual de 1000 a 1800mm, a una altitud desde 600 hasta los 800 m.s.n.m., la región de cultivo del país es el litoral.

El tipo de suelo debe ser franco arcilloso-arenoso, de fácil drenaje, rico en materia orgánica, suelos profundos de un 1 m; con un pH de 5.5-6.5; los sistemas de propagación son por vía sexual y asexual, sexual a través de semilleros y viveros siendo lo más recomendable, y por vía asexual a través de acodos subterráneos y aéreos.

El desarrollo de la plantación es de 8 a 9 meses, el inicio de la cosecha es a partir del noveno mes, la vida económica de la planta es de tres años.

La siembra, los materiales de siembra son las plántulas de vivero, la distancia de siembra es de 2.50m de calle y 5m entre plantas, la densidad por hectárea es de 800 plantas; las principales labores de cultivo son las adecuaciones y preparaciones del terreno, trazo, hoyado, fertilización de fondo, transplante, replante, deshierbas, fertilizaciones posteriores, el tutoreo o la formación de espalderas, las podas de formación, de limpieza, y renovación; y los controles fitosanitarios.

Los principales problemas fitosanitarios son las plagas como el gusano de los brotes *(Dionnejune c.),* ácaros, gusano del follaje *(Dionne vanillae),* abeja conga *(Arragre trona spp),* mosca de la fruta *(Anastrepha sp),* arañitas rojas *(tetranichus*

spp), nemátodos, y las enfermedades como la antracnosis, la mancha parda, la pudrición de las flores o del cuello y la bacteriosis (Cruz et al, 2006).

La cosecha es de tipo manual, en la época cuando está parcialmente madura (para la exportación) y completamente madura para el consumo inmediato; el proceso de poscosecha son el transporte, recepción, pesado, selección, clasificación, empacado, almacenamiento y despacho. El peso del fruto debe de ser de aproximadamente 80 a 100gr/unidad.

Lo que también se quiere lograr con este trabajo de investigación es demostrar que todas las personas, teniendo buenas ideas y perspectivas, pueden lograr la superación personal y aportar de mejor manera al país, creando fuentes de empleo y de esta manera mejorar la calidad de vida del personal, con la creación de esta nueva línea de un producto agrícola exótico, enmarcándonos de esta forma en la nueva matriz productiva que impulsa el gobierno en apoyo a los emprendimientos de pequeñas, medianas y grandes empresas dentro del territorio ecuatoriano, a través del conocimiento y el talento humano para alcanzar el buen vivir.

1.3 Formulación del problema

¿Cómo lograr un plan financiero para la elaboración de mermelada que defina el análisis y los procedimientos para lograr una exitosa introducción de la Mermelada de Maracuyá en los mercados internos principalmente y externos más idóneos posteriormente?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Elaborar un plan financiero para la preparación de mermelada de maracuyá que permita una exitosa introducción del producto en los mercados nacionales e internacionales más atractivos que tengan una alta demanda del producto.

1.4.2 Objetivos Específicos

- ✓ Obtener información sobre la producción local de maracuyá, sus costos, procesos de producción, cuidados, normas de calidad, etc.
- ✓ Analizar la demanda nacional de maracuyá, sus principales ventajas, desventajas y competencia en las distintas regiones del país.
- ✓ Seleccionar los mercados potenciales más atractivos para la colocación del maracuyá, sistema de transporte, restricciones legales, comerciales y otros obstáculos al libre comercio que presentan las nuevas normas técnicas para los productos elaborados.
- ✓ Identificar los principales recursos y capacidades necesarios para producir la mermelada de maracuyá.
- ✓ Determinar los principales indicadores de rentabilidad que permitan evaluar la factibilidad de la producción de mermelada de maracuyá.
- ✓ Indicar el canal de distribución más idóneo para la producción de mermelada de maracuyá, que permita una correcta introducción del producto en los mercados meta.

1.5 Justificación

1.5.1 Factibilidad Política

El Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017, el Objetivo 3 señala: Mejorar la calidad de vida de la población.

El Programa de Gobierno apunta profundamente a transformar la matriz productiva, incentivando los emprendimientos que sean viables, que generen

valor agregado por la transformación de la materia prima en materia elaborada y que contribuyan a la generación de empleo y divisas.

Transformar la matriz productiva es uno de los retos más ambiciosos, que permitirá al Ecuador superar el actual modelo concentrador, excluyente y basado en recursos naturales, por un modelo democrático, incluyente y fundamentado en el conocimiento y las capacidades de los ecuatorianos. Los sectores priorizados así como las industrias estratégicas serán los que faciliten la articulación efectiva de la política pública y la materialización de esta transformación, así dentro del sector industrias tenemos como bienes prioritarios a los alimentos frescos y procesados.

1.5.2 Factibilidad Financiera

Se dispone de los recursos necesarios para desarrollar la investigación que garantice el diseño de un Plan Financiero para atender todos los requerimientos que implica la infraestructura, adquisición e instalación de los equipos necesarios para la preparación, envase, etiquetado y distribución de la mermelada de maracuyá.

El Maracuyá tiene una gran acogida en el mercado nacional e internacional, ya que es un producto rico en vitaminas y calorías, su principal cualidad es que se lo puede envasar con muy bajos niveles de preservantes y seguir manteniendo sus propiedades nutricionales sin que éstos sean artificiales.

El Maracuyá es una fruta exótica con bajos contenidos de grasas y colesterol también tiene un alto índice de vitaminas y calorías. La pulpa y zumo del maracuyá son ricos en calcio, hierro y fósforo, además de vitaminas A y C. Es recomendado para tratamientos dietéticos y comidas naturales en hospitales, debido a su alto contenido de vitaminas y calorías.

La mermelada se elabora a partir del procesamiento de la pulpa del maracuyá, tiene un elevado contenido de azúcares lo cual no requiere edulcorantes para la producción, la cáscara y semillas son ricas en pectina. Está empacado al vacío en cajas de diferentes tamaños de acuerdo al peso con una tapa de aluminio, viene en presentaciones de 300 g. hasta 1.000 g., debidamente etiquetadas con la información básica y valor nutricional. El embalaje incluye el uso de una funda plástica y de esponjas de polietileno en el fondo de la caja. El almacenaje para la mermelada se lo realiza en cuartos a temperatura ambiente la cual no debe ser mayor a 18°C.

El inicio de la operación de la empresa exige la aplicación de una serie de opciones y estrategias financieras muy especiales y simples:

- ✓ *Aplicar todos los días el concepto de flujo de caja*, es la herramienta financiera básica del empresario. Su uso permite prever dificultades y analizar la posibilidad de ciertas operaciones.
- ✓ *Buscar anticipos de clientes,* para mejorar la velocidad de los ingresos y financiar las compras de materias primas e insumos necesarios para la producción.
- ✓ *Buscar financiación de los proveedores,* tiene la gran ventaja de reducir las exigencias inmediatas de desembolso por la adquisición de materias primas e insumos.
- ✓ *Disminuir las cuentas por cobrar,* mejora los ingresos de efectivo, pero es necesario analizar los efectos que pueda tener en el volumen de ventas y, sobre todo, en los resultados generales de gestión.
- ✓ *Controlar la magnitud de las compras y de los inventarios,* reduce tanto los desembolsos como los dineros inutilizados, hay que estudiarla con cuidado dado los problemas de abastecimiento, incumplimiento de proveedores, efectos inflacionarios y de escalamiento. Lo ideal es poder trabajar con el sistema *justo a tiempo* para conseguir que cada día llegue lo que necesito.

- ✓ *Buscar la renegociación de sus créditos,* el desarrollo de períodos de gracia, la búsqueda de esquemas de crédito con pagos crecientes, el pago de interés vencido, etc., son todos mecanismos que dan holgura en los primeros períodos de vida de la empresa.
- ✓ *Minimización de costos fijos,* es vital durante toda la existencia de la empresa, pero es clave en su época de arranque, las políticas de contratación y subcontratación de servicios son básicas en este objetivo.
- ✓ *Estimar y controlar los costos variables,* el proceso de ajuste es fundamental, con el inicio de operaciones se pueden adquirir datos reales más confiables y hacer los ajustes requeridos. El control de costos es tan importante como el de producción y calidad.
- ✓ *Crecer pausadamente,* todo crecimiento debe ser estudiado con el flujo de caja.
- ✓ *Cumplir los compromisos,* hacer los esfuerzos necesarios para cumplir los periodos de pago, previniendo cuando no se van a poder concretar los compromisos y negociar fechas reales para diferir el pago, a efectos de cuidar la imagen, honorabilidad, seriedad y profesionalismo.
- ✓ *No hacer proyecciones financieras super optimistas,* las proyecciones financieras deben trabajarse con estimaciones lo más realistas posible, para entender las limitaciones y las ventajas que el proyecto presenta. El análisis de sensibilidad es muy útil para visualizar efectos.
- ✓ *Contratar especialistas por labor,* bajo la modalidad de contrato por servicios, por ejemplo para el abogado o contador y no a tiempo completo.
- ✓ *Usar representantes o agentes de venta,* es necesario utilizarlo con mucha cautela, porque si es una persona inadecuada, se corre el riesgo de que el proceso de introducción del producto en el mercado fracase.
- ✓ *Desarrollar mecanismos colectivos de compra,* reunirse con varios empresarios del mismo sector y coordinar las compras en conjunto, pues el volumen acumulado genera poder de negociación, tanto en precios y descuentos como en formas de pago.

Métodos de Análisis de la Inversión

Métodos Dinámicos o financieros:

- ✓ Valor Actual Neto (VAN)
- ✓ Tasa Interna de Retorno (TIR)
- ✓ Índice de Rentabilidad (IR)
- ✓ Pay-back descontado

Métodos Estáticos o no financieros:

- ✓ Flujo neto de caja
- ✓ Periodo de Recuperación del Proyecto
- ✓ Tasa de Rendimiento contable (TRC)
- ✓ Relación beneficio / costo (R B/C)

VAN

El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto o valor presente neto, cuyo acrónimo es VAN, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

La metodología consiste en descontar al momento actual (actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros o en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Dicha tasa de actualización (k) o de descuento (d) es el resultado del producto entre el coste medio ponderado de capital (CMPC) y la tasa de inflación del periodo. Cuando dicha equivalencia es

mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.

En las transacciones internacionales es necesario aplicar una tasa de inflación particular, tanto, para las entradas (cobros), como, para las de salidas de flujos (pagos). La condición que maximiza el margen de los flujos es que la economía exportadora posea un IPC inferior a la importadora, y viceversa.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^{n} \frac{V_t}{(1 + k)^t} - I_0$$

$$VAN = - I_0 + \frac{V_1}{(1+k)^1} + \frac{V_2}{(1+k)^2} + \ldots + \frac{V_n}{(1+k)^n}$$, donde

V representa los flujos de caja en cada periodo t.

I es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n es el número de períodos considerado.

k es el tipo de interés.

Cuando el VAN toma un valor igual a 0, k pasa a llamarse TIR (tasa interna de retorno). La TIR es la rentabilidad que nos está proporcionando el proyecto.

Valor	Significado	Decisión a tomar	
VAN>0	La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto puede aceptarse	
VAN<0	La inversión produciría pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto debería rechazarse	
VAN=0	La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas	Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida (r), la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.	

Puede considerarse también la interpretación del VAN, en función de la creación de valor para la empresa:

- Si el VAN de un proyecto es positivo, el proyecto crea valor.

- Si el VAN de un proyecto es negativo, el proyecto destruye valor.

- Si el VAN de un proyecto es cero, el proyecto no crea ni destruye valor.

TIR

O tasa interna de rentabilidad de una inversión es la media geométrica de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, es una herramienta de toma de decisiones de inversión utilizada para conocer la factibilidad de diferentes opciones de inversión. Es la tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero.

La TIR puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR mayor rentabilidad; se utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión, para ello, se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión. Si

la tasa de rendimiento del proyecto supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

La TIR es la tasa que iguala la suma del valor actual de los gastos con la suma del valor actual de los ingresos previstos, es decir es la tasa de interés para la cual los ingresos totales actualizados son iguales a los costos totales actualizados.

$$TIR = \sum_{T=0}^{n} \frac{F_n}{(1 + k)^n} = 0$$

Índice de Rentabilidad (IR)

Es un método de valoración de inversiones que mide el valor actualizado de los cobros generados, por cada unidad monetaria invertida en el proyecto de inversión. Analíticamente se calcula dividiendo el valor actualizado de los flujos de caja de la inversión por el desembolso inicial. Son realizables aquellas inversiones que tengan un valor superior a la unidad, si es menor a la unidad los cobros generados actualizados son inferiores a los pagos, por lo tanto se elige la inversión que tenga un índice de rentabilidad más elevado.

Para su determinación se emplea la siguiente expresión:

$$IR = \frac{\dfrac{\sum_{t=1}^{n} F_n}{(1 + k)^n}}{I_0}$$

k tipo de descuento

I_0 inversión inicial

F_n flujos netos de caja de cada periodo

Payback Descontado

Es un método de evaluación de inversiones dinámico, tiene en cuenta los efectos del paso del tiempo en el dinero.

Es un criterio más de liquidez, que equivale al plazo de recuperación simple o Payback, pero descontando los flujos de caja. Se trata de ir restando a la inversión inicial los flujos de caja descontados hasta que se recupera la inversión y ese año será el Payback Descontado.

$$I_0 = \sum_{t=1}^{P_d} \frac{F_t}{(1 + k)^t}$$

I_0 es la inversión inicial del proyecto

F_t es el valor de los flujos de caja

t tiempo en años

k la tasa de descuento

P_d el año que se recupera la inversión o Payback Descontado

Representa el tiempo que tarda en recuperarse la inversión, teniendo en cuenta el momento en el que se producen los flujos de caja. Se configura como un método adecuado para evaluar inversiones arriesgadas que permite completar el análisis realizado con criterios de rentabilidad (VAN o TIR). La forma más sencilla de calcularlo es a través de una hoja de cálculo.

Flujo Neto de Caja

Son los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado. Es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar:

- ✓ Problemas de liquidez. El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez, por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.
- ✓ Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del Valor Actual Neto y de la Tasa Interna de Retorno.
- ✓ Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica.

Los flujos de liquidez se pueden clasificar en:

1. Flujos de caja operacionales: efectivo recibido o expendido como resultado de las actividades económicas de base de la compañía.
2. Flujos de caja de inversión: efectivo recibido o expendido considerando los gastos en inversión de capital que beneficiarán el negocio a futuro. (Ej: la compra de maquinaria nueva, inversiones o adquisiciones.)
3. Flujos de caja de financiamiento: efectivo recibido o expendido como resultado de actividades financieras, tales como recepción o pago de préstamos, emisiones o recompra de acciones y/o pago de dividendos.

Ejemplo de cómo establecer el flujo de caja:

Flujo neto de caja

Descripción / años	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
A. Ingresos Operacionales						
Recuperación de ventas						
Depreciación						
B. Egresos Operacionales						
Costos de Producción						
Gastos de Ventas y Administrativos						
C. Flujo de caja Operacional (A-B)						
D. Ingresos no Operacionales						
Aportes de Capital						
E. Egresos no Operacionales						
Reparto de utilidades para accionistas						
Impuestos y Contribuciones						
Adquisición de activos fijos						
Adquisición de activos diferidos						
Capital de Operación						
Reparto de utilidades para trabajadores						
F. Flujo Operacional (D-E)						
G. Flujo Neto General (C+F)						
H. Saldo inicial de caja						
I. Saldo final de caja (G+H)						

Periodo de Recuperación del proyecto (PR)

Nos da el número de años o periodos en los cuales el monto de inversión inicial del proyecto será recuperado y mientras más rápido se recupere la inversión, será más favorable o llamativo para los inversionistas.

Para calcular el PR necesitamos previamente haber determinado la serie de los flujos futuros a valor actual neto descontados a una tasa de descuento.

Año	USD	VAN	VAN Acumulado
0	Inversión inicial		
1	Flujos		
2	Flujos		
3	Flujos		
4	Flujos		
5	Flujos		

Determinamos el año en el cual la inversión inicial se recupera en su totalidad, seleccionamos el VAN acumulado del periodo anterior al de recuperación total y determinamos la diferencia entre el periodo anterior al de recuperación y la inversión inicial. El valor resultado lo dividimos para el VAN del periodo en el cual se recupera la inversión en su totalidad, este resultado lo sumamos al número del periodo anterior al de recuperación total.

Tasa de Rendimiento Contable (TRC)

Es un criterio de selección de inversiones no financiero que se puede definir como cociente entre el beneficio medio anual que se espera que genere el proyecto después de impuestos y el importe de la inversión realizada, se escoge aquel cuya TRC sea mayo. La TRC no toma en consideración el valor del dinero en el tiempo.

$$TCR = \frac{\text{Beneficio } Bn}{\text{Inversión } I}$$

$$Bn = \frac{1}{2} \sum_{t=1}^{n} Bt \quad \text{donde}$$

n cantidad de períodos de que consta la inversión.

Bt beneficio que reporta la inversión en el período t.

Bn beneficio neto anual promedio.

I inversión.

Este indicador es similar al rendimiento sobre activos (ROA) o al rendimiento sobre el capital (ROE).

Relación beneficio / costo (R B/C)

Es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto (ingresos) entre el valor actualizado de los costos (egresos) a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable (tasa de actualización o tasa de evaluación).

Los ingresos actualizados son considerados las ventas, recuperaciones y todo tipo de entradas de dinero; y los egresos actualizados son considerados los costos de operación, inversiones, pagos de impuestos, depreciaciones, pagos de crédito, intereses, etc. de cada uno de los años del proyecto.

El cálculo es simple:

$$R\ B/C = \frac{\sum \text{beneficios actualizados}}{\sum \text{costos actualizados}}$$

De acuerdo a este criterio, la inversión en un proyecto productivo es aceptable o viable si el valor de la relación Beneficio / Costo es mayor o igual que 1, significa que la inversión inicial se recuperó satisfactoriamente después de haber sido evaluado a una tasa determinada, si es menor a 1 no presenta rentabilidad, si es mayor a 1 significa que además de recuperar la inversión y haber cubierto la tasa de rendimiento se obtuvo una ganancia o excedente después de cierto tiempo del proyecto. Por ejemplo si obtuvimos R B/C = 1,1 significa que por cada dólar invertido, dicho dólar fue recuperado y además se obtuvo una ganancia extra de $0,10.

1.5.3 Factibilidad Administrativa

La estructura organizativa estaría compuesta por un Gerente General, una Secretaria Ejecutiva, tres jefaturas: Administración y Finanzas, Producción y Marketing y Ventas. Personal asistente y auxiliar: Contador, Mensajero, Bodeguero, Operarios y un Vendedor, que es el personal de planta necesario de acuerdo a la concepción, diseño y ejecución del organigrama estructural, para el eficaz, eficiente y económico manejo administrativo.

Es recomendable controlar el funcionamiento de la línea de operación:

- ✓ Establecer mecanismos de planificación y control de la operación.
- ✓ Controlar el consumo de insumos, nivel de desperdicios, de defectuosos, de tasa de elaboración, de calidad y de costos.
- ✓ Ajustar los estimados sobre rendimiento de operarios, máquinas e insumos, de acuerdo con las realidades operativas, para evitar incumplimientos o cuellos de botella.
- ✓ Hacer un análisis permanente del proceso productivo, solicitar a los empleados el aporte de ideas para mejorar el funcionamiento del proceso.
- ✓ Evitar la acumulación innecesaria de inventario de productos en proceso, diseñando mecanismos que permitan reducir los inventarios a los menores niveles posibles.
- ✓ Supervisar que los operarios estén cumpliendo las normas de seguridad e higiene industrial necesarias para garantizar su bienestar.
- ✓ Mantener un estrecho contacto entre mercadeo y operación, para que la acción de desarrollo del producto/servicio tenga en consideración los deseos del cliente.
- ✓ Crear un fondo de capital o provisión para renovar equipos, por razones de deterioro, de ineficiencia económica, de calidad u obsolescencia.
- ✓ Informarse sobre nuevos equipos y tecnologías que van saliendo al mercado.

- ✓ Buscar que contabilidad mantenga informado de los costos de operación por producto/servicio, línea, división, etc., clasificados en fijos y variables, para buscar formas de solucionar las dificultades.
- ✓ Controlar los inventarios para lograr la mayor rotación posible, disminuyendo así el capital de trabajo y liberando áreas físicas para futuras expansiones.

Para el monitoreo permanente del mercado y el desarrollo del mismo hay que tomar en cuenta lo siguiente:

- ✓ El cliente siempre tiene la razón, hay necesidad de atenderlo muy bien, conocer cuáles son sus necesidades y deseos, y tratar de satisfacerlos para que no sólo se mantenga como cliente, sino que también sirva como promotor del producto y ayude a conseguir nuevos clientes, hay que sobrepasar las expectativas de los clientes y anticiparse a esas necesidades y deseos insatisfechos para poder renovar el portafolio de productos y servicios.
- ✓ Revisar en forma constante la ubicación en el mercado, las características del producto, las condiciones de los clientes y comparar con las de los competidores, para poder identificar donde están surgiendo ventajas o desventajas comparativas para la organización.
- ✓ Estar alerta y lograr prever cambios que puedan afectar a los clientes, a efectos de adecuarse tecnológica, económica, comercial o financieramente y reaccionar antes que la competencia, lo cual minimizará el tiempo de atraso para atender un cambio.
- ✓ Mantener el precio a un nivel razonable con el producto, los clientes, los costos y la competencia, un precio exagerado puede afectar el volumen de ventas.
- ✓ Conservar una actitud permanente de consecución de nuevos clientes: realizar visitas, investigar posibles nuevos usos para los productos, hacer publicidad dentro de las capacidades financieras, etc.

- ✓ Auditar la gestión de los vendedores o representantes de ventas, no sólo mirando los resultados sino adquiriendo información directa de los clientes y observando la conducta de ellos con respecto a los productos.
- ✓ Capacitar y actualizar a la fuerza de ventas para que brinden un servicio óptimo de calidad y calidez y puedan detectar la información de mercado.
- ✓ Efectuar promociones de venta diferentes de las de los competidores; que tengan los componentes que el segmento objetivo necesita, manteniendo una orientación permanente al mercado.
- ✓ Utilizar la publicidad para mantener y expandir el posicionamiento en el mercado, que refuerce la imagen de la organización.
- ✓ Estar alerta a productos complementarios o sustitutos y a otras oportunidades de empresa que se van a presentar como consecuencia de la gestión actual.

Hay que balancear el crecimiento con el capital de trabajo realmente disponible, muchas utilidades contables establecidas por causación, están en cuentas por cobrar o en inventarios y no tienen contribución real al flujo de caja. Se debe entender el concepto de punto de equilibrio contable, el nivel en el cual los ingresos causados equilibran los egresos causados, pero puede que no exista equilibrio de efectivo; el punto de equilibrio contable es realmente el punto de muerte, la meta gerencial tiene que estar por encima del nivel de acción requerido para cumplir los objetivos mínimos del proyecto, lo cual se denomina punto de equilibrio económico; el empresario debe revisar en forma cotidiana su posición financiera, estructura de costos, demandas de capital, rentabilidad, etc., el punto de equilibrio contable es estático y de corto plazo, mientras que la empresa es dinámica y de largo plazo. La rentabilidad es un objetivo a largo plazo, en el inicio es la supervivencia y la capacidad de crecimiento, ello se lo brinda la liquidez de la empresa. Debe tenerse cuidado con la razón de endeudamiento, pues un nuevo crédito en el inicio puede modificar esta razón en lo sustancial e incrementar la exposición de la empresa a cambios en el entorno, el tiempo de

aguante ante las dificultades es inversamente proporcional al índice de endeudamiento.

1.5.4 Beneficiarios Directos

Mercado objetivo: centros de entrega supermercados, bodegas, tiendas y a través de ellos todos los clientes que elijan este producto nutritivo, inigualable y de calidad por su composición y valores nutricionales.

1.5.5 Beneficiarios Indirectos

Los productores o proveedores de la fruta, intermediarios, transportistas, familias y la comunidad en general.

1.6 Interrogantes de Investigación

- ✓ ¿Cuenta el país con la producción necesaria de Maracuyá para satisfacer la demanda de los mercados nacionales e internacionales?
- ✓ ¿Cuál es la demanda nacional de maracuyá, sus principales ventajas, desventajas y competencias dentro de este mercado?
- ✓ ¿Cuál sería el nicho de mercado más atractivo y que barreras legales, comerciales o requisitos se tendrán que superar hasta llegar a su comercialización?
- ✓ ¿Cuenta la empresa con la infraestructura y la tecnología necesaria para someter al maracuyá a los procesos de transformación que nos permita obtener el producto deseado?
- ✓ ¿Es rentable la producción y comercialización de mermelada de maracuyá?
- ✓ ¿Cuál es el canal más idóneo para obtener la fruta (materia prima) y la posterior producción y comercialización de la mermelada de maracuyá?

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

El Ecuador goza de condiciones climáticas excepcionales, por sus microclimas, las que junto a la riqueza de su suelo, han permitido que el país se convierta en un productor de maracuyá de excelente calidad.

El aumento de la competencia en los mercados, ha provocado que las organizaciones desembolsen grandes cantidades en inversión para la realización de investigaciones de mercados, con el propósito de identificar las tendencias de consumo, para poder desarrollar proyectos de emprendimiento que les permitan introducir correctamente sus productos a los mercados objetivos.

Tenemos un largo camino por recorrer y mejorar, es el momento en que las empresas tienen que ser competitivas para avanzar al ritmo de la globalización; si quieren permanecer en el mercado las alternativas son: la planificación, el estudio, la innovación, la investigación y las estrategias de mercado; para ello es necesario identificar las ventajas competitivas que se posee, aprovechar en lo posible los beneficios de los acuerdos e incentivos gubernamentales, de esta forma disminuir los costos y estandarizar los procesos, con el fin de obtener productos de calidad que satisfagan las necesidades y expectativas de los consumidores finales.

Una actividad de esta naturaleza para que sea fuerte, rentable y en crecimiento, necesita básicamente del desarrollo de un adecuado plan financiero, una correcta gerencia empresarial, productos innovadores y de calidad, procesos de producción modernos, que cuente con los recursos y la tecnología necesaria, el uso de sistemas que acrediten la calidad, mediante el cumplimiento de las normas ISO, el esfuerzo por lograr un mejoramiento continuo del producto, que

englobe además el aprovechamiento de las ventajas locales y los beneficios que se puedan obtener de los mercados inexplotados.

El fruto maracuyá es una baya esférica u ovoide de hasta 10 cm de largo y 6 cm de diámetro, tiene el ápice y la base redondeada. El mesocarpio tiene color amarillo brillante, mide en promedio 1 mm de espesor, el endocarpio es de color blanco, en el interior de la fruta se encuentra la placenta que está formada por la pulpa, es ácida y sus semillas son de color castaño oscuro, siendo el mucílago que rodea a cada una de ellas de color amarillo, sabor ácido y aromático. Por lo general su fruto no es de consumo directo, se lo usa en forma de jugos, esencias, jarabes, mermeladas, helados, postres. En el campo medicinal, de su jugo se extrae una sustancia que tiene propiedades sedativas, las mismas que actúan como tranquilizantes. La planta de maracuyá se caracteriza por ser una enredadora semileñosa, perenne y trepadora de gran vigor vegetativo. El tallo es cilíndrico o ligeramente anguloso cuando joven y provisto de zarcillo. Las hojas son alternas trilobadas de base acorazonada y sus bordes finamente dentados. La flor es muy vistosa, de color blanco con rayas de color púrpura, las flores son hermafroditas y nacen solitarias en las axilas de las hojas. Su estructura particular hace que la llamen “pasionaria”. La apertura de las flores ocurre únicamente en las tardes, tiempo para ser polinizada. El tallo, las hojas y los zarcillos son de color verde con trazas rojizas o violetas. El pecíolo tiene dos nectarios o glándulas cortas cerca de la inserción de la lámina, las flores de 5 cm de diámetro tiene sépalos y pétalos amarillentos y la parte de la corona fina y amarillenta (Planta de maracuyá, http://www.proexant.org.ec/HT_Maracuy%C3%A1.html: [Citado el 27/11/2015]

La maracuyá, conocida también como fruta de la pasión, es un producto rico en vitaminas y calorías. Se utiliza comúnmente para la preparación de jugos, mermeladas, licores, y helados. Adicionalmente, esta fruta se ha convertido en un importante ingrediente para elaborar postres, cócteles y caramelos.

En el Ecuador existen aproximadamente 6 plantas procesadoras de concentrado de maracuyá, las mismas que están dotadas de alta tecnología para cumplir con las exigencias del mercado, especialmente externo. Su principal ventaja competitiva radica en ofrecer un producto a precios accesibles y con alto nivel de calidad.

Los cultivos comerciales pertenecen casi sin excepción a las variedades amarilla (*P. edulis* f. *flavicarpa*) y púrpura (*P. edulis* f. *edulis*). La primera crece y se desarrolla muy bien en zonas tropicales; requiere invariablemente más de 1000 mm anuales de lluvia y protección del viento y las heladas, es más rústica y vigorosa que el maracuyá púrpura, y produce cosechas más regulares; por su superior resistencia a los nematodos y otros parásitos, se utiliza a veces como pie para injertos de la variedad púrpura. La segunda está mejor adaptada a zonas templadas, por lo que puede cultivarse a mayor altura; sus requisitos de pluviosidad son similares a los de la variedad amarilla. La adopción de una u otra variedad está dada con frecuencia por las preferencias gastronómicas. El cultivo de maracuyá amarillo está más extendido en Sudamérica, Hawaii y Australia, mientras que en el África y la India las variedades púrpuras predominan.

2.2 Marco Legal

La investigación se basa legalmente en:

- ✓ **Constitución de la República del Ecuador**

TÍTULO II: DERECHOS. Capítulo segundo: Derechos del buen vivir. Sección primera: Agua y alimentación

Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente

producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.

- ✓ **Plan Nacional del Buen Vivir**

Hacia un nuevo modo de generación de riqueza y redistribución para el buen vivir, basado en el bien hacer como gestora del bienestar.

- ✓ **Constitución legal de una empresa**

Los pasos que se tienen que seguir para constituir legalmente una empresa en nuestro país son:

Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas y su posterior funcionamiento están sometidos a la Ley de Compañías, Ley de Registro, Código de Comercio y, subsidiariamente, al Código Civil.

Aprobación y reserva del nombre por parte de la Superintendencia de Compañías.

- ✓ Presentación ante la superintendencia de Compañías de la minuta de la escritura pública que contenga el contrato constitutivo, el estatuto social y la integración de capital.
- ✓ Depósito en una cuenta de integración de capital, abierta en un banco, del capital en numerario suscrito y pagado; y cuando se aporten bienes el avalúo de los mismos.
- ✓ Afiliación a la Cámara de la producción que corresponda según el objeto social;
- ✓ Otorgamiento de la escritura pública de constitución;

- ✓ Solicitud de aprobación de la constitución de la compañía con tres copias certificadas de la escritura respectiva;
- ✓ Aprobación, mediante resolución expedida por la Superintendencia;
- ✓ Protocolización de la resolución aprobada;
- ✓ Publicación en un diario local del extracto de la escritura y la razón de aprobación;
- ✓ Inscripción en el Registro Mercantil, en el registro de sociedades de la Superintendencia, en el Registro Único de Contribuyentes y obtención del número Patronal del IESS;
- ✓ Designación a los Administradores de la compañía por la Junta General;
- ✓ Inscripción en el Registro Mercantil de los nombramientos de los administradores con razón de la aceptación del cargo;
- ✓ Autorización de la Superintendencia para que los fondos de la cuenta de integración de capital sean retirados;

Solo a partir de la inscripción la compañía adquiere personería jurídica.

Número de accionistas

En todo contrato de compañías es necesario la comparecencia de dos o más personas, naturales o jurídicas. Pero para la subsistencia de una compañía anónima no se ha establecido un mínimo, por lo que podría existir con un sólo socio, sin que eso sea una causal de disolución.

No pueden invertir en la constitución de la compañía los dos cónyuges por sus propios derechos, por expresa prohibición legal, pero no hay problema en que los dos sean accionistas simultáneamente después de la fundación.

Aspectos Importantes del Estatuto Social

Nombre

Hay dos principios que rigen en cuanto al nombre o denominación de una compañía:

- ✓ Propiedad: El nombre es propiedad de una compañía y por tanto no puede ser adoptada por ninguna otra;
- ✓ Peculiaridad: El nombre no puede confundirse con el de una compañía preexistente.

El nombre de las compañías anónimas debe ser una denominación objetiva, es decir sugerir el objeto social, al nombre debe añadirse la indicación de "compañía anónima", "sociedad anónima", "compañía limitada" o las correspondientes siglas.

El nombre se compone de dos partes:

- ✓ Una alusiva a la actividad de la compañía, conformada por palabras comunes, por ejemplo: comercial, industrial, agrícola, constructora, etc.
- ✓ Una expresión peculiar, que puede ser un nombre propio, palabras inventadas o de fantasía, términos simples y compuestos no genéricos, combinación de sílabas o letras, siglas anagramas, fonemas, aunque sean vocablos extraños al quehacer de la empresa, pero siempre que permitan diferenciar el nombre de la compañía de otras. Se puede usar palabras extranjeras pero no todo el nombre puede estar en un idioma diferente al español.

Duración

No puede estipularse un plazo indefinido, pero si puede estipularse cualquier plazo: 1 año, 5 años, 10 años, 50 años, 100 años, etc.

La prórroga del plazo de duración de una compañía está sujeta a las mismas solemnidades que la constitución.

Objeto Social

La compañía anónima puede efectuar cualquier tipo de actividad que desee, pero para el efecto la ley prevé que las actividades deben expresarse en el estatuto de forma concreta.

El objeto social no puede ser contrario al orden público, las leyes y las buenas costumbres. También son prohibidas las compañías que tiendan a algún tipo de monopolio.

Domicilio

Debe expresarse claramente en el estatuto social cual es la ciudad del domicilio principal de la compañía, el mismo que debe estar en el territorio nacional.

Autorizaciones

Se requiere adicionalmente un informe previo en los siguientes casos:

- ✓ Del Consejo Nacional de Tránsito si se trata de compañías de transporte;
- ✓ Del ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad para compañías vinculadas con la actividad agroindustrial como la del presente trabajo.
- ✓ Del Ministerio de Turismo para las empresas relacionadas al área.

Reforma de Estatutos

Cualquier reforma de estatutos debe realizarse con las mismas formalidades y procedimientos establecidos por la Ley para la Constitución.

El Capital

El Capital de las sociedades anónimas se divide en acciones, las compañías limitadas se dividen en participaciones, tanto la cuantía del capital como el valor de las acciones o participaciones debe expresarse en dólares de los Estados Unidos de América.

Capital Autorizado

Es el monto hasta el cual la Junta General de la Compañía puede resolver la suscripción y emisión de acciones o participaciones.

No es obligatorio tener un capital autorizado, se lo puede establecer en la Constitución o en una Reforma Estatutaria Posterior.

El valor del capital autorizado no puede exceder de dos veces el importe del capital suscrito.

Capital Suscrito

Es el que se suscribe por los accionistas, constituyentes o participantes, al momento de la constitución.

Capital Pagado

Al momento de Constitución de la compañía y suscripción del capital debe pagarse por lo menos una cuarta parte del mismo.

Capital mínimo

El capital suscrito y pagado mínimos son los establecidos por resolución, de carácter general que expide la Superintendencia de Compañías, Actualmente el capital suscrito mínimo es de USD 800, del cual debe pagarse al menos la cuarta parte, es decir USD 200. El resto del capital debe pagarse en el plazo máximo de dos años contados desde la inscripción de la escritura pública en el Registro Mercantil.

Formas de realizar el pago del capital

- ✓ Aportaciones en dinero:
- ✓ Son las que se depositan en la cuenta de Integración de Capital. Los aportes posteriores en efectivo, serán entregados directamente a la compañía.

- ✓ Aportes en especie:
  Pueden ser bienes muebles e inmuebles de cualquier naturaleza, siempre que estén relacionados con el objeto social de la empresa. En la escritura pública debe constar muy bien identificado el bien que se aporta, el valor de mercado, la transferencia de dominio.

Solamente se entregan títulos de acciones o participaciones cuando éstos han sido completamente pagados y una vez que la constitución de la compañía haya sido aprobada por la Superintendencia de Compañías.

Permisos de funcionamiento otorgado por las autoridades locales

Previo al funcionamiento y con los papeles en regla se debe pedir el permiso de funcionamiento al Cuerpo Bomberos, a efectos de que inspeccionen todas las instalaciones, medidas de seguridad, equipos contra incendios como extintores, mangueras para agua de hidrante y tomas de acceso, hacha, ventilación apropiada, provisión de los servicios básicos, etc. Igualmente solicitar el permiso de funcionamiento al Municipio del cantón para que emita la patente respectiva o especie valorada que se estipula de acuerdo al tipo de negocio y una vez cumplido con las normas y estándares exigidos, como manejo de residuos, aguas servidas, manejo ambiental, responsabilidad social, instalaciones apropiadas, etc. Solicitar el registro sanitario del producto, mismo que quedaría en trámite hasta que se controle y tome muestras del producto y se evalúe lo indicado en la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) y el Instituto Nacional de Investigación en Salud Pública (INSPI), el cual se emite previo el cumplimiento de todas las condiciones higiénicas, control de calidad, valor nutricional de los ingredientes, manejo apropiado del área, para que no exista contaminación, etc.

- ✓ **Código del trabajo**

Adhesión y cumplimiento de los derechos y obligaciones que tienen que sujetarse tanto el empleador como los trabajadores, durante las relaciones laborales de dependencia en el ejercicio de las actividades y funciones propias de cada cargo, con un talento humano que genere un ambiente creativo, innovador y satisfactorio, bajo un desarrollo productivo y responsable socialmente.

- ✓ **Ley Orgánica de Seguridad Social**

Afiliación de todos los trabajadores al IESS y cumplimiento de pago, para el sector privado bajo relación de dependencia, de los aportes patronales (11,15%) y personales (9,45%), calculados sobre el salario de cada trabajador, a fin de que se encuentren al día con las conciliaciones de la seguridad social y puedan acceder a todas las prestaciones sociales que por derecho les corresponde.

- ✓ **Registro Sanitario**

De acuerdo al Registro Oficial Nº 896, expedido el 21 de febrero del 2013, ahora quien otorga el registro sanitario es la recién creada Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) y el Instituto Nacional de Investigación en Salud Pública (INSPI).

La ARCSA realizará el trámite correspondiente a través del sistema automatizado, y el procedimiento se realizará a través de la página web: www.controlsanitario.gob.ec.

- ✓ El usuario deberá obtener previamente la clave de acceso e ingresar la información solicitada de acuerdo al formulario dispuesto.

- ✓ Se deberá escanear e ingresar en el sistema del ARCSA todos los documentos adjuntos al formulario de solicitud. Estos documentos deben ingresarse con firma electrónica del representante legal del establecimiento.
- ✓ El sistema le notificará y autorizará el pago por servicios correspondientes a la revisión de dicha documentación.
- ✓ La ARCSA revisará que la documentación se encuentre completa y la información ingresada en la solicitud sea correcta en el término de siete días.
- ✓ Una vez que la documentación esté completa y correcta, se autorizará el pago del Registro Sanitario. El sistema automatizado notificará al usuario la cantidad a pagar inmediatamente.
- ✓ La ARCSA comprobará que se realizó el pago, generando la factura electrónica y enviará automáticamente la información de dicho pago al usuario para su impresión.
- ✓ La ARCSA procederá a analizar la documentación técnica y legal presentada.
- ✓ En el caso en que ninguno de los informes hayan contenido objeciones, se emitirá el Certificado de Registro Sanitario (CRS) en el término de cinco días.
- ✓ El CRS se publicará en el sistema y se lo dejará disponible para que el usuario, con su clave, pueda tener acceso al mismo, seleccionar e imprimirlo, el cual será oficializado con la firma electrónica de la autoridad de la institución emisora.

Cuando el usuario realice por primera vez el trámite, la ARCSA verificará electrónicamente la siguiente documentación: Cédula de ciudadanía, Registro Único de Contribuyentes, si el fabricante del producto es persona natural. Si es persona jurídica, documento que pruebe la constitución de la empresa y permiso anual de funcionamiento vigente.

El permiso de funcionamiento es el documento expedido por la autoridad de salud competente al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas y con buenas prácticas de manufactura según el tipo de establecimiento, de acuerdo a las disposiciones establecidas en la Legislación Sanitaria Ecuatoriana.

Buenas prácticas de manufactura (BPM)

Son los principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado y almacenamiento de alimentos y bebidas para consumo humano, con el objeto de garantizar que los alimentos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos inherentes a la producción. Para la obtención del Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura se debe cumplir con el Reglamento establecido (El emprendedor http://www.elemprendedor.ec/obtener-registro-sanitario-ecuador/ [Citado el 16/11/2015]

- ✓ **Normatividad Comercial**

Para el libre funcionamiento, es necesario que la empresa se constituya legalmente, sea ésta con personería natural o jurídica, entre otros requisitos tenemos:

Registro Único de Contribuyente (RUC)

Es el punto de partida para el proceso de la administración tributaria. El RUC constituye el número de identificación de todas las personas naturales y sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias A través del certificado del RUC (documento de inscripción), el contribuyente está en capacidad de conocer adecuadamente cuáles son sus obligaciones tributarias de forma que le facilite un cabal cumplimiento de las mismas. Las personas naturales o sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias, tienen dos obligaciones iniciales con el Servicio de Rentas Internas:

- ✓ Obtener el Registro Único de Contribuyentes, documento único que le califica para poder efectuar transacciones comerciales en forma legal. Los contribuyentes deben inscribirse en el RUC dentro de los treinta días hábiles siguientes a su inicio de actividades.
- ✓ Actualizar el RUC por cualquier cambio producido en los datos originales contenidos en éste. El contribuyente deberá realizar esta actualización dentro de los treinta días hábiles siguientes de ocurrido el hecho que produjo el cambio.

Todos los trámites relacionados con el Registro Único de Contribuyentes se realizan exclusivamente en las oficinas del Servicio de Rentas Internas.

Patente Municipal

El impuesto de patentes municipales se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial y opere en el Distrito Metropolitano de Quito (www.sri.gov.ec)

- ✓ **Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (LORTI)**

Declaraciones del impuesto a la renta global: impuesto al valor agregado, impuesto a la renta, impuesto a los consumos especiales, retenciones en la fuente de ingresos del trabajo con relación de dependencia o por cualquier otro tipo de ingresos, créditos tributarios.

2.3 Marco Teórico

- ✓ Investigación de mercados secundaria
- ✓ Matriz para la selección de ciudades a colocar el producto
- ✓ Cadena de abastecimiento
- ✓ Canales de distribución

- ✓ Precio de colocación

Constituida legalmente la nueva empresa y conseguidos los recursos financieros que requiere, el grupo empresarial inicia tres etapas que son decisivas:

1. Montaje, es la administración del proyecto, en la que se desarrolla una serie de gestiones administrativas: adquisición de maquinaria y equipo, negociación del local para la instalación, contratación y capacitación del personal, contactos con proveedores y clientes, construcción de edificaciones, montaje de equipos, diseño de procedimientos administrativos y legales, adquisición de materias primas, instalación de servicios, consecución de permisos, trámites de legalización ante el gobierno, etc.

2. Pruebas de arranque y de producción, es la operación de la empresa a través de la calibración de los procedimientos productivos y el acoplamiento de los operarios, facilitan la evaluación y modificación de las especificidades del producto y brindan la posibilidad de empezar los contactos con los clientes potenciales de la empresa. Estas dos primeras etapas son de permanente desembolso de recursos, por ello es necesario mantenerse dentro del presupuesto preestablecido, se debe controlar los desembolsos y del tiempo de ejecución: manejo del cronograma de actividades, auditoría e inventario de todos los aspectos del proceso.

3. Nacimiento y supervivencia, se da inicio a la producción, distribución y venta del producto y el ciclo de la empresa comienza a funcionar. También empieza el gran objetivo de sobrevivir, es fundamental un capital de trabajo y la puesta en marcha de las estrategias y tácticas del plan financiero de empresa para alcanzar las metas establecidas. La atención debe estar puesta en las acciones de posicionamiento, ventas, cobros, etc.

Las dificultades cruciales que las empresas dinámicas deben afrontar durante los primeros tres años de vida son: Conseguir clientes, contratar trabajadores calificados, financiar y administrar el flujo de caja; en menor escala están conseguir proveedores, obtener el equipo, adaptar los productos o servicios a las necesidades del cliente, conseguir información sobre el mercado, certificar normas de calidad, manejar u operar el emprendimiento, manejar las operaciones de la fábrica, relación con los grandes clientes y contratar gerentes.

2.4 Marco Conceptual

Los principales términos técnicos que utilizaremos en el transcurso del desarrollo de la investigación son los siguientes:

Maracuyá: Fruta Exótica del Ecuador, el Maracuyá es una fruta sin colesterol, con bajo contenido de grasa y alto nivel de calorías, vitaminas, hierro y algunos aminoácidos esenciales.

Calidad: La calidad está íntimamente ligada con el valor para los clientes y su satisfacción, según la American Society for Quality define la calidad como las características de un producto o servicio que afectan su capacidad para satisfacer las necesidades expresas o implícitas de los clientes.

Mercado: Lugar en el que se realizan los negocios de compraventa, alquiler o trueque de bienes, servicios, efectos o capitales.

Canastas de desgravación: Se denomina así a las distintas etapas de desgravación que tendrán los bienes industriales y agrícolas.

Certificado de Origen: Documento que tiene validez oficial. Acredita que las mercancías amparadas en éste, son originarias de un país determinado, lo que permite acogerse al tratamiento preferencial.

Comercio electrónico: Negocios que se realizan a través de la Internet.

Competitividad: Conjunto de ventajas como calidad, atención al cliente, investigación, precio, entre otras, que permite a una empresa diferenciarse de otras.

Consumidor: Todo agente económico que demanda bienes y servicios de consumo para satisfacer alguna necesidad específica.

Exportación: Salida de cualquier mercadería de un territorio aduanero.

Gravámenes: Se refiere no solo a temas comerciales o importaciones sino a cualquier tipo de derecho o imposición: fiscal, monetaria, cambiaria, etc. Implica un pago.

Incoterms: Son reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales fijados por la Cámara de Comercio Internacional.

Inversión: Todo activo o recurso tangible o intangible comprometido en un proyecto con la expectativa de ganancia y la asunción de riesgo económico.

Medidas sanitarias y fitosanitarias: Medidas que un estado adopta, mantiene o aplica para: proteger la vida o la salud animal o vegetal en su territorio de los riesgos provenientes de la introducción, radicación o propagación de una plaga o una enfermedad; de la presencia de un aditivo, contaminante, toxina, o un organismo causante de la enfermedad en un alimento, bebida o forraje, incluyendo el criterio relativo al producto final.

Normas de origen: Son el conjunto de normas y especificaciones con apego a las cuales habrá de calificar el origen (país) de las mercancías comercializadas internacionalmente.

Partida arancelaria: Unidades en que se divide la Nomenclatura del Sistema Armonizado. Consiste en la descripción detallada de un producto con el objeto

de hacer más fácil la identificación y procesamiento aduanero. Alcanza los 10 dígitos en su extensión total, pero puede también expresarse a partir de 4 dígitos, en capítulos, hasta alcanzar a la terminación total de dígitos.

Valor agregado: es el valor (generalmente porcentual) que se agrega a una mercancía en función de la transformación que ésta tenga, confiriéndole una individualidad caracterizada.

Acceso al mercado: Definición de normas comerciales de un país para facilitar o limitar el ingreso de bienes y servicios de otros países o grupo de países. El término se relaciona con políticas sobre aranceles, barreras no arancelarias y para-arancelarias (cuotas, prohibiciones, etc.) y en la práctica con: normas de origen, normas sanitarias y fitosanitarias, entre otras.

Arancel: Impuesto que se cobra a los productos que provienen de otros países.

Barreras no arancelarias: Aquellas medidas distintas al arancel de importación corriente, destinada a restringir o evitar el ingreso al mercado nacional de productos importados. Entre las principales medidas no arancelarias pueden señalarse: prohibiciones a la importación, cuotas discrecionales a la importación, precios mínimos de entrada, normas sanitarias y fitosanitarias, normas de origen o técnicas, entre otros.

Barreras arancelarias: Impuestos, cargas tributarias al ingreso de productos extranjeros.

2.5 Identificación de las variables

2.5.1 Variable Dependiente

Disponibilidad de la fruta, temporadas de la cosecha, precio de compra, productores e intermediarios, calidad de la fruta, capacidad instalada.

2.5.2 Variable Independiente

Nivel de producción, control de calidad del producto, sistemas de información, tecnología aplicada.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Métodos

3.1.1 Método Deductivo

En la investigación se apela al método deductivo para plantear supuestos coherentes entre sí, que se limitan a incorporar las características principales del producto, sigue con un procedimiento de deducción lógica, donde se demuestra que el producto (mermelada de maracuyá) cumple con todos los estándares de calidad y valor nutricional para una alimentación agradable y sana, en el enunciado de que pueden consumir toda la población humana, desde los niños hasta los adultos mayores, dado su carácter nutricional recomendado.

Es un método científico que considera que la conclusión se halla implícita dentro de las premisas, cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez, no hay forma de que la conclusión no sea verdadera. Se hace uso de una serie de herramientas e instrumentos que permitan conseguir los objetivos propuestos de llegar al punto o esclarecimiento requerido.

Es frecuente que se empleen resúmenes, síntesis o sinopsis. Pero la lista de procedimientos y herramientas va mucho más allá. Así, en ella se podrían utilizar mapas, gráficos, esquemas o demostraciones.

3.1.2 Método Inductivo

El proceso de investigación de un plan de elaboración de fruta incluye un análisis del marco teórico sobre la producción, comercialización y todos los

procesos para la transformación del maracuyá. Así como investigación de campo en haciendas productoras de Maracuyá.

La secuencia metodológica propuesta es la siguiente:

1. Observación y registro de los hechos
2. Observación
3. Análisis de lo observado
4. Establecimiento de definiciones claras de cada concepto obtenido
5. Clasificación de la información obtenida
6. Formulación de los enunciados universales inferidos del proceso de investigación que se ha realizado

El Método inductivo, como instrumento de trabajo, es un procedimiento en el que comenzando por los datos, se acaba llegando a la teoría, se asciende de lo particular a lo general.

3.1.3 Método Analítico

Es necesario conocer la naturaleza del producto y objeto que se estudia, para comprender su esencia, nos permite conocer más del producto objeto de investigación, con lo cual se puede explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas líneas de productos; a fin de descomponer el todo en sus partes constitutivas, para estudiar en forma intensiva cada uno de sus componentes, su naturaleza, así como las relaciones entre si y el producto en su conjunto, los sistemas, equipos, bases económicas, fuerzas productivas, relaciones sociales de producción y la superestructura: política, jurídica, religiosa, moral, etc.

También vamos a necesitar entrevistas a personas que conozcan los procesos en los que tendrían que incurrir nuestra mermelada, así como personas

que conozcan todos los trámites pertinentes para poder exportar el producto a mercados internacionales.

Esto nos ayudará a conocer todas las ventajas del Maracuyá, su mercado actual y si es viable una nueva propuesta de este producto en otra presentación.

3.1.4 Método Aleatorio Simple

Constituye una de las técnicas más populares de muestreo probabilístico, cada miembro de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado como sujeto. Una de las mejores cosas del muestreo aleatorio simple es la facilidad para armar la muestra. Otra característica clave es la representatividad de la población. Por eso es importante una selección aleatoria imparcial y una muestra representativa, con el objetivo de sacar conclusiones con relación a la población a partir de los resultados de una muestra. La lista de la población debe estar completa y actualizada, si no está disponible en poblaciones grandes, es más prudente utilizar otras técnicas de muestreo.

Tamaño de la muestra

Aplicando la fórmula de Tamaño de la Muestra para poblaciones finitas:

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

n = Tamaño de la muestra.

PQ = Varianza de la población con respecto a las principales características que van a representar.

N = Población

e = Error de Estimación.

Z = Valor de la curva normal del nivel de confianza.

3.2 Fuentes y técnicas de recopilación de información

3.2.1 Fuentes Primarias

“La investigación aplicada sirve para tomar acciones, establecer políticas y estrategias" (Naghi; 2005, p. 44).

La investigación aplicada pone su mayor atención a las posibilidades fácticas, para así llevar la teoría a la práctica y así resolver los problemas y cubrir las necesidades de la empresa en cuanto a la calidad de los recursos materiales y humanos.

“El experimento de campo es un estudio experimental en una situación real, en una o varias variables independientes, estarán sujetas a manipulación bajo estricto control de las otras variables de control. Esto es relativo hasta donde permita la relación del estudio” (Naghi; 2005, p. 94).

Por el lugar de trabajo esta investigación será de campo, ya que existe una relación directa con los proveedores de la fruta, el producto elaborado, los consumidores y la empresa, por lo tanto hay una aproximación integral al producto a estudiar al igual que existe una aproximación entre los productores agrícolas y los consumidores que son los que van a brindar la información necesaria. "Por lo general, cuando existe una situación para la toma de decisiones, el gerente se encuentra entre diferentes opciones de acción y usualmente cada una de esas opciones está asociada a cierta incertidumbre" (Naghi; 2005, p. 28).

La investigación descriptiva es una forma de estudio para saber quién, dónde, cuándo, cómo y porqué del sujeto de estudio. En otras palabras, la información obtenida en un estudio descriptivo, explica perfectamente a una organización, el consumidor, objetos, conceptos y cuentas. Por el alcance será descriptiva, ya que se centrará en recolectar datos y con estos realizar el análisis de riesgos

respectivo, se basará en hechos y análisis financiero que implica la inversión para la elaboración de mermelada de maracuyá de cualquier situación que se presente y facilite el objetivo.

3.2.2 Fuentes Secundarias

Los procesos de análisis cuantitativo ayudan a construir racionalmente los problemas, a determinar racionalmente las alternativas más idóneas y, sobre todo, a evaluar las opciones más relevantes, como la gestión de la producción, administración y finanzas.

- ✓ El enfoque matemático o cuantitativo en la administración constituye un desarrollo de la racionalidad aplicada a la toma de decisiones, la cual se asume guiada por la optimización de recursos.
- ✓ Por la necesidad que tiene el plan financiero de conocer el estado de conocimiento sobre el manejo de riesgos con enfoque a seguridad humana y la apertura de entregar información para el desarrollo de la misma.

3.3 Técnicas de Análisis

Se utilizará la estadística descriptiva, la representación de los datos e información, se realizará mediante diagramas de pastel, histogramas. Obtenidos los datos de los instrumentos que se decidió utilizar y se procederá a tabular los resultados utilizando tablas en las que se registra:

- ✓ La frecuencia para cada opción de respuesta a las preguntas y el porcentaje.
- ✓ Los resultados se expresan en forma cuantitativa, cualitativa y gráfica.

El emprendedor antes de tomar una decisión empresarial, investiga toda información que esté a su alcance sobre la oportunidad de negocio, estudia integralmente su factibilidad, define estrategias y evalúa si tiene el potencial esperado, esta definición de plan financiero de empresa trata de dar respuestas apropiadas a las cinco preguntas claves que todo empresario, inversionista, financista, proveedor, comprador, etc., desea conocer:

- ✓ ¿Qué es y en qué consiste la empresa?
- ✓ ¿Quién dirigirá la empresa?
- ✓ ¿Cuáles son las causas y razones de éxito?
- ✓ ¿Cuáles son los mecanismos y las estrategias que se van a utilizar para lograr las metas previstas?
- ✓ ¿Qué recursos se requieren para llevar a cabo la empresa y qué estrategias se van a usar para conseguirlos?

El plan financiero de empresa busca darle identidad y vida al negocio, enunciar claramente los propósitos, ideas, conceptos, operatividad, resultados, misión, visión y objetivos precisos; proyectarla al futuro, prever dificultades y posibles soluciones.

Debemos tomar en cuenta la siguiente advertencia, para evitar tres errores frecuentes en el desarrollo del plan financiero de empresa:

- ✓ Creer que todo producto tecnológicamente importante es mercadeable y puede dar origen a una empresa factible.
- ✓ Intentar vender más una tecnología que una oportunidad empresarial.
- ✓ No ubicar la relación entre el producto, el mercado y los recursos disponibles.

Razones de elaboración

Hay razones internas y externas que justifican la elaboración del plan financiero de empresa.

Razones internas más importantes:

- ✓ Permite conocer el entorno donde funcionaría la empresa.
- ✓ Permite atraer a las personas del equipo empresarial y ejecutivo.
- ✓ Permite evaluar el potencial de la oportunidad empresarial.
- ✓ Determina las variables críticas de la empresa.
- ✓ Determina variables que requieren control permanente.
- ✓ Permite identificar supuestos fatales para el éxito empresarial.
- ✓ Permite evaluar varios escenarios y estrategias de operación del proyecto.
- ✓ Establece un plan de acción para todas las áreas de la organización.
- ✓ Identifica falta de información sobre aspectos inherentes a la empresa.
- ✓ La posibilidad de explicar, justificar, proyectar y evaluar los supuestos base.
- ✓ Permite reducir los riesgos del proyecto.
- ✓ Establece un plan estratégico para la empresa y evaluar su desarrollo.
- ✓ Elabora el primer presupuesto como primera herramienta administrativa.
- ✓ Da posibles soluciones a potenciales dificultades que se puedan presentar.
- ✓ Permite conocer en detalle todas las facetas de la empresa.
- ✓ Evalúa el estado actual y futuro de la empresa y su entorno.
- ✓ Establece objetivos y metas de corto y largo plazo.
- ✓ Define los requerimientos de recursos de todo tipo y forma de conseguirlos
- ✓ Muestra la capacidad del empresario.
- ✓ Es una herramienta de comunicación sobre la empresa.
- ✓ Es un modelo de simulación para probar estrategias y escenarios.

Razones externas:

- ✓ Es una herramienta necesaria para la búsqueda y consecución de recursos.

- ✓ Ayuda a la consecución de proveedores y clientes.
- ✓ Permite conocer el entorno donde se desarrollará la empresa.

Debemos evitar tres errores en relación con las razones de ejecución del plan financiero:

- ✓ No saber por qué se hace ni para qué sirve.
- ✓ Hacerlo por cumplir un requisito.
- ✓ Pensar que es un documento académico destinado al archivo.

Bases conceptuales

El empresario debe lograr demostrar tres atributos básicos:

a. Que dispone de un excelente producto/servicio con suficientes clientes para adquirirlo.
b. Que cuenta con un excelente equipo empresarial y humano en lo técnico y administrativo.
c. Que tiene bien definidas las operaciones, recursos, resultados potenciales y estrategias.

El plan de empresa requiere coherencia, integración, profundidad, sinergia, validez y seriedad; implica acumulación de información, evaluación, toma de decisiones, análisis interrelacionados con retroalimentación permanente, flexibilidad, claridad mental, iniciativa para adaptar y modificar el esquema según las necesidades específicas de la empresa y su capacidad empresarial.

10 etapas de análisis del plan financiero de empresa

1. Análisis de mercado, analiza el entorno económico y comercial, determina la existencia real de clientes con pedido para los productos o servicios a producir,

la disposición a pagar el precio establecido, la determinación de la cantidad demandada, formas de pago, mecanismos de mercadeo y venta previstos, canales de distribución, ventajas y desventajas competitivas, etc.

2. Análisis técnico, define la posibilidad de lograr el producto o servicio deseado en la cantidad, calidad y costo requeridos. Identifica procesos productivos, proveedores de materias primas, equipos, tecnología, recursos humanos, suministros, sistemas de control, formas de operación, consumos unitarios de materiales, insumos y servicios, distribución de planta y equipos, requerimientos de capacitación del personal, etc.

3. Análisis administrativo, define el perfil del equipo empresarial y del personal, participación en la gestión y resultados, estructuras y estilos de dirección, mecanismos de control, políticas de administración de personal.

4. Análisis legal y social, establece la operatividad de la empresa, permisos, reglamentaciones, leyes, obligaciones, efectos sociales, tipo de sociedad, responsabilidades, para evitar incidencias negativas sobre la comunidad y el ambiente.

5. Análisis económico, determina las características económicas del proyecto, identifica las necesidades de inversión, ingresos, costos, gastos, margen de utilidad adecuado, punto de equilibrio contable y económico.

6. Análisis de valores personales, determina la adecuación de la posición personal del empresario en aspectos legales, éticos, morales y de gustos con la actividad en sí misma y condiciones operativas que la empresa exige.

7. Análisis financiero, determina las necesidades en monto y tiempo de recursos financieros, estrategias para conseguirlos, condiciones y posibilidades reales de acceso a las fuentes del recurso financiero.

8. Análisis de riesgos e intangibles, determina las variables básicas del proyecto en que se pueden presentar variaciones sustanciales, en relación con los pronósticos realizados para el éxito de la empresa.

9. Evaluación integral, determina los indicadores de factibilidad de la empresa, TIR (tasa interna de retorno), VAN (valor actual neto), periodo de pago descontado, balance del proyecto, puntos de equilibrio económico. Análisis de sensibilidad para determinar los cambios que se pueden dar en dichos indicadores por las variaciones que genera el análisis de riesgo.

10. Documento final, es la preparación y presentación adecuada de la información lograda en los nueve análisis.

Este cronograma debe tener en cuenta no solamente los grandes análisis y etapas del plan financiero de empresa, sino también las etapas propuestas del establecimiento y desarrollo de la empresa: sustentación y ajuste del plan de empresa, decisión de ejecución, consecución de recursos, montaje, arranque y gestión.

El plan financiero de empresa contempla:

- ✓ Una serie de etapas para la concepción y desarrollo de un proyecto.
- ✓ Un sistema de planeación para alcanzar las metas determinadas.
- ✓ Una recolección organizada de información para facilitar la toma de decisiones
- ✓ Una guía específica para canalizar eficientemente los recursos disponibles.
- ✓ Es una fuente de presentación ante posibles fuentes de financiamiento.
- ✓ Minimiza la incertidumbre natural de un proyecto y reduce el riesgo y probabilidad de errores.
- ✓ Permite obtener la información necesaria que garantice una toma de decisiones ágil, correcta y fundamentada.

- ✓ Facilita la determinación de la factibilidad mercadológica, técnica y económica del proyecto.

El plan financiero de empresa requiere analizar:

- ✓ El producto o servicio, descripción de su naturaleza.
- ✓ La competencia, fabricantes del mismo producto o productos sustitutos.
- ✓ El mercado, situación, precio, sistema de distribución, esquema de promoción y publicidad, plan de introducción y ventas, etc.
- ✓ El sistema de elaboración del producto o la prestación del servicio.
- ✓ El sistema de administración, la organización del equipo empresarial y del recurso humano.
- ✓ La situación financiera del proyecto, fuentes y formas de financiamiento.
- ✓ La planeación estratégica y operativa, el proceso de arranque, desarrollo y consolidación del proyecto.
- ✓ Los requisitos y aspectos legales para el establecimiento y funcionamiento del proyecto.

Por ello un sistema de planeación es fundamental para el éxito del proyecto, ya que anticipa los eventos en los que pueda estar inmersa la empresa en el futuro, se requiere de claridad para evitar ambigüedades o confusiones, conciso y entendible que contenga información precisa, veraz e informativa que permitan tener una imagen clara del proyecto, sus ventajas competitivas, áreas de oportunidad, factibilidad del proyecto y facilitar su implantación dentro de un desarrollo adecuado.

CAPÍTULO IV

INVESTIGACIÓN

4.1 Estudio de Mercado

El presente capítulo de la investigación tiene como objetivo recopilar información importante de los clientes y el mercado potencial enmarcado en Quito, Ecuador, lo que permitirá la introducción del producto en el mercado nacional e internacional, mediante las distribuidoras mayoristas y exportadoras.

4.2 Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Recopilar información necesaria que permita la correcta toma de decisiones para la creación de una empresa manufacturera en elaboración de mermeladas de maracuyá en Quito, enfocada al consumo nacional e internacional.

Objetivos Específicos

- ✓ Identificar el tamaño del mercado objetivo
- ✓ Obtener datos que posibiliten determinar gustos y preferencias
- ✓ Conocer la demanda futura promedio
- ✓ Identificar los competidores en el mercado
- ✓ Determinar el precio del producto
- ✓ Reconocer los posibles canales de distribución del servicio

4.3 Ventajas competitivas

- ✓ La pulpa, el zumo, las semillas, las flores y la infusión de las hojas del maracuyá tienen un efecto relajante, mucho más pronunciado en el caso de la infusión, que puede utilizarse como sedantes ligero o como calmante para dolores musculares o cefaleas; contiene varios alcaloides, entre ellos el harmano y el harmol.
- ✓ La mermelada de maracuyá tiene efectos antiespasmódicos; está recomendada también en caso de espasmos bronquiales o intestinales de origen nervioso, así como para los dolores menstruales. Posee un ligero efecto vasodilatador.
- ✓ La cocina contemporánea la aprecia mucho en ensaladas con hojas verdes, donde su sabor ligeramente ácido ofrece una combinación sorprendente para el almuerzo por sus componentes nutritivos.

Distingos competitivos

- ✓ El procesamiento, envasado y empaquetado es de alta calidad e higiene.
- ✓ Se hacen evaluaciones periódicas para determinar el gusto del cliente, hay dos especies relacionadas la incarnata que es menos dulce y la quadrangularis y la laurifolia, por el contrario, son excesivamente dulces.
- ✓ En el empaque consta la dirección de Internet, contactos, teléfonos, para cualquier sugerencia, queja o aclaración relacionado con el producto.

4.4 Diseño de la investigación

La presente investigación presenta dos diseños, un diseño cualitativo, evidenciado en entrevistas a grupos focales y otro cuantitativo mediante la

aplicación de encuestas, ambas enfocadas al mercado meta inicial, siendo éste la población en Quito.

4.4.1 Investigación cualitativa

Entrevistas a grupos focales

"Es un tipo de entrevista que se estructura para recolectar opiniones detalladas y conocimientos con referencia a algún tema particular vertidos por los participantes seleccionados" (Balcázar; 2005, p. 129). Se aplicará un cuestionario para tener criterios de este producto.

Metodología

Se aplicó el cuestionario a nueve grupos focales determinados en, tres del CC SUPERMAXI AEROPUERTO ubicado en avenida La Prensa y Tnte. Homero Salas, tres del MEGA SANTAMARÍA ubicado en avenida Diego Vásquez de Cepeda y Bella Vista y en tres del TIA localizado en Avenida 10 de Agosto y Santiago, formados por cinco personas cada uno, la duración de la aplicación del cuestionario osciló entre 10 y 15 minutos.

Resultados

Cuestionario aplicado a grupos focales seleccionados

1) ¿Según su criterio, cuáles son las ventajas de la fruta maracuyá?
2) ¿Considera necesario el consumo del maracuyá independientemente de su forma de presentación para el cliente?
3) ¿Conoce de presentaciones de este fruto en mermeladas?
4) ¿Existe una empresa que se distinga por la elaboración de mermeladas de maracuyá?

5) ¿Cree que el precio del producto, sabor, calidad o beneficios son determinantes para su selección entre otras mermeladas?
6) ¿Compraría usted mermelada de maracuyá producida en nuestro país?

Conclusiones del cuestionario:

- ✓ La fruta maracuyá es aceptada en la población por ser rica en vitaminas A y C, en calorías, baja en grasas y colesterol, ricas en calcio y hierro.
- ✓ Independientemente de su forma de presentación tiene gran aceptación por el público en general pues es recomendada en tratamientos dietéticos y comidas naturales en hospitales.
- ✓ Este fruto no es muy conocido por su empleo en mermeladas por lo que se muestra interés en esta forma de presentación por parte de los participantes de los grupos focales.
- ✓ Actualmente se desconoce si existe una empresa que se distinga por la elaboración de mermeladas de maracuyá.
- ✓ Las personas participantes de los grupos focales al seleccionar un producto consideran que los beneficios se encuentran en primer lugar la calidad, les sigue el valor nutricional y el sabor, referente al precio todos comentaron sobre lo importante de que este producto fuera accesible, proponiendo varias tipos de presentaciones en gramajes.
- ✓ La mermelada de maracuyá presenta gran aceptación en el mercado interno por los beneficios que representa para la salud en general.

4.4.2 Investigación cuantitativa

"Las técnicas cuantitativas se basan en métodos estadísticos de recogida de información, análisis y procedimientos de "hechos" observables; son técnicas extensivas" (Pujals; 2012, p. 27).

Metodología

El proceso de investigación mediante las encuestas se realizará con preguntas cerradas las que posteriormente serán tabuladas. Se efectuará en los centros seleccionados con anterioridad para los grupos focales, la muestra es tomada a partir de datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2010, sobre el número de habitantes de Quito, el cual asciende a 2.239.191.

Analizando demográficamente se divide por sexo la población de interés, determinando que del total, 1.150.380 son mujeres y 1. 088.811 son hombres.

Figura 1 División por sexo población Quito

Fuente: (INEC, 2010)

De manera más específica se puede apreciar que el promedio de personas por hogar en Quito, se encuentra en el rango de 3.78 promedio, lo que por aproximación serían 4 personas por hogar.

Tabla 1

Promedio de personas por hogar en Quito

Promedio de personas por hogar
3,78
Total

Fuente: (INEC, 2010)

En detalle se puede apreciar por rangos de edad la población de Quito según datos del censo 2010, de los cuales son interés de análisis los comprendidos entre 20 años y 65 años de edad por su capacidad de decisión y solvencia económica, quedando identificada la población en 1.277.292,00 habitantes de los que se determinará la muestra.

Tabla 2

Rango de edad población de Quito

RANGO DE EDAD	URBANO	RURAL	Total
Menor de 1 año	25255	10603	35858
De 1 a 4 años	116707	49172	165879
De 5 a 9 años	145809	62418	208227
De 10 a 14 años	143669	61914	205583
De 15 a 19 años	145212	59624	204836
De 20 a 24 años	156575	58450	215025
De 25 a 29 años	153789	55875	209664
De 30 a 34 años	132683	49665	182348
De 35 a 39 años	113534	44781	158315
De 40 a 44 años	97509	38203	135712
De 45 a 49 años	91284	35424	126708
De 50 a 54 años	74270	27408	101678
De 55 a 59 años	61454	22265	83719
De 60 a 64 años	46952	17171	64123
De 65 a 69 años	36232	13681	49913
De 70 a 74 años	25263	9540	34803
De 75 a 79 años	17755	6580	24335
De 80 a 84 años	12942	4680	17622
De 85 a 89 años	**6827**	**2503**	**9330**
De 90 a 94 años	2984	1104	4088
De 95 a 99 años	865	298	1163
De 100 años y más	164	98	262
Total	**1607734**	**631457**	**2239191**

Fuente: (INEC, 2010)

Determinación de la muestra

Tabla 3

Habitantes de Quito con edad entre 20 años y 65 años

Habitantes comprendidos entre 20 años y 65 años	2010
Quito	1.277.292,00

Fuente: (INEC, 2010)

Población

Habitantes comprendidos entre 20 años y 65 años de edad en el 2010 =1.277.292.

Muestra

Para determinar cuál será la muestra de estudio y que sea significativa es necesario utilizar la fórmula de muestra para población finita.

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población.

$\sigma =$ Desviación estándar de la población, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza que equivale a 1,96 (como más usual).

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador. Siendo la fórmula para calcular la muestra la siguiente:

Donde:

n =?

N = 1.277.292

$\sigma =$ 0,5.

Z = 1,96 (como más usual).

e = 0,05 valor que queda a criterio del encuestador

$$n = \frac{(1{,}96^2)*(0{,}5^2)*1.277.292}{(0{,}05^2)*(1.277.292-1) + (1{,}96^2)*(0{,}5^2)}$$

$$n = \frac{1.226.711{,}24}{3.194{,}19}$$

n= 384

De acuerdo a los datos, se procederá a trabajar con una muestra de 384 habitantes de Quito.

Resultados

Las encuestas aplicadas se realizaron de manera indistinta del género de habitantes de Quito, teniendo lugar en los centros comerciales seleccionados con anterioridad, diseñando un cuestionario con preguntas que examinan la muestra con la finalidad de inferir conclusiones sobre la población.

Encuesta

Atentamente le saludo, Sr(a), la presente tiene como motivo la aplicación de una encuesta de suma importancia en el desarrollo de una investigación, las respuestas obtenidas y las fuentes se mantendrán en carácter confidencial.

1) ¿Conociendo las propiedades del fruto maracuyá le gustaría su consumo en mermeladas?:

Sí ____ No____

(Si su respuesta es negativa le agradecemos su atención)

2) ¿Qué sabores preferiría?:

Semiácido_____ Dulce_____ Bien dulce_____ No muy dulce_____

3) ¿Con que frecuencia consume mermelada?:

Una por semana_____ Dos al mes_____ Mensualmente_____ Otras_____

4) ¿Qué características considera al comprar mermelada?:

Calidad_____ Precio_____ Salud_____ Variedad_____ Otras_____

5) ¿En qué lugar realiza la compra?:

Tienda del barrio____ Micromercados ____Supermercados ____ Otros_____

6) ¿En qué momento del día prefiere su consumo?

En el desayuno ____Entre comidas ____ Almuerzo ____Merienda ____

7) ¿Qué presentación es de su preferencia?

a) 200g____ 300g ____ 500g ____ 750g ____ 1000g ____
b) Sachet____ Frasco de vidrio____

8) ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una porción de 300g?

De $ 1,50 a $ 1,99 ____De $ 2,00 a $ 2,49 ____De $ 2,50 a $ 3,00 ____

9) ¿Cuál es su marca de mermelada favorita?

Gustadina____ Facundo____ Guayas____ Snob____ Arcor____Helios____

La Costeña____ Comercio Justo____ Otras____

Le agradecemos su participación.

Respuestas de las encuestas

Tabla 4

Preferencia de consumo

Criterio	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Si	258	67%
No	126	33%
Total	384	100%

Fuente: (Encuesta)

Figura 2 Preferencia de consumo

Fuente: (Encuesta)

Como se puede apreciar la mermelada de maracuyá tendrá buena aceptación en la población, pues un 67% ratifica que la consumiría, mientras solo un 33% no le es de su agrado.

Tabla 5

Sabores de preferencia

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Semiácido	56	15%
Dulce	72	19%
Bien dulce	41	11%
No muy dulce	215	56%
Total	384	100%

Fuente: (Encuesta)

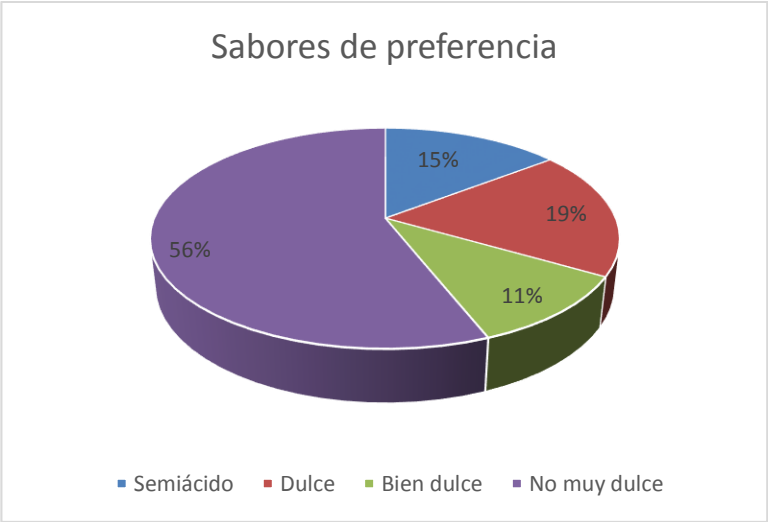

Figura 3 Sabores de preferencia

Fuente: (Encuesta)

La anterior pregunta permite apreciar en cuanto a los sabores que prefiere la población de Quito, sobresaliendo el no muy dulce con un 56%, seguido del dulce en un 19%, en tercer lugar el semiácido en un 15% y en cuarto lugar el bien dulce representado por un 11%.

Tabla 6

Características de preferencia

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	136	35%
Precio	93	24%
Salud	85	22%
Variedad	44	11%
Otras	26	7%
Total	384	100%

Fuente: (Encuesta)

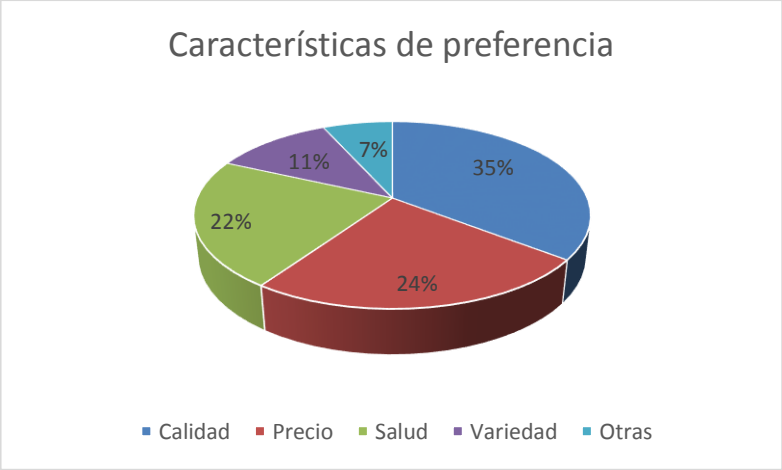

Figura 4 Características de preferencia

Fuente: (Encuesta)

Al indagar sobre las características de preferencia en el momento de seleccionar el producto, sobresale la calidad en primera elección con un 35%, le continúa el precio en un 24%, la salud es la tercera característica que tiene presente con un 22%, en cuarto lugar con un 11% se encuentra la variedad y en la última elección solo el 7% señalas otras características. Lo anterior permite determinar lo importante de la calidad del producto a ofertar, pero siempre manteniendo un precio asequible al público.

Tabla 7

Frecuencia de consumo

Criterio	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Una por semana	87	23%
Dos al mes	121	32%
Mensualmente	164	43%
Otras	12	3%
Total	384	100%

Fuente: (Encuesta)

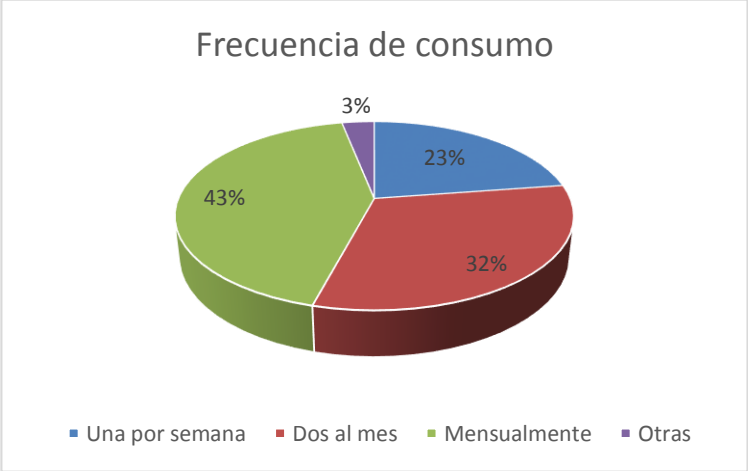

Figura 5 Frecuencia de consumo

Fuente: (Encuesta)

El consumo de mermelada por la población de Quito muestra que la mayoría representada por un 43% la adquirirían una vez al mes, le continúa los que la comprarían dos veces al mes con un 32%, la adquisición de una vez a la semana se encuentra representada por un 23% y otras frecuencias de adquisición está en un 3%.

Tabla 8

Lugar de compra

Criterio	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Tienda del barrio	77	20%
Micromercados	72	19%
Supermercados	197	51%
Otros	38	10%
Total	384	100%

Fuente: (Encuesta)

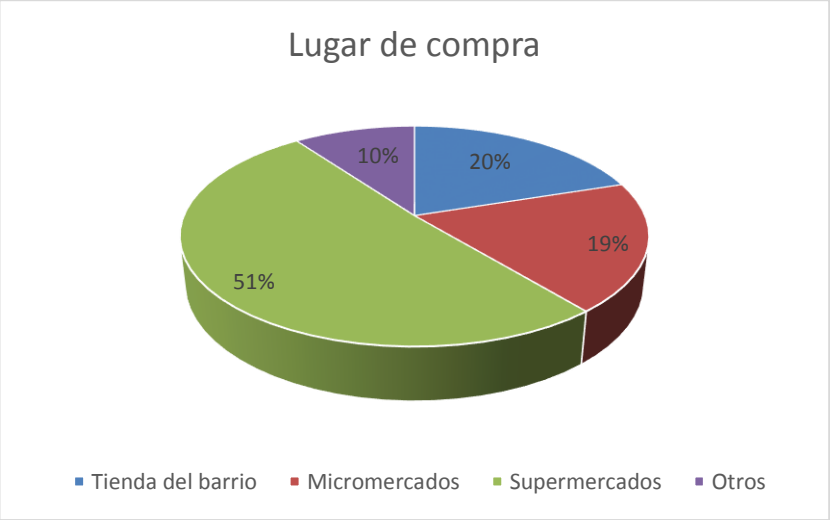

Figura 6 Lugar de compra

Fuente: (Encuesta)

Los encuestados manifiestan que la preferencia para realizar la compra de este producto es en los supermercados señalado por el 51%, le sigue la tienda del barrio en un 20%, los micromercados se encuentran en la tercera posición con un 19% y solo el 10% compra este producto en otros establecimientos. Se puede apreciar que los supermercados son los preferidos para adquirir este producto por los beneficios de descuentos, la higiene e idónea infraestructura en cuanto a comodidad y seguridad.

Tabla 9

Momento de consumo

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
En el desayuno	183	48%
Entre comidas	96	25%
Almuerzo	67	17%
Merienda	38	10%
Total	384	100%

Fuente: (Encuesta)

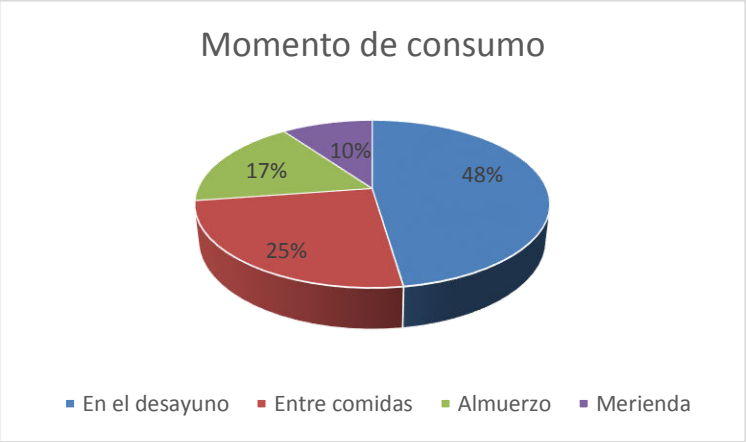

Figura 7 Momento de consumo

Fuente: (Encuesta)

Referente al momento de consumo de la mermelada, el 48% de los encuestados manifestaron preferir su consumo en los desayunos, por ser la hora del día donde se reúne toda la familia antes de comenzar el quehacer diario, el 25% la consume entre comidas, solo el 17% la prefiere en el almuerzo y en último lugar se encuentra las meriendas en un 10%.

Tabla 10

Presentación de preferencia, gramaje

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
200g	132	34%
300g	181	47%
500g	48	13%
1000g	23	6%
Total	384	100%

Fuente: (Encuesta)

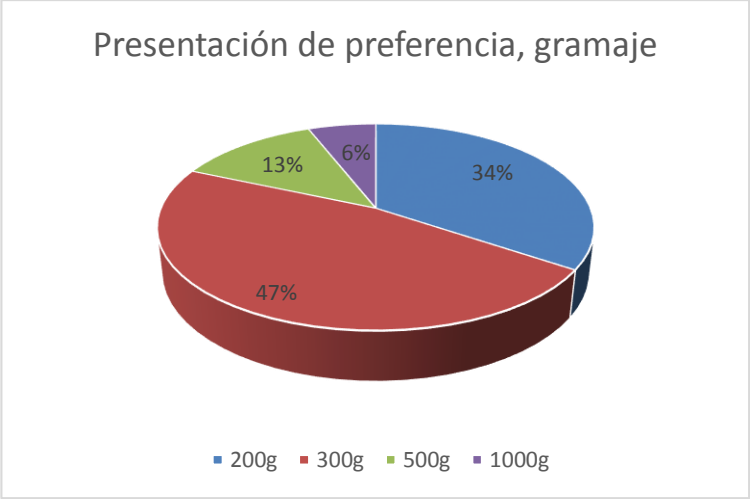

Figura 8 Presentación de preferencia, gramaje

Fuente: (Encuesta)

Tabla 11

Presentación de preferencia, recipiente

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Sachet	185	48%
Frasco de vidrio	199	52%
Total	384	100%

Fuente: (Encuesta)

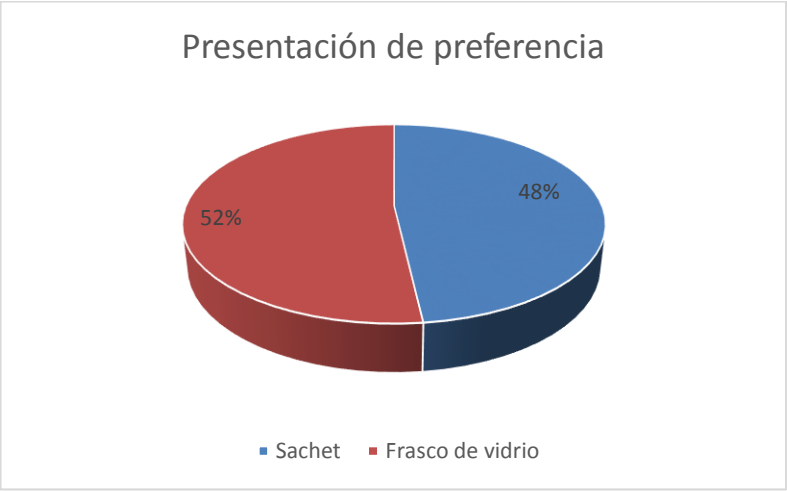

Figura 9 Presentación de preferencia, recipiente

Fuente: (Encuesta)

La presentación que va a ofertar el producto es de suma importancia para la presente investigación, pues esto posibilitará planificar correctamente los niveles de producción y los costos para su envase, en este caso se pudo apreciar que existe preferencias por las presentaciones de 300g manifestado por el 47% de los encuestas, muy seguido por la selección de 200g en un 34%, en tercer lugar se encuentra con un 13% los 500g y por último los que prefieren presentaciones de 1000g. Al determinar el recipiente donde ofertar este producto se aprecia que los frascos de vidrio son los preferidos, esto está determinado por lo llamativo de

su presentación determinado por un 52%, aunque existe poca diferencia respecto a los que seleccionan sachet en un 48%.

Tabla 12

Precio a pagar

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
De $1,50 a $1,99	216	56%
De$2,00 a $2,49	124	32%
De $2,50 a $3,00	44	11%
Total	384	100%

Fuente: (Encuesta)

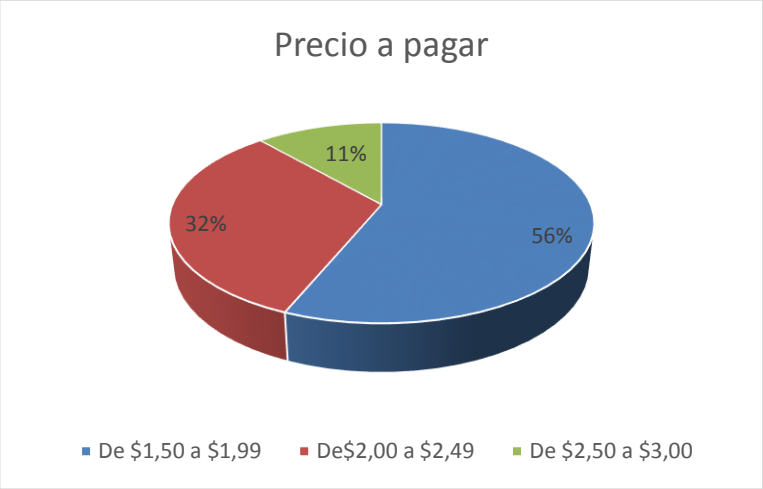

Figura 10 Precio a pagar

Fuente: (Encuesta)

El precio con el cual se pretende penetrar el mercado de mermeladas es muy importante pues facilitará captar la atención del público en general, es apreciable que el 56% prefiere un producto económicamente asequible que oscila entre $1.50 y $1.99 usd, lo cual se encuentra representado por el 56%, mientras el 32% se encuentra conforme con precios entre los $2.00 y $2.49 usd, solo el 11% está dispuesto a pagar por este producto valores entre los $2.50 y $3.00 usd.

Tabla 13

Marca preferida

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Gustadina	94	24%
Facundo	86	22%
Guayas	33	9%
Snob	49	13%
Arcor	23	6%
Helios	19	5%
La Costeña	37	10%
Comercio Justo	32	8%
Otras	11	3%
Total	384	100%

Fuente: (Encuesta)

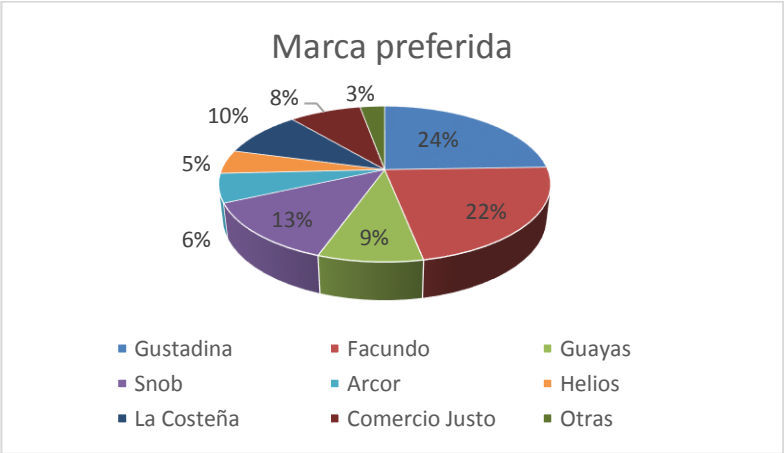

Figura 11 Marca preferida

Fuente: (Encuesta)

Se puede determinar que las marcas que sobresalen en la preferencia de la población se encuentran Gustadina con un 24% y Facundo con un 22%, éstas son de interés para la presente investigación pues facilitará apreciar las

características que las difieren de las restantes, para ser tomadas como referencia.

4.5 Mercado relevante y cliente potencial

Mercado Objetivo

El mercado objetivo para esta nueva empresa, son los pobladores quiteños, cuantificados según el INEC 2010.

Segmentación de Mercado

- ✓ **Segmentación geográfica**

En el 2010, la población de Quito era de 2.239.191 habitantes. Es una ciudad donde migran miles de personas de todas las provincias, específicamente de la Sierra, en búsqueda de empleo para alcanzar un mejor nivel socio-económico lo que permite visualizar un mercado potencial en crecimiento.

- ✓ **Segmentación demográfica**

Edad: Personas entre 20 años y 65 años de edad

Género: Masculino y femenino

Población: Quiteños

- ✓ **Segmentación psicográfica**

Estrato social: Indistinto

Estilo de vida: Gusta de productos beneficiosos para la salud y con precio asequible.

4.6 Tamaño de Mercado

Demanda

Teniendo presente la segmentación, las características geográficas, demográficas y psicográficas ya relacionadas, se pretende abarcar el mercado en un 5% por ser un empresa de nueva creación y por lo tanto no reconocida, teniendo presente que el 67% de la muestra acepta este nuevo producto lo que se direcciona a 1.277.292 habitantes comprendidos entre 20 años y 65 años de edad, por su capacidad de decisión y solvencia económica, se tendrá presente para dividir entre el promedio de personas por hogar de 3.78 y determinar las familias.

Población: 1.277.922

Personas por hogar: 3.78 = 338.075

Porcentaje aceptación según muestra: 67% = 226.510

Porcentaje a cubrir: 5% = 11.325

Demanda potencial

Tabla 14

Determinación de la demanda potencial

Criterio	Porcentaje	Frecuencia mensual	Total
Población a ingresar con el producto			**11.325**
Una por semana	23%	4	10.419,46
Dos al mes	33%	2	7.474,83
Mensualmente	44%	1	4.983,22
Total al mes			**34.203**
Total al año			**410.436**

Fuente: (Investigación)

Como se aprecia para satisfacer la demanda de mermelada de maracuyá la empresa debe producir 410.436 unidades al año.

4.7 Plan promocional

Con el objetivo de captar la atención del consumidor, el plan promocional se dirigirá a la población en general ya determinada por sus gustos y preferencias. La publicidad con la cual se dará a conocer este nuevo producto tendrá presente las características principales del mismo, lo cual lo diferencia de las demás mermeladas en el mercado. Los aspectos que se mostrarán estarán relacionados con los beneficios para la salud, precio, calidad y aspectos nutricionales.

4.7.1 Objetivos Publicitarios

Dentro de los objetivos que se persigue con la publicidad de este producto se encuentran los relacionados a introducir este nuevo producto, por lo que se informará a los consumidores de sus características distintivas:

- ✓ Revelar el nuevo producto a los usuarios interesados en alimentos beneficiosos para la salud por sus características nutricionales.
- ✓ Comunicar los beneficios de manera general del producto.
- ✓ Fomentar una imagen llamativa de la empresa y el producto.

El producto se difundirá vía electrónica, mediante la creación de una página web, así como el empleo de volantes y trípticos los que se distribuirán de manera personalizada, otros medios publicitarios como la prensa y radio serán considerados en esta etapa inicial de penetración del mercado.

4.7.2 Elementos de la Marca

Los elementos que componen una marca posibilitan obtener una buena reputación y lograr la diferenciación que se pretende, gestionar una marca incrementa el valor y aceptación del producto, captando el interés del consumidor y ventajas sobre la competencia.

Marca del producto:

"Maracuyá la deli-mermelada**"**

Logotipo

El logotipo será el símbolo conformado por imágenes o letras el cual identifica al producto de los demás existentes en el mercado. El logotipo a utilizarse será:

Figura 12 Logotipo de la marca

Slogan

El slogan del producto impactará con elementos importantes la atención de los consumidores, como su sabor característico y su consumo habitual.

“Maracuyá la deli-mermelada, el sabor exótico que deleita tu gusto”

4.7.3 Política de precios

Ventas

Las ventas garantizarán el financiamiento de las actividades de la empresa. La expectativa que tienen los accionistas es que la utilidad neta sea de un 30%, que el período de recuperación de la inversión sea máximo tres años con un costo de oportunidad mayor que la tasa de interés bancaria actual.

Precio del producto

El precio es un elemento importante a considerar, pues existen percepciones por parte de los usuarios sobre la relación del precio con la calidad del producto asumiendo que un mayor precio es sinónimo de mayor calidad.

Precio relacionado a la competencia

Un aspecto importante en la determinación del precio, es evaluar la competencia, con la finalidad de ingresar al mercado con un promedio tentador para el público, este valor puede ir en un leve incremento a partir de lograr el reconocimiento en el mercado. La investigación de campo facilitó apreciar los precios que oscilan en el mercado de las mermeladas, tomando de referencia los dos principales competidores identificados en la encuesta.

Tabla 15

Determinación del precio a partir de la competencia

Marca	Precio
Gustadina	1,79
Facundo	1,49
Precio promedio	**1,64**

Fuente: (Investigación)

Es de señalar que este precio es referenciado del producto ofertado en frascos de vidrio de 300 g, pues fueron los preferidos por el público encuestado, quedando determinado que el precio y la presentación con que la empresa lanzará a este nuevo producto al mercado será en frascos de vidrio de 300g con un valor de $1.69 USD.

4.8 Conclusiones del estudio de mercado

El estudio de mercado posibilitó obtener elementos importantes para la investigación, arrojando las siguientes conclusiones:

- ✓ Existe conocimiento de los beneficios que tiene para la salud el consumo de la fruta maracuyá, por lo que se muestra aceptación por parte del público independientemente de su forma de presentación.
- ✓ Es un fruto poco conocido por su empleo en mermeladas, mostrándose interés en adquirir esta forma de presentación en el mercado.
- ✓ A pesar de existir marcas reconocidas en la elaboración de mermeladas no existe conocimiento sobre empresas que se dediquen a la elaboración de mermeladas de maracuyá.

- ✓ El público en general evidenció que la calidad, el precio y los beneficios para la salud son elementos determinantes en la selección de un producto.
- ✓ Las mermeladas tienen mucha aceptación en la población pues es consumida frecuentemente, sobre todo en los desayunos.
- ✓ Este producto se prefiere en presentaciones de 300 gramos y en frascos de vidrio.
- ✓ Entre las marcas reconocidas por la elaboración de mermeladas se encuentra Gustadina y Facundo, siendo referencia en la determinación del precio promedio con el cual se introducirá este nuevo producto al mercado.
- ✓ Este estudio permitió determinar la demanda mensual y anual del producto en su fase inicial de penetrar el mercado y captar la atención de los consumidores.
- ✓ Al ser una nueva empresa que producirá un producto novedoso y poco conocido en la presentación de mermeladas, con el objetivo de penetrar el mercado, la publicidad será de tipo informativa, para de esta manera captar la atención por aquellas características distintivas que resaltan este producto.
- ✓ Como conclusión final, el producto en sentido general tendrá aceptación por parte del público, por lo que es recomendable poner en práctica la creación de una empresa dedicada a la elaboración de mermelada de maracuyá, evidenciado su rentabilidad mediante un estudio financiero que evidencie los indicadores determinantes de la factibilidad y viabilidad del proyecto.

CAPÍTULO V

PROPUESTA DEL CONTENIDO DEL PROYECTO DE FACTIBILIDAD

5.1 Estudio técnico

Mediante el estudio técnico se presentarán las características de la planta, la localización y el análisis organizativo para la puesta en marcha del proyecto de creación de una empresa para la elaboración de mermelada de maracuyá.

Características de la planta

Las dimensiones requeridas para las instalaciones de la empresa ocuparán un área de 320 m^2, ésta constará de la planta de producción, la bodega, las oficinas, un almacén para ventas y el parqueadero.

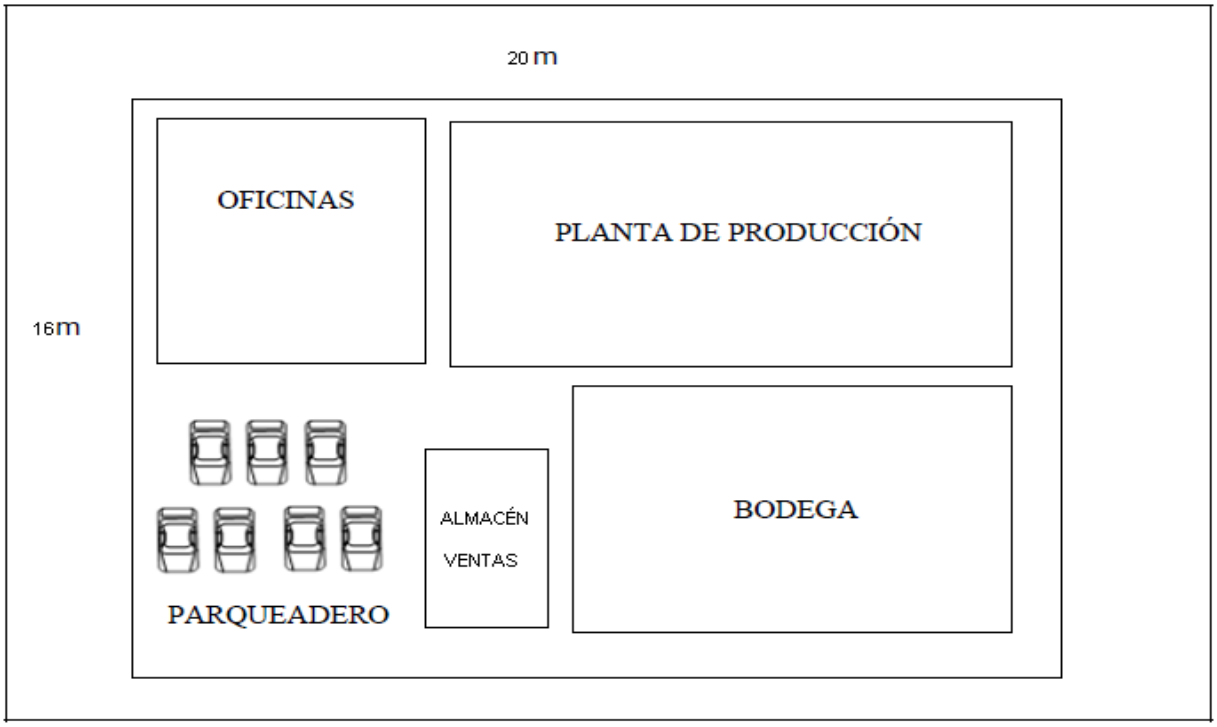

Figura 13 Esquema de la planta

Ubicación geográfica

La ubicación de este negocio está determinada principalmente por criterios económicos, estratégicos e institucionales, se tuvo presente la parroquia Tababela por ser un sector en crecimiento industrial, poseer un terreno de 2.000 m^2 en el sector, tener vías de fácil acceso y encontrarse cerca de zonas poblacionales como Quito y parroquias aledañas, además de valorar la cercanía al Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre en beneficio de la comercialización de la producción.

Figura 14 Localización geográfica

Diseño del proceso productivo

En la empresa el proceso productivo se caracteriza por:

Producción de la mermelada de maracuyá

Proceso de elaboración de la mermelada a partir de la fruta de maracuyá, el cual se detalla a continuación:

Escaldado de la fruta

El fruto es sometido a un breve calentamiento, seguido de su enfriado, lo cual posibilita el aumento de su rendimiento y de la pectina que posee, ablandándole y facilitando la penetración del edulcorante.

Despulpado de la fruta

El fruto es pasado por la máquina despulpadora, extrayendo el zumo que es ingresado a la marmita donde se le adiciona un 80% del edulcorante, adicionándole seguidamente el jarabe.

Preparación del Jarabe

Se elabora a partir de una solución acuosa que incluye ácido cítrico y el 20% del edulcorante que le faltaba.

Mezclado

Se realiza cuando el zumo en la marmita alcanza los 65º Brix, mezclando la solución acuosa a la preparación mediante un movimiento suave y uniforme hasta obtener una mezcla homogénea.

Cocción

Mediante la cocción se busca una concentración adecuada del compuesto, lográndose a partir de la evaporación del agua contenida en la fruta.

Esterilización

En esta operación se introducen los frascos de vidrio en agua a la temperatura de 100º Celsius.

Enfrascado

Se agrega en los frascos correspondientes el contenido de la mermelada aún caliente para que al colocarle la tapa se produzca un vacío dentro del frasco, que permite una mayor duración de la conserva, verificando su hermeticidad y dejándole enfriar.

Etiquetado

Colocación de la etiqueta en los frascos la cual contiene el nombre del producto, el logo, la marca e ingredientes, entre otras informaciones de relevancia.

Empaquetado

Los frascos de 300g son colocados en cajas de cartón las cuales contendrán 40 unidades del producto mermelada de maracuyá, para su posterior traslado a bodega.

Figura 15 Flujograma del proceso productivo

5.2 Estudio administrativo

Determinación del tipo de Organización

Cuando se pretende constituir legalmente una empresa para que pueda desarrollar la actividad que pretende, debe tener presente varios aspectos, tales como:

- ✓ El número de socios que desean iniciar el negocio.
- ✓ La cuantía del capital social (aportaciones por socio).
- ✓ Las responsabilidades que se adquieren frente a terceros.
- ✓ Los gastos de constitución de la empresa.
- ✓ Los trámites a realizar para implantarla legalmente.
- ✓ Las obligaciones fiscales que se deberán afrontar.
- ✓ Las diferentes obligaciones laborales que se adquieren.

Bajo el análisis de lo anteriormente expuesto, la empresa a constituir tendrá por nombre FRUTAS EXÓTICAS CÍA. LTDA., como sus siglas muestran será una compañía de responsabilidad limitada determinado por el número de socios y el capital aportado, amparada por la Ley de Compañías en su artículo dos y específicamente por la sección cuatro a partir del artículo noventa y dos (Comisión de Legislación y Codificación, 1999) .

Tabla 16

Participación y aportes

SOCIOS	APORTE
Ludgerio Fileto Bonilla Carrera	55%
Cruz Benigna Sánchez Juárez	25%
Narcisa Andrea Cuenca Sánchez	20%

Para su creación y funcionamiento se rige bajo la observancia de normas y regulaciones legales específicas, tales como:

- ✓ Elaboración con abogado de los nombramientos y la escritura de constitución
- ✓ Registrar la escritura de constitución y los nombramientos en una notaria
- ✓ Registro de la empresa en el Registro Mercantil
- ✓ Sacar el RUC correspondiente en el Servicio de Rentas Internas SRI
- ✓ Registrar en la Superintendencia de Compañías
- ✓ Solicitud de aprobación de la Razón Social en la Secretaria General de la Superintendencia de Compañías con tres copias certificadas de la escritura de constitución, adjuntando la solicitud suscrita por el abogado para pedir la aprobación del contrato constitutivo.
- ✓ Permiso Sanitario de Funcionamiento
- ✓ Permiso de funcionamiento emitido por el Cuerpo de Bomberos

Estructura organizacional

La estructura organizacional muestra las tres áreas de trabajo que conforman la empresa, desde éstas se emitirán periódicamente informes sobre el funcionamiento de cada área, los que serán presentados a la Junta General de Accionistas para su valoración y correspondiente toma de decisiones.

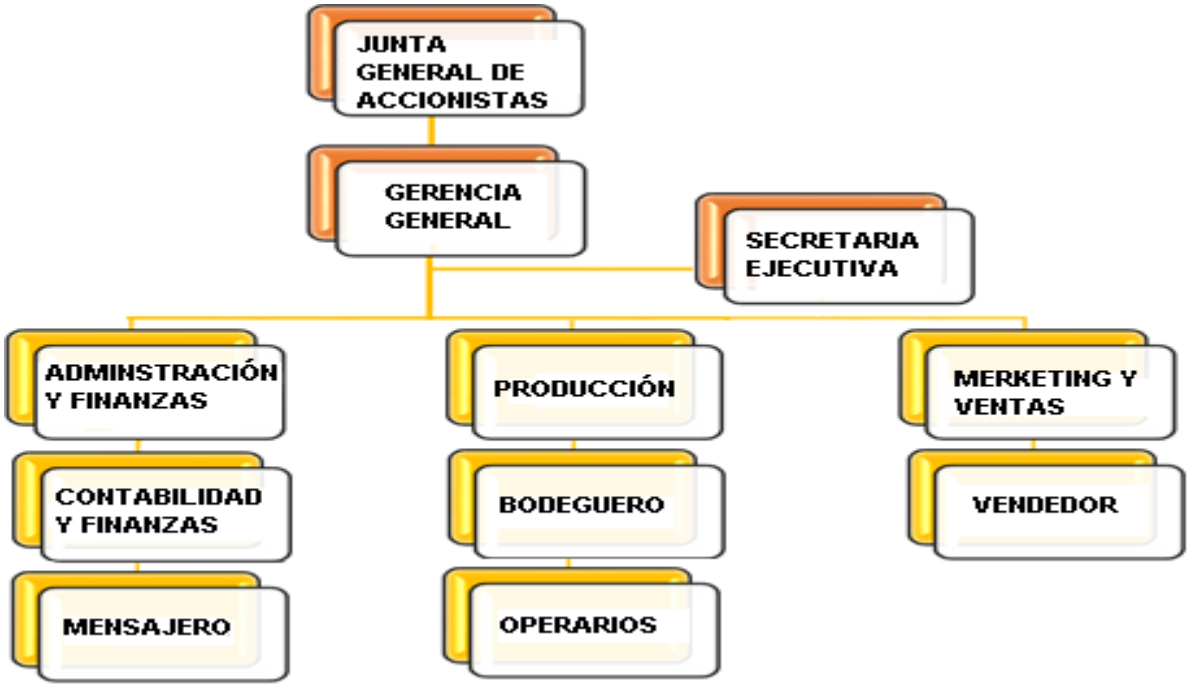

Figura 16 Estructura organizacional

5.3 Estudio y evaluación financiera

El estudio financiero permite la toma de decisiones administrativas y financieras adecuadas para la aceptación o no del proyecto, a través de la emisión, análisis e interpretación oportuna de la información financiera, el período de evaluación del proyecto comprende cinco años a partir del año de inversión de la empresa FRUTAS EXÓTICAS CÍA. LTDA.

Inversión

La inversión total en el presente proyecto asciende a $291.062,06 usd, los valores mostrados comprenden la adquisición de activos fijos, diferidos y capital

de trabajo, así como el porcentaje de participación del total, el detalle de los elementos que la conforman se muestra posteriormente.

Tabla 17

Inversión

Descripción	Valor	Porcentaje
Activos Fijos	72.490,00	25%
Activos diferidos	2.100,00	1%
Capital de trabajo	216.472,06	74%
Total	**291.062,06**	**100%**

Activos fijos

Los activos fijos para el inicio de las operaciones de la empresa, se encuentran conformados por muebles y enseres, equipos de oficina, equipos de computación, muebles, maquinarias y equipos, vehículo y las instalaciones donde funcionará la planta con sus respectivas oficinas y bodegas, necesarios para el desarrollo de todas las operaciones del negocio.

Tabla 18

Activos fijos

Descripción	Valor
Activos Fijos	
Muebles y enseres	3.700,00
Equipos de oficina	790,00
Equipos de Computación	3.600,00
Maquinaria y equipos	3.400,00
Instalaciones	45.000,00
Vehículo	16.000,00
Total	**72.490,00**

Seguidamente se desglosa la conformación:

Tabla 19

Equipos de computación

Equipos computación			
Ítem	**Cant.**	**Valor unitario**	**Valor total**
Computadoras	6	525	3.150,00
Impresoras	3	150	450,00
Total			**3.600,00**

Tabla 20

Equipos de oficina

Equipos oficina			
Ítem	**Cant.**	**Valor unitario**	**Valor total**
Teléfonos	3	35,00	105,00
Sistema de alarmas	1	450,00	450,00
Grabadora	1	45,00	45,00
Escáner	1	190,00	190,00
Total			**790,00**

Tabla 21

Maquinaria y equipos

Maquinarias y equipos			
Ítem	**Cant.**	**Valor unitario**	**Valor total**
Lavadora-desinfectadora de frutas	1	160,00	160,00
Despulpadora	1	850,00	850,00
Cocina industrial	1	200,00	200,00
Balanza Digital 20Kg	2	65,00	130,00
Balanza Digital 100Kg	1	230,00	230,00
Enfrascadora	1	180,00	180,00
Marmita	1	1.250,00	1.250,00
Esterilizadora	1	400,00	400,00
Total			**3.400,00**

Tabla 22

Muebles y enseres

Muebles y enseres			
ítem	**Cant.**	**Valor unitario**	**Valor total**
Escritorio	6	260,00	1.560,00
Credensa	2	165,00	330,00
Silla giratoria	6	85,00	510,00
Silla visita tipo A	10	65,00	650,00
Exhibidor	2	145,00	290,00
Mesa de trabajo	3	120,00	360,00
TOTAL			**3.700,00**

La depreciación de los activos se muestra en la tabla siguiente según tasas establecidas, empleada posteriormente en el cálculo de indicadores (NIC 16).

Tabla 23

Depreciación

Activo Fijo	Valor total	Tasas	Anual
Muebles y enseres	3.700,00	10%	370,00
Equipos de oficina	790,00	10%	79,00
Equipos de Computación	3.600,00	33%	1.199,88
Maquinarias y equipos	3.400,00	10%	340,00
Instalaciones	45.000,00	5%	2.250,00
Vehículo	16.000,00	20%	3.200,00
Total	**72.490,00**		**7.438,88**

Activos intangibles

Son aquellos gastos que incluyen desembolsos en investigación y necesarios en la constitución de la microempresa entre los que se encuentran patentes, gastos de constitución, estudio de factibilidad, gastos de capacitación entre otros.

Tabla 24

Activos intangibles

Descripción	Valor
Activos intangibles	
Gastos de constitución	1.300,00
Estudio de factibilidad	800,00
Total	**2.100,00**

A continuación se detallan los gastos de constitución, mostrando la documentación y trámites legales en el inicio del funcionamiento. Referente al estudio de factibilidad tiene comprendido el pago de dos meses de servicios contratados a un consultor financiero.

Tabla 25

Gastos de constitución

Gastos de constitución		
Concepto	**Tiempo de trámite**	**valor aprox.**
Aprobación de constitución	Una semana	500,00
Publicación extracto	Dos días	75,60
Patente municipal	Un día	181.38
Inscripción cámara o gremio	Un día	50,00
Registro mercantil	Cuatro horas	61,82
R.U.C.	Una hora	-
Notaria: anotación marginal	Un día	11,20
Capacitación	16 horas	320,00
Otros (movilización, etc.)		100,00
Total		**1.300,00**

Capital de trabajo

En la determinación del capital de trabajo se reúnen los recursos económicos y mano de obra, necesarios en el inicio de las actividades y funcionamiento de la organización, proyectado para dos meses, este garantiza que la empresa ejecute sus actividades sin depender de las ventas.

Tabla 26

Capital de trabajo

Años	**Valor Mensual**	**Valor Bimensual**
Materias primas	25.813,41	51.626,82
Útiles y herramientas	303,00	606,00
Sueldos y salarios	2.238,23	4.476,47
Mantenimiento de activos	72.490,00	144.980,00
Gastos de comercialización	700,00	1.400,00
Gastos administrativos	6.091,38	12.182,77
Servicios básicos	600,00	1.200,00
Total	**108.236,03**	**216.472,06**

Tabla 27

.

Materia prima

Materias Primas	UM	Cantidad	Precio	Valor mensual	Valor bimensual	Valor anual
Directa						
Maracuyá	Kg	8533,33	0,85	7.253,33	14.506,67	87.040,00
Edulcorantes	Kg	4266,67	0,6	2.560,00	5.120,00	30.720,00
Conservantes y antioxidantes	Kg	853,33	6,28	5.358,93	10.717,87	64.307,20
Frascos de vidrio	U	32000	0,15	4.800,00	9.600,00	57.600,00
Tapas de frascos de vidrio	U	32000	0,06	1.920,00	3.840,00	23.040,00
Cajas de cartón	U	855	1,00	855,00	1.710,00	10.260,00
Etiquetas	U	32000	0,05	1.600,00	3.200,00	19.200,00
Sellos	U	32000	0,03	960,00	1.920,00	11.520,00
Imprevistos			2%	506,15	1.012,29	6.073,74
Total				**25.813,41**	**51.626,82**	**309.760,94**

Tabla 28

Sueldos y salarios

	Cargo	Salario básico Mensual USD	Aporte Patronal IESS 11.15% USD	Aporte Patronal IECE 0.50 % - SETEC 0.50 % USD	Décima Tercera Remuneración USD	Décima Cuarta Remuneración (1 año en adelante) USD	Fondos de Reserva 8.33 % USD (1 año en adelante)	Beneficios Sociales Mensuales USD	Total Mes USD	Total Bimensual USD	Total Anual USD
GERENCIA											
	Gerente General	800,00	89,20	8,00	66,67	66,67	66,64	297,17	1.097,17	2.194,35	13.166,08
	Secretaria Ejecutiva	450,00	50,18	4,50	37,50	37,50	37,49	167,16	617,16	1.234,32	7.405,92
ADMINIST. Y FINANZAS											
	Jefe Administrativo y Financiero	550,00	61,33	5,50	45,83	45,83	45,82	204,31	754,31	1.508,61	9.051,68
	Ayudante Administrativo	400,00	44,60	4,00	33,33	33,33	33,32	148,59	548,59	1.097,17	6.583,04
	Secretaria Contadora	400,00	44,60	4,00	33,33	33,33	33,32	148,59	548,59	1.097,17	6.583,04
	Conserje Mensajero	366,00	40,81	3,66	30,50	30,50	30,49	135,96	501,96	1.003,91	6.023,48
PRODUCCIÓN											
	Jefe de producción	550,00	61,33	5,50	45,83	45,83	45,82	204,31	754,31	1.508,61	9.051,68
	Operario	450,00	50,18	4,50	37,50	37,50	37,49	167,16	617,16	1.234,32	7.405,92
	Operario	450,00	50,18	4,50	37,50	37,50	37,49	167,16	617,16	1.234,32	7.405,92
	Bodeguero	366,00	40,81	3,66	30,50	30,50	30,49	135,96	501,96	1.003,91	6.023,48
MARKETING Y VENTAS											
	Jefe de Marketing y Ventas	550,00	61,33	5,50	45,83	45,83	45,82	204,31	754,31	1.508,61	9.051,68
	Vendedor	366,00	40,81	3,66	30,50	30,50	30,49	135,96	501,96	1.003,91	6.023,48
	TOTAL GENERAL	**5.698,00**	**635,33**	**56,98**	**474,83**	**474,83**	**474,64**	**2.116,62**	**7.814,62**	**15.629,23**	**93.775,40**

El mantenimiento de activos se proyecta con el uno por ciento anual, el cual se determina para dos meses dividiéndolo entre doce y luego multiplicándolo por dos.

Tabla 29

Mantenimiento de activos

Descripción	Valor	Porcentaje	Valor Anual	Valor bimensual
Muebles y enseres	3.700,00	1%	37,00	6,17
Equipos de oficina	790,00	1%	7,90	1,32
Equipos de Computación	3.600,00	1%	36,00	6,00
Maquinarias y equipos	3.400,00	1%	34,00	5,67
Instalaciones	45.000,00	1%	450,00	75,00
Vehículo	16.000,00	1%	160,00	26,67
Total	**72.490,00**		**724,90**	**120,82**

El material de oficina y los insumos de limpieza que conforman los gastos administrativos, se detallan seguidamente:

Tabla 30

Material de oficina

Material de oficina	unidades	valor unitario	valor mensual
Resmas de papel	10	3,75	37,50
Facturas (blocks)	3	21,00	63,00
Caja esferográficos	3	2,00	6,00
Archivadores	3	2,00	6,00
Cinta adhesiva	2	0,45	0,90
Perforadora	2	3,75	7,50
Grapadora	2	3,50	7,00
Caja grapas	2	1,65	3,30

Lápices	6	0,30	1,80
Tintas para impresora	12	15,00	180,00
Sellos	2	1,00	2,00
Total			**315,00**

Tabla 31

Insumos de limpieza

Insumos de limpieza	unidades	valor unitario	valor mensual
Desinfectante líquido (galón)	4	4,60	18,40
Limpiador líquido (galón)	4	5,00	20,00
Jabón líquido	12	6,28	75,36
Trapeador	8	1,08	8,64
Escobas	8	1,20	9,60
Toallas	6	3,00	18,00
Otros suministros			50,00
Total			**200,00**

Tabla 32

Gastos de comercialización

Gastos comercialización	Valor mensual	Valor anual
Prensa	160,00	1.920,00
Volantes	110,00	1.320,00
Tarjetas de presentación	30,00	360,00
Página web	400,00	4.800,00
Total	**700,00**	**8.400,00**

Tabla 33

Servicios básicos

Servicios básicos	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua potable	350,00	4.200,00
Energía Eléctrica	250,00	3.000,00
TOTAL	**600,00**	**7.200,00**

Es relevante señalar que el salario del personal indirecto a la producción se encuentra en gastos administrativos, conformado por la gerencia, administración y finanzas y los administrativos de las demás áreas.

Estructura de financiamiento

La empresa financiará el capital necesario para su inversión mediante préstamo el cual representa el 70%, tendrá una tasa de interés activa de un 11.15% según información actual del Banco Central del Ecuador, 2015, mientras que el capital propio con el 30% será de un 10%.

Tabla 34

Financiamiento

Recursos	Valor	Porcentaje
Propios	87.318,62	30%
Financiados	203.743,44	70%
Total	**291.062,06**	100%

La amortización del préstamo corresponde con los cinco años de evaluación del proyecto, en la tabla siguiente se muestra esta amortización, mostrándose la cuota y el interés que se liquidará anualmente.

Tabla 35

Amortización del préstamo

	VALORES INICIALES					**VALORES FINALES**
	Capital:	203.743,44			Total pagado:	276.675,45
	Tiempo:	5	(Años)		Interés total:	72.932,01
	Interés:	11,15%	(Anual)		Cuota Anual:	**55.335,09**
Cuota	**Capital**	**Cuota anual**	**Cuota Capital**	**Cuota Interés**	**Capital Reducido**	**Interés Acumulado**
1	203.743,44	55.335,09	32.617,70	22.717,39	171.125,74	22.717,39
2	171.125,74	55.335,09	36.254,57	19.080,52	134.871,17	41.797,91
3	134.871,17	55.335,09	40.296,95	15.038,14	94.574,22	56.836,05
4	94.574,22	55.335,09	44.790,06	10.545,03	49.784,16	67.381,08
5	49.784,16	55.335,09	49.784,16	5.550,93	(0,00)	72.932,01
TOTALES		**276.675,45**	**203.743,44**	**72.932,01**		

El cálculo de la cuota anual está determinada por la formula siguiente según Weston (2010):

$$Cuota\ anual = \frac{\frac{C}{1-(1+i)^{-t})}}{i}$$

Donde:

C= Capital

i = Interés anual

t = Tiempo

Ventas proyectadas

Las ventas proyectadas están en correspondencia con la demanda potencial del estudio de mercado y el precio promedio determinado, pero con el análisis de la capacidad de producción instalada en la planta, la cual corresponde a 200 unidades por hora, para 8 horas de trabajo diarias, en 20 días del mes, esto posibilita su cálculo mensual y anual al ser multiplicado por los doce meses del año, éstas se espera tendrán un incremento en un 5% anual posibilitado por la creciente demanda del producto.

Tabla 36

Ventas proyectadas

Años	Cantidad del producto	Precio	Venta Proyectada	Variación
2016	288.000,00	1,64	472.320,00	18%
2017	302.400,00	1,64	495.936,00	19%
2018	317.520,00	1,64	520.732,80	20%
2019	333.396,00	1,64	546.769,44	21%
2020	350.065,80	1,64	574.107,91	22%
Total	**1.591.381,80**		**2.609.866,15**	100%

Estado de resultado Proyectado

Los estados financieros como importantes registros, permiten establecer puntos fuertes y puntos débiles en el área financiera y ayudan en el rendimiento y desarrollo de actividades de la empresa. Los informes deben ser presentados mensualmente o, al menos, trimestralmente para tomar acciones administrativas oportunas de ser necesarias, al culminar el año de operaciones se debe realizar un cierre con indicadores de evaluación del período.

Con los datos anteriores se precederá a realizar la proyección del estado de resultados de la Organización, posibilitando determinar la factibilidad de la presente investigación en función del incremento de sus ventas y la generación de utilidades.

Tabla 37

Estado de resultados proyectado

DETALLE	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
(+)VENTAS	629.760,00	661.248,00	694.310,40	729.025,92	765.477,22
(-)COSTOS DE VENTA	336.619,75	353.450,73	371.123,27	389.679,43	409.163,41
(=)UTILIDAD BRUTA	**293.140,25**	**307.797,27**	**323.187,13**	**339.346,49**	**356.313,81**
(+)GASTOS ADMINISTRATIVOS	79.484,38	79.484,38	79.484,38	79.484,38	79.484,38
(+)GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN	8400,00	8.400,00	8.400,00	8.400,00	8.400,00
(+)DEPRECIACIÓN	7438,88	7438,88	7438,88	6239,00	6239,00
(=)TOTAL DE EGRESOS	**95.323,26**	**95.323,26**	**95.323,26**	**94.123,38**	**94.123,38**
(=)UTILIDAD ANTES DE INTER. E IMPUESTOS	**197.816,99**	**212.474,00**	**227.863,87**	**245.223,10**	**262.190,43**
(-)15% DE TRABAJADORES	29.672,55	31.871,10	34.179,58	36.783,47	39.328,56
(-)22% IMPUESTO A LA RENTA	36.991,78	39.732,64	42.610,54	45.856,72	49.029,61
(=)UTILIDAD NETA	**131.152,66**	**140.870,26**	**151.073,74**	**162.582,92**	**173.832,25**

Es apreciable con la anterior proyección el incremento de las utilidades en cada período en correspondencia con la demanda y capacidad instalada de la planta, así como el incremento porcentual anual.

Flujo Neto de Fondos

Con la proyección del flujo neto de fondos como elemento de importancia del estudio, se podrá actuar ante el análisis de los resultados al comprobar lo aceptable o no de la ejecución del proyecto, para esto primeramente se determinará la tasa de descuento a aplicar.

Para calcular la tasa de descuento a emplear en la proyección del flujo de caja se tendrá presente el modelo de Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TAMAR) según Brigham & Houston (2009), para su determinación se multiplican los porcientos invertidos por el interés esperado por cada aportador, para luego ponderarlo dividiendo la suma de las multiplicaciones entre el total del financiamiento.

Tabla 38

Tasa mínima aceptable de rendimiento

Recursos	Valor	Porcentaje	Costo del Capital	Ponderación
Propios	87.318,62	30%	10,00%	3,00%
Financiados	203.743,44	70%	11,15%	7,81%
Total	**291.062,06**	100%		10,81%

Seguidamente con todos los datos ya determinados se procede a la proyección de los flujos netos de fondos, la siguiente tabla apoyada en la información antes determinada muestra el comportamiento de la microempresa con una proyección a cinco años.

Tabla 39
Flujo neto de fondos proyectado

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+)VENTAS		629.760,00	661.248,00	694.310,40	729.025,92	765.477,22
(-)COSTOS DE VENTA		336.619,75	353.450,73	371.123,27	389.679,43	409.163,41
(=)UTILIDAD BRUTA		**293.140,25**	**307.797,27**	**323.187,13**	**339.346,49**	**356.313,81**
(+)GASTOS ADMINISTRATIVOS		79.484,38	79.484,38	79.484,38	79.484,38	79.484,38
(+)GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN		8.400,00	8.400,00	8.400,00	8.400,00	8.400,00
(+)DEPRECIACIÓN		7.438,88	7.438,88	7.438,88	6.239,00	6.239,00
(=)TOTAL DE EGRESOS		**95.323,26**	**95.323,26**	**95.323,26**	**94.123,38**	**94.123,38**
(=)UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS		**197.816,99**	**212.474,00**	**227.863,87**	**245.223,10**	**262.190,43**
(-)15% DE TRABAJADORES		29.672,55	31.871,10	34.179,58	36.783,47	39.328,56
(-)22% IMPUESTO A LA RENTA		36.991,78	39.732,64	42.610,54	45.856,72	49.029,61
(-)AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO		55.335,09	55.335,09	55.335,09	55.335,09	55.335,09
(=)FLUJO DE CAJA		**131.152,66**	**140.870,26**	**151.073,74**	**162.582,92**	**173.832,25**
INVERSIÓN	**291.062,06**					
(+)DEPRECIACIÓN		7.438,88	7.438,88	7.438,88	6.239,00	6.239,00
(=)FLUJO DE CAJA NETO	**-291.062,06**	**83.256,45**	**92.974,05**	**103.177,53**	**113.486,83**	**124.736,16**
(/)FACTOR DE DESCUENTO	**1,00**	**1,1081**	**1,2278**	**1,3604**	**1,5074**	**1,6703**
(=)FLUJO DE CAJA DESCONTADO	**-291.062,06**	**75.137,81**	**75.725,66**	**75.841,53**	**75.284,92**	**74.678,50**
VAN	**85.606,36**					
TIR	**21,08%**					

Criterios de evaluación

Al evaluar un proyecto de inversión, se analizan los beneficios que obtendrá el inversionista al prestar su dinero en el proyecto, considerando riesgos de inversión, como objetivo real en la evaluación económica y financiera de proyectos de inversión es dar garantías a los socios, los cuales presentan ánimo de lucro.

Análisis del VAN

El VAN, valor actual neto, es aquel valor de los diferentes flujos de fondos descontados de un proyecto, determinados a futuro y traídos al presente, el VAN posibilita conocer sobre el valor actual del proyecto, éste se ha determinado mediante la herramienta Microsoft Excel, posibilitando su cómputo exacto, la fórmula para su determinación es la siguiente:

$$\mathbf{VAN} = \frac{\mathbf{FNF1}}{(\mathbf{1}+\mathbf{i})^{\mathbf{1}}} + \frac{\mathbf{FNF2}}{(\mathbf{1}+\mathbf{i})^{\mathbf{2}}} + \cdots + \frac{\mathbf{FNFn}}{(\mathbf{1}+\mathbf{i})^{\mathbf{n}}} - \mathbf{Inv.\ Inicial}$$

$$\mathbf{VAN} = \frac{\mathbf{83.256,45}}{(\mathbf{1}+\mathbf{10,81}\%)^{\mathbf{1}}} + \frac{\mathbf{FNF2}}{(\mathbf{1}+\mathbf{i})^{\mathbf{2}}} + \cdots + \frac{\mathbf{FNFn}}{(\mathbf{1}+\mathbf{i})^{\mathbf{n}}} - \mathbf{-291.062,06}$$

El resultado de esta operación es el siguiente:

VAN= $ **85.606,36**

Como se aprecia el resultado del VAN es mayor que 0, criterio que determina el proyecto como rentable, demostrando que los beneficios proyectados son mayores que los costos.

Análisis de la TIR

La TIR, tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad de una inversión, es la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o

VPN) es igual a cero, para el cálculo de la misma se ha empleado Microsoft Excel, ya que este programa permite su cálculo directamente tomando los datos expuestos en la tabla de flujo neto de fondos.

$$VAN = 0 = \frac{FNF1}{(1+TIR)^1} + \frac{FNF2}{(1+TIR)^2} + \cdots + \frac{FNFn}{(1+TIR)^n} - Inv.\ Inicial$$

$$VAN = 0 = \frac{\mathbf{13.934,18}}{(1+22.28\%)^1} + \frac{FNF2}{(1+TIR)^2} + \cdots + \frac{FNFn}{(1+TIR)^n} - \mathbf{40.490,73}$$

TIR= **21,08%**

Determinado el valor de la TIR siendo mayor que la tasa bancaria o tasa de descuento, en este caso la TAMAR ya calculada en 10.81%, es apreciable que este valor permite que el proyecto sea aceptado.

Análisis beneficio/costo

El cálculo del beneficio / costo permite determinar la relación entre el valor actualizado de los ingresos y el valor actualizado de los costos del proyecto. Este resultado se obtiene a partir de dividir ambos valores, permitiendo determinar la ejecución o no de un proyecto. Si el resultado es mayor que 1 es aceptable, si es menor a 1 se rechaza y si es igual a 1 se pospone.

RBC- Relación beneficio costo.

B- Beneficio

C- Costo

Fórmula: RBC= B/C

Tabla 40

Relación beneficio/costo

Ingresos Totales	568.349,80	538.574,34	510.358,79	483.621,43	458.284,83
Costos Totales	389.822,67	365.518,17	342.865,51	320.945,26	301.313,60
Relación B/C Anual	**1,46**	**1,47**	**1,49**	**1,51**	**1,52**
Relación B/C Total	**$1,49**				

El resultado muestra lo aceptable del proyecto, por lo que es sumamente recomendable realizar el mismo, lo que es igual a que por cada dólar invertido se obtendrá un beneficio de $0.49 dólares.

Período de recuperación

El período de recuperación brinda información sobre el tiempo en que rescatará una inversión. Su cálculo se realiza mediante flujos nominales y flujos descontados, siendo este último, el adecuado para aplicar en la práctica de evaluación de proyectos.

Tabla 41

Período de recuperación

AÑO	FLUJO NETO DE CAJA	FLUJO NETO DE CAJA ACUMULADO
0	- 291.062,06	- 291.062,06
1	75.137,81	- 215.924,24
2	75.725,66	- 140.198,59
3	75.841,53	- 64.357,06
4	75.284,92	10.927,86
5	74.678,50	85.606,36

Como es apreciable la inversión se recupera en el cuarto año, específicamente a los tres años, 10 meses y 8 días, éste se calcula dividiendo el valor del último año negativo entre el primero positivo y se multiplica por 12, tomando el valor entero y para llevar a meses y días se toma la fracción y se multiplica por 30.

Estudio de sensibilidad y riesgo

Determinados los indicadores vinculados al flujo de caja para evaluar inversiones, se hace necesario realizar un análisis de sensibilidad y riesgos que suelen asumirse en las inversiones, este análisis permite conocer el éxito de efectuarla aún en condiciones adversas, demostrando cuán sensible es el presupuesto de caja ante determinados cambios, como la disminución de ingresos o el aumento de costos.

Tabla 42

Análisis de sensibilidad

Criterios	VAN	TIR
Cuando no hay aumentos	85.606,36	21,08%
Cuando los costos aumentan en un 5%	40.259,17	15,75%
Cuando los ingresos bajan en un 5%	769,24	10,90%

El análisis del VAN y la TIR ante variaciones de los ingresos y costos, tomando como base la proyección inicial, permite apreciar que las variaciones no son significativas, pues el aumento de costos y disminución de ingresos no incide en los indicadores, ya que el VAN no se hace cero y la TIR se mantiene por encima del valor de la TAMAR calculada el cual fue de 10.81%.

5.4 Impacto social y económico

Hoy en día se hace necesario ante la puesta en marcha de un proyecto, realizar un análisis sobre el impacto social y económico que tendrá al ejecutar la inversión y poner en marcha el negocio, permitiendo evidenciar la importancia y repercusión del mismo, y no solo por el beneficio personal que traería a los inversionistas como generador de riqueza. Por tanto, el presente proyecto muestra aspectos fundamentales que incidirá en la consecución de beneficios.

Entre los beneficios que muestra la ejecución del proyecto se encuentra la generación de empleos, pues para la ejecución de las actividades diarias se necesita contar con recursos humanos, los cuales presentarán formación profesional, técnica u operativa, pues esta empresa presenta una estructura organizacional que comprende personal con nivel superior y personal con niveles intermedios y básicos, acorde a las funciones que realizarán. A su vez posibilitará de manera directa la contratación con el sector productivo de este fruto, permitiendo la comercialización directa, así como tendrá interacción con centros comercializadores del producto elaborado.

Este nuevo producto, mermelada de maracuyá, permitirá contribuir al mejoramiento de la salud del público en general por las características particulares de la fruta al ser rica en vitaminas A y C, en calorías, baja en grasas y colesterol, ricas en calcio y hierro, recomendada por especialistas en nutrición y en tratamientos dietéticos. Otro aspecto a valorar es la repercusión en la economía familiar, pues beneficiará a varias familias, al posibilitar ingresos mensuales y sus correspondientes beneficios sociales, comprendidos en seguros, décimos, compensaciones entre otros. En si este proyecto tendrá un impacto a corto y largo plazo demostrado en el análisis financiero y sustentado por su estabilidad ante condiciones desfavorables.

La generación con edades comprendidas entre los 20 y 65 años, ha demostrado una gran preocupación e interés por su alimentación, ya que la consideran fundamental para mantener una buena salud y controlar su nivel de peso. Estudios científicos han comprobado que la necesidad de calorías a partir de los 50 años decrecen, al tiempo que se reduce la capacidad para dirigir alimentos y absorber nutrientes, lo que puede significar una posibilidad de expansión de mercados para bebidas y alimentos enriquecidos como la mermelada de maracuyá. La tercera edad se presenta como un nuevo segmento de mercado con alto potencial de consumo, para el que la nutrición sigue siendo el factor clave en la dieta. Es importante considerar el otro extremo, los niños, representan el 30% de la población, están logrando influir cada vez más en la decisión de compra de sus padres. La incorporación de la mujer al mundo laboral y el crecimiento en el peso relativo dentro de la fuerza laboral, con un crecimiento cercano al 20% en los últimos 50 años, ha generado un mayor número de familias con una doble fuente de ingresos, pero con menor tiempo disponible para las tareas del hogar. Los factores mencionados, explican la tendencia de comprar alimentos precocidos y preparados, fáciles de preparar y servir. Estos fenómenos lanzan un claro mensaje a las empresas agroalimentarias: los consumidores actuales quieren cada vez más comprar comidas completas.

CAPÍTULO VI

MARCO ADMINISTRATIVO

6.1 Recursos Humanos

El empresario debe analizar con todo cuidado los siguientes aspectos:

- ✓ Condiciones laborales de cada empleado, para mejorar el ambiente de trabajo.
- ✓ Detectar necesidades de capacitación, para mejorar la productividad.
- ✓ Revisar las situaciones de remuneración, para dar los estímulos apropiados en el momento oportuno por mejoras en el rendimiento.
- ✓ Incentivar y motivar permanentemente, para que el personal se integre más a la organización, la sientan como suya y vean su futuro ligado al de la empresa.
- ✓ Revisar constantemente las cargas, para garantizar una distribución equitativa para los distintos empleados, acorde con sus obligaciones y remuneraciones.

Funciones específicas por puesto:

Gerencia General

Este funcionario se hará cargo de la administración, el control y el desarrollo de la empresa, coordinando todos los procesos e interacciones entre las distintas áreas para que todas caminen en la misma dirección de acuerdo a las estrategias, planes, objetivos y metas. Las funciones específicas son:

- ✓ Liderar y orientar la dirección de la empresa.
- ✓ Planificar y determinar las estrategias de la empresa.
- ✓ Coordinar el buen funcionamiento de todas las áreas y equipos de trabajo.
- ✓ Definir y ejecutar la misión, visión, objetivos y metas.

- ✓ Establecer cronogramas y cumplimiento de plazos a corto, mediano y largo.
- ✓ Controlar la cadena de valor, los procesos de mejoramiento y reingeniería.
- ✓ Liderar los procesos de cambio, competitividad, productividad, nuevos productos, ampliación de mercados, estrategias a corto, mediano y largo plazo.

Por ser una microempresa, también tendrá a cargo el área de recursos humanos:

- ✓ Responsable de las relaciones laborables, crear un ambiente cordial, respetuoso y entusiasta.
- ✓ Reclutamiento del personal, selección, inducción, programas de capacitación y formación.
- ✓ Planificar y definir los objetivos y metas del área.
- ✓ Evaluación por competencias y desempeño del personal.
- ✓ Cumplir con todos los requerimientos legales, afiliación al IESS, sueldos, aportaciones, compensaciones salariales, seguro médico y de vida, beneficios complementarios, etc.
- ✓ Llevar procesos de calidad total, higiene y motivación.

Administración y Finanzas

Funciones específicas:

- ✓ Manejo eficiente de las operaciones financieras, flujo de caja, inversiones, proveedores, deudores, clientes.
- ✓ Mantener los registros contables al día: diario, mayor, inventarios, proveedores, clientes, conciliaciones bancarias.
- ✓ Elaborar los estados financieros y presentarlos con oportunidad: balance de comprobación, estado de resultados, flujo de efectivo, balance general, indicadores financieros de acuerdo a los balances.

- ✓ Realizar comparaciones con periodos contables anteriores.
- ✓ Realizar el presupuesto y proyecciones financieras.
- ✓ Pago oportuno de impuestos y cumplimiento de trámites legales.
- ✓ Definir y discutir los contratos, seguros, licencias, marcas.
- ✓ Establecer la estructura legal para el funcionamiento de la empresa.
- ✓ Planear inversiones de los excedentes y mantener relaciones con instituciones financieras.
- ✓ Definir, planear, controlar y evaluar las actividades del área contable y financiera.

Producción

En esta área trabajan 4 personas, que se encargan buscar a los proveedores más idóneos, de realizar las compras de las materias primas, mantener el inventario mínimo adecuado, control de los materiales, elaboración del producto, envasado, etiquetado, distribución a las tiendas, micromercados y supermercados.

Entre las funciones específicas están:

- ✓ Tener conocimientos de cocina, mantenimiento de equipos y utensilios.
- ✓ Preparar de acuerdo a las recetas, fórmulas e instrucciones precisas.
- ✓ Colocar la preparación en el envase, sellar con la tapa, etiquetar, embalar en paquetes de 40 unidades y almacenar en ambiente frío.
- ✓ Escoger la materia prima
- ✓ Planear y establecer metas de producción.
- ✓ Establecer “cuellos de botella”, puntos críticos, medición, registro y control.
- ✓ Determinar niveles de producción en base a las estimaciones de demanda.
- ✓ Definir los pedidos y coordinar la distribución.
- ✓ Receptar los productos solicitados.

- ✓ Definir estándares y ejecutar control de calidad
- ✓ Supervisar y liderar toda el área.

Mercadotecnia

Funciones específicas:

- ✓ Elaborar un plan de trabajo.
- ✓ Definir estrategias para publicidad y ventas.
- ✓ Estudiar y elaborar estrategias de promoción estimulando el deseo o creando la necesidad en base a los valores nutritivos.
- ✓ Evaluar el mercado potencial y determinar su crecimiento local, nacional e internacional.
- ✓ Estructurar el sistema de distribución y recorridos.
- ✓ Determinar la política de precios, el margen de ganancia, la competencia, en conjunto con la gerencia financiera.
- ✓ Definir el segmento o nicho de mercado.
- ✓ Interactuar activamente con los clientes, buzón de sugerencias y quejas.
- ✓ Planear y establecer las metas de esta área.

6.2 Presupuestos

A los presupuestos, hay que entenderlos como la estimación de los ingresos y gastos que, para un periodo determinado de tiempo, deben realizar las unidades económicas para cumplir con su programa de producción.

Presupuesto de Inversión

El presupuesto de inversión, dentro de este proyecto, corresponde a una descripción detallada de los requerimientos de capital que van a ser necesarios

para su ejecución. El deseo de llevar adelante un proyecto trae consigo asignar una cantidad de variados recursos, los mismos que se pueden agrupar en dos grandes rubros:

- ✓ Los requeridos para la instalación, construcción del proyecto o el montaje del mismo, llamados inversiones fijas y que más tarde se convertirán en Activo Fijo de la empresa.
- ✓ Activos diferidos.
- ✓ Los recursos financieros que se necesitan para la etapa de funcionamiento del proyecto, llamado Capital de Trabajo o de Operación.

Activos fijos

Son toda clase de bienes u objetos materiales que tienen existencia física o corpórea, que son adquiridos por las empresas o entidades exclusivamente para el uso o servicio permanente en sus actividades operativas, tales como terrenos, instalaciones, muebles, edificios, equipos, vehículos, etc. Estos activos están sujetos a depreciación (excepto terrenos). Es importante señalar que los activos fijos deben tener un mantenimiento adecuado para su normal funcionamiento.

Venta de Activos

En el tercer año, se llevará a cabo la venta del equipo de cómputo, ya que en este año cumple con su vida útil y estará a punto de ser obsoleto, esto con el fin de tener un activo que pueda ser útil a la empresa en el futuro.

Nuevas Inversiones

En el año dos se llevará a cabo la adquisición de maquinaria y equipo para la ampliación de la empresa, la misma que permitirá bajar el costo de la materia prima, en el tercer año se adquirirá el equipo de cómputo.

Capital de Trabajo

Está constituido por un conjunto de recursos, que una empresa debe tener, para atender sus necesidades de operación y corresponde al excedente del activo circulante sobre el pasivo circulante. El capital de trabajo, llamado también capital de operación, está compuesto por todos aquellos recursos disponibles en una empresa e incluirá los gastos tales como compra de materia prima y materiales directos, pago de mano de obra, gastos de administración de ventas, hasta que haya un flujo normal de ingresos por ventas.

Cronograma de Inversiones

El Cronograma se lo utiliza para poder establecer un control adecuado de la secuencia y desarrollo del programa de inversiones, en estos se fijan las diversas actividades con especificaciones de tiempo para cumplir de manera coordinada las diferentes acciones previas a la ejecución del proyecto.

Presupuesto de Operación

El presupuesto de operación se refiere a la estimación de ingresos y gastos generados por la empresa, producto de su operación en el mercado, para poder establecer los niveles de efectivo y la liquidez que tendrá la organización, la viabilidad de la empresa y las perspectivas de aplicabilidad, planificar los posibles usos en los que se pueden emplear los remanentes en efectivo generados durante la operación.

Presupuesto de Ingresos

Los ingresos de un proyecto dependerán de la estructura de su producción; los ingresos más importantes será la venta de los productos que generará el plan financiero de investigación. También hay otros ingresos que deberán ser considerados para la evaluación correcta del plan financiero de investigación; entre estos estarían los siguientes: ingreso por la venta de activos de reemplazo; venta de subproductos y venta de servicios complementarios.

Presupuesto de Egresos

En un proyecto, se pueden distinguir cuatro funciones básicas: producción, administración, ventas y financiamiento. Para llevar a cabo cada una de estas funciones, la empresa tiene que efectuar ciertos desembolsos por pago de salarios, arrendamientos, servicios públicos, compra de materiales, pago de intereses, etc. Estas erogaciones, reciben el nombre de costos de producción y gastos tanto de administración, ventas y financieros, según la función a la que pertenezcan. Por tanto se puede afirmar que fundamentalmente existen cuatro clases de costos: producción, administración, ventas y financiero.

Estructura de Financiamiento

La estructura de financiamiento constituye un punto importante en todo proyecto, ya que provee o asigna los recursos determinando si el proyecto es factible o no, teniendo una base para poder obtener los recursos económicos y materiales para su implementación.

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es una técnica, que permite encontrar el punto, en el cual los ingresos son iguales a los gastos, es decir, aquel punto en que la empresa no pierde ni gana.

Para el cálculo del punto de equilibrio se aplican las siguientes ecuaciones:

Punto de Equilibrio en Unidades:

$$PE = \frac{CFT}{P - CVu}$$

Donde:

CFT = Costo Fijo Total

P = Precio de Venta

CVu = Costo Variable Unitario

Punto de Equilibrio en Dólares

$$PE = \frac{CFT}{1 - \left[\frac{CVT}{IT}\right]}$$

Donde:

CFT = Costo Fijo Total

CVT = Costo Variable Total

IT = Ingreso Total

6.3 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Después de realizar este proyecto de tesis se llegó a las siguientes conclusiones y recomendaciones.

6.3.1 Conclusiones

- ✓ Existe una demanda insatisfecha muy atractiva para el estudio planteado, lo que garantiza la existencia de un mercado no cubierto que consuma el producto.
- ✓ La localización de la planta en el sector de Tababela, permitirá contar con vías de acceso, servicios básicos; medios de comunicación y transporte; necesarios para la ejecución y puesta en marcha del estudio, facilitando con esto la operación y la minimización de costos.
- ✓ Frutas Exóticas Cía. Ltda., en base a las condiciones legales que rigen en la República del Ecuador y de acuerdo a su composición de activos, capital y naturaleza misma de la empresa, se constituirá como una compañía limitada, conforme lo establece la Ley de Compañías.
- ✓ Luego de haber desarrollado el Estudio del Plan Financiero, y haber obtenido los resultados de los principales indicadores de evaluación, como el VAN, TIR, Relación Beneficio Costo, se determinó que el proyecto es factible y viable.
- ✓ La Mermelada de Maracuyá es mucho más nutritiva que otros tipos de mermeladas; es por ello que emplear este producto con fines comerciales mejorará el nivel de vida y de alimentación.
- ✓ Al dar un valor agregado al maracuyá como es la mermelada, se está generando más ingresos y de esta manera contribuyendo con la matriz productiva que está impulsando el Gobierno, lo que significa más fuentes de empleo y capacidad adquisitiva.

6.3.2 Recomendaciones

- ✓ El planteamiento del presente estudio es consistente en cada una de las etapas que lo componen, lo que se refleja en la factibilidad, sustentabilidad, viabilidad y la conveniencia de la inversión, siendo recomendable su ejecución.
- ✓ Realizar un estudio financiero para analizar y conocer todos los costos en los que se incurriría para la exportación del producto.
- ✓ Mantener buenas relaciones interpersonales con empresarios nacionales y extranjeros y asistir a ferias, exposiciones de productos de interés.
- ✓ El Ecuador debe establecer políticas de incentivos para aquellas exportaciones que fomenten el abanico de productos exóticos del país, dado que este mecanismo se considera una solución para esta industria y la globalización.
- ✓ Las Universidades deben incentivar estos temas de Investigación en proyectos de exportación de aquellos productos que no son muy conocidos a nivel mundial.

BIBLIOGRAFÍA

73:2009, I. G. (18 de noviembre de 2014). *ISO Guía 73:2009.* Obtenido de http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/28543/25-Mohor.pdf?sequence=1

Alcaraz, R. (2006). *El emprendedor de éxiton cualitativa. 3ra Ed.* México: Interamericana Editores, S.A. de C.V., subsidiaria McGraw Hill.

Balcázar, P. (2005). *Investigación cualitativa. 1ra Ed.* México: Universidad Autónoma del Estado de México.

Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2009). *Fundamentos de Administración Financiera, 7ma Ed.* México: Patria.

Caldas, M.M. (2005). *Preparación y Evaluación de Proyectos - manual práctico,1ra Ed.* Publicaciones H, Quito.

Comisión de Legislación y Codificación. (1999). *Ley de Compañías.* Quito: Codificación Registro Oficial.

ECUADOR, A. N. (30 de NOVIEMBRE de 2014). *http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf.* Obtenido de http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf

Evans, J.R. (2010). *Administración y control de calidad.4ta Ed.* Thomson editores

Glosario Tratado de Libre Comercio. Obtenido de http://www.tlc.gov.ec/glosario.shtml

Hill, C.W. (2011). *Competencia en un mercado global. 3ra Ed.* Mac Graw Hill

Hirt, G. (2012). *Introducción a los negocios en un mundo cambiante. 4ta Ed.* Mc Graw Hill.

INEC. (2010). *Datos Estadísticos.* Quito: INEC.

Naghi. (2005). *Metodología de la Investigación.* México: LIMUSA.

Ortiz, A. (2001). *Gerencia Financiera - Un enfoque estratégico.2da Ed.* Mc Graw Hill.

Planta de maracuyá. Obtenido de http://www.proexant.org.ec/HT Maracuy%C3%A1.html

Pujals, P. S. (2012). *Investigación de mercados, 5ra Ed.* Spain: Universidad Autónoma de Barcelona.

Radebaugh, S.D. (2011). *Negocios Internacionales, 10ma Ed.* Person

Registro Sanitario en Ecuador,(13 de agosto de 2013). Obtenido de www.elemprendedor.ec/obtener-registro-sanitario-ecuador/

Sapag, N. (2011). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación, 2da. Ed.* Pearson.

SENPLADES. (30 de NOVIEMBRE de 2014). *http://www.planificacion.gob.ec/biblioteca/*. Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/biblioteca/

Soivre. Glosario de Términos de Comercio Exterior. Obtenido de https://ww3.viabcp.com/connect/pdf/otros/glosario2.pdf

Weston, T. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera, 3ra. Ed.* La Habana: Felix Varela.

Wilches-Chaux. (2004). *La Vulnerabilidad Global. "La Red", Red de Estudios.* México: McGraw Hill.