



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TÍTULO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE

LA MICROEMPRESA “PAPAYA GREEN” Y DISTRIBUCIÓN

EN LOS MERCADOS MUNICIPALES DEL

CANTÓN GUAYAQUIL.

TUTOR:

Mgs. Adriana Anaiz Pàrraga Monar

AUTORAS:

Soledispa Choéz Gissella Estefanía

Zárate Yela Karla Yuleidy

Guayaquil – Guayas – Ecuador

2019

Certificado del Tutor de Titulación

Mgs. Adriana Anaiz Pàrraga Monar en mi calidad de tutora del trabajo de titulación, certifico que los egresados **GISELLA ESTEFANÍA SOLEDISPA CHOÉZ Y KARLA YULEIDY ZÁRATE YELA**, son autores de la Tesis de Grado titulada: **PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA “PAPAYA GREEN” Y DISTRIBUCIÓN EN LOS MERCADOS MUNICIPALES DEL CANTÓN GUAYAQUIL**. Misma que ha sido elaborada siguiendo a cabalidad todos los parámetros metodológicos exigidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, orientada y revisada durante su proceso de ejecución bajo mi responsabilidad.

Mgs. Adriana Anaiz Pàrraga Monar

TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Certificado del tribunal

El trabajo de investigación “**PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA “PAPAYA GREEN” Y DISTRIBUCIÓN EN LOS MERCADOS MUNICIPALES DEL CANTÓN GUAYAQUIL**”, presentado por los egresados **Gissella Estefanía Soledispa Choéz y Karla Yuleidy Zárate Yela**, luego de haber sido analizado y revisado por los señores miembros del tribunal y en cumplimiento a lo establecido en la ley, se da por aprobado.

Ing. Andrea Ruiz Vélez, Mgs.

Coordinadora de la carrera

Tutora trabajo investigación

Miembro del tribunal

Miembro del tribunal

Declaración de autoría

Gissella Estefanía Soledispa Choéz y Karla Yuleidy Zárate Yela, autores de este trabajo de titulación denominado “ **proyecto de prefactibilidad para la creación de la microempresa “Papaya Green” y distribución en los mercados municipales del cantón Guayaquil**”, declaramos que el mismo es de nuestra completa autoría y ha sido elaborado de acuerdo a las directrices y el reglamento de titulación de la carrera de Gestión empresarial de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, siendo de nuestra entera responsabilidad el contenido íntegro del mismo, así como las ideas, los resultados y las conclusiones de su contenido.

Egresada de la carrera de

Egresada de la carrera de

AGRADECIMIENTO

Le damos gracias a DIOS por mantenernos con vida y ser testigo de alcanzar una de nuestras metas a cumplir, por guiarnos por el buen camino.

A nuestras madres, familiares, amigos por su gran apoyo y confiar en nosotras, nos sentimos muy orgullosas de ser parte de nuestras vidas.

A la Universidad San Gregorio de Portoviejo por aceptarnos a ser parte de ella y abierto sus puertas para formarnos profesionalmente, así como también a los docentes por transmitirnos sus conocimientos, su apoyo para seguir adelante día a día, a nuestros Tutores por su paciencia, y apoyo a realizar el proyecto.

Nuestros sinceros agradecimientos a todos ustedes por formar parte de este logro tan valioso para nosotras.

Gissella Estefanía Soledispa Choéz

Karla Yuleidy Zárate Yela

DEDICATORIA

Primero agradecemos a Dios por permitirnos cumplir una de nuestras metas por darnos paciencia, sabiduría por haber llegado a esta instancia, porque sin su bendición no lo hubiéramos logrado.

A nuestras amadas madres que son un pilar muy importante en nuestras vidas, sus consejos nos han permitido llegar hasta donde estamos.

A mis familiares, amigos que han estado siempre motivándonos a seguir adelante y no darnos por vencidas.

Muy agradecidas con todos por estar ahí, en momentos alegres como difíciles, nuestro cariño hacia ustedes es muy valioso.

Gissella Estefanía Soledispa Choéz

Karla Yuleidy Zárate Yela



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de:

INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA: PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA “PAPAYA GREEN” Y DISTRIBUCIÓN EN LOS MERCADOS MUNICIPALES DEL CANTÓN GUAYAQUIL.

Autoras: **Soledispa Choéz Gissella Estefanía**

Zárate Yela Karla Yuleidy

Tutor: **Mgs. Adriana Anaiz Pàrraga Monar**

RESUMEN

La exportación de papaya Ecuatoriana a los mercados municipales ha sido es un reto difícil para muchos productores debido a la falta de tecnología, financiamiento, promoción, infraestructura y conocimientos técnicos para sembrar, mantener, comercializar y distribuir las cosechas; muchas empresas ecuatorianas pierden competitividad internacional, debido al desconocimiento de cómo poder cumplir con las exigencias y normativas de los mercados demandantes de frutas; por lo tanto es necesario implementar metodologías eficientes, que busquen mejorar los procesos que forman parte del sector productor de frutas. El sector productivo papayero de la zona geográfica se encuentra en el cantón Vinces por lo cual la Metodología utilizada fue un estudio de mercado donde se recogió la información para determinar los costos de inversión para la creación de la microempresa y la distribución de papaya en los mercados municipales del cantón Guayaquil y Vinces.

Palabras claves

Costos Inversión Distribución Mercados municipales



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de:

INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA: PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA “PAPAYA GREEN” Y DISTRIBUCIÓN EN LOS MERCADOS MUNICIPALES DEL CANTÓN GUAYAQUIL.

Autora: **Soledispa Choéz Gissella Estefanía**

Zárate Yela Karla Yuleidy

Tutor: **Mgs. Adriana Anaiz Pàrraga**

Monar ABSTRACT

The export of Ecuadorian papaya to international markets has been a difficult challenge for many producers due to the lack of technology, financing, promotion, infrastructure and technical knowledge to plant, maintain, commercialize and distribute crops; many Ecuadorian companies lose international competitiveness, due to the lack of knowledge of how to comply with the demands and regulations of the demanding markets for fruits; therefore, it is necessary to implement efficient methodologies that seek to improve the processes that are part of the fruit producing sector. The papaya productive sector of the geographical area is located in the canton of Vinces, so the methodology used was a market study where information was collected to determine the investment costs for the creation of the microenterprise and the distribution of papaya in the markets Municipalities of the Guayaquil and Vinces cantons.

keywords

Costs

Investment

Distribución

Municipal Markets

ÍNDICE GENERAL

Tabla de contenido	i
UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO	i
Certificado del Tutor de Titulación	ii
Certificado del tribunal.....	iii
Declaración de autoría	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN	vii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURA	xiii
CAPITULO I	1
EL PROBLEMA	1
1.1 Planteamiento del problema. Antecedentes	1
1. Formulación del Problema	9
1.2 Delimitación del problema	9
1.3 Variable de la Investigación	9
1.4 Objetivos de la investigación	10
Objetivo General	10
Objetivos Específicos.....	10
1.5 Preguntas de la investigación	10
1.6 Justificación e Importancia	10
Conclusión del capítulo I.....	12
CAPÍTULO II	13
MARCO TEÓRICO	13
2.1 Fundamentación teórica	13
2.1.2. Estudio de mercado	16
2.1.3. Estudio técnico	16
2.1.4. Estudio Financiero	17
2.2 Marco Referencial	17
2.3 Variables conceptuales de la investigación	22
2.4 Operacionalización de las Variables	25
2.5 Marco Conceptual	26
Conclusión del capítulo II	29

CAPÍTULO III	30
MARCO METODOLÓGICO	30
3.1 Diseño de la Investigación	30
3.2 Tipos de Investigación	30
3.3 Población	32
3.4 Muestreo	32
3.5 Técnicas e Instrumentos	33
3.6. Procedimientos de la Investigación	36
Conclusión del Capítulo III	37
CAPITULO IV	38
FORMULACIÓN DEL PROYECTO	38
4.1 Análisis e interpretación	38
4.2 Estudio de mercado	39
4.2.1 La Demanda	39
4.2.1.1. Análisis de la Demanda	40
4.2.2 Proyección de La Oferta	41
4.2.3 El Producto.	43
4.2.4 El Precio	45
4.2.5 La Distribución	46
4.2.6 Estrategias de mercadeo	49
4.2.7 Promoción	50
4.3 Estudio Técnico	65
4.3.1.Localización	66
4.3.2 Tamaño del Proyecto	69
4.3.3. Ingeniería del Proyecto	69
4.3.3.2 Flujograma del Proceso de distribución de papaya	70
4.4 Estudio administrativo	72
4.4.1 Planificación	73
4.4.2. Organigrama de la empresa	74
4.4. Gastos	81
4.4.5. Estudio Legal	81
Conclusión del Capítulo IV	85
CAPÍTULO V	86
PROPUESTA	86
5.1. Título de la propuesta	86

5.2 Autor de la propuesta	86
5.3 Empresa auspiciante	86
5.4 Área que cubre la propuesta	86
5.5 Fecha de presentación	86
5.6 Fecha de terminación	86
5.7 Duración del proyecto	86
5.8. Participantes del proyecto	86
5.9. Objetivo General	87
5.10. Objetivos específicos	87
5.11. Beneficiarios directos	87
5.12. Beneficiarios indirectos	87
5.13. Impacto de la propuesta	87
5.14. Descripción de la propuesta	88
5.14.1. Ingresos	91
5.14.2. Costos operativos	93
5.14.3. Préstamos del proyecto (tabla de amortización)	94
5.14.4. Estados financieros	97
5.14.5 Flujo de caja	101
5.14.6 Evaluación económica	103
5.14.7 Evaluación financiera	105
5.14.8 Relación beneficio – costo	107
5.14.9 Tiempo de recuperación de la inversión	108
5.15 Análisis de Sensibilidad	109
5.16 Importancia	110
5.17 Metas del proyecto	110
5.18 Finalidad de la propuesta	111
Conclusión de Capítulo V	112
Referencias	113
Apéndices	115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Comportamiento de la producción de papaya en los últimos años	8
Tabla 2	Conflicto	8
Tabla 3	Procedimiento de las variables	25
Tabla 4	Análisis de los objetivos del proyecto	38
Tabla 5	Análisis de la Demanda	41
Tabla 6	Proyección de la oferta	42
Tabla 7	Análisis demanda- oferta	43
Tabla 8	Precio de la papaya	45
Tabla 9	Precio de costo del producto	46
Tabla 10	Tecnología a usar	72
Tabla 11	Gerencia general	76
Tabla 12	Recursos humanos	77
Tabla 13	Área de Finanzas	78
Tabla 14	Área comercial	79
Tabla 15	Logística	80
Tabla 16	Flujo de beneficio	88
Tabla 17	Inversión inicial	88
Tabla 18	Activo diferido	89
Tabla 19	Capital de trabajo	89
Tabla 20	Gasto depreciación y amortización	90
Tabla 21	Producción en meses	92
Tabla 22	Proyección de ingreso	92
Tabla 23	Nomina	93
Tabla 24	Sueldos y salarios primer año	93
Tabla 25	Cuadro de sueldos y salarios (segundo año)	94
Tabla 26	Plazo préstamo en meses	95
Tabla 27	Tabla de amortización	95
Tabla 28	Resumen de la tabla de amortización	97
Tabla 29	Estado de resultados proyectados	98
Tabla 30	Estado de situación financiera proyectada	99
Tabla 31	Flujo de fondos proyectados	101
Tabla 32	Punto de equilibrio en dólares	103
Tabla 33	Flujo de fondos proyectado	105
Tabla 34	VAN	106
Tabla 35	Relación beneficio-costo	107
Tabla 36	Tiempos de recuperación de la inversión	108
Tabla 37	Flujo pesimista	109
Tabla 38	Flujo esperado	109
Tabla 39	Flujo optimista	109
Tabla 40	Resumen del escenario	110

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1 Evolución de cuota de mercado	24
Figura 2 Productos de industrialización	44
Figura 3 Canales de distribución	47
Figura 4 Logo de la empresa	51
Figura 5 El rango de la edad de los habitantes	52
Figura 6 Sexo al que pertenece	53
Figura 7 Usted consume papaya	54
Figura 8 Con qué frecuencia usted consume papaya	55
Figura 9 Con qué frecuencia usted compra papaya	56
Figura 10 Conoce usted los beneficios de la papaya	57
Figura 11 Dónde usualmente usted compra papaya.....	58
Figura 12 Por qué motivo usted compraría papaya.....	59
Figura 13 Que características debe tener la Fruta para llamar su atención	60
Figura 14 Qué cantidades de la fruta estaría dispuesto a comprar.....	61
Figura 15 Entre cuál se encuentra el precio de la fruta que usted consume	62
Figura 16 Está satisfecho(a) con el precio que paga por la fruta	63
Figura 17 Cuáles promociones considera atractivas en los productos?	64
Figura 18 Macro localización- País	67
Figura 19 Gráfica de la ubicación del cantón	67
Figura 20 Gráfica de la ubicación del local	68
Figura 21 Plano del local	69
Figura 22 Flujograma de distribución de papaya.....	70
Figura 23 Organigrama de la empresa	75

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema. Antecedentes.

Actualmente el sector agrícola y el producto papaya enfrentan problemas de asesoramiento técnico, falta de apoyo gubernativo, los altibajos en la comercialización. Carece de desarrollo en la industrialización para elevar el clúster y obtener el costo beneficio que este frutal posee.

La exportación de papaya Ecuatoriana a los mercados internacionales ha sido un desafío dificultoso para muchos productores debido a la falta de tecnología, financiamiento, promoción, infraestructura y conocimientos técnicos para sembrar, mantener, comercializar y distribuir las cosechas; muchas empresas ecuatorianas pierden competitividad internacional, debido al desconocimiento de cómo poder cumplir con las exigencias y normativas de los mercados demandantes de frutas; por lo tanto es necesario implementar metodologías eficientes, que busquen mejorar los procesos que forman parte del sector productor de frutas.

Nuestro país exporta gran variedad de tipos de frutas, clasificada en distintas partidas arancelarias, especialmente la fruta papaya, a parte del guineo, guayaba, piña, frutillas, melón, limón, entre otras frutas. A pesar de nuestro país Ecuador cuenta con sectores muy productivos que tienen gran potencial para ingresar a los mercados internacionales, uno de ellos es el sector productor de papaya, el mismo que para incrementar la cuota de mercado ya lograda, deberá eliminar conflictos basados a la distribución y formación de canales de comercialización.

El costo de inversión es a aquellos que se incurren en la adquisición de los activos necesarios para poner el proyecto en funcionamiento, ponerlo "en marcha" u operativo. Para decirlo de una forma sencilla son todos aquellos costos que se dan desde la concepción de la idea que da origen al proyecto hasta poco antes de la producción del primer producto o servicio. Landaure, (2016)

Se entiende por costo de inversión que es la obtención de los activos importantes para la apertura del proyecto en su funcionalidad.

Los mercados municipales han desarrollado una labor de comercialización de productos perecederos que ha supuesto su consolidación como uno de los formatos más importantes en el tejido distributivo. Los mercados municipales del Cantón Guayaquil no permanecen ajenos a la reconfiguración de la demanda, generalmente necesitan conocer el comportamiento del consumidor actual que mediante un proceso racional o irracional selecciona, compra, usa y dispone de productos, ideas o servicios para satisfacer sus necesidades y deseos, para la articulación de una estrategia de calidad del servicio comercial orientada a lograr la verdad completa en los mercados municipales.

En Ecuador el ingreso de un comienzo comercial a los productos no habituales como la papaya se ha destacado un elevado crecimiento de saldos netos efectivos en la balanza comercial agronómica.

La papaya es uno de los frutos tropicales con mayor demanda nacional e internacional. Que se ha convertido en una opción productiva importante para los agricultores comerciales, quienes en un importante número son empresarios agrícolas, con importantes conexiones comerciales que aprovechan las condiciones de mercado, así como la el clima y la infraestructura de riego de las zonas productoras del país. En este sentido, la movilidad de producción es muy alta. Además de sus principales estados productores cambian con regularidad; esta movilidad también es explicada por la rotación

de cultivo

El árbol de papaya crece rápidamente cuyos maduros producen el doble de las frutas, parecido mucho a un plátano, la fruta es tenida gusto inmenso por la mayoría de la gente y se puede comprar en muchos mercados.

Las papayas se pueden encontrar el crecer allí abundante, pero una vez que los bosques son limpios, la papaya generalmente no se restablecerá, la innovación del producto, la papaya es una fruta tropical con muchas propiedades medicinales y un gran sabor, utilizado para elaborar postres, jugos, yogures, macedonia y helados. El fruto de la papaya, tiene diferentes usos, tanto como fruta fresca, en jugos, en batidos, en helados, como parte de las ensaladas, dulces diversos de elaboración casera o envasados por la industria, tanto semi-verdes como maduros.

La papaya se produce en más de 60 países siendo los principales productores: India, Brasil, Indonesia, Nigeria, México, Etiopía y Guatemala, cuya producción entre 2001 y 2015 osciló alrededor de 1.058.162 toneladas por año. La India destaca por su producción de papaya liderando de esta forma el concierto mundial.

Sin embargo, a diferencia de otros países productores, a pesar de su vasta productividad participa con menos del punto porcentual en el mercado de exportación, destinándose casi en su totalidad al mercado interno.

Algunos países como Asia, África y Oceanía los destinan a la obtención de látex. De este líquido lechoso que es abundante en los frutos verdes, se extrae la papaína se usa ampliamente como ablandadora de carnes y también en la clarificación de cervezas y otras bebidas. Es de gran utilidad para suavizar las lanas, así como en el curtido de las pieles. Tiene gran aplicación en la fabricación de caucho y además en la preparación de productos medicinales y de remedios caseros.

Ubicación del problema en un contexto

La papaya representa un producto rentable y con múltiples usos, no recibe valor agregado de forma importante, es decir, no incorpora nuevos eslabones, los cuales podrían ser la industria farmacéutica, en la extracción de látex para la fabricación de plástico, jugo y néctares; su cadena productiva consiste tan solo en la producción, distribución y consumo fresco.

La papaya es una fruta que es muy apetecible para las personas, teniendo en cuenta los beneficios que tiene para la salud. La agricultura y en especial la distribución de papaya enfrentan problemas de asesoramiento, falta de apoyo de créditos, carece de desarrollo en la industrialización para obtener los costos de inversión que la distribución de la fruta posee.

El sector productivo papayero de la zona geográfica se encuentra en el cantón Vinces por lo cual la metodología utilizada fue un estudio de mercado donde se recogió la información para determinar los costos de inversión para la creación de la microempresa y la distribución de papaya en los mercados municipales del cantón Guayaquil y Vinces.

En los costos de inversión se genera los factores técnicos medibles en dinero, que intervienen en la producción que está representado por tiempo, esfuerzo y recursos o capitales en una iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancias.

La inversión se asocia directamente a la acción de realizar un financiamiento para conseguir una ganancia futura, cada capital invertido debe obtener como mínimo una recuperación para poder denominarse inversión, de que genere o no ganancia, depende el movimiento que se le dé, generalmente la papaya es una planta de fácil cultivo, tiene un crecimiento rápido, que implica que en poco tiempo se recupere la inversión ya que en el mercado tiene un alto margen de rentabilidad, es atractivo por la aceptación y el

incremento en los mercados municipales.

Las exportaciones ecuatorianas de este fruto presentan tendencias de alza, estos aumentos en los envíos demuestran el gusto por el consumo de este producto, los productores tienen una gran ventaja en el mercado, sin embargo, esto depende del buen manejo del producto desde la producción hasta la distribución en los mercados municipales. Muchos productores han incursionado en la comercialización por red de contactos, pero los productores de menor superficie continúan dependiendo de un comercializador.

La mayoría vende su producción a comercializadores, los cuales a su vez venden en las diferentes centrales de abasto del país y algunos de ellos exportan. El comercializador puede ser tanto externo, enfocado a mercados internacionales, como interno, enfocado al mercado doméstico.

La demanda se rige con un sistema de ventas estructurado y con políticas de compras plenamente definidas. En el mercado nacional la característica principal de este producto es su alta sensibilidad (elasticidad) al precio, a diferencia del mercado internacional cuyo consumo es más estable y su precio también.

La mejor oportunidad de mercado para la producción de Vinces es la “ventana de invierno”, es decir los meses fríos en los que no hay producción en el altiplano (a excepción de los cultivos protegidos), por lo que las regiones costeras tropicales ofrecen tierras y climas adecuados. Las importaciones del producto se encuentran altamente concentradas en las economías maduras del planeta, mismas que la utilizan indistintamente en fresco o para la industrialización, La calidad de la fruta de la papaya depende de su estado sanitario y de su aspecto en general.

La fruta no debe contener daños y defectos objetables desde el punto de vista

comercial y sanitario. Su madurez deber ser tal que permita su comercialización en un tiempo razonable y que satisfaga los requerimientos del consumidor. Cuando la papaya es destinada a la exportación, deberá cumplir con los requisitos de calidad y sanidad exigidos por el país importador; así como, también, los requisitos exigidos para su empaque y presentación.

Como resultado de las tendencias mundiales por alimentos más naturales, y gracias a las mejoras e implementaciones tecnológicas postcosecha para empaquetado y almacenamiento en frío, el comercio de frutas tropicales ha visto un considerable aumento en el volumen de frutas frescas en comparación con las procesadas.

El mercado se encuentra bien atendido, por lo que cualquier oferta nueva debe contar con elementos de ventaja competitivos tales como un bajo precio o innovaciones en la presentación.

Situación conflicto

En la ciudad de Guayaquil los mercados municipales existen escasez, de distribución de papayas, la exportación de papaya ecuatoriana es un reto difícil para muchos proveedores debido a las nuevas tendencias de negocios tecnológicos, científicos la agricultura y las altas exigencias de los mercados internacionales con respecto a los requisitos técnicos y sanitarios de los países importadores de este fruto.

La globalización implica esfuerzos para el amplio margen de distribución en números considerable en los mercados, ya que la competencia entre países es la constante como asociadas con la apertura, competencia y el crecimiento de una empresa.

Generalmente tener globalización en la distribución de un producto es un reto muy difícil y depende de grandes esfuerzos para obtener buenos resultados en el crecimiento de una empresa.

El cultivo de la papaya ha experimentado un crecimiento en todo el mundo experimentado un crecimiento en todo el mundo en los últimos años debido a la demanda de los en los últimos años debido a la demanda de los consumidores por sus propiedades nutritivas, consumidores por sus propiedades nutritivas, medicinales y sabor, además a nivel de medicinales y sabor, además a nivel de agricultores es un cultivo que ofrece ingresos a agricultores es un cultivo que ofrece ingresos a partir de los 6 meses de trasplantado, lo que lo vuelve uno de los frutales más precoces, a esto vuelve uno de los frutales más precoces, a esto hay que agregarle que los proyectos de inversión social ven en esta planta una buena alternativa social ven en esta planta una buena alternativa de alimento, opciones de diversa e alimento, opciones de diversificación de acción de fincas, fuente de empleo y alta rentabilidad. (García, 2010, pág.8)

A nuestro criterio personal el cultivo de papaya hoy en día tiene una buena acogida a nivel Internacional, Nacional, Regional, por los distribuidores porque generan altos ingreso, por lo cual mucho invierten en esta fruta para su sustento de vida y que generan muchas plazas de empleo. Ya que, por su exquisito sabor, es muy nutritivo sirve para la salud para tener una buena digestión, aumento de las defensas naturales, también como en medicinas, dietas, alimentos nutricionales para los más pequeños de los hogares, negocios que se emprenden.

Comportamiento de la producción de papaya en los últimos años.

Tabla 1

Comportamiento de la producción de papaya en los últimos años

Año	Toneladas
1998	4, 797,566
2005	8, 106,869
2006	8,968,619
2007	9,508,477
2008	10,104,917

Fuente: FAOSTAT 2010

A través de las estadísticas mostradas, el mercado de la papaya presenta un panorama positivo crecientes en consumo a nivel local e internacional, que representa una alternativa favorable en el mercado interno, así como para exportación, que, ante la vigencia del Libre de Comercio, se permite la entrada de papaya mexicana a Norteamérica sin pago de arancel. A nivel mundial, la papaya es un cultivo que cobra importancia día a día, lo cual se refleja en el incremento de diversos parámetros estadísticos, tales como el volumen de la producción, el nivel de las importaciones, el consumo per cápita y los precios del producto.

Tabla 2

Conflicto

Causas	Consecuencias
Ausencia de locales de ventas de papaya sin químicos.	Clientes no pueden consumir el producto a sabor natural.

Nota: Soledispa, Zárata 2019

Analizando los mercados municipales específicamente en la ciudad de Guayaquil se evidencia la escasez de distribución de papayas por lo que la ciudadanía tiene que optar por comprar otras frutas, para cubrir sus necesidades, siendo esta fruta muy consumida y saludable. Se puede observar que existen causas de la ausencia de locales de ventas de papaya sin químicos, en la cual tiene por efectos que los clientes no pueden consumir el producto a sabor natural.

1. Formulación del Problema

¿Cómo cuantificar los costos de inversión para la creación de la microempresa “¿Papaya Green”, y distribución en los mercados municipales del cantón Guayaquil en el periodo 2018?

1.2 Delimitación del problema

Campo : Empresarial

Área : Costos de inversión

Aspectos: Costos de inversión, distribución, mercados municipales.

Tema : Proyecto de Prefactibilidad para la creación de la microempresa “Papaya Green” y distribución en los mercados municipales del cantón Guayaquil.

Espacio: Ecuador, Guayas, Guayaquil, Vinces

Tiempo: Periodo 2018

1.3 Variable de la Investigación

Variable independiente : Costos de inversión

Variable dependiente : Distribución en los mercados municipales

1.4 Objetivos de la investigación

Objetivo General

Determinar los costos de inversión de la creación para una microempresa de papaya en el cantón Vinces, provincia del Guayas.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar el problema y su ubicación en el contexto
- Fundamentar teóricamente costos de inversión y distribución en los mercados municipales.
- Vincular metodológicamente tipos de investigación y técnicas a utilizar en el trabajo.
- Examinar instrumentos aplicables en la investigación
- Comprobar Prefactibilidad de la propuesta.

1.5 Preguntas de la investigación

1. ¿Cómo fundamentación teóricamente la distribución de papayas?
2. ¿Cuál es la situación de los productos de la microempresa?
3. ¿Qué tipo de investigación realizo en el campo metodológico?
4. ¿Cómo alcanzaría niveles óptimos de ventas?
5. ¿Cuánto costaría determinar la Prefactibilidad de la inversión?

1.6 Justificación e Importancia

El proyecto de Prefactibilidad es importante porque una vez que se ha ubicado y analizado los mercados municipales y verificar que no se cuenta con una distribuidora de papaya que cubra la demanda de los clientes en la ciudad de Guayaquil, es esencial analizar los costos de inversión para poder proceder con la creación de la microempresa Papaya Green.

Los beneficiarios al resolver el problema, directamente enfocados para aquellos

habitantes de la ciudad de Guayaquil, por que podrán adquirir la papaya en los mercados municipales verificando que es un producto sin químicos.

El proyecto es factible, una vez que hayamos examinado los costos de inversión para la creación de la microempresa distribuidora Papaya Green, nos dirigimos Banco Pacifico por un crédito que está destinado para emprendimientos de ideas de negocios su fuente principal el producto de las ventas o ingresos generados.

El alcance social de la investigación, después de que hemos analizado los costos de inversión y que se apruebe el crédito de Banco de Pacifico, con la finalidad de la creación de la distribuidora Papaya Green.

La propuesta del proyecto es conveniente porque ayudará organizar, ejecutar, planificar, controlar los recursos y procedimientos para la creación de la empresa y distribución de papayas y a futuros emprendedores.

Tiene relevancia social porque beneficiará a mejorar la economía y alimentación de los clientes de la ciudad de Guayaquil y creando fuentes de empleos.

El trabajo tiene aplicación práctica porque es una necesidad latente en la actualidad se puede garantizar el logro de los resultados esperados en el proceso, para las personas que deseen crear una empresa.

El valor teórico que se obtendría es guiado para futuros estudiantes que tengan objetivos de grandes emprendimientos de negocios rentables con la voluntad de superarse y crear su propia razón social, con los conocimientos aplicados en este proyecto podrán guiarse y lanzar su producto al mercado. La utilidad metodológica ayudará a recolectar datos teóricos e históricos de las variables presentadas para analizar los costos en la inversión y poder avanzar con la creación de la distribuidora de papayas.

En la viabilidad técnica se aplica características, condiciones técnicas y operativas

que se aseguren del cumplimiento de las metas y objetivos del presente proyecto con el fin de que se beneficien a las personas. Genera viabilidad económica porque la materia prima es producida en el sector y se disminuirá los costos, pues se adquieren a un precio conveniente, haciendo competitivo el producto en el mercado.

En la viabilidad ambiental se va a contribuir porque el producto son plantas cultivadas por sus semillas y no es contaminante y servirá para abono, cumpliendo sus normas sanitarias y ambientales.

Tiene como objetivo tener una viabilidad financiera con una prestación de crédito para estimar los gastos e inversión que se va a realizar para ejecutar el plan de proyecto.

El proyecto tiene viabilidad política va estar relacionada con el apoyo, metas y valores que permita que se pueda generar el emprendimiento.

Conclusión del capítulo I

La empresa Papaya Green a implementar contara con distintos tipos de viabilidades en la cual será de mucho beneficio para los vendedores de los mercados municipales de cantón Guayaquil, ya que tendrá a su alcance quien le distribuya la papaya para sus ventas en el negocio. De tal manera se brinda un buen servicio, precios, comodidad y la calidad de las papayas que son 100% natural sin químicos para el consumo de sus clientes.

El objetivo de este proyecto va ser que se cubra la demanda, ya que existen escasez de distribuidores de papaya en los mercados municipales del cantón Guayaquil. Esto quiere decir que el proyecto es viabilidad y va a generar mayores ingresos, teniendo participación en el mercado, incremento de clientes, para un crecimiento importante para los inversionistas, socios de este proyecto.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Fundamentación teórica

Afirma Andes, (2014) Los costos de inversión es el conjunto de esfuerzos y recursos invertidos con el fin de producir algo útil; la inversión está representada en : tiempo, esfuerzo o sacrificio, y recursos o capitales. La producción de un bien requiere un conjunto de factores integrales que son:

- a) Cierta clase de materiales
- b) Un número de horas de trabajo-hombre, remunerables
- c) Maquinaria, herramientas. Y un lugar adecuado en la cual se lleve a cabo la

producción. pág. 9

Entendemos que los costos de inversión es el dominio para aumentar la producción deseada, la inversión genera a la empresa unos ingresos adicionales si le permite vender más. La inversión depende de los ingresos que genere la situación de la actividad económica global.

Analizamos que los costos de inversión es la adquisición de capitales para la función de algún plan planificado con activos necesarios para una planeación de negocios.

Afirmo Ejemplode.com, (2011) que el costo de inversión representa los factores técnicos medibles en dinero, que intervienen en la producción. Está representado por tiempo, esfuerzo o sacrificio y recursos o capitales.

Generalmente los costos de inversión es la capacidad de sacrificio de tiempo para la realización de un producto o servicios, la inversión representa los factores técnicos medibles en dinero.

Para Silva, (2014) los costos de inversión Corresponde a los montos de recursos que se estima demandará el proyecto, durante las etapas de diseño y/o ejecución. p12

Entendemos que expresa los factores técnicos o intelectuales de la producción o elaboración. Lo que se sacrifica o se desplaza en lugar de la cosa elegida, Manifiesta las consecuencias obtenidas por la alternativa elegida.

Define Maúrtua, (2014) que los costos de inversión de un proyecto son los recursos que se asignan a la inversión fija y capital de trabajo, tanto al inicio del proyecto como, ocasionalmente, a lo largo de su vida útil. p.32

Analizamos que los costos de inversiones cuya primordial ocupación es servir de soporte a las ventas, se las designan de corto plazo, ya que se destinan a capitalizar los activos corrientes tales como: inventarios, cuentas por cobrar, cuentas que se recuperan en plazos inferiores a un año, repitiéndose el ciclo de inversión y recuperación en forma continua.

Para Sika,(2018) los mercados municipales del cantón en Guayaquil es de mucha importancia implementar el proyecto denominado rehabilitación de la red de mercados Municipales de Guayaquil, los mercados tienen en promedio 20 años de construcción. p.22

Analizando las aéreas de los mercados municipales de Guayaquil este proyecto favoreció a muchos clientes, proveedores porque ayudo a mejorar el comercio generalizando ingresos a los distribuidores.

Según el Diccionario de S.A, (2012)” La distribución es una de las funciones del marketing, que se encarga de la organización de todos los elementos incluidos en la vía que une el fabricante con el usuario final”. p.2

La distribución es un efecto que se encarga de dividir un producto a distintas personas con el fin de obtener beneficios convenientes.

Considera Thompson, (2013) “La Distribución o plaza es una herramienta de mercadotecnia las otras son el producto, el precio y la promoción que los mercadólogos utilizan para lograr que los productos estén a disposición a los clientes en las cantidades, lugares y momentos precisos”. p.9

La distribución es cuando se van promocionando productos a distintos mercados para la satisfacción de los clientes con el fin generar capital, ofreciendo lo que necesitan en el momento indicado.

Para Cerdeño, (2010)” Los mercados municipales no permanecen ajenos a la reconfiguración de la demanda: necesitan conocer el comportamiento del consumidor actual que mediante un proceso racional o irracional selecciona, compra, usa y dispone de productos, ideas o servicios para satisfacer sus necesidades y deseos”. p.1

En los mercados municipales se necesitan evaluar el comportamiento de los usuarios mediante procesos racional e irracional para disponer la compra de los productos o servicios para satisfacer las necesidades.

Según Víctor Manuel Castillo Girón, (2015) Los mercados públicos municipales constituyen uno de los espacios comerciales con mayor tradición en el abasto y distribución de alimentos de las zonas urbanas. p.33

Los mercados municipales son espacios comerciales de abastos que tienen las zonas urbanas para que se distribuyan a distintos hogares generando mayores ingresos.

Para Gordón R. A., (2010) Los mercados municipales minoristas inteligentes deben desarrollar su orientación empresarial hacia el consumidor final, con la idea de establecer una asociación recíproca de intereses por la cual el consumidor obtenga una satisfacción de sus necesidades racionales, para adquirir los productos frescos y cotidianos; sociales, de convivencia y emocionales. p.19

En los mercados municipales es muy importante considerar que se debe saber llegar a los consumidores para que conozcan los beneficios, precios ofreciendo una amplia gama de productos de lo que se distribuye y que los disfruten en la convivencia familiar, cumpliendo las expectativas esperadas.

Según, Fleitman, (2013) “la distribución comprende las estrategias y los procesos para mover los productos desde el punto de fabricación hasta el punto de venta” p.4

La distribución son actividades se realizan desde un producto elaborado por el fabricante hasta que sean comprados por varias personas con planes de estrategias para beneficios.

2.1.2. Estudio de mercado

Latorre (2005) “Su objetivo general persigue verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado para poder medir el riesgo de su colocación y sus posibilidades de éxito.” p.22

- Abarca seis aspectos principales:
- Descripción del producto, características y usos
- Demanda del producto
- Oferta del producto
- Mercado potencial
- Formación del precio
- Canales de comercialización

2.1.3. Estudio técnico

Según, Lira, (2012) El objetivo del estudio técnico es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuánto costará todo esto, que se

necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

En el estudio técnico se define:

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que máquinas y procesos usar.
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto. p.13

2.1.4. Estudio Financiero

Aquí se demuestra lo importante si la idea es rentable para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos, qué salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesitan cambios, como, por ejemplo, si se debe vender más, comprar máquinas más baratas o gastar menos. "Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión. Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable." Lira (2012) p.12

2.2 Marco Referencial.

Según Vázquez (2012) en su proyecto de estudio "Trazabilidad Agroalimentaria: Papaya (Carica papaya) en el distrito de desarrollo en la Universidad Autónoma de México.p22

La exportación de papaya ecuatoriana es un reto difícil para muchos productores debido a las nuevas tendencias de negocios tecnológicos, científicos, la agricultura y las altas exigencias de los mercados internacionales con respecto a los requisitos técnicos y sanitarios de los países importadores de este fruto a pesar de tener grandes productos de peso, el país tiene puesto en práctica estrategias de negocio reales que le permiten tomar ventaja de su

liderazgo en estos mercados, la papaya promoción de las exportaciones en algunos casos ha sido dispersado y limitado. La metodología utilizada fue un estudio de los fondos bibliográficos y documentales donde se recogió la información para determinar la creación de las papayas empresa exportadora. Se dirigió a la técnica de la entrevista para aprender acerca de los temas y el beneficio empresarial. Además, se ha desarrollado una serie de cuestiones marco teórico que sustentan el trabajo de investigación. Después del análisis correspondiente se desarrolló una propuesta para un estudio de viabilidad para la creación de una empresa de exportación de las papayas hawaianas. Se hizo un proyecto que contiene el mismo estudio de mercado, estudio de la organización, estudio técnico y estudio financiero. La papaya es una fruta que es muy apetecible para las personas, teniendo en cuenta los beneficios que tiene para la salud. La estructura de la organización consistirá en la Dirección General, el Departamento de Administración y Producción. Además, un análisis FODA de un posible negocio desarrollado. El estudio técnico se describe el proceso para la producción de papaya, la zona en que la dimensión de cada cámara va a funcionar. Por último, el plan financiero, El Balance muestra el crecimiento financiero de la compañía durante los cinco años. El estado de resultado integral indica un valor promedio de la utilidad durante los cinco años de \$ 261,650.05. El Flujo de Caja demuestra una liquidez para cumplir con todas sus obligaciones contractuales. El negocio muestra un VAN de \$ 516,591.36 y una TIR de 49,10%. Vargas O. I. (2016) p.3

A diferencia de este proyecto que busca la producción y distribución basada en el cultivo y cuidado de la fruta, además de su comercialización al mercado, es que el proyecto propuesto se basa en la distribución y comercialización a nuestros proveedores que son los mercados municipales de Guayaquil.

Mientras que en otro caso tenemos según Vargas Montero (2016) en su estudio “Estudio de Factibilidad de Creación de una Empresa Exportadora de Papayas Hawaiana”

Universidad de Guayaquil de la Facultad Ciencias Administrativas Unidad de Titulación hace referencia a lo siguiente:

La papaya es una fruta tropical de forma ovalada o aplanada, que mide entre 10 y 20cm y pesa normalmente entre 500 y 1.000g, aunque puede alcanzar los 5kg. Se trata de una baya con la piel fina y de color entre el verde amarillento y el naranja. La pulpa es roja anaranjada o amarilla, dulce y muy jugosa. Dentro presenta una cavidad donde se encuentran las semillas, que son de color negro grisáceo. La calidad de la papaya puede ser medida por un proceso de análisis de imágenes. Como ejemplo para probar esto, determinamos el desarrollo de las manchas causadas por la antracnosis en la cáscara de la papaya. Para obtener el área de infección en la cáscara de la papaya se hicieron dos experimentos con papayas sometidas a dos diferentes temperaturas. Concluimos que este proceso sí se puede utilizar para cuantificar la calidad de la papaya ya que logramos determinar el desarrollo de las manchas de la antracnosis en ambos experimentos. p15

El objetivo de esta investigación fue prolongar la vida útil de la papaya considerando los diversos problemas de pos-cosecha; como plagas, enfermedades virales y fungosas de gran importancia a nivel mundial, se usó diferentes concentraciones de propóleos (0.1, 0.3 y 0.5%) en etanol al 20% a una temperatura de 35°C con 10 minutos de inmersión de cada papaya, el peso de la fruta tuvo un rango de 1.5 - 1.7kg y su estado de madurez inicial fue de 20-25% para un mejor control en la investigación.

Este estudio es el que más similitud tiene de acuerdo a los objetivos del proyecto, ya que en base a los datos brindados por las diferentes fuentes de producción y estadística nacional, nos da una seguridad para emprender en la creación de la distribuidora de papaya, su diferencia es que ellos se basan en la vida útil de la papaya considerando la cosecha, diferencia a nuestro proyecto propuesto se basa a la comercialización a través de los canales de distribución a los proveedores del sector.

En las variables a medir (pérdida de peso, estado de madurez, tiempo de vida útil referente a crecimiento de hongos, análisis físico-químicos y sensorial); dio como resultado que el propóleos tiene un efecto moderado en los hongos, ya que el *Rhizopus* s.p. fue el único hongo que apareció en el tratamiento (T3), el tratamiento (T2) obtuvo menor pérdida de peso de (9.41%) a diferencia del testigo que fue 14.70% y en estado de madurez las diferentes concentraciones de propóleos no aceleraron la maduración de la fruta. Los resultados de los análisis físico-químicos y análisis sensorial, comprobaron que las diferentes concentraciones de propóleos no tuvieron ningún en sólidos solubles, acidez y características organolépticas de la papaya, pero sí mostraron diferencia significativa en la pérdida de peso y pH. Asimismo se logró prolongar la vida útil de la fruta por solo 10 horas con respecto al testigo y se concluyó que no es factible económicamente el uso del propóleos en solución por su elevado costo. Cordova Garcia & Loo Reyes , (2014) p.14

La papaya es una fruta tropical que se consume por su pulpa principalmente, que suele ser de color anaranjado y de sabor dulce y jugoso. También se aprovechan sus semillas secas se puede tomar como fruta fresca, cocida o en diversos preparados como helados, refrescos y jaleas, Es un alimento bajo en calorías y altamente digestivo.

Permita, cuando no, se utilizarán herramientas específicas para esta labor, las cuales deben ser desinfectadas con regularidad durante el proceso. Las canastillas de recolección de la fruta deben ser identificadas y utilizadas exclusivamente para este objetivo, lavadas diariamente y desinfectadas con regularidad. Se recomienda que el punto de maduración de la papaya, sea tal que permita soportar el transporte, la manipulación, y llegar al lugar destino con las características requeridas por el cliente. Se debe registrar la cosecha de papaya. Una vez cosechada la fruta, no debe tener contacto directo con el suelo, se recomienda colocarla bajo sombra hasta que se realice su traslado a la empacadora, centro de acopio o distribución al consumidor final. Antes de llevar la fruta a la empacadora, se recomienda realizar una pre

clasificación de la misma en campo, se tendrá en cuenta para ello, no enviar papaya inmadura o demasiado madura, con deformaciones, golpes, heridas o manchas de látex ni con lesiones causadas por hongos o insectos. Cabezas, (2015) p.23

De la papaya se consume tanto su pulpa como sus semillas secas. Los frutos maduros se toman generalmente como fruta fresca, en rodajas, con azúcar y zumo de lima o en ensaladas de frutas. Las papayas verdes se consumen como fruta cocida. También se elaboran diversos productos como confituras, refrescos, helados y jaleas, además de hacerse conservas con ella.

Los estudios fenológicos permiten entender las respuestas de los organismos a los factores ambientales, así como las etapas críticas de las plantas cultivadas, lo cual ayuda a maximizar el uso eficiente del presupuesto disponible, al permitir aplicarlos en dosis óptimas y en el momento en que las plantas lo requieran. La papaya, representa un producto rentable y con múltiples usos, no recibe valor agregado de forma importante; es decir, no incorpora nuevos eslabones los cuales podrían ser la industria farmacéutica, en la extracción de látex para la fabricación de plástico, jugos y néctares; Su cadena productiva consiste tan sólo en la producción, distribución y consumo en fresco. Cabezas, (2015). p23

Este estudio se identifica como ayuda en factores ambientales que se presenten en las plantas cultivadas de papaya para reducir un presupuesto disponible, la fruta es muy rentable y genera alto ingreso por sus múltiples beneficios que sirve para la salud. Es un producto con un bajo aporte calórico que apenas aporta proteínas y grasas. Es rico en vitaminas A, C y en potasio. Además, contiene papaína, una enzima que degrada las proteínas y que lo hace una fruta muy digestiva.

2.3 Variables conceptuales de la investigación.

Variable Independiente: Costos de inversión.

Molina, (2016) “Los costos de inversión llamados también costos pre-operativos corresponden a aquellos que se incurren en la adquisición de los activos necesarios para poner el proyecto en funcionamiento. Representan los factores técnicos medibles en dinero que intervienen en la producción, es la suma de esfuerzo y recursos con el fin de producir algo.”p.3

Gabriel, (2011) “Argumenta que la evaluación de los proyectos de inversión es un instrumento que crea metodologías que reducen o prevén posibles pérdidas durante el ejercicio viéndolo desde un enfoque general, se cuenta con una base científica que sustenta las inversiones que se realicen observando un panorama fidedigno del comportamiento de inversión junto con elementos necesarios para una toma de decisiones, dándonos alternativas para poder realizar estrategia financiera para obtener rentabilidad adecuada.” p.6

Ramirez, (2004) Analiza que las inversiones de confrontación presentan la limitación de ser movimientos que exigen prontitud, o peor aún, rapidez o apresuramiento y ello puede inducir a errores. La inversión en una guerra de precios suele ser tan grande, como grande sea la obstinación y la soberbia de quienes luchan en ese remolino autogenerado por los propios gladiadores. Para entrar en una guerra de precios se debe tener una chequera con muchos fondos, pues la pelea se puede tardar más de lo inicialmente calculado y el retroceso suele dejar un sabor de derrota en quien se detiene primero y de victoria en la contraparte. En las guerras de precios todas las partes suelen perder, las empresas en conflicto y los consumidores después de ella, pues si bien estos últimos primero disfrutaban por un tiempo al poder comprar barato, una vez culmina la guerra, el pretendido ganador deberá subir los precios al nivel anterior o incluso superior, con lo cual la pequeña victoria del consumidor desaparece. p12

Variable dependiente: Distribución en los mercados municipales.

Cedeño V. , (2010) “Los mercados municipales han desarrollado una labor de comercialización de productos perecederos que ha supuesto su consolidación como uno de los formatos más importantes en el tejido distributivo. Los mercados municipales no permanecen ajenos a la reconfiguración de la demanda: necesitan conocer el comportamiento del consumidor actual que mediante un proceso racional o irracional selecciona, compra, usa y dispone de productos, ideas o servicios para satisfacer sus necesidades y deseos.” p.1

Los mercados municipales deben pensar que la cercanía o proximidad con el consumidor, conjuntamente con una oferta definida, una amplitud de horarios, unas buenas ofertas y unas adecuadas promociones son elementos decisivos para que el consumidor apueste por este formato comercial.

Gordón, (2010) Expresa que los mercados municipales pueden abordar la innovación desde dos puntos de vista distintos; por un lado, en su forma de atender a sus clientes o compradores que visitan el mercado:

- Mejorando la ambientación. Se trata de que nuestros mercados creen una atmósfera donde se perciba que cada elemento tiene un significado concreto y se establezcan relaciones entre ellos. Nos referimos a buscar el placer, a disfrutar comprando no sólo del producto sino también de todo lo que nos rodea.
- La propia información que ofrecen los profesionales que trabajan en las paradas hasta el recurso de soluciones más tecnológicas, como la disposición de pantallas de plasma con información sobre novedades y las ofertas.
- Cambiando la distribución de la sala de ventas, atendiendo a la tipología y características de los productos que vendemos. p.8

Cerdeño, (2010) Define que los mercados municipales son un formato comercial plenamente integrado en el sistema distributivo español y su actividad viene siendo esencial durante las últimas décadas en el abastecimiento de productos perecederos. Este trabajo

revisa el papel de los mercados municipales en la distribución comercial incidiendo, especialmente, en la interacción que desarrollan con los consumidores.p.16

Cedeño V. J., (2010) Plantea la evolución de la cuota de mercado en la

Evolución cuota de mercado de alimentación fresca, 1992-2008. Porcentaje

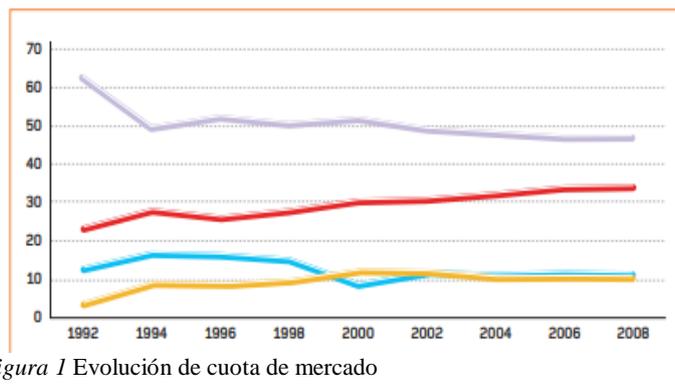


Figura 1 Evolución de cuota de mercado

Fuente: Universidad Complutense de Madrid

comercialización de alimentación fresca durante el periodo 1992-2008. El comercio especializado va cediendo participación al supermercado, aunque durante el último año vuelve a plantearse una divergencia a favor del comercio especializado. Se conviene matizar que el comercio especializado destaca en la distribución de hortalizas frescas (38%), frutas frescas (44,6%), pescado (38,7%) y carne (40,1%). En el conjunto del mercado alimentario la participación del comercio especializado llega al 28,2%, aunque en la alimentación fresca se cifra en un 45,6% y en la alimentación seca en el 12,1%. p.18

2.4 Operacionalización de las Variables

Tabla 3

Procedimiento de las variables

Variable independiente	Definición	Indicadores	Técnicas
Costos de inversión	Molina, (2016) “Los costos de inversión llamados también costos pre-operativos corresponden a aquellos que se incurren en la adquisición de los activos necesarios para poner el proyecto en funcionamiento. Representan los factores técnicos medibles en dinero que intervienen en la producción, es la suma de esfuerzo y recursos con el fin de producir algo.” (p.3)	Factores- Técnicos VAN TIR	Encuestas
Variable Dependiente	Definición	Indicadores	Técnicas
Distribución en los mercados municipales.	Cedeño V. (2010) “Los mercados municipales han desarrollado una labor de comercialización de productos perecederos que ha supuesto su consolidación como uno de los formatos más importantes en el tejido distributivo. Los mercados municipales no permanecen ajenos a la reconfiguración de la demanda: necesitan conocer el comportamiento del consumidor actual que mediante un proceso racional o irracional selecciona, compra, usa y dispone de productos, ideas o servicios para satisfacer sus necesidades y deseos.”(p.1)	Productos Comercialización Comportamiento Consumidor	Entrevista FODA Análisis Documental

Nota: Soledispa, Zárate 2019

2.5 Marco Conceptual

Adquisición: El proceso de adquisición a menudo forma parte de la estrategia de una empresa debido a que la habilidad de comprar ciertos materiales determinará si continuarán las operaciones. Un negocio no podrá sobrevivir si su precio de adquisición es mayor a la ganancia que genera al vender el producto real. Luthra, (2016)

Capital: Se denomina capital al elemento necesario para la producción de bienes de consumo y que consiste en maquinarias, inmuebles u otro tipo de instalaciones. Así, los llamados bienes de capital son aquellos bienes destinados a la producción de bienes de consumo. Duarte, (2008)

Comercialización: es la actividad como tal que se realiza en el comercio. Es el intercambio o “Trueque” que se aplica cuando una persona quiere adquirir un producto y a cambio entrega una cantidad de dinero impuesta. Es todo ese conjunto de actividades que pueden llegar a tener un complejo procedimiento, todo depende de la magnitud de la transacción. Definista, Concepto definición. de, (2011)

Costos de producción: Se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio). Porto, Definición de costo, (2008)

Crédito: El crédito, es una cantidad de dinero que un sujeto, el acreedor (un banco, el Estado, una persona particular.) le presta a otro, el deudor, y que este último deberá devolver en un determinado plazo de tiempo, normalmente pagando unos intereses que supondrán la ganancia del acreedor. Gedesco, (2011)

Eslabones: es un elemento que, al enlazarse con otros, permite constituir una cadena. Los eslabones suelen tener forma de curva cerrada o de anillo. Porto, Definición de eslabones, (2017)

Extracción: es un acto de sacar algo que se encuentra hundido, inmerso o sepultado en alguna otra cosa o lugar. Podrá referir diversas cuestiones, es ampliamente utilizado en contextos como la química, el origen social, la minería, la odontología, los análisis clínicos, matemática y la informática. Hecha, Definición de extracción, (2010)

Exportación: son el conjunto de bienes y servicios vendidos por un país en territorio extranjero para su utilización. Junto con las importaciones, son una herramienta imprescindible de contabilidad nacional, es básicamente todo bien y/o servicio legítimo que el país productor o emisor (el exportador) envíe como mercancía a un tercero (importador), para su compra o utilización. Oca, (2015)

Estrategias: Estrategia es un plan para dirigir un asunto. Una estrategia se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles. La estrategia está orientada a alcanzar un objetivo siguiendo una pauta de actuación. Estrategias, (2017)

Financiación: es la acción y efecto de financiar (aportar dinero para una empresa o proyecto, sufragar los gastos de una obra o actividad). La financiación consiste en aportar dinero y recursos para la adquisición de bienes o servicios. Es habitual que la financiación se canalice mediante créditos o préstamos (quien recibe el dinero, debe devolverlo en el futuro). Gardey, (2013)

Implementar: permite expresar la acción de poner en práctica, medidas y métodos, entre otros, para concretar alguna actividad, plan, o misión, en otras alternativas. Ucha, Implementar, (2012)

Látex: es un jugo de tipo lechoso de color blanco que tienen algunos vegetales, se encuentra en el interior de unos canales laticíferos y se expulsa por la corteza de la planta. Restrepo, (2017)

Metodología: se define como el grupo de mecanismos o procedimientos racionales, empleados para el logro de un objetivo, o serie de objetivos que dirige una investigación científica. Este término se encuentra vinculado directamente con la ciencia, sin embargo, la metodología puede presentarse en otras áreas como la educativa, en donde se encuentra la metodología didáctica o la jurídica en el derecho. Definista, Definición de Metodología, (2014)

Prefactibilidad: es un análisis preliminar de una idea para determinar si es viable convertirla en un proyecto suele emplearse en el ámbito empresarial y comercial. Merino, (2015)

Procesos: Un Proceso se define como un conjunto de actividades enlazadas entre sí que, partiendo de uno o más inputs (entradas) los transforma, generando un output (resultado). Granada, (2000)

Exigencias: Se trata del acto y la consecuencia de exigir: demandar, pedir algo de manera imperiosa. Porto, Definición de exigencia , (2017)

Normativa: Se conoce como normativa a la norma o conjunto de normas que guían, dirigen y ajustan el comportamiento de un individuo, organización, materia y/o actividad. Normativa , (2016)

Cotización La cotización es un documento contable en donde se detalla el precio de un bien o un servicio para el proceso de compra o negociación. Dentro de este proceso también se le conoce como presupuesto, y es cuando un cliente le pide a cierta empresa que le indique el valor de un pedido de mercancía. Siigo, (2018).

Conclusión del capítulo II

Para este capítulo se utilizaron definiciones de diferentes autores de libros, páginas web, entre otros, para concretar los conceptos colocadas en los términos pocos comunes utilizados en este proyecto, teniendo con el fin de despejar las inquietudes que tengan los lectores de este documento y aportara al conocimiento educativo.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Diseño de la Investigación

Para el desarrollo del proyecto se utilizará el diseño descriptivo donde se analizaron entrevistas y encuestas, así como el cualitativo, cuantitativo (mixto) que analiza un proceso y sus riesgos basados en la recolección de datos en los mercados municipales, así como lo financiero para evaluar la prefactibilidad de la propuesta.

Descriptivo: En esta investigación se utilizará un diseño descriptivo porque ayudará a la recolección de datos para medir y evaluar la distribución de papayas en los mercados municipales.

Científico: En esta investigación se utilizará un diseño científico, porque es la sucesión de pasos que debe darse para descubrir nuevos conocimientos, es un orden conectado directamente a la objetividad de este proyecto.

3.2 Tipos de Investigación

El trabajo se desarrolla como una investigación descriptiva, explicativa y en parte correlacional.

Nos indico Arias, (2012) que la investigación descriptiva “Consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento.” p.24

El trabajo de investigación es tipo descriptiva porque en ella se observa los procesos a planificar del proyecto para así obtener buenos resultados.

Universia, (2017) “Manifiesta que La investigación descriptiva es la que se utiliza, tal como el nombre lo dice, para describir la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se estén abordando y que se pretenda analizar.”

El proyecto tiene como investigación descriptiva analizar las situaciones, poblaciones, grupos de personas etc., con el fin de recolectar información para poder cumplir objetivos planteados.

Arias, (2012) afirmo que la investigación explicativa se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante establecimiento de causa- efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas”. p.26

El trabajo de investigación es tipo explicativa porque se manifiesta diseñar un proceso de factibilidad para la creación y distribución de la empresa para que el proceso sea eficiente.

Larramendi, (2017) define “la investigación de tipo explicativa como búsqueda para establecer las causas en distintos tipos de estudio, estableciendo conclusiones y explicaciones para enriquecer o esclarecer las teorías, confirmando o no la tesis inicial. p 20.

La investigación de tipo explicativa es la descripción de un problema recolectado para analizar y buscar las causas que se originan en la situación inicial.

Correlacional: Para Tamayo, (2013) “La finalidad de la investigación correlacional es determinar el grado de relación entre las dos variables planteadas en el problema de investigación”. p.16

El presente trabajo de investigación es correlacional porque determina las variables independientes y dependientes planteadas en los procesos del presente proyecto.

3.3 Población

Tamayo, (2012) señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación. p.12

La población del Cantón Guayaquil son los cuarenta y cuatro mercados municipales y cada uno de ellos consta con siete puestos, dónde se va a recolectar datos para hacer un análisis, y obtener un mayor conocimiento de la venta de papayas.

3.4 Muestreo

Aplicación de la fórmula muestral.

Simbología

N= Tamaño de la población =	308
P= Probabilidad de éxito =	0.25
Q= Probabilidad de fracaso =	0.25
E ² = Límite máximo de error =	0.08%
K= Nivel de confianza =	2 ²
n= Tamaño de la muestra =	155

$$n = \frac{PQN}{\frac{(N-1)E^2 + PQ}{K^2}}$$

$$n = \frac{(0.25)(308)}{0.08^2}$$

$$(308-1)' 2^2 + 0.25$$

$$n = \frac{77}{64}$$

$$64$$

$$(307) 8 + 0.25$$

$$n = \frac{77}{(307) (0.0008) + 0.25}$$

$$(307) (0.0008) + 0.25$$

$$n = \frac{77}{0.2456 + 0.25}$$

$$0.2456 + 0.25$$

$$n = \frac{77}{0.4956}$$

$$0.4956$$

$$n = 155$$

3.5 Técnicas e Instrumentos

Se aplicó el método de observación que es el registro visual de lo que ocurre en la situación real de la investigación especificada y consignada los datos de acuerdo con previsto.

Por medio de esta observación se logró determinar las conductas de compra de la fruta, y la aceptación de la misma en la población.

Las técnicas que se van utilizar en esta investigación son las primarias denominadas entrevista y encuesta.

Técnica de encuesta: uno de los excelentes métodos para conocer la situación actual de la demanda de la papaya, se la aplico a los clientes, y permitió recoger información, para el análisis, y el cuestionario se conformó con preguntas abiertas de selección múltiple y cerradas constituidas principalmente con información general como preferencia en los lugares de compra y de acuerdo a su tamaño.

Entre sus características se pueden destacar las siguientes:

1. La información se obtiene mediante una observación indirecta de los hechos, a través de las manifestaciones realizadas por los encuestados, por lo que cabe la posibilidad de que la información obtenida no siempre refleje la realidad.
2. La encuesta permite aplicaciones masivas, que mediante técnicas de muestreo adecuadas pueden hacer extensivos los resultados a comunidades enteras.
3. El interés del investigador no es el sujeto concreto que contesta el cuestionario, sino la población a la que pertenece; de ahí, como se ha mencionado, la necesidad de utilizar técnicas de muestreo apropiadas.
4. Permite la obtención de datos sobre una gran variedad de temas.
5. La información se recoge de modo estandarizado mediante un cuestionario (instrucciones iguales para todos los sujetos, idéntica formulación de las preguntas, etc.), lo que faculta hacer comparaciones intergrupales.

Las encuestas que se realizaron en la investigación son de tipo personal, este es un método más confiable y exacto para obtener los resultados esperados.

En conclusión, esta encuesta se dirigió a vendedores en los mercados municipales porque es fundamental conocer su punto de vista acerca de una nueva competencia y que observan ellos de parte de los consumidores que son la población con la que tratan todos los días en su trabajo.

Una encuesta adicional se la realizo a la comunidad, la cual arrojó como resultado, una gran aceptación por parte de los habitantes del norte de Guayaquil en la Ciudadela El

Paraíso, con una buena acogida de una distribuidora de papaya, que se brinde una fruta fresca y especialmente al alcance del bolsillo de cada una de las familias de dicho sector.

Técnica de entrevista: Una entrevista, a grandes rasgos, es una reunión fijada de antemano entre dos personas y en la cual ocurre un intercambio de información entre ellas. A diferencia del diálogo o la simple conversación, la entrevista persigue un propósito y un fin determinados, que bien puede apuntar a la evaluación, la divulgación o el diagnóstico del entrevistado.

En ese sentido, el éxito de la entrevista tiene que ver con la previa definición de sus objetivos, así como la habilidad del entrevistador para conducir el intercambio hacia los escenarios que resulten de su interés. Se la aplicara al propietario con el propósito de conocer más la opinión de los expertos en relación al tema sobre la papaya, este método de investigación da como resultado mayor.

Instrumentos

Cuestionario

La elaboración del cuestionario, en consecuencia, debe considerarse como una base fundamental de la preparación de la encuesta. En la medida en que se acierte en la confección de un cuestionario y permita resolver algún tipo de problemática existente. Esta elaboración constituye una operación extremadamente delicada en la que se ha de cuidar no solamente el aspecto material de la confección, si no gasta los menores detalles de todos los elementos que en él intervienen.

La elaboración de un cuestionario nace para la preparación de la técnica de la encuesta, la información que se presenta en el formulario debe de ser clara, sencilla y breve para de esta manera no confundir y tampoco aburrir a la persona encuestada, sino más bien

darle las facilidades de que pueda responder con un cuestionario con respuestas múltiples, como se muestra un ejemplo a continuación:

- ¿Cuántas distribuidoras de papayas en el sector usted conoce?
- ¿Cada qué tiempo consume papaya?

Como se muestran anteriormente, las preguntas que se elaboran al encuestado, son muy sencillas con opción a que su respuesta sea de manera objetiva y que para el encuestador sea mucho más fácil de tabular la información, y poder presentar un gráfico de tal manera que se pueda tomar una decisión mucho más ágil y enfocando esta decisión al resultado de la encuesta.

Aun así, con un cuestionario con respuestas múltiples, se puede tener un riesgo como puede ser, la falta de seriedad en la respuesta, en especial aquellas personas que desean dar una buena impresión. También se puede encontrar con la tendencia de decir a todo “sí”, y así una serie de situaciones totalmente no predecibles. Por ende, al redactar este cuestionario se consideraron los siguientes aspectos:

- Utilizar el lenguaje Claro
- Ir de lo fácil a lo difícil
- Evitar contradicciones
- Evitar las presunciones
- Evitar la doble navegación porque suele confundir

3.6. Procedimientos de la Investigación

Las técnicas y métodos que se utilizó en este proceso, se considera que son las necesarias y las más seguras asociándonos a la realidad de la situación del mercado antes de crear la empresa. Con la observación se evidencio que es necesario la creación de una

distribuidora de papayas, pero eso, fue confirmado por la elaboración de las técnicas e instrumentos utilizados posterior a la observación. Con las encuestas confirmamos que el mercado acepta la creación de la distribuidora de papayas y ésta es rentable con la encuesta de la competencia y aquellos proveedores.

Conclusión del Capítulo III

Para dicho proyecto se utilizó distintos tipos de investigación el mismo que sirve de ayuda a tener una mejor proyección clara y cercana de los acontecimientos suscitados en el cantón de Guayaquil , a conocer más cerca el problema que presenta, para dar una solución adecuada , teniendo mucho beneficios para los habitantes del sector.

Con los datos del INEC se determinó la población atendida y afectada del sector, que en base al proyecto se le dará una solución planificada. Con la finalidad de conocer si el proyecto tendrá una buena acogida para el sector , por ello se utilizaron instrumentos de investigación como las encuestas , entrevistas tanto a los vendedores de los mercados municipales como a los futuros consumidores.

CAPITULO IV
FORMULACIÓN DEL PROYECTO

4.1 Análisis e interpretación

Tabla 4

Análisis de los objetivos del proyecto

	Objetivos	Modo de comprobación
General	Determinar los costos de inversión de la creación para una microempresa de papaya en el cantón Vinces, provincia del Guayas.	Este objetivo se lo comprobará en el transcurso de toda la investigación, por lo que a través de su desarrollo y su debida puesta en marcha de los diferentes estudios que se realizan se comprueba si es viable o no su ejecución.
	Diagnosticar el problema y su ubicación en el contexto.	Este objetivo se va a desarrollar desde la página 1, hasta la página 13, en donde se expone el planteamiento del problema en la cual es el motivo del proyecto que se va a ejecutar la importancia de la investigación evaluando todos sus procesos.
	Fundamentar teóricamente costos de inversión y distribución en los mercados municipales.	Dicho el problema en este objetivo esta desde la página 14 a la 29, aquí tiene la finalidad de establecer de manera teórica las variables de la investigación, así mismo el estudio del mercado, estudio técnico, y financiero.
Específicos	Vincular metodológicamente tipos de investigación y técnicas a utilizar en el trabajo.	Este objetivo se lo estudia desde la página 30 hasta la 38 en donde se establecen los temas metodológicos, los tipos y técnicas de la investigación que serán vinculadas en este proyecto.
	Examinar instrumentos aplicables en la investigación.	Este objetivo se analiza desde la página 31 a la 51, donde se proyecta el estudio de mercado en la cual se recolecta datos de la demanda, entre ellos la oferta, el precio, estrategias de mercado, mercados de insumos.

Objetivos	Modo de comprobación
Comprobar Prefactibilidad de la propuesta.	En este punto se ejecuta todos los procesos planteados para que así el proyecto se gestione esperando buenos resultados.

Nota: Soledispa, Zárate 2019

4.2 Estudio de mercado

La investigación presenta una recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, para expandir a nuevos mercado.

Esta investigación tiene como fin implementar la creación de la empresa “Papaya Greem” que va ser ubicada en el Cantón Vinces provincia de los Ríos, en la que se va a distribuir la demanda en los mercados municipales de la ciudad de Guayaquil, por lo que se ha realizado un estudio de mercado que arrojo como resultados que actualmente en dicho cantón cuenta con escasez de distribuidores de papaya en la cual se ha identificado la necesidad de demandar el producto a los clientes. Aprovechando esta fruta de calidad que es muy valorado en los mercados nacionales e internacionales por sus muchos beneficios a la salud y este cultivo es altamente rentable para los agricultores porque todo el año garantiza la cosecha de uno o dos frutos.

Se manifiesta que dicho estudio está dirigido a los mercados municipales de la ciudad de Guayaquil, que se identificara las necesidades y preferencias de los consumidores que habitan en dicha población, sus compras frecuentes, sus comentarios entre otros.

4.2.1 La Demanda

Se consideró que la demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que son adquiridos por los consumidores que pretende cubrir sus necesidades, gustos, y

preferencias influyendo en los precios y beneficios para su vida habitual.

De acuerdo a la demanda se estima que la empresa “Papaya Green” tendría en la distribución del producto lo siguiente:

- En la ciudad de Guayaquil, de acuerdo a la falta de distribuidores de papaya se ha abarcado la implementación de la distribución del producto, para así poder cubrir la demanda en ese sector, con precio muy accesible, generando buenos beneficios para sus hogares y una buena calidad de vida.
- Actualmente los consumidores cada día prefieren alimentos saludables como la papaya por lo que es una fruta muy nutritiva que contiene vitaminas, fibra, hierro, calcio entre otros beneficios que le ayuda en su vida diaria.

4.2.1.1. Análisis de la Demanda

El análisis de la demanda trata de estimar la previsión de las ventas de un producto o servicio ofertado para los consumidores en el sector determinado como lo es en la ciudad de Guayaquil que mediante el estudio de viabilidad económica del proyecto para la creación de la empresa “Papaya Green”.

Dichos cálculos de la población de la demanda se puede analizar la productividad que se podría tener el proyecto una vez implementado, de acuerdo a los consumidores según el género, edades y nivel económico, que, si tiene un mayor rendimiento para demandar la distribución de la fruta papaya, ya que es 100% natural y saludable.

Para poder determinar la demanda insatisfecha hemos cogido como población de referencia de la ciudad de Guayaquil, según las proyecciones de población del INEC al año 2020.

De esa población de referencia se ha disminuido el 20% que reúne a niños y adultos, los niños no tienen capacidad de comprar, y los adultos no tienen ingresos para comprar los productos ese 20% lo da el instituto de estadística y censo en la segmentación de población niños y adultos.

El número de desempleados del 13% no van a tener capacidad de comprar, ese 13% los obtuvimos del ministerio de relaciones laborales, restando esta cantidad arroja de la población de demanda real.

Tabla 5
Análisis de la Demanda

Demanda	Cantidades
Población de referencia (Guayaquil)	2.671.801,00
Niños y adultos (20%)	534.360,20
Población de demanda potencial	2'137.440,80
Desempleados (13%)	277.867,30
Población de demanda real	1'859.573,50

Nota: Soledispa, Zárate 2019

4.2.2 Proyección de La Oferta

Indico Fischer, (2006) por oferta a las cantidades de un producto que los fabricantes están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado.

Se entendió por oferta que es la fuerza del mercado de bienes y servicios teniendo en cuenta la cantidad que comprarán los individuos, dependiendo el precio si se acoge a su situación económica, para satisfacer sus necesidades o deseos.

Para el análisis de la oferta de nuestros productos se consideró a tres competidores fuerte en nuestro mercado que atiende a un porcentaje de nuestra población tenemos a:

Tabla 6
Proyección de la oferta

Oferta	%	Cantidades
Grupo vibomex	4%	74.382,94
Jalequi Fruit	2%	37.191,47
Europages	3%	55.787,20
Población atendida por competencia	9	167.361,61

Nota: Soledispa, Zárate 2019

Esta información se ha obtenido de la cámara de comercio que totaliza mi población atendida por la competencia es un 9 %.

Análisis demanda oferta

Se considera la población de demanda real que ya se obtuvo del análisis anterior que dio un 1'859.573,50, posteriormente la población atendida por competencia se obtuvo en el análisis de la oferta, esos resultados arrojados se restan para poder tener el resultado de demanda insatisfecha.

Por esa población de demanda insatisfecha la empresa "Papaya Greem" va a desarrollar las estrategias necesarias para atender la demanda de esa población insatisfecha.

Tabla 7
Análisis demanda- oferta

Análisis demanda- oferta	
Población de demanda real	1'859.573,50
Población atendida por competencia	167.361,61
Población de demanda insatisfecha	1'692211,89

Nota: Soledispa, Zárata 2019

4.2.3 El Producto.

Valencia, (2010) Se entiende por producto que puede ser tangibles o intangibles que se define por su tamaño, precio, color, calidad que puede ser adquirido por un bien y/o servicio que requiera una persona para poder cubrir sus necesidades deseadas.

La empresa papaya Greem ha decido comercializar y distribuir el producto aprovechando 100% nuestra materia prima en estado natural con estándares de calidad, con el propósito establecer el producto en dicho mercado y dar una alternativa de consumo con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor, teniendo en cuenta los beneficios que tiene para la salud, por ello se menciona nuestros productos a continuación:

- **La papaya Hawaiana** es más pequeña que la mexicana. La primera es redondeada, tiene un pequeño cuello y pesa alrededor de una libra.
- **La papaya Mexicana** es alargada con un peso de hasta 10 libras y mide hasta 38cm de largo, tiene sabor y color menos intensos que la hawaiana, que generalmente es más dulce y rica en todos sus tipos.
- **La Papaya Maradol** Esta variedad también se asemeja a la pera, pero es más alargada en relación con la papaya hawaiana. Su peso varía entre 1,5 y 2 kilos. La

temperatura adecuada para su cultivo oscila entre los 25 y 38 grados. Se puede sembrar en cualquier época del año.

Sin embargo, la papaya de tipo hawaiana es la que más se exporta y se consume en todo el mundo, tiene forma de pera y un peso aproximado de medio kilo, sus frutos tienen la carne claramente amarilla cuando están maduras.

Tendencias en el producto e innovación.

Además de ser famosa en dulces (el mamón en almíbar), la papaya tiene otros usos, algunos de ellos industriales. Uno tiene que ver con la alta concentración de papaína, una enzima presente en el fruto, con distintas aplicaciones que van desde el uso medicinal hasta la producción frigorífica.

La papaína que se extrae de la papaya (de ahí su nombre) es una enzima proteolítica, que tiene la capacidad de digerir las proteínas de los alimentos (de manera similar actúa la pepsina, una enzima que está presente en nuestro jugo gástrico).

Se utiliza en la industria alimenticia como ablandador de carnes, ¡así como en la clarificación de cervezas y otras bebidas; también, en la industria cosmética, textil, papelería y de cuero. En muchos lugares el fruto de la papaya se destina a la obtención del látex.

Algunos productos de su industrialización son los siguientes:

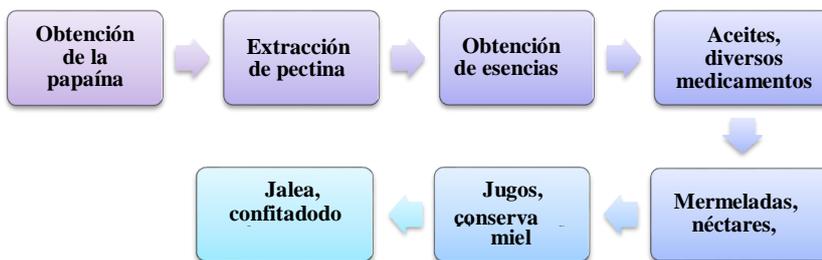


Figura 2 Productos de industrialización

Nota: Soledispa, Zárate 2019

También es utilizada en procesos médicos de insuficiencias gástricas y duodenales, medios de cultivo, ablandador de carnes, suavizar chicles, jarabes expectorantes, clarificación de cervezas entre otros.

4.2.4 El Precio

La papaya en los mercados municipales de Guayaquil es muy importante para los clientes, proveedores, es una de las frutas más demandadas dentro y fuera del país y con un acogido precio para todas las familias como su alimento nutricional.

Los precios de la papaya dependen de la variedad, del tamaño y del origen de las mismas, se clasifican en distintos calibres para ser transportados en paquetes• contenedores que pueden ser de 3,5 kg hasta cajas de 18kg (40 libras).

Tabla 8
Precio de la papaya

Fruta	Precio de venta	Precio de mercado	Precio de venta al público
Papaya hawaiana	0.70	2.00	1.75
Papaya Mexicana	0.85	2.50	2.25
Papaya Maradol	0.50	1.00	1.50

Nota: Soledispa, Zárte 2019

Precio estándar de los productos

Para poder determinar el precio de costo de los productos hemos desarrollado varios pilotos que se presentan a continuación:

Tabla 9
Precio de costo del producto

Insumos papaya Mexicana		Insumos papaya hawaiana		Insumos papaya maradol	
Semillas	\$0,25	Semillas certificadas		Semillas certificadas	
		\$0,35		\$0,10	
Tierra		Abono		Pesticida	
\$0,60		\$0,20		\$0,10	
		Fertilizante		Tierra	\$0,30
		\$0,15			
Total:	\$0,85		\$0,70		\$0,50

Nota: Soledispa, Zárate 2019

Para obtener el precio de costo estándar de nuestros productos desarrollamos un piloto en que detallamos todos los insumos que se necesitan para obtener los diferentes productos de los 3 tipos de papaya que lanzaremos al mercado.

4.2.5 La Distribución

La empresa “Papaya Green” para poder desarrollar una distribución eficiente de sus productos utiliza los siguientes medios de transportes:

El flete aéreo

Todavía es ampliamente utilizado para transportar papaya. La fruta es muy vulnerable y debe ser manipulada cuidadosamente. Los cortos periodos de viaje garantizan que el producto alcance el mercado en buena condición. Los costos del flete aéreo son mucho más altos que el del transporte marítimo. Debido a la mejora en el empaquetado y las condiciones de almacenamiento (temperatura controlada) durante el transporte.

También es posible. El comercio de la papaya no es dominado por grandes empresas multinacionales como es el de otras frutas tropicales, como ser bananas o piñas. Por lo tanto, está más abierto a nuevos proveedores. Las papayas son importadas dentro de la UE mayormente por importadores independientes. Algunos de estos importadores

son especializados en frutas exóticas. Otros importan una gran variedad de frutas e incluyen la papaya como una actividad periférica.

Los importadores especializados

Son los mejores socios de negocios para los exportadores de los países en desarrollo. A los exportadores se les aconseja buscar un importador que provea a los supermercados, mayoristas, vendedores de abarrotes o la industria de servicio de comida (catering) y que lidie con cantidades más pequeñas y esté interesado en nuevos proveedores.

Canales de distribución

Los canales de distribución pueden variar dependiendo del tipo de producto; pequeñas y medianas empresas pueden recurrir a la distribución directa para realizar dichas compras, que se realizara en los mercados municipales.



Figura 3 Canales de distribución

Nota: Soledispa, Zárate 2019

Planeación de las ventas.

Factibilidad

Lo que se planea debe realizarse, es importante no elaborar planes no muy ambiciosos y optimistas que sean imposibles de lograrse, la planeación debe adaptarse a la realidad y a las condiciones objetivas que actúan en el medio ambiente.

Objetividad y cuantificación

Cuando se planea es necesario basarse en datos reales, razonamientos precisos y exactos, y nunca en opiniones subjetivas, especulaciones o cálculos arbitrarios. Es decir, es necesario utilizar datos objetivos tales como estadísticas, estudios de mercado, estudios de factibilidad, cálculos probabilísticos, modelos matemáticos y datos numéricos, al elaborar planes para reducir al mínimo los riesgos.

Flexibilidad

Al elaborar un plan es conveniente establecer márgenes de holgura que permitan afrontar las situaciones imprevistas, y que proporcionan nuevos cursos de acción que se ajusten fácilmente a las condiciones.

Tipos de planes.

Los planes son resultado del proceso de la planeación y pueden definirse como: Diseños o esquemas detallados de lo que habrán de hacerse en el futuro y las especificaciones necesarias para realizarlos y se clasifica con relación al periodo establecido para su realización.

- 1. Corto plazo:** mayor o igual a un año y pueden ser Mediatos (mayor de 6 meses y menor de 1 año) e Inmediatos.
- 2. Mediano plazo:** 1 a 3 años para su realización.
- 3. Largo plazo:** mayor de 3 años para su realización.

4.2.6 Estrategias de mercadeo

La estrategia de mercadeo se realizó con un estudio de mercado, con el fin de poder recopilar datos, analizando cuáles son las necesidades de los consumidores, para así dar a conocer nuestros productos y rápidamente aumentar la captación a los clientes, de igual manera para poder brindarle no solo un mejor precio sino también a que mantenga una buena salud en su vida diaria.

Aspectos a tener en cuenta

Al momento de hacer un estudio de mercado se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- **Precisar la inversión disponible versus la necesaria**

De acuerdo con la amplitud del mercado, la empresa debe de analizar si dispone de suficientes recursos para realizar un estudio de mercado completo del cual se puedan extraer conclusiones fiables.

- **Sector**

Estudio del sector el estudio de nuestro producto o servicio, su potencial crecimiento o decrecimiento y el comportamiento de compra de nuestros potenciales consumidores. Por ejemplo, cuántas tiendas existen en ese determinado sector ofreciendo productos como el nuestro.

- **Clientes**

Clientes potenciales para determinar los que pueden adquirir el servicio o producto y agruparlos tomando en cuenta características comunes. Hay que conocer los distintos elementos en los que los clientes pueden basar sus decisiones de compra, como la calidad y el precio.

- **Competencia**

Análisis de la competencia buscar conocer a nuestros competidores directos e

indirectos en el mercado. Analizar sus fortalezas y debilidades, las características y calidad de sus productos o servicios, sus precios, su distribución, su cuota de mercado.

- **Obstáculos**

Barreras de entrada conocer y analizar las barreras y obstáculos de entradas existentes y futuras, esto es todo aquello que pudiera impedir ingresar a ese mercado y tener éxito.

- **Instituciones de apoyo**

Son instituciones que realizan actividades de apoyo al sector papayero, principalmente acompañamiento técnico en aspectos de manejo agronómico y comercialización de papaya. Las instituciones son las siguientes: DEFRUTA, MAGA, PIPAA, MOSCAMED e INTECAP.

Selección de proveedores insumos.

La empresa “Papaya Green” contará con 5 proveedores que cumple una función fundamental para poder proveer los materiales, equipos, insumos necesarios para poder otorgar a los clientes los productos que necesitan para cubrir sus necesidades.

4.2.7 Promoción

La empresa “Papaya Green” establecerá estrategias comerciales para incrementar la atracción de los clientes, que se mencionan a continuación:

- El logo de la empresa es un factor importante para poder transmitir la idea de lo que se va ofertar.
- Exhibidores en puntos de ventas para dar a conocer el producto
- Pequeñas muestras del producto para que los clientes puedan degustar la calidad de la fruta
- Descuentos especiales por compra mayores
- Entrega de volantes a los moradores del sector para dar a conocer la

empresa.

- Buena calidad de los envases en la cual se va a trasladar el producto comprado.
- Garantía que todos los productos serán entregados en estado semi maduro, para ayudar a que llegue en perfecto estado a su destino final.

Nombre de la empresa

“Papaya Green”



Figura 4 Logo de la empresa

Logo de la empresa

Nota: Soledispa, Zárate 2019

Sitio web

La empresa “Papaya Green” tiene una página web en Facebook e Instagram como ahora estas redes sociales son tendencia a nivel global en la que se puede tener mayores ventas online, atrayendo cada día más clientes que desean saber a qué nos dedicamos, adquiriendo nuestro producto, en la cual tiene la finalidad de que este informado de nuestros servicios, descuentos como también promociones, y esta herramienta no sirve de mucha ayuda porque nos mantiene en contacto con el cliente para así brindarle un excelente servicio y calidad.

Facebook: Papaya Green (Distribuidores de papaya)

Instagram: @papayagreen

Encuesta y levantamiento de información

Por medio de la encuesta se evaluó el sector por medio de sus habitantes lo cual nos dio la siguiente información.

La encuesta fue dirigida a todos los habitantes dirigiéndolo a ningún tipo de género.

- **El rango de la edad de los habitantes**

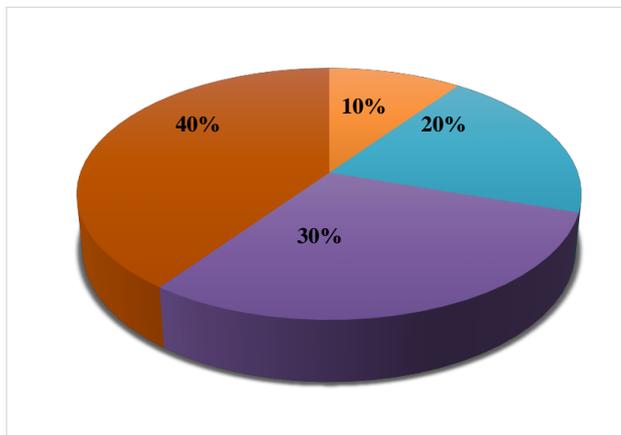


Figura 5 El rango de la edad de los habitantes

Análisis

La información derivada con respecto a los rangos de edad de los habitantes recae en un 40% habitantes de 45 a 50 años en adelante, 30% habitantes con edades entre 30 y 40, 20% habitantes de 17 a 22 años, y habitantes de 15 años a 19 años de edad con un 10%.

Interpretación

Los habitantes del Cantón Guayaquil, de todo tipo de género en el gráfico, interpreto que las personas adultas mayores conocen más de la fruta, por cuidado de salud.

- **Sexo al que pertenece**

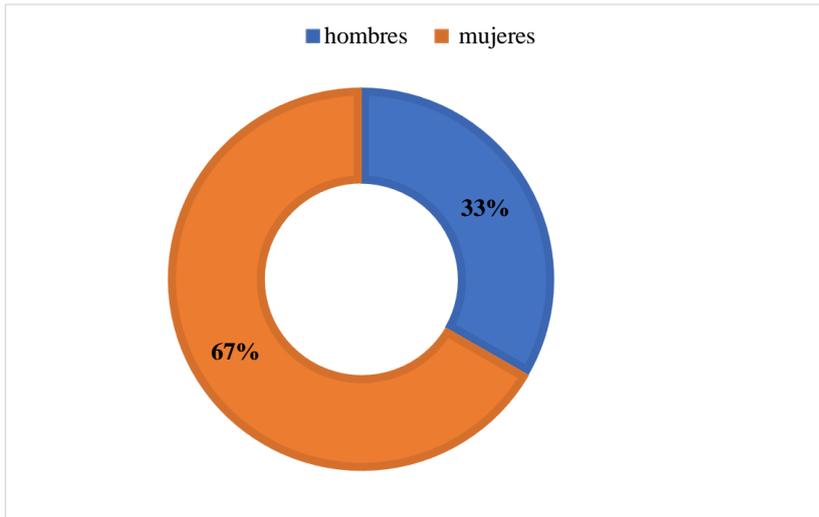


Figura 6 Sexo al que pertenece

Análisis

La información derivada con respecto a los rangos de sexo de los habitantes recae en 40 % de hombres en adelante, 60% habitantes mujeres.

Interpretación

Actualmente las mujeres consumen la fruta más seguida por que tienen mayor acercamiento y cocimiento, por otra parte los hombres deben tener también conocimiento ya que la papaya está llena de proteínas, y es fundamentalmente efectiva contra la degeneración macular.

- ¿Usted consume papaya?

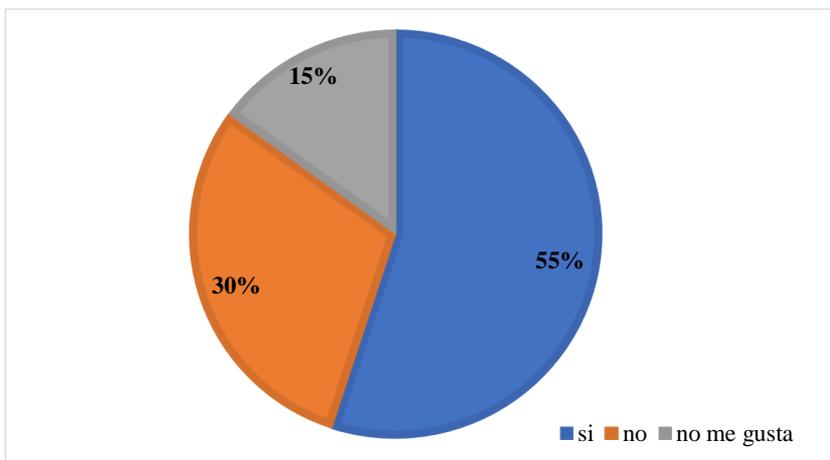


Figura 7 Usted consume papaya

Análisis

El 55% de los habitantes no ha consumido la fruta papaya y el 30% si le gusta, y el 15% no le gusta.

Interpretación

Los habitantes del cantón Guayaquil deben estar más informados por que la papaya provee el 13 % del valor diario recomendado en folato, y buenas cantidades de fibra y potasio, un componente de fluido en las células y el cuerpo que ayuda a controlar el ritmo cardiaco y la presión sanguínea.

- **¿Con que frecuencia usted consume papaya?**

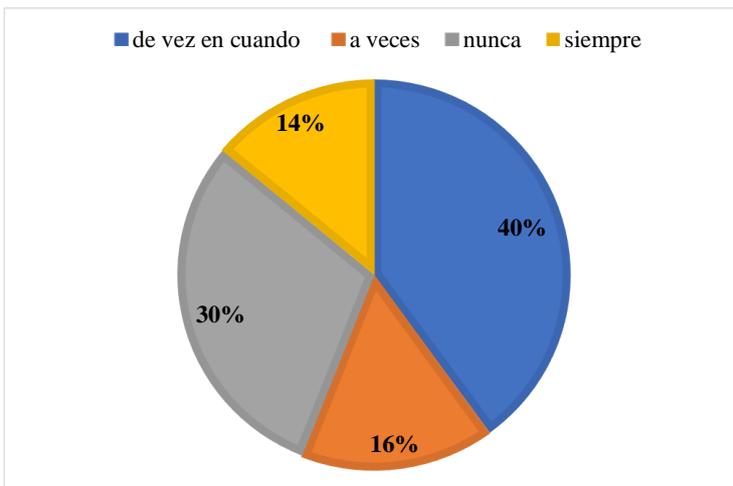


Figura 8 Con qué frecuencia usted consume papaya

Análisis

Los habitantes consumen de vez en cuando la fruta papaya con un 40%, el 30% nunca y el 16% a veces, y 14% siempre.

Interpretación

La forma correcta de hacer consumir la fruta sería dando a conocer todos los beneficios a los consumidores, la papaya es un remedio natural para muchos malestares, por medio de volantes o anuncios publicitarios.

- ¿Con que frecuencia usted compra papaya?

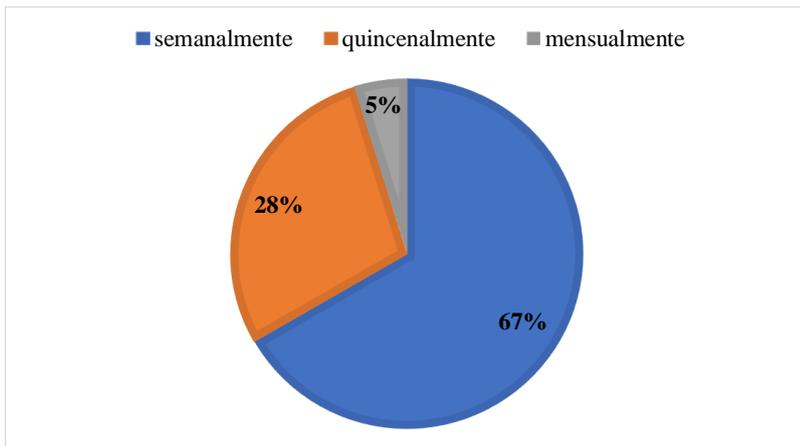


Figura 9 Con qué frecuencia usted compra papaya

Análisis

Los habitantes no frecuentan el consumo de la fruta papaya semanalmente con un 70%, 30% quincenalmente, 5% de mensualmente.

Interpretación

Los consumidores semanalmente no consumen papaya y es el más elevado con un 70% para disminuir este porcentaje se debe realizar múltiples opciones como dar a conocer su gran importancia, una de ellas sería que contiene los flavonoides beta caroteno, los cuales han sido confirmados con estudios que ayudan a proteger contra cáncer de boca y de pulmones.

- **¿Conoce usted los beneficios de la papaya?**

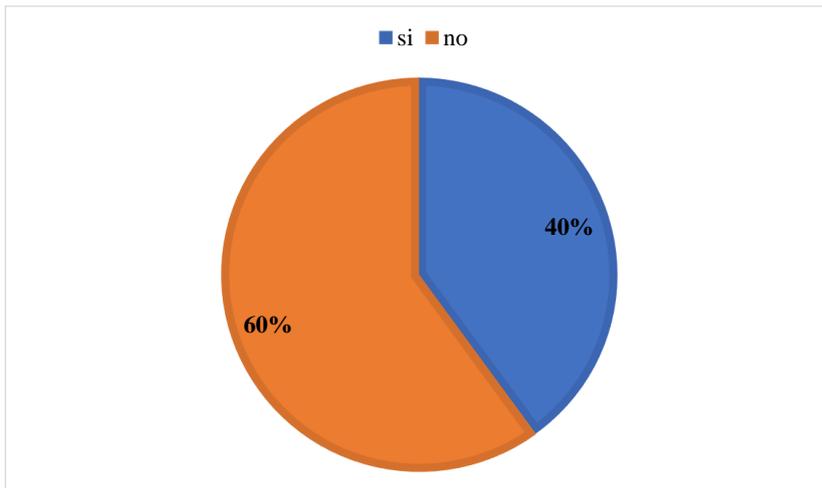


Figura 10 Conoce usted los beneficios de la papaya

Análisis

Los habitantes no conocen los beneficios de la papaya con un 60%, y el 40% si conoce los favorecedores de la papaya.

Interpretación

Los habitantes deberían tener un mayor conocimiento por medio de charlas, obteniendo siempre el bienestar de todos, la papaya es una fruta que tan sólo tiene 39 calorías por cada 100 gramos. Una ración de papaya aporta menos calorías que una manzana y el doble de betacarotenos. Además, al ser rica en potasio y tener un bajo contenido en sodio evita la retención de líquidos, resultando una fruta adecuada para adelgazar.

- ¿Dónde usualmente usted compra papaya?

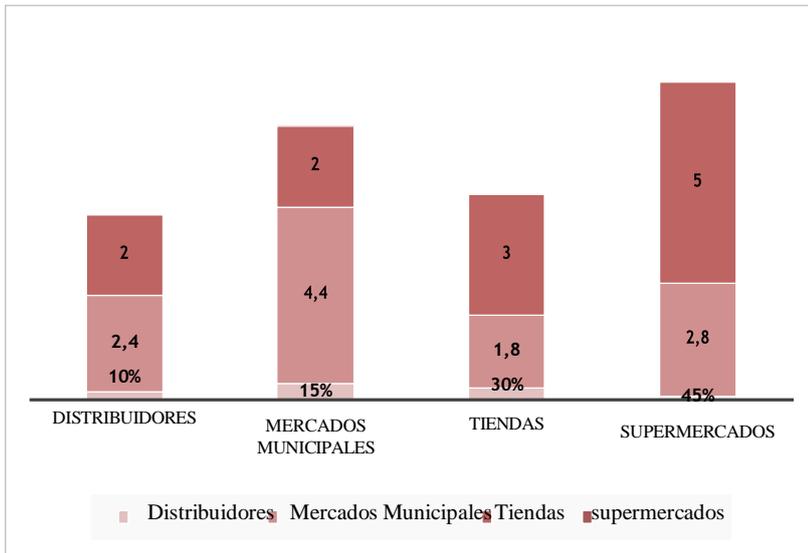


Figura 11 Dónde usualmente usted compra papaya

Análisis

Los habitantes indican que distribuidores es un 45%, mercados municipales es un 15%, tiendas 30% indica supermercados 10%.

Interpretación

Los consumidores convendrían adquirir mejor la fruta en los mercados municipales porque dos medianas papayas se pueden cotizar en un dólar, un mayor descuento penando siempre en la economía de los clientes.

- **¿Por qué motivo usted compraría papaya**

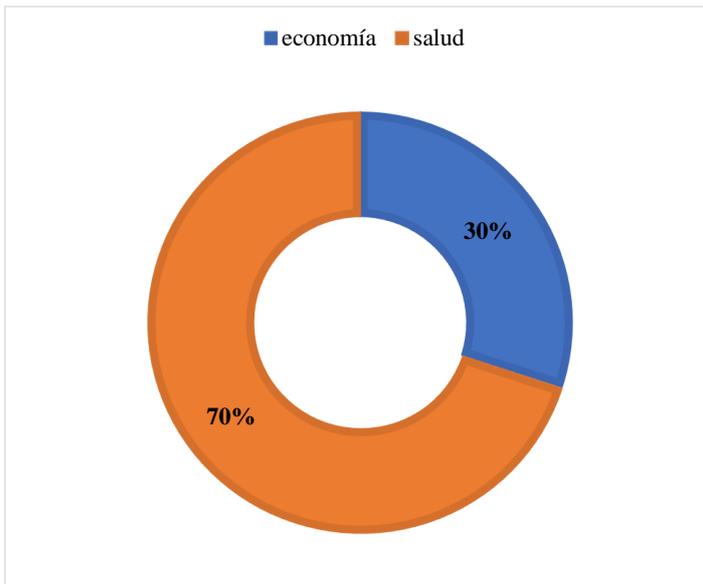


Figura 12 Por qué motivo usted compraría papaya

Análisis

El 30% de los habitantes consumen esta fruta por economía, el 70% por salud.

Interpretación

Se debe tener en cuenta que lo más importante es la salud, la papaya tiene un gran aporte nutricional, por tanto, está compuesta por vitaminas B, C, antioxidantes y minerales tales como el potasio que favorecen la salud de los músculos también alto contribución en fibra que ayuda a mejorar el tránsito intestinal y a regular los niveles de colesterol y azúcares.

- **¿Al momento de comprar papaya, que características debe tener la Fruta para llamar su atención?**

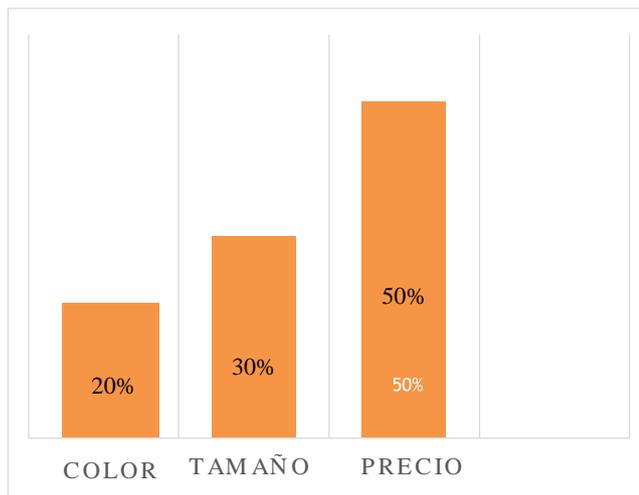


Figura 13 Que características debe tener la Fruta para llamar su atención

Análisis

Los habitantes consumen por el color con un 20% por el tamaño 30% y el precio 50%.

Interpretación

Los consumidores cometen un error la fruta debe ser lo más importante por su color, y no por el precio, porque de su interior se puede extraer quimio papaína, útil para el tratamiento de hernias discales.

- **¿Qué cantidades de la fruta estaría dispuesto a comprar?**

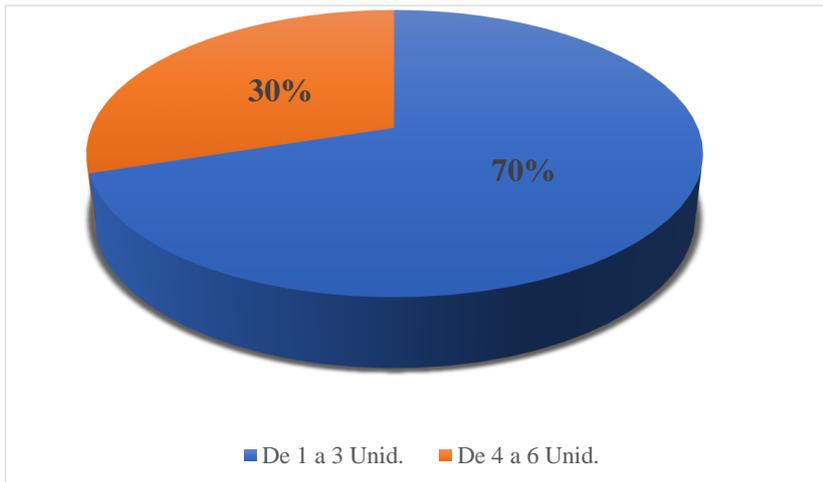


Figura 14 Qué cantidades de la fruta estaría dispuesto a comprar

Análisis

Los habitantes estarían dispuestos a comprar por unidad De 1 a 3 Unid. con un 70%, y De 4 a 6 Unid. con un 30%.

Interpretación

Los clientes de la fruta deberían consumir papaya de 4 a 6 unidades porque contiene minerales como el calcio, el magnesio, el potasio y el fósforo, que ayudan a restaurar el equilibrio ácido base del organismo, aporta una cantidad mayor de magnesio y potasio la forma de atraer al cliente sería por promociones donde ninguna de las partes pierdan .

- De los siguientes rangos ¿entre cuál se encuentra el precio de la fruta que usted consume?

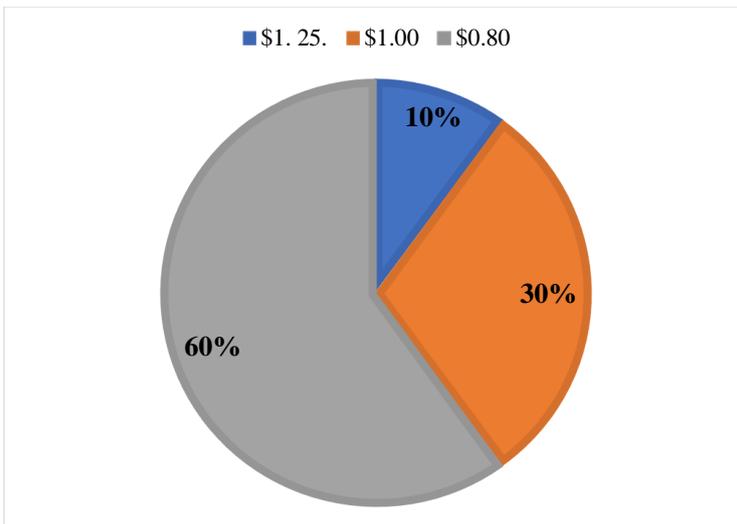


Figura 15 Entre cuál se encuentra el precio de la fruta que usted consume

Análisis

El 60% de los habitantes eligieron que el precio sea de \$0.80 mientras que el 30% eligieron que sea de \$1.00, y el precio 10% con un \$1.25.

Interpretación

El precio de la papaya suele variar pero los vendedores de los mercados municipales son estáticos y venden la fruta de acuerdo al tamaño, o la producción y calidad de la misma.

- ¿Está satisfecho(a) con el precio que paga por la fruta?

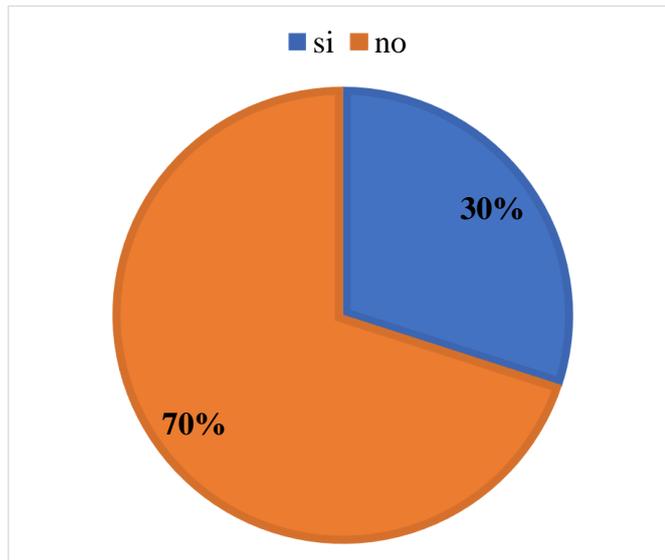


Figura 16 Está satisfecho(a) con el precio que paga por la fruta

Análisis

El 70% de los habitantes no están satisfechos con el valor que pagan por la fruta y el 30% sí.

Interpretación

Los clientes tienen inconvenientes cuando los vendedores de los mercados municipales suben el precio, por el alza de costos o solo poseen un tipo de fruta de papaya y esto se debe a la baja producción en esta cosecha, por este inconveniente se aplicó que posea distintos tipos de papaya para que los clientes tengan una mayor opción de compra.

- ¿Cuáles promociones considera atractivas en las (producto)?

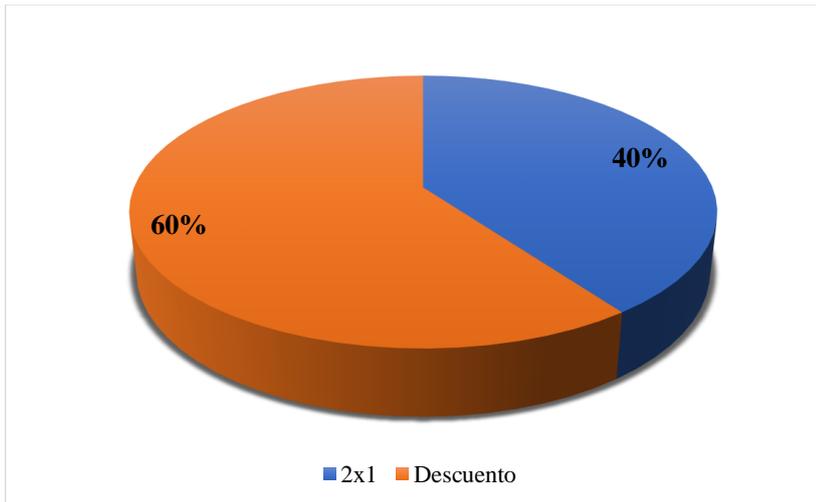


Figura 17 Cuáles promociones considera atractivas en los productos?

Análisis

Los habitantes consideran atractivas las promociones de 2x1 con un 40%, y descuento de 60%.

Interpretación

Los clientes aclaman más la atención dos por uno porque en los descuentos no es mucho la diferencia y se ahorraría pensando siempre en la salud y bienestar de su familia.

Interpretación de la encuesta

- El rango de edad de los habitantes recayó en 45 a 50 años en adelante, tal como se muestra en el gráfico número uno, lo que nos demuestra que los habitantes de este sector no son conocedores de la fruta la papaya para mejorar esta situación se realizaron publicidades para que tengan mejor conocimiento de la fruta.
- Los habitantes del sector no han consumido esta fruta por no conocer mucho los beneficios, por medio de la encuesta comprobó que con una buena estrategia conocieron que las afecciones digestivas son otro de sus terrenos más fuertes, en especial cuando hay un déficit de secreciones gastroduodenales y pancreáticas. Gastritis, hernia de hiato, acidez y malas digestiones se alivian con la papaya.
- En el caso de la frecuencia en la cual consume la fruta se corroboró que se lo consume por lo menos semanalmente, siendo este indicador una respuesta favorable para la distribuidora de papaya.
- Al preguntarle a los habitantes si estarían dispuestos a adquirir la fruta papaya directamente desde los mercados municipales que crearíamos en el sector, todos afirmaron su decisión.
- Con respecto al precio que estarían dispuestos a cancelar por la fruta papaya, se consideró la mayor elección lo cual nos llevó a un precio de \$80,00 por fruta.

4.3 Estudio Técnico

Cabrera Tigre, (2008,) afirmó que un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y,

por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. pág. 20

El estudio técnico consiste en la selección de los medios de producción, así como de la organización de la actividad productiva, e implica los requerimientos de materias primas e insumos, su objetivo básico es demostrar la viabilidad del proyecto, justificando seleccionar la mejor alternativa para abastecer el mercado de acuerdo con las restricciones de recursos, ubicación y tecnologías accesibles.

4.3.1. Localización

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos Identificación y descripción del proceso Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto rentabilidad sobre capital o a obtener el costo unitario mínimo. El objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta. (Baca, 2010)

En la localización óptima del proyecto se encuentran dos aspectos:

- 1.- Macro localización:** ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materias primas y la mano de obra disponible.
- 2.- Micro localización:** cercanía con el mercado consumidor, infraestructura y servicios.

Macro localización País

La localización geográfica de la distribuidora Papaya Green está ubicada en Ecuador, Provincia de los Ríos-Vinces.

Macro-Localización



Figura 18 Macro localización- País

La macro localización en base a este proyecto se dará lugar en Vinces vía Junquillo de la Provincia de Los Ríos también conocida como San Lorenzo ``Paris Chiquito``.



Figura 19 Gráfica de la ubicación del cantón

Micro-Localización

El terreno donde está ubicado el proyecto es de 313 m² y está localizado de manera estratégica en el sector específicamente en Vinces- Junquillo.



Figura 20 Gráfica de la ubicación del local

La empresa “Papaya Green” contara con un local grande de 300m², al ser un local grande tenemos espacio para las cosechas de papaya, instalaciones y equipos necesarios para la producción y distribución del producto, describiendo las áreas de local está estructurado de la siguiente manera:

- Administración
- Plantación de papaya
- Producción
- Almacenamiento desechos orgánicos
- Empaque y bodega
- Estacionamiento (zona de descarga y carga del producto)
- Baño

Plano del local

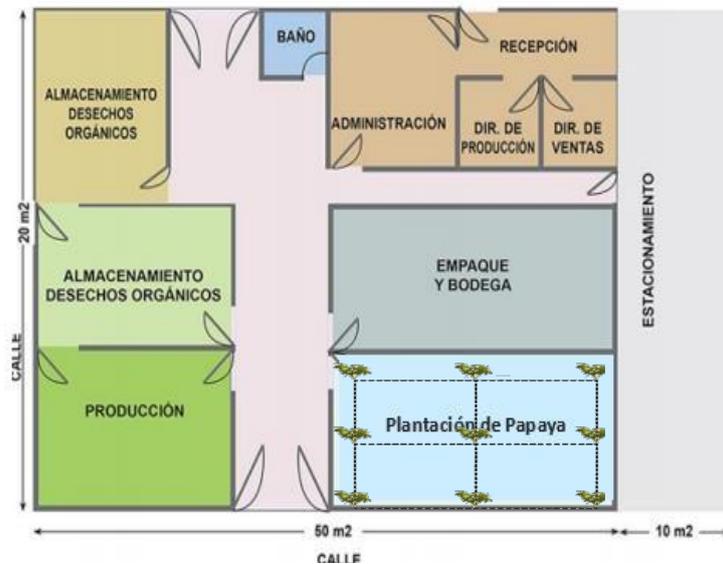


Figura 21 Plano del local

4.3.2 Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto está definido por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un periodo de operación normal. Alva (2018).

Es su capacidad de producción es una función importante estimada de los ingresos por venta dependiendo de la decisión que se tome respecto al proyecto.

4.3.3. Ingeniería del Proyecto

El proceso de distribución de Papaya Green inicia desde la recepción de la fruta en los Mercados Municipales de Guayaquil que son nuestros puntos de venta el objetivo es dar solución a todo lo relacionado con la instalación y funcionamiento de la planta, indicando el proceso de producción, así como la maquinaria y equipo necesario. Por lo tanto, tiene como

función acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción.

4.3.3.2 Flujograma del Proceso de distribución de papaya

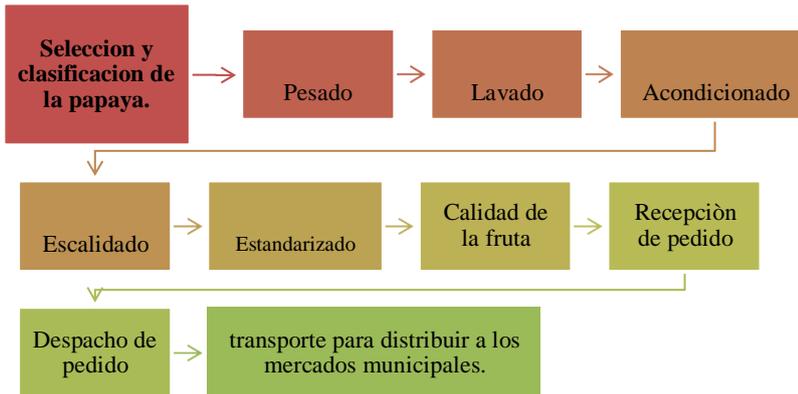


Figura 22 Flujograma de distribución de papaya

- 1. Selección y clasificación de papaya:** la fruta es seleccionada clasificada de acuerdo a sus características y madurez
- 2. Pesado:** El peso de la fruta se verifica de forma continua a través de una balanza
- 3. lavado:** Una vez seleccionada y dependiendo del tipo de fruta que se procese, se lava con manguera a presión para eliminar cualquier impureza que se encuentre en la superficie de las frutas, se realiza una desinfección por inmersión durante aproximadamente 5 minutos, Una vez desinfectada la fruta se retira los residuos de desinfectando y microorganismos mediante un lavado con agua potable.
- 4. Acondicionado:** la fruta debe ser acondicionados de manera que queden protegidos de contaminantes, daños mecánicos e incidencia de insectos y roedores.
- 5. Escaldado:** se debe Calentar agua a 95°C, posteriormente sumergir la papaya y mantenerlos de tres a cinco minutos según el estado de madurez.

6. Calidad de fruta: Al producto que es cosechado, se selecciona el producto que tenga la calidad para el consumo de acuerdo a los estándares de calidad consecuentemente se realiza su respectiva limpieza en agua clorada, para eliminar todas las impurezas adheridas a la corteza y disminuir la carga microbiana del producto.

7. Recepción de pedido: se registran los pedidos de los proveedores por su cantidad que necesitan para sus negocios,

8. Despacho de pedido: el personal encargado de logística se encarga de preparar los pedidos a los clientes.

9. Transporte para distribuir a los mercados municipales: se colocan en cajas de cartón debidamente etiquetadas con las especificaciones del cliente. El producto es transportado en camiones para su respectiva distribución.

Selección de Tecnología

Tecnología a usar

La tecnología necesaria a utilizar se describe a continuación:

- Equipo de computación: este medio nos ayudara para poder tener acceso a los movimientos de la empresa y tener contacto con los clientes ya sea por sus pedidos, promociones, sugerencias, consultas.
- Teléfonos: este medio de comunicación nos ayudare para poder a contactar a los proveedores, clientes y equipo del personal de la empresa.

Maquinaria y Equipos

Tabla 10
Tecnología a usar

Equipos	Cantidad	Precio
Equipo de computación	5	\$500
Teléfonos	5	\$50.00
Congelador (Bodega)	6	\$970
Equipos Agrícolas	4	\$600
Equipos Actividades Pecuarias	5	\$800
Balanza electrónica	10	\$450
Maquinaria pesada de uso agropecuario	6	\$950
Combinadas	5	\$600
Total		\$4.920

Nota: Soledispa, Zárate 2019

4.4 Estudio administrativo

Entendemos que el equipo de trabajo tiene un pilar fundamental dentro de la empresa, porque ayuda al funcionamiento y a la administración de la empresa papaya Green para que se pueda cumplir las acciones específicas de acuerdo a los objetivos planteados, por ello se detallan a continuación el personal necesario:

Gerente: es la autoridad máxima de la empresa, para tomar una decisión importante debe estar su aceptación.

Área de venta: encargado de detectar clientes potenciales en este caso nuestra principal distribución sería a los mercados municipales de Guayaquil.

Gerencia general: Se encarga de definir las políticas, directrices y procedimientos (a través de circulares) que se deberán aplicar en toda la empresa.

Recursos humanos: Esta función tiene como objetivo proveer a la empresa de los recursos humanos idóneos en base a una adecuada planeación, tanto en cantidad como en calidad, para desarrollar todos los procesos del negocio. Donde también se hace reclutamiento y selección de personal adecuado para la empresa.

4.4.1 Planificación

La empresa “Papaya Green” su propósito es cumplir sus necesidades y deseos de los clientes en la cual se va a ejecutar mediante los objetivos, recursos, metas planteadas del proyecto, comprometiéndose con los consumidores y el personal de la empresa para brindar una excelente calidad y servicio, con el fin de cumplir las expectativas.

Valores de la empresa

Somos una empresa altamente responsable que trabajamos con:

- Compromiso
- Confianza
- Calidad
- Eficiencia
- Respeto

Misión

La empresa “Papaya Green” dedicada a la producción y distribución busca el bienestar de su salud ofreciéndole una fruta 100% natural que se distribuye directa a los mercados municipales del cantón Guayaquil.

Visión

Posicionarse como una de las empresas productoras y distribuidora más importante del cantón, brindando un mejor nivel de vida.

Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos tienen como finalidad cumplir todos los objetivos, metas planteadas de la empresa mediante en la ejecución del proyecto en un tiempo determinado.

- Dar a conocer a nuestra empresa
- Brindar una excelente calidad, destacando el servicio de la empresa.
- Ayudar al medio ambiente mediante abono
- Incrementar la oportunidad laboral para la ciudadanía

4.4.2. Organigrama de la empresa

El organigrama de la empresa es un variable importante porque define las funciones de cada personal administrativo de acuerdo a su perfil seleccionado. Entre ellos se encuentran los siguientes departamentos:

Departamento de producción: es el encargado de la creación o manufactura de los bienes o servicios finales, por lo que su función es imprescindible para que el producto llegue en condiciones óptimas al consumidor.

Departamento de finanzas: se administrar y se proponer y liderar el proceso de formulación presupuestaria anual de la empresa.

Departamento comercial: como el representante del cliente dentro de la empresa. Su función se centra en la maximización de valor para el consumidor, la satisfacción plena de éste con el fin de elevar la rentabilidad de la propia empresa por el incremento de su participación en el mercado.

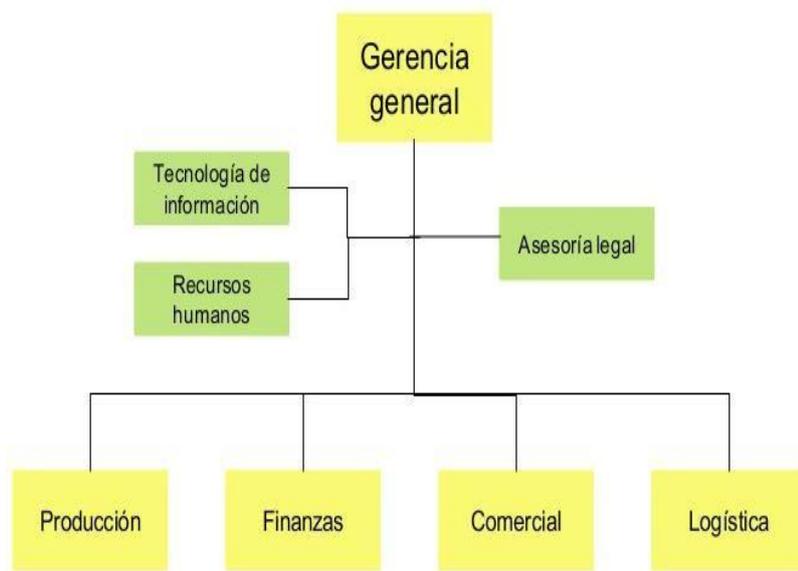


Figura 23 Organigrama de la empresa

Funciones Principales y Descripción del Cargo

Gerencia general: se encarga de representar la empresa y tener el control de todos los departamentos.

Tabla 11

Gerencia general

Descripción del Cargo	
Nombre del cargo:	Gerencia General
Reporta a:	Junta general de socios
Supervisa a:	Área de administrative
Requisitos mínimos	Formación
	Formación superior en administración de empresas, ingeniería comercial, economía o afines
	Edad requerida
	Entre 23 a 35 años
	Experiencia
	Mínimo 3 año
	Habilidades
	<ul style="list-style-type: none"> • Fluidez verbal • Liderazgo • Manejo de recursos humanos • Capacidad de análisis • Capacidad de negociación • Gestión de proyectos
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Representa legalmente la empresa • Actualizar los objetivos establecidos por la empresa • Administrar eficientemente los recursos con lo que cuenta la empresa • Controlar las actividades de producción • Preparar planes operativos • Controlar personal para empresa • Analizar mercados para el producto

Nota: Soledispa, Zárate 2019

Recursos humanos:

Tabla 12

Recursos humanos

	Descripción del Cargo
Nombre del cargo:	Recursos humanos
Reporta a:	Gerente general
Supervisa a:	Funciones financieras de la empresa
Requisitos mínimos	<p style="text-align: center;">Formación</p> <p>Título de tercer nivel en administración de empresas, ingeniería comercial o afines.</p> <p style="text-align: center;">Edad requerida</p> <p>Entre 25 a 40 años</p> <p style="text-align: center;">Experiencia</p> <p>Mínimo 4 años en cargos similares</p> <p style="text-align: center;">Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fluidez verbal • Conocimiento numérico, manejo de personal <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo bajo presión • Trabajo en equipo • Trato amable • Controlar y analizar los registros contables por la normativa legal, contable y de procedimientos internos de la empresa • Supervisar la preparación, analizar y firmar estados financieros de la empresa. • Controlar las labores de cobranza y, autorizar y ejecutar pago a proveedores y acreedores de la empresa con su conjunto. • Relación de asesoría externas fiscales, contables y/o laborales.
Funciones:	

Nota: Soledispa, Zárate 2019

Área de Finanzas

Tabla 13

Área de Finanzas

	Descripción del Cargo
Nombre del cargo:	Técnico en producción
Reporta a:	
Supervisa a:	Personal de plantación
Requisitos mínimos	Formación
	Título de ingeniero agrónomo
	Edad requerida
	Entre 23 a 40 años
	Experiencia
	2 años de experiencia en cargos similares
	Habilidades
	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar métodos y procedimientos agrícolas • Manejo de frutales • Prepara informes técnicos • Organización de trabajo • Relaciones humanas • Trabajo amable
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Preparar y presentar el presupuesto que necesita el departamento de producción para dar inicio con las actividades. • Calificar al personal idóneo para el trabajo de campo • Controlar el proceso productivo de la papaya en la aplicación de técnicas. • Ordenar la recolección del producto en el tiempo adecuado • Presentar informes sobre las actividades productivas que se han realizados con sus respectivos resultados.

Nota: Soledispa, Zárate 2019

Área comercial

Tabla 14

Área comercial

	Descripción del Cargo
Nombre del cargo:	Jefe comercial
Reporta a:	Gerente general
Supervisa a:	Departamento de marketing
Requisitos mínimos	<p>Formación</p> <p>Título de ingeniería comercial, economía o a fines</p> <p>Conocimiento en ventas y publicidad</p> <p>Edad requerida</p> <p>Entre 23 a 40 años</p> <p>Experiencia</p> <p>Mínima 2 años en cargos similares</p> <p>Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Habilidad para el marketing • Habilidad para gestionar conflictos • Habilidad para la venta • Motiva y dirige a otras personas • Aptitudes para la supervisión
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Colabora en la realización de planes de marketing • Realiza previsiones de ventas y beneficios

Nota: Soledispa, Zárate 2019

Logística

Tabla 15

Logística

Descripción del Cargo	
Nombre del cargo:	Jefe de logística
Reporta a:	Área de producción
Supervisa a:	El área de trabajo de distribución
Requisitos mínimos	<p style="text-align: center;">Formación</p> <p>Título en ingeniería comercial, administración y/ o fines</p> <p style="text-align: center;">Edad requerida</p> <p>Entre 25 a 40 años</p> <p style="text-align: center;">Experiencia</p> <p>Comprobable, mínima 5 años en proyecto logísticos</p> <p style="text-align: center;">Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en Microsoft • Conocimiento en exportaciones e importaciones • Fluidez verbal, dominio en numérico • Responsabilidad en su trabajo • Trabajo en equipo • Iniciativa para la toma de decisiones y resolución de problemas.
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar actividades diarias del equipo de trabajo • Definir y controlar las variables de gestión del área • Negociación con cliente interno y externo • Toma de decisiones • Administrar bodegas • Controla el despacho de los pedidos a los clientes • Desarrollar la planeación estratégica de la empresa • Establecer planes de mejoramiento continuo • Definir estructura del área, motivando a su personal, realizando evaluaciones continuas.

Nota: Soledispa, Zárate 2019

4.4. Gastos

El gasto siempre implicará el desembolso de una cantidad de dinero, ya sea en efectivo o por otro medio de pago, y llevará asociada una contraprestación.

Los gastos administrativos son los gastos en los que incurre una empresa que no están directamente vinculados a una función elemental como la fabricación, la producción o las ventas. Estos gastos están relacionados con la organización en su conjunto en lugar de un departamento individual.

4.4.5. Estudio Legal.

El estudio legal comprende el análisis de las políticas y estatutos vigentes que afectan la constitución y posteriormente el funcionamiento de la empresa.

La empresa distribuidora Papaya Green con la finalidad de desarrollar sus actividades lícitas va a desarrollar como persona natural obligada a llevar contabilidad.

1. Solicitud de la certificación negativa del nombre

- Acredita que no existe otra sociedad con el mismo nombre que la nuestra. Se pueden presentar un máximo de tres nombres.
- Se solicita en el Registro Mercantil
- Existe un impreso oficial normalizado donde se incluyen los nombres seleccionados
- Se tiene que presentar por escrito por uno de los socios acompañados del D.N.I o
- C.I.F de la empresa.
- Su vigencia es de dos meses para sociedades mercantiles y cuatro para cooperativas.

2. Depósito Bancario en la entidad financiera del capital social exigido

- Consiste en el pago de unas determinadas cantidades según sea el tipo de sociedad elegido para nuestra empresa:
- Sociedad Limitada: 3.006 euros.
- Sociedad Anónima: El 25% del capital social.
- Se solicita en cualquier entidad financiera.
- El certificado de depósito tiene una validez de 2 meses.

3. Elaboración de los estatutos y formulación de las escrituras de constitución

- Los estatutos son las normas que rigen la sociedad, los derechos y las obligaciones de los socios.
- Una vez realizados los estatutos, los socios fundadores tienen que firmar la escritura de Constitución de la Sociedad.
- Siempre se tiene que realizar ante Notario.
- La documentación a aportar es:
- Certificado negativo de denominación del Registro Mercantil.
- El certificado bancario (de cada uno de los socios).
- Los N.I.E del Administrador o Administradores.
- Los estatutos sociales.
- I.F. provisional.
- N.I/N.I.E. de los accionistas/socios y de los administradores.
- Es necesario que se realicen antes de comenzar a funcionar la empresa.

4. Solicitar el C.I.F

- Es el Código de Identificación Fiscal de la empresa (C.I.F)
- Durante los 6 primeros meses es provisional y después ya se obtiene el definitivo.
- Se solicita en la Agencia Tributaria.
- Hay que cumplimentar el Modelo 036.

- Además, hay que entregar: una copia de las escrituras de constitución de la empresa y el D.N.I del solicitante.
- Se tiene que solicitar en los 30 días posteriores a la constitución de la sociedad.

5. Liquidación del impuesto de transmisiones patrimoniales

- Supone el pago del 1% del capital social aportado cuando se crea la empresa.
- Consiste en cumplimentar el modelo 600 de la Agencia Tributaria junto con la copia de la escritura de constitución y una fotocopia del C.I.F provisional.
- Se realiza el pago en la Delegación de Hacienda correspondiente a la provincia donde se encuentre domiciliada la Sociedad.
- Hay que realizarlo los 30 días hábiles posteriores a la constitución de la empresa.

6. Inscripción de la empresa en el Registro Mercantil

- Con este trámite se consigue plena capacidad jurídica por parte de la empresa.
- Se realiza en el Registro Mercantil de la provincia donde se encuentra domiciliada la Sociedad.
- La documentación a acreditar para llevarlo a cabo será el original de las escrituras de constitución y la liquidación del impuesto de transmisiones patrimoniales.
- Dependiendo de la forma de jurídica elegida para la sociedad el tiempo para formalizarlo oscilará entre los 30 días y los dos meses.

Artículo 21.- COSECHA

- a) Se debe planificar las cosechas, considerando los requerimientos del mercado.
- b) El personal de cosecha debe usar la vestimenta mínima que ayude a garantizar la inocuidad del producto, esto es: cubre cabellos o cofias, delantales, guantes, botas de caucho, entre otros.

- c) La recolección del producto debe ser manual; en caso contrario, las herramientas utilizadas deben ser específicas para esta labor, en óptimo estado y desinfectadas con regularidad durante el proceso.
- d) Las canastillas de recolección, deben ser identificadas y exclusivas para este fin, lavadas diariamente y desinfectadas con regularidad.
- e) El punto de cosecha, debe permitir soportar el transporte, la manipulación, y llegar al lugar destino con las características requeridas por el cliente.
- g) Se debe evitar el contacto directo con el suelo del producto cosechado; se recomienda colocarlo bajo sombra previo su traslado a la empacadora, centro de acopio o distribución al consumidor final.
- h) Antes de trasladar el producto cosechado, se recomienda realizar una preclasificación en campo, considerando eliminar producto con: picaduras, deformaciones, golpes, heridas o lesiones causadas por plagas.
- i) Los desechos de cosecha se debe manejar dentro del plan integral de residuos que debe poseer la UPA.
- j) Todos los materiales, equipos y herramientas necesarios para la cosecha, deben cumplir con un programa de limpieza y desinfección; con el objetivo de eliminar residuos de cosechas anteriores y contaminantes.
- k) El personal que realiza la cosecha, debe conocer sobre los riesgos de contaminación y las medidas de desinfección. Ministerio de agricultura, (2008)p.28

se entiende que es muy importante seguir las guías prácticas agrícolas para manipular la cosechas de frutas para clasificarlas, eliminar plagas, desinfectando la cosechas para que los consumidores la puedan consumir.

Conclusión del Capítulo IV

Una vez que se realizó el análisis de las personas encuestadas y entrevistadas se analiza que el proyecto es viable para la implementación de la distribuidora ya que es medible y sostenible manteniendo los indicadores de cumplimientos y así se puede comprobar, evaluar el crecimiento y rendimiento del proyecto.

Se especifica la localización de la empresa, la variedad de productos ofertados en lo que se va a demandar en los mercados municipales que estará a disposición de los consumidores. Esta empresa contará con todos los reglamentos establecidos por la ley para evitar problemas, dando seguridad, compromiso a los clientes, contando con una estructura administrativa para la responsabilidad de una buena gestión de la empresa y cumplimiento de metas.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1. Título de la propuesta

Proyecto de Pre-Factibilidad para la creación de la Microempresa “Papaya Green” y distribución en los mercados municipales del cantón Guayaquil.

5.2 Autor de la propuesta

Gissella Estefanía Soledispa Choéz

Karla Yuleidy Zárate Yela

5.3 Empresa auspiciante.

Ninguna

5.4 Área que cubre la propuesta.

Cantón Guayaquil

5.5 Fecha de presentación

Junio 2018

5.6 Fecha de terminación.

Septiembre 2019

5.7 Duración del proyecto.

No tienen fecha de duración, y se apegará al tiempo establecido por la Ley.

5.8. Participantes del proyecto.

- Futuros Socios de la empresa
- Autoras de la Investigación

Comentado [VM1]: *Comentario Jimmy Milo:* Considero que debe ampliar un poco más el área que cubre la propuesta, de forma más específica. Ahora si en efecto es amplia para todo Guayaquil está bien.

- Talento humanos
- Distribuidores
- Población de Guayaquil Mercados Municipales (clientes)

5.9. Objetivo General

Determinar el rubro de inversión para la Creación de la Microempresa “Papaya Green” y distribución en los mercados municipales del cantón Guayaquil.

5.10. Objetivos específicos.

- Elaborar un análisis económico que favorezca la cantidad real para la creación de la microempresa.
- Desarrollar una evaluación económica que permita establecer los indicadores para la factibilidad del proyecto.
- Establecer los indicadores económicos VAN, TIR, ROI Y C/B.

5.11. Beneficiarios directos.

Futuros socios de la empresa Mercados municipales Autores de la investigación.

5.12. Beneficiarios indirectos.

- Futuros Socios de la empresa
- Autoras de la Investigación
- Talento humano
- Proveedores de cartones
- Población ciudad de Guayaquil (clientes)

5.13. Impacto de la propuesta.

- Se establece en los siguientes factores:
- Capital, materia prima, ingresos de los socios de la empresa a implementarse.

- Distribuciones a micro empresarios de los mercados municipales.
- Atención personalizada con cada proveedor
- Brindar un producto de calidad a diferencia que el producto es 100% natural.

5.14. Descripción de la propuesta.

En la investigación realizada por medio de los estudios se dio a conocer que esta empresa cuenta con los recursos necesarios para la implementación de la micro empresa Papaya Green. Una vez realizado la respectiva tabla de Recursos de inversión se desarrolló los registros basados en los flujos de beneficio neto del proyecto.

Tabla 16
Flujo de beneficio

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de beneficio	\$ 87.740,00	\$ 116.036,15	\$ 153.457,81	\$ 202.947,95	\$ 268.398,67

Nota: Soledispa, Zárate 2019

Tabla 17
Inversión inicial

DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 6.892.51
ACTIVO FIJO	\$ 41.900,00
TOTAL INVERSION FIJA	\$ 48.792.51

Nota: Soledispa, Zárate 2019

Inversión diferida

Papaya Green, como proyecto ha creado su propia marca que será patentado para dicho beneficio de las comunidades, lo cual se va a aplicar con una inversión inicial de \$ 1.900,00 de ser aceptado después de varias verificaciones, será ejecutado a nivel local. En la cual también

será de mucha importancia el terreno para cumplir con la distribución de la papaya para ser aplicado en los diferentes puntos de entrega de los mercados de la ciudad de Guayaquil.

Tabla 18

Activo diferido

ACTIVO DIFERIDO	\$ 300,00
GASTO DE CONSTITUCIÓN	\$ 300,00
OTROS ACTIVOS	\$ 1.600,00
MARCAS Y PATENTES	\$ 1.600,00
Total	\$1.900,00

Nota: Soledispa, Zárate 2019

Capital trabajo inicial

Es fundamental verificar el capital financiero inicial que se ha realizado para gestionarlos, en la cual pueda ser prestamos financieros o inversiones no rembolsables del sector público. Se han identificado en los siguientes.

Tabla 19

Capital de trabajo

Capital de trabajo

Descripción	Previsión	Total mes	Total
Materia prima	1	\$ 1.260,00	\$ 1.260,00
Gastos	1	\$ 5.918,75	\$ 5.918,75
Total capital de trabajo	1	\$ 7.178,75	\$ 7.178,75

Nota: Soledispa, Zárate 2019

Depreciación

Con el pasar de los años los equipos de las organizaciones tienden a depreciarse, siendo esto un hecho estándar determinado por el constante uso de la maquinaria, vehículo, equipo de oficina y todo lo que sirve para el funcionamiento de la empresa.

Tabla 20

Gasto depreciación y amortización

Gasto depreciación y amortización						
Descripción	Años de depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo fijo						
Edificio	10	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Vehículo	5	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
Maquinaria y equipos	10	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Herramientas	5	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Equipos de computación	3	\$ 333,33	\$ 333,33	\$ 333,33	\$ 0,00	\$ 0,00
Equipos de oficina	20	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Muebles y enseres	10	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Otros activos fijos	2	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Total depreciación		\$ 8.073,33	\$ 8.073,33	\$ 7.573,33	\$ 7.240,00	\$ 7.240,00
Activo diferido						
Gasto de constitución	5	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Total amortización		\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00

Nota: Soledispa, Zárate 2019

5.14.1. Ingresos

Los ingresos proyectados para el primer año son resultado de las ventas determinadas en el mismo año, considerando que los estudios realizados activarían un 70% de acogida para la empresa papaya Green dirigida su distribución a los mercados municipales.

En el cuarto y quinto año, según las proyecciones, se alcanzará el posicionamiento del producto en un 90%, de los mercados municipales de Guayaquil.

Proyección de ingresos

En la proyección de ingresos como se refleja en la tabla existen tres productos los cuales son las papayas hawaiana, mexicana y maradol.

La producción de la papaya hawaiana comienza desde enero con 800 unidades fijas de papayas, hasta el mes de diciembre esto equivale a un año de producción que su total es 9600 unidades de papayas al año, en la cual su precio de venta es de \$1,75. El ingreso del primer año de la papaya mexicana es de \$16.800,00 y en los siguientes años proyectados desde el segundo año será el incremento del 15% de la tasa de crecimiento.

La producción de la papaya mexicana comienza desde enero con 2400 unidades y en los próximos meses proyectados su producción es de 2200 unidades, que al año será un total de 26600 unidades en su producción de papayas al año, teniendo en cuenta que su precio de venta es \$2.50. y por lo cual el ingreso del primer año de dicha papaya es de \$66.500,00, y desde el segundo al quinto año su incremento es del 15% de la tasa de crecimiento.

La producción de la papaya maradol inicia desde el mes de enero con 200 unidades al mes las cuales son fijas, hasta el mes de diciembre esto representa un año de producción, que su total es 2400 unidades de papayas al año, su precio de venta es \$1.85 , el ingreso del primer año de la papaya maradol es de \$440,00 en los siguientes años proyectados su crecimiento es del 15% de la tasa de crecimiento.

Tabla 21

Produccion en meses

Producción												
(en cantidad mensual)												
Papaya hawaiana	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800
Papaya mexicana	240	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Papaya maradol	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Total	340	320										
	0											

Nota: Soledispa, Zárate 2019

Tabla 22

Proyección de ingreso

Proyección de ingresos (En usd)					
Descripción	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Papaya hawaiana	9600	11040	12696	14600	16790
Pvp producto 1	\$ 1.75	\$ 2.01	\$ 2.31	\$ 2.66	\$ 3.06
Ingreso producto.1	\$ 16,800.00	\$ 22,218.00	\$ 29,383.31	\$ 38,859.42	\$ 51,391.58
Papaya mexicana	26600	30590	35179	40455	46524
Pvp producto 2	\$ 2.50	\$ 2.88	\$ 3.31	\$ 3.80	\$ 4.37
Ingreso producto.2	\$ 66,500.00	\$ 87,946.25	\$ 116,308.92	\$ 153,818.54	\$ 203,425.02
Papaya maradol	2400	2760	3174	3650	4198
Pvp producto 3	\$ 1.85	\$ 2.13	\$ 2.45	\$ 2.81	\$ 3.24
Ingreso producto.3	\$ 4,440.00	\$ 5,871.90	\$ 7,765.59	\$ 10,269.99	\$ 13,582.06
Ingresos totales	\$ 87,740.00	\$ 116,036.15	\$ 153,457.81	\$ 202,947.95	\$ 268,398.67

Nota: Soledispa, Zárate 2019

5.14.2. Costos operativos

Al referirnos a los costos Operativos, se describe a los costos que cubre la mano de obra de la empresa papaya Green, entre ellas tenemos:

Tabla 23

Nomina

Cantidad	Detalle	Valor
1	Administrador	\$ 600,00
3	Empleado de campo	\$ 1.350,00
4	Empleados	\$1.600,00

Nota: Soledispa, Zárate 2019

Tabla 24

Sueldos y salarios primer año

	Sueldo y Salario	Décimo Tercero 1/12	Décimo Cuarto SBU. 1/12	Vacaciones 1/24	Aporte Patronal 11.15%	Fondos de Reserva 1/12	Total Mes	Total Anual
Administrador de Punto de Venta	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 25,00	\$ 66,90	\$ -	\$ 791,90	\$ 9.502,80
Administrador Jr.	\$ 1.350,00	\$ 112,50	\$ 112,50	\$ 56,25	\$ 150,53	\$ -	\$ 1.781,78	\$ 21.381,30
Auxiliar de Servicios Generales	\$ 1.600,00	\$ 133,33	\$ 133,33	\$ 66,67	\$ 178,40	\$ -	\$ 2.111,73	\$ 25.340,80
Totales	\$ 3.550,00	\$ 295,83	\$ 295,83	\$ 147,92	\$ 395,83	\$ -	\$ 4.685,41	\$ 56.224,90

Nota: Soledispa, Zárate 2019

Tabla 25

Cuadro de sueldos y salarios (segundo año)

	Sueldo y Salario	Décimo Tercero 1/12	Décimo Cuarto SBU. 1/12	Vacaciones 1/24	Aporte Patronal 11.15 %	Fondos de Reserva 1/12	Total Mes	Total Anual
Adm. de Punto de Venta	\$ 800,00	\$ 66,67	\$ 66,67	\$ 33,33	\$ 89,20	\$ 66,67	\$ 1.122,53	\$ 13.470,40
Adm Jr.	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 41,67	\$ 20,83	\$ 55,75	\$ 41,67	\$ 701,58	\$ 8.419,00
Auxiliar de Servicios Generales	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 33,33	\$ 561,27	\$ 6.735,20
Totales	\$ 1.700,00	\$ 141,67	\$ 141,67	\$ 70,83	\$ 189,55	\$ 141,67	\$ 2.385,38	\$ 28.624,60

Nota: Soledispa, Zárate 2019

Se está considerando de manera mensual los sueldos del personal mensual de \$4,685.41 en el primer año, y a su vez el valor estimado como aporte patronal adquiriendo un gasto para el segundo año de \$4981.24, pudiendo con esto cubrir las obligaciones patronales ante el IESS.

5.14.3. Préstamos del proyecto (tabla de amortización)

Para el financiamiento del proyecto, que comprende la compra de activos que son necesarios para que el negocio entre en funcionamiento.

Tabla 26

Plazo préstamo en meses

Tiempo: 60 meses

Capital: 48,792.51

Tasa interés: 9.5% **Tasa efectiva mensual** 9,5%

Pagos : Mensuales **Tiempo** 5 años

Nota: Soledispa, Zárate 2019

Se manifiesta los detalles de cómo serán los pagos de las cuotas del prestamos en 60 meses plazos que seria 5 años. Se pudo mostrar en el cuadro anterior que existen 60 cuotas, las cuales se van liquidando de manera mensual tanto capital como interés.

Tabla 27

Tabla de amortización

Tabla de amortización				
No.	Capital insoluto	Interés	Cuota	Capital pagado
1	\$ 48,792.51	\$ 370.41	\$ 1,015.46	\$ 645.05
2	\$ 48,147.46	\$ 365.51	\$ 1,015.46	\$ 649.94
3	\$ 47,497.52	\$ 360.58	\$ 1,015.46	\$ 654.88
4	\$ 46,842.64	\$ 355.61	\$ 1,015.46	\$ 659.85
5	\$ 46,182.80	\$ 350.60	\$ 1,015.46	\$ 664.86
6	\$ 45,517.94	\$ 345.55	\$ 1,015.46	\$ 669.90
7	\$ 44,84a.03	\$ 340.47	\$ 1,015.46	\$ 674.99
8	\$ 44,173.04	\$ 335.34	\$ 1,015.46	\$ 680.11
9	\$ 43,492.93	\$ 330.18	\$ 1,015.46	\$ 685.28
10	\$ 42,807.65	\$ 324.98	\$ 1,015.46	\$ 690.48
11	\$ 42,117.17	\$ 319.73	\$ 1,015.46	\$ 695.72
12	\$ 41,421.45	\$ 314.45	\$ 1,015.46	\$ 701.00
13	\$ 40,720.45	\$ 309.13	\$ 1,015.46	\$ 706.32
14	\$ 40,014.12	\$ 303.77	\$ 1,015.46	\$ 711.69
15	\$ 39,302.44	\$ 298.37	\$ 1,015.46	\$ 717.09
16	\$ 38,585.35	\$ 292.92	\$ 1,015.46	\$ 722.53
17	\$ 37,862.82	\$ 287.44	\$ 1,015.46	\$ 728.02
18	\$ 37,134.80	\$ 281.91	\$ 1,015.46	\$ 733.55
19	\$ 36,401.25	\$ 276.34	\$ 1,015.46	\$ 739.11
20	\$ 35,662.14	\$ 270.73	\$ 1,015.46	\$ 744.72
21	\$ 34,917.41	\$ 265.08	\$ 1,015.46	\$ 750.38

No.	Capital insoluto	Interés	Cuota	Capital pagado
22	\$ 34,167.03	\$ 259.38	\$ 1,015.46	\$ 756.08
23	\$ 33,410.96	\$ 253.64	\$ 1,015.46	\$ 761.81
24	\$ 32,649.14	\$ 247.86	\$ 1,015.46	\$ 767.60
25	\$ 31,881.55	\$ 242.03	\$ 1,015.46	\$ 773.43
26	\$ 31,108.12	\$ 236.16	\$ 1,015.46	\$ 779.30
27	\$ 30,328.82	\$ 230.24	\$ 1,015.46	\$ 785.21
28	\$ 29,543.61	\$ 224.28	\$ 1,015.46	\$ 791.17
29	\$ 28,752.44	\$ 218.28	\$ 1,015.46	\$ 797.18
30	\$ 27,955.26	\$ 212.22	\$ 1,015.46	\$ 803.23
31	\$ 27,152.03	\$ 206.13	\$ 1,015.46	\$ 809.33
32	\$ 26,342.70	\$ 199.98	\$ 1,015.46	\$ 815.47
33	\$ 25,527.22	\$ 193.79	\$ 1,015.46	\$ 821.66
34	\$ 24,705.56	\$ 187.55	\$ 1,015.46	\$ 827.90
35	\$ 23,877.65	\$ 181.27	\$ 1,015.46	\$ 834.19
36	\$ 23,043.47	\$ 174.94	\$ 1,015.46	\$ 840.52
37	\$ 22,202.95	\$ 168.55	\$ 1,015.46	\$ 846.90
38	\$ 21,356.05	\$ 162.13	\$ 1,015.46	\$ 853.33
39	\$ 20,502.72	\$ 155.65	\$ 1,015.46	\$ 859.81
40	\$ 19,642.91	\$ 149.12	\$ 1,015.46	\$ 866.34
41	\$ 18,776.57	\$ 142.54	\$ 1,015.46	\$ 872.91
42	\$ 17,903.66	\$ 135.92	\$ 1,015.46	\$ 879.54
43	\$ 17,024.12	\$ 129.24	\$ 1,015.46	\$ 886.22
44	\$ 16,137.91	\$ 122.51	\$ 1,015.46	\$ 892.94
45	\$ 15,244.96	\$ 115.73	\$ 1,015.46	\$ 899.72
46	\$ 14,345.24	\$ 108.90	\$ 1,015.46	\$ 906.55
47	\$ 13,438.69	\$ 102.02	\$ 1,015.46	\$ 913.44
48	\$ 12,525.25	\$ 95.09	\$ 1,015.46	\$ 920.37
49	\$ 11,604.88	\$ 88.10	\$ 1,015.46	\$ 927.36
50	\$ 10,677.53	\$ 81.06	\$ 1,015.46	\$ 934.40
51	\$ 9,743.13	\$ 73.97	\$ 1,015.46	\$ 941.49
52	\$ 8,801.64	\$ 66.82	\$ 1,015.46	\$ 948.64
53	\$ 7,853.00	\$ 59.62	\$ 1,015.46	\$ 955.84
54	\$ 6,897.16	\$ 52.36	\$ 1,015.46	\$ 963.10
55	\$ 5,934.07	\$ 45.05	\$ 1,015.46	\$ 970.41
56	\$ 4,963.66	\$ 37.68	\$ 1,015.46	\$ 977.77
57	\$ 3,985.89	\$ 30.26	\$ 1,015.46	\$ 985.20
58	\$ 3,000.69	\$ 22.78	\$ 1,015.46	\$ 992.68
59	\$ 2,008.02	\$ 15.24	\$ 1,015.46	\$ 1,000.21
60	\$ 1,007.80	\$ 7.65	\$ 1,015.46	\$ 1,007.80
TOTAL	\$1,598,465.98	\$12,134.81	\$60,927.32	\$48,792.51

Nota: Soledispa, Zárate 2019

Tabla 28

Resumen de la tabla de amortización

RESUMEN TABLA DE AMORTIZACIÓN				
No.	CAPITAL INSOLUTO	INTERÉS	CUOTA	CAPITAL PAGADO
1	\$ 48,792.51	\$ 4,113.41	\$ 12,185.46	\$ 8,072.06
2	\$ 40,720.45	\$ 3,346.56	\$ 12,185.46	\$ 8,838.90
3	\$ 31,881.55	\$ 2,506.86	\$ 12,185.46	\$ 9,678.60
4	\$ 22,202.95	\$ 1,587.40	\$ 12,185.46	\$ 10,598.07
5	\$ 11,604.88	\$ 580.58	\$ 12,185.46	\$ 11,604.88
TOTAL		\$12,134.81	\$ 60,927.32	\$ 48,792.51

Nota: Soledispa, Zárate 2019

5.14.4. Estados financieros

Mediante el Estado de Pérdidas y Ganancias, se sitúa en evidencia los gastos e ingresos financieros que tiene la empresa papaya Green, con la finalidad de obtener utilidad neta, la misma que nos ayuda a determinar si la puesta en marcha de distribución de papayas a los mercados municipales tendrá o no la rentabilidad para su funcionamiento.

A continuación, se detalla la proyección del Estado de Resultado de Pérdidas y Ganancia en un periodo de 5 años.

Proyección del Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 29

Estado de resultados proyectados

Descripción	Estado de resultados proyectado				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos operativos	\$ 87,740.00	\$ 116,036.15	\$ 153,457.81	\$ 202,947.95	\$ 268,398.67
Ventas	\$ 87,740.00	\$ 116,036.15	\$ 153,457.81	\$ 202,947.95	\$ 268,398.67
Gastos operativos	\$ 90,843.42	\$ 93,878.88	\$ 96,525.74	\$ 99,454.76	\$ 102,836.84
Costo variable total	\$ 15,120.00	\$ 15,674.90	\$ 16,250.17	\$ 16,846.55	\$ 17,464.82
Gasto sueldos y salarios	\$ 56,211.51	\$ 58,274.47	\$ 60,413.15	\$ 62,630.31	\$ 64,928.84
Gasto servicios básicos	\$ 960.00	\$ 995.23	\$ 1,031.76	\$ 1,069.62	\$ 1,108.88
Gasto combustible	\$ 2,400.00	\$ 2,488.08	\$ 2,579.39	\$ 2,674.06	\$ 2,772.19
Gasto transporte	\$ 2,400.00	\$ 2,488.08	\$ 2,579.39	\$ 2,674.06	\$ 2,772.19
Gasto publicidad	\$ 1,200.00	\$ 1,244.04	\$ 1,289.70	\$ 1,337.03	\$ 1,386.10
Otros gastos	\$ 1,200.00	\$ 1,244.04	\$ 1,289.70	\$ 1,337.03	\$ 1,386.10
Gasto imprevistos	\$ 3,218.58	\$ 3,336.70	\$ 3,459.15	\$ 3,586.10	\$ 3,717.72
Gasto depreciación	\$ 8,073.33	\$ 8,073.33	\$ 7,573.33	\$ 7,240.00	\$ 7,240.00
Gasto amortización	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00
Utilidad/pérdida operativa	-\$ 3,103.42	\$ 22,157.27	\$ 56,932.07	\$ 103,493.19	\$ 165,561.83
Gasto financiero	\$ 4,113.41	\$ 3,346.56	\$ 2,506.86	\$ 1,587.40	\$ 580.58
Utilidad/pérdida bruta	-\$ 7,216.82	\$ 18,810.71	\$ 54,425.20	\$ 101,905.80	\$ 164,981.25
15% empleados	\$ 0.00	\$ 2,821.61	\$ 8,163.78	\$ 15,285.87	\$ 24,747.19

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Dep. Ac. Herramientas		-\$ 100.00	-\$ 200.00	-\$ 300.00	-\$ 400.00	-\$ 500.00
Equipos de computación	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Dep. Ac. Equipos de computación		-\$ 333.33	-\$ 666.67	-\$ 1,000.00	-\$ 1,000.00	-\$ 1,000.00
Equipos de oficina	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00
Dep. Ac. Equipos de oficina		-\$ 10.00	-\$ 20.00	-\$ 30.00	-\$ 40.00	-\$ 50.00
Muebles y enseres	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00
Dep. Ac. Muebles y enseres		-\$ 30.00	-\$ 60.00	-\$ 90.00	-\$ 120.00	-\$ 150.00
Terreno	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Otros activos fijos	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Dep. Ac. Otros activos fijos		-\$ 500.00	-\$ 1,000.00	-\$ 1,000.00	-\$ 1,000.00	-\$ 1,000.00
Diferido	\$ 300.00	\$ 240.00	\$ 180.00	\$ 120.00	\$ 60.00	\$ 0.00
Gasto de constitución	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00
Amort. Ac. Gasto de constitución		-\$ 60.00	-\$ 120.00	-\$ 180.00	-\$ 240.00	-\$ 300.00
Otros activos	\$ 1,600.00	\$ 1,600.00	\$ 1,600.00	\$ 1,600.00	\$ 1,600.00	\$ 1,600.00
Marcas y patentes	\$ 1,600.00	\$ 1,600.00	\$ 1,600.00	\$ 1,600.00	\$ 1,600.00	\$ 1,600.00
Pasivo	\$ 48,792.51	\$ 40,720.45	\$ 31,881.55	\$ 22,202.95	\$ 11,604.88	\$ 0.00
Pasivo a largo plazo	\$ 48,792.51	\$ 40,720.45	\$ 31,881.55	\$ 22,202.95	\$ 11,604.88	\$ 0.00
Préstamo a largo plazo	\$ 48,792.51	\$ 40,720.45	\$ 31,881.55	\$ 22,202.95	\$ 11,604.88	\$ 0.00
Patrimonio	\$ 0.00	\$ 7,216.82	\$ 4,775.00	\$ 39,471.07	\$ 104,436.02	\$ 209,611.56
Capital social	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Utilidad retenida			-\$ 7,216.82	\$ 4,775.00	\$ 39,471.07	\$ 104,436.02

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad del ejercicio		-\$ 7,216.82	\$ 11,991.83	\$ 34,696.07	\$ 64,964.94	\$ 105,175.54
Pasivo y patrimonio	\$ 48,792.51	\$ 33,503.63	\$ 36,656.55	\$ 61,674.02	\$ 116,040.90	\$ 209,611.56

Nota: Soledispa, Zárata 2019

5.14.5 Flujo de caja

Para poder conocer la liquidez de la Microempresa Papaya Green es preciso el flujo de caja como medio para conocer el comportamiento mensual o anual de sus movimientos, tanto ingresos como gastos para poder pronosticar el destino de la inversión y si esta tiene futuro, el flujo de caja que se detalla a continuación, está proyectada a un periodo de 5 años.

Tabla 31
Flujo de fondos proyectados

Flujo de fondos proyectados						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fuentes	\$ 48.792,51	\$ 87.740,00	\$ 116.036,15	\$ 153.457,81	\$ 202.947,95	\$ 268.398,67
Ventas		\$ 87.740,00	\$ 116.036,15	\$ 153.457,81	\$ 202.947,95	\$ 268.398,67
Aporte de capital	\$ 0,00					
Préstamo	\$ 48.792,51					
Usos	\$ 48.792,51	\$ 94.895,55	\$ 104.749,89	\$ 120.807,01	\$ 141.281,07	\$ 167.528,00
Para inversión	\$ 48.792,51	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Capital de trabajo	\$ 6.892,51	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	\$					
Activo fijo	40.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Activo diferido	\$ 300,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Otros activos	\$ 1.600,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Para costos y gastos	94.895,50	104.749,89	120.807,01	141.281,07	167.528,00	
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Costo variable total	15.120,00	15.674,90	16.250,17	16.846,55	17.464,82	
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Gasto sueldos y salarios	56.211,51	58.274,47	60.413,15	62.630,31	64.928,84	
Gasto servicios básicos	\$ 960,00	\$ 995,23	\$ 1.031,76	\$ 1.069,62	\$ 1.108,88	
Gasto combustible	\$ 2.400,00	\$ 2.488,08	\$ 2.579,39	\$ 2.674,06	\$ 2.772,19	
Gasto transporte	\$ 2.400,00	\$ 2.488,08	\$ 2.579,39	\$ 2.674,06	\$ 2.772,19	
	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	
Gasto publicidad	\$ 1.200,00	\$ 1.244,04	\$ 1.289,70	\$ 1.337,03	\$ 1.386,10	
Otros Gastos	\$ 1.200,00	\$ 1.244,04	\$ 1.289,70	\$ 1.337,03	\$ 1.386,10	
Gasto imprevistos	\$ 3.218,58	\$ 3.336,70	\$ 3.459,15	\$ 3.586,10	\$ 3.717,72	
Gasto financiero	\$ 4.113,41	\$ 3.346,56	\$ 2.506,86	\$ 1.587,40	\$ 580,58	
15% empleados	\$ 0,00	\$ 2.821,61	\$ 8.163,78	\$ 15.285,87	\$ 24.747,19	
Impuesto a la renta 25%	\$ 0,00	\$ 3.997,28	\$ 11.565,36	\$ 21.654,98	\$ 35.058,51	
Pago de capital préstamos	\$ 8.072,06	\$ 8.838,90	\$ 9.678,60	\$ 10.598,07	\$ 11.604,88	
Flujo de efectivo	\$0,00	\$- 7.155,55	\$11.286,26	\$32.650,80	\$61.666,88	\$100.870,66
		\$-	\$-	\$-	\$-	\$49.655,88
Efectivo inicial	- 48792,51	48.792,51	55.948,06	44.661,80	12.011,00	8
		\$-	\$-	\$-	\$-	\$49.655,88
Efectivo final	\$-48.793	\$55.948,06	\$44.661,80	\$12.011,00	\$49.655,88	\$150.526,54

Nota: Soledispa, Zárate 2019

5.14.6 Evaluación económica

Consiste en analizar lo que se proyecta en la investigación para la implementación de la distribuidora.

Punto de equilibrio en dólares

A continuación se especifica el cálculo del punto de equilibrio en el cual se muestra que tenemos costos indirectos y costos variables, los cuales pueden subir o bajar dependiendo las ventas que se realicen, aplicando la formula obtenemos los siguientes resultados:

Tabla 32

Punto de equilibrio en dólares

	Y	X
TOTAL		
INGRESOS	87,740.00	87,740.00
COSTO		
INDIRECTO	71,025.05	15,120.00
COSTO		
VARIABLE	15,120.00	15,674.90
PUNTO DE		
EQUILIBRIO	85,812.96	

Nota: Soledispa, Zárate 2019

$$Pe = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$Pe = \frac{71,025.05}{1 - \frac{15,120.00}{87,740.00}}$$

$$Pe = \frac{71,025.05}{0.82767}$$

$$Pe = 85,812.96$$

Adquirimos aplicando la formula un Punto de Equilibrio de 85,812.96, lo cual representa que existe un equilibrio de tal manera que se pueden cubrir con los compromisos, y no se gana ni se pierde en el ejercicio de la microempresa.



Comentado [VM2]: Comentario Jimmy Milo: Deben aplicar APA

Gráfico 1 Análisis de costos

Nota: Soledispa, Zárate 2019

En el grafico anterior es como se logra mostrar los costos directos e indirectos y a su vez el total de ingresos, y resalta el total de ingresos, demostrando que se obtiene el 50% de total de ingresos, los costos indirectos con un 41% y el costo variable con un 9%.

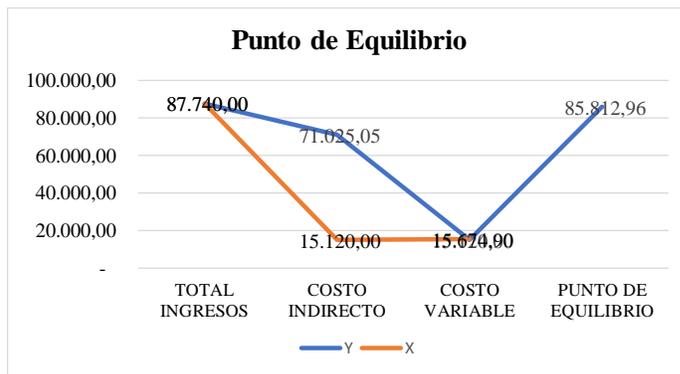


Gráfico 2 Punto de equilibrio

Nota: Soledispa, Zárate 2019

5.14.7 Evaluación financiera

VAN

El VAN es el valor Actual Neto y se utiliza en nuestro proceso como un indicador financiero que nos permitió determinar la viabilidad de la distribución de papayas en los mercados municipales, proyectando los flujos que tendremos tanto en ingresos como en egresos.

A través de este indicador está manifestado que la microempresa Papaya Green en un lapso no mayor a 5 años, será rentable y se proyecta extender mucho más, generando en el lapso de 5 años.

Tabla 33

Flujo de fondos proyectado

Descripción	Flujo de fondos proyectado					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Desventaja	-\$ 48,792.51					
Ventaja	\$ 0.00	-\$ 7,155.55	\$ 11,286.26	\$ 32,650.80	\$ 61,666.88	\$ 100,870.66
Valor residual						\$ 3,400.00
Flujo neto	-\$ 48,792.51	-\$ 7,155.55	\$ 11,286.26	\$ 32,650.80	\$ 61,666.88	\$ 104,270.66
Flujo actualizado	-\$ 48,792.51	-\$ 6,388.88	\$ 8,997.34	\$ 23,240.20	\$ 39,190.42	\$ 59,165.97
		Van				\$ 75,412.53
		B/c				2.54557609
Desventaja	-\$ 48,792.51					
Ventaja	\$ 0.00	-\$ 3,042.14	\$ 14,632.82	\$ 35,157.67	\$ 63,254.28	\$ 101,451.24
Valor residual						\$ 3,400.00
Flujo neto	-\$ 48,792.51	-\$ 3,042.14	\$ 14,632.82	\$ 35,157.67	\$ 63,254.28	\$ 104,851.24
Flujo actualizado	-\$ 48,792.51	-\$ 2,117.33	\$ 7,088.39	\$ 11,853.57	\$ 14,843.23	\$ 17,124.66
		Tir				43.68%

Nota: Soledispa, Zárate 2019

Tabla 34

VAN

$$\begin{aligned}
 \text{VAN} &= -48,792,5 + \frac{\$-155,55}{(1+0.12)^1} + \frac{\$11.286,26}{(1+0.12)^2} + \frac{32650,8}{(1+0.12)^3} + \frac{\$61.666,88}{(1+0.12)^4} + \frac{100870,66}{(1+0.12)^5} \\
 \text{VAN} &= -48,792,51 + \frac{-7155,55}{1,121} + \frac{1286,26}{1,2544} + \frac{32650,8}{1,404928} + \frac{61666,88}{1,57351936} + \frac{100870,66}{1,7623416832} \\
 \text{VAN} &= 48,7925 - 6388.88 + 8997.34 + 23240.2 + 39190.42 + 59165.97 \\
 \text{VAN} &= 55181,39 - 130593,93 \\
 \text{VAN} &= 75.412,4
 \end{aligned}$$

Nota: Soledispa, Zárate 2019

El van es de 75.412.53 este valor es mayor a cero por lo tanto el Proyecto es viable lo cual le permite recuperar la inversión inicial y generar y una buena rentabilidad.

Tasa interna de Retorno (TIR)

Se trata de la tasa descuento que el valor actual de los flujos de caja sea igual al valor actual de los flujos de inversión.

- TIR > costo del capital aceptable
- TIR < costo del capital rechazado
- TIR = costo de capital es indiferente

Tasa interna de retorno (TIR)

TIR	43.68%
-----	--------

Con el valor del TIR nos podemos dar cuenta que el proyecto es aceptable, tiene un rendimiento mayor al mínimo requerido (TIR > Tasa de oportunidad): 43.68% > 12%

5.14.8 Relación beneficio – costo

La relación costo – beneficio, una vez revisada la situación proyectada previo la ejecución y lanzamiento de la microempresa Papaya Green, se consideran los aspectos financieros y proyecciones tanto como ingresos y egresos, y nos da una reciprocidad positiva ya que se ha procedido a revisar el VAN con un crecimiento cada año, a comparación de la información con la que surge la microempresa Papaya Green.

Tabla 35

Relación beneficio-costo

Año	Ingreso Total	Factor de Actualizacion	Ingreso Actualizado	Egresos Total	Egreso Actualizado
0		15%			
1	\$87.740,00	0,86956522	\$76.295,65	\$56.211,51	\$48.879,57
2	\$116.036,15	0,75614367	\$87.740,00	\$58.274,47	\$44.063,87
3	\$153.457,81	0,65751623	\$100.901,00	\$60.413,15	\$39.722,63
4	\$202.947,95	0,57175325	\$116.036,15	\$62.630,31	\$35.809,08
5	\$268.398,67	0,49717674	\$133.441,57	\$64.928,84	\$32.281,11
Totales			\$514.414,38	\$302.458,28	\$200.756,26

Comentado [j3]: *Comentario Jimmy Milo:* De considerarlo el Tutor, aportaría mucho lo siguiente:

$$FACTOR DE ACTUALIZACIÓN = \frac{1}{(1+i)^1}$$

$$FACTOR DE ACTUALIZACIÓN = \frac{1}{(1+15\%)^1}$$

$$FACTOR DE ACTUALIZACIÓN = 0,86956522$$

***NOTA: He tomado como ejemplo una tasa del 15%

Criterios de decisión

- R C/B > 1 se acepta el proyecto.
- R C/B = 1, es indiferente ejecutar el proyecto.
- R C/B < 1 se rechaza el proyecto

$$RELACIÓN COSTO BENEFICIO = \frac{SUMATORIA DE I}{SUMATORIA DE E}$$

$$RELACIÓN COSTO BENEFICIO = \frac{SUMATORIA DE INGRESOS}{SUMATORIA DE EGRESOS}$$

RBC	\$514.414,38
	\$200.756,26
RBC	2,56

5.14.9 Tiempo de recuperación de la inversión

El periodo de recuperación de la inversión es 4 años 11 meses 14 días.

Tabla 36

Tiempos de recuperación de la inversión

AÑO	FLUJO DE CAJA	FLUJO ACUMULADO
0	\$-48.792,51	\$-48.792,51
1	\$-7.155,55	\$-55.948,06
2	\$11.286,26	\$-44.661,80
3	\$32.650,80	\$-12.011,00
4	\$61.666,88	\$49.655,88
5	\$100.870,66	\$150.526,54

Nota: Soledispa, Zárate 2019

$$PRC = 1 + (-.44661,80 / 11286,26)$$

$$PRC = 4,9571834 = 4 \text{ año}$$

$$PRC = 0,9571834 \times 12 = 11,486200 = 7 \text{ meses}$$

$$PRC = 0,4862000344 \times 30 = 14,586001032 = 14 \text{ días}$$

El periodo de recuperación del capital invertido es en 4 años con 11 meses y 14 días

5.15 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad ayuda a las empresas en la decisión de inversión, que se debe aplicar en los cálculos del flujo de caja y en el VAN. Obteniendo resultados esperado, pesimistas y optimista en el proyecto planificado.

En dicho análisis se observar que se obtiene el flujo pesimista, esperado y optimista, cada uno con un incremento alto o bajo en porcentaje.

Tabla 37

Flujo pesimista

FLUJO PESIMISTA						-10%
Valor inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
\$48,792.51	85,406.00	94,274.90	108,726.31	127,152.96	150,775.20	

Nota: Soledispa, Zárate 2019

Tabla 38

Flujo esperado

FLUJO ESPERADO						15%
Valor inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
\$48,792.51	\$94,895.55	\$104,749.89	\$120,807.01	\$141,281.07	\$167,528.00	

Nota: Soledispa, Zárate 2019

Tabla 39

Flujo optimista

FLUJO OPTIMISTA						20%
Valor inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
\$48,792.51	113,874.66	125,699.87	144,968.41	169,537.28	201,033.60	

Nota: Soledispa, Zárate 2019

En los escenarios se observó que en flujo optimista los ingresos por ventas en el año presentan un incremento del 20% en cada año, respecto al escenario esperado el incremento es de 15%. Y por el último el pesimista con un 10%.

Tabla 40

Resumen del escenario

Optimista		Pesimista	
VAN	\$ 156,876.54	VAN	\$ 10,749.76
TIR	62.19	TIR	21.78
Relación Costo beneficio	4.21517693	Relación Costo beneficio	1.22031578

Nota: Soledispa, Zárate 2019

Esta observación beneficia a tomar decisiones acertadas sobre la inversión que se procura realizar en la microempresa papaya Green, considerando que el punto de venta tendrá una alta rentabilidad, con el escenario esperado, el progreso e incremento del punto de venta será muy beneficioso.

5.16 Importancia

Este proyecto tiene como perspectiva estudios ejecutados al igual que observaciones, que permiten demostrar la viabilidad económica y financiera de la investigación, por lo que su viabilidad será confiable para su elaboración y ejecución.

5.17 Metas del proyecto

Las metas planteadas del proyecto son las siguientes:

- Posicionar la distribución de papayas en los mercados municipales y expandir de inmediato en otros.

- Alcanzar el nivel de distribución como una forma de obtener los ingresos determinados.

5.18 Finalidad de la propuesta

Se espera que la propuesta de negocio sea productiva, por lo que será motor de progreso en la distribución de las Papayas, a todos los comerciantes de los mercados Municipales de Guayaquil.

Conclusión de Capítulo V

Con el estudio financiero del presente capítulo se pudo determinar que es viable el proyecto para implementar la empresa “papaya Green y distribución en los mercados municipales del cantón Guayaquil se comprobó que existe retorno de la inversión siendo favorable económicamente.

Referencias

- Andes, L. (2014). Recuperado el 30 de 08 de 2018, de <https://repository.unad.edu.co/bitstream/10596/7438/1/Fundamentos%20de%20Costos%207-46.pdf>
- Aranday, F. R. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión.: Una propuesta metodológica*. <https://www.elsotano.com/editorial/imcp-instituto-mexicano-de-contadores-publicos/504/>. Recuperado el 04 de 10 de 2019, de https://books.google.com.ec/books/about/Formulaci%C3%B3n_y_evaluaci%C3%B3n_de_proyectos.html?id=Qs9XDwAAQBAJ&redir_esc=y
- ARIAS, F. G. (2012). investigación descriptiva. En F. G. ARIAS. Caracas, República Bolivariana de Venezuela: EPISTEME, C.A. Recuperado el 23 de 10 de 2018, de <https://evidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACI%C3%93N-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
- ARIAS, F. G. (2012). investigación explicativa. En F. G. ARIAS, *El Proyecto de Investigación* (6ª Edición ed., pág. 146). EPISTEME, C.A. Recuperado el 05 de 11 de 2018, de <https://evidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACI%C3%93N-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
- Cabrera Tigre, D. E. (2008). <http://www.ucipfg.com>. Recuperado el 22 de 02 de 2019, de <http://dspace.ucecuenca.edu.ec/bitstream/123456789/23637/1/TESIS.pdf>
- Ejemplode.com, R. (2011). *ejemplode*. Recuperado el 28 de 08 de 2018, de https://www.ejemplode.com/59-finanzas/1459-ejemplo_de_costos.html
- Fischer, E. (2006). *Mercadotecnia* (Tercera ed.). Recuperado el 2018, de <https://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>
- García, I. M. (Diciembre de 2010). <http://centa.gob.sv>. Recuperado el 20 de septiembre de 2018, de <http://centa.gob.sv/docs/guias/frutales/GUIA%20CULTIVO%20PAPAYA.pdf>
- Landaure, J. C. (28 de junio de 2016). *conexionesan*. Recuperado el 28 de 10 de 2018, de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/06/costos-de-inversion-y-de-operacion-en-la-formulacion-de-un-proyecto/>
- Ministerio de agricultura, g. a. (2 de 12 de 2008). *agrocalidad.gob.ec*. Recuperado el 12 de 09 de 2018, de <http://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/pdf/inocuidad/HORTALIZAS-VERDURAS/hortalizas-verduras.pdf>
- Silva, P. V. (2014). *Cepal*. Recuperado el 02 de 09 de 2018, de https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/2/33602/EDUCACION_7_Evaluacion.ppt

- Tamayo, M. (17 de 08 de 2012). *Metodología de Investigación Científica*. Recuperado el 13 de 10 de 2018, de <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-la-poblacion.html>
- Universia. (04 de 09 de 2017). *noticias.universia.cr*. Recuperado el 25 de 11 de 2018, de <https://noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html>
- Valencia, S. E. (2010). Productos de consumo y productos organizacionales. En S. E. Valencia, *Bloque A Producto: concepto, atributo y beneficios* (pág. 17).

Apéndices

Apèndice A. Encuesta



CARTA DE PRESENTACIÓN

Propósito:

Analizar las respuestas de los consumidores de papaya para la distribución para la Microempresa

Saludos cordiales

Estimado(a) el presente cuestionario de la encuesta que se está presentando de carácter anónimo por lo que usted está en libertad de responder sin ningún compromiso, ni retasación a las opiniones aquí vertidas.

Una de las principales fuentes de información es para conocer el grado de consumo de papaya se solicita que conteste cordialmente las siguientes preguntas que servirán para la investigación que se realizará para el beneficio de la comunidad.

Atentamente

Soledispa Gissella y Zárata Karla

Universidad San Gregorio de Portoviejo

Diseño de encuesta

Objetivo: Analizar la información sobre los gustos y preferencias de los consumidores de papaya.

Instrucciones

- Lea detenidamente en las preguntas
- Cualquier duda pregunte al encuestador
- Utilice pluma azul o negra
- Tiene usted 20 minutos para responder
- No se aceptan tachones

Marca con una (x) la respuesta de su elección.

Edad: ____

1. Sexo al que pertenece

- Hombre
- Mujer

2. ¿Usted consume papaya?

- Si
- No
- No me gusta

3. ¿Con que frecuencia usted consume papaya?

- Nunca
- A veces
- De vez en cuando
- Siempre

4. ¿Con que frecuencia usted compra papaya?

- Semanalmente
- Quincenalmente
- Mensualmente
- Otra frecuencia

Cual: _____

5. ¿Conoces usted los beneficios de la papaya?

- Si
- No

6. ¿Dónde usualmente usted compra papaya?

- Distribuidores
- Mercados Municipales
- Tiendas
- Supermercados

7. ¿Por qué motivo usted compraría papaya?

- Salud
- Precio

8. ¿Al momento de comprar papaya, que características debe tener la Fruta para llamar su atención?

- Color
- Tamaño
- Precio

9. ¿Qué cantidades de la fruta estaría dispuesto a comprar?

- De 1 a 3 Unid.
- De 4 a 6 Unid.
- Otros

cual: _____

10. De los siguientes rangos ¿entre cuál se encuentra el precio de la fruta que usted consume?

- De \$0.80
- De \$1.00
- De 1.25
- Otros

Cual: _____

11. ¿Está satisfecho(a) con el precio que paga por las fruta?

Sí

No

¿por qué? _____

12. ¿Cuáles promociones considera atractivas en las (producto)?

Descuento

2x1

Otros

Cual: _____

Estimado(a)

Se le agradece el tiempo por haber llenado todos los campos de la encuesta que nos ayudara a realizar el estudio de mercado.

Soledispa Gissella , Zárate Karla

CC: 0950020222 - 1207096304

Apèndice B. Entrevista



Ciudad: Vines

Lugar:

Horario Inicio:

Hora finalizada:

Nombre del entrevistado:

Cargo del entrevistado:

Nombre del entrevistador:

Cargo del entrevistador:

Objetivo: Identificar las preferencias del consumidor de papaya.

Formulario

1. ¿Quiénes son sus principales compradores en el mercado nacional?
2. ¿Los exportadores ecuatorianos han visto la posibilidad de abrir nuevos mercados?
3. ¿Cómo valoras las políticas agrarias que se dan o se han dado hasta el momento?
4. ¿Cuáles son los fertilizantes, químicos o plaguicidas que se usan para el cuidado del terreno?

5. ¿A quién comercializan directamente a una empresa, bodega o intermediarios?

6. ¿Cuál es la época de cosecha de la papaya?

7. ¿Cuáles son los principales cuidados de la papaya?

8. ¿Cuáles son las condiciones de producción de cultivo de papaya?

9. ¿Cuáles son sus precios de venta a los proveedores?

10. ¿Qué clima es el más favorable para el cultivo de papaya?

Apèndice . C Amortizaciòn por cuotas

Tabla de Amortizaciòn				
No.	Capital insoluto	Interés	Cuota	Capital pagado
1	\$ 49,078.75	\$ 465.70	\$ 1,076.58	\$ 610.88
2	\$ 48,467.88	\$ 459.90	\$ 1,076.58	\$ 616.67
3	\$ 47,851.20	\$ 454.05	\$ 1,076.58	\$ 622.53
4	\$ 47,228.67	\$ 448.14	\$ 1,076.58	\$ 628.43
5	\$ 46,600.24	\$ 442.18	\$ 1,076.58	\$ 634.40
6	\$ 45,965.84	\$ 436.16	\$ 1,076.58	\$ 640.42
7	\$ 45,325.43	\$ 430.08	\$ 1,076.58	\$ 646.49
8	\$ 44,678.93	\$ 423.95	\$ 1,076.58	\$ 652.63
9	\$ 44,026.31	\$ 417.76	\$ 1,076.58	\$ 658.82
10	\$ 43,367.49	\$ 411.51	\$ 1,076.58	\$ 665.07
11	\$ 42,702.42	\$ 405.19	\$ 1,076.58	\$ 671.38
12	\$ 42,031.03	\$ 398.82	\$ 1,076.58	\$ 677.75
13	\$ 41,353.28	\$ 392.39	\$ 1,076.58	\$ 684.18
14	\$ 40,669.10	\$ 385.90	\$ 1,076.58	\$ 690.68
15	\$ 39,978.42	\$ 379.35	\$ 1,076.58	\$ 697.23
16	\$ 39,281.19	\$ 372.73	\$ 1,076.58	\$ 703.85
17	\$ 38,577.35	\$ 366.05	\$ 1,076.58	\$ 710.52
18	\$ 37,866.82	\$ 359.31	\$ 1,076.58	\$ 717.27
19	\$ 37,149.55	\$ 352.50	\$ 1,076.58	\$ 724.07
20	\$ 36,425.48	\$ 345.63	\$ 1,076.58	\$ 730.94
21	\$ 35,694.54	\$ 338.70	\$ 1,076.58	\$ 737.88
22	\$ 34,956.66	\$ 331.70	\$ 1,076.58	\$ 744.88
23	\$ 34,211.78	\$ 324.63	\$ 1,076.58	\$ 751.95
24	\$ 33,459.83	\$ 317.49	\$ 1,076.58	\$ 759.08
25	\$ 32,700.75	\$ 310.29	\$ 1,076.58	\$ 766.29
26	\$ 31,934.46	\$ 303.02	\$ 1,076.58	\$ 773.56
27	\$ 31,160.91	\$ 295.68	\$ 1,076.58	\$ 780.90
28	\$ 30,380.01	\$ 288.27	\$ 1,076.58	\$ 788.31
29	\$ 29,591.70	\$ 280.79	\$ 1,076.58	\$ 795.79
30	\$ 28,795.92	\$ 273.24	\$ 1,076.58	\$ 803.34
31	\$ 27,992.58	\$ 265.62	\$ 1,076.58	\$ 810.96
32	\$ 27,181.62	\$ 257.92	\$ 1,076.58	\$ 818.66
33	\$ 26,362.96	\$ 250.15	\$ 1,076.58	\$ 826.42
34	\$ 25,536.54	\$ 242.31	\$ 1,076.58	\$ 834.27
35	\$ 24,702.27	\$ 234.39	\$ 1,076.58	\$ 842.18
36	\$ 23,860.09	\$ 226.40	\$ 1,076.58	\$ 850.17
37	\$ 23,009.92	\$ 218.34	\$ 1,076.58	\$ 858.24
38	\$ 22,151.68	\$ 210.19	\$ 1,076.58	\$ 866.38
39	\$ 21,285.29	\$ 201.97	\$ 1,076.58	\$ 874.60

No.	Capital insoluto	Interés	Cuota	Capital pagado
40	\$ 20,410.69	\$ 193.67	\$ 1,076.58	\$ 882.90
41	\$ 19,527.78	\$ 185.30	\$ 1,076.58	\$ 891.28
42	\$ 18,636.50	\$ 176.84	\$ 1,076.58	\$ 899.74
43	\$ 17,736.76	\$ 168.30	\$ 1,076.58	\$ 908.28
44	\$ 16,828.49	\$ 159.68	\$ 1,076.58	\$ 916.89
45	\$ 15,911.59	\$ 150.98	\$ 1,076.58	\$ 925.59
46	\$ 14,986.00	\$ 142.20	\$ 1,076.58	\$ 934.38
47	\$ 14,051.62	\$ 133.33	\$ 1,076.58	\$ 943.24
48	\$ 13,108.38	\$ 124.38	\$ 1,076.58	\$ 952.19
49	\$ 12,156.18	\$ 115.35	\$ 1,076.58	\$ 961.23
50	\$ 11,194.95	\$ 106.23	\$ 1,076.58	\$ 970.35
51	\$ 10,224.60	\$ 97.02	\$ 1,076.58	\$ 979.56
52	\$ 9,245.05	\$ 87.72	\$ 1,076.58	\$ 988.85
53	\$ 8,256.19	\$ 78.34	\$ 1,076.58	\$ 998.24
54	\$ 7,257.96	\$ 68.87	\$ 1,076.58	\$ 1,007.71
55	\$ 6,250.25	\$ 59.31	\$ 1,076.58	\$ 1,017.27
56	\$ 5,232.98	\$ 49.65	\$ 1,076.58	\$ 1,026.92
57	\$ 4,206.06	\$ 39.91	\$ 1,076.58	\$ 1,036.67
58	\$ 3,169.39	\$ 30.07	\$ 1,076.58	\$ 1,046.50
59	\$ 2,122.89	\$ 20.14	\$ 1,076.58	\$ 1,056.43
60	\$ 1,066.46	\$ 10.12	\$ 1,076.58	\$ 1,066.46
TOTAL	\$ 1,635,175.66	\$15,515.84	\$64,594.60	\$ 49,078.75

Nota: Soledispa, Zárate 2019