



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TITULO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

**Estudio de pre factibilidad para la producción y comercialización de
Mermelada de Banano - Chocolate y Banano- Maracuyá en la ciudad de
Portoviejo.**

TUTOR:

Ing. Martha Yadira García Briones Mgs.

AUTORES:

Joselin Lourdes Mendoza Valencia

Paola Fernanda Ormaza Granizo

PORTOVIEJO – MANABI – ECUADOR

2020

CERTIFICADO DEL TUTOR DE TITULACIÓN

Quien suscribe, en calidad de director del presente Trabajo de Titulación:

Estudio de pre factibilidad para la producción y comercialización de Mermelada de Banano - Chocolate y Banano- Maracuyá en la ciudad de Portoviejo, desarrollada de manera previa a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial, por las egresadas **Mendoza Valencia Joselin Lourdes y Ormaza Granizo Paola Fernanda**.

Certifico.

Que el presente informe final de las egresadas de la carrera de Gestión Empresarial de la Universidad San Gregorio de Portoviejo cumple con los requisitos estipulados en el Reglamento Interno de la Universidad y por lo tanto la considero como aprobada y apta para ser sustentada.

Ing. Martha Yadira García Briones

Tutora del Trabajo de Titulación.

CERTIFICADO DEL TRIBUNAL

El trabajo de investigación “**Estudio de pre factibilidad para la producción y comercialización de Mermelada de Banano - Chocolate y Banano- Maracuyá en la ciudad de Portoviejo**”, presentado por las egresadas **Mendoza Valencia Joselin Lourdes y Ormaza Granizo Paola Fernanda**, 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 Ruíz Vélez, Mgs

Coordinadora de la carrera

Ing. Martha Yadira García Briones, Mgs.

Tutor trabajo investigación

.....
Miembro del tribunal

Miembro del tribunal

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Mendoza Valencia Joselin Lourdes y Ormaza Granizo Paola Fernanda, autoras de este trabajo de titulación denominado **“Estudio de pre factibilidad para la producción y comercialización de Mermelada de Banano - Chocolate y Banano- Maracuyá en la ciudad de Portoviejo”**, 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.

Mendoza Valencia Joselin Lourdes
Egresada de la carrera de
Gestión Empresarial

Ormaza Granizo Paola Fernanda
Egresada de la carrera de
Gestión Empresarial

AGRADECIMIENTO

Agradecemos principalmente a Dios, quien siempre fue y será el gestor que guió y encaminó nuestros pasos para vencer los obstáculos que se presentaron y lograr nuestras metas.

A nuestros padres, que con su infinito amor han logrado que seamos personas honestas y de bien.

A nuestros maestros, que con sus valiosos conocimientos, hicieron posible llegar a la meta.

A nuestra tutora de tesis, por su tiempo y paciencia.

A todos cada uno de ellos nuestra eterna gratitud.

Mendoza Valencia Joselin Lourdes

Ormaza Granizo Paola Fernanda

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a:

A Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres Fernando Ormaza y Patricia Granizo quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades.

A mi hermano Henry Ormaza por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Ormaza Granizo Paola Fernanda

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a Dios, por darme fuerzas cada día de mi vida y mantenerme en pies.

A mis padres Javier Mendoza y Lourdes Valencia, que son mis pilares fundamentales para seguir adelante y siempre estuvieron para apoyarme.

Agradezco a toda mi familia quienes han aportado su granito de arena en este logro y a mis amigos/as sinceros que siempre estuvieron para darme ánimo. Y a todas las personas que han sido partícipes de la realización de este trabajo de investigación, brindándome sus conocimientos, enseñanzas y aprendizajes.

Mendoza Valencia Joselin Lourdes

TABLA DE CONTENIDOS

CERTIFICADO DEL TUTOR DE TITULACIÓN	ii
CERTIFICADO DEL TRIBUNAL.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN	xv
SUMMARY.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	xvii
CAPÍTULO I	1
1. Problematización.	1
1.1. Tema:	1
1.2. Antecedentes generales:	1
1.3. Formulación del Problema	4
1.4. Planteamiento del Problema	4
1.5. Preguntas de Investigación	6
1.6. Delimitación del problema.....	6
1.7. Justificación.....	7
1.8. Objetivos	8
1.8.1. Objetivo General:.....	8
1.8.2. Objetivos Específicos:.....	8
CAPÍTULO II	10
2. Contextualización.....	10
2.1. Marco teórico.....	10
2.1.1. Estudio de factibilidad.....	10
2.1.2. Recursos de los estudios de Factibilidad.....	11
2.1.3. Tipos de factibilidades	12
2.1.4. Mercado	13
2.1.5. Determinación de las necesidades de información.....	13
2.1.6. Objetivos del estudio de mercado	14
2.1.7. Análisis de la demanda del mercado objetivo	15
2.1.8. Determinación del mercado objetivo.	15
2.1.9. Definición de fruta.	15

2.2.0.	La Maracuyá	16
2.2.1.	Banano	20
2.2.2.	El cacao	24
2.2.3.	Mermelada	28
2.2.4.	Normas y requisitos para la elaboración de mermeladas. (INEN, 2013)	31
2.3.	Marco conceptual.	31
2.3.1.	Empresa.	31
2.3.2.	Procesamiento.	32
2.3.3.	Alimento.....	32
2.3.4.	Fruta.	32
2.3.5.	Mermelada.....	32
2.3.6.	Preparación de la mermelada.....	33
2.3.7.	Fábrica de alimentos.	33
2.3.8.	Higiene de los alimentos.....	33
2.3.9.	Precio.	33
2.3.10.	Plaza o Distribución.....	34
2.3.11.	Promoción.....	34
2.3.12.	Normas.....	34
2.3.13.	La mejora continua.	34
2.3.14.	Almacenamiento.....	34
2.3.15.	Distribución.....	35
2.4.	Marco ambiental.....	35
2.5.	Variables.....	36
2.5.1.	Variable Dependiente:	36
2.5.2.	Variable Independiente:	36
2.6.	Operacionalización de las Variables.....	37
CAPÍTULO III		40
3.	Marco metodológico.....	40
3.1.	Plan de investigación	40
3.2.	Tipos de investigación.....	40
3.3.	Fuentes de investigación.....	41
3.3.1.	Fuentes primarias.	41
3.3.2.	Fuentes de información secundaria.....	41
3.4.	Población.....	41
3.5.	Muestra.....	42
3.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	43

CAPÍTULO IV	44
4. Formulación del proyecto	44
4.1. Análisis e interpretación de los resultados	44
4.1.1. Encuesta dirigida a la población de Portoviejo	44
4.2. Estudio de Mercado	54
4.2.1. La Oferta.....	63
4.2.2. La Demanda	65
4.2.3. Demanda insatisfecha.....	66
4.2.4. Producto.....	67
4.2.5. Precio	68
4.2.6. Comercialización.	68
4.2.7. Promoción	70
4.3. Estudio Técnico.	70
4.3.1. Dimensión y características del mercado.	71
4.3.3. Tamaño del Proyecto.	73
4.3.4. La tecnología del proceso productivo	76
4.3.5. Ingeniería del Proyecto.	76
4.3.6. Flujo del proceso productivo	77
4.4. Estudio administrativo	82
4.4.1. Formulación estratégica.....	82
4.4.2. Misión y Visión de la empresa	83
4.4.3. Organigrama	90
4.4.4. Funciones del Personal	91
4.5. Estudio Legal	95
4.5.1. Aspectos generales	95
4.5.2. Procedimiento para la constitución de la Compañía.	96
Conclusiones	100
Recomendaciones	102
Capítulo V	103
5. Propuesta.....	103
5.1. Título de la Propuesta.	103
5.2. Autores de la Propuesta.....	103
5.3. Empresas Auspiciantes.....	103
5.4. Área que cubre la propuesta.....	103
5.5. Fecha de presentación.	103
5.6. Fecha de terminación.....	103

5.7.	Duración del proyecto.....	104
5.8.	Participantes del proyecto.	104
5.9.	Objetivo General de la propuesta.....	104
5.10.	Objetivos específicos.....	104
5.11.	Beneficiarios directos.....	105
5.1.2.	Beneficiarios Indirectos.....	105
5.1.3.	Impacto de la propuesta.	105
5.1.4.	Descripción de la propuesta	105
5.1.5.	Importancia	139
5.1.6	Metas del proyecto.	140
5.1.7.	Finalidad de la propuesta.....	140
	REFERENCIAS.....	141
	APENDICES	148

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 producción de maracuyá en el Ecuador.....	18
Tabla 2 Característica generales del producto final	19
Tabla 3 Estructura productiva del banano.....	21
Tabla 4 Composición química de almendras de cacao fermentadas y secas.....	25
Tabla 5 Producción del cacao en Ecuador	28
Tabla 6 Exportaciones ecuatorianas de cacao y elaborados.....	28
Tabla 7 Demanda del mercado.....	44
Tabla 8 Oferta del mercado	45
Tabla 9 Competencia de mermelada.....	46
Tabla 10 Consumo de mermelada	47
Tabla 11 Función de mermeladas	48
Tabla 12 ¿Acostumbra a comprar mermelada?	49
Tabla 13 Marca de mermelada consumidas.....	50
Tabla 14 Precio a pagar de mermelada de 250g.....	51
Tabla 15 Decisión de compra.....	52
Tabla 16 Medios de información de nuevos productos.....	53
Tabla 17 Oferta de mermeladas de Ecuador.....	63
Tabla 18 Oferta de mermeladas en Manabí	64
Tabla 19 Demanda total de habitantes.....	66
Tabla 20 Demanda insatisfecha	66
Tabla 21 Nicho de mercado	67
Tabla 22 Estimación de la demanda a atender (Nicho)	67
Tabla 23 Costo materia prima fracaso 250g.....	68
Tabla 24 Proyección de producción.....	74
Tabla 25 Distribución del área	75
Tabla 26 Característica de las maquinarias y equipos.....	80
Tabla 27 características de muebles de oficinas	81
Tabla 28 Mano de obra	82
Tabla 29 Matriz F.O.D.A	86
Tabla 30 Datos del emprendimiento	106
Tabla 31 Descripción de la tasa.....	106
Tabla 32 Producción (en cantidad mensual)	108
Tabla 33 Proyección de ingresos (En USD)	109
Tabla 34 Costo y gastos (materia prima)	110
Tabla 35 Sueldo y salarios	111
Tabla 36 Gastos mensual de la mano de obra.....	112
Tabla 37 Servicios Básicos.....	112
Tabla 38 Estados de costos de producción proyectados	113
Tabla 39 Gastos totales	114
Tabla 40 Depreciación y amortización.....	115
Tabla 41 Inversión.....	116
Tabla 42 Inversión (participación)	117
Tabla 43 Capital de trabajo.....	118
Tabla 44 estructura del costo total	118
Tabla 45 Financiamiento.....	119
Tabla 46 Financiamiento (participación).....	120

Tabla 47 Tabla de amortización.....	121
Tabla 48 Resumen de Amortización	122
Tabla 49 Estado de situación proyectada	123
Tabla 50 Estado de resultados proyectado.....	126
Tabla 51 Flujo de fondos proyectado.....	128
Tabla 52 Punto de Nivelación	130
Tabla 53 Punto de equilibrio.....	131
Tabla 54 Flujo de fondos proyectados.....	132

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Demanda de mercado	44
Figura 2 Oferta de mercado	45
Figura 3 Competencia de mermelada.....	46
Figura 4 Consumo de mermelada	47
Figura 5 Función de mermeladas	48
Figura 6 Acostumbra a comprar mermelada.....	49
Figura 7 Marcas de mermeladas consumidas	50
Figura 8 Precio a pagar de mermelada de 250g	51
Figura 9 Decisión de compra	52
Figura 10 Medios de información de nuevos productos	53
Figura 11 Mermelada Gustadina.....	57
Figura 12 Mermelada Facundo	58
Figura 13 Mermelada San Jorge	58
Figura 14 Logo y Slogan.....	69
Figura 15 Mapa de la ciudad de Portoviejo	72
Figura 16 Fachada de la empresa en la ciudad de Portoviejo	73
Figura 17 Distribución del área.....	75
Figura 18 Diagrama de flujo	77
Figura 19 objetivo Estratégicos	85
Figura 20 Estructura Organizacional	90
Figura 21 Inversión (% participación)	117
Figura 22 Financiamiento (participación).....	120
Figura 23 utilidad/perdida del ejercicio	127
Figura 24 Encuesta a los habitantes del cantón Portoviejo	149
Figura 25 Tabulación de las encuestas.....	149
Figura 26 Encuesta a los habitantes del cantón Portoviejo	149
Figura 27 Encuesta a los habitantes del cantón Portoviejo	149
Figura 28 Elaboración de mermelada de banano chocolate	149
Figura 29 Mermelada Poli Yummy en sus dos presentaciones	149
Figura 30 Mermelada Poli Yummy de banano maracuyá	149
Figura 31 Mermelada Poli Yummy de banano chocolate	149
Figura 32 Publicidad de mermelada Poli Yummy	149
Figura 33 Página de mermelada Poli Yummy en Internet	149
Figura 34 Mermelada Poli Yummy en Instagram.....	149

RESUMEN

La presente investigación se refiere a un proyecto de Estudio de pre factibilidad para la producción y comercialización de Mermelada de Banano - Chocolate y Banano- Maracuyá en la ciudad de Portoviejo, con el propósito de llegar a conocer la viabilidad y factibilidad del mismo. Como objetivo general se perfiló elaborar un estudio de pre factibilidad; y como Objetivos Específicos, realizar un estudio de mercado; analizar las condiciones técnicas y tecnológicas; establecer los aspectos administrativos y legales que permitan la organización de la empresa; y, determinar la evaluación económica financiera de la pre-factibilidad de crear esta empresa en la ciudad de Portoviejo.

La metodología empleada fue la descriptiva y la analítica sintética. La población objeto de investigación la conformó el total de la población económicamente activa de 203.002 habs. La muestra fue de 383 personas y la técnica fue la encuesta. Se llegó a la conclusión de que el proyecto presenta una alta tendencia de aceptación por parte del cliente y su disposición de compra, al igual que las condiciones técnicas y tecnológicas, los aspectos administrativos y legales. El estudio financiero mostró resultados positivos pues el VAN, tanto económico como financiero, es mayor a 0, con un valor de S/. 416,537.97 y un TIR de 125.09%, lo que significa que el proyecto es rentable. El inversionista recuperaría su inversión pasado el primer año de operación, lo cual refleja la factibilidad y viabilidad en su práctica, asegurando beneficios económicos y de crecimiento.

Palabras claves: Producción, comercialización, mermelada, chocolate, banano, maracuyá.

SUMMARY

This research refers to a pre-feasibility study project for the production and commercialization of Banana - Chocolate and Banana-Passion Fruit Jam in the city of Portoviejo, with the purpose of getting to know its viability and feasibility. As a general objective, a pre-feasibility study was outlined; and as Specific Objectives, carry out a market study; analyze technical and technological conditions; establish the administrative and legal aspects that allow the organization of the company; and, determine the economic and financial evaluation of the pre-feasibility of creating this company in the city of Portoviejo.

The methodology used was descriptive and synthetic analytical. The population under investigation was made up of the total economically active population of 203,002 inhabitants. The sample was 383 people and the technique was the survey. It was concluded that the project presents a high tendency of acceptance by the client and their willingness to purchase, as well as the technical and technological conditions, the administrative and legal aspects. The financial study showed positive results since the NPV, both economic and financial, is greater than 0, with a value of S /. 416,537.97 and an IRR of 125.09%, which means that the project is profitable. The investor would recoup his investment after the first year of operation, which reflects the feasibility and viability of his practice, ensuring economic and growth benefits.

Keywords: Production, commercialization, jam, chocolate, banana, passion fruit.

INTRODUCCIÓN

El proyecto de Estudio de pre factibilidad para la producción y comercialización de Mermelada de Banano - Chocolate y Banano- Maracuyá en la ciudad de Portoviejo, se realizó con el propósito de conocer si realmente el proyecto aportará los beneficios que se esperan de él.

El capítulo I plantea el problema del por qué se realizó esta investigación, delimitándolo en todas sus partes, presentando las justificaciones del mismo, así como los objetivos que se esperan alcanzar al culminar el trabajo de titulación.

En cuanto al capítulo II este detalla el marco teórico, referencial y conceptual como base de criterios, expresiones y argumentaciones propias y de citas bibliográficas profesionales en el tema, que con su aporte mejoren la indagación; además de sus respectivas variables y Operacionalización de ellas.

En el capítulo III se muestra el estudio metodológico, el cual expresa de forma clara la modalidad de la investigación, fuentes de información, métodos e instrumentos se aplicarían para la obtención de información, así como la población y muestra considerada para el estudio con sus respectivos análisis de los resultados.

El capítulo IV detalla la formulación del proyecto, el análisis e interpretación de los resultados conforme a la aplicación de encuestas, los cuales a través de un análisis minucioso permitirá conseguir un criterio más preciso. En este mismo capítulo se presentan los distintos estudios necesarios para conocer la factibilidad de poner en marcha esta empresa como son el estudio de mercado que muestra la oferta y demanda de este servicio en la ciudad de Portoviejo, así como el detalle del producto, precio, plaza y promoción del mismo, el estudio técnico que detalla el

lugar donde se ubicará esta empresa así como, la tecnología de la cual se hará uso, el proceso productivo del servicio a ofertar, entre otros factores.

Asimismo, se presenta el estudio administrativo que muestra el detalle de la mano de obra necesaria para el desarrollo de las actividades empresariales y las funciones que deben de ejercer cada uno de ellos; a más del estudio legal en donde se expresa los requerimientos necesarios para que la empresa opere de forma reglamentaria, así como los diversos permisos que debe de obtener.

Por último, se expone la propuesta de la investigación, en donde hace descripción minuciosa de los recursos necesarios para poder operar, así como el desarrollo de los distintos indicadores, balances y estados que determinan la factibilidad de la misma.

CAPÍTULO I

1. **Problematización.**

1.1. **Tema:**

Estudio de pre factibilidad para la producción y comercialización de Mermelada de Banano - Chocolate y Banano - Maracuyá en la ciudad de Portoviejo.

1.2. **Antecedentes generales:**

Ecuador produce frutas que son destinadas hacia los mercados de Estados Unidos y Europa; que son los principales importadores, tiene una ubicación geográfica excelente y unas condiciones climáticas envidiables ya que es un país que tiene el privilegio de la producción y comercialización de banano, cacao y maracuyá alrededor del mundo. El banano es el principal producto agrícola del Ecuador y representa un 20% (INEC, 2013) del total de ingresos que recibe el estado. Del banano se derivan varios productos tales como: harina de banano, bananas deshidratadas, chips de banano y puré de banano. En términos de producción el banano se encuentra en el puesto número cuatro de los productos más demandados a nivel mundial, siendo competencia del arroz y trigo en términos de producción. Con fuentes de vitaminas A, C y D con un bajo costo y fácil de producir.

Los cultivos de banano están distribuidos en su mayoría en las provincias de: Manabí, los Ríos, Guayas, El Oro y Esmeraldas. En la provincia de Manabí los cultivos se encuentran en los cantones de Bolívar, El Carmen. (Magap, 2017). Es

una fruta que contiene altos niveles de potasio, sacarosa, fructosa y glucosa, nutrientes que al ser consumidos regularmente le proporcionan a nuestro cuerpo energía casi de inmediato. El potasio es uno de los nutrientes naturales que debe estar sí o sí en la ingesta diaria de niños y adultos, pero según investigaciones hechas por la National Health and Nutrition Examination Survey, menos del 2% de los adultos cumplimos con la cantidad diaria recomendada de 4700mg de potasio, nutriente que podemos encontrar en los bananos. (Ozonoff, 2014, p. 21).

El cacao es una fruta tropical, sus cultivos se encuentran mayormente en el Litoral y en la Amazonía. Es un árbol con flores pequeñas que se observan en las ramas y producen una mazorca que contiene granos cubiertos de una pulpa rica en azúcar. La producción de cacao se concentra principalmente en las provincias de Los Ríos, Guayas, Manabí y Sucumbíos. El cacao es un producto representativo de varios cantones de Manabí entre ellos Flavio Alfaro, Santa Ana, 24 de mayo, Jipijapa, Chone, Paján, Sucre. En el país se cultivan dos tipos de cacao: el Cacao CCN-51 y el denominado Cacao Nacional. Es un Cacao Fino de Aroma conocido como 'Arriba', desde la época colonial. Ecuador es el país con la mayor participación en este segmento del mercado mundial (un 63% de acuerdo con las estadísticas de ProEcuador). (ProEcuador, 2019, p. 13).

El chocolate (en náhuatl: xocolātl) es el alimento que se obtiene mezclando azúcar con dos productos que derivan de la manipulación de las semillas del cacao: la masa del cacao y la manteca de cacao. A partir de esta combinación básica se elaboran los distintos tipos de chocolate que dependen de la proporción entre estos elementos y de su mezcla, o no, con otros productos tales como leche, colorante, y/o

frutos secos. Contiene los mismos nutrientes de otros alimentos vegetales, gran cantidad de minerales y antioxidantes pero, además, tiene en su manteca natural ácido oleico, grasa monoinsaturada como la del aceite de oliva y fuente de omega 3, que representa una tercera parte de las grasas del chocolate, algo sumamente importante a la hora de valorar la alta calidad esta. El chocolate contiene fosforo, magnesio, hierro, potasio, calcio, zinc, cobre, manganeso, vitaminas A, B1, B2, B3, C, E, ácido pantoténico, tiamina y riboflavina, cafeína, teobromina y taninos, antioxidantes naturales, etc.

La maracuyá es considerada como una fruta que posee un alto valor nutricional y de un cautivante sabor y aroma y a partir de esta se puede producir una gama de productos industrializados, que siendo el Ecuador un país con alta producción de este fruto debería producirlo en grandes cantidades; en las provincias costaneras, se dan los mayores volúmenes de producción de la maracuyá. El Ecuador es catalogado como principal exportador de estos productos a nivel mundial, paradójicamente no oferta una gran variedad de productos con valor agregado de estas frutas, es por esto que dentro de la investigación se tratará de demostrar que es conveniente producir y comercializar mermelada de banana maracuyá en el mercado de la ciudad de Portoviejo.

De esta fruta se usan sus semillas y su pulpa y es ideal para elaborar zumos, batidos y postes. Entre sus propiedades más significativas están las siguientes: es una fruta rica en Vitamina A y Vitamina C, que gracias a sus propiedades antioxidantes previene el envejecimiento, protege contra los daños solares y fortalece el sistema inmunológico, además contiene una alta cantidad de fibra que mejora el tránsito

intestinal y reduce el riesgo de padecer enfermedades gastrointestinales. Tiene potasio, fósforo y magnesio y aporta un elevado contenido en hierro y flavonoides.

Tomando en cuenta que las personas a través de una cultura saludable se inclinan por el consumo de alimentos que les brinden beneficios significativos para su salud y al conocer las propiedades de estas frutas, se realizará el estudio de factibilidad para el proyecto de producción de mermelada, con el fin de determinar la aceptación y oportunidad de negocio que representa y que tal vez por falta de conocimiento no se le ha dado el trato adecuado en cuestión de inversión. El producto que se va a fabricar se dirige a un segmento específico de compradores quienes día a día buscan productos nuevos y mejorados que les rindan beneficios en su calidad de vida y que estén económicamente a su alcance.

Con este estudio de factibilidad se estaría contribuyendo al crecimiento económico de este sector, por lo que, con la elaboración de Mermelada de Banano - Chocolate y Banano-Maracuyá, se cumpliría con las expectativas de los clientes además de crear fuentes de trabajo y ayudar a la economía del cantón.

1.3. Formulación del Problema

¿Cuál es la factibilidad para la producción y comercialización de Mermelada de Banano - Chocolate y Banano - Maracuyá en la ciudad de Portoviejo?

1.4. Planteamiento del Problema

El Ecuador es una zona privilegiada para el cultivo de un sin número de productos, de los cuáles se puede producir una infinidad de alimentos alternativos, como es el caso del cacao (chocolate), banano y maracuyá, frutas que se producen

desde años atrás en la provincia de Manabí, de tal manera, se ha visto la oportunidad de aprovechar la existencia y la alta productividad que existe en Manabí, para producir mermelada de excelente calidad, buen precio, adecuada presentación y a través de esto obtener rentabilidad.

Es importante destacar que en el mercado al que está dirigido el producto no existen competidores que comercialicen mermelada de banano - chocolate y banano - maracuyá, siendo este un factor importante y una ventaja para la empresa, ya que existen solamente productos similares de diferente sabor, precio, inclusive calidad, es por esto que nace la idea de comercializar mermelada de estas deliciosas frutas que tengan características como: frescura, calidad, sabor, y presentación diferente para que pueda ser apreciada por los consumidores.

Es preciso también indicar que actualmente las personas por falta de tiempo, el trabajo, entre otras actividades optan por consumir alimentos de rápida preparación sin tomar en cuenta que la mayoría de estos perjudican su salud, siendo la mermelada de banano - chocolate y banano - maracuyá, una opción perfecta a la hora de alimentarse de una manera saludable por su alto contenido en vitaminas y minerales.

En realidad, son muy importantes todos los beneficios que hoy en día se puede conseguir al consumir este nuevo producto que además es muy fácil de preparar, ya que sin tanta tecnología ni altos costos podemos transformar la fruta y convertirla en mermelada conservando sus múltiples características como su aroma y su sabor que

sin duda son componentes particulares, lo que lo llevará a situarse en el mercado y en la mente del consumidor como un producto líder y de gran aceptación.

1.5.Preguntas de Investigación

¿Existe o no una demanda que justifique la puesta en marcha de la producción y comercialización de Mermelada de banano - chocolate y banano – maracuyá en la ciudad de Portoviejo?

¿Cuáles son las condiciones técnicas y tecnológicas que permitan identificar la ubicación más adecuada para la planta y además verificar los procesos y recursos necesarios para la implantación del negocio?

¿Cuáles son los aspectos administrativos y legales que permitan la organización de la empresa?

¿Cómo se evaluará la factibilidad económica y financiera para crear esta empresa en la ciudad de Portoviejo?

1.6.Delimitación del problema

Campo: Empresarial

Área: Gestión Empresarial

Aspecto: Estudio de pre factibilidad para la producción y comercialización de Mermelada de banano - chocolate y banano - maracuyá, en la ciudad de Portoviejo.

Problema: ¿De qué manera el diseño de un espacio de eventos sociales con entornos naturales en la ciudad de Portoviejo, repercute en la satisfacción de la ciudadanía portovejense?

Tema: Estudio de pre factibilidad para la producción y comercialización de Mermelada de banano - chocolate y banano - maracuyá, en la ciudad de Portoviejo.

Delimitación Espacial: Ciudad de Portoviejo.

Delimitación Temporal: 6 meses.

Línea de investigación: Desarrollo e innovación empresarial.

1.7. Justificación

El desarrollo de este producto constituye una opción atractiva y saludable para el consumo alternativo en la complementación de la dieta alimenticia de la población, ya que el banano, cacao (chocolate) y maracuyá son frutas que otorgan un valioso aporte de salud y bienestar debido a sus cualidades nutricionales, así como su uso en las mermeladas.

Las mermeladas actualmente representan más de la mitad del consumo total de conservas de frutas. Las frutas son grandes fuentes de vitaminas A, B y C, de calcio, hierro, potasio, magnesio, sales minerales y enzimas. También son fuente de energía proveniente de azúcar natural, específicamente fructuosa, pero no en grandes cantidades ya que las frutas por lo general contienen un 80 a 90% de agua. Las frutas tienen un bajo contenido en calorías y carecen de colesterol; además, están especialmente recomendadas para aquellas personas que siguen alguna dieta de adelgazamiento, pues a excepción del aguacate y el banano tienen muy pocas calorías. En todos los estudios se ha encontrado una alta correlación entre el elevado consumo de frutas y la baja incidencia de enfermedades. (Agroentorno, 2012)

Se realiza este estudio de pre factibilidad para la producción y comercialización de Mermelada de Banano - Chocolate y Banano - Maracuyá en la ciudad de Portoviejo, debido a que es de vital importancia para el cantón, ya que muchos de estos productos vienen de otras provincias más grandes dejando sin empleo a los habitantes y sin capital de producción; de esta manera se promoverá el desarrollo de la zona mejorando la calidad

de vida de los productores, creando fuentes de empleo de lo cual se beneficiará la fuerza laboral de la ciudad. A su vez la oportunidad para que la comunidad pueda mejorar la calidad de vida, el entorno familiar, oportunidad que lleva a tener la iniciativa de poder generar microempresas que generen ingresos económicos y así cambiar el entorno social.

El objeto principal es crear una empresa que no solo se comprometa a cumplir los requerimientos básicos de los consumidores que buscan degustar una mermelada muy rica, sino también ofrecer un producto elaborado sin aditivos químicos, acorde a la tendencia actual de una alimentación sana, satisfaciendo a la vez la necesidad que presentan consumidores ávidos de experimentar opciones variadas a los tradicionales existentes en el mercado.

1.8.Objetivos

1.8.1. Objetivo General:

Elaborar un estudio de pre factibilidad para la producción y comercialización de Mermelada de banano - chocolate y banano - maracuyá en la ciudad de Portoviejo.

1.8.2. Objetivos Específicos:

Realizar un estudio de mercado que justifique la puesta en marcha de la producción y comercialización de Mermelada de banano - chocolate y banano - maracuyá en la ciudad de Portoviejo

Analizar las condiciones técnicas y tecnológicas que permitan identificar la ubicación más adecuada para la planta y verificar los procesos y recursos necesarios para la implantación del negocio.

Establecer los aspectos administrativos y legales que permitan la organización de la empresa

Determinar la evaluación económica financiera de la pre-factibilidad de crear esta empresa en la ciudad de Portoviejo.

CAPÍTULO II

2. Contextualización

2.1. Marco teórico

2.1.1. Estudio de factibilidad

Se entiende por factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto. El estudio de factibilidad es el análisis amplio a nivel económico, financiero y social que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso”. (Plásticas, 2010).

El estudio de factibilidad le permitirá a una empresa u organización, determinar si el proyecto, sea este de producción de un producto o implementación de un servicio, ya sea para su uso interno o comercialización externa, reúne en un documento único toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha.

Según sea la magnitud del proyecto, la realización del estudio puede llevar unos días o varios meses, ya que no se trata sólo de redactar un documento sino de imaginar y poner a prueba toda una estructura lógica. (¿Se puede vender esta cantidad a este precio? ¿Con esta estructura se puede responder a esta demanda? ¿Es esta inversión suficiente para este crecimiento proyectado?).

Es importante destacar que si bien los aspectos financieros y económicos son fundamentales, un estudio no debe limitarse sólo a planillas de cálculo y números. La información cuantitativa debe sustentarse en propuestas estratégicas, comerciales, de operaciones y de recursos humanos. (Arguello, 2012)

Una de las principales habilidades que debe desarrollar un profesional del área de la ingeniería, y en particular de la ingeniería de producción, debe ser la toma acertada de decisiones. Pero esta toma de buenas decisiones, contrario a lo que muchos creen, en casi todos los casos, no obedece a una suerte de clarividencia con la que pueda contar el profesional; en cambio, tiene mucho que ver con la capacidad de análisis de alternativas usando evidencias, cálculos y herramientas que permitan tomar la elección, decidir. (Figuroa, 2012).

2.1.2. Recursos de los estudios de Factibilidad

La determinación de los recursos para un estudio de factibilidad sigue el mismo patrón considerado por los objetivos vistos anteriormente, el cual deberá revisarse y evaluarse si se llega a realizar un proyecto, estos recursos se analizan en función de tres aspectos:

a. Factibilidad Operativa: Se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad (Procesos), depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto. Durante esta etapa se identifican todas aquellas actividades que son necesarias para lograr el objetivo y se evalúa y determina todo lo necesario para llevarla a cabo.

b. Factibilidad Técnica: Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto. Generalmente nos referimos a elementos tangibles (medibles). El proyecto debe considerar si los recursos técnicos actuales son suficientes o deben complementarse.

c. Factibilidad Económica: Se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los recursos básicos que deben considerarse son el costo del tiempo, el costo de la realización y el costo de adquirir nuevos recursos. Generalmente la factibilidad económica es el elemento más importante ya que a través de él se solventan las demás carencias de otros recursos.

La determinación de la factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, la factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos: operativo, técnico y económico. (Preval., 2015). El éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada una de los tres aspectos anteriores. El estudio de factibilidad sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación para llevarlo a cabo.

2.1.3. Tipos de factibilidades

El resultado del estudio de factibilidad se obtiene del análisis de varios factores implicados para el proyecto del que se esté tratando, debido a que es necesario

considerar diferentes aspectos en la organización como son el técnico, económico, legal, etc. Algunos tipos de factibilidades se deben tomar en cuenta para un estudio completo, no será necesario considerar todas estas en el análisis, pues pueden no ser aplicables en todos los casos, por lo tanto deberán escogerse para el análisis aquellas que tengan relación con el estudio del proyecto, producto y organización en cuestión. (Koontz, 2012, pág. 651)

2.1.4. Mercado

Los consumidores potenciales integran un mercado que consiste en las personas con el deseo y la capacidad para comprar un producto específico. Los mercados se componen de personas conscientes de sus necesidades insatisfechas que podrían tener el deseo de adquirir el producto; pero eso no basta por sí solo. También deben tener la capacidad de comprarlo, que podría comprender la autoridad, tiempo y dinero para ello. (Hernández, 2010, p. 154)

El estudio de mercado es la recopilación y análisis de antecedentes que permiten establecer la conveniencia o no de ofrecer un bien o servicio para atender una necesidad, además permite tener una noción amplia del mercado incluyendo todo el entorno que rodeará a la empresa: consumidores, usuarios, proveedores, competidores y limitaciones de tipo político, legal, económico o social.

2.1.5. Determinación de las necesidades de información.

Previo a la aplicación de la investigación y la formulación de los objetivos se hace necesario determinar las necesidades de información que

requiere un proyecto, esto permitirá orientar los esfuerzos a la obtención de datos que permitan cumplir con las condiciones. (Ñaupas, 2013, p. 158)

- Identificar a los principales competidores y el producto que ofrecen.
- Determinar si existe una aceptación del producto.
- Identificar con qué frecuencia visitarían los posibles consumidores.
- Conocer los factores que determinan el consumo del producto.
- Identificar servicios adicionales que los clientes prefieren.

2.1.6. Objetivos del estudio de mercado

En función de las necesidades de información se formulan los siguientes objetivos: (Longenecker, 2009, p. 147)

- Definir la estructura y el comportamiento del mercado identificando las necesidades existentes, así como los hábitos de consumo, precios y preferencias de los consumidores con respecto al producto.
- Determinación de la demanda y la oferta del tipo de producto, para posteriormente calcular la porción de mercado disponible para el negocio durante todo el tiempo de análisis de este proyecto.
- Definir el servicio a ofertar a través del análisis de resultados de la investigación del mercado.
- Identificar los productos adicionales que deberá ofrecer la empresa enfocándose a la satisfacción de los clientes.

2.1.7. Análisis de la demanda del mercado objetivo

Se denomina demanda al acto, actitud o predisposición de adquirir bienes y/o servicios, para prever la satisfacción de las necesidades, por parte de uno o más consumidores. Si la demanda se concreta (se realiza), se denomina demanda real o demanda efectiva, y debe estar plenamente respaldada con medios de pago. Si la demanda no se concreta por cualquier circunstancia, se le conoce como demanda potencial. (Noreña, 2012, pp. 263-274)

2.1.8. Determinación del mercado objetivo.

Un mercado objetivo es un grupo específico de consumidores a los cuales se pretende vender determinado producto/servicio de una empresa. Un buen conocimiento de los hábitos de compra y de gastos de los consumidores es esencial para elaborar buenas estrategias de ventas. La segmentación de mercado es el proceso de dividir un mercado en segmentos o grupos identificables más o menos similares y significativos. Dentro del mercado, un segmento consiste en un subgrupo de personas o empresas que comparte una o más características que provocan necesidades de producto similares. (Luque, 2012, p. 71)

2.1.9. Definición de fruta.

Según Álamo, N. (2008) son alimentos vegetales que proceden del fruto de determinadas plantas. Las frutas poseen un sabor y un aroma característico y presentan unas propiedades nutritivas y una composición química que las distingue de otros alimentos. Las frutas son quizás, los alimentos más llamativos por su diversidad de colores y formas. Pero además de lo que muestran a simple vista,

forman parte de los alimentos con mayor cantidad de nutrientes y sustancias naturales altamente beneficiosos para la salud. (Álamo, 2008)

2.2.0. La Maracuyá

La maracuyá es una fruta que pertenece a la familia de las Pasifloráceas; son originarias de centro y sur América. Su mayor uso es para bebidas refrescantes, helados y mermeladas. Los tipos más conocidos son la amarilla, la morada y también la granadilla que se come como fruto fresco. (EDA, 2007)

La maracuyá amarilla, *passifloraedulis* se caracteriza por su intenso sabor y su alta acidez, razones por las cuales se utiliza como base para preparar bebidas industrializadas. La variedad dulce, *passiflora alata*, puede llegar a posicionarse en el mercado de frutas frescas exóticas, compitiendo con productos tales como la granadilla (*passifloraligularis*) y la maracuyá morada de África Oriental, por tener una pulpa ligeramente ácida y más azucarada. El cultivo de la maracuyá se introdujo comercialmente en el Ecuador en 1970. (Valarezo, 2014, p. 72)

La pasiflora es una planta que es cultivada en suelos profundos. Por lo general estas semillas son germinadas en bolsas plásticas, para posteriormente llevarlas al campo cuando cumplan una medida aproximada de 25 cm. El ciclo de crecimiento de la semilla de maracuyá toma de ocho a nueve meses, donde se comienza a partir del noveno mes del período de cosecha, dependiendo de factores como el suelo y de las condiciones climáticas. (Espejo, 2018)

Esta planta, presenta dos variedades o formas diferentes: la púrpura o morada (*P. edulis* Sims.) y la amarilla (*P. edulis* Sims. F. *flavicarpa* Degener). La primera, principalmente, se consume en fresco y prospera en lugares semicálidos y a mayor altura sobre el nivel del mar, en tanto que la segunda crece en climas cálidos, desde el nivel del mar hasta 1000 m de altitud. La última es más apreciada por la industria gracias a su mayor acidez.

Según el CNA (Censo Nacional Agropecuario) 2011, en el Ecuador, la provincia donde se concentra las mayores hectáreas y producción de maracuyá es los Ríos, seguida de Manabí, Guayas y Esmeraldas. Los Ríos rinde alrededor de 11 toneladas por has. (Tm/Ha), con una gran diferencia respecto a las demás provincias que oscilan entre 3.76, 3.98 y 6.12 (Tm/Ha) una superficie de casi 900 ha.

La temperatura óptima oscila entre los 23-25°C; aunque se adapta desde los 21 hasta los 32°C, y en algunos lugares se cultiva aún a 35°C. Con respecto a la altitud, comercialmente se cultiva desde el nivel del mar hasta los 1000 m, pero se recomienda que para tener los mejores resultados se cultive entre los 300 y 900 msnm, con una humedad relativa del 60%. Requiere de una precipitación de 800-1750 mm al año y una mínima mensual de 80 mm. (Proecuador, 2014)

Tabla 1:

Producción de maracuyá en el Ecuador

Provincias	Superficie sembrada (ha)
Santo Domingo	3,001
Guayas	7,033
Manabí	19,880
Los Ríos	19,937
Esmeraldas	10,938

La cosecha consiste en coleccionar de la planta los frutos amarillos cuando se destinan para el mercado fresco y para la industria se destinan los que recolectan del suelo. Los frutos para mercado fresco se cortan con el pecíolo de una longitud de 1-2 cm. para evitar la deshidratación del fruto y la posible entrada de hongos poscosecha. Los frutos se colocan en jvas, ya que si se colocan en sacos el pedúnculo se cae, y se llevan a pilas para lavarlos en una solución clorada (100 ppm) y el pecíolo se recorta dejándolo de 0.5 cm de longitud. La cosecha se realiza a los ocho meses de sembrado. El punto de madurez está dado por el desprendimiento de la fruta de la planta madre. (Gómez, 2010, p. 56)

Los frutos alcanzan su madurez entre los 50-60 días después de la antesis (siete –ocho meses después de la siembra), en este punto alcanza su máximo peso (130 g), rendimiento de jugo (36%) y contenido de sólidos solubles (13-18° Brix), este momento se identifica externamente por tomar una coloración verde amarillento, 20 días después de alcanzar este punto el fruto cae y comienza la senescencia disminuyendo su peso, acidez y azúcares totales. Los rendimientos por manzana son

de 20 ton/ha pudiendo alcanzar hasta las 30, y en términos prácticos una planta puede producir entre 1 y 2 frutos diarios en la temporada de mayor producción.

Después de la recolección, la maracuyá se pondrá en un sitio frío y seco de 4 a 6° C y humedad alta, para que tenga una apariencia lisa la fruta debe colocarse en bolsas plásticas selladas. Una pulpa de fruta es el producto no fermentado pero fermentable obtenido mediante la desintegración y el tamizado de la parte comestible de frutas fresca, o preservadas adecuadamente, sanas y limpias, sin remover el jugo. (OAC, 2005).

Tabla 2:

Característica general del producto final

Sólidos solubles (°Brix)	50
PH	3.0
Acidez (%ac. cítrico)	12
Pulpa (%)	20
Vitamina C (mg/100 ml)	83.1
B-caroteno	6.8

El 70% de la producción de maracuyá en el Ecuador se industrializa para la producción de jugo simple o natural como de jugo concentrado. La capacidad utilizada de las empresas procesadoras varía del 12.51, o al 56%, esto debido a la escasez de materias primas para atender el mercado externo, al reducido mercado nacional así como al escaso apoyo financiero de los sectores agrícola e industrial. La obtención de la pulpa de maracuyá se realiza mediante los siguientes procesos: recepción y preselección de la maracuyá fresca, lavado, trozado, escaldado, despulpado, refinado, enfriado, empacado, congelado y almacenamiento

2.2.1. Banano

El banano conocido científicamente como *mussa paradisiaca*, es un cultivo que se origina en las zonas tropicales del Sudeste de Asia en Indonesia y Filipinas, cerca de la Edad Media llevaron la fruta a África, extendiéndose después por América Tropical a zonas como Colombia y Ecuador. (Velázquez, 2012, p. 36)

Es la fruta más popular del mundo. De hecho, el banano no es un árbol sino una hierba alta que crece hasta 7 metros. El banano es considerado uno de los suplementos más importantes en una dieta ya que aporta gran cantidad de nutrientes como vitaminas, minerales entre el más importante está el fósforo y también aporta con proteínas para el desarrollo humano. Es importante mencionar que el banano es una fuente de ingreso para los países productores mejorando la economía de pequeños operarios como es el caso de Ecuador ya que promedio presenta un 26% del Producto Interno Bruto agrícola del país. (Pardo, 2016, p. 19).

El banano en su composición y calidad nutritiva cuenta con 16 aminoácidos, de los cuales nueve son esenciales para el ser humano, incluyendo la histidina que es más recomendada para lactantes. Una proteína importante es el triptófano que es asimilable por el cuerpo ayudando a mejorar el estado de ánimo en las personas. El banano fresco contiene 10 minerales, entre ellos oligoelementos como el cobre, zinc, selenio y electrolitos, como el sodio. (Granda, 2016, p. 46)

Se cree que existen casi 1000 variedades de banano en el mundo, subdivididos en 50 grupos. El banano más popular es la variedad conocida como Cavendish. Los bananos para postre representan 43 millones de toneladas al año y son de gran

importancia económica para muchos países en el Sur. Los bananos para cocinar (plátanos y otros) representan 45 millones de toneladas. (Magap, 2016, p. 45).

De acuerdo a la información que registra el MAGAP el cultivo de banano representa el 10% de la superficie total agrícola del Ecuador, teniendo un crecimiento promedio de 3% desde hace 13 años. En la provincia de Los Ríos se concentra la mayor producción de banano con el 35.79 % del total nacional. Las provincias en las que se cultivan el banano son: Guayas, El Oro y Los Ríos y en Manabí existen plantaciones en el cantón Calceta como la hacienda Amanda Michelle de la empresa Dole y en el cantón El Carmen. (Magap, 2016).

La producción bananera del Ecuador, se ubica en diez provincias El Oro, Guayas, Los Ríos, Cotopaxi, Esmeraldas, Cañar, Pichincha, Azuay, Bolívar y Manabí, con una superficie de 127 mil 185.2 hectáreas al año 1997, según el desaparecido Programa Nacional del Banano, y que para el 15 de septiembre del año 2001, se incrementa a 148 mil 725.4

hectáreas, de acuerdo con un reporte de la Unidad del Banano de la Subsecretaría Regional del Litoral Sur y Galápagos del MAG.

Tabla 3:

Estructura productiva del banano

TIPO DE PRODUCTOR	% PRODUCTORES	% SUPERFICIE
Pequeño (0 a 30 hectáreas)	79%	25%
Mediano (30 a 100 hectáreas)	16%	26%
Grande (mayor a 100 hectáreas)	5%	38%

Los racimos están listos para la cosecha entre 9 y 12 semanas después del encinte. Los colores de las cintas son el mejor indicador para saber cuáles racimos están listos para la cosecha. El tiempo que toma el racimo para estar listo depende principalmente de la temperatura ambiental. Durante la época lluviosa los racimos engrosan más rápidamente. (Tumbaco, 2015, p. 15)

Las instalaciones para la realización de pos-cosecha deben tener una construcción muy sólida y disponer de una buena instalación, es decir debe ser amplia y segura para el movimiento del personal, producto y traslado. (Saúco J. C., 2012, p. 48). Las áreas de una planta empacadora tanto interna como externa deben estar divididas por zonas establecidas para que la fruta no se contamine. (León L. &., 2013, p. 19).

El desflore es la eliminación de las flores secas que se encuentran en la punta de los dedos del racimo que va a realizar el desmane y se comienza el desflore por la mano inferior de manera manual, girando alrededor del racimo. (Arteaga, 2013, p. 76). Para la inspección de calidad, sobre una balanza calibrada, en una bandeja especialmente diseñada, se deposita el número de clúster necesarios hasta completar el peso solicitado por caja, siguiendo el patrón de tamaños específicos para el empaque solicitado por el comprador o exportador. (Cardona, 2017, p. 171).

El desmane se lo realiza con un cuchillo curvo o cortador semicircular, llamado cuchareta, se efectúa realizando un solo corte limpio sin dejar otros cortes ni desgarres. El corte se lo realiza lo más cerca posible al tallo dejando

suficiente corona, las manos son colocadas cuidadosamente en el tanque de desmane. (Díaz A. G., 2017, pp. 280-287)

Para realizar el lavado y desleche, los clúster son transportados por un flujo de agua continuo desde un borde de la tina hasta el otro, donde están los seleccionadores y clasificadores de fruta. En la tina se coloca un producto que remueva el látex, el cual actúa durante todo el tiempo que la fruta recorre la tina. A los lados de las tinas se ubican personas que proceden a lavar los gajos para remover polvo y suciedad, eliminar clúster deformes o que presenten señales de estropeo, rasguños, daños causados por insectos u otros que desmejoren su presentación en más de los dedos. El pesaje y clasificación se lo realiza sobre una balanza calibrada. Se proceden a preparar el producto que se va usar durante el proceso de pos cosecha para la aplicación de la corona de los gajos, una solución de sulfato de aluminio y fungicida para prevenir el desarrollo de hongos que dan paso a la descomposición de la corona durante el transporte y almacenamiento. (Saúco, 2012, p. 18).

Para cualquier producto agrícola, una buena calidad se convierte en requisito indispensable para garantizar un adecuado manejo pos cosecha. Se consideran factores de calidad: ausencia de defectos tales como daños por insectos, daños físicos, cicatrices y pudriciones, parámetros que definen la calidad agropecuaria o agronómica. El análisis del producto debe estar especificado que la caja de primera sea orientada para que el cliente tenga la satisfacción del producto procesado. (Burgos, 2017, p. 17).

2.2.2. El cacao

El cacao en grano (*Theobroma cacao* L.) es un producto básico agrícola tropical cultivado principalmente por pequeños productores y es el insumo más importante en la elaboración del chocolate y otros derivados del grano. Esta planta procede de América tropical, aunque la identificación precisa de su origen en este continente es polémica, debido a la vigente discusión acerca de la génesis y dispersión de este rubro. (Arteaga, 2014, p. 37).

La composición química de los granos de cacao depende de varios factores entre los que se pueden citar: tipo de cacao, origen geográfico, grado de madurez, calidad de la fermentación y el secado. Los principales constituyentes químicos del cacao son: agua, grasa, compuestos fenólicos, materia nitrogenada (proteínas y purinas), almidón y otros carbohidratos.

El mercado mundial del cacao distingue dos grandes categorías de los granos de cacao: los granos de cacao "fino o de aroma", y "mayor" o granos de cacao "ordinarios". Los granos de cacao fino o de aroma se producen a partir de variedades de cacao con árboles criollos o trinitarios, mientras que los granos de cacao a granel provienen de árboles forasteros. (Almario, 2013, p. 58)

Tabla 4:

Composición química de almendras de cacao fermentadas y secas

Componentes	Fermentado y seco (%)	Cáscara (%)	Germen o Radícula (%)
Agua	5.00	4.50	8.50
Grasa	54.00	1.50	3.50
Cafeína	0.20		
Teobromina	1.20	1.40	
Polihidroxifenoles	6.00		
Proteína bruta	11.50	1.90	25.10
Mono-oligosacáridos	1.00	0.10	2.30
Almidón	6.00		
Pentosanos	1.50	7.00	
Calulosa	9.00	26.50	4.30
Acidos carboxílicos	1.50		
Otras sustancias	0.50		
Cenizas	2.60	8.00	6.30

Variedades. Amelonado incluyen Comum en Brasil, África Occidental Amelonado en África, Cacao Nacional en Ecuador y Matina o Ceylan en Costa Rica y México. Recientemente grandes plantaciones de todo el mundo han utilizado híbridos en el Alto Amazonas. Las poblaciones de Trinitario se considera que pertenecen a la Forasteros, a pesar de que son descendientes de un cruce entre Criollo y Forastero. Las plantaciones Trinitario son procedentes de Trinidad, se extendió a Venezuela y luego a Ecuador, Camerún, Samoa, Sri Lanka, Java y Papua Nueva Guinea. (Torres, 2014, p. 102)

En el Ecuador se cultivan dos tipos de cacao: cacao CCN-51 y el cacao Nacional que es de menor producción pero tiene mayor concentración en aroma y sabor a cacao. El cacao llamado Nacional ha sido clasificado como del tipo forastero, y tiene algunas características, se lo diferencia por su sabor y aroma

particulares, que son muy aceptados por las industrias a nivel mundial. Las mayores plantaciones del “cacao de Arriba”, se ubican en la zona de la cuenca baja de Los Ríos, en Vinces, Pueblo Viejo, Baba y sus alrededores como el sector conocido como Abras de Mantequilla hasta Mocache. (Díaz, 2013, p. 127)

Existen varias formas de cultivar el cacao como el cacao orgánico. El término orgánico se lo logra a través de una producción libre de productos químicos, siendo una de las principales razones de gozar de los grandes beneficios para la salud. Tiene grandes beneficios para la salud, ya que en su aporte nutricional otorgan magnesio, omega, hierro, vitamina C y fibra, además de flavonoides, que son compuestos presentes en los vegetales y que previenen la oxidación que causa daño celular y el envejecimiento prematuro, reducción de riesgos cardiovasculares. El cacao ecológico consiste en obtener un producto final, preservando y protegiendo el ecosistema natural teniendo una relación directa con la producción agrícola, también en la áreas cultivables se necesita hacer un análisis de las áreas productivas restaurando el ecosistema. (Cachanoski, 2012)

Del cacao se obtienen varios productos que son los siguientes: licor de cacao manteca de cacao, pasta de cacao, cacao en polvo. El licor de cacao es un chocolate puro en forma líquida y está compuesto de dos ingredientes que son la mantequilla o grasa de cacao y el cacao seco. Este licor es la base para producir todo tipo de chocolates y a pesar de su nombre, no contiene alcohol. Una vez fabricado el licor, se prensa y se separa la grasa del polvo. Los ingredientes separados se pueden mezclar con otros ingredientes, como la leche y el azúcar para hacer barras de chocolate o para elaborar el polvo de cacao y el chocolate blanco

La manteca de cacao es grasa natural del haba del cacao extraída durante el proceso de fabricación del chocolate y del polvo del cacao. La manteca de cacao solo tiene un suave aroma y sabor a chocolate. En la industria la manteca del cacao se utiliza en la fabricación de medicamentos, tabacos, cosméticos y jabones. En la medicina tradicional es un remedio para quemaduras. (Anido, 2015)

La pasta de cacao se la obtiene por la desintegración de granos de cacao limpios y pelados, sin extraerle ni añadirle ninguno de sus componentes. Se lo obtiene por la trituration de las habas de cacao, luego el grano es previamente seleccionado, tostado, descascarado, molido, refinado y sin adición de aditivos. El producto final obtenido se atempera empacándose en bloques.

El cacao en polvo es el producto obtenido por la transformación en polvo de granos de cacao limpios, descascarillados y tostados, que contengan un 20%, como mínimo, de manteca de cacao calculado sobre el peso de materia seca. Se usa especialmente en dar sabor a galletas, helados, bebidas y tortas. Además de su utilización para dar sabor, se emplea también en la producción de cobertura para la confitería y postres congelados. El cacao en polvo lo consume también la industria de bebidas, por ejemplo la preparación de batidos de chocolate.

El cacao raw orgánico y ecológico tiene un valioso contenido en hidratos de carbono, ácidos grasos saturados, calorías, ácidos grasos, calcio, vitamina B2, fibra, magnesio, fósforo y potasio que ayudan al sistema cardiaco adquiriendo gran concentración de antioxidantes y fuentes de magnesio. (Ascanio, 2012, pág. 4).

Según los datos económicos del Banco Central del Ecuador (2013), el cacao representa cerca del 0.57 % del PIB total (2002 –2012). Acorde a los datos de la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (2013), más del 60% del cacao fino de aroma de calidad que se comercializa en el mundo proviene de Ecuador. La participación de las exportaciones es del 3 al 4% de la producción mundial.

Tabla 5:

Producción del cacao en Ecuador

Año	Provincia	Superficie Cosechada (ha)	Producción (Tm.)	Rendimiento (Tm/ha)	Porcentaje Nacional
2016	Guayas	89,607	49,233	0.5	28%
	Manabí	94,904	22,309	0.2	13%
	Los Ríos	96,200	41,187	0.4	23%
	Esmeraldas	61,824	18,083	0.3	10%
	Resto de Provincias	111,722	46,739	0.4	26%
	Total general	454,257	177,551		100%

Tabla 6 :

Exportaciones ecuatorianas de cacao y elaborados

Tipo de cacao	Participación exportaciones			
	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013
En grano y crudo	83%	81%	76%	84%
Pasta	5%	6%	6%	5%
Manteca, grasa y aceites	1%	3%	6%	4%
En polvo	7%	5%	6%	4%
Chocolate	4%	5%	6%	3%
Total	100%	100%	100%	100%

2.2.3. Mermelada

Mantener frutas crudas en estado natural es difícil y solo se logra por tiempo limitado. Al contrario, por medio de conservas se aprovechan por largo tiempo sin que las frutas pierdan el sabor natural y muchas de sus cualidades nutritivas. Las conservas, además, son una manera de aprovechar frutas que abundan durante ciertas

épocas el año, así como las de inferior calidad, bien sea por forma, tamaño irregular o por algún deterioro. (Moreiras, 2011, p. 57)

La mermelada de frutas es un producto de consistencia pastosa o gelatinosa, obtenida por cocción y concentración de frutas sanas, adecuadamente preparadas, con adición de edulcorantes, con o sin adición de agua. La fruta puede ir entera, en trozos, tiras o partículas finas y deben estar dispersas uniformemente en todo el producto. La elaboración de mermeladas sigue siendo uno de los métodos más populares de conservación de la fruta. Está compuesta por fruta, azúcar, jarabe de glucosa, pectina, ácido cítrico y agua. (Moreiras, 2011, p. 57)

La principal materia prima a considerar es la fruta, que será tan fresca como sea posible. La fruta demasiado madura no resulta apropiada para preparar mermeladas, porque no gelificará bien. La fruta fresca deberá estar sana y sin ninguna alteración, con todos sus componentes esenciales y con el grado de madurez apropiada para la fabricación del producto final.

El azúcar es un ingrediente esencial. Desempeña un papel vital en la gelificación de la mermelada al combinarse con la pectina. Es importante señalar que la concentración de azúcar en la mermelada debe impedir tanto la fermentación como la cristalización. En las mermeladas en general la mejor combinación para mantener la calidad y conseguir una gelificación correcta y un buen sabor suele obtenerse cuando el 60% del peso final de la mermelada procede del azúcar añadido. La mermelada resultante contendrá un porcentaje de azúcar superior debido a los azúcares naturales presentes en la fruta. (Lutz, 2011, p. 151)

Cuando la cantidad de azúcar añadida es inferior al 60% puede fermentar la mermelada y se favorece el desarrollo de hongos y si es superior al 68% existe el riesgo de que cristalice parte del azúcar durante el almacenamiento. El jarabe de glucosa aumenta la calidad de una mermelada, por esto se sustituye del 5 al 15% de azúcar por jarabe de glucosa.

El ácido cítrico es importante no solamente para la gelificación de la mermelada sino también para conferir brillo al color de la mermelada, mejorar el sabor, ayudar a evitar la cristalización del azúcar y prolongar su tiempo de vida útil. El ácido cítrico se añadirá antes de cocer la fruta ya que ayuda a extraer la pectina de la misma. La cantidad que se emplea de ácido cítrico varía entre 0.15 y 0.2% del peso total del producto.

La pectina es el agente solidificante principal. Esta se encuentra en la pulpa, las cáscaras y las semillas de las frutas. Los niveles de pectina y acidez varían de una fruta a otra. Si una fruta no tiene el nivel suficiente de estas sustancias, es necesario agregarle pectina o incrementar su acidez, con jugo de limón suplementario. Las proporciones correctas de pectina, ácido cítrico y azúcar son esenciales para tener éxito en la preparación de mermeladas.

En la preparación de mermeladas la primera fase consiste en reblandecer la fruta de forma que se rompan las membranas de las células y extraer así la pectina. La materia prima para la obtención de pectina proviene de la industria de frutas

cítricas; es un subproducto extraído de las cáscaras y cortezas de naranjas, limones y toronjas, se encuentra en el albedo (parte blanca y esponjosa de la cáscara).

2.2.4. Normas y requisitos para la elaboración de mermeladas. (INEN, 2013)

Norma INEN 377.- Conservas de frutas.- Definiciones

Norma correspondiente a principales definiciones de las frutas utilizadas en la elaboración de conservas, descripción y sus productos derivados.

Norma INEN 419. Conservas de frutas.- Mermeladas de frutas.

Norma sobre la producción de mermelada de frutas desde la terminología hasta el envasado de la misma.

Norma INEN 1334. Rotulado de productos alimenticios para consumo humano. Establece los requisitos mínimos que deben cumplir los rótulos en los envases o empaques en que se expenden los productos alimenticios para consumo humano. El seguir las normas INEN en la producción de alimentos es indispensable y necesario para obtener un producto inocuo y de calidad apto para el consumo humano.

2.3. Marco conceptual.

2.3.1. Empresa.

Una empresa es el ejercicio profesional de una actividad económica de mercado, con la finalidad o el objetivo de obtener beneficios intermediando en el mercado de bienes o servicios mediante la utilización de factores productivos (trabajo, tierra y capital) y con una unidad económica organizada en la cual ejerce su actividad profesional el empresario por sí mismo o por medio de sus representantes.

2.3.2. Procesamiento.

Un proceso (del latín processus) es un conjunto de actividades o eventos que se realizan o suceden con un determinado fin.

2.3.3. Alimento.

El alimento es la sustancia (sólida o líquida) normalmente ingerida por los seres vivos para satisfacer el apetito, las funciones fisiológicas, regular el metabolismo y mantener la temperatura corporal. (Molla, 2014, p. 63)

2.3.4. Fruta.

La fruta o las frutas son alimentos vegetales que proceden del fruto de determinadas plantas, ya sean hierbas como la melonera o árboles como el albaricoquero. Las frutas poseen un sabor y un aroma característicos y presentan unas propiedades nutritivas y una composición química que las distingue de otros alimentos.

2.3.5. Mermelada.

La mermelada es una conserva de fruta con azúcar descubierta de modo accidental en Escocia por una tendera de Motherwell con un lote de naranjas pasadas en el siglo XVIII. La técnica de cocer frutas en azúcar de caña la transmitieron los descubridores españoles desde América. Aunque ya los griegos cocían membrillos en miel, según el libro de cocina del romano Apicio. (Gómez, 2011, p. 44)

2.3.6. Preparación de la mermelada.

Se lavan bien las frutas y se secan, después de haberlos lavado se les desprenden las cáscaras, en seguida se cortan rebanadas indistintamente y estas se colocan en un recipiente que contenga un poco de agua. Esto se lleva a la lumbre para que hierva y cuando se noten que estén blanditas las rebanadas, se retiran y sacan con la espumadera, luego se pasan por el cernidor. La pulpa obtenida se revuelve con el azúcar y la gelatina sin sabor, se lleva al fuego hasta que espese: entonces se retira y se deja enfriar para envasar y esterilizar. (Gómez, 2011, p. 44)

2.3.7. Fábrica de alimentos.

Es el establecimiento en el cual se realice una o varias operaciones tecnológicas, ordenadas e higiénicas, destinadas a fraccionar, elaborar, producir, transformar o envasar alimentos para el consumo humano. (Velasquez, 2012, p. 68)

2.3.8. Higiene de los alimentos.

Son el conjunto de medidas preventivas necesarias para garantizar la seguridad, limpieza y calidad de los alimentos en cualquier etapa de su manejo.

2.3.9. Precio.

Es principalmente el monto monetario de intercambio asociado a la transacción (aunque también se paga con tiempo o esfuerzo). Sin embargo, incluye: forma de pago (efectivo, cheque, tarjeta, etc.), crédito (directo, con documento, plazo, etc.), descuentos pronto pago, volumen, recargos, etc. (Salom 2012, p. 49)

2.3.10. Plaza o Distribución.

En este caso se define como dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece (elemento imprescindible para que el producto sea accesible para el consumidor). (Anderson 2014, pp. 1297-1333)

2.3.11. Promoción.

Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales (cómo es la empresa=comunicación activa; cómo se percibe la empresa=comunicación pasiva). (Kotler 2013, p. 63)

2.3.12. Normas.

Regla o conjunto de reglas que hay que seguir para llevar a cabo una acción, porque está establecido o ha sido ordenado de ese modo. (Monferrer 2012, p. 57)

2.3.13. La mejora continua.

La mejora continua hace hincapié en cambios pequeños, incrementales, pero se debe notar que el objeto es mejorar lo que una organización ya está haciendo. (Maldonado 2013, p. 60)

2.3.14. Almacenamiento.

Cuando se lleva a cabo una rotación del producto conforme con los PEPS (primero en entrar primero en salir). (Pérez 2013, p. 185)

2.3.15. Distribución.

Cuando se envía el pedido hacia los comisariatos se tiene en cuenta el número de canastas enviadas, a los cuales llega la remisión o factura incluyendo la cantidad de canastas que se les despacha. (Quiñones 2012, p. 105)

2.4. Marco ambiental

La existencia de condiciones ambientales favorables en la ciudad de Portoviejo, se cuenta con un lugar idóneo para la producción; tradición en los cultivos de las frutas, con capacidad instalada e infraestructura adecuada para el procesamiento de las frutas; la capacitación del personal, con adelantos importantes en el desarrollo tecnológico.

El Ministerio del Ambiente tiene bajo su responsabilidad normar este tipo de producción de alimentos, ya que esta entidad se encargará de verificar que la empresa desarrolle sus actividades sin ocasionar perjuicio alguno. De acuerdo a la promulgación de las leyes establecidas, el proyecto debe garantizar el manejo responsable de los desechos y del nivel de contaminación que se pueda tener dentro del proceso productivo. Todo ello contribuirá a que este proyecto tenga un impacto positivo en la sociedad y en el medio ambiente. (Girón 2014, p. 67)

2.5. Variables

2.5.1. Variable Dependiente:

Producción y comercialización de Mermelada de Banano - Chocolate y Banano - Maracuyá.

2.5.2. Variable Independiente:

Estudio de pre- factibilidad

2.6. Operacionalización de las Variables

Variable Dependiente: Producción y comercialización de Mermelada de Banano - Chocolate y Banano - Maracuyá.

CONCEPTO	CATEGORIAS	INDICADOR	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
La mermelada de frutas es un producto de consistencia pastosa o gelatinosa, adquirida por cocción y concentración de frutas sanas, debidamente preparadas, con adición de edulcorantes, con o sin adición de agua. (Moreiras, 2011, p. 57)	Comercialización	Niveles de productividad	<p>¿Qué fusiones de mermelada estaría dispuesto a consumir?</p> <p>Mora-Frutilla</p> <p>Banano- Chocolate</p> <p>Banano- Maracuyá</p> <p>Naranja-Limón</p>	Encuesta dirigida a la población de Portoviejo
		Niveles de ventas	<p>¿Qué factores influyen en su decisión de compras?</p> <p>Presentación</p> <p>Marca</p> <p>Calidad</p> <p>Precio</p>	
	Producción de mermelada	de Normas e indicadores de calidad	<p>¿Con que frecuencia acostumbra a consumir mermelada?</p> <p>Una vez a la semana</p> <p>Dos veces a la semana</p> <p>Una vez al mes</p>	
		Proceso productivo		

2.4.1. Variable Independiente: Estudio de pre – factibilidad

CONCEPTO	CATEGORIAS	INDICADOR	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. (Córdova 2013, p. 61)	Estudio de mercado	Cantidad de demandantes.	¿Cómo considera la demanda del mercado de mermelada en la ciudad de Portoviejo?	Encuesta dirigida a la población de Portoviejo
			Alta	
			Media	
		Cantidad de oferentes	¿Según su criterio existe alta competencia de mermelada en Portoviejo?	
			Si	
			No	
		Estudio técnico	Instalaciones físicas	
Alta				
Medio				
Bajo				
			¿Qué tipo de marcas de mermelada consume frecuentemente?	
			Gustadina	
			Snob	
			San Jorge	
			¿Dónde acostumbra a comprar mermelada?	
			Tienda de barrio	

	Distribución de la planta	Supermercados
	No. Maquinarias y equipos	Ferias
Estudio organizacional	% y Tipo de estrategias del personal administrativo y de ventas.	<p>¿Por qué medios de comunicación usted se informaría acerca de las tendencias de nuevos productos?</p> <p>Redes sociales</p> <p>Radio</p> <p>Televisión</p> <p>Trípticos</p>
Estudio financiero	Ingresos	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una mermelada de 250ml?
	Ventas proyectadas	\$1.00 - \$1.50
		\$2.00 - \$2.50
		\$3.00 - \$3.50

CAPÍTULO III

3. Marco metodológico

3.1. Plan de investigación

La investigación de mercado se realizó con el propósito de determinar la necesidad del producto a ofrecer, identificar los segmentos del mercado y cuantificar la amplitud de dicho mercado, lo cual sirvió para establecer el mercado objetivo.

3.2. Tipos de investigación

Al realizar el Estudio de pre factibilidad para la producción y comercialización de Mermelada de Banano - Chocolate y Banano - Maracuyá en la ciudad de Portoviejo, dirigido al sector de consumo alimenticio, la metodología que se usó es la descriptiva, para conocer de manera clara la producción y comercialización de la mermelada que se relacionen con los factores y variables; y la analítica sintética para estudiar los elementos presentados y así facilitar la aprobación de los objetivos planteados. (Santesmases, 2013). Este enfoque se centró en encuestas dirigidas a los habitantes de la ciudad de Portoviejo, donde se pudo recoger gran número de datos y crear estructuras que describan características de la población objetivo ya sean actitudes, intereses, opiniones, conocimiento, comportamiento.

3.3. Fuentes de investigación.

3.3.1. Fuentes primarias.

Para la recopilación de la información primaria se aplicó la técnica de la encuesta. Se utilizó un cuestionario dirigido a 383 personas y así conseguir información confiable.

3.3.2. Fuentes de información secundaria.

Las fuentes secundarias utilizadas en este estudio fueron aquellas proporcionadas por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo) del Censo Poblacional y Vivienda del año 2010 para determinar el mercado objetivo del proyecto. También se recabó información del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, Banco Central del Ecuador, además de trabajos de investigación diseñados por universidades y organismos de investigación a nivel internacional, tesis, etc.

3.4. Población.

La población total de la ciudad de Portoviejo es de 320,000 habitantes, la población objeto de investigación la conforma el total de la población económicamente activa de 203,002 habitantes. Esta fue la población estudiada, es decir, quienes aportaron la información a través de una muestra para el estudio de mercado.

3.5. Muestra

El objetivo principal de un diseño de muestreo es suministrar información para la selección de una muestra que sea representativa de la población que está en estudio. Los tamaños de las muestras se valoran tomando en cuenta los criterios que ofrece la estadística. Para adquirir la muestra se tomó el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados), o sea 203,002 que pertenecen a la población económicamente activa de la ciudad de Portoviejo.

El tamaño de la muestra se definió utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot q \cdot p \cdot Z^2 \alpha/2}{(N - 1) \alpha^2 + Z^2 \alpha/2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{203\,002 \cdot (0.50) \cdot (0.50) \cdot (1.96)^2}{(203\,002 - 1) \cdot (0.05)^2 + (1.96)^2 \cdot (0.50) \cdot (0.50)}$$

$$n = \frac{194\,963.12}{507.50 + 0.9604}$$

$$n = \frac{194\,963.12}{508.4654}$$

$$n = 383.4$$

n= 383 personas a encuestar en la ciudad de Portoviejo

La muestra es de 383 personas las cuales al responder las encuestas ayudaron a comprobar el grado de conocimiento sobre el consumo de mermeladas

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Encuesta: Técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Se utilizó un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos para que sean contestadas. Las herramientas estadísticas utilizadas fueron la elaboración de cuadros estadísticos en porcentaje con su respectiva representación gráfica y la información obtenida de medios bibliográficos.

CAPÍTULO IV

4. Formulación del proyecto

4.1. Análisis e interpretación de los resultados

4.1.1. Encuesta dirigida a la población de Portoviejo

1. ¿Cómo considera la demanda del mercado de mermelada en la ciudad de Portoviejo?

Tabla 7

Demanda del mercado

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Alta	73	19%
Media	255	67%
Baja	55	14%
Total	383	100%

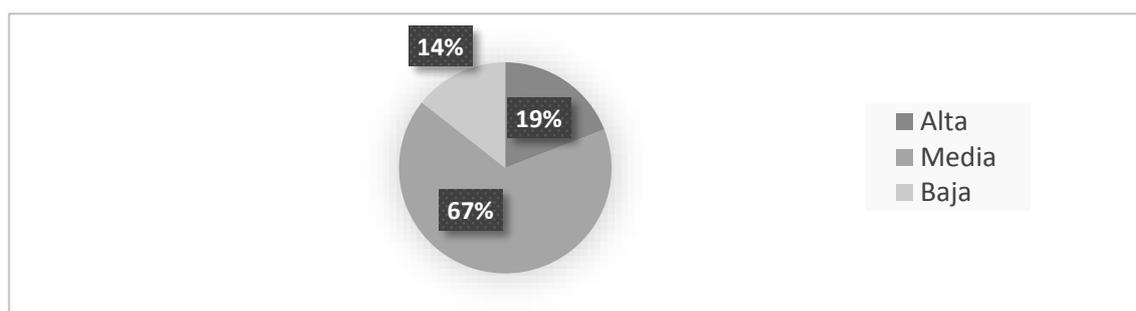


Figura 1. Demanda de mercado

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En esta pregunta se puede destacar que el 67% de las personas consideran que la demanda de mermeladas en el mercado de Portoviejo esta en nivel medio, el 19% indica que esta en un nivel alto, por lo que se tendría un 86% de aceptación de los productos. Sin embargo, existe un 14% de la demanda de mermelada que es baja, según el criterio de las personas encuestadas, una de las principales causas del poco consumo de dulce puede ser las afectaciones en la salud que puede originar.

2. ¿Cómo estima la oferta de mermelada en la ciudad de Portoviejo?

Tabla 8:

Oferta del mercado

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Alta	58	15%
Media	256	67%
Baja	69	18%
Total	383	100%

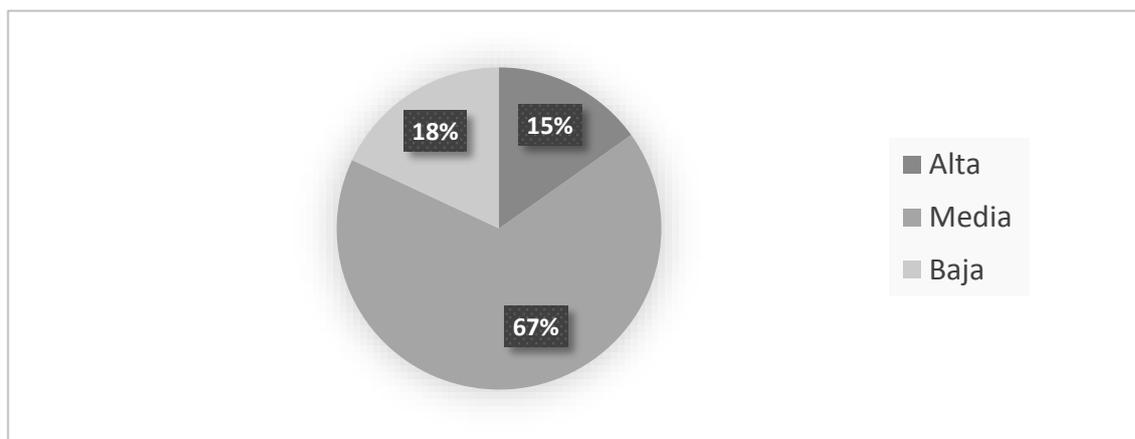


Figura 2 Oferta de mercado

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En esta pregunta se puede destacar que el 67% de las personas consideran que la oferta de mermelada en el mercado de Portoviejo está en nivel medio mientras que el porcentaje menor es de 15% de la oferta de mermelada, lo que indica que las personas por lo general están comercializando o produciendo este tipo de producto.

3. ¿Según su criterio existe alta competencia de mermelada en Portoviejo?

Tabla 9:

Competencia de mermelada

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	143	37%
No	240	63%
Total	383	100%

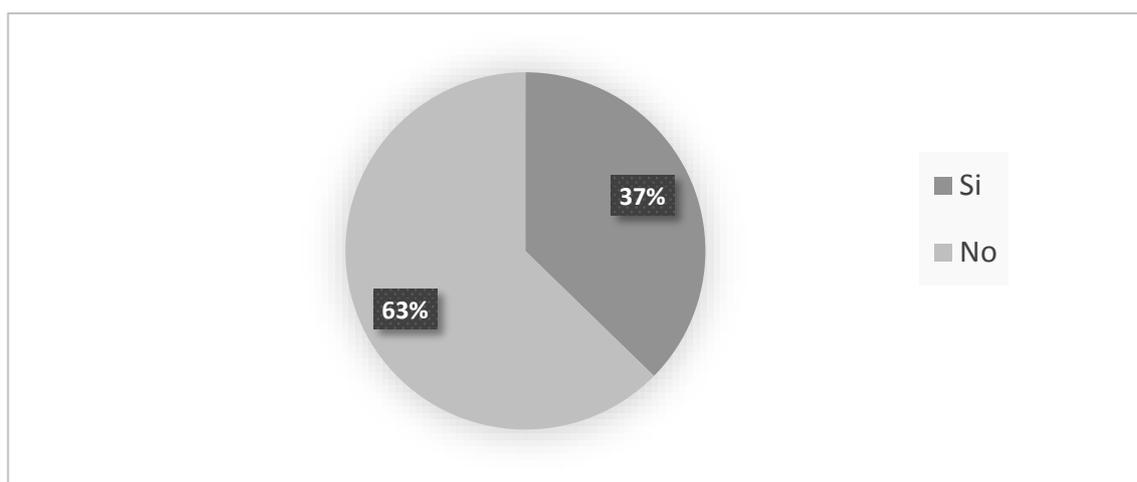


Figura 3 Competencia de mermelada

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Como se puede observar, el 63% de las personas respondieron que no hay competencia de mermelada en Portoviejo sin embargo el 37% indica que, si hay alta competencia de mermelada lo que indica que, si hay oferta, pero la mayoría de las marcas ya están posicionada en el mercado de Portoviejo, no se conoce algún tipo de mermelada artesanal que genere novedad en los consumidores por ofrecer productos sanos y orgánicos como lo que se está proponiendo.

4. ¿Con que frecuencia acostumbra a consumir mermelada?

Tabla 10.

Consumo de mermelada

Tabla 10:

Consumo de mermelada

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Una vez a la semana	62	16%
Dos veces a la semana	153	40%
Más de dos veces a la semana	85	22%
Una vez al mes	69	18%
Otra	14	4%
Total	383	100%

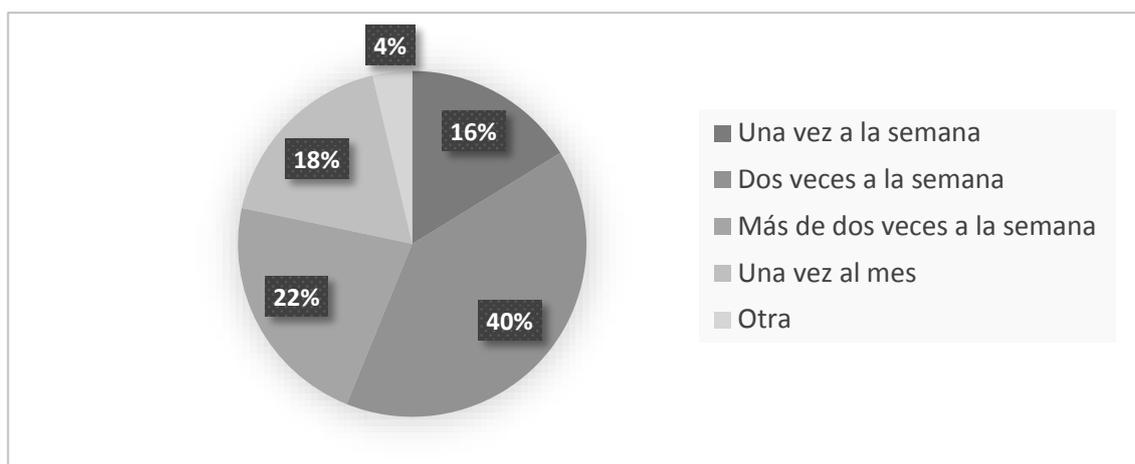


Figura 4 Consumo de mermelada

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Se puede destacar que el 40% de las personas encuestadas consumen mermeladas dos veces a la semana mientras que el 22% indica que consume más de dos veces a la semana por lo es un producto de consumo que siempre está en la mesa familiar, como comercializadores es beneficioso saber que los productos tendrían aceptación en el mercado.

5. ¿Qué fusiones de mermelada estaría dispuesto a consumir?

Tabla 11:

Función de mermeladas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Banana - Chocolate	55	14%
Maracuyá - Banano	124	33%
Frutilla – Mora	145	38%
Naranja – Limón	46	12%
Un solo sabor ¿Cuál?	8	2%
Otros	5	1%
Total	383	100%

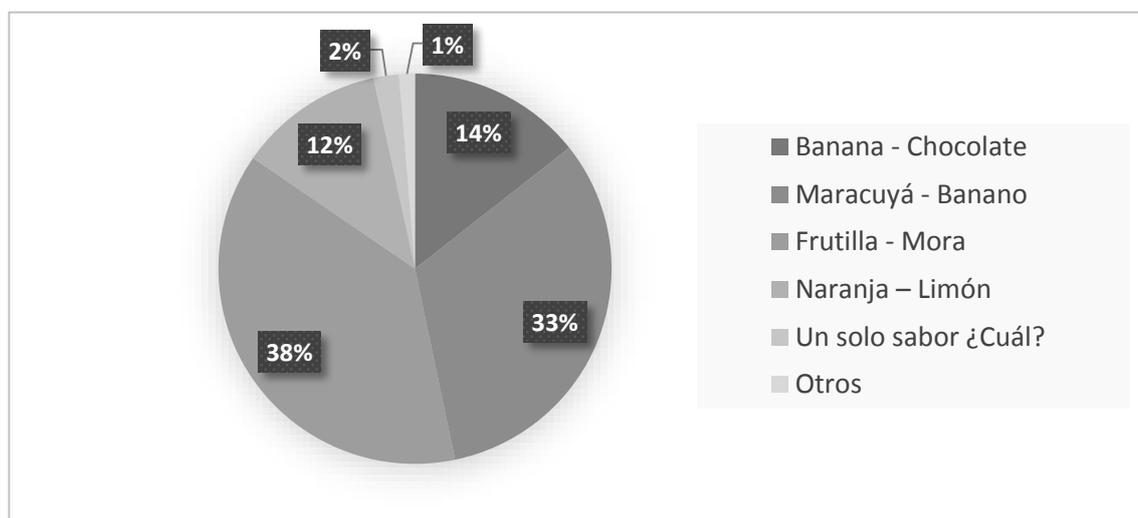


Figura 5 Función de mermeladas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Se aprecia que el 38% y 33% de las personas encuestadas estarían dispuestas a consumir la fusión de mermelada de frutilla-mora y mermelada de maracuyá-banano, lo cual da un indicio de que este producto podría llegar a tener una acogida considerable dentro del mercado y un 14% está interesado por el segundo producto que sería la mermelada de banano- chocolate en consumir este producto.

6. ¿Dónde acostumbra a comprar mermelada?

Tabla 12:

¿Acostumbra a comprar mermelada?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Supermercados	140	36%
Tiendas	153	40%
Ferias	79	21%
Otros	11	3%
Total	383	100%

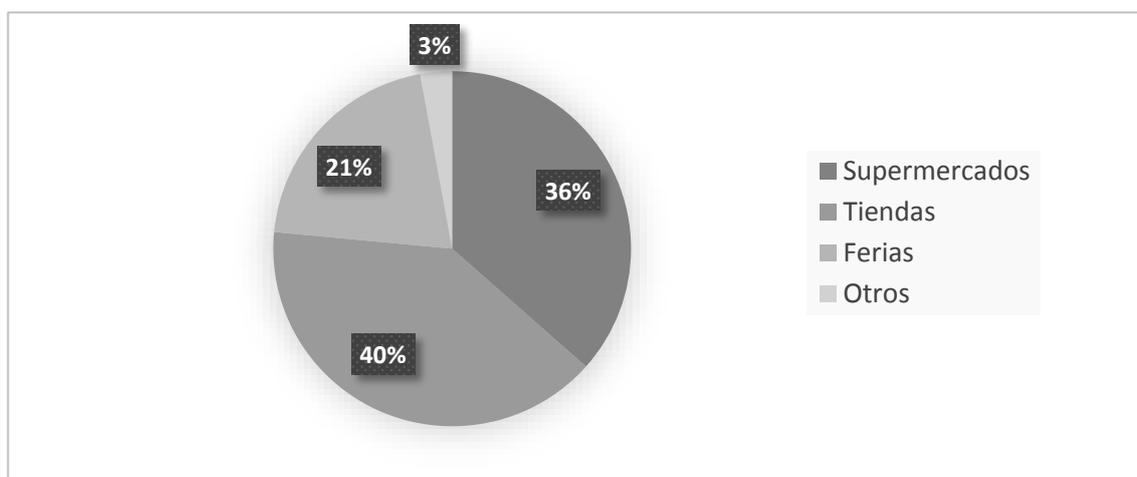


Figura 6 Acostumbra a comprar mermelada

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La presente pregunta indica cual es el lugar de mayor compra de mermelada dicho resultado es de 40% en las tiendas y un 36% en los supermercados. Esto indica adonde se puede hacer llegar el producto, hacia los puntos estratégicos de ventas.

7. ¿Qué tipo de marcas de mermelada consume frecuentemente?

Tabla 13:

Marca de mermelada consumidas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Gustadina	111	29%
Facundo	173	45%
San Jorge	73	19%
Otras	26	7%
Total	383	100%

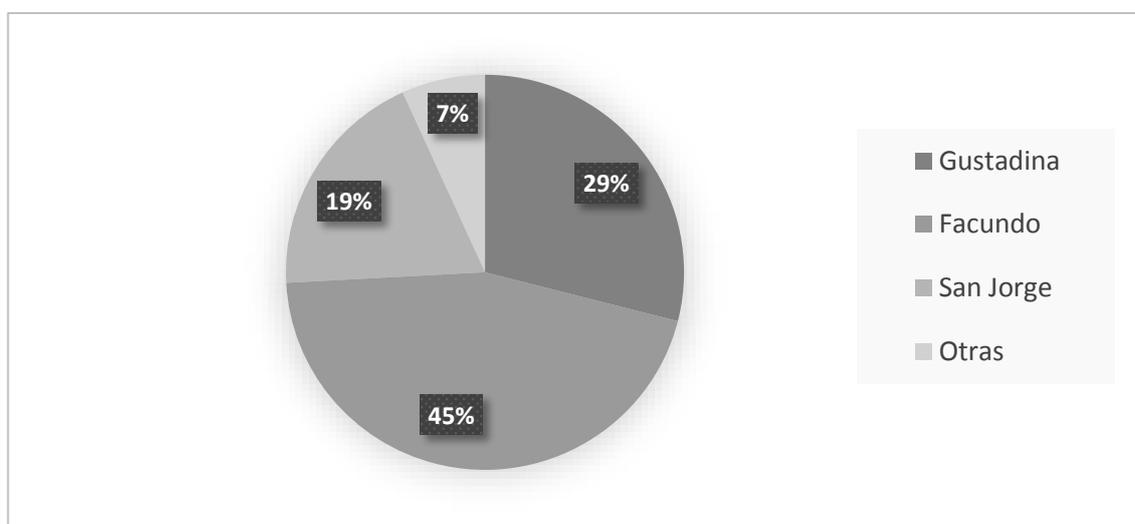


Figura 7 Marcas de mermeladas consumidas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El objetivo de la pregunta es conocer los distintos gustos en cuanto a las marcas más consumidas de mermeladas, lo cual indica que la marca Facundo con un 45% es una de las marcas líder en la ciudad de Portoviejo y mermeladas San Jorge con un 19% se muestran como la marca de menor consumo o preferencia.

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una mermelada de 250g?

Tabla 14:

Precio a pagar de mermelada de 250g

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
\$1.00 - \$1.50	115	30%
\$2.00 - \$2.50	32	8%
\$3.00 - \$3.50	236	62%
Total	383	100%

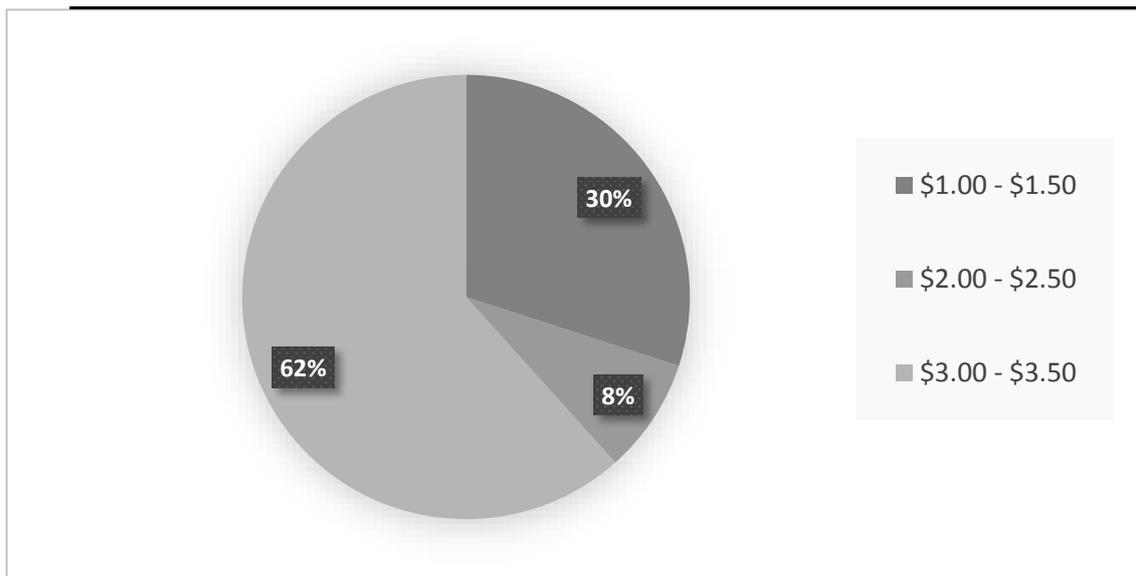


Figura 8 Precio a pagar de mermelada de 250g

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Se realizó esta pregunta para conocer cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar el consumidor por la presentación de 250g. De esta manera vemos que el 62% de los consumidores estaría dispuesto a pagar un valor en el rango de los \$3.00 a \$3.50. Por medio de esta pregunta se puede conocer el precio que se podría vender el producto.

9 ¿Qué factores influyen en su decisión de compras?

Tabla 15:

Decisión de compra

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Marca	41	11%
Presentación	131	34%
Precio	105	27%
Sabor	106	28%
Total	383	100%

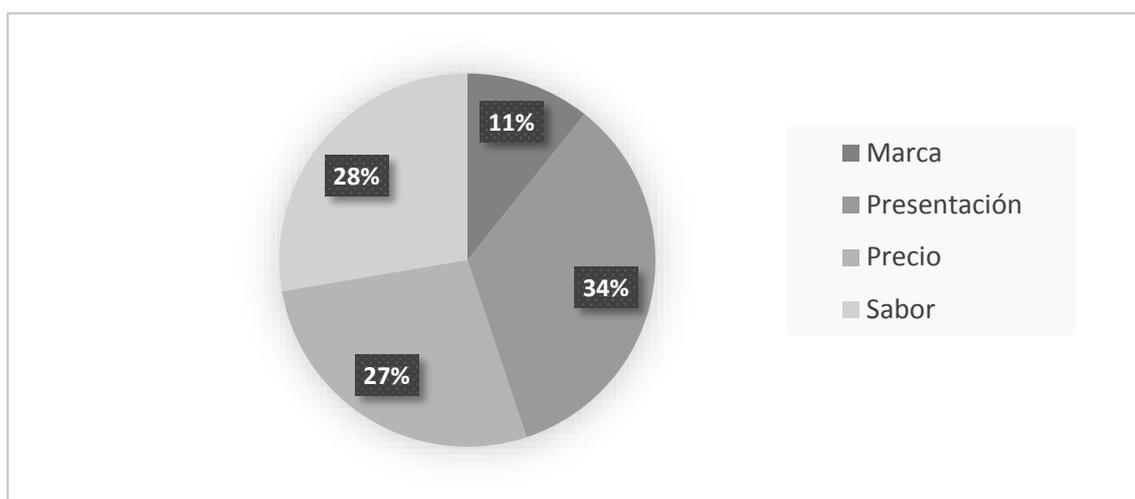


Figura 9 Decisión de compra

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Lo que se busca con esta pregunta es saber cuál es el factor influyente a la hora de comprar mermeladas y se pudo apreciar que es la presentación del producto. Como resultado de la encuesta en esta pregunta se observa que el 34% de las personas comprarían este producto con una buena presentación adecuada y llamativa.

10. ¿Por qué medios de comunicación usted se informaría acerca de las tendencias de nuevos productos?

Tabla 16:

Medios de información de nuevos productos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Radio	58	15%
Televisión	164	43%
Tríptico	24	6%
Redes sociales	137	36%
Total	383	100%

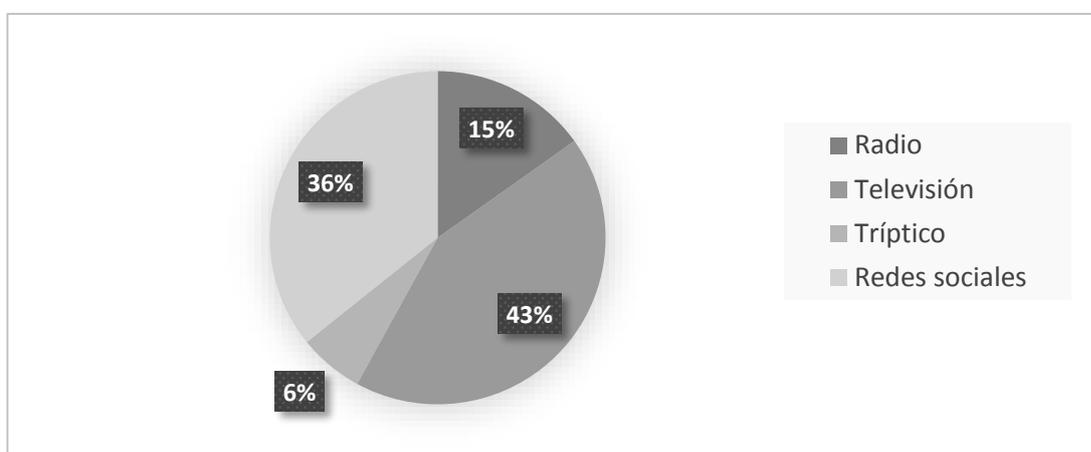


Figura 10 Medios de información de nuevos productos

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Se busca con esta pregunta determinar el medio de comunicación con mayor frecuencia para dar a conocer al mercado un nuevo producto. En este caso serían dos productos por medio de la encuesta se pudo obtener que esos medios serían Televisión con un 43% y Redes Sociales con 36% ya que en la actualidad estos medios de comunicación son muy dominantes para conocer un producto.

4.2. Estudio de Mercado

El comportamiento del consumidor son las actividades que las personas efectúan al obtener, consumir y disponer de productos y servicios. Dicho de manera simple, el comportamiento del consumidor tradicionalmente se ha pensado como el estudio sobre “por qué compra la gente”, con la premisa de que es más fácil desarrollar estrategias para influir sobre los consumidores una vez que el mercadeo conoce las razones que los impulsan adquirir ciertos productos o marcas. (Méndez, 2012, p. 56)

El objetivo de analizar a los consumidores es poder determinar el nivel de participación que tendría la mermelada banano - chocolate y banano - maracuyá en el mercado de la ciudad de Portoviejo. Para esto se realizó un estudio de la situación actual, en donde las encuestas permitieron determinar distintos aspectos y factores tales como: los precios, preferencias de sabores, preferencias en cuanto a la presentación del producto, compra, etc. un total de 380 personas de acuerdo a la muestra.

El consumidor ecuatoriano tiene en sus raíces un fuerte sentimiento de arraigo a lo tradicional, a lo que considera suyo por naturaleza. Existen algunos ejemplos de marcas que han logrado construir sobre esta base de identidad que potencia no solo percepciones de buena calidad, sino también de pertenencia. (Aladi, 2012)

Micro ambiente

El microambiente de la empresa está relacionado con todos los micros factores que afectan la estrategia, la toma de decisiones y el rendimiento empresarial. Es importante para el éxito de una empresa realizar un análisis del microambiente antes de su proceso de toma de decisiones. Pertenece al entorno interno de la empresa, lo cual involucra a todos los departamentos, como administración, finanzas, investigación y desarrollo, compras y contabilidad. Cada uno de estos departamentos interviene en las decisiones de marketing. (Crespo, 2012, p. 41)

Consumidores

Es importante conocer y estudiar las preferencias del consumidor para asegurarse de ofrecer un producto que sea de su preferencia. Para ello existen herramientas con las que se evaluarán el perfil del consumidor. (Caser, 2013, p. 67)

Según las encuestas y el lugar de localización los consumidores principales serán los pobladores de la Ciudad de Portoviejo. La información obtenida ha sido debidamente validada y analizadas para la inserción de la mermelada de banano - chocolate y banano - maracuyá en el mercado y la aceptación por parte de los consumidores. El 67% de las personas consideran que la demanda y la oferta de mermeladas en el mercado está en nivel medio; el 63% manifestaron que no hay competencia de mermelada, el 40% consumen mermeladas dos veces a la semana; el 38% y 33% estarían dispuestos a consumir la fusión de mermelada de frutilla-mora y mermelada de maracuyá- banano; el lugar de mayor compra de mermelada es en las

tiendas. Facundo es la marca que más gusta; estarían dispuestos a pagar un valor en el rango de los \$3.00 a \$3.50 de 250g.; la mayoría comprarían el producto una con una buena presentación adecuada y llamativa.

Proveedores

Los proveedores son los encargados de la distribución de los materiales e insumos que se requiere para la producción de las mermeladas, entre los principales proveedores están los siguientes:

- **Finca García:** será el encargado del abastecimiento de las frutas (maracuyá, banano y cacao) que requiere para la producción, está ubicado en la ciudad de Jama.
- **Almacén Zafiro:** proveerá las maquinarias y equipos que requiere, además se encargará del mantenimiento de las mismas, está ubicado en la ciudad de Ambato.
- **Supermaxi:** se adquirirá los productos (azúcar morena, canela) que serán necesarios para la elaboración de nuestros productos, está ubicado en la ciudad de Portoviejo.
- **Purificadora Buen Samaritano:** realizara la entrega de bidones con agua, está ubicado en la ciudad de Portoviejo.
- **Almacén:** El almacén que proveerá los envases de vidrios de 250ml para la comercialización de los productos, está ubicado en la Coop. Dignidad Popular Mz. 54 Sl. 12 - Guayaquil-Ecuador.
- **Imprenta Zafari:** Etiquetas para los envases para comercializar los productos

Competidores

Competencia Directa

Se puede citar competidores las marcas como:

Gustadina



Figura 11 Mermelada Gustadina

La empresa Pronaca desarrolló una variedad de productos procesados bajo la marca Gustadina. La gama es extensa e incluye alimentos a base de tomate y sazonadores, además de mermeladas, ají, salsas, condimentos, enlatados, palmito, aceites vegetales, vinagre, sopas, cremas y caldos. De acuerdo al ranking de las 1000 empresas más grandes del Ecuador realizado anualmente por la revista Ekos, Pronaca ocupa la sexta posición dentro de dicho ranking y sus ventas en el 2014 ascendieron a los 945.91 millones de dólares, logrando utilidades de 75.22 millones. (Pronaca, 2013)

Ofrece una serie de beneficios funcionales en todos sus productos, como el sabor único de sus ingredientes, el peso justo y la variedad de presentaciones. Así mismo, se destacan algunos beneficios emocionales como la calidad y la confianza garantizadas que generan el respaldo del sello Pronaca y, a la vez, la alternativa de

innovación que Gustadina presenta para salir de lo tradicional. Además, cuenta con trece marcas; dentro de las cuales se encuentran la marca Gustadina, que ofrece una amplia gama de productos culinarios para la alimentación diaria de la familia. Dentro de estos productos se encuentra la mermelada Gustadina, que según información obtenida a través de su página web es una mermelada natural sin perseverantes ni colorantes que ofrece algunas alternativas a sus clientes. (Pronaca, 2013)



Figura 12 Mermelada Facundo

Por otro lado, se tiene a la empresa Ecuavegetal S.A., es una empresa dedicada a la conservación de pulpas de fruta, frutas en estado natural, hortalizas y verduras a través del secado, deshidratación, congelamiento, enlatado. De acuerdo al ranking de empresas presentado por Ekos ocupa el puesto 657, logrando ventas en el 2014 de 28,02 millones de dólares y utilidades de 1,59 millones. La marca de su mermelada es Facundo, mermelada con alto reconocimiento, la misma que ofrece algunas opciones al público. (Ekos, 2015)



Figura 13 Mermelada San Jorge

San Jorge es poco conocida a nivel nacional, se expende en provincias o cantones rurales.

Levapan S.A., es una compañía dedicada a la producción y comercialización de materias primas para la industria alimenticia. La categoría alimentos para el hogar la integran: salsas de tomate y mayonesa, aderezos como salsas, postres en polvo, compotas, néctares, sazoadoras, vegetales en lata, mermeladas, arequipes y repostería casera, con prestigiosas marcas como: Gel'hada, San Jorge, Ma by San Jorge, Respin, Del Campo, Repostería Casera Levapan. (Levapan, 2015)

Competencia Indirecta

La competencia indirecta está representada en los productos fabricados por empresas nacionales e internacionales y también de manera artesanal como manjar, cremas, dulces, jaleas. La amenaza de estos productos es alta ya que compiten por satisfacer la misma necesidad en los consumidores.

Intermediarios.- Individuo o institución que relaciona a los productores y los consumidores. Los distribuidores normalmente mantienen relaciones cercanas con sus proveedores y clientes. Los distribuidores son dueños de los productos y los almacenan hasta lograr su venta. (Sapag, 2011, p. 46)

Los intermediarios de Mermeladas Poli Yummy serán los dueños de los supermercados, tiendas de barrios y minimarkets, a los cuales se les otorgará una cantidad de mercadería para que puedan vender el producto proporcionándoles una ganancia en porcentaje por cada mermelada vendida.

Macro ambiente

El macro entorno está formado por las variables que están más lejos del control de la empresa y su influencia no es directa. (Rivera, 2012, p. 76). El macro entorno está compuesto por:

Factores tecnológicos

La tecnología en Ecuador es un aspecto con poco desarrollo a pesar de los avances que se van dando cada día en el mercado, en materia de procesos y calidad de un producto, es por esto que el proyecto al abarcar el campo de la industria alimenticia requerirá de la tecnología, maquinaria y procesos necesarios que ayudarán a elaborar los productos de una manera óptima y adecuada de acuerdo con las exigencias y los cambios requeridos por el mercado. Entre las maquinarias utilizadas para preparar mermelada están el tanque de preparación de jarabe (con doble camisa para vapor) que tiene una capacidad de 200 lts.

Es importante aplicar un sistema para inventarios (software) con el objetivo de elaborar los informes financieros y contables se realizarán cíclicamente cada mes, para ejercer control y generar índices oportunos, seguros y confiables. La disponibilidad de presupuesto debe entregarse a los diferentes Departamentos Operativos, estableciendo planes operativos para el control de costos y proyectar inversión, dando seguimiento al control de inventarios para optimizar tiempos y costes en la elaboración del producto terminado, mediante la utilización de un sistema de control de gestión integrado.

Factores Político-Legales

El análisis político concierne todos los factores referentes a todo lo que involucra una perspectiva de poder en la colectividad, en sus múltiples niveles, que tendrán una repercusión económica. (Serna, 2014, p. 32). Los assembleístas en los niveles locales y estatales pueden ofrecer escuelas o exenciones fiscales a las empresas o pueden imponer normas o leyes que restrinjan en las transacciones comerciales. Es menester tener en cuenta las disposiciones del estado con relación a su política interna y externa, y con respecto al último punto, es importante tener conocimiento con el fenómeno de la globalización y la integración económica regional y mundial.

Actualmente, el gobierno nacional tiene centrada su acción en los sectores productivos señalando que el rol central del Estado es suministrar servicios públicos, realizar obras de infraestructura y delinear políticas que apoyen emprendimientos de todo tipo.

Es evidente que en los últimos años en el Ecuador, el ámbito político ha sufrido un cambio drástico debido a que se ha cimentado fuertes bases en todos sus aspectos lo que influye de manera positiva en la mayoría de los campos que abarca un Estado, por ejemplo se han implantado leyes, reglamentos y disposiciones que han ido favoreciendo el ámbito comercial del país, entre lo más importante está el incentivo a la producción nacional, sobre todo a los emprendimientos locales, que surgen con pocos medios, la restricción a la importación de ciertos productos, lo que conlleva que el país centre su enfoque a la elaboración de productos terminados con valor agregado ecuatoriano, lo cual estaría alineado con uno de los ejes estipulados

en la transformación de la matriz productiva lo que permitiría que el Ecuador y Manabí obtengan una dinamización económica y comercial.

Factores demográficos

Recoge todas aquellas condiciones que se refieren a las características poblacionales de los mercados en los que cada organización desarrolla su actividad. (Valverde, 2015, p. 6). El Censo poblacional es un recuento de la población y las viviendas para generar información estadística confiable, veraz y oportuna acerca de la magnitud, estructura, crecimiento, distribución de la población y de sus características económicas, sociales y demográficas, que sirva de base para la elaboración de planes generales de desarrollo y la formulación de programas y proyectos a cargo de organismos de los sectores público y privado. (INEC I. N., 2010)

La población de la provincia de Manabí es de 1'395,249 habitantes, su tasa anual de crecimiento es de 1.65%, la edad media de la población: 28.2 años. Tiene un analfabetismo ≥ 15 años de 10.2%. También la provincia consta en tener la 3ra área metropolitana más poblada del país. La ciudad de Portoviejo es la cabecera cantonal del cantón y la capital de la provincia de Manabí, tiene una extensión de 967 km² (96,756 has) que constituyen el 5.12% del área total de la jurisdicción de Manabí. (SENPLADES, 2010) Tiene una población total de 280.029 hab. (INEC, 2010).

4.2.1. La Oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado. (Baca, 2013, p. 53).

Para el presente proyecto, es importante el análisis de la oferta, pues ésta ayudará a determinar las condiciones y las características en que la economía puede poner a disposición del mercado el producto. El análisis de la oferta se logrará mediante la recopilación de las fuentes primarias y secundarias. Con respecto a la oferta en el Ecuador las mermeladas más conocidas y comercializadas dentro del mercado son:

Tabla 17:

Oferta de mermeladas de Ecuador

Marca	Sabor
Snob	Mora, frutilla, frutimora, piña, naranja, guayaba, mango
Gustadina	Mora, frutilla, frutimora, piña, guayaba
Guayas	Mora, frutilla, guayaba, durazno, uva, mango, manzana
Facundo	Frutilla, mora, guayaba
Superba	Frutilla, mora, guayaba
Supermaxi	Mora, frutilla, frutimora y piña
Aki	Mora, frutilla, frutimora y piña
Frisko	Mora

En Manabí, se puede observar varias marcas de mermelada como son:

Gustadina, Facundo y San Jorge, entre otras.

Tabla 18:

Oferta de mermeladas en Manabí

Marca	Sabor
Gustadina	Mora, frutilla, frutimora, piña, guayaba
Facundo	Frutilla, mora, guayaba
San Jorge	Mora, frutilla

Proyección de la oferta

En el mercado se pueden encontrar marcas que son conocidas y comercializadas dentro del mercado ecuatoriano, así como sus diferentes tipos de presentación. El precio al cual se expande en los supermercados y centros de abastos al detalle. El mercado de la mermelada se cataloga en un mercado oligopolio, debido a que existen grandes empresas que tienen un control sobre el segmento al que nos dirigimos, teniendo en cuenta que quien decide si tiene éxito el producto es el consumidor.

Para cubrir esta necesidad existen diferentes clases de empresas productoras de alimentos que ofrecen múltiples opciones, como son mermeladas de diferentes frutas. La empresa Poli Yummy elaborará 2 tipos de mermeladas: mermelada de banano - chocolate y mermelada de banano - maracuyá. Estas mermeladas contendrán vitaminas, bajas en grasas y contendrán fuentes de minerales requeridas para una buena alimentación.

4.2.2. La Demanda

Es el conjunto de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para investigar la satisfacción de una necesidad específica a un precio fijado. (Rivera., 2012, p. 39).

Las mermeladas no son consideradas un producto de primera necesidad. Lo que hace que la demanda del mismo sea algo reducida. La fusión de sabores preferidos como son banana – chocolate, maracuyá – banano, hará que los consumidores tengan más opciones de compra y consuman el producto.

Estimación de la demanda actual

La demanda actual es estimada con base a la pregunta uno de la encuesta, donde el 19% de personas de la ciudad de Portoviejo demandan mercado de mermelada; del total de la población tomada como referencia se presentaría una demanda actual de:

Demanda actual 50,707 * 19%

Demanda actual 9,634.33 habitantes

Considerando que el producto interno bruto crecerá en estos próximos años a una tasa de 0.9% según las proyecciones de crecimiento de América Latina y el Caribe en 2019, se tendría una demanda total estimada de:

Tabla 19:

Demanda total de habitantes

Año	Demanda
0	9,634.33
1	10,501.42
2	11,446.55
3	12,476.74
4	13,599.64
5	14,823.61

4.2.3. Demanda insatisfecha

Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, dicho de otra manera, encontramos Demanda insatisfecha al ser la Demanda mayor que la Oferta. (Kotler, 2012, pp. 66-89). Para determinar la demanda insatisfecha se aplicará el método cuantitativo Se debe tomar en consideración la pregunta 2 de la encuesta: ¿Cómo estima la oferta de mermelada en la ciudad de Portoviejo? En la que se obtiene un porcentaje de 17.85% que estima la oferta baja.

Tabla 20:

Demanda insatisfecha

Demanda insatisfecha =	Demanda actual * Factor
Demanda Insatisfecha =	9,634.33 * 67%
Demanda Insatisfecha =	6,455 habitantes

Es así como se obtiene una demanda insatisfecha de 6,455 habitantes, para detectar un verdadero nicho de mercado, que será el mercado clave donde debe llegar la empresa, con la aplicación de estrategia de marketing se considera la pregunta tres del estudio de mercado ¿Según su criterio existe alta competencia de

mermelada en Portoviejo? En la que se obtiene una respuesta de 63% que manifestó que no existe una alta competencia de mermelada, de esto se obtiene:

Tabla 21:

Nicho de mercado

Nicho de mercado = Demanda insatisfecha * factor

Nicho de mercado = 9,634.33 * 63%

Nicho de mercado = 606 Habitantes

El nicho de mercado da como respuesta que se deberá atender a 606 habitantes de Portoviejo, considerando una tasa de crecimiento de 0.9% anual del producto interno bruto, obteniendo la siguiente estimación de la demanda:

Tabla 22:

Estimación de la demanda a atender (Nicho)

Año	N de habitantes
0	606.00
1	660.54
2	719.99
3	784.79
4	855.42
5	932.41

4.2.4. Producto

El producto con el que Poli Yummy iniciará la fabricación y comercialización es: mermelada de banano - chocolate y banano - maracuyá. Ofrecerá al mercado en envase de vidrio de 250gr. La mermelada posee atributos que ningún otro producto posee, la dulzura especial del producto tropical, desde la calidad del banano, el

chocolate y la maracuyá con que es elaborado, además la producción de la fruta de la finca García es altamente orgánica, evitando utilizar pesticidas que afecten al fruto.

4.2.5. Precio

Para la asignación del precio se tomará como referencia los establecidos por el estudio de mercado, ya que, al momento de realizar la encuesta, la población estudiada mencionó que el precio sí influiría al momento de adquirir el servicio.

Tabla 23 :

Costo materia prima fracaso 250g

Producto	Mermelada banano-chocolate	Mermelada banano-maracuyá
Banano (100 gr.)	0.05	0.05
Chocolate (25 gr.)	0.25	0.00
Maracuyá (+/- 10 gr.x un.)	0.00	0.10
Azúcar (150 gr.)	0.14	0.45
Pectina (0,02 kg.)	0.05	0.05
Ac. Cítrico (0,03 kg.)	0.03	0.03
Benzoato de sodio (0,02 kg.)	0.04	0.04
Frascos - Tapa 250 gr. (1)	0.50	0.50
Etiquetas (1)	0.03	0.03
Total	1.09	0.94
Costo de producción		
Unitario: 0.42	P.V.P: 3.00	

4.2.6. Comercialización.

Productor: Poli Yummy, elaborará cierta cantidad de producto por mes. El producto deberá ser repartido a sus principales destinos en la ciudad, por medio de fletes o transporte propio, que se encarguen de asegurar una entrega seria y comprometida. En caso de productos como los procesados, la perecibilidad es mínima, por lo que se puede usar esta variable como ventaja.

Mayorista: Se refiere a mayoristas, a los supermercados de la ciudad, que recibirán el producto directamente desde la planta.

Detallista: Son aquellos como micromercados, tiendas de barrio, que también recibirán el producto directamente desde la planta.

Consumidor final: Llegar al consumidor final es el principal objetivo de todo el proceso. El producto debe ser entregado en perfectas condiciones por parte de los mayoristas y detallistas, tal cual lo recibieron desde la planta

Logo

Esta marca fue inventada para mostrar las combinaciones de la mermelada de banano - chocolate y mermelada de banano - maracuyá, nuestro logotipo se conforma por dos palabras la primera que es POLI es la fusión del nombre Paola y Joselyn que somos las creadoras de este producto, la segunda YUMMY es la expresión del gusto que se significa “sabroso”. El producto fue creado por Paola y Joselyn de mermeladas de banano maracuyá y banano chocolate, se utilizaron formas orgánicas y divertidas en sus letras, seleccionamos un tono de color naranja, que en la psicología de color se asocian a la juventud, la diversión en tener vida saludable, y en ocasionar la necesidad repentina de los consumidores en comer nuestro producto.



Figura 14 Logo y Slogan

El slogan ***“la combinación del sabor perfecto”*** haciendo alusión a las combinaciones que se ofrecen de banano - chocolate y mermelada de maracuyá – banano.

4.2.7. Promoción

Es el conjunto de actividades encaminadas a impulsar los productos de la microempresa en el mercado. (Ricera, 2012, p. 49)

Estrategias dirigidas a los consumidores

Poli Yummy ofrecerá las siguientes promociones:

- Por la compra de 2 mermeladas la tercera gratis.
- Por la inauguración de la microempresa y fechas especiales se regalarán obsequios como llaveros, esferos, gorras y camisetas.
- Al realizar compras al por mayor se otorgará el 5% de descuento.
- Se realizarán campañas promocionales intensivas y masivas a través de medios electrónicos como los son Facebook y Instagram.
- Adicionalmente se publicitará a través de TV, revistas y periódicos.

4.3. Estudio Técnico.

El Estudio Técnico tiene como objetivo determinar la función óptima de producción, la utilización y distribución de forma eficiente y eficaz de los recursos; las condiciones de tamaño y localización de la planta, ingeniería del proceso, costo y gastos durante la vida útil del proyecto. (Sapag, 2008, p. 53)

Consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio, incluye aspectos como:

- Determinación de la localización y tamaño de la planta.
- Ingeniería del Proyecto.
- Análisis Administrativo.

Objetivos del estudio técnico.

- Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto de acuerdo a su capacidad.
- Analizar y determinar el tamaño óptimo de la microempresa, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar el proceso de producción.

4.3.1. Dimensión y características del mercado.

La dimensión de un mercado concretamente se define como los límites de este desde el punto de vista geográfico y el punto de vista de la variedad de productos que comprende.

Para un proyecto de pre-factibilidad de mermeladas, definen la dimensión del Mercado desde un punto de vista geográfico, al momento de hablarse del lugar de residencia de la empresa desde el punto de vista del macro y microentorno. En cambio, al hablar de la variedad de productos que comprende hace referencia al catálogo de productos que posee la misma, en los que el cliente potencial puede obtener más información no sólo sobre lo que oferta la empresa y sus precios; sino también hacia donde se enfoca.

4.3.2. Localización del proyecto (Macro, microlocalización).

El aspecto más importante al momento de ubicar la empresa es que esta se encuentra cerca del mercado al cuál se va a dirigir así como a los insumos que se necesitan para la producción del producto, tomando en cuenta que al estar cerca de la materia prima, insumos, entre otros materiales, los costos serán menores y por ende la rentabilidad será mayor.

La localización Macro del proyecto.

Esta sería la ciudad de Portoviejo, Provincia de Manabí - Ecuador.



Figura 15 Mapa de la ciudad de Portoviejo

Localización Micro del proyecto.

Al referirse a localización Micro, se habla del lugar exacto donde el cliente podrá encontrar la empresa ya establecida, la Localización Micro sería la vía a Manta y paso lateral por las Banderas, en la ciudad de Portoviejo, Provincia de Manabí - Ecuador.



Figura 16 Fachada de la empresa en la ciudad de Portoviejo

4.3.3. Tamaño del Proyecto.

En este apartado se definirán la capacidad que tiene la empresa para producir una cantidad definida de productos o servicios en un período de tiempo determinado. Cuando se habla de una empresa dedicada a la elaboración de productos comestibles como la mermelada, hace referencia a las órdenes de pedidos en mayor volumen y la capacidad que debería tener la empresa para poder producirlos en el tiempo establecido. Realizar pruebas que permitan definir esa capacidad y evitar inconvenientes a los clientes potenciales al momento de generar los pedidos solicitados son puntos clave que deben mantenerse para evitar cuellos de botella.

En el sector de la mermelada se debe mirar ante todo que la producción como tal de la misma es un subproducto de otros dulces, si se quiere maximizar la eficiencia de producción hay que garantizar la disponibilidad, la calidad y la durabilidad de la mermelada.

Una de las formas más útiles para lograr el anterior objetivo propuesto sería calificando el producto por cantidades, es decir si se producen muchas mermeladas en un solo mes se está reduciendo el tiempo de durabilidad, por tanto, se tendría que garantizar que el producto sea más estable que los de los demás y además mantener los estándares dentro de los parámetros ideales en cada período de producción.

Tabla 24

Proyección de producción

Año	Producción Diaria	Producción Mensual	Producción Anual
	(Unidades)	(Unidades)	(Unidades)
2020	600	12,000	144,000
2021	667	13,344	160,128
2022	742	14,839	178,062
2023	825	16,500	198,005
2024	917	18,348	220,182

Distribución en planta. La instalación cuenta con un espacio de 300m² de una planta donde estará separada al área administrativa de área de producción. Es importante realizar una distribución lo suficientemente adecuada como para ampliar a futuro si las condiciones de mercado lo permiten, por tanto, se ha optado por distribuir las áreas de la siguiente manera:

Tabla 25:

Distribución del área

Zona	Área en m ²
Área de producción	96
Área de etiquetado	48
Bodega de producto terminado	48
Bodega de insumos	25
Bodega recepción de M.P.	35
Administrativo	32
Baños-vestidores	16
Total	300



Figura 17 Distribución del área

4.3.4. La tecnología del proceso productivo

El proceso de producción es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto, el mismo que debe estar bien definido para que los trabajadores hagan uso eficiente de los recursos y obtengan el producto deseado. El proceso de producción para la elaboración de mermeladas requiere de un óptimo balance entre el nivel de azúcar, la cantidad de pectina y acidez. En la microempresa se realizan algunas operaciones de forma manual (artesanalmente), mientras que en empresas mayores éstas se realizan mecánicamente, lo cual redundaría en una mejor calidad del producto final y en un mayor volumen de producción. El proceso de elaboración de mermeladas requiere los siguientes equipos:

- Congelador
- Despulpador
- Fuente de calor: marmita, estufa
- Refractómetro
- Mesas de clasificación
- Cúter vertical basculante
- Monobloque para llenado, taponado y etiquetado - dt100 - dt60
- Etiquetadora automática modelo et flex
- Ph metro / termómetro - hd2305

4.3.5. Ingeniería del Proyecto.

Hace referencia a la fase donde se definen los recursos necesarios para la implementación del proceso de producción de la empresa, así:

- Definen la maquinaria a usar
- El recurso humano necesario
- Los recursos tecnológicos disponibles
- Insumos, entre otros.

4.3.6. Flujo del proceso productivo

Para la elaboración de la mermelada existe un proceso el cual describe a continuación.

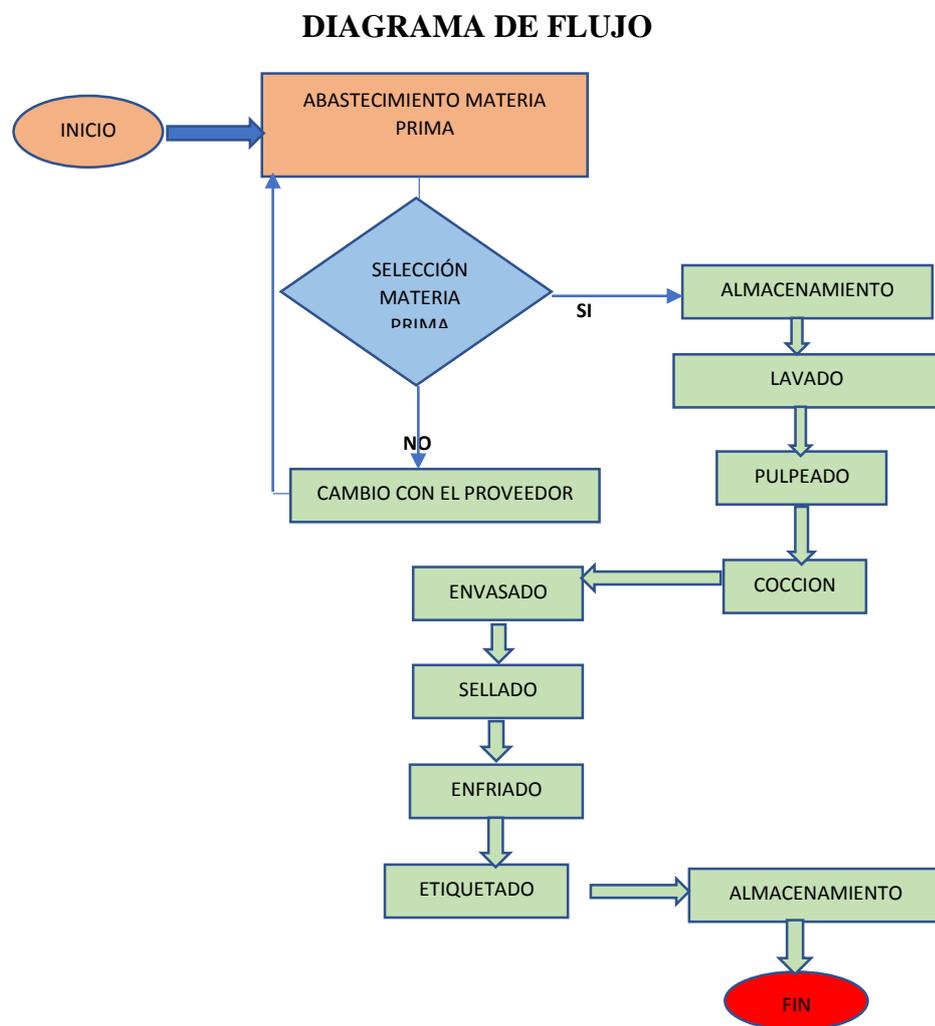


Figura 18 Diagrama de flujo

Definición del proceso de producción

- **Recepción de materia prima:** consiste en cuantificar la fruta que entrará al proceso. Ésta operación debe hacerse utilizando recipientes adecuados y balanzas calibradas y limpias. Tiempo. 1 hora
- **Selección:** se elimina la fruta que no tenga el grado de madurez adecuado o presente pudrición o magulladuras. Tiempo 1 hora.
- **Almacenamiento.** La fruta se almacena en bandejas para su posterior uso en la elaboración de mermelada. Tiempo 40 min.
- **Lavado:** se realiza para eliminar bacterias superficiales, residuos de insecticidas y suciedad adherida a la fruta. Se debe utilizar agua clorada. Tiempo 1 hora
- **Extracción de la pulpa:** Se hace con la ayuda de un despulpador de malla fina para evitar el paso de las semillas. Si no se dispone de este aparato se puede emplear una licuadora, en este caso debe utilizarse un colador para separar la fibra y las semillas. Tiempo 40 min.
- **Cocción:** Se necesitan los siguientes ingredientes:

Mermelada banano-chocolate	Mermelada banano-maracuyá
Banano (100 gr.)	Banano (100 gr.)
Chocolate (25 gr.)	Maracuyá (+/- 10 gr.x un.)
Azúcar (150 gr.)	Azúcar (150 gr.)
Pectina (0,02 kg.)	Pectina (0.02 kg.)
Ac. Cítrico (0,03 kg.)	Ac. Cítrico (0.03 kg.)
Benzoato de sodio (0,02 kg.)	Benzoato de sodio (0.02 kg.)

Evaporación de agua en la etapa de concentrado

Porcentaje en la formulación, pero en la mezcla se descuenta 3.8% de azúcar procedente de la pulpa, y la fructuosa.

- Se pone en la marmita la fruta y una tercera parte del azúcar y se inicia la cocción a fuego moderado y agitando con regularidad para que la mezcla no se queme. Una vez que se alcanza el punto de ebullición se agrega el resto del azúcar y se continúa la cocción hasta que se alcancen 65 °Brix. En este punto se quita el calor y se agrega el ácido cítrico y la pectina, el cual se disuelve previamente con poca agua. Se toma una muestra de la mermelada, se enfría hasta 25 °C y se mide el pH, el cual debe encontrarse entre 3.0 y 3.5. De ser mayor a 3.5 se debe agregar una cantidad extra de ácido hasta alcanzar el valor óptimo. Tiempo 45 min.
- **Envasado:** El envasado puede hacerse en frascos de vidrio, en envases plásticos o en bolsas. En el caso de usar frascos, éstos deben ser previamente esterilizados con agua hirviendo por 10 min. y los envases de plástico se deben clorar. Tiempo 1 h.
- **Sellado.** Se coloca la tapa en los envases tomando en cuenta que se encuentren correctamente sellados. Tiempo 30 min.
- **Enfriado.** Se procede a enfriar los frascos de mermelada que se encuentren llenos con chorros de agua fría de manera muy cuidadosa, esto con el fin de obtener un producto de calidad. Tiempo 30 min.
- **Etiquetado:** La etiqueta se pega cuando los envases estén fríos y se haya verificado la gelificación de la mermelada.
- **Embalaje y Almacenamiento:** El embalaje se hace en cajas de cartón y se almacenan en lugares secos, ventilados y limpios.

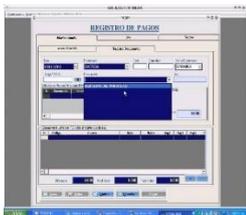
Maquinarias y equipos

Tabla 26: *Característica de las maquinarias y equipos*

Nombre	Características	Costo
Cuarto frío 	Capacidad ocho punto cuarenta (8.40) metros cúbicos. Dimensiones: 2.20 metros de frente, 2.20 metros de fondo, 2.30 metros de altura.	\$ 4,500.00
Marmita 	Fabricada en acero inoxidable. Capacidad: 400 kilos. Motor: siemens 0.9 h.p. trifásico	\$ 4,700.00
Llenadora de frascos 	Operación completamente neumática. Construc.en acero inoxidable sobre pedestal Boquilla antigoteo de cierre positivo	\$ 715.00
Despulpadora 	Acero inoxidable, potencial 1.0 hp. Rpm 1750 Capacidad media: 250kg/h, dependiendo del tipo de fruta	\$ 450.00
Etiquetadora 	Portátil/manual Fácil de usar	\$ 7.00
Balanza Digital 	Balanza digital 100 kgs Recargable Base 38 x 40 cm.	\$ 500.00

Muebles de oficina

Tabla 27: características de muebles de oficinas

Muebles de oficina	Cant.	Características	Costo	Costo total
Escritorios 	2	De color café, ambos tipo secretaria y vienen con su silla respectiva, se utiliza para los trabajos administrativo	500.00	1000
Mesa de trabajo 	1	Mesa hecha a base de hierro y madera medidas 2x5 metros, utilizada para la operatividad.	300.00	300
Sillas básicas espera 	4	Sillas de espera color negro	90	720
Archivador 	1	Archivador manual 4 gabetas (estantería metálica)	150	150
Equipo de computación				
Computadora 	1	Computadora con monitor LCD, teclado y ratón	1000	1000
Sistema Contable 	1	Parámetros tributarios Plan contable Tipo de voucher Bancos-chequeras	500	500

Mano de Obra

Se requiere personal especializado en el área de Administración y de control del proceso productivo en este caso se requiere de un Jefe de Producción (Ingeniero en Alimentos). También se necesitará de obreros que no necesariamente deben tener experiencia, pero que si conozcan sobre el procesamiento de este producto que es la mermelada.

Tabla 28:

Mano de obra

CARGO	CANT.	SUELDO			APOR	F.	SUEL Y		GASTO
			13ro	14to	PATR.	RES.	VAC.	BEN.	MENS.
Administrador	1	\$ 800.00	\$ 66.67	\$ 33.33	\$ 97.20	\$ 66.67	\$ 0.00	\$ 1,063.87	\$ 1,063.87
Secretaria									
Contadora	1	\$ 500.00	\$ 41.67	\$ 33.33	\$ 60.75	\$ 41.67	\$ 0.00	\$ 677.42	\$ 677.42
Vendedor	1	\$ 386.00	\$ 32.17	\$ 33.33	\$ 46.90	\$ 32.17	\$ 0.00	\$ 530.57	\$ 530.57
Jefe de									
Producción	1	\$ 500.00	\$ 41.67	\$ 33.33	\$ 60.75	\$ 41.67	\$ 0.00	\$ 677.42	\$ 677.42
Obreros	3	\$ 386.00	\$ 32.17	\$ 33.33	\$ 46.90	\$ 32.17	\$ 0.00	\$ 530.57	\$ 1,591.70
GASTO									
SUELDOS Y									
SALARIOS	7	\$2,572.00	\$214.33	\$166.67	\$312.50	\$214.33	\$0.00	\$3,479.83	\$4,540.96

4.4. Estudio administrativo

4.4.1. Formulación estratégica

Es importante lograr una expansión a nivel local, y a la vez una estrategia de ingreso al mercado ofreciendo un producto novedoso y de calidad que obedece a la necesidad de generar valor agregado al producto, que retribuirá mejores ingresos en mediano y largo plazo. Lograr alianzas estratégicas con varios proveedores para conseguir beneficios crediticios para tener la posibilidad de no verse en riesgos al

depender de un solo proveedor, la diversificación podría dar una ventaja competitiva con los otros productores.

Es necesario contratar el personal idóneo y detectar posibles debilidades o problemas de la competencia, de forma que no se comentan los mismos errores y pueda entrar al mercado, fijando el precio con una estrategia adecuada para el mercado, para satisfacer las necesidades demandadas por los clientes y de esta manera, mantener su competitividad dentro del mercado y asegurar su supervivencia.

4.4.2. Misión y Visión de la empresa

Misión:

- Somos una empresa dedicada a satisfacer las necesidades de los consumidores a través de la producción y comercialización de mermeladas de alta calidad dirigida al mercado manabita aportando valor nutricional, entregando una experiencia de consumo agradable.

Visión:

- Llegar a ser una empresa líder a nivel nacional en la producción y comercialización de productos con nuevas tendencias dentro del mercado de mermeladas nutritivas con características previas centralizadas en los gustos y preferencias de nuestros clientes con altos estándares de calidad.

Valores corporativos

Se buscará fortalecer los siguientes valores:

- **Compromiso:** En Poli Yummy se establece cada día el compromiso y solidaridad con el bienestar de las personas empleadas, proveedores y de los consumidores en conjunto.

- **Comunicación:** El compartir la información correcta de forma oportuna, clara y directa a los clientes.
- **Innovación y desarrollo sostenible:** En Poli Yummy se promueve la innovación en cada área del negocio, a través de la creatividad y desarrollo tecnológico.
- **Honestidad:** Responsabilidad con el entorno actuando con transparencia y confianza.
- **Disciplina:** Trabajar apegados a lineamientos establecidos en el mercado junto a los clientes.

Estos valores son principios que gobernarán el comportamiento de los miembros de la organización, para poder desenvolverse en el trabajo de la mejor forma posible.

Objetivos estratégicos

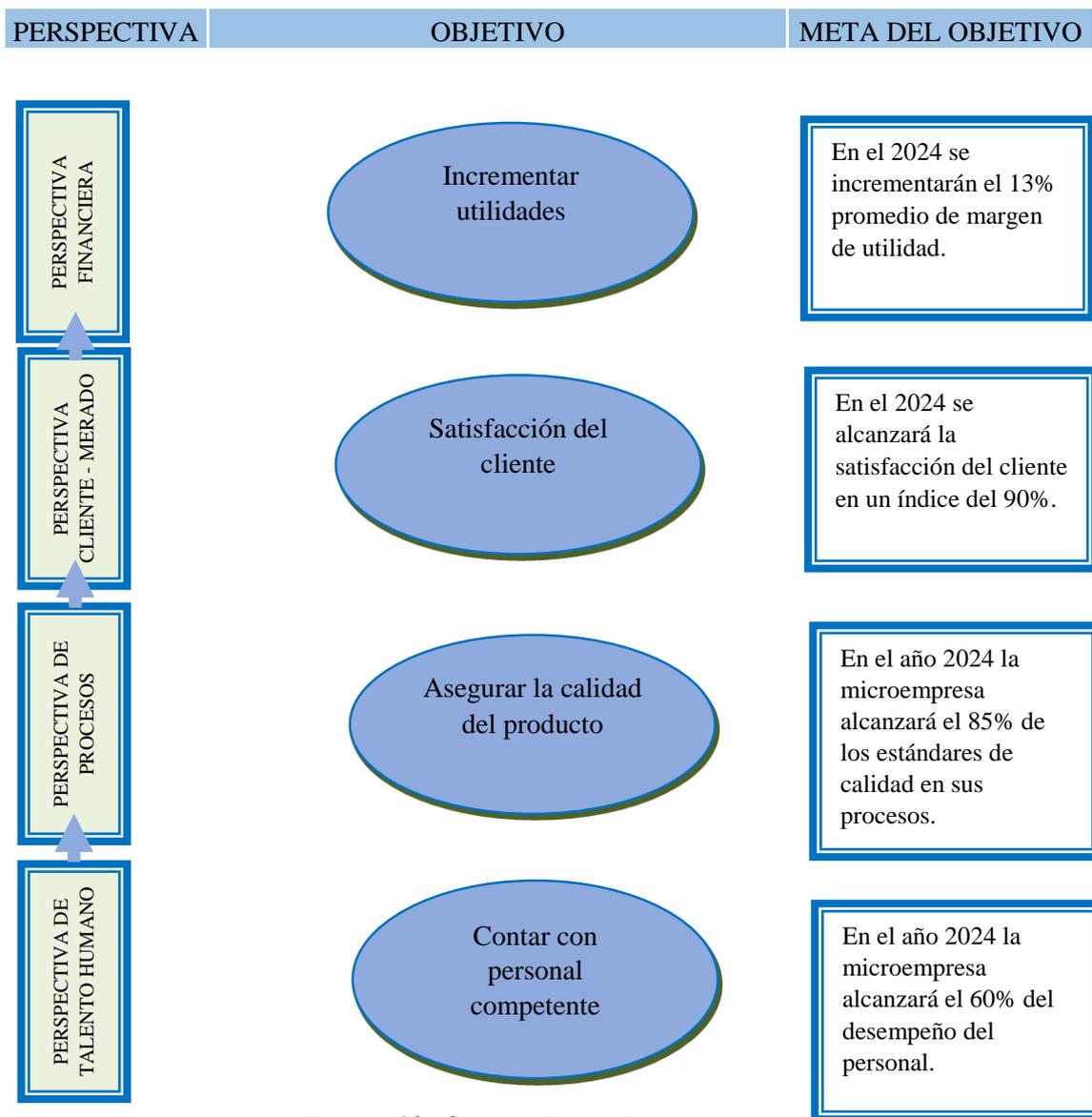


Figura 19 objetivo Estratégicos

Estrategia Empresarial.

Estas deben estar regidas por la misión, visión y valores de la empresa y basadas en los principios de calidad, las cuales deben ser transmitidas a todos los empleados. Es importante realizar un diagnóstico interno que permita revisar y definir las estrategias y convertirlas en planes de acción. Para determinar si la organización está consiguiendo los objetivos esperados se necesita contrastar con los objetivos alcanzados y en base a esto determinar planes de mejora.

FODA

Se desarrollará una matriz FODA para determinar estrategias del negocio. Se realizará un análisis FODA, a través de la evaluación de factores externos, el cual se tienen las oportunidades y amenazas del presente proyecto; y un análisis de factores internos, mediante la selección de fortalezas y debilidades. Posteriormente, una vez que se hayan analizado los factores internos y externos, se procede a elaborar la Matriz FODA, la cual se puede observar en la Tabla, (según la metodología explicado por Phillip Kotler).

Tabla 29:

Matriz F.O.D.A

	Positivos	Negativos
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Internos (Factores de la Empresa)	- Disponibilidad de materia prima.	- Personal no capacitado.
	- Receta Innovadora	- Dependencia de productores.
	- Calidad de materia prima	- Escaso conocimiento de mercados.
	- Productos naturales	- Poco desarrollo del plan de marketing.
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Externos (Factores del ambiente)	- Fácil acceso a créditos.	- Competencias.
	- Tecnologías disponibles	- Situaciones climáticas.
	- Captación de nuevos nichos de mercado.	- Inestabilidad política
	- Proveedores idóneos.	- Plagas y enfermedades.

FODA

FORTALEZAS:

- **Disponibilidad de materia prima:** Acceso directo con los proveedores de materia prima para que no exista un paro en el área de producción
- **Receta innovadora:** Elaboración de los productos con personas expertas en la materia.
- **Calidad de materia prima:** Se ofrecerá productos con buena calidad referentes a la materia prima que se compra a los proveedores.
- **Productos naturales:** Las mermeladas serán productos 100% naturales y poseen un alto contenido nutritivo.
- **Bajos costos de producción:** El costo de producción es relativamente bajo y los procesos no requieren de una cadena larga de producción.

OPORTUNIDADES:

- **Fácil acceso a créditos:** Existen acceso a créditos en bancas privadas y públicas para emprendimientos.
- **Tecnología disponible:** El avance tecnológico permite incursionar en nuevos equipos y maquinarias para el mejoramiento de calidad y el volumen de producción.
- **Captación de nuevos nichos de mercados:** El consumidor está dispuesto a probar y consumir nuevos productos.

- **Proveedores idóneos:** Cercanía a los proveedores, gran parte de la producción se da en los alrededores de Jama.

DEBILIDADES

- **Personal no capacitado:** Esto quitaría tiempo al momento de comenzar con la producción, ya que el personal no adecuado no sabría el procedimiento de los productos.
- **Dependencia de los productores:** No poseer fincas con la producción de la materia prima, por lo tanto, existe dependencia de productores.
- **Escaso conocimiento de mercado:** Falta de experiencia en el mercado, por ser empresa nueva no cuenta con una base de datos de clientes.
- **Poco desarrollo del Plan de Marketing:** Como es un producto nuevo, existe dificultad para que la población la incluya en sus hábitos de consumo.

AMENAZAS

- **Competencia:** Ingreso de nuevos competidores a la comercialización de los productos.
- **Situaciones climáticas:** Cierre de carreteras, lo que impide el paso de los proveedores, tanto como cambios climáticos.
- **Inestabilidad política:** En los actuales momentos el país está pasando una crisis económica lo cual puede afectar a nuevos emprendimientos.
- **Plagas y enfermedades:** Debe existir un control de plagas y enfermedades para mantener los cultivos de la materia prima en un buen estado, para poder ofrecer productos de máxima calidad

Como resultado de la matriz Interna - Externa, se tiene las siguientes estrategias:

- Penetración de mercado: Establecer políticas de calidad para un fácil ingreso en el mercado local; fortalecer la presencia del néctar de Poli Yummy, cumpliendo los requisitos fitosanitarios; y aprovechar la nueva tendencia de consumir productos naturales a nivel local.

- Estrategias de integración: Integración vertical hacia adelante, con los distribuidores y consumidores para garantizar el rápido envío y compra de los néctares; e integración vertical hacia atrás con los agricultores para el incremento de la producción.

- Desarrollo de mercados: Posicionar el néctar de Poli Yummy en el mercado local como principal fuente de vitamina C y ácido ascórbico; creando así una bebida novedosa y saludable, que sea del total agrado del consumidor final. Además, al ser una bebida semi industrial podemos ir a dos segmentos diferentes: personas que consumen productos naturales y quienes compran néctares artesanales.

- Desarrollo de productos: Producir y comercializar otros néctares de diferentes sabores y presentaciones, con ello aseguramos una amplia gama de productos.

4.4.3. Organigrama

Se detalla en el organigrama como está constituida la empresa. Está compuesta por 2 socios, un administrador, una secretaria/contadora, un jefe de ventas, un jefe de producción y los obreros. Cada una de las personas contratadas debe cumplir funciones específicas para lograr el nivel adecuado para que la empresa se desarrolle de la manera más óptima. A continuación, se muestra la organización del personal de acuerdo a sus jerarquías y puestos en la organización en el gráfico.

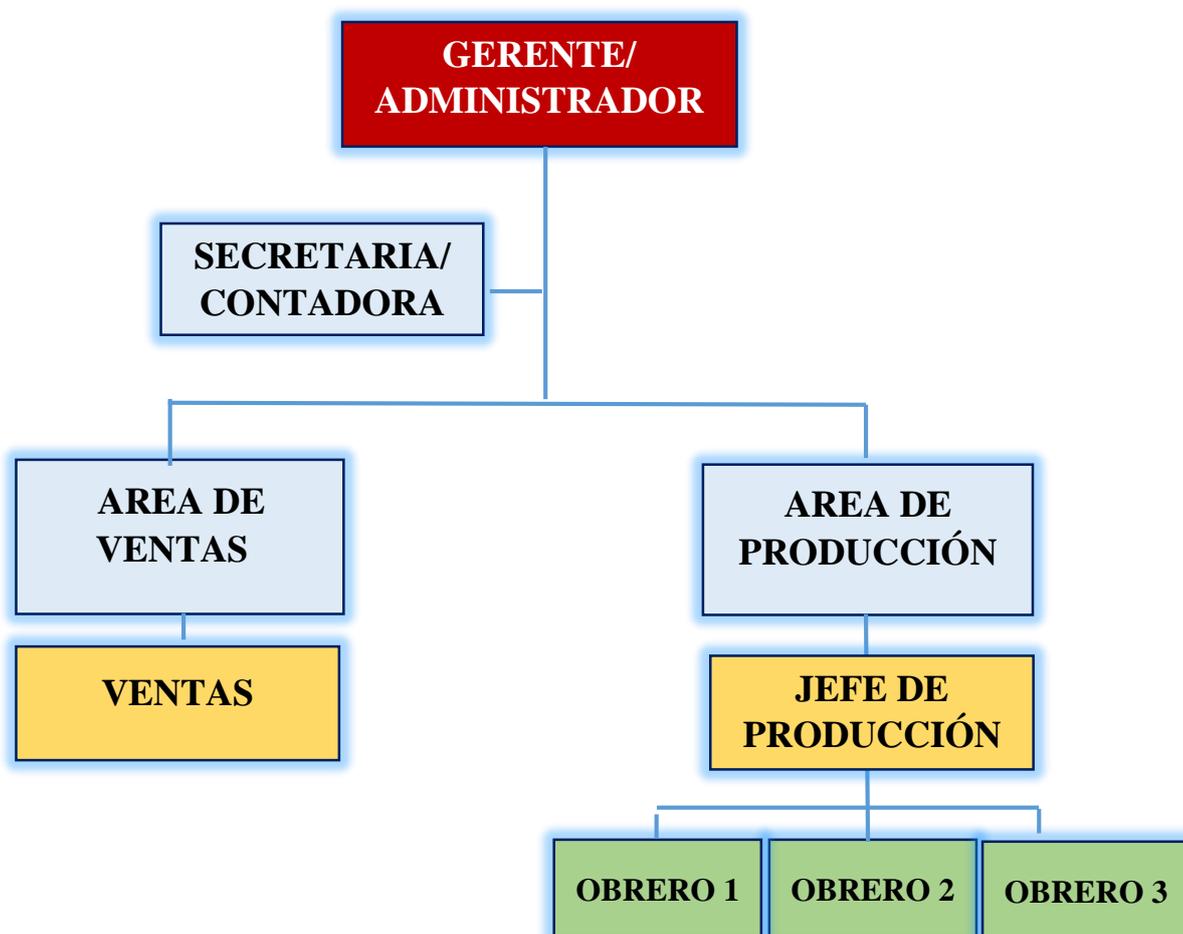


Figura 20 Estructura Organizacional

La empresa tendrá una estructura organizativa vertical, es decir que la máxima jerarquía se encuentra en la cúspide y la autoridad fluye de arriba hacia abajo, los órdenes del jefe van directamente a los empleados. Este tipo de organigrama es de

fácil comprensión además muestra en forma clara los niveles jerárquicos. Al ser una empresa pequeña y nueva en el mercado no es conveniente contratar excesivo personal, pues los servicios se van a subcontratar y de este modo no se infringiría en gastos innecesarios. (García, 2013, p. 38)

4.4.4. Funciones del Personal

Administrador

Las funciones que debe desempeñar el Administrador son:

- Realizar la evaluación constante del cumplimiento de las funciones de los departamentos de operaciones, marketing y administración y finanzas.
- Definir la estrategia de la empresa enfocada en cumplir con la misión y visión presentadas.
- Revisar y designar presupuestos a los diferentes departamentos de la empresa.
- Definir las metas y objetivos a cumplir por cada uno de los departamentos de la empresa en conjunto con los jefes de las mismas.

• Perfil

- Disponibilidad de tiempo completo
- Puntualidad u horarios de trabajo
- Educación universitaria: Carreras afines Gestión Empresarial, Administración de Empresas y Contabilidad.
- Experiencia en administración de empresas.

Secretaria/Contadora

Las funciones que debe desempeñar la Secretaria/Contadora son:

- Encargada de la agenda del Gerente General con el fin de que todas las reuniones con los jefes de las diversas áreas y personas externo se puedan concretar satisfactoriamente.
- Elaborar documentos o archivos que solicite el administrador y coordinar reuniones con las demás áreas.
- Se encargará de todo lo respecto a dinero, deberá presentar los registros del diario, mayor, inventario, cuentas de bancos, estados financieros a presentar o indicadores financieros.

- **Perfil**

- Disponibilidad de tiempo completo
- Puntualidad u horarios de trabajo
- Educación universitaria: Secretariado, Administración de empresas, Contabilidad
- Predisposición

Área de Ventas

Las funciones que debe desempeñar el Área de Ventas son:

- Se encarga de mantener el producto y aumentar las ventas mediante la
- administración eficiente del recurso humano disponible y del potencial de clientes en un determinado plazo, con el fin de lograr excelentes resultados.
- Se encargará de establecer un vínculo cliente-empresa, cumpliendo
- con los requerimientos del cliente, atención de calidad.
- Realizar la búsqueda, evaluación y selección de proveedores posicionados en el mercado.

- Constituir acuerdos y alianzas estratégicas con proveedores de productos y servicios, con el fin de conseguir beneficios y/o descuentos.
- Conseguir clientes en el mercado.
- Diseñar campañas publicitarias creativas para mejorar la imagen de la empresa y al mismo tiempo atraer nuevos consumidores.
- Elaborar y despachar proformas de los servicios solicitados por el cliente.
- Instaurar políticas de ventas y precios.
- Dar cumplimiento a los objetivos de ventas determinados por la gerencia.
- Enviar a la gerencia reportes de ventas.
- Concretar la venta con los clientes y convenir la forma de pago y plazos.
- Ofrecer un servicio postventa para establecer satisfacción y lealtad en los clientes y simultáneamente poder captar nuevos consumidores a través de la recomendación de estos.
- Efectuar análisis de mercado para conocer los gustos y preferencias de los clientes, las fuerzas y debilidades de la competencia.

Perfil

- Disponibilidad de tiempo
- Puntualidad u horarios de trabajo
- Educación universitaria: Carreras Afines con Administración de Empresas y Gestión Empresarial.
- Predisposición

Jefe de Producción

Las funciones del Jefe de Producción son las siguientes:

- Se encarga de toda la operación de la productora en la realización del producto
- Planear, organizar y dirigir la elaboración del producto y de ofrecer un excelente producto.
- Se encargará de la innovación y desarrollo de nuevas tecnologías para la eficiencia de la producción.
- Controlar el proceso productivo y el planeamiento de la producción basado en las metas presentadas por el administrador.
- Evaluar y aprobar el plan de producción presentado por el especialista de planeamiento.
- Coordinar los parámetros de producción, además de identificar opciones de mejora continua, reducción de mermas y desperdicios.
- Ajustar el presupuesto para el área de producción, planeamiento y logística presentado por el área de administración.

- **Perfil**

- Disponibilidad de tiempo completo
- Puntualidad
- Cumplir con los horarios de trabajo.
- Estudios superiores: Universitarios. Carreras afines a la administración de empresas y Gestión Empresarial.
- Con experiencia

Obrero

Las funciones del Obrero son las siguientes:

- Encargados de realizar las actividades productivas manipulando la maquinaria y herramientas necesarias.
 - Cumplir con la producción previamente establecida por la administración y los planes de producción.
 - Cuidar las materias primas durante el proceso de producción.
 - Cuidar los activos fijos de la empresa con que realiza su actividad.
 - Encargados de realizar función de carga y descarga de materia prima, insumos, productos terminados, entre otros.
 - Presentar opciones de mejora continua del proceso productivo al jefe de operaciones.
- **Perfil**
 - Disponibilidad de tiempo completo

4.5. Estudio Legal

4.5.1. Aspectos generales

En nuestro país la legislación ampara la realización de actividades comerciales, por ende la creación de empresas, que son el factor productivo de un país debido a que aportan de manera directa en el desarrollo económico y social, mediante la generación de fuentes de empleo, producción de bienes o servicios, pago de impuestos, en definitiva satisfacen las múltiples necesidades de la colectividad. (Código de Comercio Ecuatoriano, 2009, p. 29).

Las personas que decidan asociarse y constituir una compañía tienen que cumplir a cabalidad con una serie de requisitos, acatar leyes, principios y obligaciones establecidos en la Ley de Compañías, que es el ordenamiento jurídico que regula a las sociedades mercantiles y cuya normativa define en su Artículo 1, al contrato de compañía como: “aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades”.

Es importante recalcar que de acuerdo a la Ley de Compañías existen cinco especies de compañías de comercio que se pueden conformar en el Ecuador. Sin embargo, la Superintendencia de Compañías recomienda que en la práctica se utilice como referente el Instructivo Societario, que es un instrumento jurídico guía para el desarrollo de actividades en el sector empresarial.

De acuerdo a éste instructivo en nuestro país se pueden constituir las siguientes clases de compañías con personería jurídica:

- Compañía de Responsabilidad Limitada
- Compañía Anónima
- Compañía de Economía Mixta
- Compañía en Comandita por Acciones

4.5.2. Procedimiento para la constitución de la Compañía.

Es una sociedad capitalista cuyo capital social se encuentra dividido en acciones de libre negociación, formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones, es decir, en el fondo, con sus

aportes. Los accionistas tienen una responsabilidad limitada frente a terceros. No responden sino con lo que aportaron. (Superintendencia de Compañías, 2018)

La Sociedad Anónima, por su naturaleza, es la estampa y figura más clara, o el prototipo de las Sociedades de capital; por ello su característica principal se encuentra en la limitación de responsabilidad que tienen sus accionistas frente a los acreedores de la Compañía, ya que como claramente lo expresa el artículo 143 de la Ley de Compañías; por ello esta especie de Compañía incentiva y deriva confianza a todos los grandes inversionistas a fin de acogerse a esta figura jurídica. Para la constitución de una microempresa de un Emprendimiento o de una gran Empresa, los pasos son los siguientes:

Estructura legal de la empresa

- Si se desea tener una empresa, lo más aconsejable es crear una compañía limitada. La misma puede ser conformada por mínimo 2 socios y un máximo 15 socios y tiene “capital cerrado” (capital con un número limitado de acciones que no se podrán cotizar en la Bolsa de Valores).
- Si se desea que la empresa no tenga un límite de socios y que además tenga “capital abierto” (número ilimitado de acciones que sí se pueden cotizar en la Bolsa de Valores), se debe crear una compañía anónima.

1. Reservar un nombre

Una vez que se tenga elegido el Nombre de la Empresa se debe acudir a la Superintendencia de Compañías. Ahí mismo se debe revisar que no exista ninguna empresa con el mismo nombre que se ha pensado para esta.

2. Elaborar los estatutos

Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado

3. Abrir una “cuenta de integración de capital”

Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:

- Poseer un capital mínimo de \$400 para compañía limitada y un capital de \$800 para compañía anónima.
- Una carta de socios en la que se debe detallar la participación de cada uno de los socios.
- 2 copias de cédula y papeleta de votación de cada uno de los socios.

Después se debe pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”.

4. Elevar a escritura pública

Se debe ir a cualquier Notario Público y llevar consigo la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos

5. Aprobar el estatuto

Se debe llevar también la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.

6. Publicar en un diario

La Superintendencia de Compañías entrega 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional

7. Permisos municipales

Concurrir al Municipio de la ciudad donde se crea la empresa, donde se debe:

- Pagar la patente municipal
- Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones
- **8. Inscribir la compañía**

Con toda la documentación anterior, se debe ir al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida la empresa, para inscribir la sociedad.

9. Realizar la Junta General de Accionistas

Se debe realizar una Junta con los socios dónde deben nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

10. Documentos habilitantes

Con la **inscripción en el Registro Mercantil**, en la Superintendencia de Compañías entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

11. Inscribir el nombramiento del representante

Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe ocurrir dentro de los 30 días posteriores a su designación.

12. RUC

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno.
- Original y copia de la escritura de constitución.
- Original y copia de los nombramientos.
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios.
- Una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite correspondiente.

13. Carta para el banco

Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías entregarán una carta dirigida al banco donde se abrió la cuenta, para que se pueda disponer del valor depositado.

Realizados estos pasos, ya se podrá hacer la constitución de la compañía limitada o anónima.

Conclusiones

- Conforme a lo analizado en este proyecto, se puede concluir que presenta una alta tendencia de aceptación por parte del cliente por ser una mermelada elaborada con frutas naturales combinadas que se puede incorporar al estilo de vida de los consumidores, permitiendo que la economía de la provincia se dinamice, maximizando las ventas y alcanzando los márgenes de rentabilidad propuestos.
- El estudio de mercado realizado definió la puesta en marcha de la producción y comercialización de Mermelada de banano - chocolate y banano - maracuyá en la ciudad de Portoviejo, donde se comprobó la aceptación del producto y la disposición de compra de los consumidores.
- Se analizaron las condiciones técnicas y tecnológicas, las cuales permitieron identificar la ubicación más adecuada para la planta y verificar los procesos y recursos necesarios para la implantación del negocio.

- Se establecieron los aspectos administrativos y legales que permitirán una adecuada estructura organizacional, en donde se determinaron los lineamientos para la funcionalidad de la microempresa como misión, visión, objetivos, estrategias, dando los requerimientos también para que la empresa pueda ser legalmente constituida con un domicilio fiscal de conocimiento público o fácil de identificar, lo que permitirá que sus clientes puedan llegar a ella fácilmente a adquirir el producto que está ofreciendo.
- El análisis económico financiero mostró resultados positivos pues el VAN, tanto económico como financiero, es mayor a 0, con un valor de S/. 416,537.97 y un TIR de 125.09%, lo que significa que el proyecto es rentable, lo que guarda relación con la baja inversión del negocio y un adecuado financiamiento. El inversionista recuperaría su inversión pasado el primer año de operación, lo cual refleja la factibilidad y viabilidad en su práctica, asegurando beneficios económicos y de crecimiento.

Recomendaciones

- Realizar un seguimiento y control oportuno del proceso de producción, para lo cual se debe mantener en constante capacitación y conocimiento al personal de la planta sobre las tendencias de mejoramiento de producción que puedan darse; lo cual se lo puede hacer con capacitación continua para de esta manera satisfacer a los clientes con productos de calidad.
- Explorar el creciente y potencial mercado de las mermeladas con el propósito de fortalecer el sector económico permitiendo que se generen mayores oportunidades en torno al crecimiento y desarrollo de la provincia y el país.
- Se debe tener cuidado que la productividad de la empresa no decaiga junto a el precio, se debe tener en cuenta el aumento de los costos de materia prima y mano de obra, pues al presentarse problemas en cualquiera de estos factores de sensibilidad el proyecto dejaría de ser conveniente.
- Actualizar los permisos y licencias de funcionamiento de la planta con los organismos correspondientes evitando así inconvenientes en las actividades de la empresa.
- Poner en práctica el presente proyecto, en observancia de los resultados obtenidos en el estudio económico y en la evaluación financiera, que demuestran la factibilidad y rentabilidad del proyecto

Capítulo V

5. Propuesta.

5.1.Título de la Propuesta.

Estudio de pre factibilidad para la producción y comercialización de Mermelada de Banano - Chocolate y Banano- Maracuyá en la ciudad de Portoviejo.

5.2.Autores de la Propuesta.

- Joselin Lourdes Mendoza Valencia
- Paola Fernanda Ormaza Graniza

5.3.Emresas Auspiciantes.

Ninguna.

5.4.Área que cubre la propuesta.

El lugar de destino donde se quiere ubicar y poner en producción el proyecto es en la ciudad de Portoviejo, provincia de Manabí; dirigiendo el producto a personas de 15 a 64 años, que busquen adquirir un producto de calidad y delicioso.

5.5. Fecha de presentación.

2020.

5.6. Fecha de terminación.

2020.

5.7. Duración del proyecto.

Este tipo de proyectos no posee una fecha límite específica, ya que depende del tiempo en el cual sea puesto en marcha el estudio previo y se debe analizar que cumpla con todo lo propuesto para ser aceptado en el mercado escogido.

5.8. Participantes del proyecto.

- Autores del proyecto.
- Recursos humanos (personal).
- Proveedores.
- Público objetivo de entre 15 y 64 años de la ciudad de Portoviejo.

5.9. Objetivo General de la propuesta.

- Determinar el monto de la inversión en la cual incurrirá el proyecto y su financiamiento mediante la evaluación financiera para la producción y comercialización de Mermelada de Banano - Chocolate y Banano-Maracuyá en la ciudad de Portoviejo

5.10. Objetivos específicos.

- Determinar el monto de inversión total requerida y el tiempo en que será realizada.
- Llevar a cabo el presupuesto de ingresos y egresos en que incurrirá el proyecto
- Aplicar las tasas de depreciación y amortización correspondientes a activos tangibles e intangibles.
- Sintetizar la información financiera a través de estados financieros

- Analizar la rentabilidad del proyecto, por medio de los indicadores económicos: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, y Periodo de Recuperación de Capital, que indican la viabilidad del proyecto.

5.1.1. Beneficiarios directos.

- Autoras del Proyecto.

5.1.2. Beneficiarios Indirectos.

- Autoras del proyecto.
- Recursos humanos (personal).
- Proveedores.
- Público objetivo de entre 15 y 64 años de la ciudad de Portoviejo.

5.1.3. Impacto de la propuesta.

Las mermeladas de banano - chocolate y banano- maracuyá presentan una gran expectativa debido a que en el mercado no se encuentran las combinaciones de estos sabores utilizando para ello frutas frescas. Los sabores propuestos tienen gran aceptación en los consumidores.

Este producto constituye una fuente de ingreso para las familias de los pequeños y grandes productores ya que mejoran su calidad de vida.

El desarrollo de este tipo de negocios, es destacable por el aumento del consumo de productos saludables y tradicionales.

5.1.4. Descripción de la propuesta

El presente proyecto tiene como finalidad la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de Mermelada de Banano - Chocolate y Banano-

Maracuyá en la ciudad de Portoviejo que se encuentre enfocada a un público objetivo de hombres y mujeres de zona urbana, edad entre 15 a 64 años; para así permitir a los consumidores personalizar el producto en base a sus gustos y preferencias. La población objetiva fue seleccionada por medio del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, en base a las características del consumidor potencial. Otra de las propuestas es la adquisición de un financiamiento externo por medio de una entidad bancaria o financiera, en la Tabla 47 se puede verificar la amortización del posible préstamo a adquirir.

Tabla 30 :

Datos del emprendimiento

Nombre del emprendimiento	POLI YUMMY
Tasa de crecimiento producción	0.55%
Tasa de crecimiento del PVP	0.90%
Tasa de inflación	-0.26%

El emprendimiento propuesto por los Investigadores del presente trabajo, es la creación de una empresa productora y comercializadora de Mermeladas “Poli Yummy” en la ciudad de Portoviejo, se investigó en el Instituto Nacional de Estadística y Censo del año 2020, donde se ha definido como Tasa de crecimiento de la producción un 0.55%; el crecimiento del PVP (Precio de Venta al Público) de 0.90% y una tasa de inflación del -0.26%.

Tabla 31:

Descripción de la tasa

Plazo Préstamo en meses	24		
Tasa Interés Anual	15.00%	Tasa Efectiva Mensual	1.17%
Tasa de Descuento	5.14%	Tasa Interna de Retorno	125.09%

Para dicho emprendimiento se establece realizar un Préstamo a 24 meses donde la Tasa de interés anual es del 15.00%, tasa de descuento 5.14%, Tasa efectiva mensual 1.17% y una tasa de retorno de la inversión del 125.09%; lo que indica que el proyecto es viable porque al vender en volumen se obtienen mayores ganancias y se recupera más rápido la inversión.

Ingresos.

Tabla 32:

Producción (en cantidad mensual)

	MES																
DESCRIP.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mermelada de banano- chocolate	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	144000	144792	145588	146389	147194
Mermelada de banano- maracuyá	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	144000	144792	145588	146389	147194
TOTAL	24000	288000	289584	291177	292778	294388											

En la Tabla 32 se puede observar la producción mensual que la empresa tendrá durante los doce meses del primer año y a continuación durante cinco años, esto permite estudiar la cantidad de productos que se debe generar en el tiempo determinado para que la empresa alcance la rentabilidad; razón por la cual se registra el mismo valor para cada mes, de manera que la empresa pueda tener presente la cantidad mínima a producir.

Tabla 33:

Proyección de ingresos (En USD)

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mermelada de banano-chocolate	144000	144792	145588	146389	147194
PVP	\$ 3.00	\$ 3.03	\$ 3.05	\$ 3.08	\$ 3.11
INGRESO MERMELADA DE BANANO- CHOCOLATE	\$ 432,000.00	\$ 38,285.38	\$ 444,662.22	\$ 451,131.83	\$ 457,695.57
Mermelada de banano-maracuyá	144000	144792	145588	146389	147194
PVP	\$ 3.00	\$ 3.03	\$ 3.05	\$ 3.08	\$ 3.11
INGRESO MERMELADA DE BANANO- MARACUYÁ	\$ 432,000.00	\$438,285.38	\$ 444,662.22	\$ 451,131.83	\$ 457,695.57

En la Tabla 33 se encuentra la proyección de Ingresos por año que debe tener la empresa Poli Yummy y el precio de venta al público.

De esta manera se conocen los posibles escenarios de crecimiento para saber hacia dónde dirigir la empresa y qué ajustes van a ser necesarios.

Costos de materiales directos.

Tabla 34:

Costo y gastos (materia prima)

DESCRIPCIÓN	MEDIDA	Mermelada de banano-chocolate			Mermelada de banano-maracuyá			TOTAL
		CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL	
Banano (1 caja de 20 kg)	Unidad	12000	\$ 0.05	\$ 600.00	12000	\$ 0.05	\$ 600.00	\$ 1,200.00
Chocolate (1 kilo)	Unidad	600	\$ 10.00	\$ 6,000.00	0	\$ 10.00	\$ 0.00	\$ 6,000.00
Maracuyá (Saco de 100 un.)	Unidad	0	\$ 0.10	\$ 0.00	12000	\$ 0.10	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Azúcar (Saco de 50 kilos)	Unidad	1200	\$ 0.90	\$ 1,080.00	1200	\$ 0.90	\$ 1,080.00	\$ 2,160.00
Pectina (1 kg.)	Unidad	240	\$ 25.00	\$ 6,000.00	240	\$ 25.00	\$ 6,000.00	\$ 12,000.00
Ac. Cítrico (1 kg)	Unidad	240	\$ 15.00	\$ 3,600.00	240	\$ 15.00	\$ 3,600.00	\$ 7,200.00
Benzoato de sodio (1 kg.)	Unidad	240	\$ 20.00	\$ 4,800.00	240	\$ 20.00	\$ 4,800.00	\$ 9,600.00
Frascos - Tapa 250 ml. (100u)	Unidad	12000	\$ 0.50	\$ 6,000.00	12000	\$ 0.50	\$ 6,000.00	\$ 12,000.00
Etiquetas (1000 un.)	Unidad	12000	\$ 0.03	\$ 360.00	12000	\$ 0.03	\$ 360.00	\$ 720.00
COSTO VARIABLE								
TOTAL					\$ 28,440.00		\$ 23,640.00	\$ 52,080.00
COSTO VARIABLE UNIT.					\$ 2.37		\$ 1.97	\$ 2.17

Aquí se puede apreciar el costo de cada uno de los productos usados en la elaboración de mermeladas de banano-chocolate y banano-maracuyá; el precio unitario de cada materia prima y el costo total de la cantidad a usarse durante la producción que se determinó en la Tabla 32.

Tabla 35:

Sueldo y salarios

CARGO	CANT.	SUELDO	APORTE				SUELDO Y		GASTO
			13ro	14to	PATR.	F. RES.	VAC.	BENEF.	MENS.
Administrador	1	\$ 800.00	\$ 66.67	\$ 33.33	\$ 97.20	\$ 66.67	\$ 0.00	\$ 1,063.87	\$ 1,063.87
Secretaria Contadora	1	\$ 500.00	\$ 41.67	\$ 33.33	\$ 60.75	\$ 41.67	\$ 0.00	\$ 677.42	\$ 677.42
Vendedor	1	\$ 386.00	\$ 32.17	\$ 33.33	\$ 46.90	\$ 32.17	\$ 0.00	\$ 530.57	\$ 530.57
Jefe de Producción	1	\$ 500.00	\$ 41.67	\$ 33.33	\$ 60.75	\$ 41.67	\$ 0.00	\$ 677.42	\$ 677.42
Obreros	3	\$ 386.00	\$ 32.17	\$ 33.33	\$ 46.90	\$ 32.17	\$ 0.00	\$ 530.57	\$ 1,591.70
GASTO SUELDOS									
Y SALARIOS	7	\$ 2,572.00	\$ 214.33	\$ 166.67	\$ 312.50	\$ 214.33	\$ 0.00	\$ 3,479.83	\$ 4,540.96

En esta tabla se realiza una revisión de los sueldos de cada uno de los empleados de la empresa, el valor a pagar por el décimo tercero y cuarto sueldo, el aporte patronal, los fondos de reservas, el total del sueldo más beneficios y el gasto mensual que constituye para la empresa.

Tabla 36:

Gasto mensual de la mano de obra

Mano de Obra Directa	2,269.11
Mano de Obra Indirecta	2,271.85

En la Tabla se muestra el gasto mensual de la Mano de Obra desglosada dependiendo de la importancia que posee en la elaboración del producto.

Tabla 37:

Servicios Básicos

Descripción	Gasto Mensual
Agua	\$ 20.00
Energía Eléctrica	\$ 30.00
Teléfono Celular	\$ 10.00
Gasto Servicios Básicos	\$ 60.00

Se observan los servicios básicos que poseen la empresa y el gasto mensual que tendrá que asumir.

Tabla 38 :

Estados de costos de producción proyectados

Materia Prima Directa		
Inventario Inicial de Materia Prima		-
Compras	52,080.00	
Fletes	-	52,080.00
Material Disponible		52,080.00
Menos: Inventario Final		
Material Utilizado en Producción		52,080.00
Menos: Inventario Final de Materia Prima		-
Materia Prima Directa (Utilizada)		52,080.00
Mano de Obra Directa		
Sueldos de Fabricación		2,269.11
Menos: Mano de Obra Indirecta		
Mano de Obra Directa		2,269.11
Mano de Obra Indirecta		2,271.85
Servicios Básicos		60.00
Transporte		50.00
Publicidad		300.00
Depreciación		163.30
Costos Indirectos de Fabricación		2,845.15
Costos de Productos Fabricados		57,194.27
Unidades Producidas		24,000.00
Costo unitario de producción		\$ 0.42

El Estado de Costos de Producción Proyectados muestra el valor por unidad que representa elaborar los productos de la empresa “Poli Yummy”, cabe reiterar que ese costo unitario es para todos los productos, porque en el proceso productivo cada uno de ellos tienen las mismas preparaciones; únicamente varía en cierta materia prima, pero el resto de los costos lo compensan.

Tabla 39:

Gastos totales

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTO SUELDOS Y SALARIOS	\$ 4,540.96	\$ 54,491.55	\$ 54,349.87	\$ 54,208.56	\$ 54,067.62	\$ 53,927.05
GASTO SERVICIOS BÁSICOS	\$ 60.00	\$ 720.00	\$ 718.13	\$ 716.26	\$ 714.40	\$ 712.54
GASTO COMBUSTIBLE		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
GASTO TRANSPORTE	\$ 50.00	\$ 600.00	\$ 598.44	\$ 596.88	\$ 595.33	\$ 593.78
GASTO ARRIENDO	\$ 600.00	\$ 7,200.00	\$ 7,181.28	\$ 7,162.61	\$ 7,143.99	\$ 7,125.41
GASTO PUBLICIDAD	\$ 300.00	\$ 3,600.00	\$ 3,590.64	\$ 3,581.30	\$ 3,571.99	\$ 3,562.71
OTROS GASTOS		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
SUBTOTAL GASTOS	\$ 5,550.96	\$ 66,611.55	\$ 66,438.36	\$ 66,265.62	\$ 66,093.33	\$ 65,921.49
% IMPREVISTOS	3%					
TOTAL DE GASTOS	\$ 5,717.49	\$ 68,609.90	\$ 68,431.51	\$ 68,253.59	\$ 68,076.13	\$ 67,899.13
COSTO FIJO UNITARIO		\$ 0.24	\$ 0.24	\$ 0.23	\$ 0.23	\$ 0.23

En la tabla 39 de Gastos Totales se observan los pagos que la empresa debe hacer por mes y el total individual distribuido en un período de cinco años sobre los gastos de sueldos y salarios, servicios básicos, combustible, transporte, arriendo, publicidad y otros gastos que se presenten.

Tabla 40:

Depreciación y amortización

GASTO DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN						
DESCRIPCIÓN	AÑOS DEPR.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO FIJO						
EDIFICIO	20	\$ 5.44	\$ 5.44	\$ 5.44	\$ 5.44	\$ 5.44
VEHICULO	5	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	10	\$ 1,087.20	\$ 1,087.20	\$ 1,087.20	\$ 1,087.20	\$ 1,087.20
HERRAMIENTAS	5	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 0.00	\$ 0.00
EQUIPOS DE OFICINA	10	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
MUEBLES Y ENSERES	10	\$ 217.00	\$ 217.00	\$ 217.00	\$ 217.00	\$ 217.00
OTROS ACTIVOS FIJOS	2	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
TOTAL DEPRECIACIÓN		\$ 1,959.64	\$ 1,959.64	\$ 1,809.64	\$ 1,309.64	\$ 1,309.64
ACTIVO DIFERIDO						
GASTO DE CONSTITUCIÓN	5	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76
TOTAL AMORTIZACIÓN		\$ 11.76				

Entre los gastos que incurren en el estudio de factibilidad se encuentran los activos depreciados o amortizados para determinar la vida útil de los bienes de la empresa en el lapso de cinco años.

Inversión.

Tabla 41:

Inversión

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total	%
								Participación
Capital de trabajo	\$ 57,797.49						\$ 57,797.49	79.28%
Activo fijo	\$ 14,950.80						\$ 14,950.80	20.51%
Edificio	\$ 108.80						\$ 108.80	
Vehículo							\$ 0.00	
Maquinaria y equipos	\$ 10,872.00						\$ 10,872.00	
Herramientas	\$ 0.00						\$ 0.00	
Equipos de computación	\$ 1,500.00						\$ 1,500.00	
Equipos de oficina							\$ 0.00	
Muebles y enseres	\$ 2,170.00						\$ 2,170.00	
Terreno							\$ 0.00	
Otros activos fijos	\$ 300.00						\$ 300.00	
Activo diferido	\$ 58.80						\$ 58.80	0.08%
Gasto de constitución	\$ 58.80						\$ 58.80	
Otros activos	\$ 100.00						\$ 100.00	0.14%
Marcas y patentes	\$ 100.00						\$ 100.00	
Inversión total	\$ 72,907.09	\$ 0.00	\$ 72,907.09	100.00%				

En la tabla anterior se encuentran proyectadas las inversiones realizadas por la empresa desde el año de inicio hacia cinco años, donde se visualiza que no habrá más inversiones durante ese tiempo y el valor total del costo de cada tipo de inversión que es de \$72,907.09 junto al porcentaje de participación para Capital de Trabajo del 79.28%, 20.51% para Activo Fijo, 0.08% en Activo Diferido y 0.14% en otros activos; completando así el 100% de participación.

Tabla 42

Inversión (participación)

Descripción	% participación
Capital de trabajo	79.28%
Activo fijo	20.51%
Activo diferido	0.08%
Otros activos	0.14%
Total	100.00%

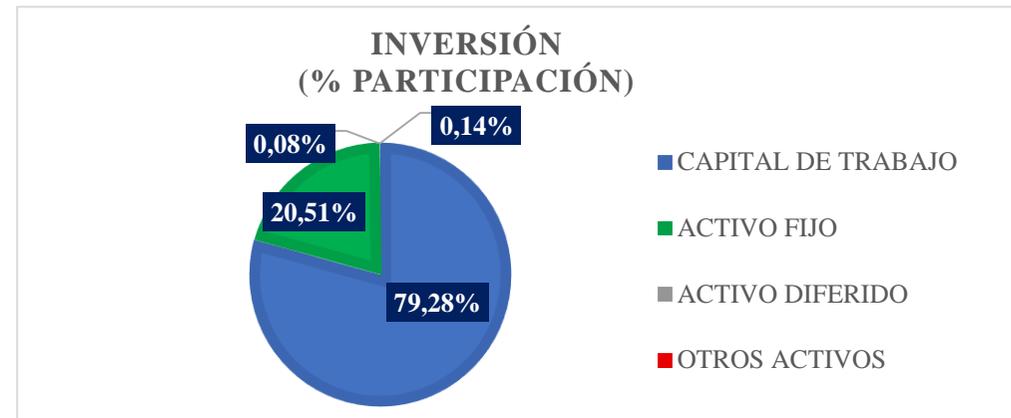


Figura 21 Inversión (% participación)

El valor total de la inversión del proyecto es de \$72,907.09, la cual está formada por el capital de trabajo, la adquisición de activos fijos, gastos de constitución, legal, por marcas y patentes; y los gastos que permitan el correcto funcionamiento de la empresa.

Capital de Trabajo y estructura del costo unitario y total.

Tabla 42

Capital de trabajo

Descripción	Previsión	Total mes	Total
Materia prima	1	\$52,080.00	\$ 52,080.00
Gastos	1	\$5,717.49	\$5,717.49
Total capital de trabajo	1	\$57,797.49	\$57,797.49

El capital de trabajo de la empresa “Poli Yummy” está conformado por la materia prima y los gastos para la producción, lo que asciende a \$52,080.00 para la materia prima y \$5,717.49; haciendo un total de \$57,797.49 por mes.

Tabla 43:

Estructura del costo total

DESC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO VARIABLE					
TOTAL	\$624,960.00	\$623,335.10	\$621,714.43	\$620,097.98	\$ 618,485.72
COSTO FIJO					
TOTAL	\$ 68,609.90	\$ 68,431.51	\$ 68,253.59	\$ 68,076.13	\$ 67,899.13
COSTO TOTAL	\$693,569.90	\$691,766.62	\$689,968.02	\$688,174.11	\$ 686,384.85
INGRESO TOTAL	\$864,000.00	\$876,570.77	\$889,324.43	\$902,263.66	\$ 915,391.15
% UTILIDAD	24.57%	26.71%	28.89%	31.11%	33.36%
	\$170,430.10	\$184,804.15	\$199,356.41	\$214,089.55	\$ 229,006.29
	14202.50845	15400.34593	16613.03423	17840.79612	19083.85761

El costo total está compuesto por el costo variable total, costo fijo total y costo total; además se indica el ingreso total por año y el porcentaje de utilidad para la empresa, con una proyección hacia cinco años.

Financiamiento.

Tabla 44:

Financiamiento

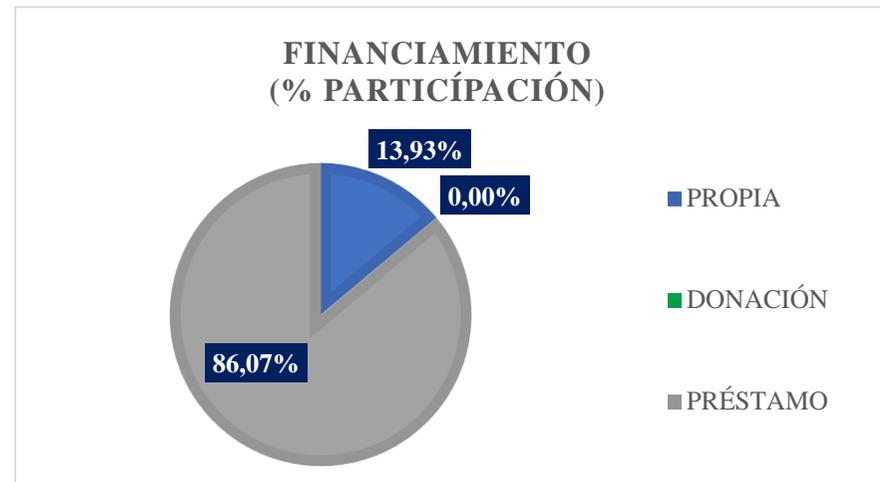
FINANCIAMIENTO DESCRIPCIÓN	FUENTE			
	INVERSIÓN	PROPIA	DONACIÓN	PRÉSTAMO
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 57,797.49	\$ 5,000.00		\$ 52,797.49
ACTIVO FIJO	\$ 14,950.80	\$ 5,000.00	\$ 0.00	\$ 9,950.80
EDIFICIO	\$ 108.80			\$ 108.80
VEHICULO	\$ 0.00			\$ 0.00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 10,872.00			\$ 10,872.00
HERRAMIENTAS EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 0.00			\$ 0.00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1,500.00			\$ 1,500.00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 0.00			\$ 0.00
TERRENO	\$ 2,170.00			\$ 2,170.00
OTROS ACTIVOS FIJOS	\$ 0.00			\$ 0.00
ACTIVO DIFERIDO	\$ 300.00			\$ 300.00
GASTO DE CONSTITUCIÓN	\$ 58.80	\$ 58.80	\$ 0.00	\$ 0.00
OTROS ACTIVOS	\$ 58.80			\$ 58.80
MARCAS Y PATENTES	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 0.00	\$ 0.00
FINANCIAMIENTO TOTAL	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 0.00	\$ 100.00
% PARTICIPACIÓN	\$ 72,907.09	\$10,158.80	\$ 0.00	\$ 62,748.29
	100.00%	13.93%	0.00%	86.07%

En esta Tabla se indica las fuentes de financiamiento usadas para la adquisición de diversos activos como fijo, diferido y otros activos. También se muestra la fuente de donde proviene el financiamiento de cada activo descrito como lo son: Fuente Propia, Donación o Préstamos y el valor para cada uno de ellos.

Tabla 45:

Financiamiento (participación)

Descripción	% participación
Propia	13.93%
Donación	0.00%
Préstamo	86.07%
Total	100.00%

Figura 22 *Financiamiento (participación)*

El porcentaje de participación para el financiamiento del proyecto el 86.07% proviene de un préstamo adquirido por medio de un crédito en una institución financiera. Este financiamiento es de suma importancia porque el origen de la inversión de un préstamo se transforma en un pasivo a largo plazo que contiene el uso de los recursos financieros en conjunto con un 13.93% que corresponde a capital propio.

Préstamos del proyecto (Tabla de Amortización).

Tabla 46:

Tabla de amortización

No.	CAPITAL INSOLUTO	INTERÉS	CUOTA	CAPITAL PAGADO
1	\$ 62,748.29	\$ 735.09	\$ 3,014.44	\$ 2,279.35
2	\$ 60,468.94	\$ 708.39	\$ 3,014.44	\$ 2,306.05
3	\$ 58,162.89	\$ 681.37	\$ 3,014.44	\$ 2,333.07
4	\$ 55,829.82	\$ 654.04	\$ 3,014.44	\$ 2,360.40
5	\$ 53,469.41	\$ 626.39	\$ 3,014.44	\$ 2,388.05
6	\$ 51,081.36	\$ 598.41	\$ 3,014.44	\$ 2,416.03
7	\$ 48,665.33	\$ 570.11	\$ 3,014.44	\$ 2,444.33
8	\$ 46,221.00	\$ 541.48	\$ 3,014.44	\$ 2,472.97
9	\$ 43,748.03	\$ 512.50	\$ 3,014.44	\$ 2,501.94
10	\$ 41,246.09	\$ 483.19	\$ 3,014.44	\$ 2,531.25
11	\$ 38,714.84	\$ 453.54	\$ 3,014.44	\$ 2,560.90
12	\$ 36,153.94	\$ 423.54	\$ 3,014.44	\$ 2,590.90
13	\$ 33,563.04	\$ 393.19	\$ 3,014.44	\$ 2,621.25
14	\$ 30,941.78	\$ 362.48	\$ 3,014.44	\$ 2,651.96
15	\$ 28,289.82	\$ 331.41	\$ 3,014.44	\$ 2,683.03
16	\$ 25,606.79	\$ 299.98	\$ 3,014.44	\$ 2,714.46
17	\$ 22,892.33	\$ 268.18	\$ 3,014.44	\$ 2,746.26
18	\$ 20,146.07	\$ 236.01	\$ 3,014.44	\$ 2,778.43
19	\$ 17,367.64	\$ 203.46	\$ 3,014.44	\$ 2,810.98
20	\$ 14,556.65	\$ 170.53	\$ 3,014.44	\$ 2,843.91
21	\$ 11,712.74	\$ 137.21	\$ 3,014.44	\$ 2,877.23
22	\$ 8,835.51	\$ 103.51	\$ 3,014.44	\$ 2,910.94
23	\$ 5,924.58	\$ 69.41	\$ 3,014.44	\$ 2,945.04
24	\$ 2,979.54	\$ 34.91	\$ 3,014.44	\$ 2,979.54
TOTAL		\$ 9,598.34	\$ 72,346.63	\$ 62,748.29

En esta tabla se visualiza una simulación de la tabla de amortización otorgada a la empresa al momento de la adquisición del crédito en la institución financiera, ésta será francesa y se puede observar el valor solicitado de \$62,748.29 a 24 meses plazo llegando a pagar de Interés \$9,598.34 y una cuota mensual de \$3,014.44.

Tabla 47 :

Resumen de Amortización

No.	CAPITAL			CAPITAL
	INSOLUTO	INTERÉS	CUOTA	PAGADO
1	\$ 62,748.29	\$ 6,988.06	\$ 36,173.32	\$ 29,185.25
2	\$ 33,563.04	\$ 2,610.28	\$ 36,173.32	\$ 33,563.04
TOTAL		\$ 9,598.34	\$ 72,346.63	\$ 62,748.29

La tabla expuesta presenta un pequeño resumen de la tabla de amortización, donde indica el valor del capital insoluto, el interés anual, la cuota y el capital pagado. Cabe mencionar que todos estos valores corresponden a cinco años que duraría el crédito.

DEP. AC. OTROS ACTIVOS FIJOS		-\$ 150.00	-\$ 300.00	-\$ 300.00	-\$ 300.00	-\$ 300.00
DIFERIDO	\$ 58.80	\$ 47.04	\$ 35.28	\$ 23.52	\$ 11.76	\$ 0.00
GASTO DE CONSTITUCIÓN	\$ 58.80	\$ 58.80	\$ 58.80	\$ 58.80	\$ 58.80	\$ 58.80
AMORT. AC. GASTO DE CONSTITUCIÓN		-\$ 11.76	-\$ 23.52	-\$ 35.28	-\$ 47.04	-\$ 58.80
OTROS ACTIVOS	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
MARCAS Y PATENTES / SOFTWARE	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
PASIVO	\$ 62,748.29	\$ 58,533.11	\$ 65,330.65	\$ 71,606.44	\$ 77,128.46	\$ 82,535.77
PASIVO CORRIENTES	-	-	-	-	-	-
15% EMPLEADOS		4,220.60	7,033.37	9,630.25	31,915.22	34,152.73
IMPUESTO A LA RENTA 25%		4,312.51	8,297.28	41,976.19	5,213.23	48,383.04
PASIVO NO CORRIENTES	\$ 62,748.29	\$ 33,563.04	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
PRÉSTAMO A LARGO PLAZO	\$ 62,748.29	\$ 33,563.04	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
PATRIMONIO	\$ 10,158.80	\$ 113,096.33	\$ 227,988.16	\$ 353,916.73	\$ 489,556.43	\$ 634,705.54
CAPITAL SOCIAL	\$ 10,158.80	\$ 10,158.80	\$ 10,158.80	\$ 10,158.80	\$ 10,158.80	\$ 10,158.80
UTILIDAD RETENIDA			\$ 102,937.53	\$ 217,829.36	\$ 343,757.93	\$ 479,397.63
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 102,937.53	\$ 114,891.83	\$ 125,928.57	\$ 135,639.70	\$ 145,149.12
PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 72,907.09	\$ 171,629.44	\$ 293,318.81	\$ 425,523.17	\$ 566,684.88	\$ 717,241.32

En el estado de situación inicial se puede determinar que en el Año cero se obtuvo una cantidad de \$72,907.09 en activo, en pasivo \$62,748.29, por lo cual se tiene un total de \$10,158.80 en patrimonio. La cantidad que se encuentra en el pasivo del Año cero es del préstamo, por ende, en el año uno se obtiene en el activo una cantidad de \$169,381.97, en patrimonio la misma

cantidad del activo, en este año no se retiene utilidad. En el año dos se obtuvo un crecimiento del activo que da una cantidad de \$251,381.33, en el patrimonio la misma cantidad del activo, pero en este año se tiene una utilidad retenida de \$102,937.53 y una utilidad del ejercicio de \$114,891.83. En el año tres incrementó el activo con una cantidad exacta de \$377,531.04, se repite la cantidad del activo en el patrimonio, se tiene una cantidad de \$217,829.36 en la utilidad retenida y en la utilidad del ejercicio \$125,928.57. Para el año cuatro creció el activo con una cantidad de \$513,440.26, por lo que se repite la cantidad del pasivo de los años anteriores y la cantidad del patrimonio es la misma que la de los activos, pero la cantidad de la utilidad retenida es de \$343,757.93 y la de la utilidad del ejercicio es de \$ 135,639.70. Para el último año que es el cinco se incrementó los activos dando una cantidad de \$ 658,730.22, en el pasivo corriente sigue dando \$0.00, el patrimonio se obtiene la misma cantidad que los activos, en la utilidad retenida es la cantidad de \$479,397.63 y la utilidad del ejercicio es de \$145,149.12

Tabla 49:

Estado de resultados proyectado

DESCRIPCIÓN	<u>AÑO 1</u>	<u>AÑO 2</u>	<u>AÑO 3</u>	<u>AÑO 4</u>	<u>AÑO 5</u>
INGRESOS OPERATIVOS	\$ 864,000.00	\$ 876,570.77	\$ 889,324.43	\$ 902,263.66	\$ 915,391.15
VENTAS	\$ 864,000.00	\$ 876,570.77	\$ 889,324.43	\$ 902,263.66	\$ 915,391.15
GASTOS OPERATIVOS	\$ 695,541.30	\$ 693,738.02	\$ 691,789.42	\$ 689,495.51	\$ 687,706.25
COSTO VARIABLE TOTAL	\$ 624,960.00	\$ 623,335.10	\$ 621,714.43	\$ 620,097.98	\$ 618,485.72
GASTO SUELDOS Y SALARIOS	\$ 54,491.55	\$ 54,349.87	\$ 54,208.56	\$ 54,067.62	\$ 53,927.05
GASTO SERVICIOS BÁSICOS	\$ 720.00	\$ 718.13	\$ 716.26	\$ 714.40	\$ 712.54
GASTO COMBUSTIBLE	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
GASTO TRANSPORTE	\$ 600.00	\$ 598.44	\$ 596.88	\$ 595.33	\$ 593.78
GASTO ARRIENDO	\$ 7,200.00	\$ 7,181.28	\$ 7,162.61	\$ 7,143.99	\$ 7,125.41
GASTO PUBLICIDAD	\$ 3,600.00	\$ 3,590.64	\$ 3,581.30	\$ 3,571.99	\$ 3,562.71
OTROS GASTOS	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
GASTO IMPREVISTOS	\$ 1,998.35	\$ 1,993.15	\$ 1,987.97	\$ 1,982.80	\$ 1,977.64
GASTO DEPRECIACIÓN	\$ 1,959.64	\$ 1,959.64	\$ 1,809.64	\$ 1,309.64	\$ 1,309.64
GASTO AMORTIZACION	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76
UTILIDAD/PERDIDA OPERAT.	\$ 168,458.70	\$ 182,832.75	\$ 197,535.01	\$ 212,768.15	\$ 227,684.89
GASTO FINANCIERO	\$ 6,988.06	\$ 2,610.28	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
UTILIDAD/PERDIDA BRUTA	\$ 161,470.64	\$ 180,222.47	\$ 197,535.01	\$ 212,768.15	\$ 227,684.89
15% EMPLEADOS	\$ 24,220.60	\$ 27,033.37	\$ 29,630.25	\$ 31,915.22	\$ 34,152.73
IMPUESTO A LA RENTA 25%	\$ 34,312.51	\$ 38,297.28	\$ 41,976.19	\$ 45,213.23	\$ 48,383.04
UTILIDAD/PERDIDA DEL EJERCICIO	\$ 102,937.53	\$ 114,891.83	\$ 125,928.57	\$ 135,639.70	\$ 145,149.12

Las ventas del año uno al cinco fue incrementando, la cantidad del año uno es de \$864,000.00 y del año cinco de \$915,391.15 se obtuvo un promedio de crecimiento de 1.45% por año. Los gastos operativos aumentan del año uno al cinco con un promedio de 2.35% y 2.38%, teniendo como cantidad del año uno \$695,541.30 y del año cinco \$687,706.25; estas cantidades abarca todos los gastos diferentes. La utilidad / pérdida operativa, utilidad / perdida bruta incrementa un promedio de 0.27% y 0.18% de los mismos años. Existe un gasto financiero en el año uno por el préstamo.

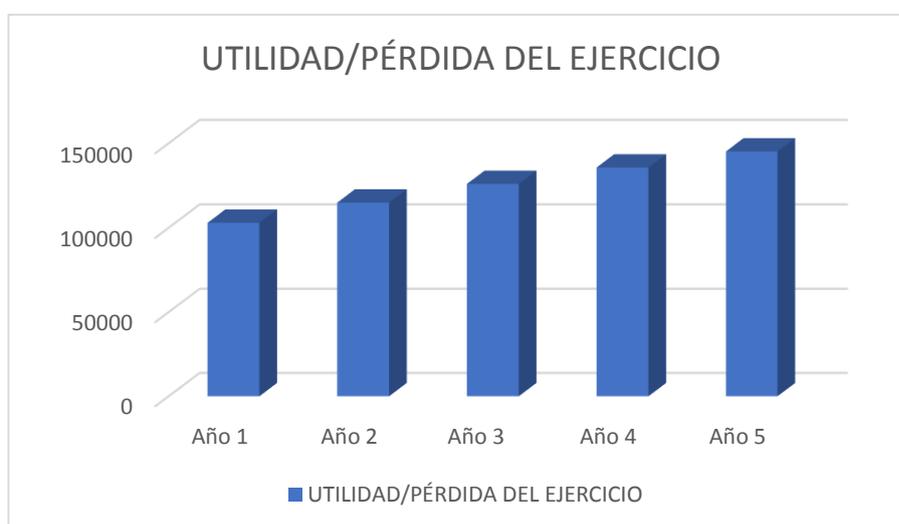


Figura 23 utilidad/perdida del ejercicio

La utilidad/ perdida del ejercicio es la resta de la utilidad/ perdida bruta, 15% empleados y el impuesto a la renta del 25%, este valor como se puede observar en el grafico se va incrementando, se saca un promedio de 4.18% y 0.18%.

Flujos de efectivo.

Tabla 50

Flujo de fondos proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FUENTES	\$ 72,907.09	\$ 864,000.00	\$ 876,570.77	\$ 889,324.43	\$ 902,263.66	\$ 915,391.15
VENTAS		\$ 864,000.00	\$ 876,570.77	\$ 889,324.43	\$ 902,263.66	\$ 915,391.15
APORTE DE CAPITAL	\$ 10,158.80					
PRÉSTAMO	\$ 62,748.29					
USOS	\$ 72,907.09	\$ 788,276.32	\$ 793,270.58	\$ 761,574.47	\$ 765,302.56	\$ 768,920.63
PARA INVERSIÓN	\$ 72,907.09	\$ 0.00				
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 57,797.49	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
ACTIVO FIJO	\$ 14,950.80	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
ACTIVO DIFERIDO	\$ 58.80	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
OTROS ACTIVOS	\$ 100.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
PARA COSTOS Y GASTOS		\$ 788,276.32	\$ 793,270.58	\$ 761,574.47	\$ 765,302.56	\$ 768,920.63
COSTO VARIABLE TOTAL		\$ 624,960.00	\$ 623,335.10	\$ 621,714.43	\$ 620,097.98	\$ 618,485.72
GASTO SUELDOS Y SALARIOS		\$ 54,491.55	\$ 54,349.87	\$ 54,208.56	\$ 54,067.62	\$ 53,927.05
GASTO SERVICIOS BÁSICOS		\$ 720.00	\$ 718.13	\$ 716.26	\$ 714.40	\$ 712.54
GASTO COMBUSTIBLE		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
GASTO TRANSPORTE		\$ 600.00	\$ 598.44	\$ 596.88	\$ 595.33	\$ 593.78
GASTO ARRIENDO		\$ 7,200.00	\$ 7,181.28	\$ 7,162.61	\$ 7,143.99	\$ 7,125.41
GASTO PUBLICIDAD		\$ 3,600.00	\$ 3,590.64	\$ 3,581.30	\$ 3,571.99	\$ 3,562.71
OTROS GASTOS		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00

GASTO IMPREVISTOS		\$ 1,998.35	\$ 1,993.15	\$ 1,987.97	\$ 1,982.80	\$ 1,977.64
GASTO FINANCIERO		\$ 6,988.06	\$ 2,610.28	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
15% EMPLEADOS		\$ 24,220.60	\$ 27,033.37	\$ 29,630.25	\$ 31,915.22	\$ 34,152.73
IMPUESTO A LA RENTA						
25%		\$ 34,312.51	\$ 38,297.28	\$ 41,976.19	\$ 45,213.23	\$ 48,383.04
PAGO DE CAPITAL						
PRÉSTAMO		\$ 29,185.25	\$ 33,563.04	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
FLUJO DE EFECTIVO	\$ 0.00	\$ 75,723.68	\$ 83,300.19	\$ 127,749.97	\$ 136,961.10	\$ 146,470.52
EFECTIVO INICIAL	\$ 57,797.49	\$ 57,797.49	\$ 133,521.17	\$ 216,821.36	\$ 344,571.33	\$ 481,532.43
EFECTIVO FINAL	\$ 57,797.49	\$ 133,521.17	\$ 216,821.36	\$ 344,571.33	\$ 481,532.43	\$ 628,002.94

En el año cero se realiza un préstamo de \$62,748.29 para la inversión por lo cual se obtuvo un efectivo inicial y final de \$57,797.49. En el año uno se paga el préstamo lo que ocasiona que los costos y gastos se eleven en conjunto con las ventas del mismo año dando un flujo de efectivo de \$75,723.68 más el efectivo inicial del año cero quedando como efectivo final \$133,521.17. Entre el año dos al cinco fueron incrementando las ventas, los costos y gastos disminuyeron lo que provocó que se cancelara el préstamo, pero aumentan entre 2.09% y 1.99% por los gastos, como el salario, servicio básico, transporte, publicidad, entre otros. El flujo de efectivo del año dos es de \$83,300.19 y del año tres es de \$127,749.97 aumentó en el año cuatro la cantidad es de \$136,961.10, y el del año cinco es de \$146,470.52.

Evaluación económica.

Tabla 51:

Punto de Nivelación

Punto de nivelación anual	Mermelada de banano- chocolate	Punto de nivelación anual	Mermelada de banano- maracuyá
Volumen	108905	Volumen	66612
Ingreso	\$ 326,713.80	Ingreso	\$ 199,834.66
Precio	\$ 2.85	Precio	\$ 2.45
Capacidad utilizada	75.63%	Capacidad utilizada	46.26%

En la tabla que antecede se puede observar el Punto de Nivelación de los productos diferenciados que oferta la empresa Poli Yummy, el Volumen de ventas de cada uno, el ingreso obtenido, el precio y la capacidad utilizada.

Tabla 52:

Punto de equilibrio

Punto de equilibrio total	
Ingreso anual	\$ 107,482.87
Ingreso mensual	\$ 8,956.91
Ingreso diario	\$ 298.56

Al hablar de punto de equilibrio se hace referencia el punto donde no existe utilidad o pérdida en una empresa o negocio, es decir, la empresa como tal logra cubrir en su totalidad los costos y gastos que se dieron durante la producción y comercialización anual como es para el caso de la empresa Poli Yummy. Se describe en la tabla expuesta que el ingreso anual de la empresa es \$107,482.87; el ingreso mensual de \$8,956.91 y el ingreso diario de la empresa son de \$298.56; valores que indican que la empresa sobrepasa el punto de equilibrio.

Evaluación financiera.

Tabla 53 :

Flujo de fondos proyectados

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
DESVENTAJA	-\$ 72,907.09						
VENTAJA	\$ 0.00	\$ 75,723.68	\$ 83,300.19	\$ 127,749.97	\$ 136,961.10	\$ 146,470.52	
VALOR RESIDUAL						\$ 7,802.60	
FLUJO NETO	-\$ 72,907.09	\$ 75,723.68	\$ 83,300.19	\$ 127,749.97	\$ 136,961.10	\$ 154,273.12	
FLUJO ACTUALIZADO	-\$ 72,907.09	\$ 72,021.76	\$ 75,354.65	\$ 109,914.98	\$ 112,079.28	\$ 120,074.39	
		VAN					\$ 416,537.97
		B/C					6.713270955
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
DESVENTAJA	-\$ 72,907.09						
VENTAJA	\$ 0.00	\$ 82,711.74	\$ 85,910.46	\$ 127,749.97	\$ 136,961.10	\$ 146,470.52	
VALOR RESIDUAL						\$ 7,802.60	
FLUJO NETO	-\$ 72,907.09	\$ 82,711.74	\$ 85,910.46	\$ 127,749.97	\$ 136,961.10	\$ 154,273.12	
FLUJO ACTUALIZADO	-\$ 72,907.09	\$ 36,745.35	\$ 1,955.73	\$ 11,201.25	\$ 5,335.04	\$ 2,669.72	\$ 0,00 VAN
		TIR					125.09%
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (AÑOS)						0 AÑOS	12 MESES

Valor Actual Neto.

Poli Yummy (2017) muestra que al referirse a El valor actual neto (VAN) se está hablando de un indicador financiero que determina la viabilidad de una investigación, si al medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda ganancia, el proyecto es viable. (Conexionesan, 2017)

$$VAN = -A + \frac{Q1}{(1+K)^1} + \frac{Q2}{(1+K)^2} + \frac{Q3}{(1+K)^3} \dots \dots \frac{QN}{(1+K)^n}$$

$$VAN = -72,907.09 + \frac{75,723.68}{(1+0.0514)^1} + \frac{83,300.19}{(1+0.0514)^2} + \frac{127,749.97}{(1+0.0514)^3} \\ + \frac{136,961.10}{(1+0.0514)^4} + \frac{154.273,12}{(1+0.0514)^5}$$

$$VAN = -72,907.09 + \frac{75,723.68}{1.0514} + \frac{83,300.19}{1.10544196} + \frac{127,749.97}{1.162261677} \\ + \frac{136,961.10}{1.222001927} + \frac{154.273,12}{1.284812826}$$

$$VAN = -72,907.09 + 72,021.76146 + 75,354.6482 + 109,914.9809 \\ + 112,079.2832 + 120.074,3928$$

$$VAN = \mathbf{416,537.97}$$

Se puede analizar que VAN del proyecto da el diagnóstico positivo, por lo que al ser mayor a cero es rentable por lo tanto los niveles riesgo disminuyen para realizar la inversión.

La Tasa Interna de Retorno.

Según Arturo K. (2019) La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la inversión (VAN igual a cero). La TIR es la máxima TD que puede obtener un proyecto para ser rentable ya que una tasa mayor generaría que el BNA sea menor que la inversión (VAN menor que 0). (K, 2019)

$$TIR = -A + \frac{Q1}{(1 + TIR)^1} + \frac{Q2}{(1 + TIR)^2} + \frac{Q3}{(1 + TIR)^3} \dots \dots \frac{QN}{(1 + TIR)^n} = 0$$

$$TIR = -72,907.09 + \frac{82,711.74}{(1 + 125.09\%)^1} + \frac{85,910.46}{(1 + 125.09\%)^2} + \frac{127,749.97}{(1 + 125.09\%)^3} + \frac{136,961.10}{(1 + 125.09\%)^4} + \frac{154,273.12}{(1 + 125.09\%)^5}$$

$$TIR = -72,907.09 + \frac{82,711.74}{2.2509} + \frac{85,910.46}{5.06655081} + \frac{127,749.97}{11.40429922} + \frac{136,961.10}{25.66993711} + \frac{154,273.12}{57.78046144}$$

$$TIR = -72,907.09 + 36,746.0749 + 16,956.39957 + 11,201.9132 + 5,335.466909 + 2,669.987677$$

$$TIR = -72,907.09 + 72,907.09$$

$$TIR = 0$$

$$TIR = 125.09$$

La tasa Interna de retorno del proyecto es de 125.09 %, por ende, se determina que la inversión tendrá utilidades y el proyecto será económicamente viable.

Relación Beneficio/Costo.

Según José C. Didier Váquero (2010) La relación costo beneficio escoge los ingresos y egresos netos del estado de resultado, para definir el o los beneficios por cada dólar que se invierte en el proyecto, al referirse a ingresos netos, se habla de aquellos que se recibirán en los años proyectados, se toman aquellas partidas que efectivamente generan salidas de efectivo durante los diferentes periodos, horizonte del proyecto. (Didier, 2010)

$$\frac{\text{VNA(Tasa de Descuento; } (Q1 + Q2 + Q3 + Q4 + Q5))}{-A}$$

$$\frac{\text{VNA(Tasa de Descuento; } (72,021.76 + 75,354.65 + 109,914.98 + 112,079.28 + 120,074.39))}{-72,907.09}$$

$$\frac{\text{VNA(Tasa de Descuento; } (489,445.06))}{-72,907.09}$$

$$R \frac{B}{C} = 6.71$$

El proyecto brindara como una relación beneficio/costo de 6.713270955 como se aprecia en la fórmula.

Indicadores o ratios financieros.

Al mencionar Ratios o indicadores Financieros el autor Josías Ortiz Gonzales (2015) indica que “son magnitudes relativas de dos valores numéricos seleccionados extraídos de los estados financieros de una empresa” y son usados generalmente con la finalidad de que los funcionarios tengan conocimiento de la situación financiera de la organización. (Ortíz Gonzalez, 2015)

Grado de apalancamiento Operativo (GAO).

$$\begin{aligned} \text{GAO} &= \frac{\text{Ventas-Costos variable}}{\text{Ventas-costo variable- costos fijos}} \\ \text{GAO} &= \frac{\$239,040.00}{\$864,000.00-\$624,960.00-\$68,609.90} \\ \text{GAO} &= 1.402344467 \end{aligned}$$

El grado de apalancamiento operativo determina es que por cada unidad que se incrementa en las ventas, la utilidad de la empresa aumentará en un 1.40%.

Grado de apalancamiento financiero (GAF).

$$\begin{aligned} \text{GAF} &= \frac{\text{Utilidad antes del impuesto e intereses}}{\text{Utilidad antes del impuesto e interés-intereses}} \\ \text{GAF} &= \frac{\$168,458.70}{\$168,458.70-\$9,598.34} \\ \text{GAF} &= 1.06 \end{aligned}$$

Se puede determinar que el grado de apalancamiento financiero el resultado es que por cada 1% que suben las utilidades antes del impuesto e intereses, la utilidad por acción sube en el 1.06%.

Grado de apalancamiento total (GAT).

$$\begin{aligned} \text{GAT} &= \frac{\text{Ventas-costo variable}}{\text{Ventas-costo variable-costos fijos-intereses}} \\ \text{GAT} &= \frac{\$239,040.00}{\$864,000.00-\$624,960.00-\$68,609.90-\$9,598.34} \\ \text{GAT} &= 1.48 \end{aligned}$$

Por cada 1% que suben las ventas sube la utilidad por acción un 1.48%

Liquidez Corriente.

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\$ 57,797.49}{\$62,748.29}$$

$$\text{Liquidez corriente} = 0.921106$$

La liquidez corriente muestra que por cada dólar invertido tiene la capacidad de pago de \$0.92 para respaldar su deuda.

Rotación de Activos Totales.

$$\text{Rotación de activos totales} = \frac{\text{Venta}}{\text{Activos totales}}$$

$$\text{Rotación de activos totales} = \frac{\$ 864,000.00}{\$ 72,907.09}$$

$$\text{Rotación de activos totales} = 11.85$$

La rotación de activos mide la eficiencia de la empresa Poli Yummy para generar ingresos por medio de sus activos, donde se puede ver que la empresa rotó sus activos 11.85 veces durante el primer año.

Índice de endeudamiento.

$$\text{Índice de endeudamiento} = \frac{\text{Nivel del pasivo}}{\text{Total de activo}}$$

$$\text{Índice de Endeudamiento} = \frac{\$62,748.29}{\$72,907.09}$$

$$\text{Índice de Endeudamiento} = 0.8606610139$$

El índice de endeudamiento determinar tiene un 86% con el cual puede responder antes sus pasivos.

Margen de Utilidad Bruta.

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\$161,470.64}{\$864,000.00}$$

$$\text{Margen de utilidad bruta} = 0.1868873$$

El margen de utilidad bruta representa que por cada \$1.00 de ventas se obtiene el 18.68% y se determina que la empresa va a tener los fondos necesarios para los gastos, inversión y ahorro actual o futuro.

Margen de utilidad operativa.

$$\text{Margen de utilidad operativa} = \frac{\text{Utilidad operativa}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen de utilidad operativa} = \frac{\$64,120.87}{\$121,680.00}$$

$$\text{Margen de utilidad operativa} = 0.5269631$$

El margen de utilidad operativa representa que por cada \$1,00 de ventas se obtiene el 52.69%.

Margen de Utilidad Neta.

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\$35,975.92}{\$121,680.00}$$

$$\text{Margen de utilidad neta} = 0.29566009$$

Las ventas de la empresa Poli Yummy generan un 29.57% de utilidades netas.

Rentabilidad económica (ROA)

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Total de activos}}$$

$$\text{ROA} = \frac{\$102,937.53}{\$72,907.09}$$

$$\text{ROA} = 1.41190$$

La rentabilidad económica expresa que la empresa tiene un beneficio logrado del 141.19% en su periodo y activos totales.

Rentabilidad Financiera (ROE).

$$\text{Rentabilidad Financiera} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio de los Accionistas}}$$

$$\text{Rentabilidad Financiera} = \frac{\$102,937.53}{\$ 10,158.80}$$

$$\text{Rentabilidad Financiera} = 10.13284$$

A pesar de ser una empresa joven en el mercado en el primer año logra obtener 10.13 de Rentabilidad Financiera para ella y sus empleados.

5.1.5. Importancia

Este proyecto es importante porque permitirá elaborar una tarea productiva sostenible, optimizando las diferentes técnicas de los procesos, llegando de esta manera reducir costos que permitan obtener una mejora continua en la calidad del producto ofertado, cooperando de esta manera al desarrollo socioeconómico de la población en donde tenga relación el producto.

5.1.6 Metas del proyecto.

- Adquirir el financiamiento necesario para lograr arrancar con el proyecto.
- Implantar en la mente de los consumidores potenciales de Manabí y el Ecuador entero una nueva marca (Poli Yummy) de productos alimenticios, con la calidad exigida.
- Llegar a un público exquisito con estos nuevos sabores de mermelada.

5.1.7. Finalidad de la propuesta.

La presente propuesta tiene como finalidad, la aplicación de todas las estrategias que intervienen en la elaboración de un Proyecto de producción y comercialización. Es importante tomar en cuenta cada una de ellas ya que al utilizarlas servirán como herramientas para la ejecución del mismo. Crear y fomentar el hábito de consumir en el ser humano, productos naturales y sus derivados, esto le da al consumidor la posibilidad de alargar positivamente los años de vida manteniendo el vigor, las ganas de vivir y sobre todo, teniendo un nuevo estilo de vida en su alimentación.

REFERENCIAS

- Agroentorno. (2012). *Usos de la maracuyá*. Michoacan, México: Mexicocert AC Red Agroecologica Michoacan.
- Aladi, (2012). *Fortalecimiento del sistema comercial de los productos de la fundación mujer y la fundación andina*. Montevideo, Uruguay: DAPMDER/N°28.
- Aladi, A. L. (2012). *Comercio Intrarregional del Ecuador: características y perspectivas*. ALADI/SEC/Estudio 208. Quito, Ecuador.
- Álamo, N. (2008). *¿Sabes lo que es la fruta? I.E.S. La Aldea de San Nicolás*. Recuperado el 20 de Febrero de 2020
- Almario, M. (2013). *Producción de cacao en Santander aumentó 26%*. . Santander, Colombia : Vanguardia Liberal.
- Anido, D. (2015). Demanda de energía alimentaria, abastecimiento e ingesta de nutrientes en Venezuela: principales cambios e implicaciones nutricionales. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 109-158.
- Arguello, R. R. (7 de Marzo de 2012). Recuperado el 27 de Febrero de 2020, de <http://www.slideshare.net/ronysnake/estudio-de-factibilidad-tnica-enfoque-informtico>
- Arteaga, S. (2013). *Estudio de la cadena de valor agroalimentaria del banano de Ecuador*. Madrid , España: UniversidadPolitécnica de Madrid.
- Arteaga, S. (2014). *Estudio de la cadena de valor agroalimentaria del banano de Ecuador*. Madrid, España: Universidad Politécnica de Madrid.

- Ascanio, A. (2012). *Chocolate: irresistible y tentador*. Caracas, Venezuela :
Veneconomía. Industria y Comercio .
- Baca, U. G. (2013). *Elaboración y Evaluación de proyectos* (7a ed. ed.). Ciudad de
México, México: Mc Graw Hill.
- Burgos, A. (2017). *Procesos de decisión para la compra*. Lima, Perú.
- Cachanoski, I. (2012). *Eficiencia Técnica, Eficiencia Económica y Eficiencia Dinámica*.
Revista Europea de Economía Política, 3.
- Cardona, L. d. (2017). *Caracterización mecánica y físico-química del banano tipo
exportación (CAVENDISH VALERY)*. Bogotá , Colombia: Universidad Nacional
de Colombia. Centre de Estudios Financieros.
- Caser. (2013). *Reporte de jugos, néctares y refrescos de frutas*. Lima, Perú .
- Crespo, A. R. (2012). *Planificación estratégica y gestión pública* (1a ed. ed.). Madrid,
España: Esic
- Díaz, A. G. (2017). *Metabolismo del calcio y su relación con la “mancha de madurez”
del fruto de banano, Una revisión, Agronomía Colombiana*. Bogotá, Colombia .
- Díaz, C. &. (2013). *Desarrollo Rural Soberanía y Seguridad Alimentaria*. Rosario,
Argentina: Editorial de la Universidad Nacional de Rosario; FODEPAL -Núcleo
de capacitación en Políticas Públicas FAO/RALC -Observatorio del Sur-UNR.
- EDA, (. y. (2007). *EDA*. Recuperado el 15 de 2 de 2020
- Ekos. (22 de Noviembre de 2015). Ranking de Empresas . *Ekos*. Obtenido de
<http://www.ekosnegocios.com/empresas/m/empresasg.aspx?ide=511#menu>

- El Comercio. (2018). *El puerto pesquero se encuentra funcionando en un 90%*. Quito, Ecuador .
- El Telégrafo. (2019). *El sector turístico interno*. Quito, Ecuador.
- Espejo, C. (2018). *Producción de la maracuyá*. Maracuyá. Lima, Perú.
- Figueroa, D. (2012). *Pasos para crear la misión, la visión y los valores organizacionales*. Guatemala, Guatemala,: Universidad del Valle de Guatemala.
- GAD Manta. (2019). *Destino Turístico*. Manta.
- GAD Portoviejo. (25 de Junio de 2019). <https://www.portoviejo.gob.ec/>.
- Gómez, S. I. (2011). *Productos Industriales. Alimentación y salud humana en Guatemala*. Tegucigalpa, Guatemala.
- Granda, S. (2016). *Plagas y Enfermedades del Banano*. INIAP. Quito.
- Hernández, R. F. (2010). *Metodología de la Investigación. (5ta Edición)*. México: Mc Graw Hill.
- INEC. (2010). *Ecuador en cifras*. Quito, Ecuador. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/hoteles-restaurantes-y-servicios>
- INEC, I. d. (2010). *Censo 2010*. Quito, Ecuador .
- INEC, I. N. (2010). *Censo de Poblacion 2010*. Quito, Ecuador .
- INEC. (17 de febrero de 2010). *Censo de Población y Vivienda*. Ecuador. Obtenido de www.editorialox.com/manabi.htm.
- INEN, I. E. (2013). *Norma para las confituras, jaleas y mermeladas (CODEX STAN 296-2009, MOD) NTE INEN 2825 2013-11*. Quito, Ecuador .

Koontz, H. W. (2012). *Administración: Una perspectiva global y empresarial* (14 ed. ed.). Ciudad de México, México: Mc Graw Hills.

Kotler, P. &. (2012). *Análisis del entorno de marketing* (14ª edición ed.). México: Pearson Educación.

León, L. &. (2013). *Determinación del tiempo de crecimiento para cosecha y comportamiento fisiológico poscosecha del banano variedad Gross Michael*. Manizales, Colombia : Universidad Nacional de Colombia, Sede Manizales, Manizales-Colombia, 1.

León, L. M. (2014). *Determinación del tiempo de crecimiento para cosecha y comportamiento fisiológico poscosecha del banano variedad Gross Michael*. Manizales, Colombia: Universidad Nacionalde Colombia, Sede Manizales.

Levapan. (2015). *San Jorge*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2019, de <http://www.levapan.com.ec>

Longenecker, J. M. (2009). *Administración de pequeñas empresas; un enfoque emprendedor* (11ª edición ed.). Cengage Learning Editores.

Luque, M. T. (2012). *Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados* (2da. Edición ed.). Ediciones Pirámide S.A. .

Lutz, C. &. (2011). *Nutrición y Dietoterapia*. (5ta Edición ed.). México, México : Mc Graw Hill Interamericana Editores.

Magap. (2017). *Producción Nacional de Banano*. Quito, Ecuador.

Magap, M. d. (2016). *Análisis Sectorial BANANA*. Quito, Ecuador.

- Méndez, M. J. (2012). *La economía en la empresa, en la sociedad del conocimiento*. México, México: The McGraw-Hill.
- Molla, A. (2014). *Comportamiento del consumidor*. Barcelona, España : UOC.
- Moreiras, A. .. (2011). *Tabla de Composición de Alimentos*. Madrid, España.
- Noreña, A. A.-M.-M. (2012). *Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa* (Vol. 3).
- Ñaupas, H. M. (2013). *Metodología de la investigación científica y elaboración de tesis* (3° edición ed.). Lima, Perú: Cepredim.
- Ozonoff, D. (2014). "*Biomonitorización*". Londres , Gran Bretaña: En Rogers, Kara (ed.). *Encyclopædia Britannica Online* . Encyclopædia Britannica, Inc.
- Pardo, C. &. (2016). *Proceso de control de calidad para el banano de exportación en finca bananera*. Quito, Ecuador.
- Plásticas, A. (27 de Septiembre de 2010). *Estudio de Factibilidad y Proyectos*. Obtenido de Obtenido de Factibilidad y Viabilidad:
<http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>
- Preval. (s.f.). *Manual para determinar la factibilidad económica de proyectos En: Plataforma Regional de Desarrollo de Capacidades en Evaluación* .
- Preval. (2015). *Manual para determinar la factibilidad económica de proyectos*. Obtenido de <<http://preval.org/documentos/00471.pdf>

- Proecuador, I. d. (2014). *Mermeladas de frutas exóticas en Italia. Parte uno: Información de mercado. Quito: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PROECUADOR. Quito, Ecuador .*
- Pronaca. (2013). *Gustadina*. Recuperado el 8 de Marzo de 2013, de <http://www.pronaca.com/site/principalHogar.jsp?arb=1059&cdgMar=218cdgFam=52#146>
- Ricera, J. &. (2012). *Dirección de Marketing: Fundamentos y aplicaciones*.
- Rivera, C. J. (2012). *Dirección de Marketing* (3a ed. ed.). Madrid, España: Esic.
- Rivera., C. J. (2012). *Dirección de Marketing* (3a ed ed.). Madrid, España: Esic.
- Sapag, C. N. (2011). *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación* (Segunda edición ed.). Pearson Educación de Chile S.A. .
- Sapag, N. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. Bogota, Colombia: Mac Graw Hill.
- Saúco, J. (2012). *Platanos y Bananas* (Segunda Edicion ed ed.). (E. M. –Prensa, Ed.) Madrid, España.
- Saúco, J. C. (2012). *Platanos y Bananas* (Segunda Edicion ed ed.). Madrid , España: Ediciones Mundi –Prensa.
- SENPLADES. (2010). *Portoviejo capital de la provincia de Manabi .*
- Serna, G. H. (2014). *Gerencia Estartègica* (11a ed. ed.). Colombia.
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (2008). *Propiedad Intelectual*. Quito, Ecuador.

- SRI. (2018). *Requisitos para obtener el Registro Único de Contribuyentes de Sociedades Privadas*. Quito, Ecuador.
- Superintendencia de Compañías. (2018). *Ley Orgánica para la optimización y eficiencia de trámites administrativos*. Quito, Ecuador : Registro Oficial 312.
- Torres, F. A. (2014). *Estudio de la Adopción de Tecnología Mejorada para la Producción de Cacao en Rionegro, Santander.Bucaramanga: Tesis Pregrado Administraciónde Empresas Agropecuarias USTA*. Santander, Bucaramanga.
- Tumbaco, A. (2015). *El Oro vegetal del Ecuador*. Santo Domingo de los Tsáchilas, Ecuador.
- Valarezo, A. (2014). *El cultivo de maracuyá: Manual técnico para su manejo en el Litoral Ecuatoriano. Programa de Fruticultura estación experimental Portoviejo Iniap-Ecuador (Primera Ed ed.)*. Quito, Ecuador.
- Valverde, M. J. (2015). *Investigación Comercial (1a ed. ed.)*. España: Paraninfo: Paraninfo.
- Velasquez, V. E. (2012). *Canales de distribución y logística (1° Edición ed.)*.
- Velázquez, W. (2012). *Manejo Cosecha y Post-cosecha de Mussaceas*. Mexico: Trillas.

APENDICES



Encuesta

Universidad San Gregorio de Portoviejo, Carrera de Gestión Empresarial.

Encuesta a la población de la ciudad de Portoviejo, Provincia de Manabí.

Objetivo general.

Realizar un estudio de pre factibilidad para la producción y comercialización de Mermelada de Banano - Chocolate y Banano - Maracuyá en la ciudad de Portoviejo.

Datos informativos.

Edad: _____

Sexo: Femenino

Masculino

Domicilio: _____

Nivel de estudio:

- A. Básico
- B. Bachiller
- C. Superior

PREGUNTAS:

1. ¿Cómo considera la demanda del mercado de mermelada en la ciudad de Portoviejo?

- A. Alta
- B. Medio
- C. Baja

2. ¿Cómo estima la oferta de mermelada en la ciudad de Portoviejo?

- A. Alta
- B. Medio
- C. Baja

3. ¿Según su criterio existe alta competencia de mermelada en Portoviejo?

- A. Alta
- B. Medio
- C. Baja

4. ¿Con qué frecuencia acostumbra a consumir mermelada?

- A. Una vez a la semana
 B. Dos veces a la semana
 C. Más de dos veces a la semana
 D. Una vez al mes
 E. Otra

5. ¿Qué fusiones de mermelada estaría dispuesto a consumir?

- A. Banana - Chocolate
 B. Maracuyá - Banano
 C. Frutilla - Mora
 D. Naranja - Limón
 E. Un solo sabor ¿Cuál? _____
 F. Otros

6. ¿Dónde acostumbra a comprar mermelada?

- A. Supermercados
 B. Tiendas
 C. Ferias
 D. Otros

7. ¿Qué tipo de marcas de mermelada consume frecuentemente?

- A. Gustadina
 B. Facundo
 C. San Jorge
 D. Otras

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una mermelada de 250gr?

- A. \$1.00 - \$1.50
 B. \$2.00 - \$2.50
 C. \$3.00 - \$3.50

9. ¿Qué factores influyen en su decisión de compra?

- A. Marca
 B. Presentación
 C. Precio
 D. Sabor

10. ¿Por qué medios de comunicación usted se informaría acerca de las tendencias de nuevos productos?

- A. Radio
 B. Televisión
 C. Tríptico
 D. Redes sociales

Gracias

APENDICE B

Fotos



Figura 24 Encuesta a los habitantes del cantón Portoviejo

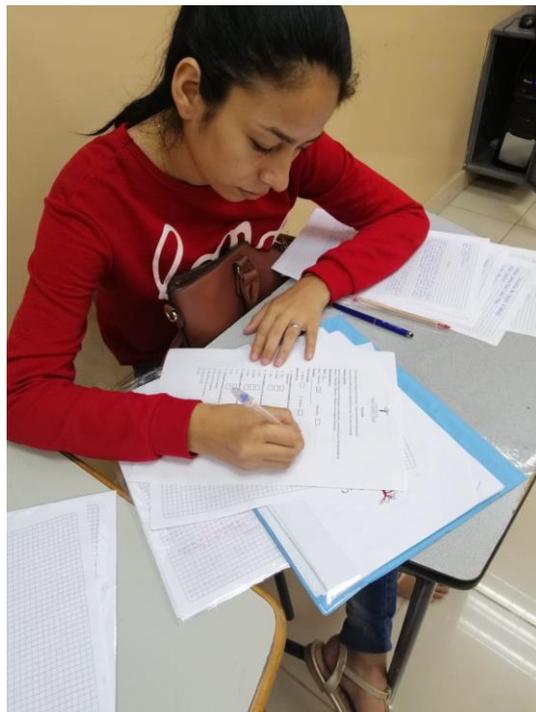


Figura 25 Tabulación de las encuestas



Figura 26 Encuesta a los habitantes del cantón Portoviejo



Figura 27 Encuesta a los habitantes del cantón Portoviejo



Figura 28 Elaboración de mermelada de banana chocolate



Figura 29 Mermelada Poli Yummy en sus dos presentaciones



Figura 30 Mermelada Poli Yummy de banano maracuyá



Figura 31 Mermelada Poli Yummy de banano chocolate



Figura 32 Publicidad de mermelada Poli Yummy

Página Bande... Recur... Notificaciones 6 Estadísticas Herra... Más Editar ... 4 Configuración 1 Ayuda

Prueba lo natural
 100% natural
 POLI YUMMY MERMELADA
 Mermelada con Maracujá

Polí Yummy
 Crear nombre de usuario de la página

Inicio
 Publicaciones
 Eventos
 Ver más
 Promocionar
 Ir al centro de anuncios

Me gusta Seguir Compartir ... + Agregar un botón

Guía para páginas
 Semana 1: Empieza a ampliar tu público Explorar todas las semanas

Invita a tus amigos a que indiquen que les gusta tu página

Activar Windows
 Comparte tu página en tu biografía personal de PC para Chat

Figura 33 Página de mermelada Poli Yummy en Internet

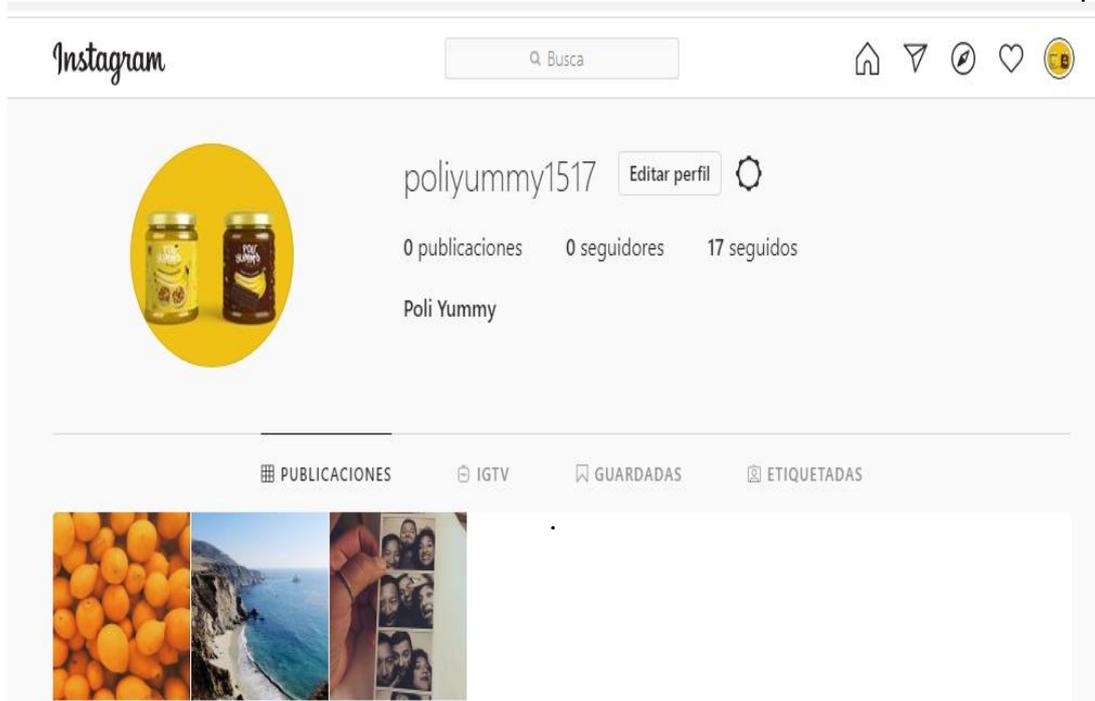


Figura 34 Mermelada Poli Yummy en Instagram