



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**TRABAJO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA COMUNITARIA
SOLIDARIA, PRODUCTORA DE PULPA DE NARANJILLA
CONGELADA, EN EL CANTÓN EL CHACO**

CORNEJO TAPIA STEFANNY BELÉN

DIRECTOR

ING. MBA J. SALOMÓN ACOSTA R.

Marzo 2015

QUITO-ECUADOR

Yo, Stefanny Belén Cornejo Tapia declaro bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.

Stefanny Belén Cornejo Tapia

Yo, Ing. MBA J. Salomón Acosta R., certifico que conozco a la autora del presente trabajo siendo ella la responsable exclusiva tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

**Ing. MBA J. Salomón Acosta R.
Director de la Tesis**

RESUMEN

La idea de implantar una productora y comercializadora de pulpa de naranjilla congelada en el Cantón el Chaco nace del fomento que el Ecuador, como país soberano, brinda a proyectos apegados al Plan Nacional del Buen Vivir, los cuales se enfocan en un cambio de la economía del país a través de la evolución del sector industrial y el desarrollo de la calidad de vida del ser humano. Por otro lado, la comunidad Coca Codo Sinclair, en concordancia con sus políticas de compensación social, financia proyectos de emprendimiento para el Ecuador, específicamente en las provincias de Napo y Sucumbíos.

El cantón El Chaco, ubicado en la provincia de Napo, se destaca por su agricultura frutícola siendo una de las frutas producidas en el sector la naranjilla. La naranjilla es considerada una fruta tropical, rica en vitamina C, cuya pulpa es usada para la elaboración de jugos, coladas, batidos, postres, entre otros.

Una de las principales industrias demandantes de pulpa de naranjilla es la de alimentos y bebidas; representada por restaurantes y servicios de catering, quienes aprovechan de las ventajas que ofrece la pulpa congelada en el ámbito gastronómico; y por tanto nuestro mercado objetivo. El desarrollo del producto se enfocará en las necesidades detectadas a través del estudio de mercado, de tal forma que se pueda cumplir con los objetivos de comercialización del mismo.

Mediante un análisis legal se determinó las implicaciones técnicas y económicas derivadas de la normativa legal ecuatoriana, las mismas que regularán la instalación y operación de este proyecto como una Sociedad Anónima. La declaración de la misión, visión y valores corporativos se estipularon mediante la Ley de Economía Popular y Solidaria, cuyo objetivo es generar ingresos basados en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano.

Finalmente se concluye la factibilidad del proyecto demostrando la rentabilidad del mismo tras analizar indicadores financieros como; el VAN, TIR, PRI, análisis de sensibilidad, la tasa de descuento, entre otros, los cuales corroboran que es viable la implementación de la planta productora de pulpa de naranjilla congelada en el cantón El Chaco.

ABSTRACT

The idea of developing an enterprise located in El Chaco that produces and commercializes naranjillas frozen pulp, started from the support of Ecuador, as a sovereign country, to provide for projects attached to the National Plan for Good Living (Plan Nacional del Buen Vivir). This plan focuses on a changing economy for the country through the development of industries and the quality of human life. On the other hand, the Community Coca Codo Sinclair, in accordance with its policies of social compensation finances entrepreneurial projects for Ecuador, specifically in the provinces of Napo and Sucumbios.

El Chaco is located in the province of Napo. Is known and recognized for his fruit production. In fact, one of the fruit produced there is naranjillas. Naranjillas is considered a tropical fruit, rich in vitamin C, whose pulp is used for making juices, coladas, smoothies, or desserts.

One of the main industries that demanded and uses naranjillas pulp is the one related to food and drinks represented by restaurants and caterings, who take advantage of the benefits of frozen pulp in the culinary field; hence our target market. Product development will focus on needs identified through market research, so it can achieve the marketing objectives established.

The legal analysis of technical and economic implications of the Ecuadorian legislation determined how to govern the installation and operation of this project as an Anonymous Corporation. The mission statement, vision and corporate values were stipulated by the Law of Popular and Solidarity Economy (Ley de Economía Popular y Solidaria), which aims to build relationships based on solidarity, cooperation and reciprocity, giving priority to labor and human rights.

Finally the feasibility of the project is completed by demonstrating its profitability by analyzing financial ratios like. VAN, TIR, PRI, sensitivity analysis, the discount rate, among others, which confirms that it is feasible to implement an enterprise located in El Chaco that produces and commercializes naranjillas frozen pulp.

AGRADECIMIENTO

A mis padres y hermana por su apoyo incondicional, por creer en mí, porque en gran parte gracias a ustedes hoy puedo ver alcanzada mi meta. Gracias por impulsarme en los momentos más difíciles y por darme la oportunidad de tener una excelente educación.

Un agradecimiento profundo a la Universidad Internacional del Ecuador por haber hecho de mí la profesional que soy ahora, así como también a mis maestros por todas las enseñanzas y tiempo compartido.

A mis amigas, que formaron parte de esta etapa universitaria, convirtiéndola en una aventura inolvidable.

DEDICATORIA

El corazón de la madre es el único capital del sentimiento que nunca quiebra, y con el cual se puede contar siempre; en todo tiempo, con toda seguridad.

Montegazza

A mi madre, por aconsejarme en mi diario vivir. Para ti este trabajo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
INDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS	xviii
CAPÍTULO I: PLAN DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Tema de investigación	1
1.2. Planteamiento del problema, formulación y sistematización del problema	1
1.2.1. Planteamiento del problema	1
1.2.2. Formulación del problema.	2
1.2.3. Sistematización del problema.....	3
1.3. Objetivo de la investigación	3
1.3.1. Objetivo general	3
1.3.2. Objetivos específicos.....	3
1.4. Justificación de la investigación	4
1.4.1. Justificación teórica.....	4
1.4.2. Justificación metodológica.....	5
1.4.3. Justificación práctica	5
1.5. Marco de referencia	6
1.5.1. Marco conceptual	6
1.5.2. Marco teórico	10
1.5.3. Marco espacial.....	13
1.6. Hipótesis del trabajo	13
1.7. Metodología de la investigación.....	13
1.7.1. Métodos de investigación.....	13
1.7.1.1. Métodos teóricos.....	14
1.7.1.2. Métodos empíricos.....	14
1.7.2. Tipos de estudio	16
1.7.2.1. Estudios exploratorios.....	16
1.7.2.2. Estudios descriptivos	17
1.7.3. Fuentes de información	17

1.7.3.1.	Fuentes primarias	17
1.7.3.2.	Fuentes secundarias	18
CAPÍTULO II:	ANÁLISIS DEL ENTORNO	19
2.1.	Agricultura del Ecuador.....	19
2.2.	Antecedentes del cantón El Chaco	22
2.2.1.	Agricultura frutícola en El Chaco	25
2.3.	Agroindustria / Pulpas de frutas	28
2.4.	Las 5 fuerzas de Porter	30
2.4.1.	Rivalidad entre empresas competidoras	31
2.4.2.	Ingreso potencial de nuevos competidores.....	32
2.4.3.	Desarrollo potencial de productos sustitutos.....	33
2.4.4.	Capacidad de negociación de los proveedores	34
2.4.5.	Capacidad de negociación de los consumidores	35
CAPÍTULO III:	SOCIALIZACIÓN DEL PROYECTO	36
3.1.	Socialización del proyecto en el Cantón El Chaco.....	36
3.2.	Coca Codo Sinclair.....	43
3.3.	Impacto social del proyecto.....	46
CAPÍTULO IV:	ESTUDIO DE MERCADO.....	48
4.1.	Definición de mercado meta.....	48
4.2.	Segmentación de mercado meta	48
4.3.	Caracterización del mercado meta.....	49
4.3.1.	Características del mercado industrial.....	49
4.4.	Objetivo general de investigación de mercado.....	49
4.5.	Investigación de mercado	50
4.5.1.	Métodos de investigación.....	50
4.5.2.	Desarrollo herramientas de investigación para los métodos escogidos.	52
4.5.2.1.	La Entrevista	52
4.5.2.1.1.	Objetivos de la entrevista.....	52
4.5.2.1.2.	Marco de investigación de la entrevista.....	53
4.5.2.1.3.	Técnica de aplicación de la entrevista	53
4.5.2.1.4.	Diseño de la entrevista	54
4.5.2.1.5.	Presentación de resultados	57

4.5.2.2.	La Encuesta.....	67
4.5.2.2.1.	Objetivos de la encuesta	67
4.5.2.2.2.	Marco de investigación de la encuesta	67
4.5.2.2.3.	Técnicas de muestreo para la Encuesta.....	74
4.5.2.2.4.	Cálculo de la muestra.....	74
4.5.2.2.5.	Diseño de la encuesta.....	76
4.5.2.2.6.	Presentación de resultados	81
4.5.2.3.	La observación	90
4.5.2.3.1.	Objetivos de la observación.....	90
4.5.2.3.2.	Diseño de la observación	91
4.6.	Análisis de la demanda	94
4.6.1.	Factores que afectan la demanda.....	94
4.6.2.	Curva de la demanda	97
4.6.3.	Proyección de la demanda.....	98
4.7.	Análisis de la oferta	101
4.7.1.	Proyección de la oferta.....	103
4.8.	Determinación de la demanda insatisfecha	105
4.9.	Diseño de plan de marketing	106
4.9.1.	Marketing mix	106
4.9.1.1.	Producto	106
4.9.1.1.1.	Materia prima.....	108
4.9.1.1.2.	Atributos del producto	109
4.9.1.1.3.	Marca	111
4.9.1.1.4.	Empaque	113
4.9.1.1.5.	Etiquetado	115
4.9.1.1.6.	Servicios de apoyo.	117
4.9.2.	Precio.....	118
4.9.3.	Plaza	120
4.9.4.	Promoción	122
4.9.4.1.	Promesa de valor y mensaje.....	122
4.9.4.2.	Logotipo.....	123
4.9.4.3.	Eslogan.....	124
4.9.4.4.	Estrategias de difusión	124

4.10.	Estrategias de ventas.....	126
CAPÍTULO V: ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y TÉCNICO		129
5.1.	Estudio Legal.....	129
5.1.1.	Definición de tipo de compañía	129
5.1.1.1.	Razón social.....	130
5.1.1.2.	Documentación necesaria	131
5.2.	Estudio Organizacional.....	132
5.2.1.	Filosofía empresarial	132
5.2.1.1.	Visión.....	133
5.2.1.2.	Misión	134
5.2.1.3.	Objetivos	134
5.2.1.3.1.	General.....	134
5.2.1.3.2.	Específicos	134
5.2.1.4.	Políticas.....	135
5.2.1.4.1.	Políticas para el empleado	135
5.2.1.4.2.	Políticas para el cliente	136
5.2.2.	Estrategia de crecimiento	136
5.2.3.	Estrategia operativa	137
5.2.4.	Estructura de la organización	138
5.2.4.1.	Organigrama y nivel de responsabilidad.....	138
5.2.4.2.	Funciones y Perfiles	140
5.3.	Estudio Técnico	142
5.3.1.	Ingeniería del proyecto.....	142
5.3.1.1.	Procesos Organizacionales.....	143
5.3.1.2.	Procesos Productivos	143
5.3.1.2.1.	Descripción de cada proceso.....	145
5.3.1.2.2.	Recursos requeridos en los procesos productivos.....	147
5.3.2.	Cadena de valor.....	153
5.3.2.1.	Desglose de la cadena de valor	154
5.3.2.2.	Desglose de las actividades de apoyo	156
5.3.3.	Logística y distribución.....	158
5.3.4.	Estudio del tamaño del proyecto	160
5.3.4.1.	Capacidad del proyecto.....	161

5.3.4.2.	Estructura y diseño de la planta	163
5.3.5.	Localización	164
5.3.5.1.	Macro-localización	164
5.3.5.2.	Micro-localización	165
5.3.5.3.	Factores determinantes	166
CAPITULO VI: ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO.....		168
6.1.	Análisis de costos	168
6.1.1.	Costos de inversión	168
6.1.1.1.	Inversiones fijas	168
6.1.1.2.	Activo Intangible	171
6.1.1.3.	Resumen de inversiones.....	172
6.1.2.	Costos de operación y mantenimiento	173
6.1.3.	Costos totales.....	183
6.2.	Depreciación de los activos fijos	183
6.3.	Cálculo demostrativo del capital de trabajo	186
6.4.	Estructura de financiamiento	187
6.5.	Evaluación del proyecto	188
6.5.1.	Balance inicial del proyecto	188
6.5.2.	Estados proyectados	190
6.5.2.1.	Proyección de ingresos	190
6.5.2.2.	Estado de pérdidas y ganancias	192
6.6.	Punto de equilibrio	193
6.7.	Cálculo del valor de desecho	197
6.8.	Análisis de la tasa de descuento	198
6.9.	Flujo de caja	199
6.10.	Evaluación de los índices financieros del proyecto	201
6.10.1.	Valor actual neto (VAN)	201
6.10.2.	Tasa interna de retorno (TIR)	202
6.10.3.	Período de recuperación de la inversión.....	203
6.10.4.	Análisis de sensibilidad	205
CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		207
7.1.	Conclusiones.....	207

7.2. Recomendaciones	209
BIBLIOGRAFÍA	211
ANEXOS	218

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cultivos permanentes de frutas en el Ecuador	21
Tabla 2: Datos poblacionales del cantón El Chaco	23
Tabla 3: Distribución porcentual del valor agregado de ciertas actividades en Napo....	23
Tabla 4: Análisis de participación de Napo	24
Tabla 5: Superficie por categoría de uso del suelo en El Chaco	26
Tabla 6: Distribución de UPA`s en los diferentes cantones de Napo.....	26
Tabla 7: Resumen de agricultores de naranjilla en el cantón El Chaco 2011	28
Tabla 8: Producción y ventas industriales de las Pulpas de Frutas (2011).....	30
Tabla 9: Principales empresas productoras de pulpa de fruta congelada	32
Tabla 10: Agricultores por parroquia del cantón El Chaco	34
Tabla 11: Resumen de agricultores de naranjilla en el cantón El Chaco 2011	36
Tabla 12: Políticas de compensación social Coca Codo Sinclair	43
Tabla 13: Muestra seleccionada para ser Entrevistada	53
Tabla 14: Cuadro comparativo entre los objetivos y las preguntas de la entrevista.....	56
Tabla 15: Cuadro Resumen de las Entrevistas	66
Tabla 16: Restaurantes y servicios móviles de comida en el Ecuador 2011	68
Tabla 17: Número de restaurantes y servicios de comida móvil en Pichincha	70
Tabla 18: Desglose y representatividad cantonal de Pichincha.....	71
Tabla 19: Número de restaurantes y servicios de comida móvil en Quito	72
Tabla 20: Marco Muestral para la pulpa de naranjilla congelada.....	73
Tabla 21: Afijación proporcional de la muestra	76
Tabla 22: Cuadro comparativo entre los Objetivos y las Preguntas de la Encuesta.....	80
Tabla 23: Principales empresas productoras de pulpa de fruta congelada	95
Tabla 24: Marcas Competidoras investigadas en el mercado.....	96
Tabla 25: Proyección de la demanda	100
Tabla 26: Oferta de pulpa de frutas	101
Tabla 27: Comportamiento histórico de la Oferta	102
Tabla 28: Proyección de la oferta	104
Tabla 29: Demanda insatisfecha.....	105
Tabla 30: Cartera de productos.....	108
Tabla 31: Atributos físicos de la naranjilla.....	109
Tabla 32: Composición de una pulpa de naranjilla congelada	110
Tabla 33: Constitución química y nutricional de la pulpa de naranjilla congelada.....	110
Tabla 34: Información nutricional según el tamaño de la porción	111
Tabla 35: Información nutricional para el etiquetado de la pulpa de naranjilla.	116
Tabla 36: Precios investigados en el mercado meta	118
Tabla 37: Precios observados en supermercados para la pulpa de naranjilla.....	119
Tabla 38: Perfiles y funciones de los integrantes de la organización	141

Tabla 39: Flujograma de la cadena de valor	157
Tabla 40: Unidades de medida	160
Tabla 41: Capacidad de abastecimiento potencial de la materia prima.....	161
Tabla 42: Capacidad instalada.....	162
Tabla 43: Producción diaria de pulpa de naranjilla	162
Tabla 44: Producción anual de pulpa de naranjilla.....	163
Tabla 45: Ponderación de los factores determinantes de la localización	167
Tabla 46: Terreno	169
Tabla 47: Obra física	169
Tabla 48: Muebles y enseres	170
Tabla 49: Maquinaria y equipo.....	170
Tabla 50: Vehículo	171
Tabla 51: Activos Intangibles.....	171
Tabla 52: Resumen de inversión	172
Tabla 53: Sueldos y salarios	175
Tabla 54: Costos sueldos y salarios al primer año de operación	176
Tabla 55: Proyección de sueldos y salarios (10 años).....	176
Tabla 56: Precio individual de la materia prima.....	177
Tabla 57: Costos materias primas.....	177
Tabla 58: Proyección de costos de las materias primas.....	177
Tabla 59: Rubros del servicio de agua potable.....	178
Tabla 60: Rubros del servicio eléctrico	178
Tabla 61: Costos servicios básicos	179
Tabla 62: Costos administrativos y de ventas	179
Tabla 63: Resumen costos de operación y mantenimiento	180
Tabla 64: Proyección de los costos de operación y mantenimiento	182
Tabla 65: Costos Totales	183
Tabla 66: Depreciación de activos fijo	184
Tabla 67: Depreciación de los activos fijos del proyecto.....	184
Tabla 68: Depreciación anual.....	185
Tabla 69: Capital de trabajo.....	187
Tabla 70: Estructura de Financiamiento.....	187
Tabla 71: Balance General Inicial	189
Tabla 72: Cartera de productos y sus precios	190
Tabla 73: Proyección de ingresos.....	191
Tabla 74: Estado de pérdidas y ganancias	192
Tabla 75: Costos fijos.....	194
Tabla 76: Costos variables.....	194
Tabla 77: Valor de desecho	198
Tabla 78: Flujo de caja	200
Tabla 79: Valor actual neto (VAN).....	202

Tabla 80: Tasa Interna de Retorno (TIR)	203
Tabla 81: Período de recuperación descontado acumulado.....	204
Tabla 82: Análisis de sensibilidad VAN	205
Tabla 83: Análisis de sensibilidad TIR	206

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Uso del suelo en el Ecuador (participación en hectáreas).....	19
Gráfico 2: Uso Agropecuario del Territorio Nacional.....	20
Gráfico 3: Asistencia técnica en el Ecuador.....	21
Gráfico 4: Estado de la población de las UPA`s.....	24
Gráfico 5: Producción de la industria de jugos y conservas de frutas.....	29
Gráfico 6: Cinco fuerzas de Michael Porter para la pulpa de naranjilla congelada.....	31
Gráfico 7: Pregunta 1: ¿Fue el proyecto entendido?.....	38
Gráfico 8: Pregunta 2: ¿Existen proyectos similares en la zona?.....	39
Gráfico 9: Pregunta 3: ¿Qué beneficios espera que este proyecto brinde?.....	40
Gráfico 10: Pregunta 4: ¿Cuál de los siguientes considera un problema?.....	41
Gráfico 11: Pregunta 5: ¿Le gustaría participar con su producción en este proyecto?..	41
Gráfico 12: Pregunta 6: ¿Considera que este proyecto impulsaría la agricultura?.....	42
Gráfico 13: Personas empleadas en la unidad de producción agropecuaria.....	46
Gráfico 14: Porcentaje participación del Ecuador en el sector de alimentos y bebidas. .	69
Gráfico 15: Pregunta 1 de la Encuesta.....	81
Gráfico 16: Pregunta 2 de la Encuesta.....	82
Gráfico 17: Pregunta 3 de la Encuesta.....	82
Gráfico 18: Pregunta 4 de la Encuesta.....	83
Gráfico 19: Pregunta 5 de la Encuesta.....	85
Gráfico 20: Pregunta 6 de la Encuesta.....	86
Gráfico 21: Pregunta 7 de la Encuesta.....	87
Gráfico 22: Pregunta 8 de la Encuesta.....	88
Gráfico 23: Pregunta 9 de la Encuesta.....	89
Gráfico 24: Pregunta 10 de la Encuesta.....	90
Gráfico 25: Curva de demanda para 120 gramos de pulpa de naranjilla.....	97
Gráfico 26: Curva de demanda para 500 gramos de pulpa de naranjilla.....	98
Gráfico 27: Proyección lineal de la demanda.....	99
Gráfico 28: Proyección lineal de la oferta.....	103
Gráfico 29: Demanda insatisfecha.....	105
Gráfico 30: Dispersión de los precios de pulpa de naranjilla (120 gramos).....	119
Gráfico 31: Dispersión de los precios de pulpa de naranjilla (500 gramos).....	120
Gráfico 32: Desglose de la cadena de suministros propuesta para este proyecto.....	121
Gráfico 33: Sistema vertical de Marketing.....	128
Gráfico 34: Organigrama de la organización.....	139
Gráfico 35: Estructura de los niveles de responsabilidad de la organización.....	139
Gráfico 36: Procesos para la pulpa de naranjilla congelada.....	142
Gráfico 37: Flujograma organizacional.....	143
Gráfico 38: Flujograma de producción.....	144
Gráfico 39: Cadena de valor.....	153

Gráfico 40: Actividades de apoyo	153
Gráfico 41: Modelo Logístico del Negocio	158
Gráfico 42: Resumen de inversiones	173
Gráfico 43: Resumen de costos de operación y mantenimiento.....	180
Gráfico 44: Determinación del punto de equilibrio.....	196

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Concentración de Productores de naranjilla en Napo.	27
Ilustración 2: Agricultores de naranjilla del Chaco	36
Ilustración 3: Fotografías del cantón El Chaco	47
Ilustración 4: Mapa del Distrito Metropolitano de Quito por sectores.....	72
Ilustración 5: Usos de la pulpa de naranjilla.....	91
Ilustración 6: Formas de almacenamiento de las pulpas	92
Ilustración 7: Vasos usados para bebidas	93
Ilustración 8: Pulpas observadas en los establecimientos entrevistados	93
Ilustración 9: Pulpas observadas en el mercado	93
Ilustración 10: Fundas de polietileno aptas para pulpa de fruta.	114
Ilustración 11: Cajas para transportar pulpa congelada.....	115
Ilustración 12: Semáforo nutricional de la pulpa de naranjilla congelada	117
Ilustración 13:Diseño del Canal de Distribución.....	122
Ilustración 14: Logotipo del proyecto	123
Ilustración 15: Lavador de acero inoxidable	147
Ilustración 16: Báscula	148
Ilustración 17: Marmita	148
Ilustración 18: Despulpadora.....	149
Ilustración 19: Dosificadora	150
Ilustración 20: Selladora y etiquetadora	150
Ilustración 21: Congelador industrial	151
Ilustración 22: Camioneta con termoking	152
Ilustración 23: Ruta El Chaco-Quito	159
Ilustración 24: Diseño de la planta productora de pulpa de naranjilla congelada	164
Ilustración 25: Amazonia del Ecuador	165
Ilustración 26: Vista aérea del cantón El Chaco.....	166

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 2: Mapa de uso del suelo del cantón El Chaco	219
Anexo 3: Mapa de áreas naturales protegidas del cantón El chaco.....	219
Anexo 4: Mapa vial del cantón El Chaco	220
Anexo 5: Prácticas de cultivo de la naranjilla	220
Anexo 6: Agricultores de naranjilla en el Cantón el Chaco	221
Anexo 7: Cotización de Terrenos en el cantón El Chaco	223
Anexo 8: Precio de la naranjilla en el mercado ecuatoriano	223
Anexo 9: Nota de venta funda de polietileno (13cm x 7cm).....	224
Anexo 10: Nota de venta funda de polietileno (20cm x 12cm).....	224
Anexo 11: Proforma cajas de cartón.....	224
Anexo 12: Determinación del costo de las cajas de cartón para transporte	225
Anexo 13: Determinación del costo de la gasolina	226
Anexo 14: Indicadores económicos del Ecuador	226

CAPÍTULO I: PLAN DE INVESTIGACIÓN

1.1. Tema de investigación

Estudio de factibilidad de una empresa comunitaria solidaria, productora de pulpa de naranjilla congelada, en el cantón El Chaco

1.2. Planteamiento del problema, formulación y sistematización del problema

1.2.1. Planteamiento del problema

Actualmente el proyecto hidroeléctrico Coca Codo Sinclair se lleva a cabo en las provincias de Napo y Sucumbíos. Dicho proyecto es el más grande y representativo en el sector energético del Ecuador, para el avance de su construcción requiere de gran cantidad de mano de obra de ese sector, la misma que al culminar la construcción del proyecto quedará desempleada. Coca Codo Sinclair tiene un presupuesto destinado solo para mejorar la calidad de vida de la gente del lugar. El presupuesto tiene un límite de tiempo, según los directivos del proyecto el dinero estará disponible solo el período que duren las actividades de construcción de la hidroeléctrica que son aproximadamente tres años.

Lo ideal sería proponer proyectos que busquen crear empleo en cualquiera de las dos provincias, con el fin de aprovechar el presupuesto en emprendimientos comunitarios basados en una economía solidaria. Si no se proponen proyectos con visión a crecer a futuro, el dinero destinado a mejorar la calidad de vida de estas personas se desperdiciará y durará los 3 años pronosticados para culminar la hidroeléctrica.

El cantón El Chaco ubicado en la provincia de Napo basa su producción primaria en ciertas frutas como son la naranjilla, maracuyá, la guayaba y la granadilla. El problema es que debido a la falta de recursos económicos y conocimientos, estas frutas solo son comercializadas en los alrededores del sector. Son muy pocos los agricultores que a través de intermediarios comercializan su producción en mercados de diferentes provincias. Es por esto que muchos de ellos han decidido disminuir hectáreas de producción a pesar de que cuentan con la mayoría de factores a su favor como lo son el clima y el suelo fértil.

Hay que tomar en cuenta que el Ecuador es un país privilegiado por la gran cantidad de frutas que se dan, por lo que el deshabilitar hectáreas y disminuir la producción de las mismas no es una buena opción, sobre todo siendo el sector agropecuario uno de los más importantes para el desarrollo económico y social.

El Ecuador es uno de los principales países productores de naranjilla. Según el censo nacional agropecuario realizado en el 2002 en el Ecuador existen 7.983 hectáreas de naranjilla plantadas y se comercializa un total de 5.473 Tm de naranjilla. Los problemas de mayor importancia que reducen la productividad de este cultivo son el uso de variedades e híbridos susceptibles al complejo de enfermedades foliares, deficiente manejo nutricional y fitosanitario del cultivo, densidades de plantación y alta virulencia de nematodos.(Zona Agro, 2010). Los agricultores deberán ser capacitados de manera adecuada en el manejo del suelo y cultivo para evitar problemas en la producción de la fruta.

Según los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir el desarrollo de comunidades contribuye con el avance del Ecuador, se genera empleo, se aporta a la industria y se aprovecha recursos naturales; todo esto con un objetivo principal que es el disminuir la pobreza e igualar las oportunidades de empleo en todo el país.

1.2.2. Formulación del problema.

¿Es factible el emprender una empresa en el cantón el Chaco para aprovechar la producción de naranjilla en el sector, dándole un valor agregado para a su vez comercializarlo en Quito?

1.2.3. Sistematización del problema.

- ¿Cuál es la situación en la provincia de Napo, cantón El Chaco en cuanto a la producción agrícola de naranjilla?
- ¿Cuáles son las amenazas y oportunidades existentes en el entorno para este emprendimiento?
- ¿Qué tipo de producto se va a producir?
- ¿Cuáles son las características del producto?
- ¿Cómo se abastecería de la materia prima?
- ¿Cuáles serían los clientes del producto?
- ¿Cómo están determinados los costos de elaboración del producto?
- ¿Qué pasaría si se logra implementar el proyecto?

1.3. Objetivo de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Estudiar la factibilidad de emprender una empresa productora de pulpa de naranjilla en el cantón El Chaco. Analizando la posibilidad de comercialización del producto en Quito.

1.3.2. Objetivos específicos

- Analizar la producción de naranjilla en Napo, específicamente en el cantón El Chaco en donde se busca implementar una empresa productora de pulpa de naranjilla congelada.

- Estudiar la posibilidad de crear una sociedad comunitaria con los pobladores del sector, para abastecer la subsistencia de la empresa y el desarrollo de la misma.
- Detectar las oportunidades y las amenazas que existen en el entorno y que influyen en la creación de una empresa productora de pulpa de naranjilla.
- Estudiar el producto, principales características y su diseño para comercialización.
- Determinar el segmento de mercado y los posibles clientes interesados en adquirir el producto.
- Efectuar un estudio legal y técnico en el cual se desarrolle el proyecto de implantar una productora de pulpa de naranjilla en el cantón El Chaco.
- Realizar un análisis financiero con el fin de establecer costos de elaboración y precios de comercialización de la pulpa de naranjilla.
- Determinar los resultados del proyecto para la comunidad El Chaco para saber las consecuencias del emprendimiento.

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Justificación teórica

El sustentar la investigación con teorías es fundamental, ya que gracias a estas se puede transformar los datos investigados en información y crear reflexión sobre el conocimiento existente. Con el fin de analizar la factibilidad del proyecto y aplicar los conocimientos aprendidos se utilizará diversas teorías tales como: La teoría de la oferta y la demanda, ventaja competitiva, entre otras, las cuales nos ayudarán a entender de mejor manera los principios administrativos que sustentan la investigación y su proceso de implantación. También se citará a importantes autores como Michael Porter, para

facilitar el entendimiento de los hechos investigados y la aplicación de los mismos según sus teorías.

1.4.2. Justificación metodológica.

Con el fin de transformar los datos en información y estrategias de una manera adecuada se deberá utilizar metodologías tanto teóricas como empíricas. Las metodologías utilizadas filtrarán los datos para lograr una investigación de calidad, en la que se vea reflejados los conocimientos aprendidos durante la carrera universitaria. Todas las metodologías tendrán un uso lógico que justifique los objetivos del plan de investigación y estarán ligados con resultados que expliquen el porqué de su uso. Ya que esta investigación generará nuevos conocimientos en base a métodos existentes, es indispensable la justificación del trabajo de investigación como lo es este plan de tesis.

1.4.3. Justificación práctica

El sector agropecuario es uno de los más importantes en el Ecuador, a través de los años se ha visto como este ha generado efectos positivos en el avance del país como: creación de empleos, contribución a la industria agrícola, aprovechamiento de materias primas, aumento en el uso de semillas e insumos nacionales, atracción de mercados internacionales, entre otras.

El agro es un sector en el cual la materia prima es de fácil acceso a nivel nacional y ofrece variedad de formas de industrialización de las mismas, es por eso que el MAGAP promueve programas que incentivan a desarrollar el avance en este sector productivo, y busca un desarrollo integral de agricultores en general que fortalezca la agroindustria y su comercialización con emprendimientos que no solo se basen en producir materias primas, sino en transformarlas dándoles un valor agregado.

Según los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, el Ecuador necesita de proyectos que incentiven la producción de productos o servicios en sectores poco favorables económicamente pero muy ricos en recursos. El propósito de esto es generar empleos e

ingresos que incrementen un mejor nivel de vida de las personas, así como también mejorar las carreteras, servicios básicos e infraestructura del lugar.

La inserción del proyecto propuesto en el medio será a través de una productora de pulpa natural de naranjilla congelada que estará ubicada en la provincia de Napo, cantón El Chaco. Esta empresa será una asociación de los agricultores y habitantes del lugar teniendo en cuenta una economía solidaria para mejorar la calidad de vida de las personas, buscando la creación de nuevos negocios que abran plazas de trabajo diversas. Se contará como proveedores de la materia prima (naranjilla) a los pequeños agricultores del sector, y su distribución se dará en la provincia de Pichincha, cantón Quito.

El segmento de mercado objetivo son los restaurantes y servicios de catering, quienes usarán el producto para decoración y preparación de diferentes platos a más de bebidas. Puesto que el sector de alimentos y bebidas representa la demanda más importante en cuanto a producción agrícola y sus derivados. Su búsqueda por satisfacer las necesidades de las personas en la actualidad los ha llevado a elegir productos naturales que reemplazan a las bebidas con químicos y otros productos de igual procedencia. La pulpa de fruta es un producto semi-procesado que brinda la oportunidad de dar diversos usos y ha tenido gran acogida por parte de los ecuatorianos.

1.5. Marco de referencia

1.5.1. Marco conceptual

Los términos técnicos que se utilizarán dentro de esta investigación serán explicados a continuación para mejor entendimiento de los lectores.

– Pulpa:

Es la parte blanda y carnosa de la fruta, se obtiene después de triturar un fruto, una planta, o de extraer su jugo, además tiene diversos usos industriales en el ámbito gastronómico.

– Naranjilla:

En el Ecuador se llama naranjilla a una pequeña fruta de cáscara anaranjada y cubierta de diminutos vellos cuya pulpa tiene un agradable y refrescante sabor agridulce. La denominan así, porque parece una pequeña naranja. El parecido es solamente exterior, ya que no pertenece a la familia citrus, sino a las solanáceas igual que la papa o patata.(Diccionario Etimológico, 2011)

– MAGAP:

Siglas que representan al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca que es la institución rectora del multisector, para regular, normar, facilitar, controlar, y evaluar la gestión de la producción agrícola, ganadera, acuícola y pesquera del país; promoviendo acciones que permitan el desarrollo rural y propicien el crecimiento sostenible de la producción y productividad del sector, impulsando al desarrollo de productores; en particular representados por la agricultura familiar campesina, manteniendo el incentivo a las actividades productivas en general.(MAGAP, 2014)

– SENPLADES:

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, es la Institución Pública encargada de realizar la planificación nacional en forma participativa, incluyente y coordinada para alcanzar el Buen Vivir que anhelamos todas y todos los ecuatorianos. Administra y coordina el Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa como un medio de desarrollo integral del país a nivel sectorial y territorial, estableciendo objetivos y políticas estratégicas, sustentadas en procesos de información, investigación, capacitación, seguimiento y evaluación; orientando la inversión pública y promoviendo la democratización del Estado Ecuatoriano, a través de una activa participación ciudadana que contribuya a una gestión pública transparente y eficiente.(SENPLADES, 2014)

– CGSIN:

La Coordinación General del Sistema de Información Nacional - CGSIN, tiene como objetivo proveer información confiable, oportuna y estructurada al sector público como privado para la toma de decisiones que aporten a la consecución de un mayor bienestar para todos los actores del sector agro productivo. Por lo tanto, la Coordinación se constituye como la entidad oficial del MAGAP en la generación de información primaria del agro, basado en una estructura sub-nacional, constituida por 7 oficinas zonales (una por cada región de planificación), en estrecha coordinación con la matriz. La Coordinación a través de sus Direcciones levanta, analiza y difunde información estructural (información geográfica) y sobre variables coyunturales. Esta información se la genera a partir de requerimientos solicitados por diferentes autoridades como; Ministros, Viceministros, Subsecretarios, Directores y otras entidades adscritas o programas emblemáticos del MAGAP. (MAGAP, 2014)

– SINAGAP:

Es el Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura, Pesca y Producción Forestal. Su función es investigar, asesorar y administrar los productos y servicios relacionados con el MAGAP, que garanticen la generación y provisión de información actualizada de calidad, en forma oportuna y acorde con los avances tecnológicos, sobre la disponibilidad, potencialidades y limitaciones de los recursos naturales renovables; facilitar estadísticas del agro, formular normativas y asesorar técnicamente a los sectores público y privado en esta competencia; así como, garantizar la disponibilidad, integridad y confiabilidad de servicios implementados mediante ventanilla única, que orienten a los ciudadanos y agiliten los trámites, software, hardware, datos y comunicaciones institucionales, con el fin de contribuir a la gestión y mejoramiento continuo de los procesos del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.(SINAGAP, 2014)

– UPA`s:

La Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos, más conocida por las siglas UPA, es una organización agraria de ámbito estatal, que representa los intereses de cientos de miles de productores. (Boletín Agrario, 2012)

- Segmentación de mercado:

Identificación de segmentos del mercado, seleccionar uno o más de ellos, y crear productos y programas de marketing a la medida de cada uno. Se divide al mercado en grupos más pequeños de compradores con diferentes necesidades, características o comportamientos, los cuales podrían requerir productos o mezclas de marketing diferentes.(Kotler y Amstrong, 2008)

- Sector comunitario:

Es el conjunto de organizaciones, vinculadas por relaciones de territorio, familiares, identidades étnicas, culturales, de género, de cuidado de la naturaleza, urbanas o rurales; o, de comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades que, mediante el trabajo conjunto, tienen por objeto la producción, comercialización, distribución y el consumo de bienes o servicios lícitos y socialmente necesarios, en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley.(Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2014)

- Circuitos CIBV:

El circuito CIBV (centros infantiles del buen vivir) es un circuito económico solidario en donde se integran todos los procesos, relaciones y habilitantes en la producción, agregación de valor, distribución-comercialización y consumo de alimentos. En este circuito los actores son los seres humanos; los mismos que representan el principio y fin del sistema dando vida a los distintos momentos del mismo.(Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2014)

- Economía de escala:

Cualquier situación de producción, incluso la prestación de servicios financieros, en la que el costo por unidad producida disminuye a medida que aumenta el número de unidades producidas. El costo por unidad no debe confundirse con el costo total. Este

último aumentará directamente con la cantidad producida independiente del comportamiento del costo por unidad.(La Gran Enciclopedia de Economía, 2012)

– VAN:

Valor actual neto, es el valor ganado cuando ya se ha recuperado la inversión. Su fórmula:

$$VAN = \frac{It - Et}{(1 + x)^t} - Io$$

$$VAN = \frac{BNt}{(1 + x)^t} - Io$$

– TIR

Tasa interna de retorno, es la tasa máxima a la que se recupera la inversión. Su fórmula:

$$VAN = \frac{BNt}{(1 + x)^t} - Io = 0$$

1.5.2. Marco teórico

Las teorías que se van a utilizar en la investigación son las siguientes:

a) Análisis industrial: Matriz de evaluación de factores externos

Esta matriz permite resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, legal, tecnológica y competitiva. Sin importar el número de oportunidades o amenazas clave, que se incluyan en la matriz EFE, la puntuación ponderada total más alta posible es de 4.0 y la más baja de 1.0. La puntuación ponderada total promedio es de 2.5. Una puntuación ponderada de 4.0 indica que la organización responde de manera extraordinaria a las oportunidades y amenazas existentes en su industria, mientras que una puntuación de 1.0 responde a lo contrario de lo expresado anteriormente.(Fred R. David, 2009)

b) Enfoque de la organización industrial (I/O) / El modelo de las 5 Fuerzas de Porter

Este enfoque sostiene que las fuerzas de la industria, determinan el desempeño de la organización. El modelo de las 5 Fuerzas de Porter es un ejemplo de la perspectiva (I/O), la cual se enfoca en analizar fuerzas externas y variables de la industria como sustento para lograr y conservar la ventaja competitiva.(Fred R. David, 2009)

Con el modelo de las 5 fuerzas de Porter analizamos los componentes de la competitividad en una industria y según cada componente podremos desarrollar estrategias.

- Rivalidad entre empresas competidoras
- Ingreso potencial de nuevos competidores
- Desarrollo potencial de productos sustitutos
- Capacidad de negociación de los proveedores
- Capacidad de negociación de los consumidores

c) Análisis de la cadena de valor (VCA)

Este análisis se refiere al proceso por el cual una empresa determina el costo asociado con las actividades de la organización que abarcan desde la compra de la materia prima hasta la fabricación del producto y su comercialización. El VCA aspira a identificar en donde existen las ventajas y desventajas relacionadas con bajos costos en la cadena de valor.(Fred R. David, 2009)

d) Benchmarking

Es una herramienta analítica empleada para determinar si las actividades de la cadena de valor de una empresa son competitivas en comparación con la de sus rivales y así favorecer las ganancias en el mercado. Permite a una empresa tomar acciones para mejorar su competitividad al identificar y mejorar las acciones de su cadena de valor en las cuales las empresas rivales muestran ventajas en costo, servicio, reputación u operación.(Fred R. David, 2009)

e) Estrategia enfocada

Una compañía que adopta una estrategia enfocada se concentra en grupos de clientes especiales, una línea de productos en particular, una región geográfica específica u otros aspectos que se vuelven el punto focal de los esfuerzos de la empresa. En lugar de atender todo el mercado con sus productos o servicios, la empresa puede darle importancia a un segmento específico del mercado.(Koontz Harold, 2009)

f) Estrategia de marketing y mezcla de marketing

La estrategia de marketing es la lógica de marketing que usa la compañía para establecer relaciones redituables. Identifica el mercado total, después lo divide en segmentos pequeños, luego selecciona los segmentos más prometedores, y entonces se concentra en servir y satisfacer a esos segmentos. Mientras que la mezcla de marketing observa a los actores y a las fuerzas del entorno de marketing y se adapta a sus circunstancias.(Kotler y Amstrong, 2008)

Los factores de dicha mezcla son:

- Producto
- Precio
- Plaza

- Promoción

g) Análisis del Punto de Equilibrio

Es una herramienta de la administración que sirve para orientar la decisión sobre capacidad instalada, programar el nivel de utilización de la capacidad, buscar el máximo de eficiencia en la etapa operativa y definir criterios para la fijación de precios o tarifas y examinar márgenes de subsidios. Este análisis consiste en igualar las ecuaciones de costo e ingreso, con el fin de determinar cuál es la cantidad de equilibrio de producto o servicio que el negocio necesita vender para que los ingresos generados hasta ese momento cubran los costos incurridos.(Canelos Ramiro, 2010)

1.5.3. Marco espacial

Esta investigación se llevará a cabo en la Provincia de Napo, cantón El Chaco, lugar donde se planea implementar la planta productora y en la Provincia de Pichincha, cantón Quito, al ser este nuestro mercado potencial.

1.6. Hipótesis del trabajo

Es factible la creación de una empresa que incluya a la comunidad del cantón El Chaco para producir pulpa de naranjilla congelada.

1.7. Metodología de la investigación

1.7.1. Métodos de investigación

Diferentes métodos tanto empíricos como teóricos serán usados para complementar el proceso de investigación. El fin es lograr analizar la factibilidad de la hipótesis planteada y sus objetivos. Los procedimientos usados serán los adecuados para esta investigación en específico.

1.7.1.1. Métodos teóricos

Análisis – Síntesis

El análisis consiste en la descomposición del objeto investigado en sus partes componentes, y es un método para obtener nuevos conocimientos. El análisis de un proceso en su desarrollo nos permite distinguir las diferentes etapas y tendencias contradictorias, además el fin del análisis es llegar al conocimiento de las partes como elementos de un todo complejo. La síntesis es la unión de un todo íntegro de las partes delimitadas por medio del análisis, pasando de lo esencial a la diferenciación y multiplicidad, ya que une lo general y lo singular para completar al análisis. (Diccionario Soviético de Filosofía, 2013)

Inducción - deducción

Los dos métodos principales del razonamiento son llamados deducción e inducción. La deducción trabaja de lo general a lo más específico, y la inducción va de lo específico a lo general. En la deducción, la conclusión sigue a las premisas; ésta es una conclusión necesaria y verdadera. En la inducción, la conclusión puede o no seguir a las premisas y no es necesariamente verdadera. La diferencia entre la deducción e inducción es muy simple. La deducción, generalmente significa que todas las conclusiones establecidas de las premisas son correctas. (Carm School, 2012)

7.1.1.2. Métodos empíricos

La Observación.

La observación científica como método consiste en la percepción directa del objeto de investigación. La observación investigativa es el instrumento universal del científico. La observación permite conocer la realidad mediante la percepción directa de los objetos y fenómenos. La observación científica es consciente; y se orienta hacia un objetivo o fin determinado. El observador debe tener un conocimiento cabal del proceso,

fenómeno u objeto a observar, para que sea capaz, dentro del conjunto de características de éste, seleccionar aquellos aspectos que son susceptibles a ser observados y que contribuyen a la demostración de la hipótesis. (Métodos Empíricos, 2012)

En esta investigación se harán observaciones de campo en Distrito Metropolitano de Quito, con el fin de identificar factores reales en nuestro mercado potencial; también se utilizará este método para determinar el lugar específico donde se asentará este proyecto en el cantón El Chaco.

La encuesta

La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado. En la encuesta a diferencia de la entrevista, el encuestado lee previamente el cuestionario y lo responde por escrito, sin la intervención directa de personas que colaboran en la investigación.

A diferencia de la entrevista la encuesta cuenta con una estructura lógica, rígida, que permanece inalterada a lo largo de todo el proceso investigativo. Las respuestas se escogen de modo especial y se determinan del mismo modo las posibles variantes de respuestas estándares, lo que facilita la evaluación de los resultados por métodos estadísticos. (Métodos Empíricos, 2012)

Realizaremos un formato de encuesta con preguntas referentes a esta investigación, la misma que será contestada por nuestros clientes. Gracias a la encuesta se recolectarán datos cuantitativos útiles para el análisis del proyecto propuesto.

La entrevista

Es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas: El entrevistador "investigador" y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener

información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación. La entrevista es una técnica antigua, pues ha sido utilizada desde hace mucho en psicología y, desde su notable desarrollo, en sociología y en educación. De hecho, en estas ciencias, la entrevista constituye una técnica indispensable porque permite obtener datos que de otro modo serían muy difíciles conseguir; este método se utilizará con el fin de obtener datos cualitativos de expertos en el tema a investigar.(Métodos Empíricos, 2012)

La observación

La técnica de observación es una técnica de investigación que consiste en observar personas, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.(Ricoverti Marketing, 2010)

1.7.2. Tipos de estudio

1.7.2.1. Estudios exploratorios

La investigación exploratoria es necesaria para obtener informaciones relevantes o estados del arte, para posibilitar una investigación más precisa o el desarrollo de una hipótesis. Un estudio exploratorio puede tener otras funciones como: aumentar la familiaridad del investigador con el fenómeno que desea investigar por medio de un estudio más consecuente y mejor estructurado, o con el marco que proyecta llevar a cabo tal estudio; establecer preferencias para posteriores investigaciones; reunir información acerca de las posibilidades y viabilidades de consecución de información. En conclusión los estudios Exploratorios ayudan a familiarizarse con fenómenos desconocidos, obtener una información para realizar una investigación más completa de un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras o sugerir afirmaciones y postulados.(Amador Galán Manuel, 2009)

1.7.2.2. Estudios descriptivos

Los estudios descriptivos son aquellos que estudian situaciones que ocurren en condiciones naturales, más que aquellos que se basan en situaciones experimentales. Por definición, los estudios descriptivos conciernen y son diseñados para describir la distribución de variables, sin considerar hipótesis causales o de otro tipo. De ellos se derivan frecuentemente eventuales hipótesis de trabajo susceptibles de ser verificadas en una fase posterior.(Estudios Descriptivos, 2009)

1.7.3. Fuentes de información

1.7.3.1. Fuentes primarias

Una fuente primaria es aquella que provee un testimonio o evidencia directa sobre el tema de investigación. Las fuentes primarias son escritas durante el tiempo que se está estudiando o por la persona directamente envuelta en el evento. La naturaleza y valor de la fuente no puede ser determinado sin referencia al tema o pregunta que se está tratando de contestar. Las fuentes primarias ofrecen un punto de vista desde adentro del evento en particular o período de tiempo que se está estudiando.(Estudios Descriptivos, 2009)

En esta investigación se utilizarán las siguientes fuentes primarias:

- **Entrevista:** obtendremos datos cualitativos sobre nuestro producto, la encuesta se realizará específicamente a nuestros clientes.
- **Encuesta:** para analizar la demanda y aceptación del producto, y así poder hacer proyecciones de producción y complementar datos de la oferta.
- **Observación:** se realizará observaciones de campo en los diferentes mercados y lugares de comercialización del producto, con el fin de estudiar las diferentes marcas competidoras y sus precios.

1.7.3.2. Fuentes secundarias

Materiales que no son manuscritos originales, registros contemporáneos o documentos. Una fuente secundaria es la que describe un evento o hechos distantes. Una buena fuente secundaria utiliza fuentes primarias para recopilar la información.(Estudios Descriptivos, 2009)

Las fuentes secundarias usadas para esta investigación serán:

- Libros de texto: los libros utilizados serán aquellos relacionados al ámbito administrativo con conceptos y teorías específicamente sobre esta investigación.
- Páginas de internet: se investigará en páginas web y páginas oficiales de ministerios.

- MAGAP: fuentes de información del Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca.

- CGSIN: fuentes de información de La Coordinación General del Sistema de Información Nacional

- SINAGAP: fuentes de información del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Pesca, Acuicultura y Producción Forestal.

- BCE: Banco Central del Ecuador.

- Página oficial proyecto Coca Codo Sinclair.

CAPÍTULO II: ANÁLISIS DEL ENTORNO

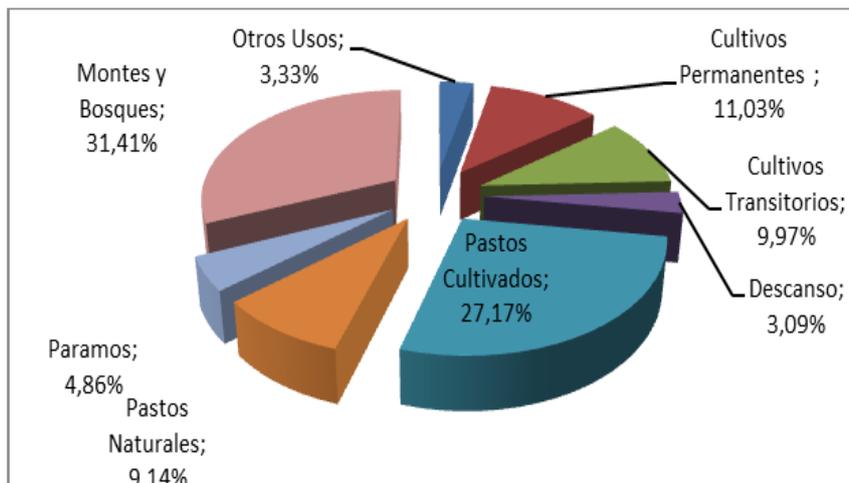
2.1. Agricultura del Ecuador

El sector agrícola del Ecuador es fuente de ingreso nacional además de ser fuente empleadora de mano de obra para los ecuatorianos. Las actividades agrícolas han hecho posible la creación de negocios y el desarrollo de productos de consumo nacional y de exportación, por consiguiente es significativo el abundar en este tema para fines de esta investigación.

“Agricultura es el conjunto de técnicas y conocimientos para cultivar la tierra. En ella se engloban los diferentes trabajos de tratamiento del suelo y cultivo de vegetales, frutas y hortalizas”(Diccionario Etimológico, 2011)

El Boletín Agropecuario Mensual N° 13, reveló los resultados de la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria (ESPAC), dichos resultados son un análisis del uso del suelo en el Ecuador. Como se puede presenciar en el siguiente gráfico, en el Ecuador predomina la existencia de montes y bosques representados por el 31,41%, seguido de pastos cultivados con un 27,17%. Según la encuesta, los cultivos permanentes ocupan un 11,03% de la superficie ecuatoriana mientras que los transtorios 9,97%, por resultante el 9,14% son pastos naturales y el resto de la superficie está dividida entre páramos, suelos de descanso y otros usos. (Boletín Agropecuarion N°13, 2010)

Gráfico 1: Uso del suelo en el Ecuador (participación en hectáreas)



Fuente: Boletín agropecuario mensual N° 13 , 2010

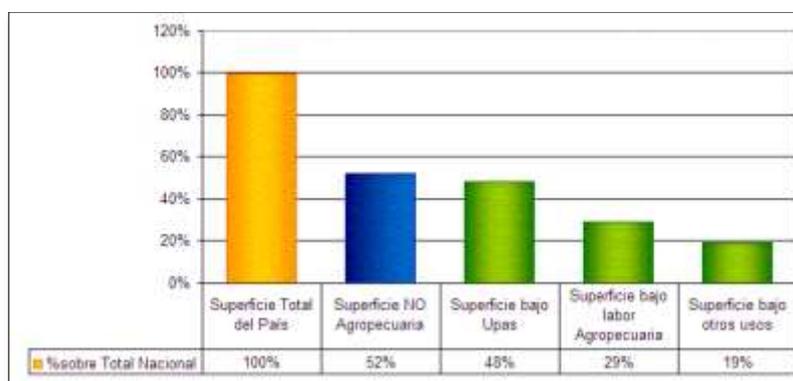
Elaborado por: La autora

La Cámara de Agricultura, en respuesta a las necesidades de información del productor agropecuario y demás actores del sector de la producción agrícola en el país, emprendió un proyecto de difusión de los resultados obtenidos en el III Censo Agropecuario Nacional realizado en el 2011, para lo cual contó con el apoyo del Proyecto SICA.

“El proyecto SICA es el esquema legal de producción y comercialización agrícola en el Ecuador, mismo que plantea que la Constitución ecuatoriana reconoce y garantiza el derecho a la propiedad de la tierra, incluyendo las tierras agrícolas. Pero la condición de esta garantía constitucional es que la tierra cumpla con su función social. La función social se cumple cuando los bienes se dedican al incremento y redistribución del ingreso, que permita a los ciudadanos el acceso a los beneficios de las riquezas y el desarrollo económico”(MAGAP, 2014)

Se pudo constatar que el Ecuador cuenta con zonas de cultivo agropecuario y con zonas de reserva natural. A las zonas de cultivo agropecuario se las identificó por su uso resultando lo siguiente; del total de la superficie el 52 % es utilizado para acciones no agropecuarias, mientras que el 48% de la superficie nacional está bajo el control de UPA`s (Unidad de Producción Agropecuaria). De igual manera se pudo concluir que del 48% antes mencionado, el 29% es superficie bajo labor agropecuaria y el 19% sobrante pertenece a la superficie identificada bajo otros usos diferentes al agropecuario.

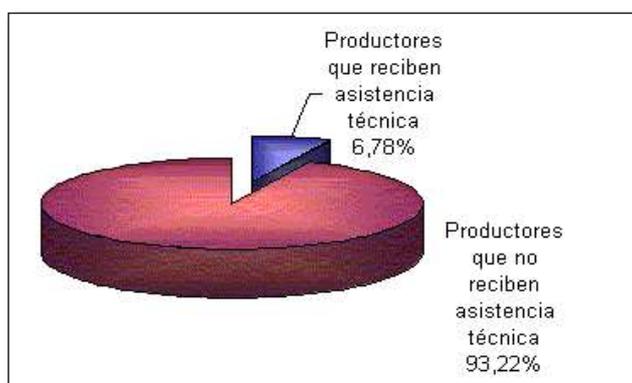
Gráfico 2: Uso Agropecuario del Territorio Nacional



Fuente: Proyecto SICA, 2011
Elaborado por: Cámara de Agricultura

Otro factor importante que se consultó mediante el III Censo Agropecuario Nacional fue la asistencia técnica que recibían los productores agropecuarios del Ecuador. La información obtenida proyectó resultados negativos ya que tan solo el 6,78% de productores recibieron o reciben asistencia técnica, dejando así percibir que el 93,22% de productores realiza sus actividades sin ninguna previa preparación.

Gráfico 3: Asistencia técnica en el Ecuador



Fuente: Proyecto SICA, 2011
Elaborado por: Cámara de Agricultura

Acorde al III Censo Nacional Agropecuario realizado en el 2011, el Ecuador reportó entre los cultivos permanentes de frutas un total nacional de 1.074.074 hectáreas, de las cuales 7.983 son de naranjilla. La tabla presentada a continuación, muestra los datos expuestos anteriormente y nos permite comparar cuál de las frutas tiene la mayor cantidad de hectáreas sembradas a nivel nacional y cuál es la de menor participación. La naranjilla, fruta que es el objetivo de esta investigación, no tiene una gran cantidad de hectáreas sembradas como el banano (180.331Ha.), pero tampoco mostró una representación insignificante de hectáreas como la papaya (1.608 Ha.). (III Censo Nacional Agropecuario, 2011)

Tabla 1: Cultivos permanentes de frutas en el Ecuador

Cultivos permanentes solos		Total Nacional
Total Nacional	Hectáreas	1.074.074
Banano	UPAs	28.619
	Hectáreas	180.331
Limón	UPAs	3.257
	Hectáreas	4.405
Mandarina	UPAs	1.992
	Hectáreas	2.077
Mango	UPAs	1.659
	Hectáreas	16.754
Manzana	UPAs	4.927
	Hectáreas	*
Maracuyá	UPAs	9.088

	Hectáreas	28.747
Mora	UPAs	10.909
	Hectáreas	4.046
Naranja	UPAs	2.183
	Hectáreas	3.737
Naranjilla	UPAs	5.992
	Hectáreas	7.983
Papaya	UPAs	1.543
	Hectáreas	1.608
Piña	UPAs	3.488
	Hectáreas	4.532
Tomate de árbol	UPAs	12.938
	Hectáreas	4.062

Fuente: INEC-MAGAP-SICA
(III CENSO NACIONAL AGROPECUARIO-DATOS 2011)
Elaborado por: La autora

2.2. Antecedentes del cantón El Chaco

El cantón El Chaco está ubicado en la provincia de Napo, es un lugar de 3.472,70 Km² que ha logrado destacarse por sus lugares turísticos, gastronomía y su actividad agropecuaria. A este cantón lo conforman las siguientes parroquias: Oyacachi, Santa Rosa, Gonzalo Días de Pineda, Linares, **El Chaco**, Sardinias.

La historia de fundación de este cantón empezó en 1930 mediante un decreto en el cual ciertas familias de Archidona se trasladaron a vivir a la zona llamada El Chaco, y de esta manera empezaron a sembrar dichas tierras dando paso a un período denominado “Ranchería El Chaco”. En 1984 se conformó el comité pro cantonización del lugar, atribuyendo este acto a la unión de su pueblo. (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2010)

El Chaco tiene una población de 7.808 habitantes dispersos en parroquias, urbanas (1) y rurales (2) como lo especifica la siguiente tabla. Dentro del área urbana habitan 4.524 personas, por otro lado en el área rural constan 2.918 personas.

Tabla 2: Datos poblacionales del cantón El Chaco

Datos de Población y superficie (Fuente INEC)	
Parroquias Urbanas	1
Parroquias Rurales	5
Total Población	7.808
Población Área Urbana	4.524
Población Área Rural	2.918
Superficie (km2)	3.472,70

Fuente: (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2010)

Elaborado por: La autora

Tabla 3: Distribución porcentual del valor agregado de ciertas actividades en Napo (en miles de dólares)

Provincia	Cantón	Agricultura, ganadería, silvicultura, pesca	Manufactura	Comercio	ECONOMÍA TOTAL
NAPO	El Chaco	1.802	167	1.545	3.513
Porcentaje		51,30%	4,75%	43,98%	100%

Fuente: Cuentas Nacional(Banco Central del Ecuador, 2010)

Elaborado por: La autora

Como se ilustra en la Tabla 2, la provincia de Napo posee un valor agregado total entre todas sus actividades productivas de 3.513 miles de dólares. Entre dichas actividades constan; agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, manufactura y comercio. Siendo la más representativa la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, ya que esta representa el 51,30% en relación al total. Se puede concluir que la agronomía de este sector es rica y fructífera y de alta importancia para el dinamismo productivo de Napo.

Según lo consultado en las Cuentas Nacionales del Banco Central, el cantón El Chaco aporta una participación del 8,90% a la provincia de Napo en cuanto a agricultura, ganadería, silvicultura y pesca se refiere. La participación de este cantón con la misma actividad a nivel nacional no es representativa ya que las cuentas del Banco Central registraron un 0% tal y como se demuestra en la siguiente tabla.

Tabla 4: Análisis de participación de Napo

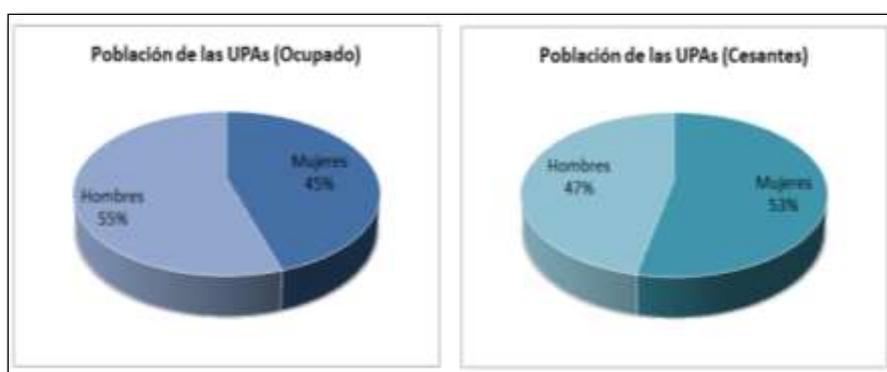
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca		
Provincias	Participación Territorial	Participación Nivel Nacional
Archidona	10,90%	0,00%
Carlos Julio Arosemena Tola	24,90%	0,10%
El Chaco	8,90%	0,00%
Quijos	29,70%	0,10%
Tena	25,60%	0,10%

Fuente: Cuentas Nacionales.(Banco Central del Ecuador, 2010)

Elaborado por: La autora

A continuación el estado de la población de las UPA`s en el cantón El Chaco diferenciadas por género y estado en el que se encuentran.

Gráfico 4: Estado de la población de las UPA`s



Fuente: Cuentas Nacionales.(Banco Central del Ecuador, 2010)

Elaborado por: La autora

En el cantón El Chaco la participación por géneros en actividades agrícolas no registra un porcentaje parejo. Se puede demostrar dicha apreciación mediante los previos gráficos, en los cuales se aprecia que del total de la población de las UPAs activas la mayoría son hombres (55%), contrario a la población de las UPAs cesantes en donde la mayoría son mujeres (53%).

2.2.1. Agricultura frutícola en El Chaco

La publicación de datos relacionados a la producción agrícola del Ecuador los maneja el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, abreviado por sus siglas MAGAP.

“El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca es la institución rectora del multisector, para regular, normar, facilitar, controlar, y evaluar la gestión de la producción agrícola, ganadera, acuícola y pesquera del país; promoviendo acciones que permitan el desarrollo rural y propicien el crecimiento sostenible de la producción y productividad del sector impulsando al desarrollo de productores, en particular representados por la agricultura familiar campesina, manteniendo el incentivo a las actividades productivas en general”(MAGAP, 2014)

Por medio de la función de análisis que realiza dicho Ministerio, se conoce que en El Chaco existen cultivos permanentes, transitorios, pastos cultivados y naturales, montes y bosques, páramos, y tierras en descanso o con otros usos.

La Tabla 5, revela la distribución por categorías del suelo en el Chaco en un periodo de tres años empezando en el 2009, en donde la mayoría de la superficie eran montes y bosques, los cultivos permanentes eran tan solo el 3,65% y la tierra en descanso estaba representada por el 0,08%.

Ya para el 2011, año más reciente en el que el MAGAP expuso el nuevo estudio de uso del suelo en Napo, se muestra el cambio de la superficie en uso de los cultivos permanentes, los mismos que aumentaron a un 4,08%. La superficie de suelo en descanso también aumento a 0,40% lo que se convierte en un factor negativo para la producción agrícola de Napo.

Se debe enfatizar la abundancia de campos abandonados cuyo suelo es fértil y apto para la producción agrícola y ganadera ya que estos abarcan un alto número de hectáreas sin uso.

Tabla 5: Superficie por categoría de uso del suelo en El Chaco

Uso del suelo	2009 ^{3/}		2010 ^{3/}		2011 ^{3/}	
	Superficie en uso (Ha.)	Porcentaje	Superficie en uso (Ha.)	Porcentaje	Superficie en uso (Ha.)	Porcentaje
Cultivos Permanentes	11.185	3,65%	11.399	3,87%	11.221	4,08%
Cultivos Transitorios y Barbecho	6.165	2,01%	6.050	2,05%	5.197	1,89%
Descanso	240	0,08%	1.528	0,52%	1.091	0,40%
Pastos cultivados	94.766	30,91%	84.868	28,81%	86.327	31,38%
Pastos naturales	8.950	2,92%	10.578	3,59%	20.949	7,61%
Paramos	43.582	14,22%	34.603	11,75%	20.707	7,53%
Montes y bosques	141.236	46,07%	145.070	49,24%	128.443	46,68%
Otros usos	445	0,15%	497	0,17%	1.202	0,44%
Total	306.568	100,00%	294.593	100,00%	275.138	100,00%

Fuente: SIGAGRO(MAGAP, 2014)

Elaborado por: MAGAP-CGSIN

(Dirección de investigación y generación de datos multisectoriales)

La producción primaria del cantón El Chaco se basa en ciertas frutas como; la naranjilla, granadilla, maracuyá y la guayaba, más se le atribuye a la falta de recursos y conocimiento el hecho de que estas frutas solo sean comercializadas en los alrededores del sector.

Tabla 6: Distribución de UPA`s en los diferentes cantones de Napo

Cantón	Total	
	UPA`s	Hectáreas
TOTAL NAPO	5.116	288.424
Tena	2.379	98.530
Archidona	1.333	108.482
El Chaco	601	30.219
Quijos	433	29.626
Carlos Julio Arosemena	369	21.567

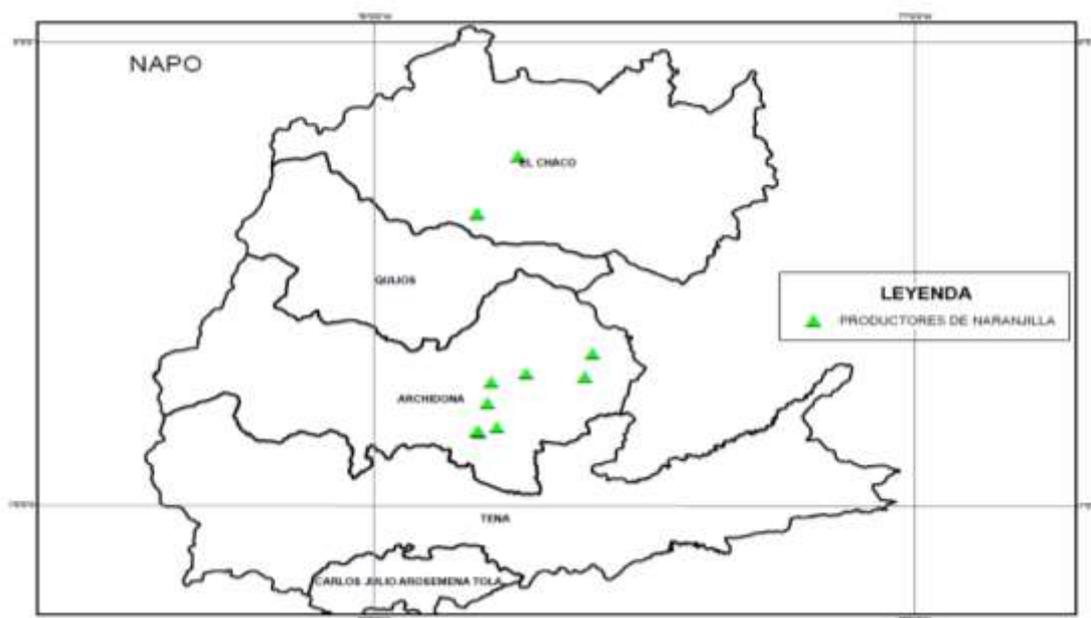
Fuente: INEC-MAGAP-SICA (III Censo Nacional Agropecuario, 2011)

Elaborado por: La autora

El Chaco reporta 601 Uniones de Pequeños Agricultores (UPA`s), los mismos que suman 30.219 de hectáreas sembradas en general, mismas que fueron registradas en el MAGAP como lo indica la Tabla 6: Distribución de UPA`s en los diferentes cantones de Napo.

A pesar de que El Chaco no produce una cantidad representativa de frutas a nivel nacional es uno de los cantones de Napo que posee UPAs de naranjilla, dichas agrupaciones podemos observar en la Ilustración 1, representadas por los triángulos verdes.

Ilustración 1: Concentración de Productores de naranjilla en Napo.



Fuente: SINAGAP. (MAGAP, 2014)
Elaborado por: NR, DECDI

El número de agricultores registrados en el MAGAP son 43, los mismos que en el 2011 reportaron una producción de 21.460 cajas que representan 869.900 libras de las cuales el 80% fueron comercializadas en el sector como lo indica la Tabla 7, proporcionada por el SINAGAP.

Tabla 7: Resumen de agricultores de naranjilla en el cantón El Chaco 2011

PROVINCIA	CANTÓN	NÚMERO DE AGRICULTORES	CULTIVO SEMBRADO	PRODUCCIÓN TOTAL (CAJAS)	PRODUCCIÓN TOTAL LIBRAS	AUTO CONSUMO %
Napo	Chaco	43	Naranjilla	21.460	869.900	20%

Fuente: SINAGAP. (III Censo Nacional Agropecuario, 2011)

Elaborado por: La autora

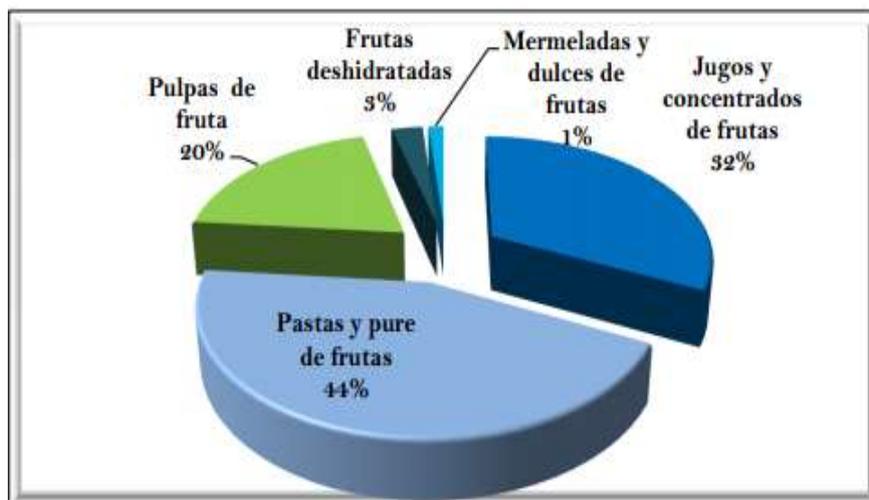
Cabe recalcar que todo el sector de Napo posee el suelo y clima apto para la producción de naranjilla pero el manejo de los recursos es diferente de cantón a cantón. Es por eso que la producción agrícola de ciertos cantones supera a la de otros y es utilizada para diferentes propósitos como consumo propio o para el comercio.

2.3. Agroindustria / Pulpas de frutas

En Ecuador, la agroindustria es un sector considerable para el desarrollo de la economía del país, debido a que es a esta a la que se le atribuye la generación de ciertas plazas de trabajo y actividades aledañas.

La agroindustria agrupa dentro de una sola categoría varias industrias como la de alimentos procesados y también otra clase de productos elaborados en base a materias primas agrícolas y ganaderas. Dentro de la industria manufacturera, la cual representa alrededor del 10% del PIB, la agroindustria representa el 47% del total producido, siendo la más importante dentro de esta categoría. Este sector ha prosperado en el Ecuador gracias a factores internos como el alto potencial agrícola que goza el país por la existencia de condiciones favorables, por consiguiente se puede cultivar toda clase de productos agrícolas, los cuales sirven de principal insumo en la industria de elaboración de alimentos y bebidas. (Flasco-Mipro Ecuador, 2011)

Gráfico 5: Producción de la industria de jugos y conservas de frutas



Fuente: Boletín mensual N°19.(Flasco-Mipro Ecuador, 2011)

Elaborado por: La autora

Como se observa detalladamente en el gráfico, dentro de la agroindustria un sector importante es la elaboración de pulpas de frutas el mismo que posee una participación de 11% en relación a otras actividades de la agroindustria.

Dentro de la categoría de pulpa de frutas, el Banco Central del Ecuador expuso en su boletín de análisis sectorial de MIPYMES la tabla expuesta a continuación (Tabla 7). Esta tabla nos indica que la pulpa de naranjilla tiene un porcentaje de participación de producción de 0,21% y un porcentaje de ventas de 0,18%.

La pulpa de naranjilla congelada es un producto todavía no explotado en el mercado ecuatoriano, pero con mucho potencial. Es una fruta exótica y tradicional de nuestra cultura que ha sido consumida desde hace mucho tiempo atrás, además de que su popularidad ya trascendió a todas las regiones del Ecuador. Ahora son más los clientes institucionales y consumidores finales que se benefician de la pulpa congelada en el ámbito gastronómico.

Tabla 8: Producción y ventas industriales de las Pulpas de Frutas (2011)

Categoría	Valor de producción	Participación en totales por categoría (%)	Valor de las ventas	Participación en totales por categoría (%)
Pulpas de frutas	\$ 8.431.188,00	100,00%	14.407.904,00	100,00%
Pulpas de Tomate de árbol	\$ 3.917.839,00	46,47%	\$ 4.295.466,00	29,81%
Pulpa de maracuyá	\$ 1.780.772,00	21,12%	\$ 2.180.138,00	15,13%
Coco	\$ 921.283,00	10,93%	\$ 2.490.732,00	17,29%
Pulpa de mango	\$ 636.467,00	7,55%	\$ 3.248.514,00	22,55%
Pulpa de manzana	\$ 537.110,00	6,37%	\$ 696.436,00	4,83%
Pulpa de guanábana	\$ 328.117,00	3,89%	\$ 778.846,00	5,41%
Pulpa de mora	\$ 286.930,00	3,40%	\$ 672.457,00	4,67%
Pulpa de naranjilla	\$ 17.330,00	0,21%	\$ 26.615,00	0,18%
Pulpa de frutilla	\$ 5.340,00	0,06%	\$ 18.700,00	0,13%

Fuente: Boletín mensual N°19.(Flasco-Mipro Ecuador, 2011)

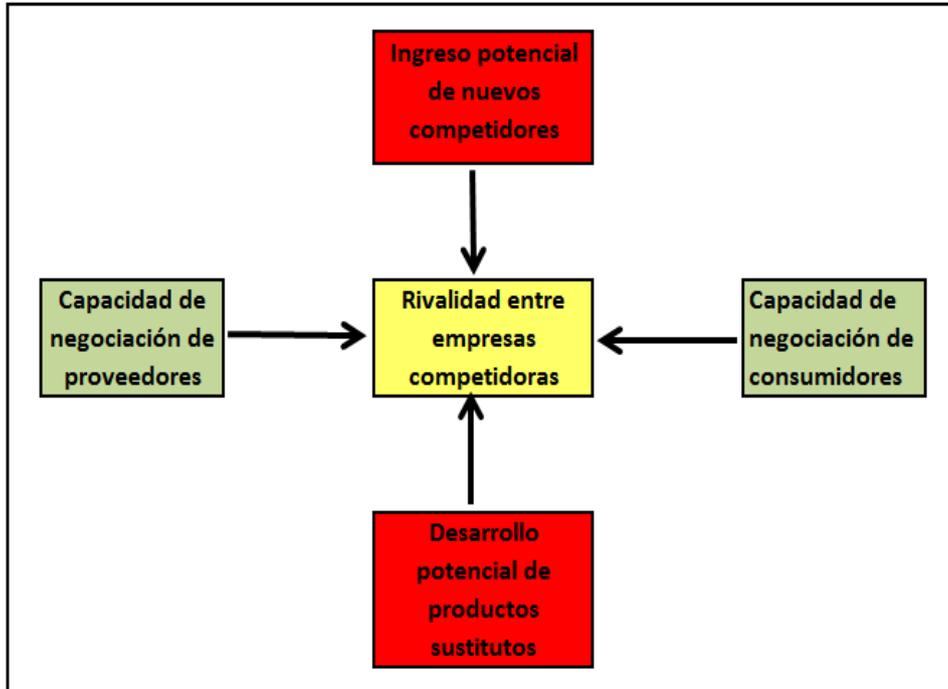
Elaborado por: La autora

2.4. Las 5 fuerzas de Porter

El Grafico 6, detalla la interacción de las cinco fuerzas competitivas establecidas por Michael Porter aplicadas al objetivo de esta investigación, las mismas que categorizaremos poniéndole un color específico dependiendo de su grado de competencia:

- Rojo: alta
- Amarillo: media
- Verde: baja

Gráfico 6: Cinco fuerzas competitivas de Michael Porter para la pulpa de naranjilla congelada



Fuente: Administración Estratégica(Charles Hill, 2010)

Elaborado por: La autora

2.4.1. Rivalidad entre empresas competidoras

En un mundo globalizado donde la tecnología ha facilitado el acceso a mercados foráneos la competencia es cada vez más agresiva, por lo que la fuerza competitiva influye mucho en el posicionamiento de un producto.

La pulpa de fruta de naranjilla congelada, se encuentra en un mercado perfecto:

“Un mercado perfecto es aquel en el cual los productos son homogéneos. Existe gran número de compradores y vendedores, ningún vendedor o comprador puede influir en el precio, los consumidores maximizan sus utilidades y los vendedores sus beneficios”(La Gran Enciclopedia de Economía, 2012)

Por tanto, para el caso específico de la pulpa de naranjilla congelada la rivalidad entre empresas ya existentes está categorizada con rojo debido a la existencia de varias

empresas productoras de pulpa con productos muy semejantes y a la facilidad de entrar y salir del mercado por no existir barreras. Además al ser un producto cíclico, se puede aprovechar del concepto de economía de escala.

“Existen economías de escala cuando el costo unitario de producir un bien disminuye en la medida en que aumenta la tasa de producción”(Parkin Michael, 2009)

Al existir un número considerable de oferentes, conlleva a que la decisión individual de cada uno ejerza una insignificante influencia sobre el régimen del mercado y el demandante. En el caso de las pulpas de frutas, existen marcas reconocidas y de fácil acceso como lo enlista la siguiente tabla en donde están las diez empresas con ventas más representativas del Ecuador. Para obtener mayores beneficios dentro de este mercado la constante innovación del producto o la marca, un mejoramiento de calidad o servicio y lo más importante una campaña de marketing masiva serían recomendaciones útiles.

Tabla 9: Principales empresas productoras de pulpa de fruta congelada

Ranking	Empresa	Ventas 2010
1	Huertosa Alimentos	\$ 24.591.246
2	Tropifrutas S.A.	\$ 11.412.174
3	Profrutec	\$ 8.310.152
4	Futurcorp S.A.	\$ 5.454.311
5	La Hortícola	\$ 3.457.841
6	La jugosa S.A.	\$ 426.596
7	Eagropeas S.A.	\$ 371.257
8	IAGSA S.A.	\$ 239.886
9	Expropalm S.A.	\$ 65.652
10	ENVAGRIF	\$ 39.456

Fuente: Boletín mensual de análisis sectorial.(Flasco-Mipro Ecuador, 2011)

Elaborado por: La autora

2.4.2. Ingreso potencial de nuevos competidores

El ingreso de nuevos competidores para la pulpa congelada de naranjilla depende de varios factores.

La disponibilidad de la materia prima (naranja) es uno de ellos, ya que la materia prima es el principal determinante de la producción de la pulpa congelada. En este caso la naranja es una fruta que se puede cosechar durante todo el año y el sector donde más prolifera su producción es en el Oriente Ecuatoriano.

Otro factor es el atractivo del mercado. El mercado de consumo el cual lo conforman en su mayoría familias y el mercado industrial de alimentos y bebidas, los que adquieren productos no duraderos y de fácil acceso y es por eso que la producción de los mismos es constante y en su mayoría a gran escala.

Otro factor determinante es la competencia existente y su reacción ante un nuevo competidor. Como bien sabemos en el mercado Ecuatoriano hay firmas que poseen una gran participación de mercado y los consumidores no solo compran el producto sino también la marca que lo envuelve.

Los factores mencionados anteriormente son los más influyentes para el producto estudiado en esta investigación (pulpa de naranja congelada).

2.4.3. Desarrollo potencial de productos sustitutos

Productos sustitutos son aquellos productos que reemplazan a otros ya que logran satisfacer las necesidades del cliente de igual manera pero a menor precio o brindando otros beneficios.

La pulpa de naranja es un producto de consumo cuyo uso más popular es para la elaboración de jugos, considerando dicho factor los posibles sustitutos serían:

- La fruta fresca de naranja por su bajo precio en relación a nuestro producto, además por tradición los ecuatorianos prefieren el aroma y textura que solo la fruta fresca les ofrece.

- Los jugos artificiales también son considerados potenciales sustitutos de la pulpa de naranjilla ya que gracias a los saborizantes artificiales pueden lograr igualar el sabor que nuestro producto ofrece.

2.4.4. Capacidad de negociación de los proveedores

Los proveedores tienen un papel importante para la creación de cualquier negocio, ya que son ellos los encargados de proveer la materia prima o materiales que conformen el producto final. La relación entre la empresa y sus proveedores es vital para cumplir con un ciclo de producción de manera eficaz.

Para el objetivo de esta investigación se ha determinado dos clases de proveedores los proveedores primarios y los secundarios, siendo los primeros los encargados de proveer la naranjilla. En cuanto a los secundarios son los proveedores de los suministros necesarios para el ensamblaje del producto, entre ellos las bolsas de empaque, las etiquetas, entre otros.

En el caso de los proveedores primarios analizaremos la cantidad de agricultores por parroquias. De esta manera se delimitó tomando en cuenta la superficie de cultivo de cada lugar y la cantidad de agricultores significativos para asegurar el abastecimiento de la fruta sin sobre explotar el cultivo de la misma, ni crear un monocultivo de naranjilla en el cantón El Chaco. El Anexo 5: Agricultores de naranjilla en el Cantón el Chaco según el último censo realizado por el MAGAP (2011) fue de utilidad para la creación de la siguiente tabla resumen.

Tabla 10: Agricultores por parroquia del cantón El Chaco

Provincia	Cantón	Parroquia	Cultivos Sembrados	Ha.	Total en Libras
Napo	Chaco	Chaco	Naranjilla	1,50	19.200
Napo	Chaco	Gonzalo Días de Pineda	Naranjilla	5,95	87.860
Napo	Chaco	Linares	Naranjilla	4,20	120.195
Napo	Chaco	Santa Rosa	Naranjilla	38,10	635.576
Napo	Chaco	Sardinas	Naranjilla	0,20	6.400
TOTAL				49,95	869.231

Fuente: (Boletín Agrario, 2012)
Elaborado por: La autora

2.4.5. Capacidad de negociación de los consumidores

Los clientes son considerados el objetivo de una empresa y sus necesidades una oportunidad. A medida que aumentan los clientes hay mayor necesidad por ser satisfecha y por ende mayor demanda de un producto. Para este caso de investigación existen dos tipos de clientes el cliente y el consumidor. El cliente es aquel que selecciona y compra el producto mas no lo consume. Mientras que el consumidor selecciona el producto, lo compra, lo utiliza y lo desecha.

En el caso de un producto de consumo, como la pulpa congelada de naranjilla, entre mayor sea la demanda del producto mayor poder de negociación adquiere el cliente, ya que con la demanda del producto vienen nuevas necesidades por ser cubiertas y nuevas expectativas para mejorar el producto o su precio.

Dentro de ambas categorías de clientes el nivel de negociación de la empresa y el cliente depende de ciertos aspectos demográficos como; el género, edad y nivel socioeconómico. Estos aspectos son determinantes ya que dependen de ellos la necesidad que el cliente busque satisfacer y el valor de uso que le dé al producto.

CAPÍTULO III: SOCIALIZACIÓN DEL PROYECTO

3.1. Socialización del proyecto en el Cantón El Chaco

Este proyecto busca asentarse en el cantón El Chaco, puesto que esta locación reúne las características necesarias para el desenvolvimiento de la planta productora de pulpa de naranjilla. Se pretende abastecer a la planta con naranjilla proveniente de los pequeños cultivos del sector, por lo tanto, los agricultores serán parte primordial de este proyecto.

En el Chaco existen 43 agricultores, los mismos que en el 2011 reportaron una producción de 21.460 cajas que representan 869.900 libras de las cuales el 100% fueron comercializadas en el sector como lo indica la siguiente tabla proporcionada por el SINAGAP.

Tabla 11: Resumen de agricultores de naranjilla en el cantón El Chaco 2011

PROVINCIA	CANTÓN	NÚMERO DE AGRICULTORES	CULTIVO SEMBRADO	PRODUCCIÓN TOTAL (CAJAS)	PRODUCCIÓN TOTAL LIBRAS	AUTO CONSUMO %
Napo	Chaco	43	Naranjilla	21.460	869.900	20%

Fuente: III Censo Agrario. (Boletín Agrario, 2012)

Elaborado por: La autora

Ilustración 2: Agricultores de naranjilla del Chaco



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Las políticas de esta empresa serán enfocadas al beneficio de los agricultores del cantón, por consecuente, se procedió a encuestarlos con la finalidad de conocer su predisposición hacia este emprendimiento.

Para conocer el total de encuestas a realizar se aplicará la fórmula de muestreo para una población finita, ya que se concluyó que la población objetivo será de 43agricultores. Dicha fórmula se detalla a continuación.

Fórmula de muestreo para una población finita

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

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

Z: Nivel de confianza

p: Probabilidad de ocurrencia

q: Probabilidad de no ocurrencia

e: Margen de error

$$n = \frac{43 * 1,96^2 * 0,50 * 0,50}{0,05^2 * (43 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{39,63}{0,105 + 0,9604}$$

$$n = \frac{39,63}{1,0654}$$

$$n = 37$$

Se deberá realizar 37 encuestas que obedecerán a las siguientes preguntas.

1. ¿Fue el proyecto entendido?

Si _____ No _____

2. ¿Existen proyectos similares en la zona?

Si _____ No _____

3. ¿Qué beneficios espera que este proyecto brinde?

Beneficios económicos _____

Capacitaciones _____

Mejora en el sector _____

Apoyo agrícola _____

4. ¿Cuál de los siguientes considera un problema común para los agricultores?

Falta de recursos agrícolas _____

Falta de conocimiento sobre prácticas agrarias _____

Escases de compradores _____

Escases de ingresos _____

5. ¿Le gustaría participar con su producción en este proyecto?

Si _____ No _____

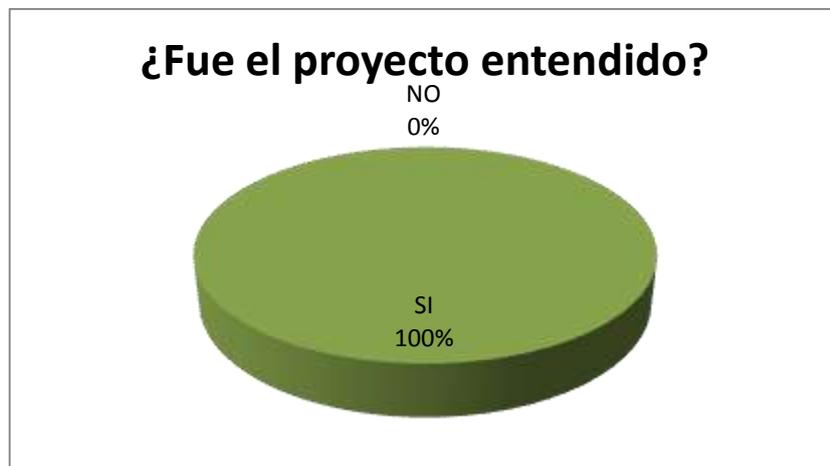
6. ¿Considera que al llevarse a cabo este proyecto se podrá impulsar la agricultura?

Si _____ No _____

A continuación se presentará la tabulación de la encuesta.

Gráfico 7: Pregunta 1: ¿Fue el proyecto entendido?

SI	43
NO	0



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Previo a realizar las encuestas, el proyecto fue explicado a cada uno de los encuestados con la finalidad de que se comprendiera el accionar de este emprendimiento.

Gráfico 8: Pregunta 2: ¿Existen proyectos similares en la zona?

SI	5
NO	38

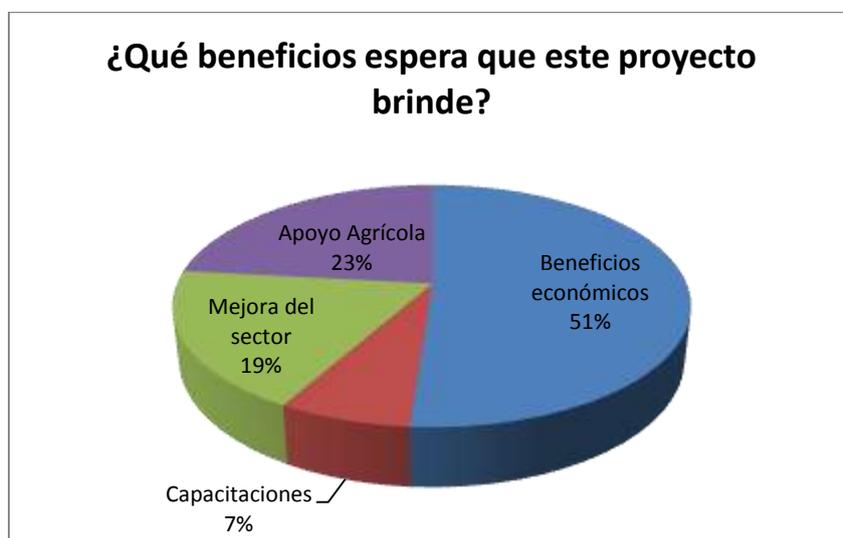


Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

En el cantón El Chaco existen muy pocos proyectos que impulsen la agricultura de la zona. Como ilustra el gráfico, únicamente el 12% de agricultores conoce o ha escuchado de proyectos en los que intervenga la producción frutícola del cantón.

Gráfico 9: Pregunta 3: ¿Qué beneficios espera que este proyecto brinde?

Beneficios económicos	22
Capacitaciones	3
Mejora del sector	8
Apoyo Agrícola	10



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Es importante conocer las expectativas de los agricultores sobre este emprendimiento puesto que se buscará cubrir los intereses de aquellos que formen parte de la cadena de distribuidores de tal manera que esto conlleve a una mejora social. Por tanto, los beneficios económicos que pueda traer consigo el proyecto son los de mayor importancia, ya que esto significa un ingreso a cada hogar. La mejora en el sector también es una expectativa representativa por la cual se inclinan los agricultores, puesto que al mejorar el sector existe desarrollo. El 23% de los encuestados expresaron su anhelo de apoyo agrícola puesto que el cantón posee suelo apto para la agricultura más no los implementos necesarios para que esta actividad se desenvuelva de mejor manera.

Gráfico 10: Pregunta 4: ¿Cuál de los siguientes considera un problema común para los agricultores?

Falta de recursos agrícolas	16
Falta de conocimiento sobre prácticas agrarias	6
Escases de compradores	13
Escases de ingresos	8



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Los agricultores del Chaco opinan que la falta de recursos agrícolas es uno de los problemas más representativos a enfrentar. La escases de compradores de fruta en la zona también es considerado un problema, por consiguiente no existe un ingreso necesario que es permita expandir su producción. La falta de conocimiento sobre prácticas agrarias no es un problema representativo para los agricultores del Chaco puesto que al ser un sector cuya actividad económica se basa en la agricultura existe suficiente conocimiento del tema.

Gráfico 11: Pregunta 5: ¿Le gustaría participar con su producción en este proyecto?

SI	40
NO	3



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

El 93% de los encuestados mostró un interés en este proyecto y en participar con su producción, como se observa en el gráfico el porcentaje de agricultores que no participaría es menor al porcentaje de agricultores que ven a este proyecto como una fuente de ingreso de llevarse a cabo el mismo.

Gráfico 12: Pregunta 6: ¿Considera que al llevarse a cabo este proyecto se podrá impulsar la agricultura?

SI	41
NO	2



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Al consultar a los agricultores sobre el impulso a la agricultura que el este proyecto puede desarrollar la mayoría de ellos, el 95%, considera que un emprendimiento así sería de importancia para el desarrollo de actividades agrícolas y el incremento en la producción de frutas específicamente.

3.2. Coca Codo Sinclair

El Proyecto Hidroeléctrico Coca Codo Sinclair es considerado la mayor obra construida en el país con gran despliegue humano, más de 6.000 empleos directos y de 15.000 indirectos. Representa una inversión de cerca de 2.000 millones de dólares, con un 70% (\$1.682'745.000) de financiamiento del Eximbank de China y una contraparte restante de parte del Gobierno Ecuatoriano. El objetivo es que para el 2016, tras su puesta en operación, el Ecuador obtenga soberanía energética y erradique la dependencia de la misma al dejar de importar electricidad desde los países vecinos. Es un proyecto ambientalmente responsable por su concepción y su desarrollo, que utiliza agua como combustible y la mayoría de sus obras son subterráneas con lo cual no hay mayor afectación al entorno y su energía es limpia.(Proyecto Hidroeléctrico Coca Codo Sinclair, 2014)

El Proyecto Coca Codo Sinclair fundamenta su Gestión Social y Comunitaria tutelada por siete políticas expuestas en la siguiente tabla.

Tabla 12: Políticas de compensación social Coca Codo Sinclair

Política 1	Contribuir al cumplimiento de los principios y objetivos y nacionalidades, definidos en el Plan Nacional para el Buen Vivir.
Política 2	Garantizar el buen trato, establecer el diálogo social, la buena vecindad, el respeto mutuo y relacionamiento con los diferentes actores locales, comunidades, organizaciones, pueblos y nacionalidades indígenas, sin que sean objeto de racismo o de alguna forma de discriminación.
Política 3	Establecer y ejecutar programas, con la participación de la comunidad, para ayudar al establecimiento de un sistema económico social, solidario sostenible y mejorar la calidad de vida de las comunidades.
Política 4	Promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular, conforme al Buen Vivir.

Política 5	Priorizar la participación de obreros y profesionales de la zona de influencia del proyecto en su ejecución, observando los perfiles y experiencia requerida para el cargo o función a desempeñar.
Política 6	Promover, apoyar, gestionar y ejecutar el Plan de Compensación Social y Comunitario, enfocado a la generación de oportunidades, creación de plazas de trabajo, desarrollo agro-productivo, mejoramiento de la calidad de la educación, salud, capacitación, investigación, servicios básicos, servicios públicos, innovación y transferencia de tecnología, etc.
Política 7	Propender a la eficacia en la dirección, monitoreo, evaluación de la empresa y responsabilidad social y, a la eficiencia en costos y productividad.

Fuente: Políticas de Gestión Social y Comunitaria.(Proyecto Hidroeléctrico Coca Codo Sinclair, 2014)

Elaborado por: La autora

Además de regirse por políticas, el Proyecto Coca Codo Sinclair como responsable del sub-proceso de Responsabilidad Social tiene ciertas atribuciones y responsabilidades, de las cuales las siguientes son aplicables para este proyecto. (Proyecto Hidroeléctrico Coca Codo Sinclair, 2014)

- a) Generar las condiciones para el desarrollo de relaciones sociales y políticas; constructivas y propositivas con las autoridades, comunidades y habitantes de la zona en que se ejecutan las obras de construcción del o de los proyectos a cargo de la Empresa.
- b) Desarrollar políticas empresariales acorde al Plan del Buen Vivir, relacionadas a los procesos de Responsabilidad Social de la Empresa.
- c) Planificar, diseñar, gestionar y ejecutar, en coordinación con las instituciones y organismos responsables, los programas, planes y/o proyectos para el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades asentadas en la zona de influencia del o de los proyectos, en las áreas de educación, salud, agrícola, capacitación y servicios básicos.
- d) Implementar los Planes de Compensaciones y Responsabilidad Social aprobados por la Empresa, para el desarrollo y apoyo a la comunidad en la zonas de influencia del o de los proyectos de la Empresa.

En concordancia con la Coordinación de Responsabilidad Social del Proyecto Coca Codo Sinclair, este proyecto de tesis busca obtener financiamiento basando su propuesta en la apertura que esta entidad brinda a proyectos relacionados con el Plan Nacional del Buen Vivir que involucran actividades agrícolas y mano de obra del sector.

Para poder avanzar con la planificación de este plan de factibilidad, fue necesario el realizar una entrevista al Coordinador de Responsabilidad Social del Proyecto Coca Codo Sinclair, Francisco Erazo.

El entrevistado nos aclaró que los trabajos de la hidroeléctrica empezaron en junio del 2011, sin embargo, dos años atrás ya se empezó con la adecuación de vías de acceso exclusivas del proyecto cuyas operaciones hidroeléctricas empezarán en febrero del 2016 según los planes estimados.

Cada proyecto de responsabilidad social mantiene cierto presupuesto basado en el total destinado para la Jefatura de Responsabilidad Social; el cual dispone de 22 millones de dólares, de los cuales aproximadamente un millón doscientos mil dólares estaban aprobados para inversiones con el MAGAP manteniendo convenios y corresponsabilidades en conjunto.

Para que Coca Codo Sinclair invierta en proyectos propuestos por esta jefatura, es necesario prever los gastos y magnitud del mismo, al ser Coca Codo Sinclair una entidad pública debe correlacionar sus planes de desarrollo en conjunto con las juntas cantonales del sector y el consejo provincial, sobre todo si se trata de temas agrarios. Una vez justificado el proyecto con las entidades antes mencionadas, es la SENPLADES la entidad encargada de expresar su aprobación por ser parte del directorio de Coca Codo Sinclair y cumplir con lo dispuesto por el gobierno.

Los parámetros para seleccionar un proyecto son básicamente la compatibilidad prevista en territorio y generación de desarrollo social con equidad y sostenibilidad siendo responsable ambientalmente. Los proyectos aceptados gozan de cierta autonomía administrativa, una vez que estos cumplan con los objetivos de adecuación impuestos para su desarrollo por parte de Coca Codo Sinclair y sean justificados y aprobados por el funcionario público destinado a regular las actividades de inicio. De esta manera ya el avance y la capacitación necesaria para continuar exitosamente el proyecto dependen del Gerente y su administración.

3.3. Impacto social del proyecto

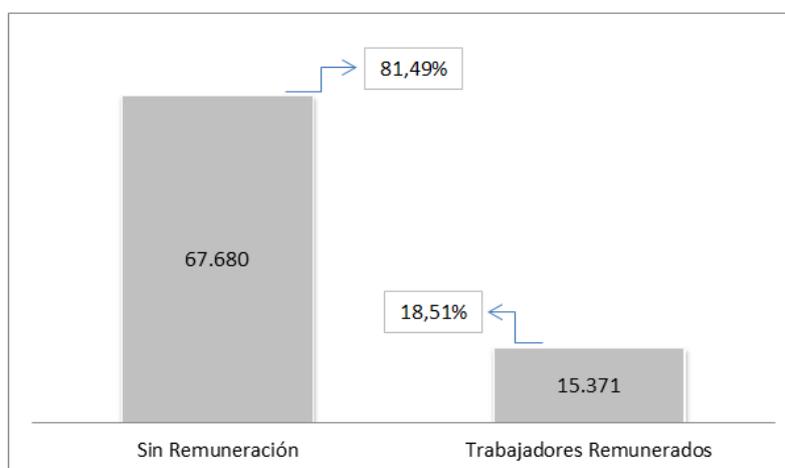
La Constitución de la República del Ecuador, Sexta Sección: Hábitat y vivienda establece lo siguiente.

“Art. 30.- Las personas tienen derecho a un hábitat seguro y saludable, y a una vivienda adecuada y digna, con independencia de su situación social y económica”(Constitución de la República del Ecuador, 2014)

Basándonos en el derecho de las personas por conllevar una vida digna con independencia económica, se busca alcanzar un impacto positivo en la calidad de vida de las mismas que habitan el sector de El Chaco. Para impulsar un desarrollo económico, este proyecto pretende ser fuente de empleo e ingresos, sabiendo que el derecho del trabajo es fundamental para el deber social del individuo como lo resume el siguiente artículo de la Constitución del Ecuador.

“Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado”(Constitución de la República del Ecuador, 2014)

Gráfico 13: Número de personas empleadas en la unidad de producción agropecuaria en la Región Oriental: Napo Sucumbíos y Orellana (2010)



Fuente: Sistema Nacional de Información, (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2010)

Elaborado por: La autora

Es importante destacar que el objetivo principal es el bienestar de las personas, por consiguiente este proyecto se enfocará en el aumento de la población empleada en la unidad de producción agropecuaria con salario, ya que como se observa en el Gráfico 6, tan solo el 18,51% de personas dedicadas a la agricultura en la región Oriental perciben un salario. Se encaminará hacia la inclusión de los grupos vulnerables económicos,

pagando por su producción agrícola y así en un futuro contar con menos del 81,49% de personas sin ingresos relacionados a su producción.

Ilustración 3: Fotografías del cantón El Chaco



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado comprende según Kotler y Amstrong el proceso sistemático de diseño, obtención, análisis y presentación de datos que mediante diferentes herramientas como la entrevista, encuesta y observación, se consigue determinar las respuestas a una hipótesis establecida.(Kotler y Amstrong, 2008)

Cada uno de los pasos que forman el proceso de investigación de mercado será aplicado en este análisis de factibilidad enfocado a un mercado industrial. Tal como el concepto mencionado anteriormente lo explica, se busca llegar a responder las necesidades identificadas en base a una recolección de información y procesamiento de la misma.

4.1. Definición de mercado meta

El mercado industrial o también conocido como mercado de empresa a empresa, está formado por individuos y organizaciones que de distintas maneras adquieren bienes y servicios para ser usados en sus diferentes procesos productivos que van a satisfacer un mercado externo(Fred R. David, 2009). Es decir compran un bien y le dan un valor agregado, o lo transforman en uno nuevo para venderlo a su mercado meta.

Para esta investigación se considera mercado meta industrial a los servicios de catering y restaurantes que utilizan las pulpas para diferentes usos gastronómicos como batidos, jugos, helados o diferentes platos.

4.2. Segmentación de mercado meta

Para definir al mercado meta esta investigación se basa en el concepto expuesto por Fred R. David en el libro “Conceptos de administración estratégica” donde define a la segmentación de mercado como la subdivisión de un mercado en diferentes subconjuntos de clientes de acuerdo con sus necesidades y hábitos de compra.(Fred R. David, 2009)

La pulpa de naranjilla congelada va dirigida a empresas que ofrecen servicio de catering y restaurantes con un mercado de consumo frecuente y cuyas bodegas o instalaciones estén ubicadas en Quito. Estos caterings y restaurantes se benefician de los diversos usos de las pulpas de frutas ahorrando tiempo en la cocina sin sacrificar la calidad de sus preparaciones para ofrecer a sus clientes una alimentación sana en base a productos naturales.

4.3. Caracterización del mercado meta

Ya que muchos libros de marketing recomiendan establecer principales variables como guía de lo buscado en un mercado meta, a continuación se establecerá parámetros para el mercado industrial de pulpa de naranjilla congelada, con el fin de establecer un segmento de mercado apropiado.

4.3.1. Características del mercado industrial

- Servicios de catering o restaurantes ubicados en Quito.
- Servicios de catering o restaurantes que compren más de 15 fundas de pulpa de naranjilla congelada.
- Servicios de catering o restaurantes que estén dispuestos a comprar fundas de 120 g o 500 g de pulpa de naranjilla congelada.
- Servicios de catering o restaurantes que se abastezcan de pulpa al menos una vez al mes.
- Servicios de catering o restaurantes que utilicen pulpas de frutas naturales, sin cáscara ni semillas, y que conserven sus nutrientes y aroma original.

4.4. Objetivo general de investigación de mercado

Identificar la existencia de un mercado industrial para la pulpa congelada de naranjilla, y sus preferencias con la finalidad de establecer estrategias de marketing para el desarrollo y venta del producto.

4.5. Investigación de mercado

La investigación de mercado es una técnica que ayuda a conocer a clientes actuales y potenciales, de manera que al saber cuáles son los gustos y preferencias de los clientes, se puede ofrecer productos que satisfagan al mercado meta a un precio adecuado.(Charles Hill, 2010)

Esta investigación de mercado adoptará un método inductivo y deductivo, debido a que partirá de lo general hasta lo específico. Para la recopilación, interpretación y análisis de la información se utilizará procesos cuantitativos y cualitativos mediante gráficos estadísticos.

4.5.1. Métodos de investigación

Encuestas

La encuesta es una investigación de campo que busca obtener respuestas representativas de un marco muestral previamente seleccionado.(Canelos Ramiro, 2010)

La encuesta es una de las herramientas más usadas en la investigación de mercados ya que brinda la facilidad de reunir gran información de varias fuentes, en este caso las diferentes personas encuestadas, ayudarán al investigador a conocer las necesidades del mercado y a su vez plantear estrategias para satisfacer las mismas.

Entrevista

La entrevista es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal que se realiza a las personas de las cuales se desea obtener la información necesaria para la investigación. En una entrevista el entrevistador suele hacer preguntas abiertas y

dirigir la entrevista de acuerdo a las respuestas que vaya dando el entrevistado.(Margen 61, 2009)

La entrevista se la puede realizar de varias formas, descritas a continuación.(Canelos Ramiro, 2010)

a) Entrevistas personales

Es el método más exacto que existe, porque se pueden explicar las preguntas de manera directa al entrevistado. Es probablemente el más claro de todos.

b) Por teléfono

Es un método no tan exacto usado en estudios simples. No hay interacción directa con el entrevistado y la muestra puede ser dudosa.

c) Por correo

Es un método utilizado para alcanzar áreas geográficas dispersas, es el método más barato pero el carácter de la investigación puede perder discrecionalidad y credibilidad si es que la fuente no es alguien confiable.

Debido al tipo de mercado al cual se enfoca esta investigación, la entrevista personal es la herramienta más apropiada para profundizar en los temas de mayor interés y así llegar a la obtención de un mejor panorama del mercado meta. La ventaja de la entrevista personal es que se pueden modificar las preguntas según la necesidad de la información obteniendo así datos más específicos del entrevistado, el mismo que ya conoce las necesidades del consumidor.

Observación

La técnica de observación es una técnica de investigación que consiste en observar personas, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.(Ricoverti Marketing, 2010)

En este caso en específico, la observación; una herramienta útil para establecer atributos buscados por parte del mercado meta fundamentándose en lo observado en el entorno y el comportamiento del consumidor, se utilizará con el fin de dar un valor agregado al producto buscando satisfacer necesidades y expectativas sobre la pulpa de naranjilla congelada.

4.5.2. Desarrollo de las herramientas de investigación para los métodos escogidos.

A continuación se llevará a cabo cada una de las herramientas expuestas anteriormente.

4.5.2.1. La Entrevista

4.5.2.1.1. Objetivos de la entrevista

- A. Investigar la frecuencia de consumo de pulpa congelada de naranjilla de los diferentes caterings y restaurantes.
- B. Averiguar para que es empleada la pulpa de naranjilla congelada.
- C. Indagar las marcas y sabores de pulpas congeladas favoritas del mercado meta.
- D. Indagar los precios y las presentaciones de las pulpas congeladas en el mercado, para restaurantes y empresas de catering.
- E. Determinar las características deseadas por los potenciales clientes sobre la pulpa de naranjilla congelada y que factores son motivantes para la compra de la misma.
- F. Averiguar la predisposición de compra de pulpa de naranjilla congelada en los caterings y restaurantes.
- G. Conocer la oferta existente de pulpa de naranjilla en el mercado, para así establecer la competencia del producto.
- H. Establecer un canal apropiado de distribución para la pulpa de naranjilla, el cual permita satisfacer de manera más eficaz y eficiente las necesidades del cliente.

4.5.2.1.2. Marco de investigación de la entrevista

Se define a marco muestral como:

“Es la parte de la población desde donde se selecciona la muestra. Idealmente el marco muestral coincide con la población. Las conclusiones que se obtienen como resultado de un estudio estadístico aplicado a los datos obtenidos de una muestra, se refieren a toda la población”(Galbiati R. Jorge, 2010)

Para este estudio en específico como muestra representativa se ha escogido establecimientos de comidas y servicios de catering para realizar estudios cualitativos mediante entrevistas.

4.5.2.1.3. Técnica de aplicación de la entrevista

La técnica usada para realizar las entrevistas en este estudio de factibilidad, es el muestreo por selección intencionada o por conveniencia.

Este tipo de muestreo consiste en seleccionar una muestra cuyas características sean similares a la población objetivo. La representatividad para este muestreo será determinada por el investigador de manera subjetiva.(Jordi Casal, 2008)

Para llevar a cabo esta técnica de muestreo, se seleccionó dos servicios de catering y dos restaurantes que cumplen con las características descritas del mercado industrial al cual busca dirigirse este proyecto. La siguiente tabla muestra los establecimientos seleccionados.

Tabla 13: Muestra seleccionada para ser Entrevistada

CATERINGS	RESTAURANTES
Quit`s Lounge	Chipote Chillón
A pedir de Boca	Lo Lo`s Restaurante

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La autora

4.5.2.1.4. Diseño de la entrevista

El diseño de la entrevista consta de una serie de preguntas que buscan recopilar información necesaria y útil para comprender al mercado meta. De esta manera, la información obtenida será de gran utilidad para poder direccionar convenientemente la investigación del mercado meta propuesto y demás herramientas aplicables para este estudio de factibilidad.

Preguntas

1. ¿Qué servicios ofrece en el área de preparación de alimentos?
2. ¿Qué opina sobre las pulpas de frutas congeladas para la preparación de bebidas y postres?
3. ¿Cuál es la fruta que más utiliza?
4. ¿Con qué frecuencia y cómo se abastece de insumos, en especial de pulpas congeladas de frutas?
5. ¿Qué cantidad de pulpa de naranjilla consume al mes?
6. ¿Qué marcas de pulpas congeladas conoce?
7. ¿En cuánto a bebidas cuáles son las más solicitadas por sus clientes?
8. ¿Qué busca en una pulpa de fruta congelada, cuáles son las características que lo motivan a seleccionar una marca de otra?

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda de pulpa congelada de naranjilla?

10. ¿Tiene alguna preferencia en cuanto a la presentación y tamaño de pulpas congeladas?

11. ¿Cuál es su preferencia entre fruta fresca y pulpa congelada? ¿Por qué?

Tabla 14: Cuadro comparativo entre los objetivos y las preguntas de la entrevista

OBJETIVOS	VARIABLES	PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA										
		¿Que opina sobre las pulpas de frutas congeladas para la preparación de bebidas y postres?	¿Cuál es la fruta que más utiliza?	¿Con qué frecuencia y cómo se abastece de insumos, en especial de pulpas de frutas?	¿Qué cantidad de pulpa de naranjilla consume al mes?	¿Qué marcas de pulpas congeladas conoce?	¿En cuánto a bebidas cuáles son las más solicitadas por sus clientes?	¿Qué busca en una pulpa de fruta congelada, cuáles son las características que lo motivan a seleccionar una marca de otra?	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda pulpa de naranjilla? (Especifique el tamaño)	¿Tiene alguna preferencia en cuanto a la presentación y tamaño de pulpas congeladas?	¿Cuál es su preferencia entre fruta fresca y pulpa congelada? ¿Por qué?	
A	Investigar la frecuencia de consumo de pulpa congelada de naranjilla de los diferentes caterings o restaurantes.	Tiempo			X							
B	Averiguar para que es empleada la pulpa de naranjilla congelada.	Uso	X					X				
C	Indagar las marcas y sabores de pulpas congeladas favoritos del mercado meta.	Preferencia		X			X					X
D	Indagar los precios y las presentaciones de las pulpas congeladas en el mercado, para restaurantes y empresas de catering.	Precio						X	X			
		Tamaño				X		X		X		
		Empaque						X		X		
E	Determinar las características deseadas por los potenciales clientes sobre la pulpa de naranjilla congelada y que factores son motivantes para la compra de la misma.	Atributos de la pulpa	X					X		X		
F	Averiguar la predisposición de compra de pulpa de naranjilla congelada en los caterings y restaurantes.	Aceptación	X	X		X						X
G	Conocer la oferta existente de pulpa de naranjilla en el mercado para así establecer la competencia del producto.	Competencia		X			X	X				X
H	Establecer un canal apropiado de distribución para la pulpa de naranjilla, el cual permita satisfacer de manera más eficaz y eficiente las necesidades del cliente.	Distribución			X							

Fuente: Investigación propia /Elaborado por: La autora

4.5.2.1.5. Presentación de resultados

Entrevista 1: Jaime Rodríguez administrador de “El Chipote Chillón” Plaza de las Américas”

- *¿Qué servicios ofrece en el área de preparación de alimentos?*

Dentro de la industria A y B, alimentos y bebidas, el chipote chillón es un restaurante de comida mexicana que ofrece una variedad de platos a la carta, bebidas naturales, cocteles a base de frutas, postres, bebidas en general y ensaladas.

- *¿Qué opina sobre las pulpas de frutas congeladas para la preparación de bebidas y postres?*

Las pulpas son insumos útiles que ayudan a optimizar tiempo y recursos al momento de preparar jugos o postres, además no ocupan mucho espacio y su procesamiento es más fácil que la fruta fresca, sin mencionar que tienen un mayor periodo de conservación.

- *¿Cuál es la fruta que más utiliza?*

La fruta que más utilizan es el maracuyá que lo usan para jugos, aderezos de ensaladas, postres y cocteles. El maracuyá es la pulpa de fruta con más usos entre el limón, frutilla, naranjilla, mora, tamarindo, mango y guanábana. El maracuyá lo utilizan para lo siguiente:

- Margarita de maracuyá,
 - Margarita tropical
 - Daiquirí de maracuyá
 - Ensalada chilangolandia
 - Postre su escudo es un corazón
 - Jugo de maracuyá
- *¿Con qué frecuencia y cómo se abastecen de insumos, en especial de pulpas congeladas de frutas?*

El Chipote Chillón tiene una rotación semanal de pulpas. Y buscan que sea de esta manera ya que piden lo necesario por semana con el fin de tener un mejor control de sus egresos y no quedarse con insumos que ocupen espacio necesario en la despensa.

- *¿Qué cantidad de pulpa de naranjilla consume al mes?*

Al mes consumen un promedio de 20 kilos de cada una de las pulpas que utilizamos entre ellas la naranjilla, comprándola en porciones individuales de 120 gramos. A excepción del mes de diciembre donde consumen 10 kilos más debido a que es el mes con mayor demanda.

- *¿Qué marcas de pulpas congeladas conoce?*

María Morena es la única marca de pulpas congeladas que conoce el entrevistado, el nombre de su proveedor de pulpas de frutas se lo reservan para su conocimiento interno.

- *¿En cuanto a bebidas cuáles son las más solicitadas por sus clientes?*

Esto depende del tipo de bebida. La coca cola y el agua en cuanto a bebidas artificiales. En cuanto a jugos naturales, el jugo de maracuyá es el más solicitado. Entre los cocteles la margarita de naranjilla es una de las más populares junto con el daiquirí tropical.

- *¿Qué busca en una pulpa de fruta congelada, cuáles son las características que lo motivan a seleccionar una marca de otra?*

Lo que busca el chipote en una pulpa es su calidad. Para ellos una pulpa de calidad debe conservar el aroma y sabor natural similar al de la fruta fresca y debe tener más contenido de pulpa que agua con el fin de que un empaque de 120 gramos sea suficiente para un vaso de jugo.

- *¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda de pulpa de naranjilla congelada?*

Por una funda de pulpa de 120 g. pagaría \$ 1,65 y por 500 g. hasta \$ 3,00 dependiendo de la calidad y concentración de la pulpa.

- *Tiene alguna preferencia en cuanto a la presentación y tamaño de pulpas congeladas?*

El empaque de 120 gramos es el ideal para ellos debido a que es la medida con la que están acostumbrados a trabajar con el fin de evitar desperdicios de pulpa y tener un mejor control de la cantidad consumida.

- *¿Entre fruta fresca y pulpa congelada cuál prefiere? ¿Por qué?*

Por la facilidad de manejo y su mayor conservación el Chipote solo utiliza pulpas, además para ellos su almacenamiento es fácil ya que una pulpa ocupa menos espacio que la fruta.

Entrevista 2: Miriam Toalombo administradora del catering “Quit`s Lounge”

- *¿Qué servicios ofrece en el área de preparación de alimentos?*

Entre sus servicios de catering ofrecen los box lounge, compuestos por sánduche, gaseosa y una pequeña guarnición de ensalada, bocaditos tradicionales para todo evento y almuerzos ejecutivos y un menú vegetariano.

- *¿Qué opina sobre las pulpas de frutas congeladas para la preparación de bebidas y postres?*

Para la preparación de platos y bebidas la pulpa es más conveniente ya que es fácil de usar ahorra tiempo en la cocina y da una mejor calidad al producto final.

- *¿Cuál es la fruta que más utiliza?*

Las frutas que Quit`s Lounge utiliza con mayor frecuencia para la preparación de bebidas u otros platos es la frutilla, mora y maracuyá.

- *¿Con qué frecuencia y cómo se abastecen de insumos, en especial de pulpas de frutas?*

El abastecimiento de insumos lo hacen de dos maneras. Para conservas y víveres se proveen de los mismos mensualmente, mientras que en el caso de productos perecibles, bebidas y pulpas lo hacen semanalmente.

- *¿Qué cantidad de pulpa de naranjilla consume al mes?*

Al mes registran un consumo aproximado de 8 kilos. de pulpa de naranjilla, comprando de manera individual porciones de 100 g.

- *¿Qué marcas de pulpas congeladas conoce?*

La Frutuosa y El Huerto son marcas fabricantes de pulpas de frutas congeladas las cuales Quit's Lounge considera como proveedor de las mismas por su calidad.

- *¿En cuanto a bebidas cuáles son las más solicitadas por sus clientes?*

Las bebidas que más solicitan los clientes de este catering son los jugos naturales, batidos, gaseosas y aguas. Sin importar el evento son los de mayor demanda.

- *¿Qué busca en una pulpa de fruta congelada, cuáles son las características que lo motivan a seleccionar una marca de otra?*

Las características que buscan dentro de las pulpas son la calidad, el grado de acidez, color y el sabor, a más de las características organolépticas que debe conservar las pulpas para no tener un sabor artificial.

- *¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda de pulpa de naranjilla congelada?*

Por una funda de 120 g. de pulpa este catering está dispuesto a pagar \$ 1,80, mientras que por 500 g. pagaría \$ 3,20 dependiendo de la consistencia de la pulpa.

- *¿Tiene alguna preferencia en cuanto a la presentación y tamaño de pulpas congeladas?*

En cuanto a tamaño Quit`s Lounge encuentra conveniente las fundas de 120 gramos hasta de 500 gramos. Las recomendaciones para el empaque según la entrevistada son las siguientes; fundas herméticas resistentes debido a que como catering ellos trasladan los productos para montar los platos en diferentes lugares.

- *¿Entre fruta fresca y pulpa congelada cual prefiere? ¿Por qué?*

La entrevistada indico que prefiere la pulpa debido a que se aprovecha al 100 por ciento el contenido y conserva su calidad por mayor tiempo.

Entrevista 3: Rodrigo Altamirano administrador de “A Pedir de Boca” servicio de catering.

- *¿Qué servicios ofrece en el área de preparación de alimentos?*

A Pedir de Boca es una pequeña empresa que presta servicios de catering para eventos formales, informales y un servicio diario de menús para oficinas. Todas las semanas ofrecen un variado repertorio de platos para elaborar el menú que más les guste a los clientes y lo llevan a cada oficina. Como servicio complementario también preparan cocteles, desde los más clásicos a los más sofisticados.

- *¿Qué opina sobre las pulpas de frutas congeladas para la preparación de bebidas y postres?*

Las pulpas han venido a ser un sustituto ideal para la fruta, es más económico y fácil el abastecerse de pulpas. El período de duración es más largo que el de la fruta y para la preparación de bebidas es fácil y menos trabajoso el usar la pulpa congelada que el extraer la pulpa de una fruta. Nos ahorra tiempo y se usan menos utensilios.

- *¿Cuál es la pulpa de fruta que más utiliza?*

La pulpa que más utilizan es la mora. Ya que la servimos para acompañar un desayuno, un almuerzo, para muchos postres y en cocteles. La mora para nosotros es fundamental al momento de preparar nuestros menús.

- *¿Con qué frecuencia y cómo se abastecen de insumos en especial de pulpas de frutas?*

Nosotros mantenemos un proceso de abastecimiento quincenal para todo lo que son productos perecibles incluidas las pulpas. Así garantizamos que los alimentos estén frescos. Aunque hay ciertos productos que compramos específicamente para eventos como frutos del mar y el licor.

- *¿Qué cantidad de pulpa de naranjilla consume al mes?*

Al mes compramos un promedio de 15 kilos de pulpa de naranjilla de 1000 gramos, nunca compramos menos o más de esa cantidad. Esa es la cantidad perfecta la cual distribuimos su mayor parte en jugos y se puede decir que el resto es para hacer postres.

- *¿Qué marcas de pulpas congeladas conoce?*

Entre las marcas más conocidas y las que se me vienen a la mente ahora sería “El Huerto”, “Fruta sí” y “La Jugosa”. Esas marcas son las que consideramos cuando estábamos seleccionando nuestro proveedor porque la calidad de la pulpa es muy buena de cualquiera de las tres marcas.

- *¿En cuanto a bebidas cuáles son las más solicitadas por sus clientes?*

Los jugos naturales son muy populares sobre todo en los menús de oficina. El jugo de mora infaltable, también nos solicitan mucho mezclas de jugos como naranja con frutilla. Las gaseosas son más utilizadas para los eventos pero en cambio ahí usamos las pulpas para la preparación de cocteles ahí si son ideales las pulpas.

- *¿Qué busca en una pulpa de fruta congelada, cuáles son las características que lo motivan a seleccionar una marca de otra?*

Una pulpa de fruta debe contener más pulpa que agua, debe ser lo más natural posible. El aroma también es muy importante, debe conservar el aroma y el color de una pulpa natural. Y el precio debe ir de acuerdo a la calidad y rendimiento del producto porque hay pulpas que parecerían agua con colorante y azúcar.

- *¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda de pulpa de naranjilla?*

Nosotros compramos las pulpas en su presentación de 500 gramos y por una cantidad así de pulpa pagaría hasta unos \$ 3,50 dólares, ahora si la pulpa es muy buena y de una fruta exótica difícil de conseguir pagaría hasta un dólar más por el mismo contenido y por 120 gramos \$ 2,00 sería un precio justo.

- *¿Tiene alguna preferencia en cuanto a la presentación y tamaño de pulpas congeladas?*

Siempre hemos optado por el de 1000 gramos desde que empezamos y como compramos cada 15 días nos mantendríamos con esa cantidad. Ahora para la presentación recomiendo un empaque grueso para que lo que no se utilice se conserve y no se derrame la pulpa.

- *¿Entre fruta fresca y pulpa congelada cual prefiere? ¿Por qué?*

Las pulpas me parecen ideales y creo que para nosotros que preparamos gran cantidad de platos en corto tiempo son más convenientes porque no son difíciles de manipular y solo se necesita de una licuadora para procesarlas, además se conservan por más tiempo que la fruta y no es tan pesado su transporte.

Entrevista 4: Marisol Hermosa, propietaria de restaurante “LoLo`s Restaurante”

- *¿Qué servicios ofrece en el área de preparación de alimentos?*

Lo Lo`s Restaurante se caracteriza por su cocina en vivo y preparación al instante ofreciendo platos a la carta, almuerzos, un servicio de cafetería por las tardes y desayunos los sábados y domingos. Con un año de funcionamiento se caracterizan por la frescura y variedad de sus platos.

- *¿Qué opina sobre las pulpas de frutas congeladas para la preparación de bebidas y postres?*

Las pulpas congeladas son muy útiles e indicadas para la preparación de bebidas, especialmente jugos naturales, y en el caso de los postres las pulpas son usadas para preparar almíbar y salsas.

- *¿Cuál es la fruta que más utiliza?*

En pulpa congelada utiliza tres tipos, entre ellos la mora, naranjilla y tomate de árbol. La mora es la de mayor consumo en su restaurante.

- *¿Con qué frecuencia y cómo se abastece de insumo, en especial de pulpas de frutas?*

En general el abastecimiento de insumos es semanalmente pero en el caso de las pulpas se lo hace 3 veces por semana.

- *¿Qué cantidad de pulpa de naranjilla consume al mes?*

Al mes consume 6 kilos y medio de pulpa de naranjilla, en porciones de 500 gramos.

- *¿Qué marcas de pulpas congeladas conoce?*

Las marcas conocidas y usadas son:

- Yucho
- Fruta si
- La Fructosa
- María Morena
- La Jugosa

Considerando como competencia a Yucho y Fruta Si, debido a que estas marcas son las preferidas en cuanto a pulpa de naranjilla.

- *¿En cuánto a bebidas cuáles son las más solicitadas por sus clientes?*

Los clientes prefieren los jugos naturales, siendo los de mayor preparación mora, naranjilla y tomate de árbol. Después de estos son las gaseosas las de mayor demanda.

- *¿Qué busca en una pulpa de fruta congelada, cuáles son las características que lo motivan a seleccionar una marca de otra?*

Las características ideales de una pulpa para la entrevistada son: la consistencia en sabor y textura para que conserve la pulpa un sabor natural evitando lo artificial. En el caso de la naranjilla el color es muy importante para que no afecte la calidad final de la bebida.

- *¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda de pulpa de naranjilla?*

Por una funda de 500 gramos de pulpa de naranjilla la entrevistada está dispuesta a pagar \$ 2,90 y por 120 gramos \$1,60 solo por ser un tamaño que no se encuentra en el mercado.

- *¿Tiene alguna preferencia en cuanto a la presentación y tamaño de pulpas congeladas?*

El empaque debe ser resistente y en cuanto a tamaño los 500 gramos son ideales para abastecer a sus clientes.

- *¿Cuál es su preferencia entre fruta fresca y pulpa congelada? ¿Por qué?*

La facilidad de manejar las pulpas y la cantidad que se aprovecha de ellas hace que exista una mayor preferencia hacia las pulpas relegando a la fruta fresca para decoración.

Tabla 15: Cuadro Resumen de las Entrevistas

ENTREVISTADOS	PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA																									
	¿Qué servicios ofrece?		¿Qué opina sobre las pulpas de frutas congeladas para la preparación de bebidas y postres?	¿Cuál es la fruta que más utiliza?	¿Con qué frecuencia y cómo se abastece de insumos, en especial de pulpas de frutas?		¿Qué cantidad de pulpa de naranjilla consume al mes?		¿Qué marcas de pulpas congeladas conoce?	¿En cuánto a bebidas cuáles son las más solicitadas por sus clientes?	¿Qué busca en una pulpa de fruta congelada, cuáles son las características que lo motivan a seleccionar una marca de otra?	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda pulpa de naranjilla? (Especifique el tamaño)		¿Tiene alguna preferencia en cuanto a la presentación y tamaño de pulpas congeladas?			¿Cuál es su preferencia entre fruta fresca y pulpa congelada?	¿Por qué?								
El Chipote Chillón	Restaurante	Catering	Optimizan tiempo	Frutilla, Mora	Frecuencia	Abastecimiento	Consumo unitario	Consumo mensual	María Morena	Jugos	Calidad Aroma Sabor	120 g.	500 g.	Empaque	Funda pol.	Tamaño	120 g.	Pulpa	Fruta	Facilidad de uso						
	X		Fácil de almacenar	Naranjilla, Mango	Semanalmente	Pequeños proveedores	120 g.	20 kilos aprox.		Bebidas artificiales		\$1,65	\$ 3,00					X								Conservación
	Restaurante de comida Mexicana		Sencillo de usar	Maracuyá, Tamarindo						Batidos																Práctico almacenamiento
			Conservación larga	Guanábana						Agua																
Quit's Lounge	Restaurante	Catering	Fácil de usa	Frutilla	Frecuencia	Abastecimiento	Consumo unitario	Consumo mensual	La fructosa	Jugos Batidos	Calidad Color Sabor Textura	120 g.	500 g.	Empaque	Funda pol.	Tamaño	100 g 500 g.	Pulpa	Fruta	No hay desperdicio						
		X		Mora	Semanalmente	Pequeños proveedores y supermercado	100 g.	8 kilos aprox.				El Huerto	\$ 1,80					\$3,20	X							
	Eventos, almuerzos ejecutivos, snacks		Optimizan tiempo	Maracuyá																						
A Pedir de Boca	Restaurante	Catering	Más económico	Mora Naranjilla Tomate de árbol	Frecuencia	Abastecimiento	Consumo unitario	Consumo mensual	El Huerto	Jugos	Aroma	120 g.	500 g.	Empaque	Funda pol.	Tamaño	500 g. 1000 g.	Pulpa	Fruta	Facilidad de uso						
		X	Variedad de sabores		Quincenal	Supermercados	1000 g.	15 kilos aprox.	Fruta Sí	Cocteles	Color	\$ 2,00	\$ 3,50					X							Reduce Procesos	
	Catering, Almuerzos ejecutivos y coctelería		Optimiza tiempo						Precio Calidad		Fácil para transportar															
LoLo's Restaurante	Restaurante	Catering	Para salsas y postres es más fácil su uso	Mora	Frecuencia	Abastecimiento	Consumo unitario	Consumo mensual	Yucho, La Jugosa	Jugos y postres	Sabor	120 g.	500 g.	Empaque	Funda pol.	Tamaño	500 g.	Pulpa	Fruta	Es más fácil de manejar que la fruta						
	X			Naranjilla	Semanalmente	Pequeños proveedores	500 g.	6 1/2 kilos aprox.	Fruta Sí		\$1,60	\$ 2,90	X													
	Restaurante y cafetería		Ideales para bebidas	Tomate de árbol					Color Calidad																	

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: la autora

Muchas de las respuestas obtenidas en las entrevistas fueron usadas como base para la elaboración del diseño de la encuesta. Razón por la cual se procedió a elaborar el cuadro resumen representado por la Tabla 15.

4.5.2.2. La Encuesta

4.5.2.2.1. Objetivos de la encuesta

- A. Conocer cuántos restaurantes consumen pulpa de naranjilla congelada, de manera que se pueda concluir con la aceptación del producto en el mercado meta.
- B. Investigar periodicidad y cantidad de abastecimiento de pulpa de naranjilla.
- C. Determinar el uso predilecto que el mercado meta le da a la pulpa de naranjilla.
- D. Conocer los sabores de pulpas más consumidos por el mercado meta con el fin de establecer la preferencia hacia la pulpa de naranjilla.
- E. Determinar la preferencia hacia el tamaño y empaque de la pulpa de naranjilla congelada por parte del mercado industrial.
- F. Investigar cuánto estaría dispuesto a pagar el mercado por la pulpa de naranjilla congelada.
- G. Evaluar cuál de las características buscadas en una pulpa de naranjilla son las más determinantes con el fin de satisfacer las necesidades del mercado.
- H. Jerarquizar los factores que motivan al mercado industrial a seleccionar una marca de pulpa de naranjilla.
- I. Investigar el tipo de empaque recomendable para la pulpa de naranjilla con el fin de desarrollar un producto atractivo.
- J. Conocer la manera más común en la que el mercado objetivo se abastece de pulpa de naranjilla, de esta manera se desarrollará una óptima estrategia de distribución para el producto.

4.5.2.2.2. Marco de investigación de la encuesta

Para conocer el tamaño de la muestra, es necesario identificar la población objetivo, razón por la cual se propone los siguientes criterios que nos guiarán hacia el establecimiento del marco muestral al que se le realizará la encuesta.

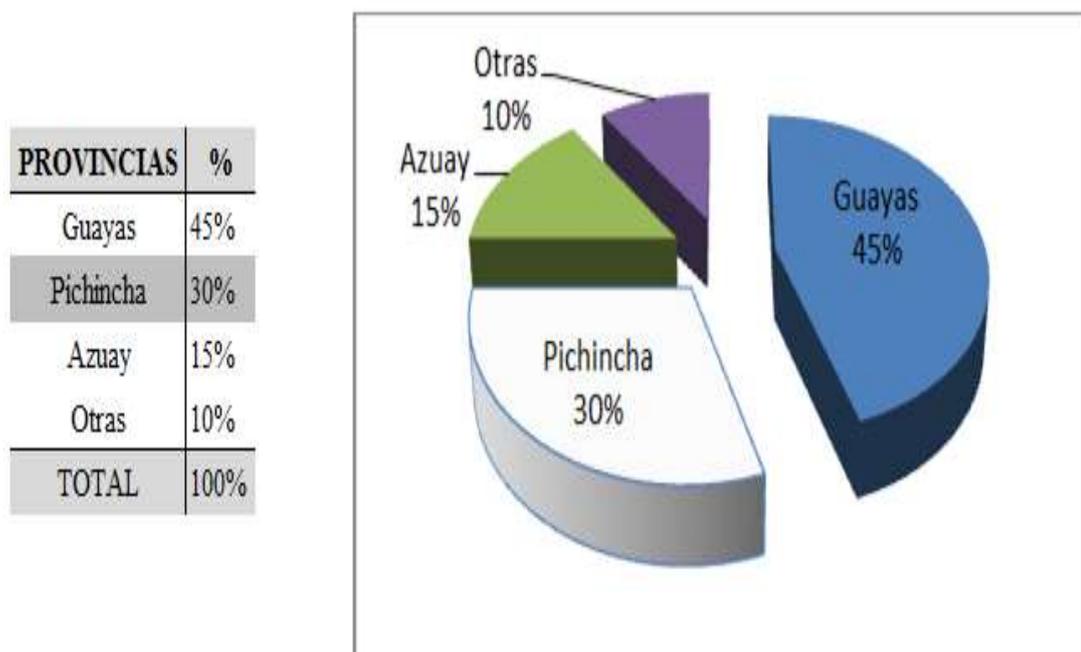
Tabla 16. Número de restaurantes y servicios móviles de comida con permiso de funcionamiento en el Ecuador 2011

AÑOS	NÚMERO ESTABLECIMIENTOS
1996	676
1997	785
1998	968
1999	989
2000	1.015
2001	1.054
2002	1.062
2003	1.190
2004	1.218
2005	1.401
2006	1.389
2007	1.820
2008	1.978
2009	2.051
2010	2.074

Fuente: (Flasco-Mipro Ecuador, 2011)
Elaborado por: La autora

En el último censo registrado en la página del INEC, ilustrado en la tabla anterior; se observa el número de establecimientos con permiso de funcionamiento, cuya actividad económica esta principalmente relacionada con la industria de alimentos y bebidas. En el año 2010 el Ecuador registró 2.074 establecimientos entre restaurantes y servicios móviles de comida excluyendo los de comida rápida y aquellos restaurantes informales que operan en las calles, siendo este nuestro punto de partida para la selección de la población objetivo.

Gráfico 14: Porcentaje de participación del Ecuador en el sector de alimentos y bebidas.



Fuente: (Flasco-Mipro Ecuador, 2011)
Elaborado por: La autora

Para la facilidad de este estudio se analizará la participación de la Provincia de Pichincha en el sector de alimentos y bebidas, deduciendo del Gráfico 8, que dicha provincia goza de una participación del 30 % , mientras que el 70% restante se divide entre Guayas, Azuay y otras.

A partir de la Tabla 16, donde se observa el número de restaurantes y servicios de comida móvil en el Ecuador y el Gráfico 14, mismo que indica el porcentaje de participación de Pichincha en el sector de alimentos y bebidas, se ha desarrollado la siguiente tabla.

Tabla 17: Número de restaurantes y servicios de comida móvil en Pichincha

AÑOS	NÚMERO ESTABLECIMIENTOS
1996	203
1997	236
1998	290
1999	297
2000	305
2001	316
2002	319
2003	357
2004	365
2005	420
2006	417
2007	546
2008	593
2009	615
2010	622

Fuente: Tabla 15. Gráfico8.
Elaborado por: La autora

La Tabla 17, detalla la cantidad de establecimientos, entre ellos restaurantes y servicios de comida móvil, en la provincia de Pichincha. Este resultado es producto del cálculo realizado entre el total general de establecimientos y el porcentaje de participación específicamente de la provincia seleccionada; concluyendo que en el año 2010 en Pichincha existieron 622 establecimientos.

Tabla 18: Desglose y representatividad cantonal de Pichincha

Cantón	Cabecera	Representatividad
Cayambe	Cayambe	3,33%
Mejía	Machachi	3,16%
Pedro Moncayo	Tabacundo	1,29%
Pedro Vicente Maldonado	Pedro vicente Maldonado	0,50%
Puerto Quito	Puerto Quito	0,79%
Distrito Metropolitano de Quito	Quito	86,92%
Rumiñahui	Sangolqui	3,33%
San Miguel de los Bancos	San Miguel de los Bancos	0,68%
Total		100,00%



Fuente: INEC.(Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

Elaborado por: La autora

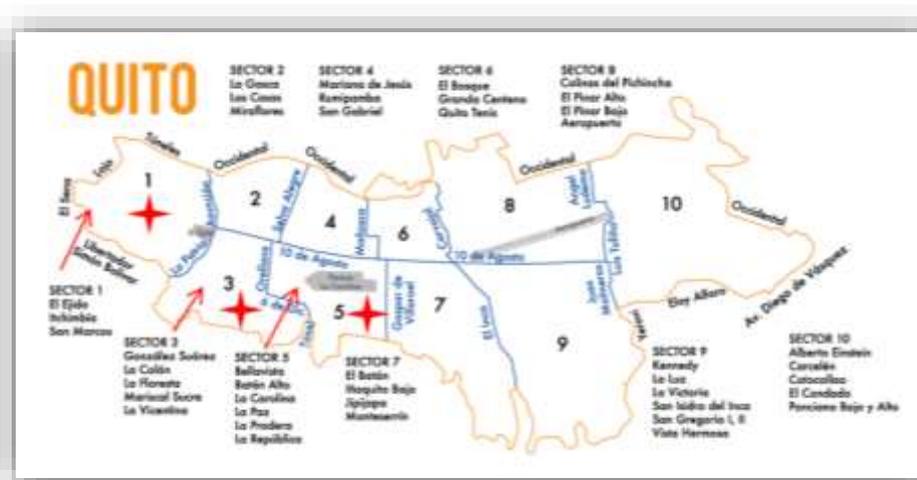
La ciudad de Quito es una de las ocho ciudades que conforman la provincia de Pichincha. Quito representa el 86,92% respecto a Pichincha según la información censal cantonal del último censo realizado en el 2010. Esto nos lleva a deducir que, asumiendo el mismo porcentaje de representatividad, en el 2010 en Quito figuraron 541 establecimientos entre restaurantes y comida móvil o caterings.

Tabla 19: Número de restaurantes y servicios de comida móvil en Quito

AÑOS	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	
	PICHINCHA	QUITO
1996	203	176
1997	236	205
1998	290	252
1999	297	258
2000	305	265
2001	316	275
2002	319	277
2003	357	310
2004	365	317
2005	420	365
2006	417	362
2007	546	475
2008	593	515
2009	615	535
2010	622	541

Fuente: Tabla. 17 y Tabla 18.
Elaborado por: La autora

Ilustración 4: Mapa del Distrito Metropolitano de Quito por sectores.



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Con el fin de especificar los sectores seleccionados para el estudio de campo utilizando la herramienta de la encuesta, se presenta la Ilustración 2, correspondiente al Distrito Metropolitano de Quito dividido por sectores o también llamadas zonas.

Quito está dividido en diez sectores, de los cuales se seleccionó tres de ellos; Sector 1, Sector 3 y Sector 5. El criterio al cual obedece la selección antes mencionada, es la cercanía que existe entre ellos y la presencia de un número representativo de restaurantes con las características del mercado objetivo al que busca dirigirse este proyecto.

Tabla 20: Marco Muestral para la pulpa de naranjilla congelada.

MARCO MUESTRAL			
SECTORES ELEGIDOS		NUMERO DE ESTABLEC	%
SECTOR 1	El Ejido	12	18%
	Itchimbia		
	San Marcos		
SECTOR 3	González Suárez	35	51%
	La Colón		
	La Floresta		
	Mariscal Sucre		
	La Vicentina		
SECTOR 5	Bellavista	21	31%
	Batán Alto		
	La Carolina		
	La Paz		
	La Pradera		
	La República		
TOTAL		68	100%

Fuente: Turismo en cifras.(Ministerio de Turismo del Ecuador, 2010)

Elaborado por: La autora

La búsqueda de nuestra población objetivo partió de la Provincia de Pichincha en donde se seleccionó 3 sectores del Distrito Metropolitano de Quito. Partiendo del criterio antes expuesto, el marco muestral propuesto para este estudio es de 68 establecimientos, dicho valor corresponde a la población finita de la cual se basará el cálculo de la muestra a ser entrevistada.

4.5.2.2.3. Técnicas de muestreo para la Encuesta

La técnica de muestreo a ser usada para llevar a cabo las encuestas, es la técnica de muestreo estratificado simple, la cual consiste en:

“La división de la población total en clases o estratos homogéneos, cada estrato funciona independientemente pudiendo aplicarse dentro de ellos el muestreo aleatorio simple para elegir los elementos concretos que formarán parte de la muestra. La distribución de la muestra en función de los diferentes estratos se denomina afijación. Esta puede ser: una afijación igual a la que le corresponde igual número de elementos, o afijación proporcional cuya distribución se hace en base al peso o tamaño de la población en cada estrato.(Descartes, 2009)

La técnica de muestreo estratificado simple con una afijación proporcional es óptima para esta investigación ya que por la imparcialidad en que se escogió la muestra y representatividad de la misma según la población, es razonable hacer generalizaciones al momento de sacar conclusiones de las respuestas de los encuestados.

Para esta investigación y partiendo de lo previamente establecido para el marco muestral, las encuestas se realizarán en el Distrito Metropolitano de Quito. Para lograr seleccionar aleatoriamente los establecimientos de la muestra a ser encuestados, como bien se mencionó antes, se escogieron los siguientes sectores; sector 1, sector 3 y el sector 5. Todos los restaurantes ubicados en estos sectores cumplen con las características buscadas del mercado meta para esta investigación.

4.5.2.2.4. Cálculo de la muestra

Para conocer el total de encuestas a realizar se aplicará la fórmula de muestreo para una población finita, ya que se concluyó que la población objetivo será de 68 restaurantes. Dicha fórmula se detalla a continuación.

Fórmula de muestreo para una población finita

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

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

Z: Nivel de confianza

p: Probabilidad de ocurrencia

q: Probabilidad de no ocurrencia

e: Margen de error

$$n = \frac{68 * 1,96^2 * 0,50 * 0,50}{0,05^2 * (68 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{65,31}{0,1675 + 0,9604}$$

$$n = \frac{65,31}{1,13}$$

$$n = 57$$

Con una técnica de muestreo probabilístico aleatorio se consideró lo siguiente para el desarrollo de la fórmula: una población de 68 restaurantes, un nivel de confianza de 1,96, el error mínimo fue 5% y se supuso que la probabilidad de consumo de la pulpa de naranjilla congelada para el mercado meta es del 50 %. Obedeciendo a los parámetros descritos, se deberá realizar 57 encuestas con una afijación proporcional basada en el número de establecimientos por sector descrito en la siguiente tabla.

Tabla 21: Afijación proporcional de la muestra

DISTRIBUCIÓN DE LAS ENCUESTAS		
SECTORES ELEGIDOS	% DE LA POBLACIÓN	No. ENCUESTAS
SECTOR 1	18%	10
SECTOR 3	51%	29
SECTOR 5	31%	18
TOTALES	100%	57

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Partiendo de la Tabla 21; del sector 1 el número de establecimientos a ser encuestados serán diez, del sector 3 veinte y nueve restaurantes serán encuestados, y del sector cinco se encuestarán a diez y ocho establecimientos.

4.5.2.2.5. Diseño de la encuesta

1.¿Consumes pulpa congelada de naranjilla?

Sí _____ No _____

2.¿Con qué frecuencia se abastece de pulpa de naranjilla congelada?

Semanalmente _____

Quincenalmente _____

Mensualmente _____

Otra (menciónelo) _____

3.¿Cuál es el uso que le da a la pulpa de naranjilla?

Jugos/batidos _____

Avenas _____

Postre (helado) _____

Cocteles _____

4.Ordene los siguientes sabores de pulpas según su frecuencia de uso. Siendo 1 el más usado y 5 el de menor uso.

Maracuyá _____

Naranjilla _____

Mora _____

Tomate de árbol _____

Frutilla _____

5. Escoja de entre las siguientes opciones la forma en la que usted se abastece de pulpas congeladas.

Distribuidor personal _____

Minorista (tiendas) _____

Supermercados _____

Otra (menciónelo) _____

6.¿De qué tamaño compra la pulpa de naranjilla?

- 120 gramos _____
- 500 gramos _____
- 1000 gramos _____
- Otro (menciónelo) _____

7.¿Que atributos busca en una pulpa de naranjilla congelada?. Puede escoger más de uno.

- Frescura _____
- Sabor _____
- Olor _____
- Textura _____
- Color _____

8. ¿Cuál de las siguientes opciones es la que más le motiva al momento de seleccionar una marca de pulpa de naranjilla?

- Precio _____
- Calidad _____
- Tamaño _____
- Empaque _____

9.¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pulpa de naranjilla congelada?

(500 g.) \$ 3,15	_____	(120 g.) \$ 1,80	_____
(500 g.) \$ 3,35	_____	(120 g.) \$ 2,20	_____
(500 g.) \$ 3,55	_____	(120 g.) \$ 2,60	_____

10.¿Cuá sería el empaque de mayor conveniencia para una pulpa congelada? Escoja una opción.

Funda de polietileno _____

Envase plástico _____

Botella plástica _____

Tabla 22: Cuadro comparativo entre los Objetivos y las Preguntas de la Encuesta

OBJETIVOS	VARIABLES	PREGUNTAS DE LA ENCUESTA											
		¿Consumo pulpa congelada de naranja?	¿Con qué frecuencia se abastece de pulpa de naranja congelada?	¿Cuál es el uso que le da a la pulpa de naranja?	Ordene los siguientes sabores de pulpas según su frecuencia de uso. Siendo 1 el más usado y 5 el de menor uso.	Escoja de entre las siguientes opciones la forma en la que usted se abastece de pulpas congeladas.	¿De qué tamaño compra la pulpa de naranja?	¿Qué atributos busca en una pulpa de naranja congelada?, Puede escoger más de uno.	¿Cuál de las siguientes opciones es la que más le motiva al momento de seleccionar una marca de pulpa de naranja?	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pulpa de naranja congelada?	¿Cuál será el empaque de mayor conveniencia para una pulpa congelada? Escoja una opción.		
A	Conocer cuántos restaurantes consumen pulpa de naranja congelada, de manera que se pueda concluir con la aceptación del producto en el mercado meta.	Aceptación	X										
		B	Investigar la cantidad de restaurantes con la misma periodicidad de abastecimiento de pulpa de naranja.	Semanalmente		X							
			Quincenalmente		X								
Mensualmente			X										
C	Determinar el uso predilecto que el mercado meta le da a la pulpa de naranja.	Jugos/Isotidos			X								
		Aveas			X								
		Pastres			X								
		Coteles			X								
D	Conocer los sabores de pulpas más consumidos por el mercado meta con el fin de establecer la preferencia hacia la pulpa de naranja.	Maraquá				X							
		Naranja				X							
		Mora				X							
		Tovate de árbol				X							
		Fruilla				X							
E	Determinar la preferencia hacia el tamaño y empaque de la pulpa de naranja congelada por parte del mercado industrial.	Tamaño	120 g					X					
			500 g					X					
			1000 g					X					
		Empaque	Fundas de pol.									X	
			Envase plast.									X	
			Botella									X	

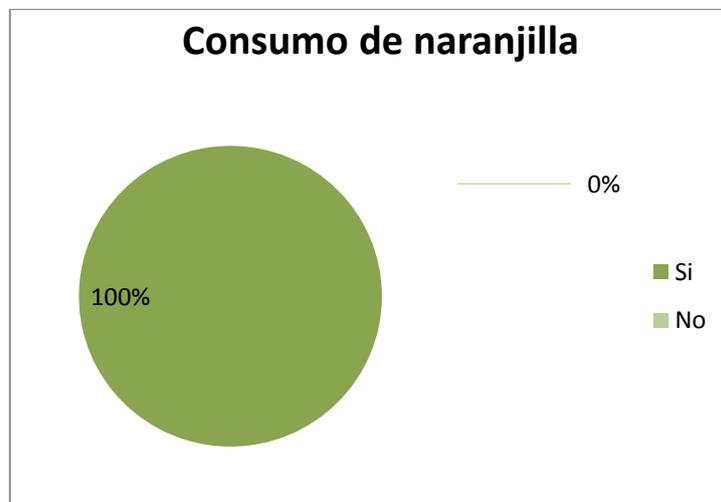
Fuente: Investigación propia / Elaborado por: La autora

4.5.2.2.6. Presentación de resultados

1. ¿Consume pulpa congelada de naranjilla?

Si	No
57	0

Gráfico 15: Pregunta 1 de la Encuesta



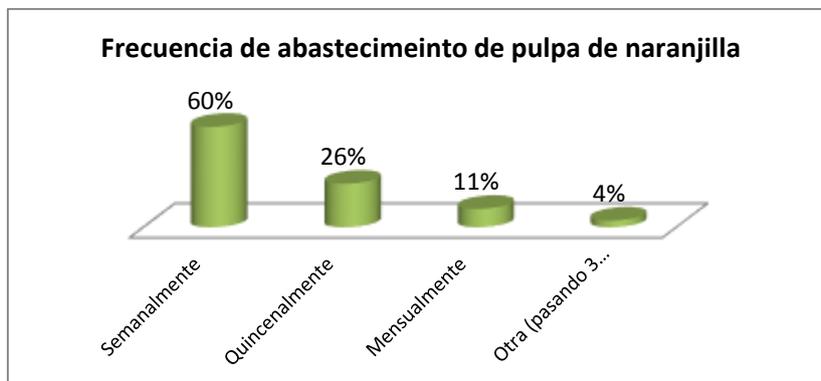
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Una vez encuestado el mercado, se obtiene que el 100% de la muestra consume pulpa de naranjilla. Se puede aseverar que si existe aceptación para la pulpa de naranjilla congelada en el mercado industrial al cual se desea llegar.

2. ¿Con qué frecuencia se abastece de pulpa de naranjilla congelada?

Semanalmente	Quincenalmente	Mensualmente	Otra (pasando 3 días)	TOTAL
34	15	6	2	57

Gráfico 16: Pregunta 2 de la Encuesta



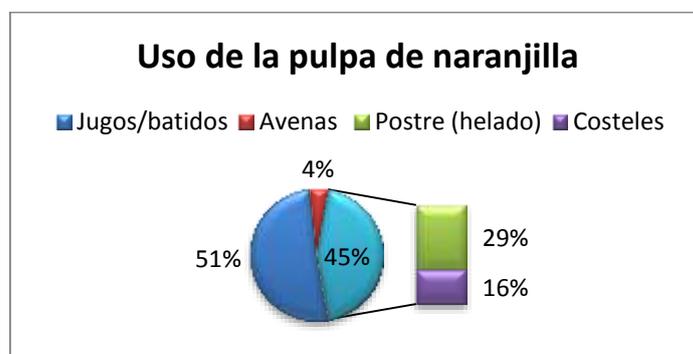
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

La mayoría de restaurantes de la ciudad de Quito se abastecen semanalmente de pulpa de naranjilla congelada. Esta conclusión se ve reflejada en el Gráfico 16, en donde; el 60% de restaurantes encuestados contestó que su abastecimiento lo realizan de manera semanal, mientras que un 29% lo hace quincenalmente, tan solo un 9% mensualmente y el 2% lo hace pasando 3 días. Concluyendo así que el periodo de distribución conveniente para el producto sería de manera semanal, esto también influirá en la producción planeada por semana para lograr satisfacer al mercado existente.

3. ¿Cuál es el uso que le da a la pulpa de naranjilla?

Jugos/batidos	Avenas	Postre (helado)	Cocteles	TOTAL
29	3	17	8	57

Gráfico 17: Pregunta 3 de la Encuesta



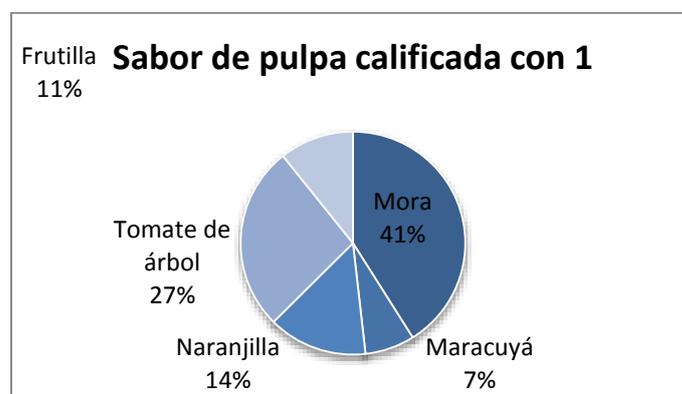
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Debido a las entrevistas realizadas se pudo determinar los diferentes usos de la pulpa de naranjilla; de los cuales la forma más común de usar esta pulpa es en jugos o batidos, seguida por postres como helados. Entre las formas menos usuales en las que interviene la pulpa de naranjilla son cocteles y avenas. El Gráfico 17, está desglosado de la siguiente manera; 51% de la muestra usa la pulpa para jugos, 29% la usa para postres, 16% para cocteles y finalmente un 4% de la muestra indicó usar la pulpa de naranjilla para avenas. Por lo expuesto anteriormente, una estrategia para volver más atractivo al producto sería enfocándolo hacia lo fácil que puede llegar a ser el mismo para la elaboración de jugos y batidos sin olvidar que existen otros posibles usos no tan comunes pero para los cuales esta pulpa puede ser de utilidad.

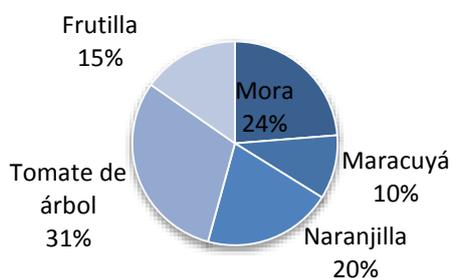
4. Ordene los siguientes sabores de pulpas según su frecuencia de uso. Siendo 1 el más usado y 5 el de menor uso.

	Mora	Maracuyá	Naranjilla	Tomate de árbol	Frutilla
1	23	4	8	15	6
2	14	6	12	18	9
3	16	5	20	12	8
4	12	7	5	10	17
5	6	22	13	9	15

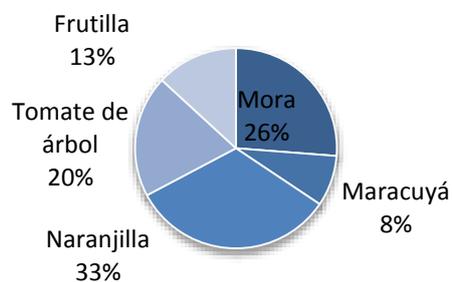
Gráfico 18: Pregunta 4 de la Encuesta



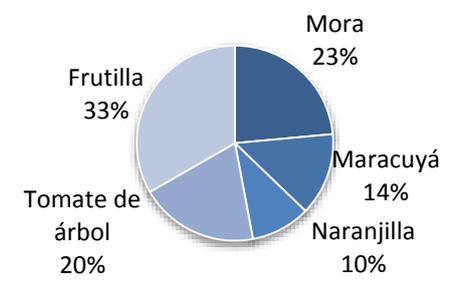
Sabor de pulpa calificada con 2



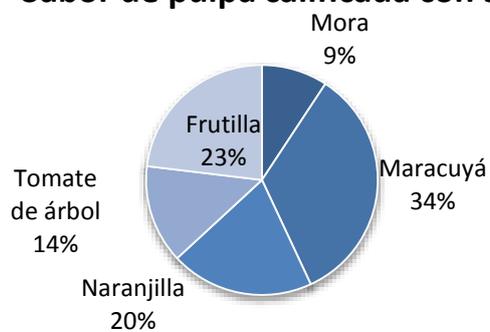
Sabor de pulpa calificada con 3



Sabor de pulpa calificada con 4



Sabor de pulpa calificada con 5



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

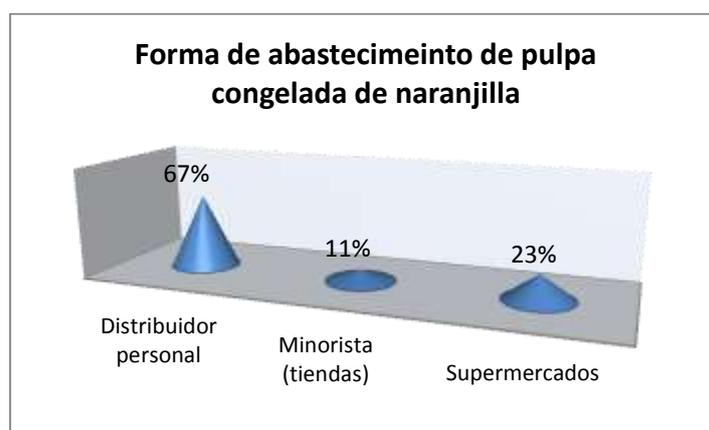
Al realizar la investigación de campo estableciendo los coeficientes (1) como más usado y (5) como el de menor uso, se encontró que el sabor de mayor preferencia por el mercado objetivo es la mora, ya que la mayoría de personas calificaron a este sabor con 1. La mayoría de las personas califico al tomate de árbol como el sabor más usado después de la mora, al mismo que le sigue la naranjilla sabor que fue calificado en el puesto tres. Los sabores menos populares para la población basada en la muestra fueron la frutilla y el maracuyá, dichos sabores fueron conceptuados con 4 y 5 respectivamente.

Estos resultados nos llevan a concluir que el mercado industrial prefiere a la pulpa de mora y de tomate de árbol más que la pulpa de naranjilla, y a su vez, la pulpa de naranjilla tiene mayor acogida que la pulpa de frutilla y maracuyá. A pesar de haber previamente concluido por medio de las entrevistas los sabores utilizados por el mercado, vemos que la encuesta nos da un mejor panorama de la posición de la naranjilla en relación a los demás sabores.

5. Escoja de entre las siguientes opciones la forma en la que usted se abastece de pulpas congeladas.

Distribuidor personal	Minorista (tiendas)	Supermercados	Otra	TOTAL
38	6	13	0	57

Gráfico 19: Pregunta 5 de la Encuesta



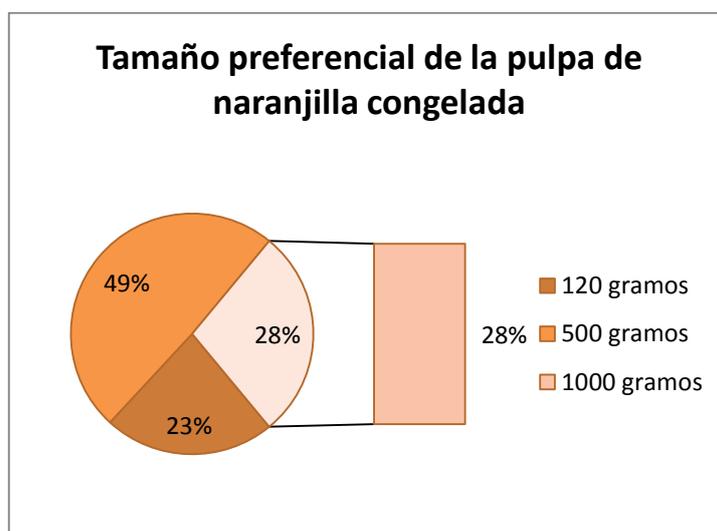
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

La encuesta arrojó los siguientes resultados: la mayoría de restaurantes de Quito tiene un distribuidor personal que lo abastece de pulpa de naranjilla congelada, un 23% de restaurantes compra la pulpa de naranjilla en supermercados grandes y tan solo un 11% lo hace en tiendas en donde se comercializa este producto. Por lo expuesto anteriormente, se deduce que este proyecto puede llegar a tener mejores resultados mediante un canal de distribución corto, en donde la interacción entre la fábrica y el mercado objetivo sea directa.

6.¿De qué tamaño compra la pulpa de naranjilla?

120 gramos	500 gramos	1000 gramos	Otro	TOTAL
13	28	16	0	57

Gráfico 20: Pregunta 6 de la Encuesta



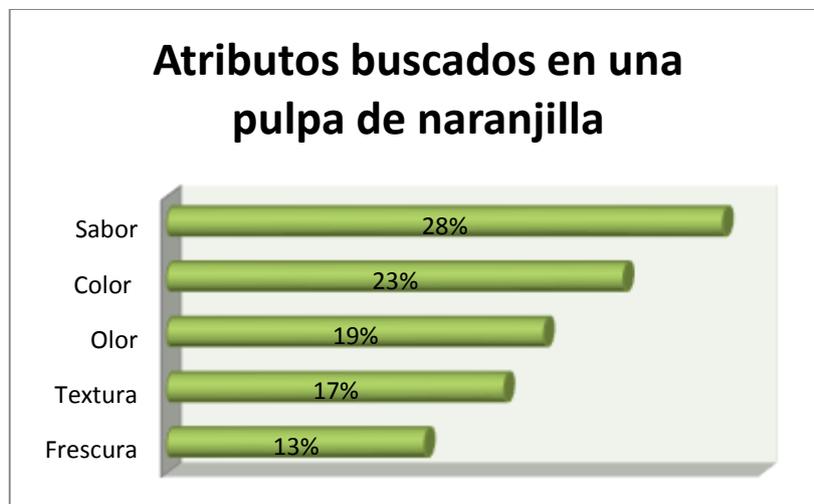
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Según lo observado en el Gráfico 20, el 49% de restaurantes optó por seleccionar pulpa de naranjilla de 500 gramos, siendo este el tamaño en el que lo compran. El 28% de restaurantes compra pulpa de 1000 gramos y un 23% de restaurantes compra pulpa de naranjilla de 120 gramos.

7.¿Que atributos busca en una pulpa de naranjilla congelada?. Puede escoger más de uno.

Frescura	Textura	Olor	Color	Sabor
7	10	11	13	16

Gráfico 21: Pregunta 7 de la Encuesta



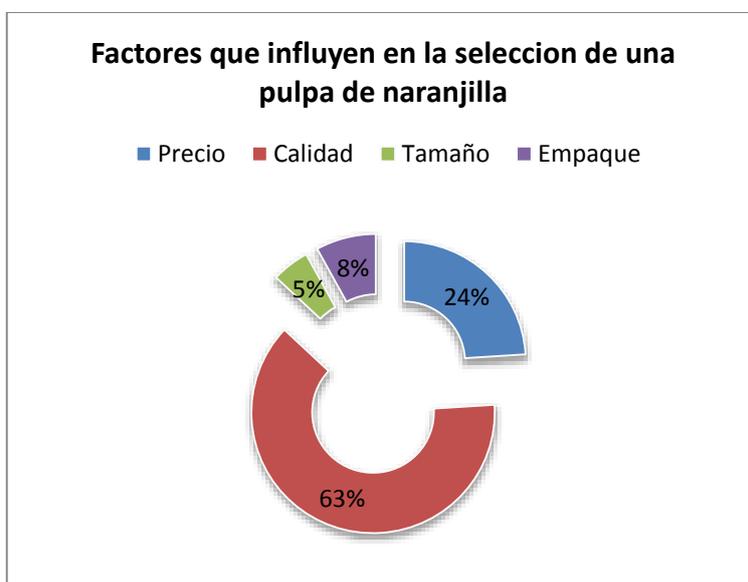
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Mediante las entrevistas realizadas se descubrió que el mercado industrial relacionado a la preparación de alimentos y bebidas, restaurantes y caterings, busca los siguientes atributos en una pulpa de naranjilla: sabor, color, olor, textura y frescura. En base a las encuestas realizadas, se muestra que los tres atributos más buscados en una pulpa de naranjilla congelada son el sabor, color y olor. Según lo que se ilustra en el Gráfico 21, los encuestados indicaron que para ellos el sabor es el atributo más determinante para una pulpa de naranjilla, representando por un 28%. En segundo lugar se ubica el color de la pulpa con un 23% , dejando al olor como el menor determinante entre los tres atributos y el 30 % restante se divide entre textura y frescura. Como conclusión, el producto a ser ofertado deberá destacarse por un buen sabor característico de la naranjilla, un color agradable y un olor que estimule al consumo del producto.

8. ¿Cuál de las siguientes opciones es la que más le motiva al momento de seleccionar una marca de pulpa de naranjilla?

Precio	Calidad	Tamaño	Empaque	TOTAL
14	35	3	5	57

Gráfico 22: Pregunta 8 de la Encuesta



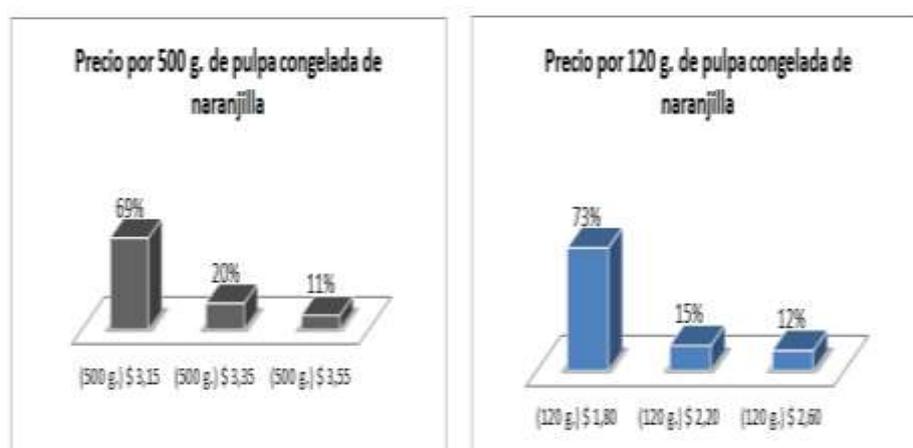
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

El precio, la calidad, el tamaño y el empaque fueron elementos contestados en la Pregunta 7 de la entrevista. Partiendo del previo resultado obtenido por parte de los entrevistados, la encuesta calificó a la calidad de una pulpa de naranjilla como el factor que más los motiva para seleccionar una marca de dicha pulpa, a esto le sigue el precio, quedando con menor importancia el empaque y el tamaño. En el Gráfico 22, se observa de mejor manera los porcentajes de cada factor antes mencionados, mismos que nos llevan a reflexionar en la calidad y el precio que debe tener el producto propuesto por esta investigación. El producto debe ser de excelente calidad y a un precio accesible con el fin de que este se vuelva competitivo en el mercado.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pulpa de naranjilla congelada?

(500 g.) \$ 3,15	(500 g.) \$ 3,35	(500 g.) \$ 3,55	TOTAL
39	12	6	57
(120 g.) \$ 1,80	(120 g.) \$ 2,20	(120 g.) \$ 2,60	TOTAL
41	9	7	57

Gráfico 23: Pregunta 9 de la Encuesta



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

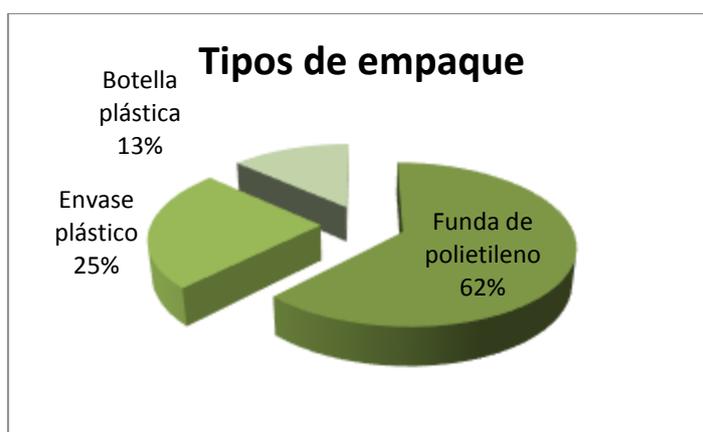
El Gráfico 23, muestra la disposición por parte de los encuestados hacia los precios expuestos en base a las entrevistas previas realizadas. Por 500 gramos de pulpa de naranjilla congelada el 69% de los restaurantes estaría dispuesto a pagar \$ 3,15; por la misma cantidad de pulpa un 20% de los encuestados pagaría \$ 3,35, y el 11% restante de encuestados estaría dispuesto a pagar \$ 3,55 por el contenido de 500 gramos. Como se puede apreciar también, el 73% de los encuestados pagaría \$ 1,80 por 120 gramos de pulpa de naranjilla congelada, mientras que el 27% restante pagaría \$2,20 (15%) y \$2,60 (12%) por el mismo contenido de pulpa.

Los precios a ser utilizados para esta investigación quedarán así; para un contenido de 500 gramos de pulpa congelada de naranjilla el precio será de \$ 3,15, para un contenido de 120 gramos de la misma pulpa el precio establecido será de \$ 1,80. Debido a que estos fueron los precios más favorecidos, se espera una respuesta positiva del mercado meta.

10.¿Cuá sería el empaque de mayor conveniencia para una pulpa congelada? Escoja una opción.

Funda de polietileno	Envase plástico	Botella plástica	TOTAL
35	14	8	57

Gráfico 24: Pregunta 10 de la Encuesta



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Las diferentes respuestas obtenidas en la Pregunta 9 de la entrevista, llevó a establecer las opciones de empaque ilustradas en el Grafico 24.El 62% de los encuestados eligió la funda de polietileno como empaque principal par la pulpa de naranjilla congelada, mientras que un 25% escogió envase plástico, quedando tan solo 13% para la botella plástica. Se deduce de esta pregunta que el producto deberá ser empacado en fundas de polietileno con el fin de cumplir con las expectativas y preferencias del mercado a ser dirigido.

4.5.2.3. La observación

4.5.2.3.1. Objetivos de la observación

- A. Identificar los usos de la pulpa por parte de los clientes meta del proyecto
- B. Observar los precios de las pulpas basados en una observación de las disponibles en el mercado a nivel minorista.

- C. Identificar las presentaciones de las pulpas congeladas en el mercado.
- D. Observar la forma de almacenamiento y procesamiento de un catering o restaurante con respecto a la pulpa congelada.

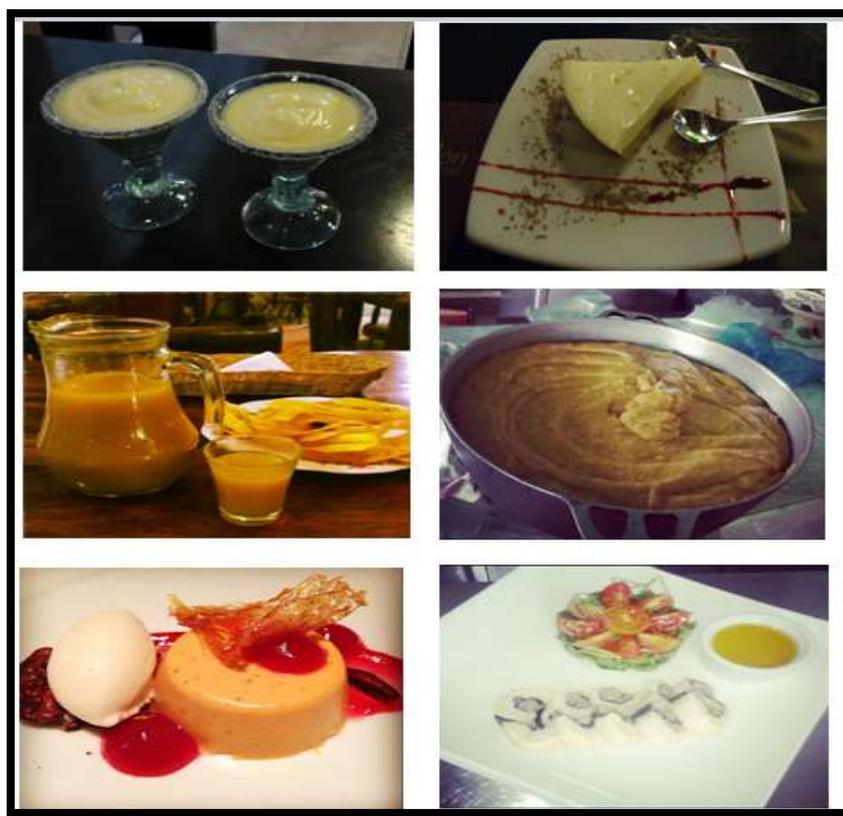
4.5.2.3.2. Diseño de la observación

Los casos a ser observados son los siguientes:

- Uso de la pulpa de naranjilla
- Formas de almacenamiento de las pulpas
- Tamaño y presentación de las pulpas
- Marcas competidoras en el mercado

Presentación de resultados

Ilustración 5: Usos de la pulpa de naranjilla



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Ilustración 6: Formas de almacenamiento de las pulpas



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Ilustración 7: Vasos usados para bebidas



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Ilustración 8: Pulpas observadas en los establecimientos entrevistados



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Ilustración 9: Pulpas observadas en el mercado



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

4.6. Análisis de la demanda

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que el mercado pretende para satisfacer sus necesidades, a un determinado precio y motivado por sus deseos o aspiraciones. La demanda refleja una decisión acerca de qué deseos y en cuánto podrían ser satisfechos.(Michael Parkin, 2010)

4.6.1. Factores que afectan la demanda

La diversidad de precios: la existencia de diferentes precios en el mercado es otro factor que afecta una demanda. Según lo establecido por la ley de la demanda, a precios más altos menos demandantes. En este caso es fundamental establecer un precio competitivo en el mercado considerando que existen más productores de pulpa de naranjilla congelada que pueden abastecer a nuestros clientes potenciales.

Productos sustitutos: Se define producto sustituto a todo aquel que cumpla con la misma función dentro del mercado y satisfaga la misma necesidad al consumidor, muchas veces los productos sustitutos mejoran la relación precio-calidad que el producto en cuestión.(Michael Parkin, 2010)

Para el caso de la pulpa de naranjilla congelada existen varios productos considerados como sustitutos, ya sea por la variación de precios, gustos del mercado meta, calidad y presentación. De manera que se considera sustituto a todo producto que sea utilizado para la preparación de bebidas y alimentos diferente a las pulpas de frutas.

Basándonos en las respuestas de nuestros entrevistados y encuestados, se dedujo que la pulpa es usada en su mayoría para realizar jugos, por consiguiente, jugos realizados con fruta fresca, gaseosas y bebidas artificiales o zumos son considerados sustitutos. Por otro lado las pulpas también son utilizadas para preparar alimentos como postres, helados y aderezos, siendo sustituto en este caso la fruta fresca.

Competencia: Se define como competencia a las empresas que actúan dentro del mismo sector y tratan de satisfacer las necesidades de los mismos grupos de clientes.(Michael Parkin, 2010)

Las empresas no se encuentran solas en el mercado, siempre existe a su alrededor otras con las cuales compiten por satisfacer las necesidades del cliente o por ganar posicionamiento en el mercado. La competencia no se limita al caso de las empresas que rivalizan con la nuestra directamente con los mismos productos, también se considera competencia a las empresas que ofrecen productos que pueden sustituir a los nuestros.

Fundamentando lo expuesto anteriormente se considera competencia potencial a las empresas locales procesadoras de pulpas de frutas y jugos descritas en la siguiente tabla.

Tabla 23: Principales empresas productoras de pulpa de fruta congelada

Ranking	Empresa	Ventas 2010
1	Huertosa Alimentos	\$ 24.591.246
2	Tropifrutas S.A.	\$ 11.412.174
3	Profrutec	\$ 8.310.152
4	Foturcorp S.A.	\$ 5.454.311
5	La Hortícola	\$ 3.457.841
6	Lajugosa S.A.	\$ 426.596
7	Eagropeas S.A.	\$ 371.257
8	IAGSA S.A.	\$ 239.886
9	Expropalm S.A.	\$ 65.652
10	ENVAGRIF	\$ 39.456

Fuente: Boletín mensual de análisis sectorial.(MIPYMES, 2010)

Elaborado por: La autora

Mediante las entrevistas realizadas, resultaron ciertas marcas de pulpa de naranjilla congelada posicionadas en el mercado industrial. Es importante poder identificarlas ya que estas son consideradas una competencia directa para este proyecto de investigación.

A continuación la Tabla 24, detalla las marcas con mayor posicionamiento según la investigación de mercado realizada.

Tabla 24: Marcas Competidoras investigadas en el mercado

Marcas Productoras de Pulpa de Naranja
María Morena
La Fructosa
El Huerto
Supermaxi
Fruta Sí
La Jugosa
Yucho,

Fuente: Investigación propia (Entrevistas)
Elaborado por: La autora

Preferencias o gustos personales: esto se refiere a la libre elección que toma cada persona para seleccionar un producto de otro según su satisfacción personal y dependiendo de las opciones que encuentre en el mercado.

La demanda de pulpa de naranja congelada puede llegar a ser afectada por la preferencia de los posibles clientes a diferentes sabores como lo muestran los resultados de la Pregunta 4, de la encuesta. Se refleja en resumen, que la preferencia de la pulpa de naranja es de 33% por parte del mercado objetivo en relación al consumo de diferentes sabores de pulpas como el tomate de árbol, mora, frutilla y maracuyá.

Uso de la pulpa: el uso que los posibles clientes le den a la pulpa también puede afectar de manera positiva o negativa a la demanda, ya que un uso no representativo puede hacer que el cliente deje de comprar un producto.

La pulpa de naranja tiene funcionalidad en más de un proceso alimenticio. Mediante las encuestas se concluyó que en su mayoría, la pulpa es usada para la preparación de jugos o batidos (Pregunta 3). El que exista varios usos para la pulpa de naranja congelada afecta positivamente a la demanda de la misma, puesto que al haber más

opciones de usos da una pauta de lo necesario y versátil que puede ser este producto volviéndolo más atractivo para el mercado meta.

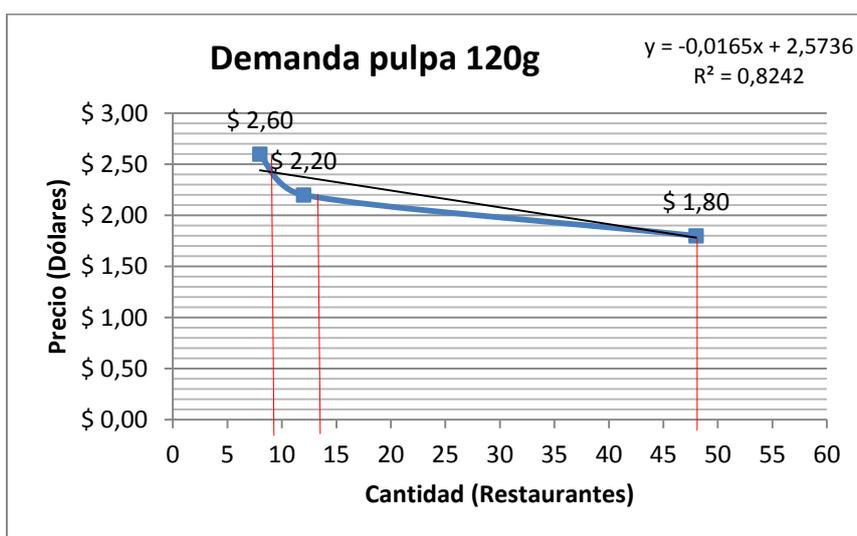
4.6.2. Curva de la demanda

El libro de Microeconomía de Michael Parkin explica que la curva de la demanda muestra la relación entre la cantidad demandada y su precio, cuando los demás factores que influyen sobre la decisión de compra de cierto producto permanecen constantes (*ceteris paribus*). (Michael Parkin, 2010)

A continuación se desarrollará mediante gráficos la curva de la demanda de pulpa de naranjilla congelada para las dos presentaciones propuestas. Se tomará como referencia los datos indagados en la muestra del segmento de mercado establecido, siendo los precios y la cantidad de restaurantes los parámetros a ser considerados para llegar a la deducción del comportamiento del mercado.

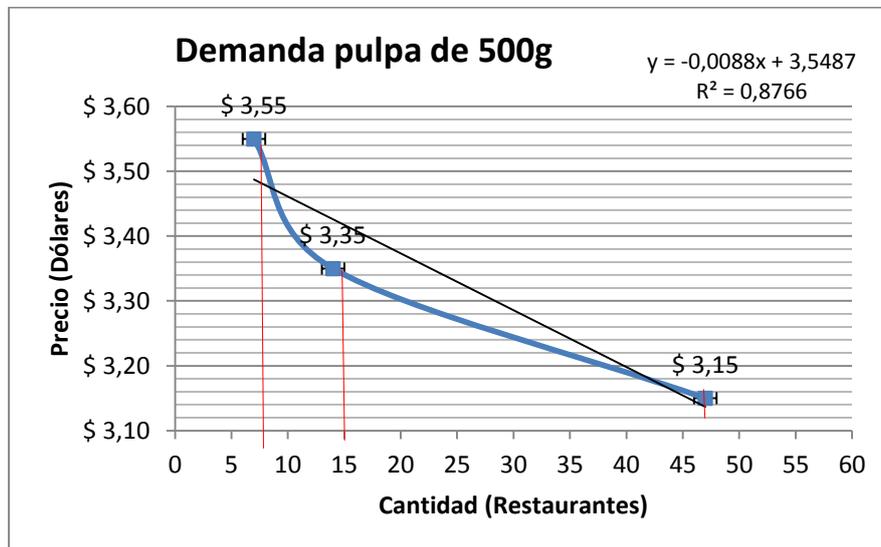
Como se observa en los gráficos, cada punto que conforma la curva de la demanda es el representativo a la cantidad de restaurantes dispuestos a comprar una pulpa de naranjilla congelada como respuesta a un precio en particular.

Gráfico 25: Curva de demanda para 120 gramos de pulpa de naranjilla



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Gráfico 26: Curva de demanda para 500 gramos de pulpa de naranjilla



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Mediante los gráficos se concluye que la relación funcional entre los diferentes precios propuestos para las pulpas de naranjilla congelada y la cantidad demandada es inversamente proporcional, ya que al aumentar el precio la cantidad demandada disminuye, y viceversa. Por tanto, cuando menor es el precio más restaurantes están dispuestos a consumir pulpa de naranjilla congelada.

4.6.3. Proyección de la demanda

Para fines de esta investigación se proyectará la demanda de la pulpa de naranjilla basada en datos históricos del crecimiento del mercado objetivo (restaurantes y servicios de catering) que nos permita llegar a un criterio razonable para pronosticar el comportamiento futuro con cierto grado de incertidumbre. Los datos históricos se obtendrán por medio de fuentes secundarias suficientes para desarrollar dicha proyección.

Para la proyección de la demanda se empleará el método de mínimos cuadrados con el propósito de proyectar el número de restaurantes y caterings que existirán para el año 2024, para esto se utilizarán datos obtenidos del INEC partiendo del año 1996 hasta el más actual que fue el año 2010.

Fórmula Mínimos Cuadrados

$$y = ax + b$$

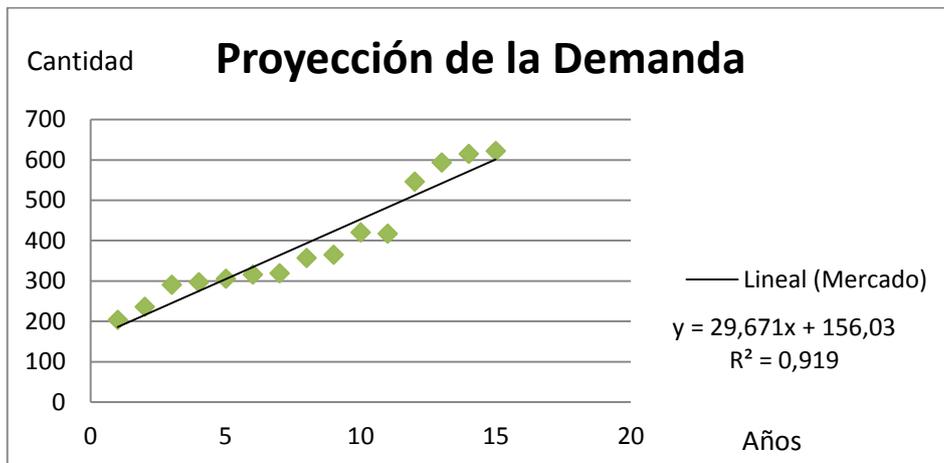
Donde:

- y = Demanda existente de restaurantes y caterings
- x = Período de tiempo
- a y b = Constantes

$$y = 29,671x + 156,03$$

El valor de las constantes a y b se obtiene a partir del siguiente gráfico de tendencia lineal. Para visualizar la fórmula en el gráfico, se activó la opción que permite presentar la ecuación y valor de correlación.

Gráfico 27: Proyección lineal de la demanda



Fuente: Hoteles y restaurantes.(Ministerio de Turismo del Ecuador, 2010)
Elaborado por: La autora

Obtenida la ecuación mediante el Gráfico 27, se enlistará datos históricos del mercado como lo instruye la siguiente tabla. A partir del último dato se aplicará la fórmula, reemplazando la variable “x” que son los años, para de esta manera obtener el número de establecimientos que existirán en los próximo 10 años a ser proyectados.

Tabla 25:Proyección de la demanda

AÑOS	(X)	(Y)	
1996	1	203	<u>DATOS HISTORICOS</u>
1997	2	236	
1998	3	290	
1999	4	297	
2000	5	305	
2001	6	316	
2002	7	319	
2003	8	357	
2004	9	365	
2005	10	420	
2006	11	417	
2007	12	546	
2008	13	593	
2009	14	615	
2010	15	622	
2011	16	631	<u>PROYECCIÓN</u>
2012	17	660	
2013	18	690	
2014	19	720	
2015	20	749	
2016	21	779	
2017	22	809	
2018	23	838	
2019	24	868	
2020	25	898	
2021	26	927	
2022	27	957	
2023	28	987	
2024	29	1.016	

Fuente: Hoteles y restaurantes.(Ministerio de Turismo del Ecuador, 2010)

Elaborado por: La autora

Asumimos correlación entre producción y crecimiento de la industria de alimentos y bebidas, representada por restaurantes y servicios de comida móvil o caterings, por tal la del consumo de la pulpa de naranjilla. Basado en el contexto antes expuesto y en lo observado en la tendencia proyectada de los datos históricos, se deduce que para el año 2024 existirán 1.016 establecimientos entre restaurantes y servicios de catering que figurarán la futura demanda de pulpa de naranjilla congelada.

4.7. Análisis de la oferta

La oferta es la relación con la cantidad de bienes y servicios que las empresas están dispuestas a vender en el mercado a un precio determinado.

Para establecer la oferta de pulpa de naranjilla congelada se asume correlación entre producción y crecimiento de la industria, de esta manera se ha tomado datos proporcionados por la Secretaría Mipymes y el Ministerio de Industrias y Productividad. Los datos históricos ilustrarán el número de empresas que producen pulpa de frutas desde el año 2009 al 2014.

Tabla 26: Oferta de pulpa de frutas

Listado de empresas productoras de pulpa				
Año	No	Proveedor	Dirección	Actividad
2009	1	Pulpa de Frutas	Carcelén, José Ordoñez y José Egas 28 A	Pulpa de fruta natural en vario sabores
	2	Btl Media	Av. Brasil y Zamora	Productora y exportadora de fruta deshidratada, pulpa de fruta congelada, enlatados y chocolate
	3	Del Huerto	Calle de los Arupos y Av. Eloy Alfaro	Pulpas de frutas, conservas de frutas y mousse
	4	Latinoamericana de jugos S.A.	Km. 5 Vía Amaguaña	Pulpa de frutas congeladas
	5	Natural Fruts	Alejandro Velasco 179	Elaboración y comercialización de pulpa de fruta natural sin uso de preservantes, principalmente de frutas tropicales como mora, naranjilla, guanábana, tomate de árbol, piña, frutilla.
	6	Agroexportadora Exoticlan CIA. LTDA.	Shyris y NNUU	Productos típicos ecuatorianos en conservas y pulpas de frutas.
	7	Envagrif C.A.	Calle Carchi No 904 y Av. Interoceánica km 14 1/2, Tumbaco	Mermeladas, piña en rodajas, pulpas de frutas naturales, salsa de tomate y corazones de palmito
	8	FrelaNd CIA. LTDA.	Calle 23 de abril y 25 de noviembre	Palmitos, pulpa de frutas y frutas exóticas en almíbar

	9	Disfruta	Vancouver 441 y Alemania	Venta de pulpas por kilo
2010	10	Frozen tropic CIA. LTDA.	Isaac Albeniz E3-78 y Mozart	Frutas congeladas, puré de frutas, pulpa de frutas y jugo de frutas
2011	11	Mr. Freeze	Via Pedro Vicente Maldonado	Pulpa de fruta natural por kilos
	12	Gemelagro	Av. M Cordova Galarza Km 8	Elaboración de pulpa de fruta con servicios de empacado al vacío y congelamiento IQF
2012	13	Agrocomercial Morvie CIA. LTDA	J. Roldos Aguilera N3-103 Conocoto	Fruta fresca, pulpa de frutas en gramos y kilogramos
	14	Profrutec	Av. De la prensa N63-55 y Bastidas	Pulpas de frutas
2013/2014	15	Proesemica CIA. LTDA	Aldana 237 y Ruiz de Castilla	Pulpa de fruta congelada

Fuente: Secretaria de Mipymes y Ministerio de Industrias y Productividad
Elaborado por: La autora

Tabla 27: Comportamiento histórico de la Oferta

Oferta de Pulpa de frutas		
Años	Empresas (en cantidad)	Crecimiento
2009	9	13,33%
2010	10	
2011	12	
2012	14	
2013	15	
2014	15	

Fuente: Secretaria de Mipymes y Ministerio de Industrias y Productividad
Elaborado por: La autora

Actualmente el Ecuador cuenta con 15 empresas a nivel nacional dedicadas a la producción y venta de pulpa de frutas congeladas, entre ellas la naranjilla. La tasa de crecimiento en promedio de la oferta histórica registrada en los últimos 5 años es el 13,33%..

4.7.1. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se empleará el método de mínimos cuadrados con el propósito de proyectar el número de empresas productoras y comercializadoras de pulpa de frutas que existirán para el 2024, para esto se utilizarán datos obtenidos de la Tabla 26, partiendo del año 2009 hasta el más actual que fue el año 2014.

Fórmula Mínimos Cuadrados

$$y = ax + b$$

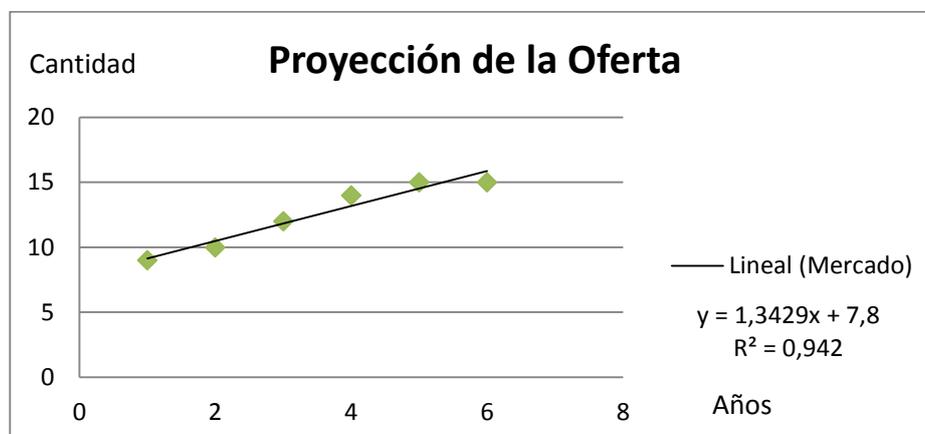
Donde:

y = Oferta existente de empresas productoras y comercializadoras de pulpa
x = Período de tiempo
a y b = Constantes

$$y = 1,3429x + 7,8$$

El valor de las constantes a y b se obtiene a partir del siguiente gráfico de tendencia lineal. Para visualizar la fórmula en el gráfico, se activó la opción que permite presentar la ecuación y valor de correlación.

Gráfico 28: Proyección lineal de la oferta



Fuente: Secretaria de Mipymes y Ministerio de Industrias y Productividad
Elaborado por: La autora

Obtenida la ecuación mediante el Gráfico 28, se enlistará datos históricos de empresas productoras de pulpa de frutas como lo instruye la siguiente tabla. A partir del último dato se aplicará la fórmula, remplazando la variable “x” que son los años, para de esta manera obtener el número de establecimientos que existirán en los próximo 10 años a ser proyectados.

Tabla 28: Proyección de la oferta

AÑOS	(X)	(Y)	
2009	1	9	DATOS HISTORICOS
2010	2	10	
2011	3	12	
2012	4	14	
2013	5	15	
2014	6	15	
2015	7	17	PROYECCIÓN
2016	8	19	
2017	9	20	
2018	10	21	
2019	11	23	
2020	12	24	
2021	13	25	
2022	14	27	
2023	15	28	
2024	16	29	

Fuente: Tablas anteriores
Elaborado por: La autora

Basado en el contexto antes expuesto y en lo observado en la tendencia proyectada de los datos históricos, se deduce que para el año 2024 existirán 29 empresas productoras y comercializadoras de pulpa de frutas, que figurarán la futura oferta de pulpa de naranjilla congelada.

4.8. Determinación de la demanda insatisfecha

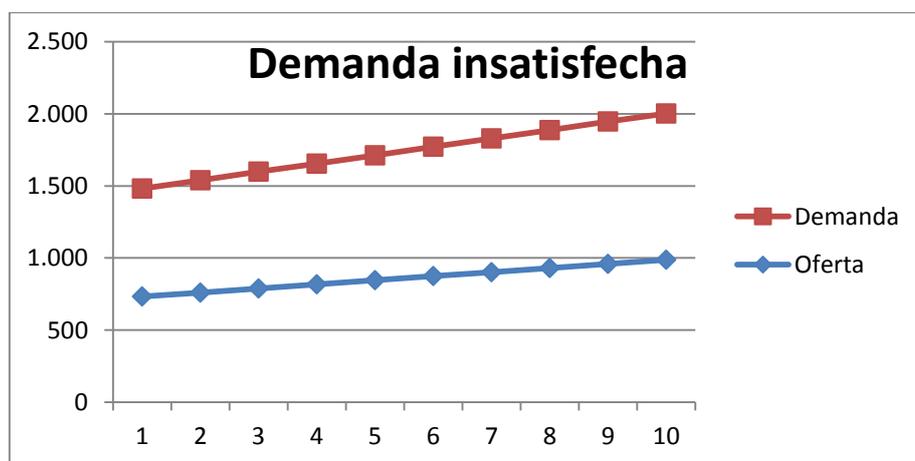
Se conoce como demanda insatisfecha a la diferencia existente entre la demanda y la oferta, es decir, existe demanda insatisfecha cuando la demanda que se ha divisado en el mercado no ha sido cubierta por los productores actuales.

Tabla 29: Demanda insatisfecha

Años	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2015	749	17	732
2016	779	19	760
2017	809	20	789
2018	838	21	817
2019	868	23	845
2020	898	24	874
2021	927	25	902
2022	957	27	930
2023	987	28	959
2024	1.016	29	987

Fuente: Tablas anteriores
Elaborado por: La autora

Gráfico 29: Demanda insatisfecha



Fuente: Tablas anteriores
Elaborado por: La autora

Como se puede observar en el gráfico, si existe una demanda insatisfecha que se incrementa con el tiempo, lo que quiere decir que para el año 2024 las 29 empresas productoras de pulpa de fruta no podrán abastecer por completo la demanda de pulpa de naranjilla de los 1.016 restaurantes existentes a la misma fecha. De tal manera este proyecto buscará satisfacer parte de la demanda insatisfecha analizada previamente.

4.9. Diseño de plan de marketing

Una vez identificado el segmento de mercado utilizaremos la información obtenida en las diferentes fuentes de investigación, con el fin de crear un producto y programa de marketing a la medida de nuestro mercado meta.

4.9.1. Marketing mix

Para desarrollar la mezcla de marketing es necesario la propuesta de una oferta que entregue valor al segmento de mercado sugerido, para desarrollar esta oferta es importante conocer el concepto de las 4 P's usadas para diseñar una estrategia sólida de marketing.

En el primer capítulo del libro de Armstrong y Kotler, Fundamentos del Marketing, describe a cuatro grupos de variables que influyen en la demanda de un producto, para que al ser combinadas sean útiles en el establecimiento de estrategias que produzcan respuestas deseadas para el mercado meta.(Kotler y Armstrong, 2008) Producto, precio, plaza y promoción van a ser las herramientas usadas para establecer nuestra oferta.

4.9.1.1. Producto

Cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, o consumo con el fin de satisfacer una necesidad se lo denomina producto.(Kotler y Armstrong, 2008)

La pulpa de naranjilla congelada será ofertada a los diferentes servicios de catering y restaurantes, por tanto se la clasifica dentro de la categoría de productos industriales.

“Los productos industriales son los que se compran para darles un procesamiento posterior o para usarse en un negocio.”(Kotler y Armstrong, 2008)

Con el fin de caracterizar mejor al producto a continuación se redactará los beneficios y características que lo conforman.

La pulpa es la parte sustanciosa y comestible de la fruta, es decir, para obtener la pulpa se debe separar el fragmento comestible carnoso de la cáscara y semillas. En el caso de la naranjilla, se reconoce a la pulpa como el contenido pastoso, no líquido, ni desintegrado. Para extraer la pulpa de la naranjilla es recomendable hacerlo de una fruta madura y limpia.

La idea de congelar la pulpa proviene de la necesidad de agilizar y ahorrar el tiempo en la preparación de alimentos y bebidas, siendo el caso más común los jugos. La pulpa congelada esta lista a cualquier momento para ser preparada en jugos, batidos, helados, avenas o salsas ya que esta evita los procesos básicos que una fruta fresca necesita para ser procesada, tales como, el lavado, pelado, retiro de semillas y cortado.

Algunas de las ventajas de la pulpa congelada son:

- Permite conservar el aroma, color y sabor de la fruta, en las mismas condiciones que una fruta fresca.
- Al atravesar por un proceso de congelación, las características nutritivas de la pulpa son conservadas de mejor manera con respecto a otros métodos de preservación.
- La pulpa congelada se considera materia prima de varios productos en los que intervenga la fruta, como por ejemplo los jugos o helados de frutas.
- Ya que la pulpa siguió un proceso de congelación, el tiempo de conservación es mínimo de un año.
- La pulpa congelada permite aprovechar el contenido al 100% evitando desperdicios o descomposición, conservando solo la parte útil de la fruta.
- La disponibilidad de diferentes sabores de pulpas es prácticamente todo el año ya que se aprovecha las épocas de mayor cosecha.

Para este estudio de factibilidad se propone una cartera de productos conformada por la pulpa de naranjilla congelada en dos diferentes presentaciones. En base a la

investigación de mercado previamente realizada, obsérvese en la Tabla 31, especificadas las dos presentaciones de pulpa de naranjilla congelada: 500 gramos y 120 gramos

Tabla 30: Cartera de productos

OFERTA DE PRODUCTOS	
PRODUCTO	PRESENTACIÓN
Pulpa de naranjilla	Fundas de poliéster-polietileno de 120 g.
Pulpa de naranjilla	Fundas de poliéster-polietileno de 500 g.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

4.9.1.1.1. Materia prima

La materia prima de una pulpa congelada es siempre la fruta fresca de dicha pulpa, siendo para este caso la naranjilla.

A continuación se describirá las variedades de naranjilla sembradas en el Cantón El Chaco.

- Variedad de naranjilla
 - Castilla: Especie de naranjilla cuyo nombre científico es *Solanumquitoense*, proviene de una planta semi-silvestre. Su planta tiene espinas en los tallos y las hojas, fruta con pulpa color verde y su producción promedio es de 11 toneladas por hectárea siempre y cuando no esté a constante exposición solar.(Consultorio Agropecuario, 2009)
 - Híbrida: Especie de naranjilla cuya planta no tiene espinas en los tallos y las hojas, el color de la pulpa es verde y de excelente calidad, es muy resistente a plagas por lo que su vida productiva se adaptada a libre exposición solar. Se puede producir en promedio hasta 20 toneladas en la misma área en toda su vida productiva.(Consultorio Agropecuario, 2009)

Tabla 31: Atributos físicos de la naranjilla

Peso de la naranjilla		Componentes de la naranjilla	
82 g.	Peso promedio 109 g.	Pulpa	58,9 % aprox.
110 g.		Semilla	16,4 % aprox.
135 g.		Cáscara	24,7 % aprox.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

La observación de campo realizada en la investigación de mercado, fue de primacía para establecer los atributos físicos de la naranjilla. Se llegó a concluir que la naranjilla tiene un peso promedio de 109 gramos dividido de la siguiente manera: 58,9% de pulpa, 16,4% semilla y la cáscara un 24,7 %. Cabe resaltar que lo expuesto anteriormente son datos aproximados ya que no existe fuente científica que corrobore más que lo observado.

4.9.1.1.2. Atributos del producto

La pulpa natural de naranjilla es un producto semi-procesado, por consiguiente el uso dependerá de nuestros compradores (empresas de catering y restaurantes). La pulpa es natural de naranjilla fresca con sabor agradable y rica en vitaminas propias de la fruta, una vez transformada en pulpa se congela a -18°C en su empaque de polietileno, con una vida de anaquel de 480 días. El producto al estar congelado, garantiza que este conserve toda la textura y sabor así como su valor nutritivo igual al del producto recién procesado.

La pulpa de naranjilla está compuesta por la pulpa de la fruta en un 92%, agua en un 5%, azúcar en un 3 %, y preservantes, debido al PH característico que se debe conservar de la naranjilla, un 0,05%. La Tabla 32, muestra la composición de ingredientes de la pulpa de naranjilla en gramos, tanto para la presentación de 500 gramos como para la de 120 gramos.

Tabla 32: Composición de una pulpa de naranjilla congelada

Ingredientes		Contenido	
		500 g.	120 g.
Naranjilla	92%	460,00 g.	110,40 g.
Agua	5%	24,75 g.	6,00 g.
Azúcar	3%	15,00 g.	3,54 g.
Preservantes	0,05%	0,25 g.	0,06 g.
Total	100%	500	120

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Mediante las siguientes tablas expuestas a continuación, se desglosa la composición química y nutricional de una pulpa de naranjilla, así como también información nutricional por el tamaño de la porción según datos consultados en el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP). (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, 2010)

Tabla 33: Constitución química y nutricional de la pulpa de naranjilla congelada

Variable	(%)	Variable	(mg)	
Humedad	83,46%	Minerales	Calcio	5,9-12,4
Acidez	2,56%		Magnesio	43,7-45,0
Cenizas	0,41%		Fósforo	12,0-16,7
Extracto etéreo	0,11%		Potasio	0,04-0,094
Proteína	0,64%		Sodio	48,00
Fibra	0,46%		Hierro	0,34-0,64
Carbohidratos totales	7,74%		Zinc	2,00
Azúcares totales	4,62%	Variable	(mg)	
Variable	(Ph)	Vitamina C	53,33	
Ph	3,00	Polifenoles totales	0,81	

Fuente: Análisis Físico y químico de la naranjilla. (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, 2010)
Elaborado por: La autora

Tabla 34: Información nutricional según el tamaño de la porción

	Tamaño de la porción	
	120 g.	500 g.
Energía	90 cal	375 cal
Grasa	0 g.	0 g.
Colesterol	0 g.	0 g.
Sodio	1 mg	4 mg
Carbohidratos	24 g.	100 g.
Fibra dietética	0,65 g	2,71 g.
Azúcares	11 g.	45,83 g.
Proteína	1 g.	4,17 g.
Vitamina C	48%	
Calcio	3%	
Hierro	7%	

Fuente: INIAP.(Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, 2010)

Elaborado por: La autora

4.9.1.1.3. Marca

La marca es:

“Un nombre, termino, signo, símbolo o combinación de ellos por medio del cual se identifica comercialmente a un producto o servicio, de igual manera, al fabricante o vendedor del mismo”.(Kotler y Armstrong, 2008)

La marca propuesta para la pulpa de naranjilla será “**Naranjilla El Chaco**”, nombrada bajo marca del fabricante, ya que los trabajadores y proveedores de la fruta serán específicamente agricultores y residentes del cantón El Chaco. De esta manera se identificará la fruta y su procedencia, dando a conocer dicha zona y cumpliendo con el objetivo principal de apoyar a estas personas y darles a conocer a nivel nacional como fabricantes del producto y distribuidores.

Valor Capital de la Marca

La marca de un producto a más de ayudar a identificarlo debe tener un valor de capital, es decir un efecto diferencial positivo en la respuesta del posible cliente al conocer el producto, el cual permitirá atribuirle un valor financiero.(Kotler y Armstrong, 2008)

Para que el cliente cree una percepción favorable hacia la pulpa de naranjilla congelada y por consiguiente su aceptación por la misma se propondrá un valor de marca basado en los atributos buscados por el mercado objetivo investigados previamente.

El valor de marca envolverá la calidad, sabor y color de la pulpa de naranjilla congelada, atributos que permitirán que el precio de la misma sufra variaciones y aún así no cambie la fidelidad y preferencia del mercado objetivo hacia la misma.

Posicionamiento de la Marca

Según el libro Fundamentos de Marketing de Armstrong y Kottler, la marca puede ser posicionada mediante tres elementos: atributos del producto, beneficios, valores y creencia(Kotler y Armstrong, 2008).Relacionando lo antes mencionado, se posicionará a la marca “**Naranjilla El Chaco**” mediante las particularidades más destacables de la pulpa, los beneficios de consumir nuestra marca y los valores de la misma.

El segmento de mercado seleccionado para la pulpa de naranjilla congelada, restaurantes y caterings, podrá constatar la naturalidad de nuestra pulpa y el sabor concentrado de la fruta mediante visitas demostrativas que se realizarán. Además, se les mencionará el tiempo y facilidad de uso de la pulpa en la preparación de bebidas u otros alimentos como postres. Entre otros beneficios de la pulpa de naranjilla, está lo saludable que es nuestra marca por estar hecha de fruta fresca y no de químicos que le den un sabor artificial.

Queremos ser una marca solidaria, por lo tanto, buscaremos que el cliente sepa que no está comprando una simple pulpa, está aportando al crecimiento de pequeños emprendedores que buscan una mejor calidad de vida mediante su arduo trabajo. Contrario a lo que muchas empresas inquieren, nuestra marca no desea enriquecer a una persona, quiere el desarrollo de una comunidad que conjuntamente se apoye para crecer.

En definitiva, pretendemos asentar firmemente nuestra marca en la mente del mercado potencial de tal manera que al ver una naranjilla o un jugo de naranjilla, piensen en “**Naranjilla El Chaco**”.

Desarrollo de la Marca

Una vez ya posicionada la marca, se pretenderá desarrollar la misma mediante una extensión de línea.

“Una extensión de línea consiste en utilizar una marca exitosa para introducir al mercado artículos adicionales en una categoría de productos determinada, tal como nuevos sabores, formas, colores, ingredientes adicionales, o tamaños de envase”(Kotler y Armstrong, 2008)

Se presentará al mercado nuevas presentaciones de pulpa de naranjilla congelada, empezando por un mayor contenido, es decir pulpa de 1000 gramos, para lograr llegar a clientes industriales con un consumo elevado.

Otra forma de extender la línea de productos es ofertando nuevas categorías de productos, en este caso podría ser helados de naranjilla, mismos que se venderían en los diferentes restaurantes y caterings que sean clientes nuestros.

4.9.1.1.4. Empaque

El empaque es el recipiente o la envoltura de un producto.

Para este caso en específico, la pulpa de naranjilla congelada constará de recipiente primario del producto y el empaque de transporte.

- Recipiente primario del producto:

La pulpa de naranjilla puede ser envasada de diferente manera, entre ellas la funda de polietileno de grado alimenticio.

La funda de polietileno, por su estructura molecular, permite que la cantidad de oxígeno que traspasa el material sea la necesaria para no afectar la composición nutricional del contenido. Además, el índice de permeabilidad del polietileno conserva la pulpa dentro del empaque sin presentar reacción química debido al PH de la fruta.

La bolsa de polietileno a pesar de ser muy resistente, deja que el contenido de la misma se congele fácilmente y permanezca así por un tiempo considerable, sin refrigeración y a temperatura ambiente.

Ilustración 10: Fundas de polietileno aptas para pulpa de fruta.



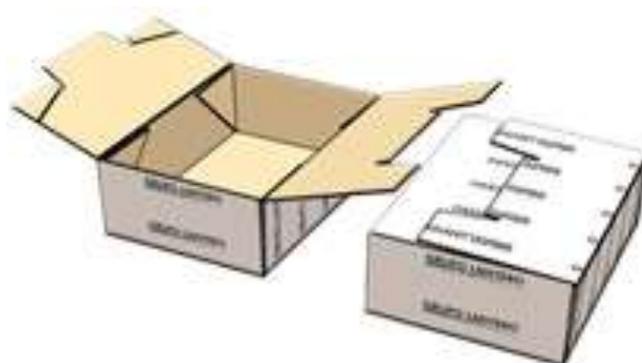
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

- Empaque de transporte:

Para transportar la pulpa de naranjilla hasta los distintos lugares de recepción establecidos por parte de los clientes, se consideró utilizar cajas de cartón dúplex corrugado tipo C; de largo 72 cm, ancho 61 cm y alto 50 cm.

Cada caja máster contendrá las pulpas de naranjilla en sus diferentes tamaños. Estas cajas son aptas para el transporte de la pulpa ya que no maltratan el producto y son de fácil manejo para cargue y descargue. El cartón protegerá a las pulpas de tener contacto con el exterior y así se garantizará el buen estado de las mismas hasta su destino final.

Ilustración 11: Cajas para transportar pulpa congelada.



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

4.9.1.1.5. Etiquetado

El etiquetado es una forma de identificar al producto y su marca, además mediante este, se describe información importante del producto como los ingredientes, información nutricional, tiempo de caducidad, precio, logo y marca, entre otros.

El Ministerio de Salud Pública del Ecuador en su reglamento sanitario, Capítulo II: Del etiquetado de los alimentos procesados indica:

“El etiquetado de los alimentos procesados para el consumo humano, se ajustará a su verdadera naturaleza, composición, calidad, origen, y cantidad del alimento envasado, de modo tal que se evite toda concepción errónea de sus cualidades o beneficios y estará fundamentada en las características o especificaciones del alimento, aprobadas en su registro sanitario”(Ministerio de Salud Pública del Ecuador , 2013)

Obedeciendo a lo antes expuesto, la siguiente ilustración indica la información nutricional que constará en la etiqueta del producto para cada tamaño propuesto (120 g. y 500 g.).

Tabla 35: Información nutricional para el etiquetado de la pulpa de naranjilla.

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		
Sabor de la pulpa: Naranjilla		
Porción por envase: 1 funda		
Cantidad por porción: 120 g.		
Energía (cal)	90 cal	
	% Valor diario	
Grasa	0 g.	0%
Colesterol	0 mg.	0%
Sodio	1 mg.	0%
Carbohidratos	24 g.	8%
Fibra dietética	0,65 g.	3%
Azúcares	11 g.	---
Proteína	1 g.	0%
Vitamina C	48%	
Calcio 3%	Hierro 7%	
Los porcentajes de los valores diarios están basados en una dieta de 2000 calorías.		

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		
Sabor de la pulpa: Naranjilla		
Porción por envase: 1 funda		
Cantidad por porción: 500 g.		
Energía (cal)	375 cal	
	% Valor diario	
Grasa	0 g.	0%
Colesterol	0 mg.	0%
Sodio	4 mg.	0%
Carbohidratos	100 g.	33%
Fibra dietética	2,71 g.	12%
Azúcares	45,83 g.	---
Proteína	4,17 g.	0%
Vitamina C	48%	
Calcio 3%	Hierro 7%	
Los porcentajes de los valores diarios están basados en una dieta de 2000 calorías.		

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

El 15 de Noviembre del 2013, el Ministerio de Salud Pública del Ecuador publicó un nuevo reglamento para el etiquetado, el cual según el Artículo 12 expresa lo siguiente:

“Todo alimento procesado para el consumo humano, debe cumplir con el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 022 de Rotulado de productos alimenticios procesados, envasados y empaquetados; adicionalmente se colocará un sistema gráfico con barras de colores colocadas de manera horizontal. Estos colores serán: rojo, amarillo y verde según la concentración de los componentes(Ministerio de Salud Pública del Ecuador , 2013):

- La barra de color rojo está asignado para los componentes de alto contenido y tendrá la frase “Alto en...”
- La barra de color amarillo está asignado para los componentes de medio contenido y tendrá la frase “Medio en...”
- La barra de color verde está asignado para los componentes de bajo contenido y tendrá la frase “Bajo en...”

La pulpa de naranjilla, según sus propiedades nutritivas y componentes es considerada baja en azúcar, baja en sal y sin contenido de grasa; por lo que el semáforo nutricional de la etiqueta se verá de la siguiente manera:

Ilustración 12: Semáforo nutricional de la pulpa de naranjilla congelada



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Adicionalmente en la etiqueta constará la marca y logo del producto, así como también número de contacto, correo electrónico, precio, fecha de elaboración y expiración, procedencia y una leyenda con el mensaje del producto.

4.9.1.1.6. Servicios de apoyo.

Los servicios de apoyo son aquellos que complementan o aportan al atractivo del producto sumándole un valor agregado, entre los servicios de apoyo más comunes está el transporte. La decisión de tener un servicio de apoyo es netamente del fabricante y va ligado a la estrategia de marketing del producto, siendo para este caso la entrega a domicilio de pulpa de naranjilla.

Se busca darle un valor agregado y atractivo a la pulpa de naranjilla congelada facilitando la adquisición de la misma al cliente industrial, es decir, el cliente no tendrá que ir hasta la fábrica para adquirir la pulpa, ya que esta será entregada según plazos semanales acordados mediante un camión pequeño apto para su transporte.

4.9.2. Precio

La definición de precio es:

“La cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio”(Kotler y Armstrong, 2008)

La fijación de precios para las diferentes presentaciones de pulpa de naranjilla propuestas en este estudio se determinará teniendo en cuenta costos de producción y operación, y con base a la competencia estudiada previamente en la investigación de mercado. El fin es hacer que el producto sea competitivo en el mercado y vaya de acuerdo a la capacidad y disposición de pago del cliente industrial.

Tabla 36: Precios investigados en el mercado meta

Muestra	Precio		Características
	120 gramos	500 gramos	
Chipote Chillón	\$ 1,65	\$ 3,00	Distribución semanal
Quit`s Lounge	\$ 1,80	\$ 3,20	Compra independiente
A pedir de Boca	\$ 2,00	\$ 3,50	Compra independiente
Lo Lo`s Restaurante	\$ 1,60	\$ 2,90	Distribución quincenal

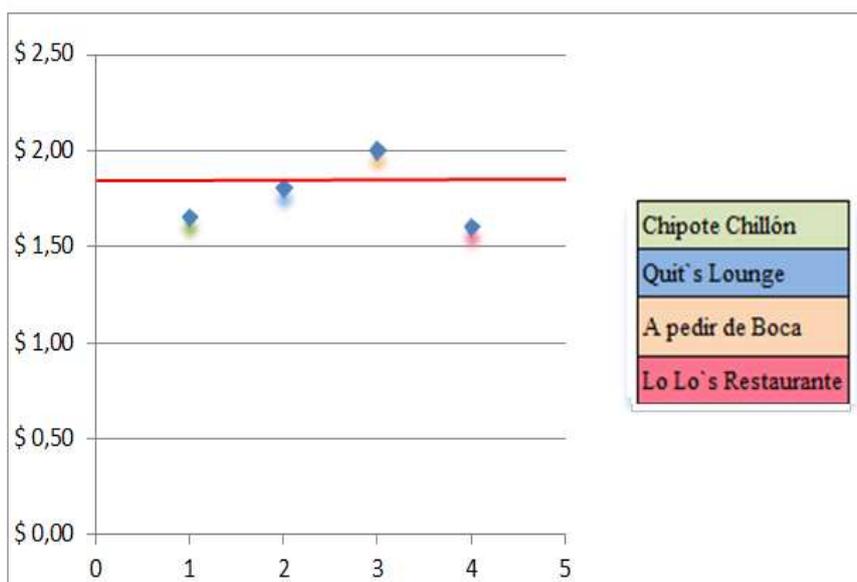
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Tabla 37: Precios observados en supermercados para la pulpa de naranjilla (en dólares)

	María Morena		La fructosa		El Huerto		Supermaxi		Fruta Sí		La Jugosa		Yucho,		Precio promedio
	500 g.	120 g.	500 g.	120 g.	500 g.	120 g.	500 g.	120 g.	500 g.	120 g.	500 g.	120 g.	500 g.	120 g.	
Pulpa de naranjilla															
AKI	2,98	X	3,23	X	3,10	X	X	X	3,15	X	3,48	X	X	X	3,18
Santa María	2,89	X	X	X	X	X	X	X	3,05	X	2,97	X	X	X	2,99
Supermaxi	X	X	3,35	X	3,47	X	3,18	X	X	X	X	X	3,23	X	3,31

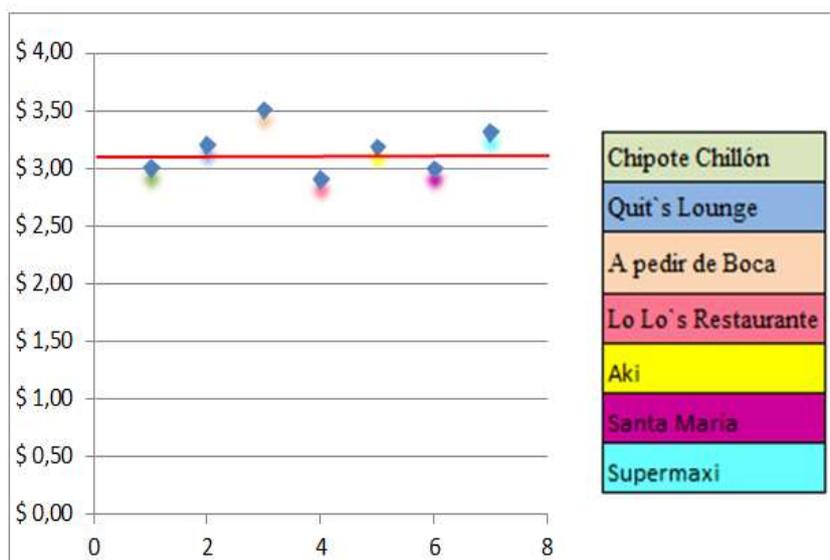
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Gráfico 30: Dispersión de los precios de pulpa de naranjilla (120 gramos)



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Gráfico 31: Dispersión de los precios de pulpa de naranjilla (500 gramos)



Fuente: Tabla 17. y Tabla 18
Elaborado por: La autora

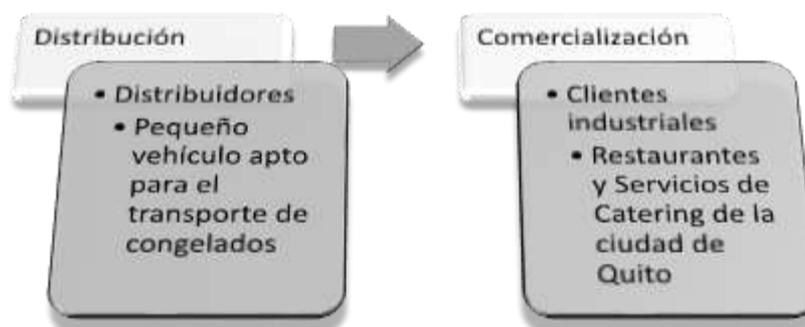
Tomando en cuenta la información recaudada de los encuestados y en lo observado en el mercado de pulpas, se fijó un precio de \$ 3,15 para la presentación de 500 gramos y de \$ 1,80 para la de 120 gramos. Estos precios están a nivel de la competencia y según la encuesta realizada, son aceptados por el mercado meta. El 69% de encuestado está dispuesto a pagar \$3,15 por el contenido de 500 gramos y el 73% pagaría \$1,80 por 120 gramos de pulpa de naranjilla.

Ambos precios resultan atractivos y convenientes, esperando así con ellos tener una respuesta positiva de los clientes industriales.

4.9.3. Plaza

Se refiere al lugar o canal empleado para hacer llegar el producto al posible cliente. En esta etapa se definen los implicados en el proceso de satisfacer la necesidad del cliente, considerando como implicados no solo a proveedores, fabricantes y distribuidores.

Gráfico 32: Desglose de la cadena de suministros propuesta para este proyecto



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

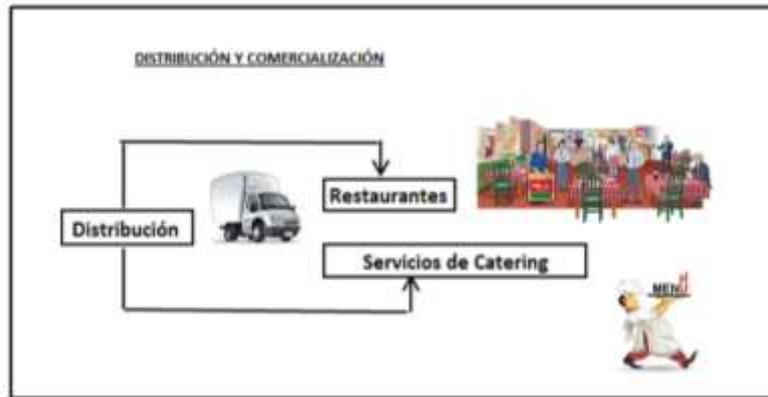
Tal como se observa en el Gráfico 32, la cadena de suministro propuesta para este proyecto se desglosa de la siguiente manera:

- **Distribución**
 - Para transportar el producto desde la fábrica ubicada en El Chaco hasta las bodegas o instalaciones de los clientes industriales en Quito, se necesitará un vehículo especial. Este vehículo, deberá ser apto para trasportar productos que necesitan refrigeración, ya que este deberá conservar el mismo congelado hasta llegar a su destino final.

- **Comercialización**
 - Los diferentes restaurantes y caterings ubicados en Quito son los que hacen posible llevar a cabo esta etapa. A ellos es a quienes llegará el producto terminado.

La siguiente Ilustración permite observar de mejor manera el diseño de la plaza para la pulpa de naranjilla congelada.

Ilustración 13: Diseño del Canal de Distribución



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

4.9.4. Promoción

Se trata de una serie de técnicas integradas en el plan de marketing, cuya finalidad consiste en alcanzar una serie de objetivos específicos a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y dirigidas a un target determinado. El objetivo es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra de un producto o servicio. (Kotler y Armstrong, 2008)

4.9.4.1. Promesa de valor y mensaje

“*Naranja El Chaco*” reúne la esencia ecuatoriana con un sabor tropical y único. Este producto representa el trabajo de nuestros pequeños agricultores y el valor de producción de nuestra tierra. Al consumir esta pulpa muchas familias del Chaco están mejorando su calidad de vida y convirtiéndose en los empresarios del mañana.

Esta pulpa promete destacarse por su calidad, tratando de ser natural, para que al procesarla conserve los beneficios de la fruta en sí. El objetivo propuesto es obtener una pulpa que al probarla se sienta una fresca tropical distintiva del Ecuador, es decir que

más que vender un producto se busca vender la experiencia de consumir naranjilla en cualquier época del año.

La cultura Ecuatoriana tiende a recordar momentos especiales por medio de costumbres alimenticias y sabores. “**Naranjilla El Chaco**” quiere que sus clientes industriales logren preparar alimentos y bebidas que viajen en el tiempo y nos hagan recordar lugares, personas o situaciones. Por consiguiente, lo que esta pulpa promete es caracterizarse por encerrar el sabor de la naranjilla en su totalidad.

El lema que envuelve a esta pulpa es: Fácil y rápido de usar pero difícil de olvidar, úsala de diferente manera y déjate llevar por tu imaginación, tu paladar te lo agradecerá. “*Naranjilla El Chaco*”, más que una pulpa una tradición de buen sabor.

4.9.4.2. Logotipo

Ilustración 14: Logotipo del proyecto



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

El logotipo del proyecto se diseñó basado en el mensaje que se busca transmitir al consumidor. La Ilustración 12, muestra una naranjilla entera y otra cortada en la cual se puede divisar la pulpa de la fruta, además incluye la marca del producto identificada como: “*Naranjilla El Chaco*”. Los colores fueron elegidos en base a la fruta y tonos tierra aledaños que proyectan serenidad y representan a la madre tierra.

4.9.4.3. Eslogan

El eslogan es un lema publicitario con contexto comercial cuya intención es presentar y resumir una idea, dicha frase debe ser llamativa y fácil de recordar.

El eslogan para este proyecto será:

“Naranjilla El Chaco, más que una pulpa una tradición de buen sabor”.

4.9.4.4. Estrategias de difusión

Para promocionar la pulpa de naranjilla se utilizará varias técnicas, entre ellas:

- ATL (Sobre la línea) , medios convencionales empleados para transmitir el concepto de un producto.
 - Anuncios en prensa escrita:
 - Una forma de promocionar un producto de manera masiva son los anuncios que encontramos en diferentes medios escritos, ya que estos van dirigidos al público en general. En Ecuador, entre los medios escritos más conocidos tenemos; El Comercio, La Familia, Líderes, El Metro y Revistas de variedades. Por la razón expuesta anteriormente, una forma de dar a conocer la pulpa de naranjilla congelada sería mediante pequeños anuncios con el logo y mensaje de este proyecto en alguno de estos medios.

- BTL (Bajo la línea), medios no convencionales empleados para transmitir el concepto de un producto.
 - Publicidad exterior:
 - Esta técnica consiste en colocar el logo representativo de la marca junto con imágenes del producto en el camión utilizado para distribuirlo. Esto se lo hace con el fin de llamar la atención del mercado que puede estar interesado en adquirir pulpa de naranjilla congelada, de esta manera se busca dar a conocer el producto mientras es trasladado hasta los clientes.
 - Anuncios en puntos de venta:
 - Esta es una técnica más personal de promoción, ya que mediante volantes o trípticos que contengan información de la empresa se busca dar a conocer el producto y sus beneficios solo al mercado meta. De esta manera, solo se entregarán los volantes a restaurantes y caterings con información más detallada describiendo los atributos y beneficios del producto.
 - Para presentar la marca de un producto de manera económica y dinámica, es factible el colocar adhesivos o imágenes del logo del producto en los lugares en los que el producto es vendido o usado; para este caso en específico los restaurantes o caterings. Este método muestra al consumidor final la existencia de nuestra marca y las formas en las que se puede usar nuestro producto relacionándolo directamente con el mercado meta.
 - Ferias gastronómicas:
 - Mediante ferias se buscará promocionar y dar a conocer la marca y los beneficios que este proyecto ofrecerá, explicando a todo aquel que asista a la feria por qué la pulpa de naranjilla es una buena opción que facilita la preparación de bebidas, salsas,

cocteles y postres de manera saludable. Otra de las ventajas de las ferias gastronómicas es la posibilidad de que el posible cliente deguste la pulpa. Las herramientas usadas son: muestras de la pulpa, banners stands, roll ups y volantes.

- Anuncios en línea:
 - Aprovechando la gran acogida de la cual gozan ciertos sitios web como redes sociales, se publicarán anuncios informativos en blogs o páginas relacionadas a productos congelados y alimenticios. Con el fin de proporcionar más información, existirá una página oficial de la empresa en donde se exponga de mejor manera el producto y formas de contactarnos, los mismos que incluyen teléfono y correo electrónico.

4.10. Estrategias de ventas.

- Este producto buscará alcanzar altos estándares de calidad de manera que cuente con el registro sanitario otorgado por el Ministerio de Salud e Instituto Nacional de Higiene y así certificar al cliente industrial una pulpa óptima para su consumo.
- Debido a que los precios de las pulpas van acorde al mercado, la estrategia de marketing deberá ser enfocada en la calidad, beneficios y características de la pulpa. Para que el producto sea atractivo al cliente industrial, la pulpa será natural, su contenido estará conformado por la fruta en su mayoría y no de agua y saborizante, logrando así conservar el aroma y color de la fruta fresca de naranjilla.
- Se utilizará una estrategia de estimulación que eduque a los compradores en cuanto a los atributos primordiales del tipo de producto que es la pulpa de naranjilla congelada; mediante una publicidad de respuesta directa que lo estimule a su compra. Publicidad de respuesta directa, es aquella que solicita al

receptor del mensaje actuar en cuanto procese el mismo.(Kotler y Amstrong, 2008)

Las técnicas para lograr la respuesta deseada serán:

- Los clientes industriales recibirán por temporadas recetas de cómo usar la pulpa de naranjilla de diferente manera.
- Se visitará esporádicamente a restaurantes para informarles del producto y entregar pequeñas muestras para que constaten la calidad y sabor del mismo.
- Se creará una página web y correo electrónico para dar a conocer la marca, imagen, producto y beneficios de la pulpa. Esto permite ganar confiabilidad del mercado, por este medio también se podrá recibir quejas y sugerencias que nos permitan mejorar el producto y expandirnos más en el mercado.
- La distribución del producto se la realizará mediante un canal de distribución convencional corto, en el cual no existen intermediarios y la relación entre el fabricante y el cliente es directa. Por consiguiente, el fabricante desempeñará el papel de productor y distribuidor de la pulpa para el mercado industrial y minorista ya que la pulpa se puede vender por unidades en el sector de El Chaco.
- Se fijarán precios de descuento y compensación para recompensar a los clientes industriales por aumentar sus pedidos, promocionar el producto o pagar anticipadamente.
- Una estrategia para volver más atractivo al producto sería enfocándolo hacia lo fácil que puede llegar a ser el mismo para la elaboración de jugos y batidos sin olvidar que existen otros posibles usos no tan comunes pero para los cuales esta pulpa puede ser de utilidad.

- Se aplicará un sistema vertical de marketing debido a la unificación que existe al ser el productor distribuidor y minorista de la pulpa. Asegurando una mejor comprensión de las necesidades del mercado y un mensaje más claro del producto, mismo que será transmitido de la siguiente manera:

Gráfico 33: Sistema vertical de Marketing



Fuente: Fundamentos de Marketing. (Kotler y Armstrong, 2008)

Elaborado por: La autora

- Habrá promociones por la compra de pulpa en meses de alta demanda, como diciembre, así se incentivará al cliente industrial a comprar nuestra marca con mayor frecuencia que la de la competencia.

CAPÍTULO V: ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y TÉCNICO

5.1. Estudio Legal

El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen. El objetivo de este estudio es determinar las implicaciones técnicas y económicas que se deriven de la normativa legal Ecuatoriana que regula la instalación y operación para un proyecto determinado.

Para fines de este capítulo se mencionará la Ley de Economía Popular y Solidaria, puesto que este proyecto está encaminado hacia la creación de una organización en un entorno comunitario.

Se entiende por Economía Popular y Solidaria a la forma en la que sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios para satisfacer necesidades y generar ingresos basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad orientada al buen vivir en armonía con la naturaleza por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital. (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2014)

5.1.1. Definición de tipo de compañía

El Artículo 319 de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria establece lo siguiente:

“Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre ellas las comunitarias, cooperativas, empresas públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.” (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2014)

La empresa productora de pulpa de naranjilla congelada se establecerá como empresa comunitaria, debido a que la misma se guiará como un emprendimiento solidario

enfocado a los siguientes principios: (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2014)

- La búsqueda del buen vivir y del bien común.
- La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales.
- El comercio justo y consumo ético y responsable.
- La equidad de género.
- El respeto a la identidad cultural.
- La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas.
- La distribución equitativa y solidaria de excedentes.

5.1.1.1. Razón social

Para establecer una apropiada razón social se ha identificado los siguientes parámetros.

- **Actividad económica:** productora y comercializadora de pulpa de naranjilla congelada.
- **Denominación:** Pulpas El Chaco
- **Tipo legal:** Empresa Comunitaria

Por lo expuesto anteriormente el nombre que sugiere este proyecto es ***“Pulpas El Chaco”***

Para la aprobación del nombre, se presentará a la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria tres copias certificadas de la Escritura de Constitución de la Empresa con la respectiva solicitud, que deberá ser elaborada y abalizada por un profesional de Derecho autorizado para ejercer su profesión.

5.1.1.2. Documentación necesaria

- Patente Municipal

Una patente provee a su titular el derecho a explotar industrial y/o comercialmente en forma exclusiva su invento. La patente tendrá un plazo de duración de veinte años, contados a partir de la fecha de presentación de la respectiva solicitud si es de invención y de diez años si es modelo de utilidad.(Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2009)

Requisitos:

- Formulario “Solicitud para Registro de Patente Personas Jurídicas”.
- Copia legible de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del Representante Legal.
- Original y copia legible del R.U.C.
- Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos).
- Copia de la Escritura de Constitución (cuando es por primera vez).

- Registro Sanitario

El Ministerio de Salud Pública del Ecuador estipula, que están sujetos a registro sanitario los alimentos procesados, aditivos alimentarios, medicamentos en general, productos nutracéuticos, productos biológicos, naturales procesados de uso medicinal, medicamentos homeopáticos y productos dentales; dispositivos médicos, reactivos bioquímicos y de diagnóstico, productos higiénicos, plaguicidas para uso doméstico e industrial, fabricados en el territorio nacional o en el exterior, para su importación, exportación, comercialización, dispensación y expendio, cabe recalcar que aquel producto que no posea un registro sanitario tiene prohibida su comercialización.(Ministerio de Salud Pública del Ecuador , 2013)

Requisitos:

- Permiso de funcionamiento, actualizado y otorgado por la autoridad de salud (dirección provincial de salud de la jurisdicción en la que se encuentra ubicada la fábrica).
- Certificación otorgada por la autoridad de salud competente, de que el establecimiento reúne las disponibilidades técnicas para fabricar el producto.
- Información técnica relacionada con el proceso de elaboración y descripción del equipo utilizado.
- Certificado de análisis de control de calidad del producto: con firma del técnico responsable.
- Especificaciones químicas del material utilizado en la manufactura del envase. (otorgado por el fabricante o proveedor de los envases).
- Interpretación del código de lote: con firma del técnico responsable.
- Documentos que prueben la constitución, existencia y representación legal de la entidad solicitante, cuando se trate de persona jurídica.
- Tres (3) muestras del producto envasado en su presentación final y perteneciente al mismo lote.

5.2. Estudio Organizacional

5.2.1. Filosofía empresarial

La filosofía empresarial en la que se busca fundamentar este proyecto va apegada al Plan Nacional del Buen Vivir aprobado el 24 de junio del 2013 mediante la Resolución N° CON-002-2013, mismo que fue desarrollado por la SENPLADES y rige desde el 2013 al 2017. Dicho plan preside a nivel nacional basándose en 12 objetivos que resumen la voluntad de continuar con la transformación histórica del Ecuador, cada objetivo expuesto se alimentó de la experiencia de los dos planes previos con vigencias 2007-2010 y 2009-2013 respectivamente y conforme al Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas.(Plan Nacional del Buen Vivir, 2013)

Es importante citar una introducción de lo que significa y busca el Plan Nacional del Buen Vivir, empezando por definir qué es Buen Vivir según la SENPLADES y el Gobierno Ecuatoriano.

“El Buen Vivir es la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad. No es buscar la opulencia ni el crecimiento económico infinito. El Buen Vivir construye sociedades solidarias, corresponsables y recíprocas que viven en armonía con la naturaleza, a partir de un cambio en las relaciones de poder”(Plan Nacional del Buen Vivir, 2013)

Entre los principios y orientaciones que propone este plan está la de alcanzar una sociedad solidaria, la que se orienta a lo siguiente:

“La comunidad de acción está en el corazón de los proyectos democrático-republicanos. Parte del siguiente postulado humanista: “Yo te doy porque tú necesitas y no porque pueda obtener un beneficio a cambio”. Potenciar la cooperación, la solidaridad y la fraternidad, es fundamental en una sociedad que quiere recuperar el carácter público y social del individuo. Se busca erradicar el principio de desarrollo personal y egoísta, bajo el pensamiento de que las personas no solo tienen derecho a la vida, sino a una vida compatible con la dignidad que nos iguala como personas”(Plan Nacional del Buen Vivir, 2013)

A continuación se detallarán los objetivos competentes para este caso:

- **Objetivo 3:** “Mejorar la calidad de vida de la población”.
- **Objetivo 4:** “Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía”.
- **Objetivo 7:** “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global”.
- **Objetivo 8:** “Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible”.
- **Objetivo 9:** “Garantizar el trabajo digno en todas sus formas”.

5.2.1.1. Visión

La visión es:

“Conjunto de ideas generales que proveen el marco de referencia de lo que una organización es y quiere ser en el futuro.”(Canelos Ramiro, 2010)

Llegar a ser una organización reconocida como, productora y comercializadora de pulpa de naranjilla congelada para el mercado industrial en un periodo de 5 años, siendo nuestro producto altamente nutritivo y de calidad que ha progresado desde la tierra de El Chaco hasta llegar a distintos hogares del Ecuador.

5.2.1.2. Misión

La Misión es:

“Declaraciones perdurables del propósito que distingue a una compañía de otras similares. La misión identifica el alcance que tiene las operaciones de una empresa, en términos del producto y del mercado. Una declaración clara de la misión describe los valores y las prioridades de la organización”(Canelos Ramiro, 2010)

Ser una organización solidaria, creada para producir y comercializar pulpa de naranjilla congelada que desarrolla sus procesos bajo estrictas normas de calidad. Busca producir una pulpa muy natural que aporte valores nutritivos con precios competitivos que garanticen su rentabilidad, impulsándose en un recurso humano de agricultores y personas emprendedoras del Cantón El Chaco, comprometidos con los fines organizacionales y de protección al medio ambiente.

5.2.1.3. Objetivos

A los objetivos se los define como resultados específicos que una organización busca alcanzar en su camino hacia la misión y visión propuesta. Los objetivos deben ser desafiantes, realistas, consistentes, razonables y claros.(Fred R. David, 2009)

5.2.1.3.1. General

- Producir y comercializar pulpa de naranjilla congelada de óptima calidad para el mercado industrial, con el fin de aportar al mejoramiento de la calidad de vida del sector El Chaco, a través de la participación de sus integrantes como proveedores de materia prima y de mano de obra.

5.2.1.3.2. Específicos

- Ser una empresa solidaria, dedicada a producir pulpa congelada de naranjilla de la mejor calidad, con políticas y valores que motiven a los clientes internos a desarrollar sus funciones en un ambiente adecuado.

- Crear empleo y fuentes de ingreso para los habitantes del sector, es decir, formar una cadena de proveedores con los agricultores de la zona que abastezca a la empresa cuya mano de obra puede ser integrantes de su familia o vecinos del área.
- Desarrollar un plan administrativo que permita llevar a cabo funciones dirigidas a una planta productora de naranjilla eficiente.
- Contar con procesos productivos óptimos, que logren un producto de calidad a un costo razonable y competitivo siendo a su vez amigables con el ambiente.
- Satisfacer la demanda del mercado mediante un nivel de ventas oportuno a la capacidad instalada, por consiguiente, aplicar un marketing directo con los clientes potenciales y así evitar falta del producto o sobre producción del mismo.

5.2.1.4. Políticas

Las políticas son:

“Directrices, reglas y procedimientos establecidos para apoyar los esfuerzos dirigidos al logro de objetivos, también describen lo que la organización espera de sus empleados y administradores.(Fred R. David, 2009)

5.2.1.4.1. Políticas para el empleado

- Cumplir un horario de 40 horas laborables semanales.
- Desempeñar a conciencia las funciones bajo su cargo.
- Cumplir con las metas de producción.
- Aplicar normas de aseo tanto personales como en los procesos de producción.
- Capacitación de manera periódica, no solo a nivel de procesos, sino también enseñándoles cómo pueden desempeñarse mejor en su puesto de trabajo.
- Incentivos especiales para motivar a los empleados a cumplir con los objetivos y metas de la empresa.

- Prever al empleado con todos los materiales necesarios para que desempeñe sus funciones adecuadamente.
- Preocuparse por la salud del empleado y comodidad del mismo en su puesto de trabajo.
- Mejora continua de la infraestructura de la planta a fin de crear un ambiente apropiado con tecnología y equipos aptos para la elaboración del producto.
- Dar apertura a los empleados para emitir sugerencias sobre cómo mejorar los procesos.

5.2.1.4.2. Políticas para el cliente

- Mantener informados a los clientes sobre el producto y sus mejoras, precios, promociones, tecnología de manera personal o a través de correos y en la página web oficial.
- Realizar feed back por lo menos una vez al año para conocer la satisfacción del cliente.
- Garantizar la entrega oportuna del producto según lo requiera el cliente.
- Cumplir con la calidad prometida del producto.
- Respetar los períodos y lugares de entrega del producto.
- Ofrecer reembolsos de haber incumplido con los plazos de entrega o la calidad del producto.

5.2.2. Estrategia de crecimiento

- **Penetración de Mercado:**

“Busca más participación de mercado para los productos o servicios actuales en mercados actuales por medio de estrategias de marketing”(Fred R. David, 2009)

Se intensificarán las estrategias de publicidad aumentando los anuncios de la marca en periódicos, revistas y pautando cuñas publicitarias en radios populares de Quito, por consiguiente se espera aumentar la información impartida sobre los beneficios de la pulpa de naranjilla congelada y la facilidad de uso de la misma. Además, se entregara recetas a los restaurantes de Quito en los que expliquen la intervención de la pulpa de naranjilla congelada.

- **Desarrollo de Mercado:**

“Introducir productos o servicios en nuevas áreas geográficas”(Fred R. David, 2009)

Con el propósito de crecer y llegar a nuevos mercados se buscaran posibles clientes industriales en otras zonas de Pichincha a más del Distrito Metropolitano de Quito.

- **Desarrollo de Productos:**

“Mejorar los productos o servicios actuales”(Fred R. David, 2009)

Una estrategia para desarrollar los productos ya ofertados es expandiendo nuestra cartera de productos, ofreciendo pulpa de naranjilla congelada en nuevas presentaciones y tamaños.

- **Diversificación Relacionada:**

“Añadir productos o servicios nuevos pero relacionado”(Fred R. David, 2009)

Una forma de crecer es diversificando los productos de manera relacionada, por consiguiente se ofrecerá helados de naranjilla hecho de la pulpa natural.

5.2.3. Estrategia operativa

Existen varios factores que afectan el diseño y la forma de operar de una organización, con el fin de posesionar este proyecto de manera distintiva se establecerán ciertas estrategias aplicables para este caso.

- Estrategia de diferenciación: consiste en ofrecer a los clientes algo único que hace al producto o servicio distintos de la competencia.(Kotler y Amstrong, 2008)
Naranjilla el chaco venderá más que un sabor la experiencia de consumir naranjilla de manera fácil y durante todo el año.
- Estrategia de enfoque: tiene por objetivo ayudar a la organización a dirigirse a un mercado específico dentro de una industria, buscando siempre satisfacer las necesidades de su cliente objetivo(Kotler y Amstrong, 2008).
- Con la finalidad de asegurar un mercado cautivo para su producto la Empresa hará alianzas con instituciones y organismos públicos y privados, tales como el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), MAGAP programa SINAGAP Fundaciones vinculadas a la niñez y adolescencia, etc.
- Capacitación del personal
 - General.-Destinada al conocimiento de todo el proceso de producción en sus distintas fases , sus diagramas de flujo y la importancia del trabajo en equipo para prever accidentes de trabajo y evitar pérdidas de tiempo que afecten económica y administrativamente a la futura empresa.
 - Específica.-Capacitación técnica de las actividades que les toca realizar a cada grupo, la sincronización y continuidad en el accionar para el funcionamiento individual y colectivo con eficiencia y eficacia.

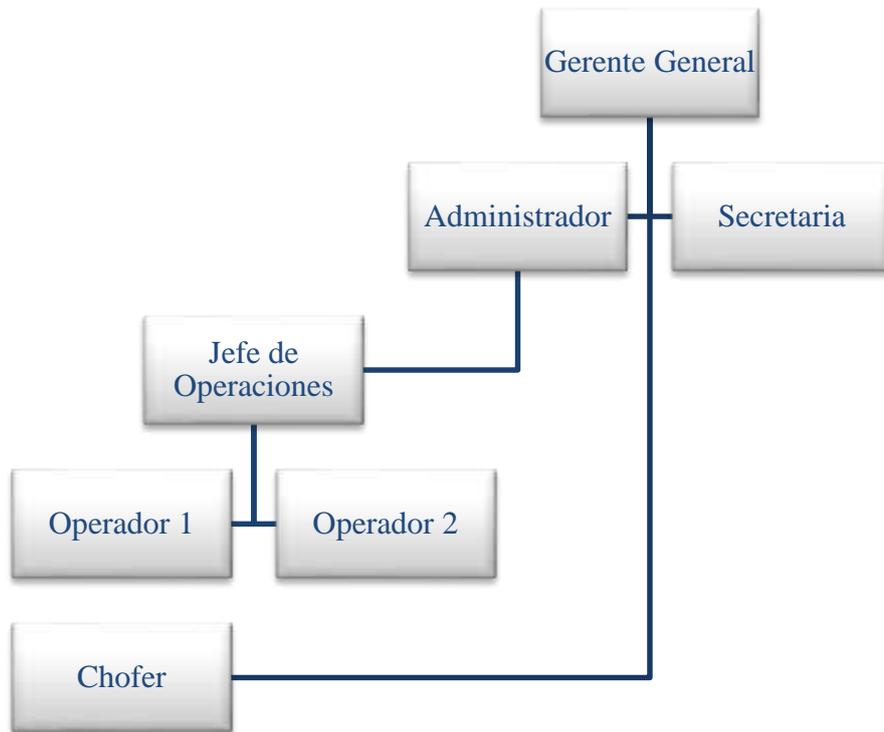
5.2.4. Estructura de la organización

Al grupo humano, deliberadamente constituido acorde a tareas establecidas y en función a los objetivos propuestos, se le denomina organización.(Canelos Ramiro, 2010)

5.2.4.1. Organigrama y nivel de responsabilidad

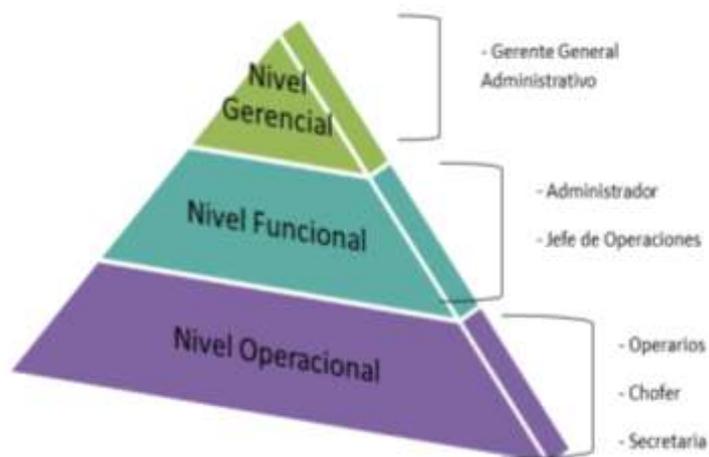
La organización la conformarán siete personas, cada una de ellas tendrá una función y responsabilidad específica cómo se observará a continuación en los siguientes gráficos.

Gráfico 34: Organigrama de la organización



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Gráfico 35: Estructura de los niveles de responsabilidad de la organización



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

5.2.4.2. Funciones y Perfiles

Los perfiles buscados para cada cargo serán relevantes a las funciones y objetivos meta que se busca alcanzar mediante la organización. Es importante diferenciar los perfiles y funciones de cada empleado para comprender lo que se espera de cada uno de ellos y la participación que tendrán dentro de la organización.

Tabla 38: Perfiles y funciones de los integrantes de la organización

AREA	CARGO	EMPLEADOS	PERFIL DEL CANDIDATO	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
Administrativa	Gerente General	1	Ing. en Administración de Empresas, o Ing. Comercial, o afines.	Planificar, ejecutar y evaluar, los planes y programas de la empresa.
			Experiencia Laboral en un cargo administrativo de mínimo 3 años.	Representar judicial y extrajudicialmente a la compañía.
			Profesional con habilidades y conocimientos en planificación, inversiones y finanzas, marketing, sistemas de información y manejo de recursos.	Responsable de ejecutar planes y programas de marketing y publicidad a fin de incrementar las ventas.
			Habilidad de liderazgo para el manejo del personal y toma de decisiones.	Manejo administrativo de los recursos humanos de la compañía.
			Visionario, creativo, entusiasta, proactivo, empático.	Revisión y aprobación de balances mensuales.
			Facilidad de palabra comunicación.	Comparación estadística de los valores presupuestados vs. los valores obtenidos.
	Administrador	1	Lcdo. en Administración, Auditor, Contador adjudicado, o afines.	Presentación final de balances e información tributaria de la compañía.
			Experiencia mínima de 3 años desempeñando algún Cargo Contable Administrativo.	Asistir contablemente.
			Conocimientos contables sólidos.	Realizar el pago de impuestos.
			Conocimiento de normas de contabilidad, impuestos y roles de pago.	Pago de sueldos a empleados.
Realización y cobro de facturas.				
Manejo considerable de Excel.	Manejo de caja chica			
Operacional	Jefe de Operaciones	1	Mínimo Título de Bachiller.	Control general de materias primas y proceso hasta el empaclado final
			Capacidad de trabajo en equipo y liderazgo.	Control de personal de planta
			Entusiasta, colaborador, persistente.	Control de inventarios en bodegas
	Operarios	2	Capacidad de trabajo en equipo.	Manejo de la maquinaria
			Entusiasta, colaborador, persistente.	Control de la maquinaria
Apoyo	Secretaria	1	Mínimo Título de Bachiller.	Asistir a la Gerencia.
			Manejo de Word.	Redactar comunicaciones, oficios o memorandos.
			Carismática, colaboradora, amable	Receptar y despachar documentos de las distintas áreas de la empresa.
	Recibir a clientes y proveedores.			
	Chofer	1	Conductor con permiso de manejo (licencia tipo C)	Transportar el producto hasta los distintos clientes.

Fuente: Investigación propia / Elaborado por: La autora

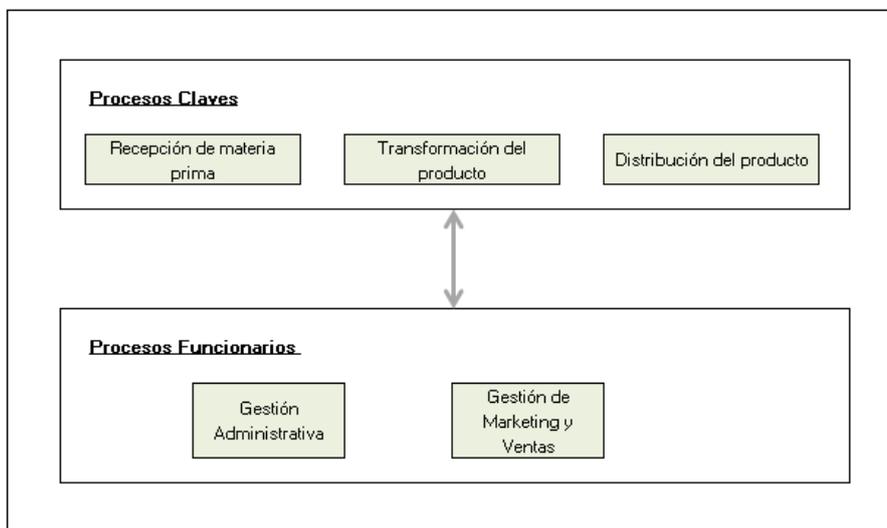
5.3. Estudio Técnico

El estudio técnico tiene como función indicar de forma explícita las etapas principales de producción, de manera que se optimicen los recursos disponibles para la aplicación del proyecto. Además se debe demostrar la viabilidad técnica del proyecto justificando los factores que lo conforman.(Canelos Ramiro, 2010)

5.3.1. Ingeniería del proyecto

El procesamiento de la naranjilla en pulpa congelada y su conservación, se apoyan en procesos de producción y organizacionales tal y como lo muestra la ilustración a continuación:

Gráfico 36: Procesos para la pulpa de naranjilla congelada

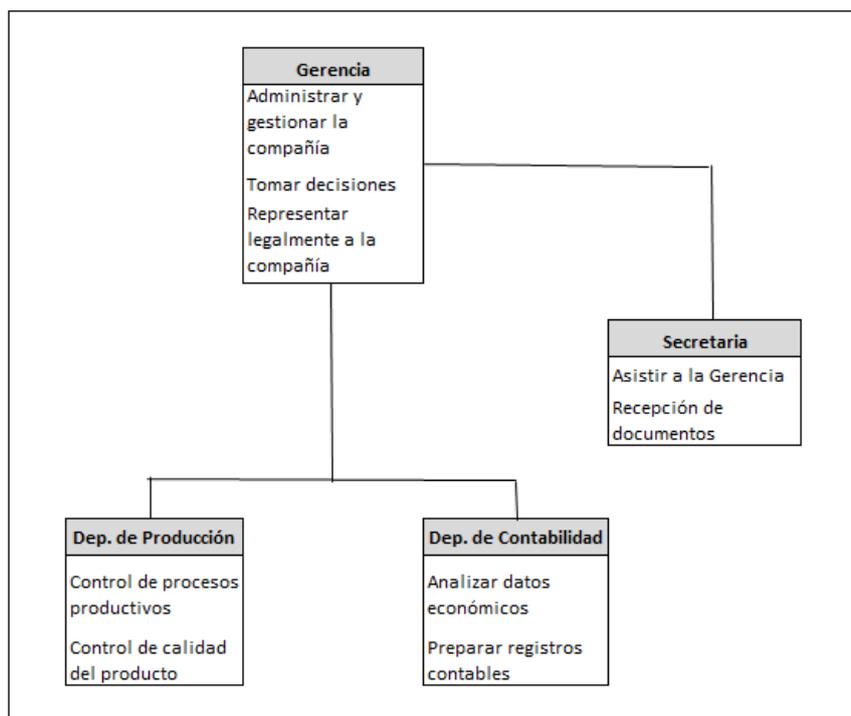


Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

5.3.1.1. Procesos Organizacionales

Dentro de los procesos organizacionales se define las funciones de cada empleado según el departamento al que pertenece como lo muestra el siguiente gráfico.

Gráfico 37: Flujograma organizacional

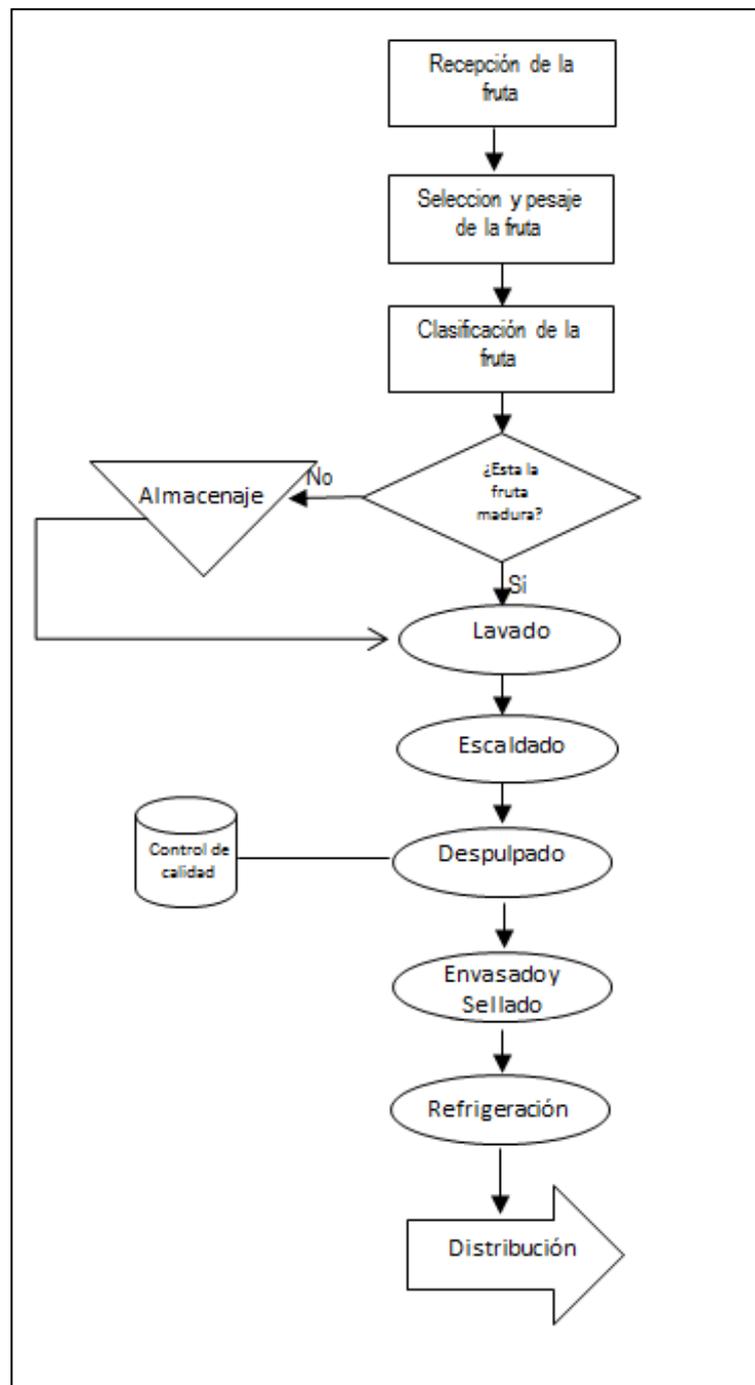


Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

5.3.1.2. Procesos Productivos

A continuación se detalla mediante un flujograma los procesos a seguir para elaborar pulpa de naranjilla congelada.

Gráfico 38: Flujograma de producción



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

5.3.1.2.1. Descripción de cada proceso

– Recepción de la fruta y pesaje

- La fruta se recibirá en la fábrica, para facilidad de los proveedores y la organización.
- Se procede a pesar la fruta para controlar los kilos que serán destinados a la producción del día.

– Selección y clasificación de la fruta

- Se clasifica la naranjilla buena de la mala esparciendo la entrega sobre plásticos en un sector de la fábrica destinado para esta actividad (se estima un 10% de desperdicios por lote)
- Si la fruta no está en condiciones para ser procesada, se la almacena en bodega.

– Lavado

- La naranjilla seleccionada se coloca en tachos que contendrán cloro y agua, así se eliminará la tierra y suciedades.
- Se controla que la naranjilla esté libre de impurezas, si es necesario se repite el proceso con agua limpia y cloro.

– Escaldado

- Para este proceso se coloca los pedazos de naranjilla en los cedazos que ubicados dentro de la marmita para que de esta manera se cocine lento durante 10 minutos con la finalidad de suavizar la fruta, también se puede realizar este paso a vapor.
- En caso de no alcanzar el resultado esperado se opta por licuar la fruta.

– Despulpado

- Se introduce la naranjilla en la máquina despulpadora que contiene un tamiz de 0.5, en el que poco a poco se separan las semillas y cáscara de

la pulpa, si se observa que los desperdicios aún contienen pulpa se vuelven a introducir en la máquina (se estima un desperdicio del 5% en este proceso).

- La despulpadora es una olla de doble fondo en la que internamente se llena de agua, para hervir la pulpa a 75°C aproximadamente de 10 a 20 minutos, para eliminar bacterias. En caso de que la pulpa no reúna el brix (Grados Brix: miden la cantidad de sólidos solubles presentes en una pulpa medidos en sacarosa), establecido (de 12 a 15) se añade gotas de limón si está dulce y azúcar si está ácida, además se coloca una pisco de preservantes que mantenga el PH de la fruta en su estado normal. Posterior a esto se cambia el agua caliente por fría hasta que la pulpa este a 45°C.

– **Control de calidad**

- Cada lote de pulpa deberá aprobar el control de calidad. Una vez que ya terminado el proceso del despulpado, se selecciona una pequeña muestra y se la evalúa según las características buscadas (sabor, olor, color y textura).
- Si es que la muestra no pasa el control de calidad se descarta el lote del cual se sacó la muestra.

– **Dosificación**

- El dosificado no es nada más que el envasar la pulpa, esto se logra a través de una máquina tipo embudo por la que pasará la pulpa para empacarse en las fundas de polietileno.

– **Sellado**

- Para sellar las fundas de polietileno se utiliza una máquina selladora manual.

– **Refrigeración**

- Una vez que el producto ya está empacado, este se traslada al cuarto frío en donde se congela a -18°C en las refrigeradoras industriales.

– **Manejo de desechos**

- Es muy importante tener un buen manejo de desperdicios. Se adecuará una parte de la bodega para colocar los desperdicios, para ser entregados de manera gratuita a nuestros proveedores ya que para ellos esto puede servir como insumo orgánico de cosecha.

5.3.1.2.2. Recursos requeridos en los procesos productivos

Maquinaria necesaria:

- **Lavador**

Ilustración 15: Lavador de acero inoxidable



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

- Lavar la fruta.
- De acero inoxidable con conexión a un tanque de agua.

- **Báscula**

Ilustración 16: Báscula



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

o **Características:**

- Determinar el peso de la fruta por costales
- Material: Acero resistente
- Capacidad: 110,23 lb o 50 kg.

- **Marmita**

Ilustración 17: Marmita



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

◦ Características:

- Realizar el escalado que limpiará y ablandará a la naranjilla
- Componentes: Entrada y salida de vapor, compartimiento para el calor y compartimiento para el frío, desagüe, doble pared para evitar derrame.
- Capacidad 400 kg.

- **Despulpadora**

Ilustración 18: Despulpadora



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

◦ Características:

- Separar la parte comestible de la fruta de su semilla.
- Capacidad: 300 kg
- Motor 2 Hp, dos tamices de diferentes referencia.

- **Dosificadora**

Ilustración 19: Dosificadora



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

◦ **Características:**

- Envasadora de la pulpa de naranjilla
- Capacidad: 150 kg/ hora
- De acero inoxidable

- **Selladora y etiquetadora**

Ilustración 20: Selladora y etiquetadora



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

- Características:
 - Selladora horizontal de fundas de polietileno
 - Conexión de 110 voltios

- **Congelador industrial**

Ilustración 21: Congelador industrial



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

- Características:
 - Congelar la pulpa ya empacada y conservar la materia prima.
 - Temperatura: -12°C a -18°C
 - Termostato regulable
 - Dimensiones: 3,00 x 2,40 x 2,40 (frente x fondo x alto)

- **Camioneta con termoking**

Ilustración 22: Camioneta con termoking



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

- Características:
 - Transportar las pulpas desde la fábrica hasta su destino final.
 - Mantener congeladas las pulpas

Materiales e insumos:

- Mesas de trabajo de acero inoxidable
- Fundas de polietileno de diferente tamaño
- Medidor de PH
- Recipientes de acero
- Tachos plásticos
- Gavetas
- Utensilios de protección industrial
- Cajas
- Bandejas de acero inoxidable
- Tinas plásticas
- Solución desinfectante
- Insumos de aseo

5.3.2. Cadena de valor

Para exponer la cadena de valor se tomó en cuenta lo expuesto en el libro Supply Chain Management el cual indica, que la cadena de valor describe el modo en el que se desarrollan las actividades de una organización con la finalidad de mostrar el flujo dinámico y constante de varios factores como; información, productos y fondos en cada una de las etapas. (Chopra sumil, 2009)

El análisis de la cadena de valor nos permitirá apreciar de mejor manera las actividades de la empresa, empezando por la adquisición de la materia prima hasta distribuir el producto y promocionarlo, de manera que cada etapa considerada añadirá valor al funcionamiento de la empresa.

Gráfico 39: Cadena de valor



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Gráfico 40: Actividades de apoyo



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

5.3.2.1. Desglose de la cadena de valor

Dentro de los macro-procesos que conforman la cadena de valor existen actividades específicas para cada uno de ellos, detalladas a continuación:

- Abastecimiento de la materia prima:

- Buscar agricultores de naranjilla en el sector, dispuestos a vender su producción.
- Seleccionar a los agricultores de naranjilla que se encuentren en capacidad de proveernos.
- Seleccionar a los agricultores de naranjilla como un respaldo en caso de situaciones adversas.
- Instaurar parámetros de compra y períodos de entrega para la fruta fresca con los agricultores seleccionados.
- Gestión agrícola, revisión en campo de forma muestral de los cultivos y compromiso de producción (cíclico).
- Formalizar la relación con los agricultores mediante un contrato con cláusulas y términos claros.
- Recepción de la fruta, pesaje y control de calidad (cíclico)
- Gestión de pago con los agricultores (cíclico).

- Producción:

- Informe de Bodega acerca de la recepción de la fruta.
- Selección de la fruta.
- Limpieza de la fruta.
- Escaldado de la naranjilla

- Despulpado de la naranjilla
- Envasado de la pulpa
- Congelación de la pulpa
- Registro de producción diaria.

- **Ventas:**

- Presentación de la cartera de productos al mercado industrial objetivo, restaurantes y caterings ubicados en Quito.
- Presentar beneficios del producto.
- Establecer parámetros de venta como precio y cantidad con los posibles clientes.
- Formalizar la relación con los clientes interesados mediante un contrato con cláusulas y términos claros.
- Procesos de pedidos.
- Procesos de Cobro.
- Seguimiento.

- **Distribución:**

- Inventario de pedidos.
- Procesos de despacho que verifican cantidades solicitadas y lugar de entrega.
- Entrega de los pedidos en las bodegas de los clientes.
- Documentación necesaria que justifique la entrega.
- Recepción del pedido y documentación por parte del cliente.

5.3.2.2. Desglose de las actividades de apoyo

- Marketing:

- Publicidad en prensa escrita.
- Visitas de presentación a los clientes potenciales.
- Ofertas del producto.
- Ferias demostrativas para el producto.

Tabla 39: Flujograma de la cadena de valor

Tipo	Macro-Proceso	Actividad	Responsabilidad					
			Gerente General	Administrador	Jefe de Operaciones	Operarios	Chofer	Secretaria
Procesos Gobernantes de Valor	Abastecimiento	Buscar agricultores de naranjilla en el sector dispuestos a vender su producción.		Nivel Funcional				Nivel Operacional
		Seleccionar a los agricultores de naranjilla que se encuentren en capacidad de proveernos.		Nivel Funcional				
		Seleccionar a dos agricultores de naranjilla como un respaldo en caso de situaciones adversas.		Nivel Funcional				
		Instaurar parámetros de compra y periodos de entrega para la fruta fresca con los agricultores.	Nivel Gerencial					
		Gestión agrícola, revisión en campo de forma muestral de cultivos y compromiso de producción	Nivel Gerencial	Nivel Funcional				
		Formalizar la relación con los agricultores mediante un contrato con cláusulas y términos claros.	Nivel Gerencial					
		Recepción de la fruta, pesaje y control de calidad y pago de la misma.		Nivel Funcional	Nivel Funcional			
	Producción	Informe de Bodega acerca de la recepción de la fruta.			Nivel Funcional			
		Selección de la fruta y Limpieza de la fruta.				Nivel Operacional		
		Escaldado y Despulpado de la naranjilla				Nivel Operacional		
		Envasado de la pulpa y Congelación de la pulpa				Nivel Operacional		
		Registro de producción diaria.			Nivel Funcional			
	Ventas	Presentación de la cartera de productos al mercado industrial objetivo, restaurantes y caterings y Presentar beneficios del producto.	Nivel Gerencial					
		Establecer parámetros de venta como precio y cantidad con los posibles clientes.	Nivel Gerencial					
		Formalizar la relación con los clientes mediante un contrato con cláusulas y términos claros.	Nivel Gerencial					
		Procesos de pedidos. Procesos de Cobro.		Nivel Funcional				
		Seguimiento.	Nivel Gerencial					Nivel Operacional
	Distribución	Inventario de pedidos y Procesos de despacho que verifican cantidades solicitadas y lugar de entrega.		Nivel Funcional				
		Entrega de los pedidos en las bodegas de los clientes.					Nivel Operacional	
		Documentación necesaria que justifique la entrega.					Nivel Operacional	
Recepción del pedido y documentación por parte del cliente						Nivel Operacional		
Procesos de Apoyo	Marketing	Publicidad en prensa escrita, Visitas de presentación a los clientes potenciales	Nivel Gerencial					Nivel Operacional
		Ofertas del producto. Ferias demostrativas para el producto.	Nivel Gerencial					

Fuente: Investigación propia / Elaborado por: La autora

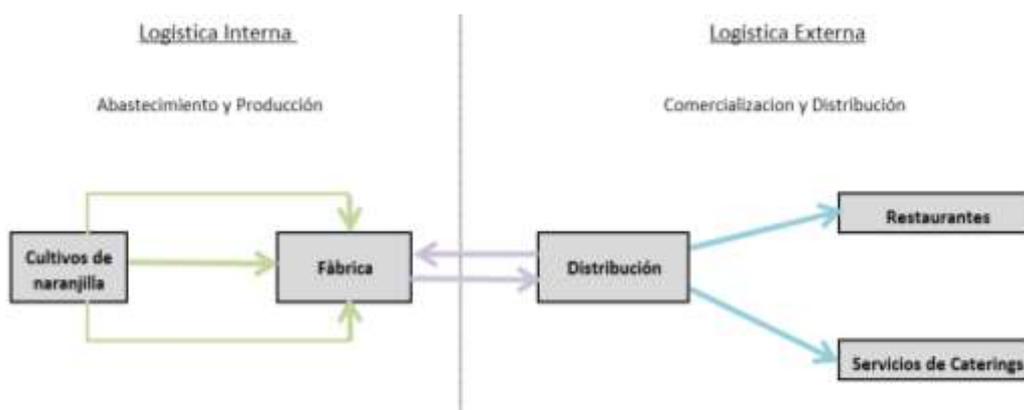
5.3.3. Logística y distribución

La logística es considerada la distribución física de un producto; la cual implica planear, implementar y controlar el flujo físico de productos para lograr la optimización de recursos, tiempos y rutas en el proceso de satisfacer la necesidad de los clientes de manera rentable. (Kotler y Amstrong, 2008)

Para este estudio se consideró necesario el especificar los actores de la logística interna y los de la externa. Por tanto, dentro de la logística interna intervienen los agricultores del Cantón El Chaco, mismos que en esta investigación serán considerados como los proveedores de la materia prima, naranjilla, (Anexo 5) y la fábrica que se encargará de procesar la fruta en pulpa congelada. Por otro lado se encuentran los actores de la logística externa; siendo estos los distribuidores propuestos para este proyecto (la misma fábrica a través de un chofer y camión) y los clientes industriales (restaurantes y caterings ubicados en Quito).

Para visualizar de mejor manera el diseño logístico que controlará el flujo del producto se presenta el siguiente gráfico.

Gráfico 41: Modelo Logístico del Negocio

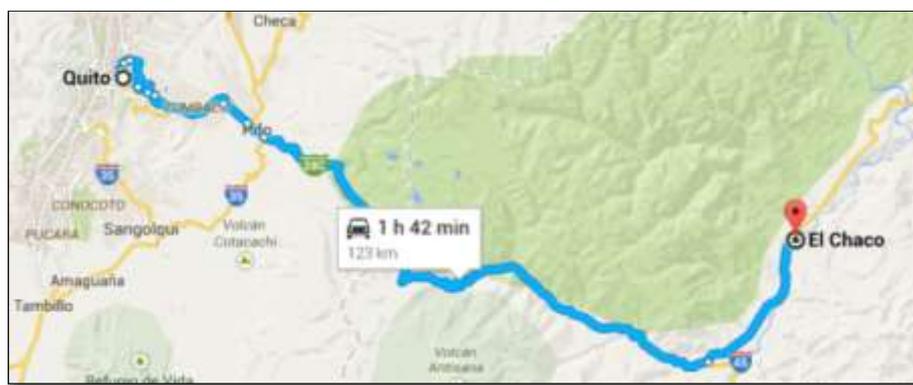


Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Una vez determinada nuestra logística se establecerá estrategias de distribución para la pulpa de naranjilla congelada, basándonos en nuestro modelo logístico antes expuesto.

Para establecer las estrategias de distribución del producto se basó en la ruta y distancia de El Chaco a Quito, obsérvese la siguiente ilustración de la ruta que consta de 123 km. El tiempo también es muy importante poner en consideración, de tal manera que nuestro vehículo tardará aproximadamente 1 hora 42 minutos para llegar hacia su destino principal Quito.

Ilustración 23: Ruta El Chaco-Quito



Fuente: Google Maps
Elaborado por: La autora

Estrategias de distribución:

- La distribución del producto se hará mediante un canal convencional corto, es decir que el producto saldrá de la fábrica hasta su destino final sin necesidad de intermediarios. Esta distribución se llevará a cabo mediante un pequeño camión propio ya que el número de viajes a continuación propuestos justifica la inversión del mismo.
- La distribución se realizará una vez por semana durante todas las semanas del año sin excepción.

- La ruta que el camión tomará para distribuir la pulpa estará estratégicamente analizada según la ubicación de restaurantes o caterings que hayan solicitado el producto, de esta manera se optimizará tiempo y gasolina.
- El chofer deberá hacerse cargo de abastecer al camión con gasolina y estar preparado para cualquier emergencia, así como también de llenar las actas de entrega con firma y sello de recibido por parte de los clientes.
- Como plan de emergencia se negociará previamente con una compañía de renta de vehículos frigoríficos, con el fin de acceder a su servicio cuando sea necesario.

5.3.4. Estudio del tamaño del proyecto

Hace referencia a la capacidad de producción de un bien o servicio durante la vigencia de un proyecto. La selección del tamaño óptimo de un proyecto es necesaria para determinar la inversión y costos de operación.

Una manera fundamental de empezar el análisis del tamaño del proyecto, es especificando el tipo de unidades con las cuales se expresará la producción del producto. Las unidades de medida a ser consideradas son las siguientes:

Tabla 40: Unidades de medida

Concepto	Unidad de medida	
Naranja	Kilogramos y Libras	
	1 kg.	2,2046 lb.
Pulpa	Kilogramos y Gramos	
	1 kg.	1000 g.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

5.3.4.1. Capacidad del proyecto

La capacidad a ser instalada en la planta hace referencia a cada fase del proceso de producción, el número de horas laborables por día (ocho horas), días laborables al año (260 días), y la cantidad de materia prima disponible.

A continuación se ilustrará el tiempo destinado para cada proceso.

Tabla 41: Capacidad de abastecimiento potencial de la materia prima

Año	Naranja (libras)
1	623.060,00
2	672.904,80
3	706.550,04
4	741.877,54
5	778.971,42
6	817.919,99
7	858.815,99
8	901.756,79
9	946.844,63
10	994.186,86

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Es importante aclarar que la capacidad de abastecimiento potencial de la materia prima, se basa en datos estadísticos del MAGAP; mismos que fueron resultado de un censo realizado en el año 2011, en el cual se registró los productores de naranja de la Provincia de Napo, su producción mensual y el porcentaje de la misma destinado a la venta. Por tanto, la tabla expuesta anteriormente, resume solo a los productores del cantón el Chaco cuya producción total la destinan exclusivamente a la venta.

Tabla 42: Capacidad instalada

Proceso	Rendimiento	Duración del proceso	Observaciones	Datos adicionales
Recepción y pesaje	881,84 lb.	1 horas	Manual- Maquinaria	Balanza apta para pesar 50 kg Cantidad diaria pesada
	400 kg			
Selección y clasificación	749,56 lb.	2 horas	Manual	Del total recibido se estima un 15% de fruta no madura o dañada Cantidad diaria clasificada
	340 kg.			
Lavado	749,56 lb.	1 hora	Maquinaria	Se lava toda la fruta seleccionada pasará por este proceso 1 vez al día.
	340 kg.			
Escaldado	200 kg	10 minutos	Maquinaria	-----
Despulpado	120 kg.	30 minutos	Maquinaria	Produce un desperdicio del 5 %
Envasado	7 u.	1 minuto	Maquinaria	Envasado por unidad

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Tabla 43: Producción diaria de pulpa de naranjilla

Proceso	Tiempo	Cantidad
Recepción y pesaje	1 hora	400 kg
Selección y clasificación	2 horas	340 kg
Lavado	30 minutos	340 kg.
Escaldado	30 minutos	235 kg
Despulpado	2 horas	220 kg.
Envasado	2 horas	840 fundas
Total	8 horas	

Producción diaria	220 kg
--------------------------	---------------

	Presentación	kg	Fundas
85%	500 gramos	187	345
15%	120 gramos	33	253
	Total	598	598

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Tabla 44: Producción anual de pulpa de naranjilla

Presentación	Años									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
120 gramos	65.780	71.093	73.908	76.835	79.878	83.041	86.329	89.748	93.302	96.997
500 gramos	89.700	96.945	100.784	104.775	108.924	113.237	117.722	122.383	127.230	132.268
Total	155.480	168.038	174.692	181.610	188.802	196.278	204.051	212.131	220.532	229.265

Fuente: Tabla 38
Elaborado por: La autora

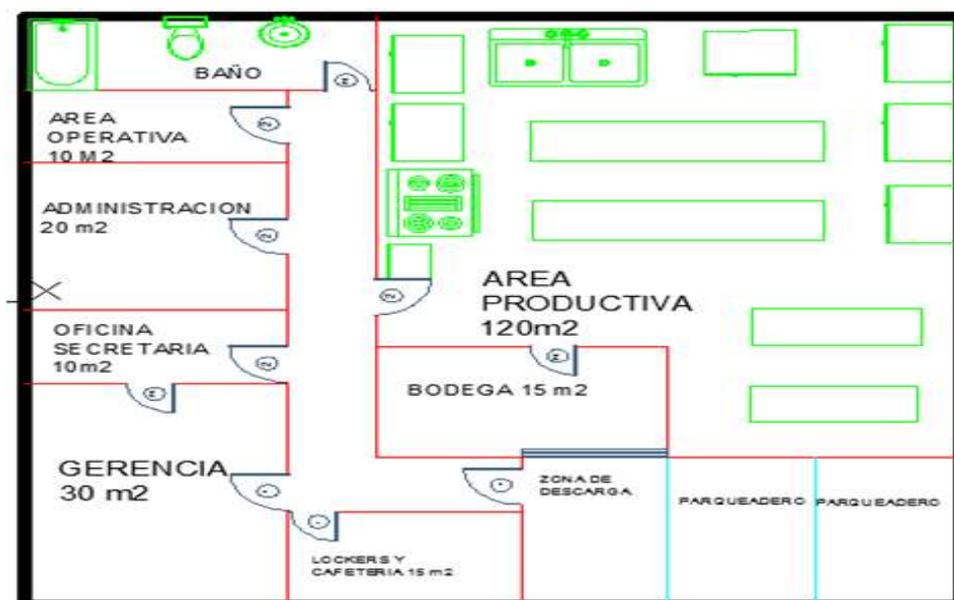
La producción anual de pulpa de naranjilla fue calculada en base a la capacidad instalada, la capacidad de abastecimiento de la fruta y la proyección de la demanda (3,96%).

5.3.4.2. Estructura y diseño de la planta

La planta productora de pulpa de naranjilla deberá contar con el espacio suficiente para ubicar las oficinas y la maquinaria necesaria para llevar a cabo los procesos operativos y productivos de la planta, para lo cual contará con un terreno de 250 m² distribuidos de la siguiente manera: 240 m² de construcción y el resto para parqueadero.

Los 240 m² de construcción serán aprovechados de manera rectilínea seguida, de tal forma que la maquinaria se pueda ubicar en orden según el flujograma de procesos productivos, dejando espacio para las oficinas. A continuación se presentará el diseño propuesto para la planta productora de pulpa de naranjilla congelada.

Ilustración 24: Posible diseño de la planta productora de pulpa de naranjilla congelada



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.3.5. Localización

La localización depende de la actividad a la que se dedica la empresa y el resultado del análisis de múltiples factores. Pero solo quienes van a ejecutar el proyecto son los que deciden la ubicación final del mismo.

5.3.5.1. Macro-localización

La Región Amazónica está integrada por seis provincias; Sucumbíos, Orellana, Napo, Pastaza, Morona Santiago y Zamora Chinchipe. Debido a lo establecido en el Capítulo II de esta investigación, en donde se anunció la vinculación con el proyecto Hidroeléctrico Coca Codo Sinclair y la disponibilidad y cercanía de la materia prima (naranjilla), se ha seleccionado la provincia de Napo de entre las antes mencionadas.

Ilustración 25: Amazonia del Ecuador



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

5.3.5.2. Micro-localización

Por motivos de cumplir con lo buscado, la micro-localización de la planta se seleccionará en base al sector comunitarios a ser beneficiado con este proyecto.

La Ley de Economía Popular y Solidaria en su Artículo 15, define al sector comunitario como:

“El conjunto de organizaciones, vinculadas por relaciones de territorio, familiares, identidades étnicas, culturales, de género, de cuidado de la naturaleza, urbanas o rurales; o, de comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades que, mediante el trabajo conjunto, tienen por objeto la producción, comercialización, distribución y el consumo de bienes o servicios lícitos y socialmente necesarios, en forma solidaria y auto gestionada, bajo los principios de la presente Ley.”(Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2014)

Continuando con lo citado, un lugar céntrico para los proveedores y donde se busca el aporte para mejorar la economía del sector y aprovechar sus recursos y mano de obra será el cantón El Chaco de la provincia de Napo. Este lugar cuenta con características favorables como la calidad de tierra y clima, disponibilidad de un terreno idóneo para la construcción de la planta, vías en buen estado que conectan al cantón con Quito en donde estará nuestro objetivo de mercado.

Ilustración 26: Vista aérea del cantón El Chaco



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

5.3.5.3. Factores determinantes

Los principales criterios para su localización son:

- **Disponibilidad de terreno:** se busca la disposición de un terreno que pueda abastecer con la construcción de la empresa y que este ubicado en el cantón El Chaco.
- **Existencia de servicios básicos:** que en ese lugar se cuente con agua, luz, energía eléctrica, alcantarillado, medios de comunicación. Todos estos son agentes importantes para el funcionamiento de la planta productora de manera eficiente.

- **Factores ambientales:** se refiere a las condiciones del lugar, que este no sea una área restringida o una reserva natural. También se analiza el clima y la contaminación ambiental del lugar, así como la existencia de otras industrias que puedan afectar los permisos para establecer en dicho cantón la empresa.
- **Disponibilidad de mano de obra:** este factor es importante ya que la mano de obra es fundamental para la industrialización del producto, además este factor es motivo por el cual se plantea este proyecto ya que son quienes sacaran adelante la empresa.
- **Cercanía con los proveedores:** que los proveedores estén cerca de la planta de producción disminuye ciertos costos de transporte y permite tener un buen control de la materia prima, en este caso la naranjilla.
- **Medios de comunicación y transporte:** dentro de este criterio se analiza que las carreteras cercanas y de acceso a la empresa sean las adecuadas y aptas para su uso, también es fundamental el estado de las vías para el cálculo de costos de transporte y el análisis de ventajas o desventajas en cuanto a flujo de materia prima y producto terminado.
- **Cercanía a nuestros clientes:** la cercanía a nuestros clientes también es un factor relevante para la ubicación ya que la distancia entre la empresa y sus clientes se considera un factor económico que influye en la cadena de valor y en el transporte de este tipo de producto como lo son las pulpas. Es mejor que la distancia no sea larga.

Tabla 45: Ponderación de los factores determinantes de la localización

Factores ambientales	Naranjilla El Chaco			
	Calificación (1-5)	Valor	Ponderación	%
Disponibilidad de terreno	4	0,15	0,6	14,85
Existencia de servicios básicos	3	0,12	0,36	8,91
Factores ambientales	2	0,06	0,12	2,97
Disponibilidad de mano de obra	5	0,2	1	24,75
Cercanía con los proveedores	5	0,2	1	24,75
Medios de comunicación y transporte	4	0,15	0,6	14,85
Cercanía a nuestros clientes	3	0,12	0,36	8,91
TOTAL		1	4,04	100

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

CAPITULO VI: ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO

6.1. Análisis de costos

Para fines de este capítulo, el cual analizará la factibilidad en términos financieros de crear una planta productora de naranjilla congelada en el cantón El Chaco, se empezará por definir los costos.

Los costos son los elementos principales de una evaluación financiera, están compuestos por la suma de bienes y servicios indispensables para la constitución de un proyecto y destinados para dotar de capacidad operativa al mismo.(Canelos Ramiro, 2010)

6.1.1. Costos de inversión

Los costos de inversión son aquellas inversiones financieras en las que se necesita incurrir para efectos del funcionamiento de una empresa, en este caso una planta productora de pulpa congelada de naranjilla.

6.1.1.1. Inversiones fijas

Las inversiones fijas constituyen todos aquellos bienes y servicios necesarios para conferir al proyecto su capacidad instalada. Los bienes tangibles considerados como parte de estos rubros son: terreno, muebles y enseres, maquinaria y equipos, entre otros.

A continuación se detallarán los rubros contemplados dentro de inversiones físicas para una planta productora de pulpa de naranjilla congelada.

El primer costo de inversión en el que incurrirá la empresa será el terreno. El terreno constará de un metraje de 250 m² y se ubicará en la provincia de Napo, cantón El Chaco.

Tabla 46: Terreno

TERRENO			
Concepto	Metraje	Costo Unitario (\$)	Costo Total (\$)
Terreno	250 m ²	\$ 49,00	\$ 12.250,00

Fuente: Anexo 6.
Elaborado por: La autora

Los costos de obra son los que la empresa deberá invertir en construcción de la planta, detallados de la siguiente manera:

Tabla 47: Obra física

OBRA FÍSICA 240 m²		
Concepto	Porcentaje	Costo Total (\$)
Mano de obra	40%	\$ 4.144,00
Materiales	45%	\$ 4.662,00
Herramientas	15%	\$ 1.554,00
TOTAL	100%	\$ 10.360,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

A continuación el desglose de costos en muebles y enseres.

Tabla 48: Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario (\$)	Costo Total (\$)
Escritorio grande	2	\$ 230,00	\$ 460,00
Escritorio mediano	2	\$ 180,00	\$ 360,00
Sillas de oficina	4	\$ 50,00	\$ 200,00
Sillas decorativas	8	\$ 35,00	\$ 280,00
Archivador metálico	2	\$ 255,00	\$ 257,00
Locker pequeño metálico	1	\$ 150,00	\$ 150,00
TOTAL		\$ 900,00	\$ 1.707,00

Fuente: Allbiz Muebles de oficina

Elaborado por: La autora

Otros rubros en los que deberá invertir la empresa son los detallados a continuación dentro de la categoría maquinaria y equipo.

Tabla 49: Maquinaria y equipo

Categoría	Concepto	Cantidad	Costo Unitario (\$)	Costo Total (\$)	Porcentaje
Equipo de oficina	Lap-top	2	\$ 740,00	\$ 1.480,00	9,16%
	Computadores	2	\$ 800,00	\$ 1.600,00	
	Teléfonos	4	\$ 20,00	\$ 80,00	
	Impresora-copiadora	1	\$ 400,00	\$ 400,00	
Maquinaria	Lavador de fruta	1	\$ 1.030,00	\$ 1.030,00	89,41%
	Báscula	1	\$ 250,00	\$ 250,00	
	Marmita	1	\$ 5.780,00	\$ 5.780,00	
	Despulpadora	1	\$ 3.800,00	\$ 3.800,00	
	Dosificadora	1	\$ 3.150,00	\$ 3.150,00	
	Selladora	1	\$ 2.900,00	\$ 2.900,00	
	Congelador industrial	1	\$ 17.840,00	\$ 17.840,00	
Materiales de producción	Mesas de trabajo de acero inoxidable	2	\$ 95,00	\$ 190,00	1,43%
	Medidor de PH	1	\$ 130,00	\$ 130,00	
	Recipientes de acero	4	\$ 20,00	\$ 80,00	

	Tachos plásticos	4	\$ 15,00	\$ 60,00	
	Gavetas	3	\$ 8,00	\$ 24,00	
	Bandejas de acero inoxidable	4	\$ 13,00	\$ 52,00	
	Tinas plásticas	2	\$ 10,00	\$ 20,00	
TOTAL			\$ 37.001,00	\$ 38.866,00	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

En cuanto al vehículo, obsérvese en la siguiente tabla el costo del mismo.

Tabla 50: Vehículo

VEHÍCULO				
Concepto	Cantidad	Costo Unitario (\$)	Costo Total (\$)	Porcentaje
Camioneta	1	27.490,00	27490	86%
Termoking	1	4.394,00	4394	14%
TOTAL		31.884,00	31.884,00	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La autora

6.1.1.2. Activo Intangible

Tabla 51: Activos Intangibles

Activos Intangibles	
Descripción	Total (\$)
Creación de la pag. Web	\$ 537,60
Capacitaciones	\$ 1.000,00
Imprevistos	\$ 2.000,00
TOTAL	\$ 3.537,60

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

6.1.1.3. Resumen de inversiones

Una vez que se estableció de manera clara todos los costos de inversión y gastos de constitución, se resume la inversión en la que incurrirá la planta productora de pulpa de naranjilla congelada mediante la siguiente tabla.

Tabla 52: Resumen de inversión

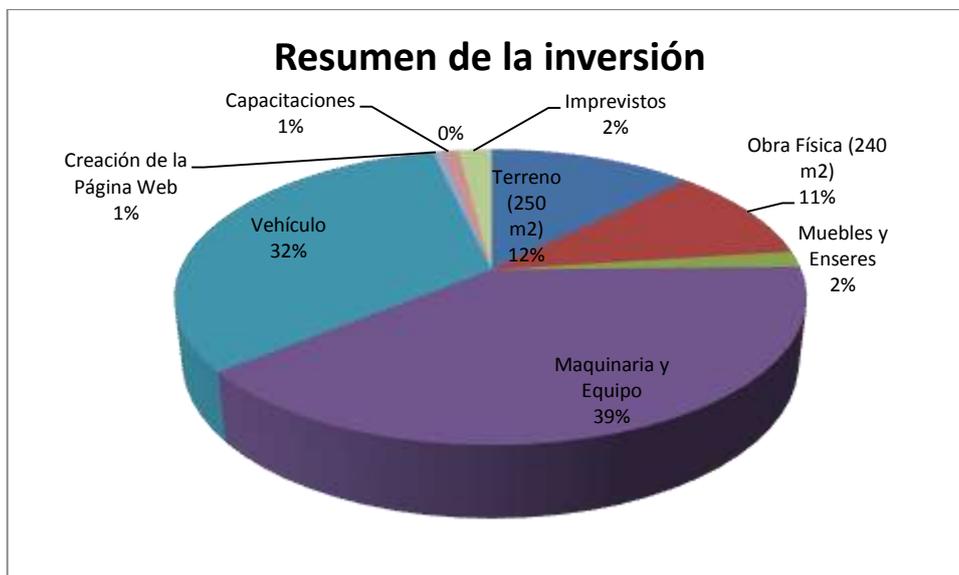
INVERSIÓN				
Concepto	Cantidad	Valor Unitario (\$)	Valor Total (\$)	Porcentaje
Terreno (250 m ²)	1	\$ 12.250,00	\$ 12.250,00	12,42%
Obra Física (240 m ²)	1	\$ 10.360,00	\$ 10.360,00	10,51%
Muebles y Enseres	1	\$ 1.707,00	\$ 1.707,00	1,73%
Maquinaria y Equipo	1	\$ 38.866,00	\$ 38.866,00	39,42%
Vehículo	1	\$ 31.884,00	\$ 31.884,00	32,34%
Creación de la Página Web	1	\$ 537,60	\$ 537,60	0,55%
Capacitaciones	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	1,01%
Imprevistos	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	2,03%
TOTAL		\$ 98.604,60	\$ 98.604,60	100%

Fuente: Tablas anteriores
Elaborado por: La autora

El valor total de los costos de inversión para una empresa productora de pulpa de naranjilla congelada es de **\$ 98.604,60**.

A continuación se presenta un gráfico comparativo porcentual de las inversiones previstas para este proyecto, con el fin de entender de mejor manera la distribución del dinero a ser invertido.

Gráfico 42: Resumen de inversiones



Fuente: Tabla 47
Elaborado por: La autora

En base a lo observado en el gráfico, se puede evidenciar de manera notoria que las inversiones más fuertes corresponden a los rubros de maquinaria y equipo, y al vehículo. Estos rubros se desglosan de la siguiente manera; 32% de la inversión pertenece a la compra del vehículo, mientras que el 39% de la inversión se lo atribuye a la compra de maquinaria y equipos destinados a equipar la planta productora de pulpa de naranjilla congelada. Por otro lado la adquisición del terreno solo representa un 12% de la inversión total, la obra física 11%, dejando así un 6% restante para rubros tales como; muebles y enseres, legalización de la empresa, capacitaciones, creación de la página web e imprevistos.

6.1.2. Costos de operación y mantenimiento

Los costos de operación y mantenimiento son aquellos vinculados a la etapa de funcionamiento del proyecto. Se precisa de estos para poner en marcha los costos de inversión ya establecidos en la planta productora de naranjilla congelada.

Los rubros contemplados dentro de costos de operación y mantenimiento para este proyecto son:

- a) Sueldos y salarios
- b) Materia prima
- c) Combustible
- d) Servicios básicos
- e) Mantenimiento
- f) Seguros
- g) Suministros de oficina
- h) Costos de administrativos

El primer rubro considerado es el de sueldos y salarios. Por tanto cabe recalcar que acorde al modelo organizacional propuesto en capítulos anteriores, este proyecto consta de 7 persona que conforman el personal de trabajo.

El Código Orgánico de la Producción en el Título II de la Promoción del Trabajo Productivo Digno en su Artículo 8 define:

“El salario digno mensual es el que cubra al menos las necesidades básicas de la persona trabajadora así como la de su familia y corresponde al costo de la canasta básica familiar y el número de perceptores del hogar”(Ministerio de Relaciones Laborales, 2014)

También se debe especificar ciertas obligaciones a cumplir según el IESS.

- **Aporte al IESS:** El aporte personal corre a cargo del trabajador y es descontado de su remuneración mensual. En diciembre del 2013 el IESS mediante la resolución 466 dispuso aumentar a partir de mes de enero del 2014 el porcentaje a 9.45%.(Ministerio de Relaciones Laborales, 2014)
- **Decimo III:** El décimo tercer sueldo es un beneficio que reciben los trabajadores bajo relación de dependencia y corresponde a una remuneración equivalente a la doceava parte de las remuneraciones que hubieren percibido durante el año calendario. (Ministerio de Relaciones Laborales, 2014)
- **Decimo IV:** El Décimo cuarto sueldo o bono escolar es un beneficio que lo perciben todos los trabajadores bajo relación de dependencia, indistintamente de su cargo o remuneración. Este rubro consiste en un sueldo básico unificado

vigente a la fecha de pago, en este caso \$340,00.(Ministerio de Relaciones Laborales, 2014)

- **Fondos de Reserva:** Los Fondos de Reserva del IESS, son un beneficio, al que tienen derecho todos los trabajadores en relación de dependencia, después de su primer año de trabajo. De acuerdo con la nueva “*Ley para el pago mensual del Fondo de Reserva y el Régimen Solidario de Cesantía por parte del Estado*”, publicada en el Registro Oficial No. 644, del 29 de julio del 2009, el empleador pagará por concepto de fondo de reserva de manera mensual y directa a sus trabajadores, conjuntamente con el salario o remuneración, un valor equivalente al 8,33% de la remuneración de aportación.(Ministerio de Relaciones Laborales, 2014)

Una vez especificado esto, se presenta a continuación el detalle de sueldos y salarios para el primer año de funcionamiento de la planta productora de pulpa de naranjilla congelada.

Tabla 53: Sueldos y salarios

Cargo	Sueldo/Salario mensual	Aporte IESS (9,45%)	Fondos Reserva (8,33)	Total mensual	Décimo III	Décimo IV	Total anual
Gerente General	\$ 1.800,00	\$ 170,10	\$ 149,94	\$ 2.120,04	\$ 1.800,00	\$ 340,00	\$ 27.580,48
Administrador	\$ 1.300,00	\$ 122,85	\$ 108,29	\$ 1.531,14	\$ 1.300,00	\$ 340,00	\$ 20.013,68
Jefe de operaciones	\$ 650,00	\$ 61,43	\$ 54,15	\$ 765,57	\$ 650,00	\$ 340,00	\$ 10.176,84
Operarios	\$ 550,00	\$ 51,98	\$ 45,82	\$ 647,79	\$ 550,00	\$ 340,00	\$ 8.663,48
Secretaria	\$ 390,00	\$ 36,86	\$ 32,49	\$ 459,34	\$ 390,00	\$ 340,00	\$ 6.242,10
Chofer	\$ 500,00	\$ 47,25	\$ 41,65	\$ 588,90	\$ 500,00	\$ 340,00	\$ 7.906,80
TOTAL	\$ 5.190,00	\$ 490,46	\$ 432,33	\$ 6.112,78	\$ 5.190,00	\$ 2.040,00	\$ 80.583,38

Fuente: IESS, El Ecuador legal online y El Comercio
Elaborado por: La autora

Una vez que se estableció los sueldos y salarios del personal según el cargo, se calculará el costo total de este rubro para la productora de pulpa congelada de naranjilla. Obsérvese la siguiente tabla.

Tabla 54: Costos sueldos y salarios al primer año de operación

SUELDOS Y SALARIOS						
Concepto	Cantidad	Valor unitario mensual (\$)	Valor total mensual (\$)	Valor total anual (\$)	Valor total anual con infla	Porcentaje
Gerente General	1	\$ 1.970,10	\$ 1.970,10	\$ 25.781,20	\$ 26.807,29	31,20%
Administrador	1	\$ 1.422,85	\$ 1.422,85	\$ 18.714,20	\$ 19.459,03	22,65%
Jefe de operaciones	1	\$ 711,43	\$ 711,43	\$ 9.527,10	\$ 9.906,28	11,53%
Operarios	2	\$ 601,98	\$ 1.203,95	\$ 15.337,40	\$ 15.947,83	18,56%
Secretaria	1	\$ 426,86	\$ 426,86	\$ 5.852,26	\$ 6.085,18	7,08%
Chofer	1	\$ 547,25	\$ 547,25	\$ 7.407,00	\$ 7.701,80	8,97%
TOTAL	7	\$ 5.680,46	\$ 6.282,43	\$ 82.619,16	\$ 85.907,40	100,00%

Fuente: Tabla 49.
Elaborado por: La autora

Mediante la Tabla 49 y la Tabla 50 Se puede proyectar de manera adecuada los sueldos y salarios de los trabajadores para los próximos diez años de funcionamiento de la empresa.

Tabla 55: Proyección de sueldos y salarios (10 años)

AÑOS	1	2	3	4	5	10
Sueldos y salarios	\$ 85.907,40	\$ 96.492,28	\$ 100.332,67	\$ 104.325,91	\$ 108.478,09	\$ 126.806,43	\$ 131.853,32

Fuente: Tablas 49 y 50
Elaborado por: La autora

El siguiente rubro a ser desglosado es la materia prima, para lo cual se debe determinar primero el costo de la fruta (naranjilla), por tanto se ha tomado el precio por libra en el mercado para el mes de octubre 2014, así como también el costo de las fundas de polietileno.

Tabla 56: Precio individual de la materia prima

Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Precio (\$)
Naranja (Anexo 7)	Libras	32	\$ 12,00
Fundas de polietileno (120 g.) (Anexo 8)	Paquetes	50	\$ 7,84
Fundas de polietileno (500 g.) (Anexo 9)	Paquetes	50	\$ 14,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Para poder establecer los costos de las materias primas se ha tomado en cuenta la Tabla 52, y se ha relacionado con la Tabla 39: Producción anual de pulpa de naranja para determinar la cantidad necesaria de naranja y empaques para un año de producción y su costo respectivamente.

Tabla 57: Costos materias primas

MATERIAS PRIMAS							
Concepto	Valor unitario		Cantidad mensual	Valor mensual (\$)	Valor anual (\$)	V. anual con inflación	Porcentaje
Naranja (lb)	32 lb.	12	17.636,80	\$ 6.613,80	\$ 79.365,60	\$ 82.524,35	69,11%
Empaque (120 g.)	50 u.	7,84	5.500	\$ 862,40	\$ 10.348,80	\$ 10.760,68	9,01%
Empaque (500 g.)	50 u.	14	7.480	\$ 2.094,40	\$ 25.132,80	\$ 26.133,09	21,88%
Total				\$ 9.570,60	\$ 114.847,20	\$ 119.418,12	100%

Fuente: Tabla 15
Elaborado por: La autora

Tabla 58: Proyección de costos de las materias primas

M. Prima	Años							
	1	2	3	4	5	9	10
Naranja	\$ 82.524,35	\$ 90.905,86	\$ 100.138,64	\$ 110.309,13	\$ 121.512,58	\$ 178.920,61	\$ 197.092,52
Empaques	\$ 36.893,77	\$ 40.640,85	\$ 44.768,50	\$ 49.315,38	\$ 54.324,05	\$ 79.989,18	\$ 88.113,21
Total	\$ 119.418,12	\$ 131.546,71	\$ 144.907,14	\$ 159.624,51	\$ 175.836,63	\$ 258.909,79	\$ 285.205,74

Fuente: Tabla 39 y 53
Elaborado por: La autora

Por otra parte, la planta productora de pulpa de naranjilla congelada incurrirá en gastos de servicios básicos como agua y servicio eléctrico.

Primero estableceremos parámetros de uso para cada servicio básico y su costo.

Tabla 59: Rubros del servicio de agua potable

AGUA			
Concepto de uso		Tiempo	Cantidad (Lt)
Lavado de la fruta		20 días	3.500
Uso del Personal			1.000
Total			4.500
Concepto	Cantidad	Precio unitario (\$)	Valor total
Agua	4.500 lt.	\$ 0,45	\$ 95,65
Alcantarillado	1	\$ 6,28	\$ 6,28
Adm. Clientes	1	\$ 2,10	\$ 2,10
Prorrateo Cta. General	1	\$ 0,29	\$ 0,29
Tasa Nomencl. EMO	1	\$ 0,13	\$ 0,13
Total			\$ 104,45

Fuente: EMAP
Elaborado por: La autora

Para calcular el valor a pagar por servicio eléctrico se hizo un cálculo proporcional según el uso estimado de la planta productora de pulpa de naranjilla, como se observa a continuación.

Tabla 60: Rubros del servicio eléctrico

SERVICIO ELECTRICO			
Uso total considerado			2.989,67 KWH
Concepto	Cantidad	Precio unitario (\$)	Valor total
Servicio Eléctrico	2.989,67	\$ 0,10	\$ 285,90
Recaudación terceros	1	\$ 4,90	\$ 4,90
TOTAL			\$ 290,80

Fuente: Empresa Eléctrica Quito
Elaborado por: La autora

La siguiente tabla ilustrará los costos parciales resumidos de los servicios en los que se incurrirá con este proyecto.

Tabla 61: Costos servicios básicos

Costos de Servicios				
Concepto	Cantidad	Valor mensual (\$)	Valor anual (\$)	Valor anual con inflación
Agua	1	\$ 104,45	\$ 1.253,40	\$ 1.303,29
Servicio eléctrico	1	\$ 290,80	\$ 3.489,60	\$ 3.628,49
Teléfono L. Comercial	1	\$ 12,00	\$ 144,00	\$ 149,73
TOTAL			\$ 4.887,00	\$ 5.081,50

Fuente: Tabla 54 y 55 y Tarifas CNT
Elaborado por: La autora

Los costos administrativos son aquellos que apoyan a la fase administrativa y de ventas de la empresa, para este proyecto en específico se proponen los siguientes.

Tabla 62: Costos administrativos y de ventas

COSTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS				
Concepto	Valor mensual total (\$)	Valor anual total (\$)	Valor anual con inflación	Clasificación
Mantenimiento Pag. Web	\$ 16,35	\$ 196,20	\$ 204,01	Costo fijo
Publicidad	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 3.119,40	
Muestras gratis/ Catálogos	\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 2.495,52	
Internet	\$ 21,00	\$ 252,00	\$ 262,03	
TOTAL	\$ 487,35	\$ 5.848,20	\$ 6.080,96	

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Con todos los rubros antes expuestos, es posible realizar un resumen de costos operacionales y de mantenimiento para la planta productora de pulpa de naranjilla congelada.

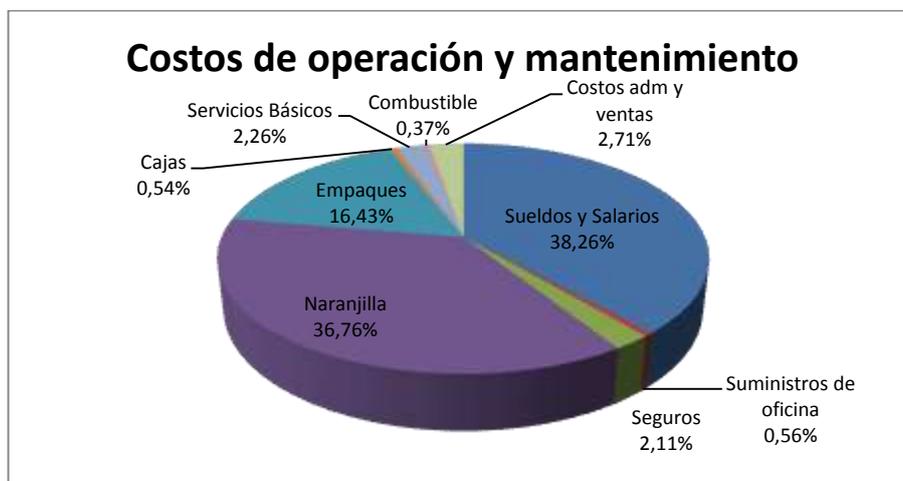
Tabla 63: Resumen costos de operación y mantenimiento

COSTOS DE OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO						
Concepto	Valor mensual (\$)	Valor anual (\$)	Porcentaje	Clasificación		Total
Sueldos y Salarios	\$ 6.282,43	\$ 85.907,40	38,26%	Fijo	Gastos Operacionales	\$ 91.896,65
Suministros de oficina	\$ 100,00	\$ 1.247,76	0,56%	Fijo		
Seguros	\$ 380,00	\$ 4.741,49	2,11%	Fijo		
Naranjilla	\$ 6.613,80	\$ 82.524,35	36,76%	Variable	Costos de venta	\$ 126.530,97
Empaques	\$ 2.956,80	\$ 36.893,77	16,43%	Variable		
Cajas	\$ 96,80	\$ 1.207,83	0,54%	Variable		
Servicios Básicos	\$ 407,25	\$ 5.081,50	2,26%	Variable		
Combustible	\$ 66,00	\$ 823,52	0,37%	Variable		
Costos adm y ventas	\$487,35	\$ 6.080,96	2,71%	Fijo	Gastos de venta	6.080,96
TOTAL						224.508,58

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

De igual forma que se representó mediante un gráfico los costos de inversión, se hará lo mismo para los costos de operación y mantenimiento con la finalidad de llegar a un análisis comparativo entre los rubros presentados.

Gráfico 43: Resumen de costos de operación y mantenimiento



Fuente: Tabla 57 Resumen costos de operación y mantenimiento
Elaborado por: La autora

Como se puede evidenciar en el gráfico, el 36,76% representa a costos de materia prima, es decir la naranjilla; mientras que el 16,43% es equivalente a al costo de los empaques. Los costos de sueldos y salarios representan el 38,26%, siendo estos los más representativos para la operación y mantenimiento de este proyecto junto con la materia prima. Los demás costos suman entre ellos un 8,55%, siendo los servicios básicos un 2,26% del total, los gastos administrativos representan un 2,71%; mientras que el combustible, seguro, suministros de oficina y costos de mantenimiento no superan el 3% respectivamente; a demás

Se puede concluir que la materia prima es un costo variable y se debe tomar en cuenta su porcentaje en relación a los demás costos para proyectar un crecimiento en la producción. Una ventaja es la característica de los sueldos y salarios, ya que al ser estos fijos no se verán influenciados por la cantidad producida, por lo que se tratará de equilibrar los costos de la materia prima con la capacidad de producción para así aprovecharla al máximo.

Tabla 64: Proyección de los costos de operación y mantenimiento

Concepto	Rubros	Años									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gastos operacionales	Sueldos y salarios	85.907,40	96.492,28	100.332,67	104.325,91	108.478,09	112.795,51	117.284,77	121.952,71	126.806,43	131.853,32
	Suministros de oficina	1.247,76	1.297,42	1.349,06	1.402,75	1.458,58	1.516,63	1.576,99	1.639,76	1.705,02	1.772,88
	Seguros	4.741,49	4.930,20	5.126,42	5.330,45	5.542,60	5.763,20	5.992,58	6.231,08	6.479,08	6.736,94
Total		91.896,65	102.719,90	106.808,15	111.059,12	115.479,27	120.075,35	124.854,34	129.823,55	134.990,52	140.363,15
Costo de ventas	Materia Prima	82.524,35	90.905,86	100.138,64	110.309,13	121.512,58	133.853,90	147.448,65	162.424,14	178.920,61	197.092,52
	Empaques	36.893,77	40.640,85	44.768,50	49.315,38	54.324,05	59.841,42	65.919,17	72.614,19	79.989,18	88.113,21
	Cajas	1.207,83	1.330,50	1.465,64	1.614,49	1.778,47	1.959,09	2.158,07	2.377,25	2.618,69	2.884,66
	Servicios Basic	5.081,50	5.597,60	6.166,12	6.792,37	7.482,23	8.242,16	9.079,27	10.001,40	11.017,18	12.136,13
	Combustible	823,52	907,16	999,30	1.100,79	1.212,59	1.335,75	1.471,41	1.620,85	1.785,47	1.966,81
Total		126.530,97	139.381,98	153.538,19	169.132,16	186.309,92	205.232,32	226.076,56	249.037,83	274.331,14	302.193,34
Gastos de ventas	Publicidad	3.119,40	3.243,55	3.372,65	3.506,88	3.646,45	3.791,58	3.942,48	4.099,39	4.262,55	4.432,20
	Material de promoción	2.495,52	2.594,84	2.698,12	2.805,50	2.917,16	3.033,26	3.153,99	3.279,52	3.410,04	3.545,76
	Internet	262,03	272,46	283,30	294,58	306,30	318,49	331,17	344,35	358,05	372,30
	Mantenimiento pag web	204,01	212,13	220,57	229,35	238,48	247,97	257,84	268,10	278,77	289,87
Total		6.080,96	6.322,98	6.574,64	6.836,31	7.108,39	7.391,30	7.685,48	7.991,36	8.309,42	8.640,13

Fuente: Tablas anteriores
Elaborado por: La autora

6.1.3. Costos totales

Los costos totales considerados para producir pulpa de naranjilla congelada son un resumen de la inversión, el mantenimiento y operación de la planta, más los gastos administrativos y de ventas. A continuación se exponen los resultados de los costos totales.

Tabla 65: Costos Totales

Concepto	Valor (\$)
Total Costos de Inversión	\$ 98.604,60
Total Costos de Operación y Mantenimiento	\$224.508,58

Fuente: Tablas 47, 48 y 57
Elaborado por: La autora

Los costos en los que incurrirá este proyecto se desglosan de la siguiente manera; costos de inversión \$ 98.604,60, costos de operación y mantenimiento \$ 220.923,15 y costos de administración y ventas \$ 6.080,96.

6.2. Depreciación de los activos fijos

Ciertos activos fijos sufren un desgaste debido a su uso, a este desgaste se lo denomina depreciación. Para el cálculo de la depreciación anual de los activos tangibles se utilizará el método de la línea recta.

“Se basa en la determinación de cuotas proporcionales y constantes en función de la vida útil de un bien”(Canelos Ramiro, 2010)

Fórmula depreciación en línea recta:

$$DA = \frac{\text{VALOR DE ADQUISICIÓN}}{\text{AÑOS DE VIDA ÚTIL}}$$

El Servicio de Rentas Internas (SRI) es la institución destinada a regular los parámetros tributarios, por tal motivo, para poder estipular la depreciación de activos fijos de acuerdo a la normativa tributaria, debemos basarnos en la siguiente tabla. La tabla basa sus parámetros en el **Artículo 28, Literal A del Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno del SRI**.

Para la depreciación de activos fijos se aplican los siguientes porcentajes:

Tabla 66: Depreciación de activos fijo

Concepto	Porcentaje anual
Inmuebles (Excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares	5%
Instalaciones, maquinarias, equipo y muebles	10%
Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil	20%
Equipos de cómputo y software	33%

Fuente: SRI
Elaborado por: La autora

Es fundamental el exponer un flujo de depreciación anual de los activos fijos de la planta, por consiguiente se usarán los valores de depreciación antes expuestos para la siguiente tabla.

Tabla 67: Depreciación de los activos fijos del proyecto

TABLA DE DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS			
Rubro	Valor Inicial	Años Dep.	Dep. Anual
Obra Física	10.360,00	20	518,00
Maquinaria	35.306,00	10	3.530,60
Equipo Electrónico	3.560,00	3	1.186,67
Mobiliario	1.707,00	10	170,70
Vehículo	31.884,00	5	6.376,80

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La autora

Una vez establecidos los valores de depreciación anual, a continuación se expondrá la depreciación de los activos fijos de la planta productora de pulpa de naranjilla congelada considerando la tasa de inflación del Ecuador (3,98%), para un horizonte de diez años.

Tabla 68: Depreciación anual

DEPRECIACIÓN ANUAL DE ACTIVOS FIJOS										
Años	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Obra Física	538,62	560,05	582,34	605,52	629,62	654,68	680,74	707,83	736,00	765,29
Maquinaria	3.671,12	3.817,23	3.969,15	4.127,13	4.291,39	4.462,18	4.639,78	4.824,44	5.016,45	5.216,11
Equipo electrónico	1.233,90	1.283,01	1.334,07	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mobiliario	177,49	184,56	191,90	199,54	207,48	215,74	224,33	233,26	242,54	252,19
Vehículo	6.630,60	6.894,49	7.168,90	7.454,22	7.750,90	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Dep.	12.251,72	12.739,34	13.246,36	12.386,41	12.879,38	5.332,60	5.544,84	5.765,53	5.994,99	6.233,59

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La autora

6.3. Cálculo demostrativo del capital de trabajo

El capital de trabajo es la cantidad de dinero que permite que un negocio nuevo funcione durante cierto período determinado de iniciación de sus actividades.

Una de las metodologías para establecer el capital de trabajo es a través del Método de desfase.

“Este método consiste en determinar la cuantía de los costos de operación que deben financiarse desde el momento en el que se efectúa el primer pago por la adquisición de la materia prima hasta el momento en que se recauda el ingreso por la venta de los productos, que se destinará a financiar el período de desfase siguiente”(Canelos Ramiro, 2010)

A continuación la fórmula propuesta por este método:

$$ICT = \frac{\text{Costo Anual}}{365} \times \text{Número de días de desfase}$$

Donde:

- Costo anual: Costo de producción y manteniendo total anual
- Número de días de desfase: Número de días del ciclo productivo

El monto que se necesita para financiar la primera producción de pulpa de naranjilla congelada se desglosará a continuación según el método seleccionado y los parámetros antes expuestos.

Tabla 69: Capital de trabajo

CÁLCULO CAPITAL DE TRABAJO	
Costo anual	224.508,58
Días de desfase	30
$ICT = \frac{224.508,58}{365} * 30$	
ICT	18.452,76

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Se concluye que la planta productora de pulpa de naranjilla congelada, precisa de **\$18.452,76** como capital de trabajo, considerando un período de desfase basado al previo análisis en la cadena de valor del proyecto, los plazos de distribución y el plazo de crédito a ser otorgado, dando un total de 30 días.

6.4. Estructura de financiamiento

Por razones antes expuestas en el Capítulo II, para conformar la estructura de financiamiento de la empresa productora de pulpa de naranjilla congelada; participan Coca Codo Sinclair con el 90% y Stefanny Cornejo con el 10% como se aprecia en la siguiente tabla.

Tabla 70: Estructura de Financiamiento

MONTO DE LA INVERSION		
Accionistas	Monto	Porcentaje
Coca Codo Sinclair	\$ 105.351,62	90%
Stefanny Cornejo	\$ 11.705,74	10%
Total	\$ 117.057,36	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

6.5. Evaluación del proyecto

La evaluación del proyecto se llevará a cabo mediante un balance general al momento cero, la proyección de ingresos y un estado de pérdidas y ganancias, contemplando un horizonte de 10 años para los últimos dos.

6.5.1. Balance inicial del proyecto

El balance general se lo realizó al momento inicial del proyecto, es decir antes de poner en funcionamiento la planta productora de pulpa de naranjilla congelada.

Tabla 71: Balance General Inicial

ACTIVOS		\$ 117.057,36	PASIVOS		\$ 0,00
CORRIENTE		\$ 18.452,76	CORTO PLAZO		\$ 0,00
Capital de trabajo	\$ 18.158,07		Obligaciones		
FIJO	\$ 95.067,00		Financieras	\$ 0,00	
Terreno	\$ 12.250,00		Proveedores	\$ 0,00	
Construcciones	\$ 10.360,00		Impuestos	\$ 0,00	
Maquinaria y Equipo	\$ 38.866,00		Acreeedores Varios	\$ 0,00	
Vehículo	\$ 31.884,00		LARGO PLAZO	\$ 0,00	
Muebles y Enseres	\$ 1.707,00		Obligaciones		
OTROS ACTIVOS	\$ 3.537,60		Financieras	\$ 0,00	
Inversiones LP	\$ 0,00		Acreeedores Varios	\$ 0,00	
Activos Diferidos	\$ 0,00		PATRIMONIO	\$ 117.057,36	
Activos Intangibles (Gastos de constitución)	\$ 3.537,60		Capital Social	\$ 117.057,36	
			Anteriores	\$ 0,00	
			Unidad Ejercicio	\$ 0,00	
			TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 117.057,36	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La autora

6.5.2. Estados proyectados

Los ingresos y el estado de pérdidas y ganancias serán proyectados en un período de hasta 10 años para fines de análisis de esta capítulo.

6.5.2.1. Proyección de ingresos

Con la finalidad de proyectar los ingresos, la productora de pulpa de naranjilla congelada partirá de la siguiente tabla en la que se especifica la cartera de productos y los precios establecidos según la previa investigación de mercado realizada.

Tabla 72: Cartera de productos y sus precios

PRECIOS DE LOS PRODUCTOS		
Producto	Porcentaje	Precio
Pulpa de naranjilla 120 g.	15%	\$ 1,80
Pulpa de naranjilla 500 g.	85%	\$ 3,15

Fuente: Capítulo III
Elaborado por: La autora

Para la proyección de ventas se asumirá una inflación anual actual del Ecuador de 3,98% aplicada a la variación de los precios, también cabe explicar que se tomó los datos de proyección de la industria analizados en el Capítulo III (Gráfico 21: Proyección de la demanda), en donde se observa el crecimiento del mercado a una tasa del 5,94%. Por lo expuesto anteriormente, se ha definido los ingresos de la planta y su proyección para un período de 10 años de funcionamiento del proyecto partiendo de la producción anual calculada en base a la capacidad instalada (Tabla 39: Producción anual de pulpa de naranjilla).

Tabla 73: Proyección de ingresos

Producción (cantidad)											
Presentación	Precios	Años									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
120 gramos	\$ 1,80	65.780	71.093	73.908	76.835	79.878	83.041	86.329	89.748	93.302	96.997
500 gramos	\$ 3,15	89.700	96.945	100.784	104.775	108.924	113.237	117.722	122.383	127.230	132.268
Total		155.480	168.038	174.692	181.610	188.802	196.278	204.051	212.131	220.532	229.265

INGRESOS										
Productos	Años									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Pulpa de naranjilla 120 g.	123.116,48	138.356,17	149.559,71	161.670,47	174.761,91	188.913,45	204.210,92	220.747,12	238.622,36	257.945,06
Pulpa de naranjilla 500 g.	293.800,69	330.168,14	356.903,86	385.804,54	417.045,48	450.816,19	487.321,51	526.782,90	569.439,71	615.550,71
TOTAL INGRESOS	416.917,17	468.524,31	506.463,58	547.475,01	591.807,39	639.729,64	691.532,43	747.530,02	808.062,07	873.495,77

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Nota: La proyección de ingresos se calculó tomando en cuenta la tasa de inflación anual (3,98%)

6.5.2.2. Estado de pérdidas y ganancias

Tabla 74: Estado de pérdidas y ganancias

Concepto	Años									
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
(+) Ingreso por ventas netas	416.917,17	468.524,31	506.463,58	547.475,01	591.807,39	639.729,64	691.532,43	747.530,02	808.062,07	873.495,77
(-) Costos de Ventas	126.530,97	139.381,98	153.538,19	169.132,16	186.309,92	205.232,32	226.076,56	249.037,83	274.331,14	302.193,34
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	290.386,19	329.142,33	352.925,39	378.342,85	405.497,47	434.497,31	465.455,87	498.492,19	533.730,93	571.302,43
(-) Gastos Operacionales	95.396,65	102.719,90	106.808,15	111.059,12	115.479,27	120.075,35	124.854,34	129.823,55	134.990,52	140.363,15
(-) Gasto de Ventas	6.080,96	6.322,98	6.574,64	6.836,31	7.108,39	7.391,30	7.685,48	7.991,36	8.309,42	8.640,13
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	188.908,58	220.099,45	239.542,60	260.447,43	282.909,81	307.030,66	332.916,05	360.677,28	390.430,99	422.299,15
(-) Gastos financieros (intereses)										
(+) Otros Ingresos										
(-) Otros Gastos										
(-) 15 % participación de trabajadores	28.336,29	33.014,92	35.931,39	39.067,11	42.436,47	46.054,60	49.937,41	54.101,59	58.564,65	63.344,87
(=) UTILIDAD ANTES IMPUES. RENTA	160.572,30	187.084,53	203.611,21	221.380,31	240.473,34	260.976,06	282.978,64	306.575,69	331.866,34	358.954,28
(-) Impuesto a la renta 0%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) UTILIDAD NETA	160.572,30	187.084,53	203.611,21	221.380,31	240.473,34	260.976,06	282.978,64	306.575,69	331.866,34	358.954,28

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Nota: Los Gastos de constitución de la empresa (escrituras notariales, registro mercantil y gastos legales), están considerados en el primer año dentro del rubro Gastos Operacionales

El estado de pérdidas y ganancias permite realizar un análisis apropiado de los costos y gastos en los que incurrirá este proyecto durante un período de 10 años, por consiguiente se puede apreciar de mejor manera el desempeño de un año a otro tomando en cuenta la inflación actual del Ecuador.

Al observar los resultados presentados en la Tabla 74, se evidencia como las utilidades netas se incrementan en el transcurso del tiempo, por tanto se asume que el proyecto es rentable y viable desde el inicio de sus operaciones.

Es trascendental el mencionar lo establecido por el Reglamento para Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno (LORTI) Artículo 27, cuya disposición reformativa al Impuesto a la Renta para sociedades comunitarias obedece al 0%. (Servicio de Rentas Internas, 2013)

6.6. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio permite determinar el momento en el cual las ventas saldrán los costos, expresados en valores y unidades. Además, mediante esta herramienta financiera se evalúa la estructura de costos e ingresos del negocio a fin de buscar una óptima forma de administrar dicha estructura, con el propósito de una buena gestión del proyecto.

Para el cálculo del punto de equilibrio es necesario determinar los siguientes rubros.

- **Costos Fijos:** son aquellos costos que permanecen constantes a los diferentes niveles de producción, es decir, son costos independientes al volumen de productos desarrollados.
- **Costos Variables:** son aquellos costos que varían de manera directa acorde al volumen de producción, es decir, están directamente relacionados con la cantidad producida.
- **Ingresos:** es la cantidad de dinero obtenida por el número de bienes o servicios vendidos a un precio determinado.

Tabla 75: Costos fijos

Concepto	Valor
Sueldos y salarios	\$ 85.907,40
Seguros	\$ 4.741,49
Publicidad	\$ 3.119,40
Material de promoción	\$ 2.495,52
Internet	\$ 262,03
Mantenimiento pag web	\$ 204,01
Depreciación	\$ 11.782,77
Total Costos Fijos	\$ 108.512,62

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Con la finalidad de establecer los costos variables unitarios (CVU), se tomó en cuenta la producción anual del primer año de operación del proyecto; 65.780 fundas de pulpa de naranjilla congelada de 120 g. y 89.700 fundas de pulpa de naranjilla congelada de 500 g. Por tanto el total de producción anual es de **155.480 unidades**.

Tabla 76: Costos variables

Concepto	Costo Total	CVU
Materia Prima	\$ 82.524,35	\$ 0,30
Empaques	\$ 36.893,77	\$ 0,44
Cajas	\$ 1.207,83	\$ 1,10
Servicios Básicos	\$ 5.081,50	\$ 0,08
Combustible	\$ 823,52	\$ 1,48
Total Costos Variables	\$ 126.530,97	\$ 3,40

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Para calcular el punto de equilibrio en valor (\$) se aplicará la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

$$PE = \frac{108.512,62}{1 - \frac{126.530,97}{416.917,17}}$$

$$PE = \frac{108.512,62}{0,697}$$

$$PE = \$ 155.795,19$$

Para calcular el punto de equilibrio en cantidad (unidades) se aplicará la siguiente fórmula:

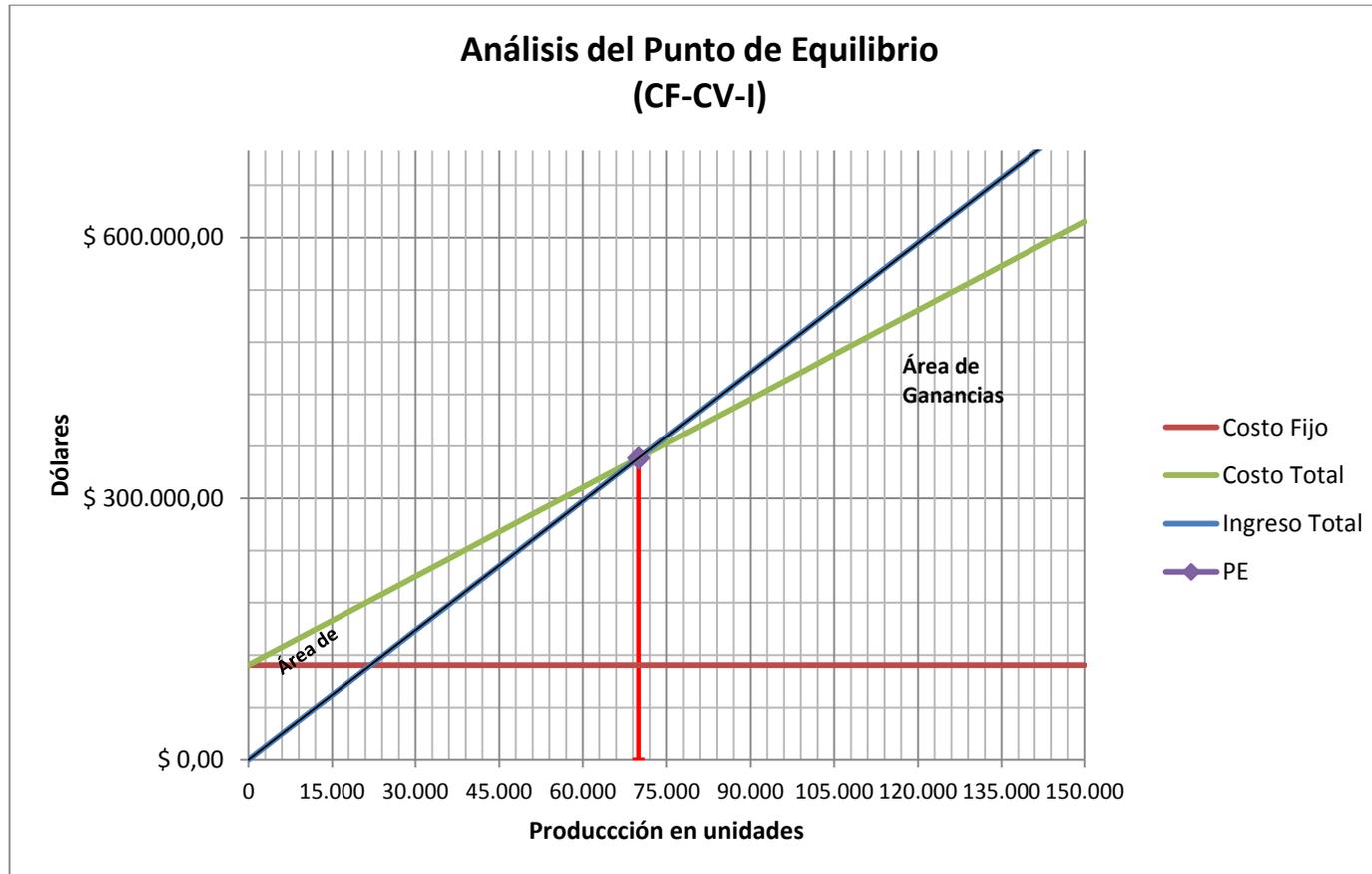
$$PE (u) = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Precio de venta} - \text{Costo variable unitario}}$$

$$PE = \frac{108.512,62}{4,95 - 3,40}$$

$$PE = 70.008$$

La planta productora de pulpa de naranjilla congelada deberá producir **70.008 unidades** de pulpas de naranjilla congelada para generar los ingresos necesarios que cubran los costos incurridos. Del total producido el 85% serán de contenido 500g. y el 15% restante de 120 g. A continuación el gráfico representativo al punto de equilibrio según.

Gráfico 44: Determinación del punto de equilibrio



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

El punto de equilibrio indica que la planta productora de pulpa de naranjilla congelada deberá producir un volumen de **70,008 unidades** de pulpa de naranjilla congelada para generar ingresos de **\$ 155.795,19** y de esta manera cubrir los costos sin tener pérdidas o ganancias.

Por otro lado se puede observar que una producción por debajo del límite establecido de unidades genera pérdidas para el proyecto, mientras que una producción mayor al volumen establecido producirá ganancia.

6.7. Cálculo del valor de desecho

El valor de desecho es la suma de dinero a la cual se liquidaría o vendería un proyecto. Para este caso en específico, se calculará el valor de desecho una vez finalizado los 10 años, de esta manera conoceremos cuanto recibirá el inversionista al finalizar el período establecido si su decisión fuera la de poner en venta la empresa.

El valor de desecho se calculará mediante un método económico en el que se asume que el proyecto valdrá lo que es capaz de generar desde su evaluación inicial hasta los 10 años.

Este método obedece a la siguiente fórmula:

$$VD = \frac{(B - C) - Depreciación\ k}{i}$$

En donde:

- VD = Valor de desecho
- (B-C)k = Beneficio neto, o beneficio menos costo del año k
- i = Tasa exigida como costo de capital
- Depreciación k = Depreciación del activo en el año k

En este estudio se decidió ampliar el concepto de valor del dinero en el tiempo, por tanto el beneficio neto será un valor actualizado y la tasa exigida como costo de capital será 1.

De esta manera se presenta a continuación el valor de desecho para este proyecto:

Tabla 77: Valor de desecho

VALOR DE DESECHO DEL PROYECTO	
Rubros	Valor
Valor actual Ingresos	2.507.327,43
Valor actual Costos	1.315.694,82
Neto I-C	1.191.632,61
Valor actual Depreciaciones	46.942,15
Valor de desecho del Proyecto	1.144.690,46

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Se concluye lo siguiente; después de 10 años de operación y funcionamiento este proyecto tendrá un valor de desecho de \$ **1.144.690,46**. Por consiguiente, si se desea poner a la venta la planta productora de pulpa de naranjilla congelada dentro de un período de 10 años, el valor previamente mencionado será el precio establecido para su comercialización.

6.8. Análisis de la tasa de descuento

La tasa de descuento es:

“La rentabilidad que el inversionista exige a la inversión por renunciar a un uso alternativo de esos recursos. Representa una medida de la rentabilidad mínima exigida según su riesgo, de manera que el retorno esperado permita cubrir la totalidad de la inversión inicial, los egresos de la operación y la rentabilidad que el inversionista exige a su propio capital invertido”(Canelos Ramiro, 2010)

Para calcular la tasa de descuento se aplica la fórmula siguiente:

$$TD = r + R + (1 + r + R)(Inf)$$

Donde:

- r = Tasa de interés activa
- R = Riesgo país
- Inf = Inflación activa

Entonces:

- r = 8,34%
- R = 5,46%
- Inf = 3,98%

Por consiguiente la tasa de descuento aceptable para este proyecto, cuyo horizonte de planeación es de 10 años, es de **18,33%**.

6.9. Flujo de caja

Una herramienta importante para el análisis financiero de un proyecto es el Flujo de Caja, ya que este presenta en detalle las diversas entradas y salidas de efectivo que ocurren en un período determinado, en este caso un horizonte de 10 años,

A continuación se presenta el flujo de caja para la planta productora de pulpa de naranjilla congelada.

Tabla 78: Flujo de caja

PERIODO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos		416.917,17	468.524,31	506.463,58	547.475,01	591.807,39	639.729,64	691.532,43	747.530,02	808.062,07	873.495,77
Ingresos x venta de activos											
- Costos Op y M		224.508,58	248.424,86	266.920,98	287.027,58	308.897,58	332.698,97	358.616,39	386.852,74	417.631,08	451.196,62
- Gasto Intereses											
- Depreciación		12.251,72	12.739,34	13.246,36	12.386,41	12.879,38	5.332,60	5.544,84	5.765,53	5.994,99	6.233,59
- Amortización		707,52	707,52	707,52	707,52	707,52	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad Gravable		179.449,34	206.652,59	225.588,71	247.353,50	269.322,91	301.698,06	327.371,21	354.911,76	384.436,00	416.065,56
- 15% utilidad a trabajadores		26.917,40	30.997,89	33.838,31	37.103,03	40.398,44	45.254,71	49.105,68	53.236,76	57.665,40	62.409,83
- Impuesto a la renta (0%)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- Impuesto Venta de activos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad Neta		152.531,94	175.654,70	191.750,41	210.250,48	228.924,47	256.443,35	278.265,53	301.674,99	326.770,60	353.655,72
+Depreciación		12.251,72	12.739,34	13.246,36	12.386,41	12.879,38	5.332,60	5.544,84	5.765,53	5.994,99	6.233,59
+ Amortización		707,52	707,52	707,52	707,52	707,52	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad después de Impuestos		165.491,18	189.101,56	205.704,29	223.344,40	242.511,38	261.775,95	283.810,37	307.440,52	332.765,59	359.889,32
- Inversiones	-98.604,60	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- Inversión Capital de Trabajo	-18.452,76	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
+ Préstamo	-										
Total Inversión Neta Propia	-117.057,36	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- Amortización Deuda		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
+ Valor de Desecho		-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.144.690,46
Flujo de Caja Neto	-117.057,36	165.491,18	189.101,56	205.704,29	223.344,40	242.511,38	261.775,95	283.810,37	307.440,52	332.765,59	1.504.579,77

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: La autora

6.10. Evaluación de los índices financieros del proyecto

El proyecto será evaluado por medio de tres índices financieros que nos permitirán valorar su rentabilidad; valor actual neto, tasa interna de retorno y el período de recuperación de la inversión.

A continuación se desarrollará cada uno de los índices financieros.

6.10.1. Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto o también conocido como VAN por sus siglas en español se define como:

“El resultado de la diferencia entre los ingresos actualizados y los costos actualizados a una determinada tasa de descuento menos la inversión inicial”(Canelos Ramiro, 2010)

Dicho de otra manera, el VAN es el valor obtenido una vez recuperada la inversión inicial, tomando en cuenta los ingresos, costos actualizados y la tasa de descuento aplicables para este caso.

Su fórmula es la siguiente:

$$VAN = \frac{It - Et}{(1 + i)^t} - I_0$$

$$VAN = \frac{BNt}{(1 + i)^t} - I_0$$

En donde:

- It= Ingresos actualizados
- Et = Egresos actualizados
- I= Tasa de descuento o interés
- Bnt = Beneficios netos (flujo neto)
- Io= Inversión inicial

Tabla 79: Valor actual neto (VAN)

VAN	\$ 1.115.887,35
Tasa de descuento	18,33%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

El Valor Actual Neto del proyecto según los cálculos realizados es de \$ **1.115.887,35**, por tanto la productora de pulpa de naranjilla tendrá un resultante de aproximadamente un millón doscientos mil dólares una vez que se haya recuperado la inversión y los costos de operación y mantenimiento hayan sido cubiertos.

Obtenido el valor del VAN se concluye que el proyecto es viable y rentable debido a que es mayor a cero, lo que indica que el mismo está cumpliendo con la rentabilidad esperada según su tasa de descuento.

6.10.2. Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno o también conocida como TIR por sus siglas en español se define como:

“La tasa que mide la rentabilidad del proyecto, la TIR es el rendimiento del proyecto sobre el capital no amortizado de cada uno de los periodos”(Canelos Ramiro, 2010)

Dicho de otra manera, la TIR es la tasa a la que se recupera la inversión. Al igual que en el cálculo del VAN, los mismo valores serán usados para calcular la TIR con la

diferencia que este valor deberá ser igualado a cero para equiparar los flujos de fondos a la inversión inicial y así obtener el rendimiento porcentual del proyecto.

Su fórmula:

$$TIR = \frac{BNt}{(1+i)^t} - I_0 = 0$$

Tabla 80: Tasa Interna de Retorno (TIR)

TIR	153,26%
Tasa de descuento	18,33%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

La TIR para este estudio es de **153,26%**, misma que es mayor a la tasa mínima del rendimiento requerido por los accionistas de 18,33%; por consiguiente hace cero al VAN y demuestra que el proyecto es rentable.

6.10.3. Período de recuperación de la inversión

El período de recuperación de la inversión es un indicador que permite conocer, una vez iniciadas las actividades de funcionamiento, en qué momento de la vida útil del proyecto se puede recuperar el monto de la inversión. Así, una vez recuperada la inversión se empieza a generar ganancias y el proyecto empieza a mostrar un desarrollo económico.

Tabla 81: Período de recuperación descontado acumulado

Años	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Flujo de Caja Neto	-117.057,36	165.491,18	189.101,56	205.704,29	223.344,40	242.511,38	261.775,95	283.810,37	307.440,52	332.765,59	1.504.579,77
Flujo de Caja Descontado		139.855,64	135.053,36	124.153,44	113.918,86	104.534,05	95.358,75	87.370,38	79.983,83	73.161,84	279.554,56
Flujo de Caja Acumulado		139.855,64	274.909,00	399.062,44	512.981,30	617.515,35	712.874,11	800.244,48	880.228,31	953.390,15	1.232.944,71
Período de Recuperación Descontado	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Para calcular este indicador se llevará a cabo el método descontado acumulado; el cual consiste en ir descontando los saldos del flujo neto con la tasa de descuento en cada año mientras se acumulan estos resultados hasta igualar la inversión, se considera apropiado la utilización de este método ya que se respeta el concepto de dinero en el tiempo, por tanto los resultados son más acertados.(Canelos Ramiro, 2010)

Acorde al cálculo de los diferentes flujos de caja, se determinó que en el primer año de funcionamiento de la planta productora de pulpa de naranjilla se logra amortizar la inversión; esto se debe a que el valor del flujo de caja acumulado (\$139.855,64) es superior al valor de la inversión realizada (\$117.057,36) permitiendo cubrir dicho valor y percibir ganancias en el primer año de funcionamiento.

6.10.4. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite conocer la variación de los principales indicadores financieros (VAN y TIR), bajo supuestos que modifiquen el flujo de caja neto. Se establecerá una banda de variación en los principales rubros consignados del flujo de caja (Tasa de Descuento, Ingresos y Costos) para ver cómo cambian dichos índices financieros.

Tabla 82: Análisis de sensibilidad VAN

TASA DE DESCUENTO	VAN
12,33%	\$ 1.565.742,87
14,33%	\$ 1.392.529,75
16,33%	\$ 1.243.944,57
18,33%	\$ 1.115.887,35
43,33%	\$ 377.772,55
68,33%	\$ 171.876,52
93,33%	\$ 84.915,35
118,33%	\$ 38.013,78
143,33%	\$ 8.773,82
168,33%	-\$ 11.197,36

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

De acuerdo con los resultados, el VAN es negativo cuando la tasa de descuento es del orden del 168,33%, lo que nos indica que el proyecto podría soportar incrementos del orden del 149% de su tasa de descuento original (18,33%). Obsérvese también en la tabla como a medida que disminuye la tasa de descuento el VAN aumenta, esto se debe a que exigimos menos al proyecto como tasa de oportunidad, mientras que al exigir mayor rendimiento el VAN disminuye.

Tabla 83: Análisis de sensibilidad TIR

Ingresos	Costos	TIR
-26%	26%	17,70%
-21%	21%	35,60%
-16%	16%	57,50%
-11%	11%	83,51%
-6%	6%	113,16%
-1%	1%	146,23%
4%	-4%	182,92%
9%	-9%	223,70%
14%	-14%	269,25%
19%	-19%	320,42%
Variación Porcentual de la Sensibilidad	5%	

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Se puede observar que cuando los Ingresos bajan en un 26% y a la vez los Costos totales (Inversión + Operación y mantenimiento) suben en un 26%, la TIR en ese escenario es de 17,70%. Podemos observar que el proyecto no podría soportar variaciones conjuntas de reducción de ingresos e incremento de costos en porcentajes del 26%, pues en ese caso la TIR se encuentra 0,63 puntos por debajo de la tasa de descuento, que es el 18,33%.

CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- El sector agrícola del Ecuador ha sido fuente de ingreso por muchos años y lo seguirá siendo gracias al suelo y clima que posee el Ecuador, es por eso que con el paso de los años la producción de frutas ha tenido una gran importancia en el comercio ayudando al Ecuador a llegar a ser exportador de algunas de ellas. Acorde al III Censo Nacional Agropecuario realizado en el 2011, el Ecuador reportó entre los cultivos permanentes de frutas un total nacional de 1.074.074 hectáreas, de las cuales 7.983 hectáreas son de naranjilla.
- El sector más apto para el sembrío de naranjilla es el Oriente Ecuatoriano. Según lo consultado en las Cuentas Nacionales del Banco Central, el cantón El Chaco aporta una participación del 8,90% a la provincia de Napo en cuanto a agricultura, ganadería, silvicultura y pesca se refiere. El Chaco reporta 601 Uniones de Pequeños Agricultores (UPAs), los mismos que suman 30.219 hectáreas sembradas en general, mismas que fueron registradas en el MAGAP. Lo que convierte al cantón El Chaco en una locación clave para la ubicación de proveedores de naranjilla.
- La agroindustria agrupa dentro de una sola categoría varias industrias como la de alimentos procesados y también otra clase de productos elaborados en base a materias primas agrícolas y ganaderas. Dentro de la agroindustria un sector importante es la elaboración de pulpas de frutas, el mismo que posee una participación del 11% en relación a otras actividades dentro de esta categoría. La pulpa de naranjilla congelada es un producto que se encuentra en crecimiento dentro del mercado Ecuatoriano. El Banco Central del Ecuador expuso en su boletín de análisis sectorial de MIPYMES que la pulpa de naranjilla tiene un porcentaje de participación de producción de 0,21% y un porcentaje de ventas de 0,18%.
- Actualmente el Ecuador está desarrollando el proyecto más ambicioso y emblemático de generación hidroeléctrica del país, Coca Codo Sinclair, el cual se encuentra ubicado en las provincias de Napo y Sucumbíos, cantones El Chaco

y Gonzalo Pizarro. En concordancia con la Coordinación de Responsabilidad Social del Proyecto Coca Codo Sinclair, este plan de tesis busca obtener financiamiento basando su propuesta en la apertura que esta entidad brinda a proyectos relacionados con el Plan Nacional del Buen Vivir que involucran actividades agrícolas y mano de obra del sector en el que se ubica la hidroeléctrica. Es importante destacar que el objetivo principal es el bienestar de las personas, por consiguiente el enfoque se direccionará hacia el aumento de la población empleada en la unidad de producción agropecuaria con salario, ya que tan solo el 18,51% de personas dedicadas a la agricultura en la región Oriental perciben ingresos por su producción.

- El segmento de mercado al que se dirigirá este proyecto es el mercado industrial de alimentos y bebidas, siendo parte del mismo los restaurantes y servicios de catering ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito. Una vez que se realizó la investigación de mercado mediante; entrevistas, encuestas y observaciones, se concluyó que el mercado objetivo muestra una gran aceptación hacia la pulpa congelada de naranjilla en dos presentaciones; 120 gramos y 500 gramos. También se pudo concluir que la pulpa de naranjilla es un producto industrial semi-procesado cuya utilidad posterior dependerá de los diferentes restaurantes y caterings, siendo los usos más comunes jugos y batidos. Los atributos más buscados por el mercado objetivo son la calidad de la pulpa y la facilidad de adquisición de la misma, para lo cual se ha propuesto un período de distribución semanal de entrega hasta el destino acordado por los clientes. Otro aspecto importante que se dedujo de la investigación de mercado es el precio a ser cobrado; por tanto el mercado demostró conformidad hacia un precio de \$1,80 para 120 g. de pulpa, mientras que \$3,15 para 500 g. de pulpa.

- Un estudio legal del ámbito Ecuatoriano permitió definir los parámetros en los cuales se establecerá la productora de pulpa de naranjilla, siendo la mejor forma de constituir este proyecto bajo una Empresa Comunitaria, debido a que los objetivos de constitución de la empresa deberán cumplir con lo buscado en una economía popular y solidaria para el bienestar y desarrollo de la comunidad del Chaco.

- Se pudo determinar mediante un estudio técnico basado en la disponibilidad de la fruta y la capacidad instalada del proyecto la producción para el primer año; de esta manera se estimó una producción en kilogramos de 52.800, mientras que en unidades sería 155.480 fundas de pulpa de naranjilla. Por otro lado, mediante

el cálculo de valores ponderados se logró un análisis de los factores determinantes para la localización de una planta productora de pulpa de naranjilla congelada, concluyendo así que el cantón El Chaco reúne todas las características buscadas.

- En relación al estudio financiero concluimos que para poner en marcha este proyecto se necesita una inversión de \$117.057,36, cuyo financiamiento obedecerá; el 90% por Coca Codo Sinclair y el 10% por Stefanny Cornejo. Para cubrir los costos de producción y operación, es necesario producir 70.008 unidades de pulpa de naranjilla congelada generando un ingreso de \$155.795,19.
- Un análisis financiero para un horizonte de 10 años de funcionamiento de la planta productora de pulpa de naranjilla congelada, nos llevó a concluir que el mismo es factible, ya que presenta una utilidad creciente en el estado de resultados al décimo año de \$358.954,28 y un flujo de efectivo de \$1.504.579,77. Mediante ciertos índices financieros se evaluó el proyecto resultando así un VAN de \$1.115.887,35, el cual es mayor a cero, y una TIR de 153,26%, superior a la tasa mínima del rendimiento requerido por los accionistas de 18,33%. Además se pudo visualizar que la inversión se recupera en el primer año de funcionamiento del proyecto.
- Todo el estudio realizado a través de lo largo de esta tesis, puede aseverar que el proyecto propuesto es una buena alternativa de inversión y puede lograr cumplir su cometido generando ingresos para la comunidad que conforma el cantón El Chaco.

7.2. Recomendaciones

- Es recomendable aprovechar la aceptación del producto para generar una cultura de consumo de pulpas, con el fin de evolucionar el uso de alimentos sanos y resaltar la importancia de las frutas que se producen en el Ecuador como la naranjilla.

- Queremos ser una marca solidaria, por lo tanto se recomienda buscar que el cliente sepa que no está comprando una simple pulpa, está aportando al crecimiento de pequeños emprendedores que buscan mejor calidad de vida mediante su arduo trabajo. Por tanto, se deberá asentar firmemente la marca en la mente del mercado potencial de tal manera que al ver una naranjilla o un jugo de naranjilla, piensen en “Naranjilla El Chaco”.

- Una vez asentada la marca se sugiere aprovechar la oportunidad de su posicionamiento para desarrollar más productos en base a la naranjilla y otras frutas producidas en el cantón El Chaco.

- Aprovechar los desperdicios que resulten de la producción de pulpa de naranjilla congelada, obsequiando estos a los agricultores del sector, para que a su vez la usen como abono o alimento para su ganado.

- Realizar convenios con entidades como el MAGAP y el INIAP para capacitar a los agricultores y empleados de la planta, así se buscará un desarrollo adecuado para el proyecto empezando desde sus proveedores.

- Impulsar el comercio electrónico haciendo uso de las redes sociales y una página institucional para promover las ventas del producto.

BIBLIOGRAFÍA

Kotler, Philip y Gary Armstrong (2008). Fundamentos de Marketing, (octava edición). México: Pearson Education.

Fred R. David. (2008). Conceptos de Administración Estratégica, (décimo primera edición). México: Prearson Educación.

Harold Koontz, Heinz Weihrich, Mark Cannice. (2008). Administración. Una perspectiva global y empresarial, (décimo tercera edición). México: McGraw Hill.

Philip Kotler, Gary Armstrong. (2008). Fundamentos de Marketing, (octava edición). México: Prearson Educación.

Ramiro Canelos Salazar. (2010). Formulación y Evaluación de un Plan de Negocios, (primera edición). Ecuador: Fénix Comunicaciones.

Don Hellriegel, John W. Slocum, Jr. (2009). Comportamiento Organizacional, (doceava edición). México: CengageLearning.

PARKIN Michael, ESQUIVEL Gerardo, AVALOS Marcos. (2006). Microeconomía, (séptima edición). México: Pearson Education.

Real Academia Española. (2007). Diccionario Práctico del Estudiante, (primera edición). España: Santillana.

Mario Vargas Meza. (2002). Ecología y Biodiversidad del Ecuador, (primera edición). Ecuador: E.P. Centro de Impresiones.

Bernard J. Hargadon Jr. (2011). Principios de Contabilidad, (primera edición). Colombia: Norma.

O`Guinn Tomas, Allen Chris y Semenik Richard (2008), Publicidad. Tipos de publicidad, (sexta edición). México: International Thomson Editores.

HellriegelSlocum (2010). Comportamiento Organizacional, (doceava edición). México: Cengagelearning.

Chopra, Sumil y Meindl, Peter (2007). Supplying Chain Management, (primera edición). New Jersey: Pearson Education.

NASSIR SAPAG Chain (2008), Preparación y Evaluación de Proyectos, (cuarta edición). México: Mc Graw Hill.

Artículo sobre la naranjilla. Disponible en:

<http://www.biblioteca.ueb.edu.ec/bitstream/15001/189/1/0046.Agro.pdf>

Diccionario Etimológico. Etimología de la naranjilla, Iván Noboa Tapia. Disponible en:

<http://etimologias.dechile.net/?naranjilla>.

MAGAP. El Ministerio y su misión. Disponible en:

<http://www.agricultura.gob.ec/el-ministerio/>

SENPLADES. La Secretaria y su misión. Disponible en:

<http://www.planificacion.gob.ec/la-secretaria/>. Consulta realizada 22/05/2013; 18:00

Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería y Pesca. Disponible en:

<http://servicios.agricultura.gob.ec/sinagap/index.php/quienes-somos>.

Boletín agrario. Significado de UPA. Disponible en:

<http://www.boletinagrario.com/ap-6,upa,274.html>.

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria Ecuador: Ley orgánica de Economía Popular y Solidaria (Pdf). Disponible en: <http://www.seps.gob.ec/web/guest/leyes>

Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria. Circuitos Productivos Ecuador. Disponible en:

http://www.ieps.gob.ec/web/index.php?option=com_content&view=article&id=122:informacion-legal&catid=29:ley-de-transparencia.

La Gran Enciclopedia de Economía. Definición de Economía de escala. Disponible en:

<http://www.economia48.com/spa/d/economias-de-escala/economias-de-escala.htm>.

Análisis y síntesis. Diccionario soviético de filosofía. Disponible en:

<http://www.filosofia.org/enc/ros/analisis.htm>.

Deducción e inducción. Lección 02.04. Disponible en:

<https://school.carm.org/amember/files/critico-demo/2.00-Logica/02.04-deducioneinduccion.htm>.

La Observación. Métodos empíricos. Disponible en:
<http://es.scribd.com/doc/21229743/METODOS-EMPIRICOS>.

La Encuesta. Métodos empíricos. Disponible en:
<http://es.scribd.com/doc/21229743/METODOS-EMPIRICOS>.

La Entrevista. Métodos empíricos. Disponible en:
<http://es.scribd.com/doc/21229743/METODOS-EMPIRICOS>.

Ricoveri Marketing. Análisis de Mercado. Disponible en:
<http://ricoveri.ve.tripod.com/ricoverimarketing2/id86.html>.

Estudios exploratorios o formulativos. Manuel Galán Amador. Metodología de la investigación. Disponible en:
<http://manuelgalan.blogspot.com/2013/01/estudios-exploratorios-o-formulativos.html>.

Estudios Descriptivos: Tipografía. Disponible en:
<http://escuela.med.puc.cl/recursos/recepidem/epiDesc4.htm>.

Fuentes Primarias. Colorado: ideas/sugerencias. Disponible en:
<http://bibliotecavirtualut.suagm.edu/Instruccion/fuentes.htm>.
Fuentes Secundarias. Colorado: ideas/sugerencias. Disponible en:
http://lib.colostate.edu/teen_research/Esp_HT/ss.htm.

Definición de Agricultura. Disponible en línea: <http://definicion.de/agricultura/>

Boletín Agropecuario Mensual N° 13. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Disponible en: <http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/pdfs/agro13.pdf>.
MAGAP. Programas y servicios. Documento: Esquema de Derecho Agrario Ecuatoriano. Disponible en: <http://www.agricultura.gob.ec/programas-y-servicios/>

Cámara de Agricultura. Agro Ecuador. Disponible en:
http://www.agroecuador.com/HTML/Censo/censo_212.htm

Cámara de Agricultura. Agro Ecuador. Disponible en:
http://www.agroecuador.com/HTML/Censo/censo_251.htm

III Censo Nacional Agropecuario-2011. INEC-MAGAP-SICA

<http://servicios.agricultura.gob.ec/sinagap/index.php/resultados-nacionales>

Cantón El Chaco.AME (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas). Disponible en:

<http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/57-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-napo/199-canton-el-chaco>.

Cantón El Chaco. AME (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas). Disponible en:

<http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/57-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-napo/199-canton-el-chaco>

Cuentas Nacionales. Banco Central del Ecuador. Disponible en: <http://www.bce.fin.ec/>

Dirección de investigación y generación de datos multisectoriales-Napo. Ministerio de Agricultura Ganadería Acuicultura y Pesca. Disponible en:

<http://servicios.agricultura.gob.ec/sinagap/index.php/uso-del-suelo/category/144-napo>.

Flacso-Mipro Ecuador. Boletín mensual 19 (noviembre 2011). Análisis sectorial

MIPYMES, Elaboración de jugos y conservas de frutas. Disponible en: <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/f3aum4sgz8ls6rsximf6khej5eeefz.pdf>

Coca Codo Sinclair. Proyecto hidroeléctrico CCS. Disponible en:

http://www.cocacodosinclair.gob.ec/el_proyecto/

Coca Codo Sinclair. Políticas de Gestión Social y Comunitaria. Disponible en:

<http://www.cocacodosinclair.gob.ec/gestion-social-y-comunitaria/>

Coca Codo Sinclair. Responsabilidad Social. Disponible en:

<http://www.cocacodosinclair.gob.ec/responsabilidad-social/>

Constitución de la República del Ecuador. Sexta sección; Hábitat y Vivienda. Disponible en línea:

http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

Constitución de la República del Ecuador. Trabajo y Seguridad Social. Disponible en

línea: http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Disponible en:

<http://app.sni.gob.ec/web/sni>.

La Gran Enciclopedia de Economía. Mercado Perfecto. Disponible en:

<http://www.economia48.com/spa/d/mercado-perfecto/mercado-perfectuienteo.htm>

Elaboración de jugos y conservas de frutas. Disponible en:

<http://www.flacso.org.ec/portal/pnTemp/PageMaster/f3aum4sgz8ls6rsximf6khej5eeefz.pdf>.

El poder del marketing. Mercado industrial de empresa a empresa. Disponible en:

http://www.elpoderdelmarketing.com/edicion03/art-04-mercados_industriales.html.

Programa de capacitación y modernización del comercio detallista. Investigación de mercados. Disponible en: <http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp>.

Margen 61. La entrevista cualitativa. Disponible en:

<http://www.margen.org/suscri/margen61/>.

Ricoveri Marketing. Análisis de Mercado. Disponible en:

<http://ricoveri.ve.tripod.com/ricoverimarketing2/id86.html>.

Jorge M. Galbiati Riesco. Conceptos básicos de Estadística. Disponible en:

http://www.jorgegalbiati.cl/ejercicios_4/ConceptosBasicos.pdf.

Jordi Casal, Enric Mateu. Tipos de Muestreo. Disponible en:

<http://www.mat.uson.mx/~ftapia/Lecturas/Tiposdemuestreo.pdf>

INEC. Información Censal Cantonal. Disponible en:

http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com_content&view=article&id=232&Itemid=128&lang=es.

Descartes 2D. Muestreo de poblaciones. Tipos de muestreo. Disponible en:

http://recursostic.educacion.es/descartes/web/materiales_didacticos/muestreo_poblacion_es_ccg/tipos_muestreo.htm.

Enciclopedia de Economía. La demanda. Disponible en :

<http://www.economia48.com/spa/d/demanda/demanda.htm> .

Diccionario Marketing. Definición de producto sustituto. Disponible en:

<http://www.foromarketing.com/node/2183>.

Análisis de las oportunidades de Marketing. El mercado y la competencia. Disponible

en: <http://negocios.uncomo.com/articulo/html>.

Enciclopedia de Economía. La demanda. Disponible en :
<http://www.economia48.com/spa/d/demanda/demanda.htm> .

Consultorio agropecuario. Disponible en:
http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/D/diferencias_entre_variedades_de_lulo/diferencias_entre_variedades_de_lulo.asp.

Biólogo Carlos J. Tirado M., 2001. Jardín Botánico de Mérida. Disponible en:
http://vereda.ula.ve/jardin_botanico/areas-tematicas/plantas-utiles/lulo-o-naranjilla/.

INIAP. Análisis físico y químico de los alimentos. Disponible en:
<http://www.iniap.gob.ec/web/analisis-fisico-quimico-de-los-alimentos/>.

Fundas de polietileno para pulpa de frutas. Disponible en:
<http://www.paumaplastic.com/paumaNueva/imagenes/bolsas-de-vacio-grande.jpg>

Cajas para trasportar alimentos congelados. Disponible en:
<http://www.lantero.com/web/imagenes/stories/lantero/productos/percederos/pescado.jpg>

Ministerio de Salud Pública del Ecuador. Reglamento sanitario de etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano, Capítulo II: Del etiquetado de los alimentos procesados. Disponible en:
<http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/reglamento-de-etiquetado-de-alimentos-procesados-para-el-consumo-humano.pdf>

Marketing. XXI. Comunicación Integral y Marketing. Disponible en:
<http://www.marketing-xxi.com/promocion-117.htm>

Ley de Economía Popular y Solidaria. Del Ámbito, Objetivo y Principios, Artículo 1. Disponible en: <http://www.seps.gob.ec/web/guest>

Superintendencia de Compañías y Valores. Disponible en:
<http://www.supercias.gob.ec/portal/>

Ley de Compañías. Disponible en:
http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_comp.pdf.

Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual. Patentes. Disponible en:
<http://www.propiedadintelectual.gob.ec/formularios-2/>

Ministerio de Salud Pública del Ecuador. Registro Sanitario. Disponible en:
<http://www.salud.gob.ec/permiso-de-funcionamiento-de-locales/>

Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017. Disponible en:
<http://www.buenvivir.gob.ec/versiones-plan-nacional>

Novicompu. Artículos tecnológicos. Disponible en:
<http://www.novicompu.com/index.php>

Astimec. Maquinaria Industrial. Disponible en: <http://www.astimec.net/>

Comek. Insumos industriales. Disponible en:
<http://www.comek.com.co/index.php/component/virtuemart/>

Camionetas Chevrolet Ecuador. Disponible en: <http://www.chevrolet.com.ec/pick-ups-0km.html>

Doplin Ecuador. Disponible en: <http://www.doplim.ec/s/termoking>

Acuerdo No. 0027. Ministerio de Relaciones Laborales. Disponible en línea:
<http://www.relacioneslaborales.gob.ec/wp-content/uploads/2013/12/ACUERDO-MINISTERIAL-0027-SALARIO-DIGNO-PARA-EL-2014.pdf>

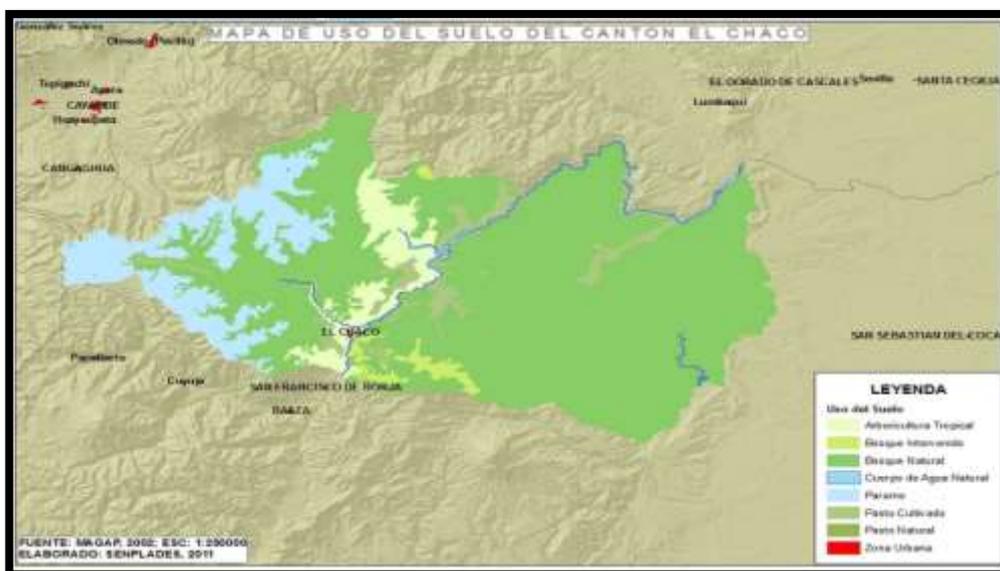
Empresa Eléctrica Quito. Disponible en: <http://www.eeq.com.ec:8080/>
Fácil Contabilidad. La Depreciación de activos/Tipos de Depreciación. Disponible en:
<http://www.facilcontabilidad.com/metodo-depreciacion-linea-recta-ejemplo/>.

Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, SRI. Disponible en línea: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

COPCI. Disposición Reformativa. Artículo 37: Tarifa del Impuesto a la Renta para Sociedades. Disponible en línea:
http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_a/normasderegulacion/codigo_organico_de_produccion_comercio_inversiones.pdf

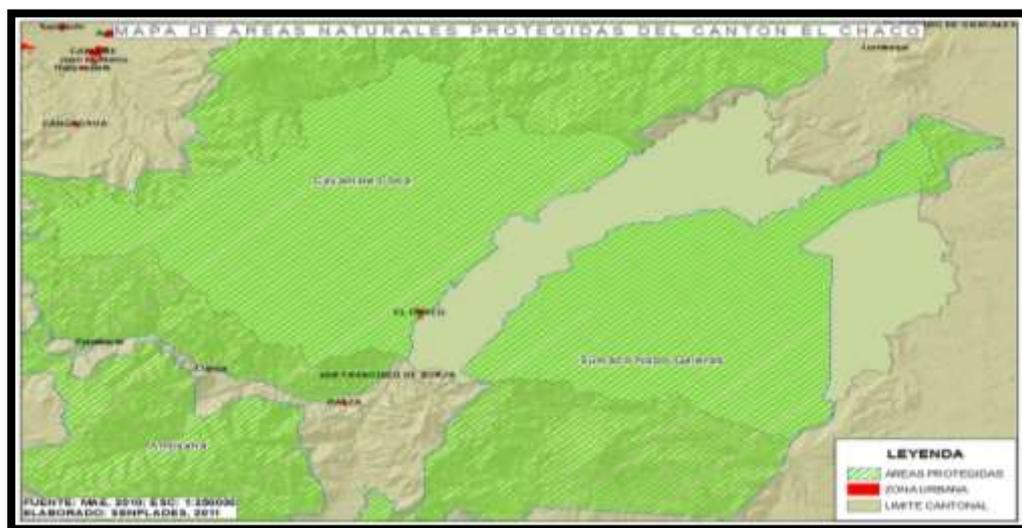
ANEXOS

Anexo 1: Mapa de uso del suelo del cantón El Chaco



Fuente: (MAGAP, 2014)
Elaborado por: La autora

Anexo 2: Mapa de áreas naturales protegidas del cantón El chaco



Fuente: (MAGAP, 2014)
Elaborado por: La autora

Anexo 3: Mapa vial del cantón El Chaco



Fuente: (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2010)
Elaborado por: La autora

Anexo 4: Prácticas de cultivo de la naranjilla

Prácticas de cultivo de la naranjilla	
Prácticas	Descripción
Preparación del terreno	Eliminar todo material extraño del terreno donde se va a plantar.
	Establecer una distancia de siembra entre una planta y otra.
	Realizar hoyos en los puntos marcados para introducir las semillas.
Siembra	Colocar la estaca y las semillas en los hoyos
	Fertilizar el suelo con materia orgánica
	Aporque: amontonar la tierra y materia orgánica en montículos para darle mayor anclaje a la planta.
Post siembra	Riegos a medida que el cultivo lo requiera.
	Podar la planta para eliminar las hojas secas y enfrenas de la planta.
	Controlar las malezas para evitar afectar a la planta.
Cosecha	La cosecha inicia a los 9 a 10 meses después de haber realizado la siembra de semillas, con un promedio de rendimiento de 130 a 150 frutos por planta.
	Los frutos deben cosecharse una vez por semana poco antes de llegar a su madurez completa.
Post cosecha	Los frutos recolectados se deben colocar en un lugar sombreado y con buena ventilación.

Fuente: (Consultorio Agropecuario, 2009)
Elaborado por: La autora

Anexo 5: Agricultores de naranjilla en el Cantón el Chaco según el último censo (2011) realizado por el MAGAP

Provincia	Cantón	Parroquia	Nombre de la Organización	Cultivos Sembrados	Ha.	Variedad Sembrada	Producción mensual en Libras	Auto Consumo %	Mercado %
NAPO	CHACO	SANTA ROSA	PAULINO QUINATOA PARION	NARANJILLA	4,40	CASTILLA	140.800	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	SANTA ROSA	SEGUNDO MANUEL TIPANLUIA AIGAJE	NARANJILLA	4,00	CASTILLA	128.000	10,00%	90,00%
NAPO	CHACO	SANTA ROSA	JOSE LUIS CHUQUIMARCA ACERO	NARANJILLA	3,30	CASTILLA	105.600	0,05%	99,95%
NAPO	CHACO	GONZALO DIAS DE PINEDA	LUZ LARIA CAHUATUJO	NARANJILLA	1,00	CASTILLA	32.000	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	LINARES	DAVID BARRIGA ALVARADO	NARANJILLA	1,00	CASTILLA	32.000	15,00%	85,00%
NAPO	CHACO	SANTA ROSA	JOSE JAVIER CACHAGO CACHAGO	NARANJILLA	1,00	HIBRIDA	32.000	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	SANTA ROSA	JOSE EDWIN MUÑOZ GARCIA	NARANJILLA	1,00	CASTILLA	32.000	20,00%	80,00%
NAPO	CHACO	GONZALO DIAS DE PINEDA	JOAQUIN LIGÑA	NARANJILLA	1,50	CASTILLA	22.000	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	LINARES	CLAUDIO LARA	NARANJILLA	1,10	CASTILLA	22.000	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	GONZALO DIAS DE PINEDA	MANUEL DE JESUS UREÑA LIVICOTA	NARANJILLA	0,50	CASTILLA	16.000	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	SANTA ROSA	CESAR JULIO MUÑOZ CAIZA	NARANJILLA	0,50	CASTILLA	16.000	50,00%	50,00%
NAPO	CHACO	LINARES	EULALIA SARRIA	NARANJILLA	0,40	CASTILLA	12.800	12,00%	88,00%
NAPO	CHACO	SANTA ROSA	JOSE FRANCISCO CHIMBO ALVARADO	NARANJILLA	0,40	CASTILLA	12.800	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	SANTA ROSA	EDGAR CARLOS YANACALLO TIPANTISA	NARANJILLA	0,30	CASTILLA	9.600	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	GONZALO DIAS DE PINEDA	JOSE FEDERICO CASIPANTA	NARANJILLA	0,50	HIBRIDA	8.000	15,00%	85,00%
NAPO	CHACO	CHACO	MARIA ADA CALO TAPUY	NARANJILLA	0,20	CASTILLA	6.400	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	SANTA ROSA	NELSON ERNESTO ORDÓÑEZ ORELLANA	NARANJILLA	0,20	TACHA PEQUEÑA	6.400	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	SARDINAS	LUIS EULOGIO ANDRANGO	NARANJILLA	0,20	HIBRIDA	6.400	0,00%	100,00%

NAPO	CHACO	CHACO	MARCO VINICIO CARGUA	NARANJILLA	0,30	CASTILLA	6.000	25,00%	75,00%
NAPO	CHACO	SANTA ROSA	MANUEL EUCLIDES MOREIRA ARTEAGA	NARANJILLA	1,00	CASTILLA	6.600	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	GONZALO DIAS DE PINEDA	HECTOR EFREN TORRES ORDOÑEZ	NARANJILLA	0,15	CASTILLA	4.800	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	SANTA ROSA	MIRIAN CLAUDIA FAJARDO CAIZA	NARANJILLA	0,20	CASTILLA	4.400	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	CHACO	JAIME ENRIQUE ORTIZ	NARANJILLA	0,20	HIBRIDA	3.200	10,00%	90,00%
NAPO	CHACO	SANTA ROSA	JOSE JULIO AROSIMBAÑA	NARANJILLA	2,60	HIBRIDA	2.640	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	SANTA ROSA	VICTOR MANUEL BAQUERO ESPINOZA	NARANJILLA	3,60	CASTILLA	2.640	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	GONZALO DIAS DE PINEDA	JOSE VISUMA	NARANJILLA	0,50	CASTILLA	2.200	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	GONZALO DIAS DE PINEDA	JUAN MEDARDO TORRES	NARANJILLA	1,50	CASTILLA	2.200	5,00%	95,00%
NAPO	CHACO	SANTA ROSA	RAFAEL ALBERTO PEREZ PÉREZ	NARANJILLA	3,40	CASTILLA	2.200	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	SANTA ROSA	RICARDO CRISTOBAL REYES ANDI	NARANJILLA	5,50	CASTILLA	1.980	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	CHACO	ELIZABETH CISNEROS	NARANJILLA	0,30	HIBRIDA	1.600	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	CHACO	ADAN ALVARADO	NARANJILLA	0,10	HIBRIDA	1.200	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	SANTA ROSA	LUIS ADOLFO CATOTA DIAS	NARANJILLA	0,40	CASTILLA	1.100	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	CHACO	JOSE BENALCAZAR	NARANJILLA	0,40	CASTILLA	800	30,00%	70,00%
NAPO	CHACO	SANTA ROSA	MANUEL FERNANDO GUAMAN COLUMBA	NARANJILLA	0,50	CASTILLA	880	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	SANTA ROSA	GLADYS ELENA PURUNCAJAS AIGAJE	NARANJILLA	0,30	CASTILLA	836	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	GONZALO DIAS DE PINEDA	MARIO CASTILLO GUERRERO	NARANJILLA	0,30	CASTILLA	660	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	SANTA ROSA	RODRIGO MIGUEL QUINAIGA	NARANJILLA	0,20	CASTILLA	660	20,00%	80,00%
NAPO	CHACO	SANTA ROSA	RAMON ALVARADO	NARANJILLA	0,50	CASTILLA	352	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	LINARES	JOSE DOMINGO MORALES GUAMANZARA	NARANJILLA	0,20	CASTILLA	595	0,00%	100,00%
NAPO	CHACO	SANTA ROSA	FABIAN PATRICIO ORTEGA PILATAXI	NARANJILLA	0,30	CASTILLA	44	10,00%	90,00%

Fuente: MAGAP / SINAGAP(III Censo Nacional Agropecuario, 2011) / Elaborado por: La autora

Anexo 6: Cotización de Terrenos en el cantón El Chaco

The screenshot shows a real estate website interface with the following listings:

- Se vende hermoso lote de terreno:** \$ 12. Located in the Province of Cotacachi, Sector El Chaco-Meta. Area: 300m².
- Vendo hermoso hotel paradero:** \$ 198.000. DE OPORTUNIDAD - SOLO INTERESADOS VENDO HERMOSO HOTEL - PARADERO SECTOR TURISTICO A DOS HORAS DE QUITO JUNTO A LA VIA QUITO-LAGO AGRO, SECTOR BRASE DE FRANCO...
- Vendo terreno 400m²:** \$ 29.000. Lindo Terreno edificable con hermosa vista, rodeado de árboles, perfecto para construcción tipo terraced house. 29.000 USD negociables. 022645239 - 022613188 - IM.
- Vendo finca ganadera cas 0064902080:** \$ 30.000. VENDO FINCA GANADERA EN LA PROVINCIA DEL NAPO, CANTON EL CHACO, PARROQUIA STA. ROSA DEL 0064902080 CLARO 0999707433 MOA.

Fuente: OXL Ecuador
Elaborador: La autora

Anexo 7: Precio de la naranjilla en el mercado ecuatoriano

FUNDACIÓN M.A.R.C.O
Ministerio para la Acción Rural y la Cooperación
creando oportunidades empresariales

Boletín Semanal
Semana del 7 al 11 de Mayo del 2012

SISTEMA DE INFORMACIÓN DE PRECIOS REFERENCIALES
MERCADO MAYORISTA (RIOBAMBA)

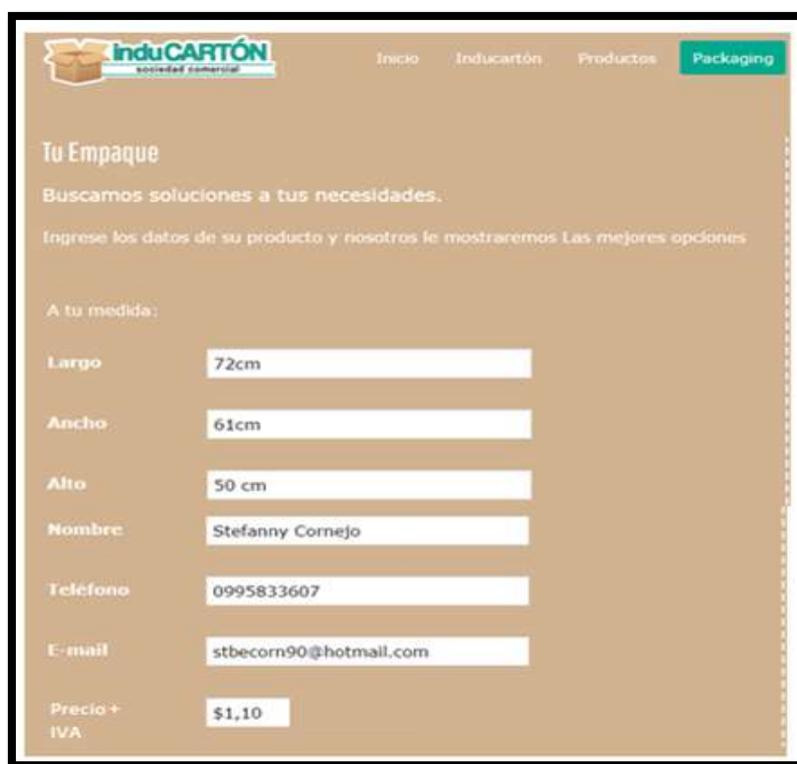
Imashina mashnapi katurina - rantirina willaykuna (Riobamba)
Precios Promedios (Dólares) Tomados de 6H00 a 8H00

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
MAL Suave Clavel	Saca de 41.3 lb.	\$ 10.00	\$ 13.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00
Ajúcar	Cesto de 37 lb.	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00
Babaco	Caja de 29 lb.	\$ 11.00	\$ 13.00	\$ 13.00	\$ 13.00	\$ 13.00
Palmito	Caja de 3 lb.	\$ 12.00	\$ 10.00	\$ 11.00	\$ 11.00	\$ 11.00
Shanashá	Caja de 18 lb.	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00
Shanashá	Caja de 3.5 lb.	-	\$ 4.00	-	-	-
Shanashá	Caja de 3.5 lb.	-	-	-	-	\$ 10.00
Shanashá	Caja de 47.5 lb.	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00
Limon Suave	Caja de 18 lb.	-	-	-	-	-
Limon Suave	Saca de 32.25 lb.	\$ 24.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00
Mercadería de la Sierra	Caja de 12.5 lb.	\$ 8.00	-	\$ 9.00	\$ 9.00	\$ 8.00
Mercadería de la Sierra	Caja de 25 lb.	\$ 16.00	-	-	-	-
Mercadería Importada	Caja de 43 lb.	\$ 23.00	\$ 23.00	\$ 23.00	\$ 23.00	\$ 23.00
Mercadería	Saca	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00
Mercadería	Caja de 14 lb.	\$ 20.00	\$ 22.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 18.00
Mercadería de Castilla	Caja de 8 lb.	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 7.00	\$ 7.00	\$ 7.00
Naranja-Valencia	Caja de 27 lb.	\$ 13.00	\$ 12.00	\$ 13.00	\$ 13.00	\$ 13.00
Naranja-Valencia	Caja de 9 lb.	\$ 8.00	-	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 12.00
Naranja de Jajal	Caja de 27 lb.	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00
Naranja-Valencia	Caja de 24 lb.	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00
Naranja	Caja de 10 lb.	\$ 3.00	\$ 3.00	\$ 3.00	\$ 3.00	\$ 3.00
Naranja	Caja de 9 lb.	\$ 3.00	\$ 3.00	\$ 3.00	\$ 3.00	\$ 3.00
Tarona de Azul	Caja de 18.5 lb.	\$ 8.00	\$ 3.50	\$ 5.00	\$ 6.00	\$ 8.00
Tarona de Azul	Caja de 41 lb.	\$ 16.00	\$ 13.00	-	-	-
Tarona de Azul	Caja de 41 lb.	\$ 16.00	\$ 13.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00

Consulta el Sistema de Información de Precios

Fuente: Fundación M.A.R.C.O.
Elaborador: La autora

Anexo 10: Proforma cajas de cartón



InduCARTÓN
Sociedad Comercial

Inicio Inducartón Productos **Packaging**

Tu Empaque

Buscamos soluciones a tus necesidades.

Ingrese los datos de su producto y nosotros le mostraremos Las mejores opciones

A tu medida:

Largo: 72cm

Ancho: 61cm

Alto: 50 cm

Nombre: Stefanny Cornejo

Teléfono: 0995833607

E-mail: stbecorn90@hotmail.com

Precio + IVA: \$1,10

Fuente: Investigación propia
Elaborador: La autora

Anexo 11: Determinación del costo de las cajas de cartón para transporte

PRODUCCIÓN SEMANAL	
Contenido	Fundas
500 g.	1.870
120 g.	1.375

DIMENSIONES DE LA CAJA	
Largo	72 cm.
Ancho	61 cm.
Alto	50 cm.
CAPACIDAD DE LA CAJA	

Contenido	Cantidad
500 g.	275
120 g.	110

Concepto	Capacidad		Cantidad mensual		Valor unitario (\$)	Valor mensual (\$)	Valor anual (\$)
	120 g.	500 g.	120 g.	500 g.			
Cajas de cartón	275	110	20	68	\$ 1,10	\$ 96,80	\$ 1.161,60

Fuente: Investigación propia
Elaborador: La autora

Anexo 12: Determinación del costo de la gasolina

DISTANCIA	
Chaco -----	Quito
223 km	
Total recorrido	446 km

CAPACIDAD VEHICULO	
40 Km	1 Galón
COSTO POR GALÓN (Extra)	
Galones	Precio (\$)
1	\$ 1,48
11,15	\$ 16,50
COSTO COMBUSTIBLE	
Costo mensual (\$)	Costo anual (\$)
\$ 66,00	\$ 792,00

Fuente: El Comercio
Elaborador: La autora

Anexo 13: Indicadores económicos del Ecuador



The screenshot shows the website of the Banco Central del Ecuador. The main navigation menu includes Inicio, Transparencia, Comunicación, Centro de Atención Ciudadana, and Resoluciones Junta. A search bar is located below the navigation. The breadcrumb trail indicates the user is in 'Inicio > Indicadores Económicos'. The main content area displays a table of economic indicators with the following data:

• Crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) (Cuentas 2014)	11.20%
• Inflación (Índice de Precios al Consumidor - IPC) (Cuentas 2014)	1.22%
• Inflación Mensual (Cuentas 2014)	0.22%
• Tipo de Cambio (Cuentas 2014)	1.71%
• Tipo de Cambio sobre promedio (Cuentas 2014)	1.22%
• Tipo de Cambio sobre promedio (Cuentas 2014)	1.22%
• Reserva Forzada (Cuentas 2014)	65,850,000
• Reserva Forzada (Cuentas 2014)	17,361.43
• Reserva Forzada (Cuentas 2014)	248.00

On the right side of the page, there is a vertical menu with the following categories: SÍNTESIS MACROECONÓMICA, ESTADÍSTICAS ECONÓMICAS, MERCADOS FINANCIEROS, PUBLICACIONES, NUEVAS PUBLICACIONES, PUBLICACIONES DE BANCA CENTRAL, INDICADORES, and INDICADORES ECONÓMICOS.

Fuente: BCE. (Banco Central del Ecuador, 2014)
Elaborado por: La autora