



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ECONOMÍA

TRABAJO DE TITULACIÓN:

**“PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS DESHIDRATADAS COMO
FUENTES GENERADORAS DE INGRESO PARA LA PARROQUIA RURAL
MARISCAL SUCRE DEL CANTÓN MILAGRO”**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

ECONOMISTA

AUTOR:

**BOLÍVAR LEÓN ICAZA
ÁLVARO ORDOÑEZ BORJA**

TUTORA:

EC. KAROL GARCÍA, MSC

GUAYAQUIL – ECUADOR

2014-2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Bolívar Alberto León Icaza y Álvaro Dimitri Ordoñez Borja declaramos que, este proyecto cuyo tema es “**PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS DESHIDRATADAS COMO FUENTES GENERADORAS DE INGRESO PARA LA PARROQUIA RURAL MARISCAL SUCRE DEL CANTÓN MILAGRO**”, lo hemos desarrollado en base a un estudio investigativo, respetando los derechos intelectuales de terceros.

Por lo antes expuesto deseamos expresar que este proyecto es de nuestra propia autoría y nos responsabilizamos del contenido del mismo.

BOLÍVAR ALBERTO LEÓN ICAZA

ÁLVARO DIMITRI ORDOÑEZ BORJA

APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de Tutor del Proyecto de Investigación:

**“PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS DESHIDRATADAS
COMO FUENTES GENERADORAS DE INGRESO PARA LA PARROQUIA
RURAL MARISCAL SUCRE DEL CANTÓN MILAGRO”.**

Elaborado y presentado por:

1.- LEÓN ICAZA BOLÍVAR ALBERTO

CI. 0915585871

2.- ORDOÑEZ BORJA ÁLVARO DIMITRI

CI. 0910717552

Certifico que han cumplido con los requisitos que dispone la **UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE**, para la aprobación del proyecto de investigación, previo a la obtención del título de **ECONOMISTA**.

EC. KAROL GARCÍA DE VIVAR, MSC

TUTORA

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres Gissela y Bolívar (+) son los que me dieron la vida, educación y cariño.

A mis abuelos Raquel y Perfecto (+) quienes fueron los que me enseñaron el valor del trabajo y reforzaron valores especialmente la humildad.

A mi Esposa, mi compañera Jessica Paola, por compartir momentos significativos conmigo y su amor incondicional.

A mi pequeño, Ezequielito, la energía de mi vida, el que me alienta a superarme cada día, te amo hijo.

Bolívar Alberto León Icaza

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a Álvaro y Diego mis amados hijos como claro y palpable ejemplo que la constancia y perseverancia son dos palabras que aplicadas a una meta pensada más el trabajo y esfuerzo adecuado te llevan a culminar con la labor impuesta, lo cual te da la satisfacción de haber cumplido. Además, es muy importante dedicármelo ya que se había convertido en una meta no alcanzada, en un trabajo no terminado, hace 25 años salí como egresado de la universidad y nunca fue por ese status por el cual entre a la misma sino por el de economista y ahora lo he logrado.

Álvaro Dimitri Ordoñez Borja

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, siempre guiándome por el buen camino, a mi familia por darme su fuerza y apoyo constante, a mi compañero del proyecto por haber logrado nuestro objetivo, también quiero agradecer a mi tutora por compartir sus conocimientos que me ayudaron a obtener el título.

Bolívar Alberto León Icaza

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a papito Dios por darme la vida y ahora la fuerza de voluntad para retomar y concluir mi carrera profesional, agradezco a mi madre y hermano Alberto por su apoyo y tolerancia ya que a mi edad he tenido que tomar tiempo de mi trabajo y negocio el cual comparto con ellos motivo por el cual sin su apoyo hubiese sido imposible culminar tan anhelada meta, agradezco a mis hijos por tan solo preguntar cuando terminaba mi tesis lo cual me motivaba cada día más, agradecer a mi compañero Bolívar ya que de una u otra manera siempre estuvimos listos y conscientes que debíamos llevar nuestra intención de terminar lo que empezamos hace algún tiempo atrás y lo logramos, a nuestra tutora Ec. Karol por su tiempo y paciencia, al Ec. Jesús Poveda siempre estuvo con tiempo y deseos de colaborar con nosotros. Gracias a la vida que me ha dado tanto.

Álvaro Dimitri Ordoñez Borja

RESUMEN

El presente trabajo aborda el tema de la producción y comercialización de frutas deshidratadas como fuente de ingresos para la parroquia Mariscal Sucre del cantón Milagro. El cantón Milagro se caracteriza principalmente por la producción de frutas tropicales, siendo esta la actividad principal del mismo; sin embargo este sector no ha sido impulsado para que la materia prima sea transformada y convertida en un producto con un valor agregado.

Se busca establecer una empresa que pueda comercializar el producto dentro del cantón Milagro, pudiendo expandirse a los cantones cercanos; para esto se ha desarrollado una investigación de mercado que ha permitido identificar los factores que intervienen de manera positiva o negativa en el contexto en el que la empresa se desenvolverá. Todo se encuentra alineado con las directrices establecidas por el Gobierno Nacional en lo correspondiente al Plan Nacional del Buen Vivir y la Transformación de la Matriz Productiva.

Dentro del documento realizado se elaboró un plan de mercadeo enfocado en impulsar cada una de las características del producto para poder garantizar el mayor índice de rentabilidad posible para la empresa. Finalmente, se realizó un análisis financiero para validar las acciones a implementar y corroborar que la empresa en cuestión es rentable dentro de los escenarios posibles.

PALABRAS CLAVES:

Deshidratación, Frutas, Proyecto, Valor Agregado, Buen Vivir, Matriz Productiva.

ABSTRACT

This project was design as a source of income for the community of “Mariscal Sucre”, Canton Milagro through the production and marketing of dried fruits. Milagro is mainly characterized by the production of tropical fruits, being the principal activity thereof; however, this sector has been driven to the raw material is processed and converted into a product with added value.

For that reason, It seeks to establish a company that can market the product within the canton Milagro and can expand to nearby counties; for this has developed a market research which has identified the factors that positively or negatively on the context in which the company will unfold. Everything is aligned with the guidelines established by the National Government as for the “*Plan Nacional para el Buen Vivir*” and transformation of the productive matrix.

Within the document made a marketing plan focused on driving each of the characteristics of the product to ensure the highest possible rate of return for the company was developed. Finally, a financial analysis was performed to validate the actions to implement and confirm that the company in question is profitable within the scenarios.

KEYWORDS:

Dehydration, Fruits, Project, Added Value, Good Living and Productive Matrix

ÍNDICE

RESUMEN	8
ABSTRACT.....	9
ÍNDICE	10
CAPÍTULO I.....	13
EL PROBLEMA A INVESTIGAR.....	13
1.1. TEMA.....	13
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	14
1.4. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	15
1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
1.6. SISTEMATIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	16
1.7. OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
1.8. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.9. LÍMITES DE LA INVESTIGACIÓN	18
1.10. IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES.....	18
1.11. HIPÓTESIS GENERALES Y PARTICULARES.....	18
1.12. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	19
CAPÍTULO II.....	21
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	21
2.1. ANTECEDENTES REFERENTES.....	21
2.1.1. <i>Generalidades de la deshidratación de frutas.....</i>	<i>21</i>
2.1.2. <i>Las frutas deshidratadas en Ecuador</i>	<i>22</i>
2.1.3 <i>Conservación de los alimentos</i>	<i>23</i>
2.1.4 <i>Países que emplean la deshidratación de las frutas.....</i>	<i>25</i>
2.1.5 <i>Principales Productores, exportadores y consumidores de frutas</i> <i>deshidratadas en el mundo.....</i>	<i>25</i>
2.1.6 <i>Principales Productores en el Ecuador y el destino de las</i> <i>exportaciones</i>	<i>26</i>
2.2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	27

2.2.1. Teoría sobre el bienestar de la producción: Economía Popular y Solidaria.....	28
2.2.2. Teoría sobre la transformación de la matriz productiva	30
2.2.3. Teoría sobre la planificación estratégica.....	31
2.3. MARCO LEGAL.....	33
2.4. MARCO CONCEPTUAL	35
CAPÍTULO 3.....	37
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	37
3.1. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN	37
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA	37
3.3. TÉCNICA E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS.....	38
3.4. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	39
3.4.1. Encuesta para el productor agrícola	39
3.4.2. Encuesta para mercado objetivo	55
CAPÍTULO IV.....	67
LA PROPUESTA	67
4.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA	67
4.2. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	67
4.3. OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA	67
4.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA PROPUESTA.....	68
4.5 HIPÓTESIS DE LA PROPUESTA	68
4.6. ANÁLISIS ESTRATÉGICO PEST.....	68
4.6.1. Aspectos políticos.....	68
4.6.2. Aspectos económicos	69
4.6.3. Aspectos sociales.....	72
4.6.4. Aspectos tecnológicos	73
4.7. VIABILIDAD ORGANIZACIONAL	74
4.7.1. Marco Legal Constitucional.....	74
4.7.2. Misión, Visión y Objetivos	75
4.7.3. Propiedad Accionaria.....	76
4.7.4. Organigrama y Funciones.....	77
4.8. PLAN DE MARKETING	80
4.8.1. Producto	80

4.8.2. Precio.....	82
4.8.3. Plaza.....	83
4.8.4. Promoción.....	83
4.9. PLAN OPERATIVO	84
4.9.1. Localización.....	84
4.9.2. Flujo de procesos	86
4.10. VALIDACIÓN FINANCIERA DE LA PROPUESTA.....	87
4.10.1. Inversión	87
4.10.2. Financiamiento del proyecto	88
4.10.3. Presupuesto de Costos y Gastos.....	90
4.10.4. Proyección de ventas.....	91
4.10.5. Proyección de Estados Financieros.....	93
4.10.6. Evaluación Financiera del Proyecto.....	96
CONCLUSIONES	101
RECOMENDACIONES	102
BIBLOGRAFÍA	103
ANEXOS	106

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA A INVESTIGAR

1.1. Tema

“PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS DESHIDRATADAS
COMO FUENTES GENERADORAS DE INGRESO PARA LA PARROQUIA
RURAL MARISCAL SUCRE DEL CANTÓN MILAGRO”

1.2. Planteamiento del Problema

La parroquia rural Mariscal Sucre del cantón Milagro se destaca principalmente por el cultivo de frutas tropicales como la piña, el mango y el banano, teniendo un rol preponderante en la generación de plazas de trabajo en el sector. No obstante, siendo la agricultura una actividad que requiere gran cantidad de mano de obra no calificada, suele presentar ciertas barreras en la promoción de una industria con mayor valor agregado como consecuencia de la falta de conocimientos técnicos y administrativos que les permitan a los pequeños productores agrícolas tener las herramientas necesarias para lograr una adecuada industrialización de sus productos.

En el mismo sentido, en este sector se evidencia un ambiente de insatisfacción por parte de los pequeños productores agrícolas, quienes ven detenido su crecimiento económico, ya que los ingresos que genera su actividad apenas les alcanza para el sustento diario. Además, con la dificultad que tienen para introducir sus productos en el mercado, se ven afectados por los intermediarios que pagan cualquier precio, muchas veces por debajo de los costos reales de producción de la hectárea, y por ende mermando su margen de rentabilidad.

Por esta razón, las limitaciones que deben afrontar los agricultores de Mariscal Sucre se manifiestan de diversas formas, entre los cuales se pueden

mencionar: la falta de capacitación sobre técnicas y mecanismos para maximizar su producción, la escasez de recursos monetarios para sembrar y cultivar a mayor escala, el aprovechamiento de comerciantes que traspasan las barreras de honestidad comprando los productos a precios injustos para los agricultores, y la falta de asesoramiento sobre las líneas de crédito que ofrece el Estado para el sector agrícola; aspectos que impiden el crecimiento de este sector.

Por otra parte, la implementación de modelos de producción y comercialización con valor agregado, aún es materia nueva en el país, ya que muy pocos agricultores disponen de conocimiento, tecnología y de recursos necesarios para emprender micro negocios que les den mayor valor a su producción y desconocen de programas que les den apoyo financiero o asesoría para la conformación de empresas de economía popular y solidaria, como en la actualidad propone el Gobierno Nacional, con la finalidad de lograr un cambio en la matriz productiva.

Por todo lo expuesto, se ve la imperiosa necesidad de implementar proyectos que promuevan el desarrollo del sector agrícola de Mariscal Sucre, a través de modelos de producción que además de constituirse en una guía para el crecimiento empresarial del sector, sirvan como instrumentos para adquirir la rentabilidad justa para el nivel de producción que realicen, contrarrestando así las diferentes situaciones problemáticas que se generan por la desinformación, poca representación y falta de recursos que afecta actualmente a dicha localidad rural.

1.3. Formulación del Problema

¿Qué incidencia tiene el escaso valor agregado, la falta de empleo, desconocimiento de técnicas de producción en el proceso de deshidratación de frutas en el sector socioeconómico de la parroquia rural Mariscal Sucre del cantón Milagro?

1.4. Delimitación del Problema

La delimitación del problema se ha elaborado tomando como parámetros principales el espacio, segmento de mercado y esencia del problema, tal como se muestra a continuación:

Tabla 1: Delimitación del problema

ASPECTO	DESCRIPCIÓN
Campo	Desarrollo socioeconómico rural
Ubicación Geográfica:	Parroquia Rural Mariscal Sucre, Milagro – Guayas
Segmento de mercado:	Agricultores de frutas: piña, mango y banano.
Actividad económica:	Producción y comercialización de frutas.
Problemas a combatir:	Escaso valor agregado, falta de empleo, desconocimiento de técnicas de producción para la deshidratación de frutas.

Elaboración: Autores

1.5. Justificación de la investigación

El desarrollo de un modelo de producción y comercialización de frutas deshidratadas es importante, debido a que propone una serie de ventajas para los productores agrícolas de la parroquia rural Mariscal Sucre del Cantón Milagro, que en la actualidad carecen del conocimiento técnico y de los recursos económicos para darle mayor valor a sus productos.

Al plantear un modelo de producción y comercialización de frutas deshidratadas, los agricultores podrán emplear su cosecha en una actividad industrial que les generará ingresos acordes a la inversión que realicen para dicho proceso, dejando de lado la situación que les obligaba a venderle sus productos a los comerciantes que les pagaban precios por debajo de lo normal,

lo cual se constituirá en la eliminación de una de las barreras que limitaban su crecimiento económico.

Por esta razón, a través del aprovechamiento de su producción agrícola y en base al desarrollo de un modelo de empresa de economía popular de producción de frutas deshidratadas, es posible fomentar el desarrollo socioeconómico de este sector, debido a que la generación de plazas de trabajo hace posible el acceso a mayores oportunidades de empleo y desarrollo de su talento y capacidades técnicas.

De la misma forma, los beneficios en el campo tecnológico son múltiples, debido a las técnicas utilizadas para la producción de frutas deshidratadas, lo que podría incentivar la inversión tecnológica y la promoción de la investigación y desarrollo de nuevos productos, con características más sobresalientes que las actuales, y así mejorar los niveles de competitividad y productividad a nivel regional y nacional.

En base a lo mencionado, se puede concluir que el proyecto que se pretende desarrollar generará múltiples ventajas, que de forma conjunta se constituyen en el impulso que necesitan los agricultores de Mariscal Sucre para llevar a cabo sus actividades productivas y de comercialización, bajo condiciones que no perjudiquen su labor ni que comprometan sus ingresos, generando fuentes de empleo, y ganando competitividad dentro del mercado en el que se desenvuelven.

1.6. Sistematización de la investigación

1. ¿Qué tipo de inconvenientes deben afrontar los agricultores de Mariscal Sucre al momento de realizar sus plantaciones y cultivo de frutas?
2. ¿Los agricultores de Mariscal Sucre comercializan adecuadamente sus productos?

3. ¿Existen políticas de precios que establezcan bases para la comercialización de los productos agrícolas en Mariscal Sucre?
4. ¿Los agricultores tienen acceso a líneas de créditos o programas de capacitación en Mariscal Sucre?
5. ¿Qué tipo de mecanismos se pueden implementar para mejorar e impulsar el crecimiento económico y productivo de los agricultores de Mariscal Sucre?

1.7. Objetivo General de la Investigación

Elaborar un plan estratégico de comercialización y producción de frutas deshidratadas artesanalmente en la parroquia rural Mariscal Sucre del cantón Milagro.

1.8. Objetivos específicos de la investigación

1. Presentar la coyuntura productiva de la parroquia rural Mariscal Sucre del cantón Milagro.
2. Determinar el proceso de comercialización y Producción de la piña, mango y banano.
3. Cuantificar el nivel de aceptación del proceso artesanal de deshidratación de las frutas piña, mango y banano de parte de los agricultores de la parroquia rural Mariscal Sucre del cantón Milagro.
4. Desarrollar un proceso de capacitación técnico y financiero previo a la aplicación del plan estratégico de producción y comercialización de frutas deshidratadas en la parroquia rural Mariscal Sucre del cantón Milagro.

1.9. Límites de la investigación

La presente investigación se realizará dentro del contexto del cantón Milagro, provincia del Guayas, siendo enfocada particularmente hacia el sector agrícola de la parroquia rural Mariscal Sucre, perteneciente a la localidad antes mencionada. Dicha zona se encuentra caracterizada por la gran capacidad que tiene para cultivar frutas tropicales, por lo cual se ha convertido en un mercado sumamente atractivo para las diferentes empresas que utilizan ese tipo de productos para la posterior industrialización. Sin embargo, es preciso mencionar que bajo la actual modalidad de trabajo los agricultores de Mariscal Sucre son los menos favorecidos tanto financiera como socialmente. Por tal motivo, el planteamiento del presente proyecto es realmente necesario para promover el crecimiento productivo, social y económico de la zona. De tal forma, queda establecido el contexto dentro del cual se realizará la investigación.

1.10. Identificación de las variables

❖ Variable Independiente

- Producción y comercialización de frutas deshidratadas.

❖ Variable Dependiente

- Fuente generadora de ingreso para la parroquia rural Mariscal Sucre del cantón Milagro.

1.11. Hipótesis Generales y particulares

❖ Hipótesis General

El desarrollo de un modelo de producción y comercialización de frutas deshidratadas impulsará el desarrollo financiero de la parroquia Mariscal Sucre, permitiendo el crecimiento industrial de los agricultores de dicha zona.

❖ **Hipótesis Particulares**

- La capacitación sobre aspectos técnicos permitirá que los agricultores de Mariscal Sucre conozcan las formas más idóneas para desarrollar sus actividades productivas de manera eficiente.
- El acceso a fuentes de financiamiento facilitará que los agricultores de la zona puedan ampliar sus niveles de producción.
- La creación de un modelo productivo dirigido hacia el sector agricultor de Mariscal Sucre servirá como guía para el emprendimiento formal y estructurado con bases financieras y de comercialización.

1.12. Operacionalización de las variables

La operacionalización de las variables es un proceso que precisa, en primera instancia, de definir las conceptualmente, con la finalidad de darle un significado operacional, y como última fase, se procede a establecer los indicadores, tal como se presenta en la tabla expuesta a continuación:

Tabla 2: Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES
Producción y comercialización de frutas deshidratadas.	Actividad económica que consiste en la extracción del agua de las frutas.	Procesos de producción y distribución de frutas deshidratadas.	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de productividad. • Índice de rentabilidad. • Posicionamiento en el mercado.
Fuente generadora de ingreso para la parroquia rural Mariscal Sucre del cantón Milagro.	Beneficios que obtienen los habitantes de una parroquia como resultado de una actividad económica.	Mejoramiento de su calidad de vida	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción de pobreza. • Incremento de ingresos.

Elaboración: Autores

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Antecedentes referentes

2.1.1. Generalidades de la deshidratación de frutas

La deshidratación es una de las formas más antiguas de procesar alimentos. Consiste en eliminar una buena parte de la humedad de los productos, para que no se arruinen, por medio del calor se elimina el agua que contienen algunos víveres mediante la evaporación de esta; esto impide el crecimiento de las bacterias, que no pueden vivir en un medio seco, por ejemplo la piña, mango y banano. Los productos deshidratados mantienen gran proporción de su valor nutritivo original si el proceso se realiza en forma adecuada.

La deshidratación de frutas es considerada una forma de aprovechar un producto perecedero para que no se desperdicie y se conserve durante todo el año y no sólo por una temporada. La consistencia de la fruta deshidratada la hace un alimento atractivo para todas las edades y una alternativa saludable que puede sustituir a las golosinas que no contienen aportes nutritivos. Esta opción también es vital para las personas que tienen restringidos los líquidos en su dieta, como quienes padecen de insuficiencia renal. Asimismo, se incluye en los tratamientos de recuperación de trastornos alimenticios, porque las porciones, aunque pequeñas, tienen grandes beneficios para el organismo.

El motivo principal de la deshidratación comúnmente conocida como secado, es la conservación de los alimentos, aunque también existen otros propósitos como disminuir su peso y volumen. Al hacer referencia a la deshidratación se establece la eliminación casi total del agua que contienen ciertos productos, bajo condiciones de control que producirán solo cambios mínimos o ninguno en las propiedades de alimentos, ya que la mayoría posee etileno que es el causante de la maduración y posterior descomposición de los productos. Existen diversos métodos que se emplean en la deshidratación de

productos, como la deshidratación por aire caliente, por contacto, con superficies calientes, por microondas, dieléctricas, por calor radiante (solar) y la liofilización. (Colegio de Bachilleres del Estado de Sonora, 2007).

2.1.2. Las frutas deshidratadas en Ecuador

La fruta ecuatoriana es dulce por el clima y los empresarios, relacionados con el negocio, notaron el potencial de la deshidratación, para exportar hacia Canadá, EEUU, Alemania, Suiza, Inglaterra y Rusia, que son los países que más demandan este producto. Actualmente, hay un crecimiento del consumo interno, porque en el 2006 procesaba cerca de 90 toneladas al año y en la actualidad son 600 toneladas. (Coba, Oswaldo, seis empresas exportarán frutas deshidratadas, Diario Hoy, 2013)

El perfil del consumidor tiene ingresos medios y altos, porque son personas que pagan por productos de calidad. No obstante, los productores quieren promocionar más el consumo, ya que un paquete de 50 gramos cuesta, en promedio, USD 1,20. Es un precio accesible. Por ejemplo el caso de la compañía "Isabelle Fruits" de Guayaquil demuestra indicadores favorables en los que se aprecia el crecimiento del sector, por ejemplo ese valor agregado (fruta deshidratada) permitió que esta empresa pasara de procesar 3 toneladas mensuales en el 2006 a 13 toneladas al mes, durante el 2010, es decir un crecimiento del 400% en 4 años. (Coba, Oswaldo, seis empresas exportarán frutas deshidratadas, Diario Hoy, 2013)

Ecuador intensifica sus esfuerzos por diversificar su canasta exportable. Para lograrlo, seis pequeñas y medianas empresas se unieron para crear el consorcio de exportación de frutas y alimentos deshidratados Ecu-DEHYD. Fruvesol, Agroapoyo, Cevera Fruits, Sumak Mikuy, Biolcom y Álvaro Miño conforman este consorcio. Aunque todavía no han tenido ningún pedido del extranjero ya han empezado a contactarse con importadores europeos, estadounidenses y canadienses. Hoy en día se elaboran pastas, tés, mermeladas, salsas, galletas, etc., con base en alimentos deshidratados. Según Agro Negocios, en los últimos 10 años se ha generado un boom del

sector. En 2002 se calcula que se producían 90 toneladas, mientras que en la actualidad (2013) son alrededor de 600 toneladas. En Ecuador apenas son 15 las empresas dedicadas a esta actividad. Ellas exportan a EEUU y Francia. (Coba, Oswaldo, seis empresas exportarán frutas deshidratadas, Diario Hoy, 2013).

Pro Ecuador fue la encargada de unir a las empresas para formar el consorcio, el cual se oficializó ayer en un lanzamiento en Quito. El objetivo del consorcio es ampliar estos mercados y llegar a Canadá, Reino Unido y otros países. Se prevé producir 10 o 15 toneladas de uvilla, banano, naranja, piña y mango. La forma de comercialización, en un inicio, será a granel, ya que no hay una marca que represente a las seis empresas juntas. Sin embargo, el consorcio está en proceso de estandarización de su producción. La causa es que las recetas que maneja cada empresa en el proceso de deshidratación son diferentes. Estas desigualdades hacen que las texturas, colores y sabores de los productos cambien.

Pro Ecuador les ayudará a promocionarse en ferias nacionales e internacionales. El primer evento en el que participarán será la macro rueda, que se llevará a cabo la próxima semana en Guayaquil. Ahí participarán alrededor de 350 empresarios nacionales y 115 compradores extranjeros. Se espera que se concreten más de \$120 millones en compras en 2 800 citas. (Coba, Oswaldo, seis empresas exportarán frutas deshidratadas, Diario Hoy, 2013).

2.1.3 Conservación de los alimentos

Generalmente los alimentos son perecederos, debido a esto deben ser tratados, manipulados y conservados con ciertas condiciones que garanticen mantener su calidad; de no ser así son comúnmente deteriorados por microorganismos como: levaduras, mohos y bacterias; mundialmente se estima que el 20% de los alimentos producidos se pierden a causa de diferentes microorganismos.

Por otra parte los alimentos alterados para que su vida se prolongue pueden ser perjudiciales para la salud, ya que en casos como los de los embutidos y conservas mal utilizadas, se puede presentar la toxina botulínica que es producida por una bacteria y es miles de veces más tóxica que el cianuro, mientras que algunos mohos producen agentes cancerígenos muy agresivos; es por esto que se debe evitar la alteración de los alimentos y además aplicar elementos químicos que eviten el crecimiento de microorganismos o los eliminen (Alimentación Sana, 2014).

Existen 3 métodos de conservación de alimentos que son los más utilizados, y que han logrado que productos de consumo estacional, puedan ser ingeridos permanentemente:

2.1.3.1. Congelación:

Al congelar un alimento, este mantiene casi todas sus características nutricionales; algunas frutas y verduras pueden escaldarse antes de ser congeladas, para así evitar que las enzimas y levaduras propias de algunos alimentos se reproduzcan. Al momento de la descongelación, esta debe hacerse lo más rápido posible para evitar que los líquidos desprendidos se conviertan en un caldo de cultivo para los microorganismos.

2.1.3.2 Liofilización:

Con este método se procede a disecar el alimento mediante el vacío, es utilizado principalmente en sopas, café, infusiones y leche; sólo mantienen un 2% de agua; luego al rehidratarse recuperan sus propiedades organolépticas.

2.1.3.3 Deshidratación

Consiste en eliminar el máximo de agua que contiene un alimento mediante un desecado natural, exponiéndose al sol, o artificialmente aplicando una corriente de aire caliente. La desecación simple es la más utilizada en el caso de las frutas y verduras. (Profesor en línea, 2014)

2.1.4 Países que emplean la deshidratación de las frutas

Originaria de España e Italia hace dos siglos, la deshidratación de frutas nació con el afán de importar productos desde África y mantenerlos frescos, con esto lograban reducir hasta 5 veces el tamaño natural del producto.

La producción de fruta deshidratada se encuentra en varios países, pero por sabor y calidad existen empresas que las exportan en México, Colombia, Argentina y Ecuador; estos países son en los que se encuentran compañías capaces de satisfacer el paladar de los consumidores a nivel mundial (QuimiNet, 2014).

2.1.5 Principales Productores, exportadores y consumidores de frutas deshidratadas en el mundo

De acuerdo a las investigaciones realizadas por la Dirección de Inteligencia Comercial de Pro Ecuador, se ha determinado que entre 2006 – 2010, la lista de los cinco principales productores estaba encabezada por Tailandia, China, Estados Unidos, Alemania y España, logrando un valor exportado en promedio equivalente a 1,289 millones de dólares para el año 2010, presentando una tendencia creciente equivalente a un 619% durante estos cinco años.

Gráfico 1: Principales países exportadores de frutas deshidratadas

Exportadores	Valor Exportado en miles USD				
	2006	2007	2008	2009	2010
Tailandia	58,593	80,127	78,815	102,802	421,100
China	58,998	78,012	83,319	83,172	383,313
Estados Unidos	37,381	47,242	46,707	46,707	237,212
Alemania	32,767	40,991	32,762	32,762	189,798
España	17,830	15,815	31,632	20,784	58,192
Pakistán	1,987	6,316	11,552	29,082	24,173
Birmania	6,383	8,975	13,426	11,714	13,711
Francia	7,419	11,183	13,061	11,643	8,304
Holanda	6,817	7,726	7,356	10,427	12,729
India	6,571	7,967	8,136	7,981	6,052

Fuente: Pro Ecuador

Por otra parte, los principales consumidores a nivel mundial son los países europeos entre los que están Bulgaria, Italia, Holanda y Suiza; en América destacan Chile y Estados Unidos, en tanto, en Asia el que sobresale es China, tal como se describe en la siguiente tabla:

Gráfico 2: Principales países importadores de frutas deshidratadas

Importadores	Valor Importado en miles USD				
	2006	2007	2008	2009	2010
Chile	7,135	7,220	9,809	4,482	39,305
China	3,218	5,000	7,538	10,199	37,705
Estados Unidos	1,462	2,341	4,481	8,889	19,431
Italia	5,377	3,925	3,351	400	13,260
Bulgaria	2,561	862	2,666	3,481	12,776
Holanda	3,672	3,155	2,608	474	10,268

Fuente: Pro Ecuador

2.1.6 Principales Productores en el Ecuador y el destino de las exportaciones

En el Ecuador hay alrededor de 15 empresas que se dedican a la producción de frutas deshidratadas, y casi toda la producción es destinada a la exportación; lo que es expendido a nivel local en supermercados y autoservicios, ha recibido una buena acogida, debido a que es más fácil consumirlo de esa manera que el pelar una fruta.

Una de estas empresas es Sweet Fruits, que se encuentra en el mercado desde el 2002, procesa alrededor de 90 toneladas anuales de diversas frutas, como son: mango, banano, uvilla, piña y papaya; de esta producción el 10% se comercializa en Guayaquil, Machala, Cuenca, Azogues y Loja.

Mientras que la empresa Biolcom ubicada en Quito desde el 2003, procesa alrededor de 600 toneladas, y en los últimos años indican que ha existido un aumento de la demanda local, lo que los ha llevado también a destinar el 10% a este campo. (Agronegocios, 2014)

Con la creciente demanda del producto dentro del país, las empresas apuntan a la expansión de la producción, ya que anteriormente sólo se podía encontrar el producto en delicatessen y tiendas gourmet, con el pasar de los años han ganado terreno en los supermercados, donde son consumidos en su mayoría por extranjeros o ecuatorianos que vivieron en el exterior. (Revista Líderes, 2013).

Según datos del Banco Central, en 2012 los principales destinos de las frutas deshidratadas procedentes de Ecuador fueron países de la Unión Europea, pero especialmente Alemania y Holanda en conjunto abarcaron más del 50% del total exportado, tal como se describe en el siguiente cuadro:

Gráfico 3: Principales destinos de las frutas deshidratadas del Ecuador

Subpartida Nandina	Descripción Nandina	País	Toneladas	FOB - USD	% /Total FOB-USD
813400000	Las demás frutas u otro frutos	Alemania	46.45	543.72	31.1
		Holanda	41.33	411.5	23.54
		Turquía	22.53	202.73	11.6
		España	99.88	175.72	10.05
		Reino Unido	10.65	107.61	6.16
		Australia	8.4	75.6	4.33
		Estados Unidos	7.07	62.14	3.56
		Canadá	5.88	55.19	3.16
		Irlanda	4.33	46.6	2.67
		Bélgica	7.133	40.35	2.31

Fuente: Banco Central del Ecuador

2.2. Marco Teórico Referencial

Dentro de este apartado se hará un análisis de las principales teorías que sirven como respaldo del presente trabajo investigativo, tales como: la teoría de economía popular y solidaria, la teoría del cambio de matriz productiva y la teoría de la planificación estratégica.

2.2.1. Teoría sobre el bienestar de la producción: Economía Popular y Solidaria

La constitución ecuatoriana establece que en su artículo 283 que el sistema económico del país estará integrado por las formas de organización: pública, privada, mixta y popular y solidaria, ésta última estará regulada en base a la ley e incluirá también a sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

La economía popular y solidaria comprende un conjunto de actividades económicas y prácticas sociales desarrolladas por los sectores populares con la finalidad de garantizar la satisfacción de sus necesidades básicas, a través del empleo de su propia fuerza de trabajo y de los recursos disponibles. Generalmente, este tipo de economías está conformada por aquellas personas que nunca pudieron estar en relación de dependencia, quienes han tenido que enfrentar un desempleo estructural o que han sido trabajadores mal remunerados; por tanto, buscan crear una fuente propia de trabajo sea de manera individual o asociativa para la generación de sus ingresos. De esta forma, se incluyen trabajadores familiares, domésticos y autónomos.

Según la apreciación de la autora Elena Zambrano (2012) manifiesta que: *“la estructura básica de la economía popular son los hogares, los cuales incluyen a las familias y comunidades que organizan su trabajo en función de sus necesidades, dando prioridad al trabajo para el autoconsumo; y los micro-empresarios por cuenta propias, familiares o asociativos, con la finalidad de producir para la venta en el mercado.”* (Zambrano, 2012).

Con esta acotación se puede establecer que la prioridad de la economía popular y solidaria es convertirse en una base socioeconómica que permita el desarrollo de una sociedad justa y equilibrada, puesto que involucra a sectores vulnerables que por diferentes razones no ha podido formar parte del sistema laboral o sus ingresos han sido tan bajos que no les ha permitido satisfacer sus necesidades a plenitud. Es por ello que a través de estas iniciativas económicas se busca la generación de ingresos, basada en principios de

solidaridad, valores humanos y accionar colectivo, integrando a una comunidad conformada por familiares, vecinos y amigos, quienes de forma organizada tienen como meta mejorar su calidad de vida.

Es así como la economía popular y solidaria se considera una alternativa al sistema capitalista, y representa el mecanismo para enfrentar los efectos dañinos de las políticas de ajuste estructural promovidas por el pensamiento neoliberal. El autor Coraggio apunta que *“la Economía Popular y Solidaria es un modo de hacer economía, organizando de manera asociada y cooperativa la producción, distribución, circulación y consumo de bienes y servicios no en base al motivo de lucro privado sino a la resolución de las necesidades, buscando condiciones de vida de alta calidad para todos los que en ella participan, sus familiares entre comunidades para resolver las necesidades materiales a la vez que estableciendo lazos sociales fraternales y solidarios, asumiendo con responsabilidad el manejo de los recursos naturales y el respeto a las generaciones futuras, consolidando vínculos sociales armónicos entre comunidades, sin explotación del trabajo ajeno”* (Codesarrollo, 2013).

Para este efecto, es importante mencionar que son cinco las circunstancias que han dado paso al desarrollo de la economía popular y solidaria:

- a) La incapacidad del neoliberalismo por satisfacer las necesidades de los sectores sociales al poner al capital por encima del ser humano, lo que se traduce en una sociedad desigual.
- b) Las políticas estatales que han demorado en atender a los sectores sociales más vulnerables, al momento de brindarles apoyo para el diseño de acciones compensatorias que distribuyan mejor la riqueza y así, disminuir los niveles de pobreza, desigualdad o segregación.
- c) El empuje de movimientos convocados voluntariamente para el desarrollo de propuestas alternativas para la economía.

- d) La voluntad política manifestada en apuestas electorales y asambleas constituyentes en países que se describen a la idea de un socialismo del siglo XXI, como Bolivia y Venezuela.
- e) Las diversas propuesta para atender la brecha entre las necesidad y los resultados del mercado y el Estado (Coraggio, 2012).

2.2.2. Teoría sobre la transformación de la matriz productiva

La economía ecuatoriana se ha caracterizado por ser proveedora de materias primas en el mercado internacional y al mismo tiempo importadora de bienes y servicios de mayor valor agregado. Los constantes e imprevistos cambios en los precios internacionales de las materias primas, así como su creciente diferencia frente a los precios de los productos de mayor valor agregado y alta tecnología, han colocado a la economía ecuatoriana en una situación de intercambio desigual sujeta a los vaivenes del mercado mundial. Transformar la matriz productiva es uno de los retos más ambiciosos del país, el que permitirá al Ecuador superar el actual modelo de generación de riquezas: concentrador, excluyente y basado en recursos naturales, por un modelo democrático, incluyente y fundamentado en el conocimiento y las capacidades de las y los ecuatorianos.

Cambiar la matriz productiva, que implica establecer una nueva forma de producción y consumo, y dignificar las condiciones laborales de los trabajadores del país, que significa, ante todo, garantizarles sueldos que cubran la canasta básica familiar y afiliarlos universalmente al seguro social, son dos de los ejes fundamentales del nuevo Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017; así lo dictaminan los objetivos 9 y 10 del Plan (Garantizar el trabajo digno en todas sus formas e Impulsar la transformación de la matriz productiva, respectivamente). Los desafíos actuales en relación al aparato productivo ecuatoriano, deben orientar sus esfuerzos a la conformación de nuevas industrias y a la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen.

Por otra parte, el cambio de matriz productiva se alinea a los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo, denominado Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017, es el instrumento del Gobierno Nacional para articular las políticas públicas con la gestión y la inversión pública. El Plan cuenta con 12 Estrategias Nacionales; 12 Objetivos Nacionales, cuyo cumplimiento permitirá consolidar el cambio que los ciudadanos y ciudadanas ecuatorianos con el país que anhelamos para el Buen Vivir.

El Plan fue elaborado por la SENPLADES en su condición de Secretaría Técnica del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa, conforme el Decreto Ejecutivo 1577 de febrero de 2009 y presentado por el Presidente Rafael Correa Delgado, para conocimiento y aprobación en el Consejo Nacional de Planificación. El proyecto se enmarcaría en el objetivo 6: Garantizar el trabajo estable, justo y digno, en su diversidad de formas: Garantizamos la estabilidad, protección, promoción y dignificación de las y los trabajadores, sin excepciones, para consolidar sus derechos sociales y económicos como fundamento de nuestra sociedad. (SENPLADES, 2013).

2.2.3. Teoría sobre la planificación estratégica

Es importante mencionar que el presente trabajo se fundamenta en la teoría de la Planeación Estratégica, que abarca en un proceso de evaluación sistemática de la naturaleza de un modelo de negocio, donde es importante definir objetivos a ser cumplidos en el largo plazo, además, representa una valiosa herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas, sobre el quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro las organizaciones e instituciones, para ajustarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno en el que se pretenden desenvolver y ser capaces de lograr el máximo de eficiencia y calidad de sus prestaciones. Para el autor Diprés (2003), la planeación *"es un proceso de evaluación sistemática entre la naturaleza de un negocio, donde se definen objetivos de largo plazo, metas y estrategias para alcanzar dichos objetivos"*.

La planificación estratégica dentro de una organización es de suma importancia porque se definen directrices de la empresa, con la finalidad de lograr una estructura organizacional acorde a las necesidades de un mercado. Por esta razón el enfoque es sistemático y va operando como una medida de contingencia frente a los factores del entorno. Bajo este contexto, la planificación estratégica a largo plazo promueve la conexión y organización de la empresa en su conjunto; es más, dirige esfuerzos y recursos a largo plazo, basándose en actividades a corto plazo. (Castillo Torres, 2011).

En realidad se considera que no existe una fórmula perfecta que diseñe la estrategia más idónea para cada empresa, en cada época distinta de su vida, ya que esto depende de los factores del entorno y como se sabe, eso es muy variable dependiendo de donde esté ubicado el proyecto; sin embargo, el modelo básico que define a la planificación estratégica se describe de la siguiente forma:

1. Misión y propósito de la organización.
 1. Tamaño de la organización.
 2. Estilo directivo, perfiles, funciones.
 3. Cultura estratégica de sus actores principales.
 4. Conocimiento y experiencias de los implicados en el proceso.
- (Hernandez, et al., 2006)

Por otra parte, dentro de este estudio es necesario aplicar otra herramienta muy conocida: el análisis FODA. Herramienta que se fundamenta en el examen que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc., que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo. En lo concerniente al FODA, es importante distinguir lo siguiente:

- **Fortalezas:** son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

- **Oportunidades:** son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.
- **Debilidades:** son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.
- **Amenazas:** son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización. (Flores, 2012)

2.3. Marco Legal

La Constitución del Ecuador indica en su artículo 283 que “el sistema económico es social y solidario”. Asimismo especifica en su artículo 276 “El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. “Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución”.
2. “Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.”

Al definir el sistema económico por su relación con la sociedad, por su valor central y por sentido antes que por determinada institucionalidad prefijada ideológicamente (como es el caso de neoliberalismo con respecto al mercado total), los constituyentes adoptaron una definición sustantiva y plural de economía, que no se define por los procedimientos de cálculo e instituciones de asignación óptima de recursos sino por garantizar de manera solidaria el

sustento de todos los ciudadanos combinando diversas formas de organización económica: "Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir".

El Buen Vivir es un concepto colectivo, un modo de vida en convivencia cuya concreción será definida a lo largo de la historia por el pueblo ecuatoriano, y que no se reduce a las preferencias de los consumidores limitados por la escasez de sus recursos. En tal sentido, la Constitución establece que las políticas públicas (y por tanto su orientación del Buen Vivir) deberán ser definidas participativamente.

Por otra parte, la Constitución del Ecuador reconoce una economía mixta con una pluralidad de actores y de trabajos, que interpretamos como sigue:

1. Empresas privadas, motivadas por el afán de lucro, estructuradas alrededor de la relación patrón/empleados.
2. Empresas públicas y entes del Estado, productores de bienes, servicios y en particular de bienes públicos con fines de asegurar la cohesión social y la redistribución de modo de avanzar en la realización de los derechos como camino al Buen Vivir.
3. Cooperativas, asociaciones con fines económicos no de lucro, y comunidades, todas ellas formas de organización en base a lazos comunitarios heredados o contruidos y a la asociación libre de trabajadores, también denominadas en conjunto economía popular y solidaria.
4. Domésticas, reconociendo las formas de trabajo productor de bienes y servicios para el propio consumo, en particular la economía del cuidado

en las unidades domésticas o sus extensiones vía asociación o lazos de comunidad.

5. Familiares, abarcando una multiplicidad de formas de acción económica organizada como emprendimientos con trabajo familiar.
6. Autónomas, abarcando una diversidad de trabajos autónomos de individuos no asociados.

El interés individual y su realimentación con el mercado no se niegan, pero aparecen otras pautas de relacionamiento no mercantilistas: la reciprocidad, la redistribución, la solidaridad. El comercio no siempre se rige por la formación de precios según la oferta y la demanda, ni el principio de intercambio es más que uno de los principios de institucionalización de la economía. Se trata de construir una economía con mercado, no de mercado, superando la tendencia a una sociedad donde el éxito o fracaso en el juego de mercado sea definitiva.

2.4. Marco Conceptual

- **Escaldar:** Sumergir en agua hirviendo alguna cosa.
- **Organolépticas:** Son las propiedades orgánicas e inorgánicas que pueden apreciar los sentidos.
- **Desecación:** Es un proceso mediante el cual se retira el líquido de un suelo o un cuerpo.
- **Liofilización:** Es un procedimiento que consiste en una congelación rápida, luego una rápida deshidratación y por último una sublimación al vacío.

- **Deshidratación:** Se refiere a la extracción de agua de determinado cuerpo.
- **Levaduras:** Hongos unicelulares que provocan fermentación.
- **Mohos:** Hongo que suele crecer en la superficie de los alimentos y los descompone.
- **Bacterias:** Organismo microscópico y unicelular, que muchas veces afecta a los seres vivos pluricelulares.
- **Sublimación:** El cambio de un sólido a su estado gaseoso.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Métodos de la investigación

Para el desarrollo de la presente investigación se emplearán los métodos inductivo y deductivo. En primera instancia se aplicará el método inductivo para el levantamiento de información y posteriormente, el método deductivo se aplicará para el establecimiento de una conclusión final que valide la premisa planteada en la hipótesis y la formulación del problema. (Aguilar, 2013).

La investigación sería realizada a los productores agrícolas de la parroquia rural Mariscal Sucre del Cantón Milagro, con la finalidad de establecer la situación problemática que ahí se manifiesta, para identificar acceso a empleo, formas de comercializar sus productos y mecanismos que hayan implementado o deseen implementar para tecnificar su producción. Además, se hará un estudio a los distribuidores potenciales de este producto con la finalidad de conocer su grado de aceptación de la propuesta de comercializar frutas deshidratadas.

3.2. Población y Muestra

Para la investigación se tomará como población objetivo a los habitantes de la parroquia rural Mariscal Sucre cantón Milagro, debido a que es en este sector donde se desea llevar a cabo el proyecto de producción y comercialización de frutas deshidratadas. De esta forma, se define que la población total de esta parroquia es de 16.634 habitantes. Para el cálculo de la muestra se aplicará la fórmula estadística para poblaciones finitas, estableciendo las siguientes variables:

- Nivel de confianza: 95%
- Margen de Error: 5%
- Población: 16634 habitantes

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

$$n = \frac{16634}{(0.05)^2 (16634 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{16634}{0.0025 (16633) + 1}$$

$$n = \frac{16634}{42.58}$$

$$n = 390 \text{ personas.}$$

n = Tamaño de la muestra.

N= Tamaño de la población.

E= Error máximo admisible al cuadrado.

De acuerdo al resultado de la fórmula, el tamaño óptimo de la muestra es 390 personas.

3.3. Técnica e instrumentos para la recolección de datos

La técnica que se empleará para la recolección de datos será la encuesta y el instrumento que se aplicará será el cuestionario de preguntas cerradas, que tienen como propósito recabar información determinada tanto de los involucrados en el proyecto, así como del cliente con la finalidad de armar un perfil del consumidor y establecer en lo posterior, variables que ayuden a cuantificar la demanda potencial. Para este efecto, el cuestionario a aplicarse para la encuesta que se aplicaría a los productores agrícolas de la parroquia Mariscal Sucre sería el siguiente:

3.4. Presentación de resultados

3.4.1. Encuesta para el productor agrícola

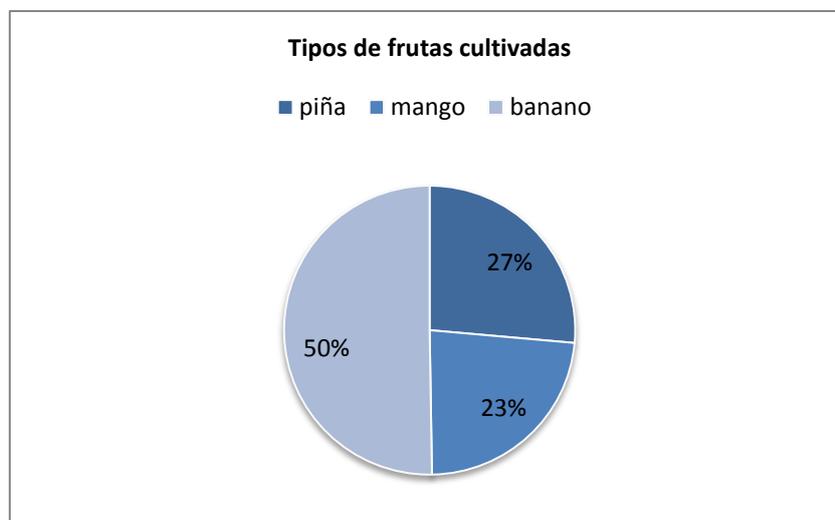
1. ¿Qué tipo de frutas cultiva usted?

Tabla 3 Tipos de frutas cultivados

Opciones	Frecuencia	%
piña	103	27%
mango	91	23%
banano	196	50%
Total	390	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 4 Tipos de frutas cultivados



Elaboración: Autores

La mitad de los productores encuestados (50%) manifestó que el banano era la fruta que más era cultivada por ellos, mientras que la piña con el 27% y el mango con el 23% le seguían en respuestas; esto se debe a que en la costa ecuatoriana, el banano se produce en mayor cantidad generalmente.

2. ¿Cuántos años de experiencia tiene usted en la producción agrícola?

Tabla 4 Años de experiencia en producción agrícola

Opciones	Frecuencia	%
menos de 5 años	31	8%
entre 5 y 10 años	92	24%
entre 11 y 15 años	201	51%
mayor a 15 años	66	17%
Total	390	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 5 Años de experiencia en producción agrícola



Elaboración: Autores

Dedicarse a esta actividad entre 11 y 15 años con el 51% representa el tiempo al que se dedica la mayor cantidad de encuestados, con 24% se encuentran los productores que la realizan entre 5 y 10 años, un 17% lleva más de 15 años en la actividad, estos en su mayoría son aquellos productores que realizan esta actividad como tradición de su familia; por otro lado, el 8% es relativamente nuevo en la actividad, realizando esta por menos de 5 años.

3. ¿Cuántos kilos de fruta produce usted al año?

Tabla 5 Kilos de frutas producidas anualmente

Opciones	Frecuencia	%
Menos de 10.000	22	5%
Entre 10.000 y 20.000	182	47%
Entre 21.000 y 30.000	156	40%
Mayor a 30.000	30	8%
Total	390	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 6 Kilos de frutas producidas anualmente



Elaboración: Autores

El 47% de los encuestados indicó que produce entre 10.000 y 20.000 kilos de fruta en el transcurso de un año, el 40% produce durante el mismo período produce entre 21.000 y 30.000 kilos, sólo el 8% sobrepasa las 30.000 kilos anuales; por último, el 5% de los productores no sobrepasa los 10.000 kilos por año.

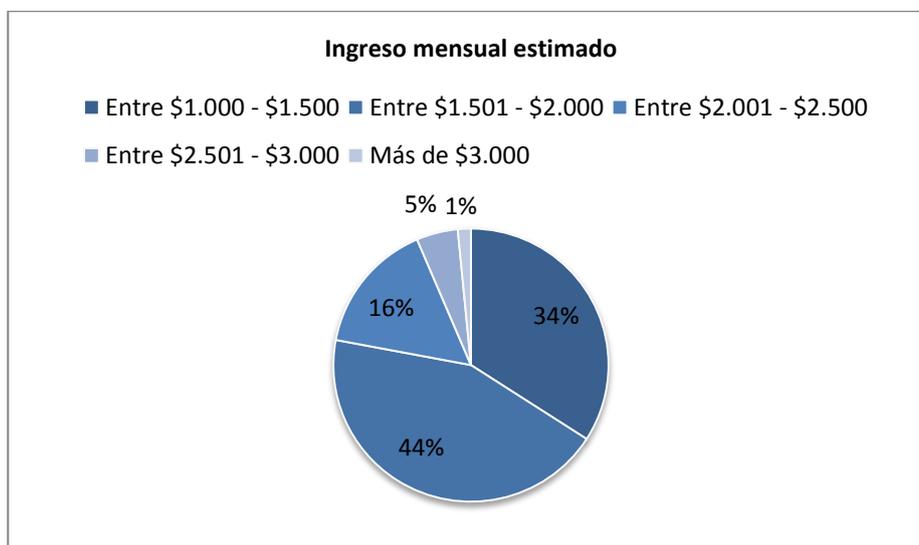
4. ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual estimado por esta actividad?

Tabla 6 Ingreso mensual estimado

Opciones	Frecuencia	%
Entre \$1.000 - \$1.500	133	34%
Entre \$1.501 - \$2.000	171	44%
Entre \$2.001 - \$2.500	61	16%
Entre \$2.501 - \$3.000	19	5%
Más de \$3.000	6	1%
Total	390	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 7 Ingreso mensual estimado



Elaboración: Autores

El nivel de ingreso que percibe la mayor cantidad de productores fluctúa entre \$1.501 y \$2.000 en el 44% de los casos, lo que se puede considerar un ingresos entre bajo y regular para la producción de frutas a gran escala; entre \$1.000 y \$1.500 perciben el 34% de los encuestados, un 16% registra ingresos entre \$2.001 y \$2.500, mientras entre los dos últimos campos sólo se registra un 7%, entre \$2.501 y \$3.000 es el monto mensual ingresado por el 5% de los productores, dejando sólo un 1% que logra superar los \$3.000 en ingresos mensuales.

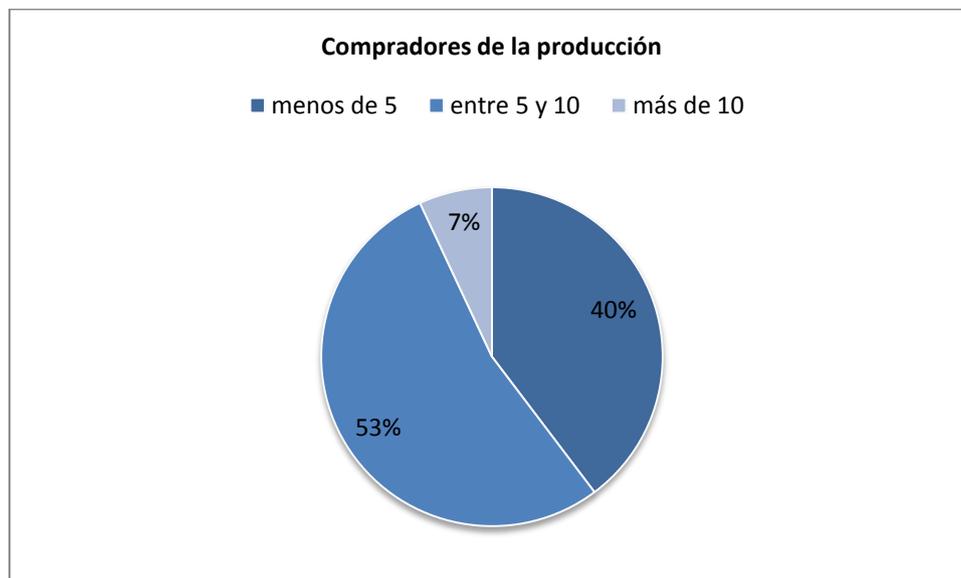
5. ¿A cuántos compradores expende su producción?

Tabla 7 Compradores de la producción

Opciones	Frecuencia	%
menos de 5	155	40%
entre 5 y 10	208	53%
más de 10	27	7%
Total	390	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 8 Compradores de la producción



Elaboración: Autores

El 53% tiene como mercado a entre 5 y 10 productores, los mismos que son sus clientes consumidores de frutas producidas; el 40% tiene un mercado aún más reducido, expendiendo su producción habitualmente a menos de 5 compradores, por último, el 7% tiene un mercado más amplio, expendiendo su producto a más de 10 compradores.

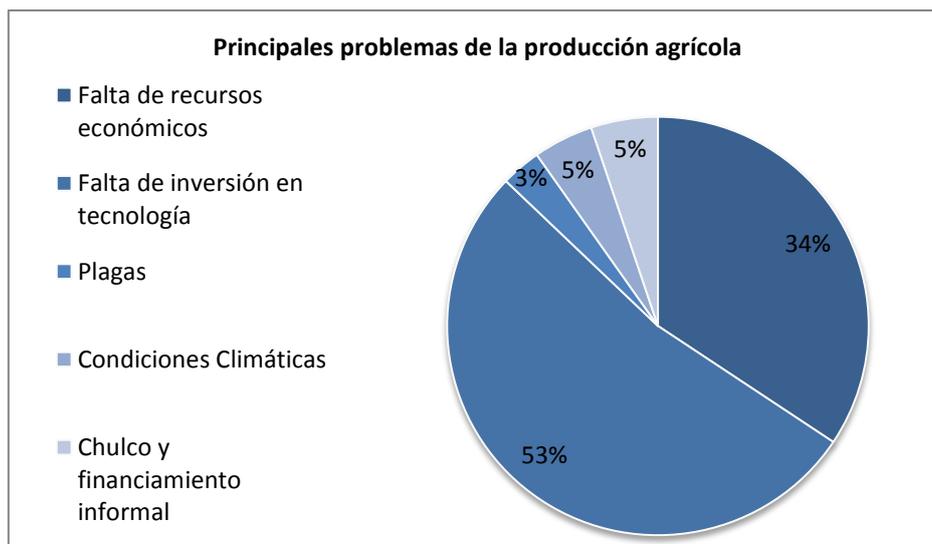
6. ¿Cuáles han sido los principales problemas a los que ha hecho frente en su producción agrícola?

Tabla 8 Principales problemas de la producción agrícola

Opciones	Frecuencia	%
Falta de recursos económicos	134	34%
Falta de inversión en tecnología	206	53%
Plagas	12	3%
Condiciones Climáticas	18	5%
Chulco y financiamiento informal	20	5%
Total	390	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 9 Principales problemas de la producción agrícola



Elaboración: Autores

El problema más frecuente en la producción de frutas del sector, es la falta de inversión en tecnología, puesto que el 53% de los encuestados se inclinaron por esta elección; el 34% manifestó que la falta de recursos económicos fue su peor inconveniente, por otro lado, los aspectos menos elegidos fueron las condiciones climáticas con el 5%, el chulco y financiamiento informal también con el 5%, dejando a las plagas sufridas en sus cultivos en el último lugar con el 3% del total de las opiniones.

7. ¿En la actualidad destina usted parte de su producción a la elaboración de frutas deshidratadas?

Tabla 9 Destina su producción para la elaboración de fruta deshidratada

Opciones	Frecuencia	%
Si	35	9%
No	355	91%
Total	390	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 10 Destina su producción para la elaboración de fruta deshidratada



Elaboración: Autores

La cantidad de productores que destina su producción a la elaboración de frutas deshidratadas es baja, ya que sólo el 9% de los encuestados lo realiza; al contrario, el 91% no destina ninguna parte de su producción a la elaboración de frutas deshidratadas, lo que demuestra la necesidad del sector de ampliar su mercado.

8. ¿Actualmente produce usted fruta deshidratada?

Tabla 10 Produce fruta deshidratada

Opciones	Frecuencia	%
Si	8	2%
No	382	98%
Total	390	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 11 Produce fruta deshidratada



Elaboración: Autores

El porcentaje de productores que realiza directamente la elaboración de fruta deshidratada es aún menor en comparación a los que destinan la misma para que otros lo hagan, esto se evidencia en que el 98% no lo hace, por lo que sólo el restante 2% si lo realiza.

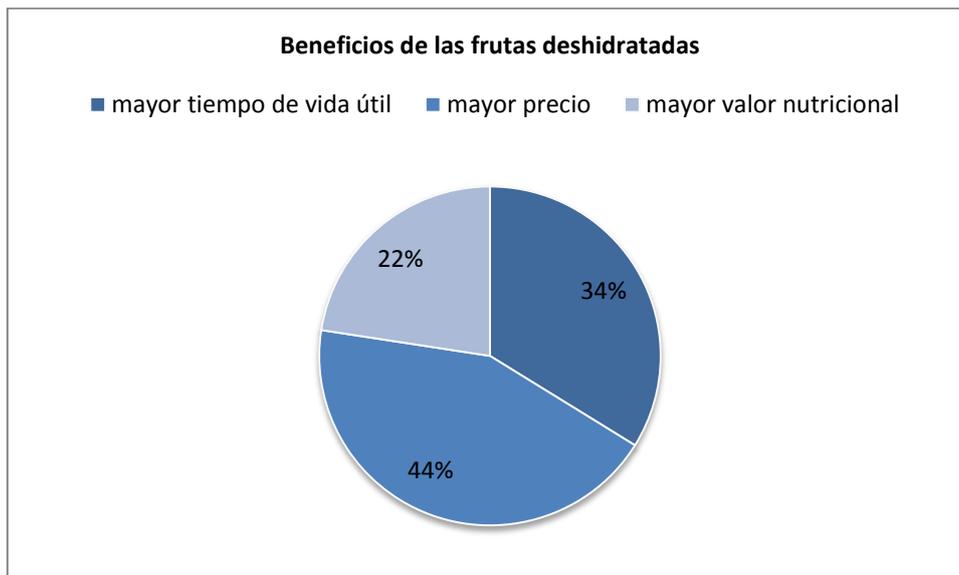
9. ¿Indique los beneficios que conoce sobre las frutas deshidratadas en las ventas?

Tabla 11 Beneficios de las frutas deshidratadas

Opciones	Frecuencia	%
mayor tiempo de vida útil	132	34%
mayor precio	170	44%
mayor valor nutricional	88	22%
Total	390	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 12 Beneficios de las frutas deshidratadas



Elaboración: Autores

El beneficio que creen los productores trae consigo la producción de frutas deshidratadas es el de aumento de precio del producto al tratarse de un bien con valor agregado, así lo expresa el 44% de ellos; el 34% le atribuye el beneficio de poseer mayor tiempo de vida útil, un inconveniente muy común en bienes perecederos como las frutas; finalmente, el 22% cree que sería un mayor valor nutricional, según lo que han escuchado.

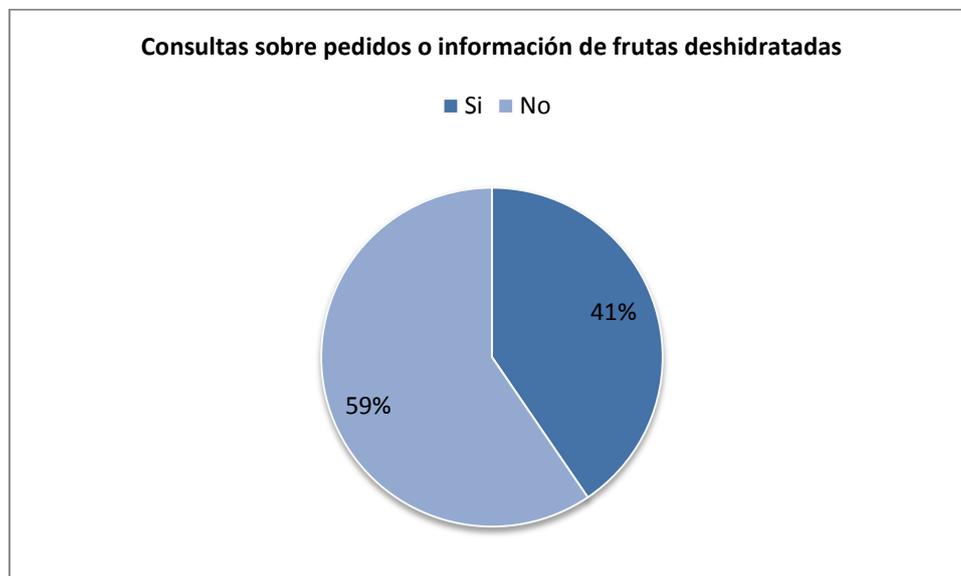
10. ¿Ha recibido preguntas o pedidos sobre frutas deshidratadas?

Tabla 12 Consultas sobre pedidos o información de frutas deshidratadas

Opciones	Frecuencia	%
Si	158	41%
No	232	59%
Total	390	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 13 Consultas sobre pedidos o información de frutas deshidratadas



Elaboración: Autores

A pesar de no haber una promoción sobre la comercialización de frutas deshidratadas, un 41% afirma haber recibido interrogantes sobre la comercialización de frutas e incluso sobre la posibilidad de realizar pedidos, esto muestra el interés sobre el producto en cuestión; por otra parte, el 59% manifiesta no haber recibido inquietudes, según expresan debido a desconocimiento de sus compradores.

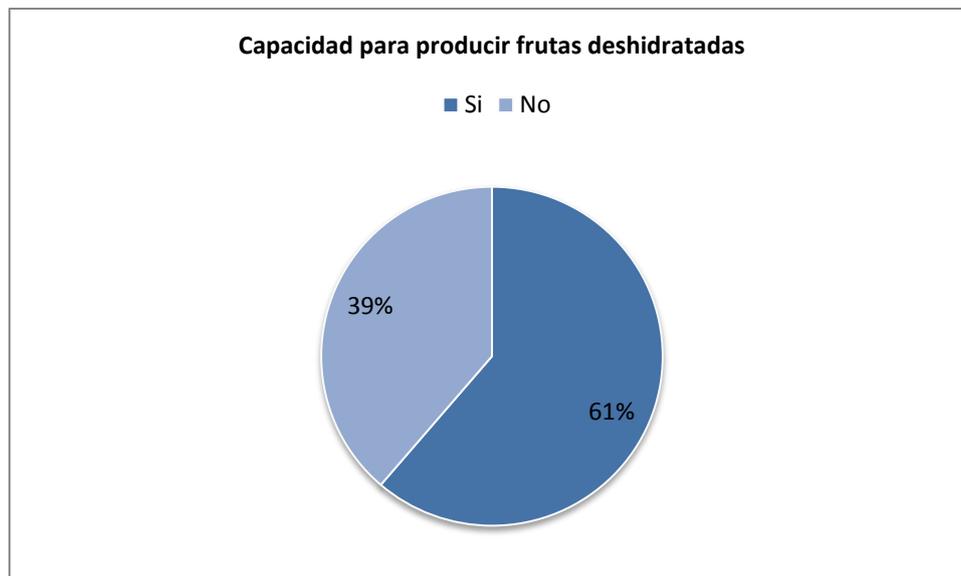
11. ¿Cuenta con los recursos para proceder a elaborar frutas deshidratadas?

Tabla 13 Capacidad para producir frutas deshidratadas

Opciones	Frecuencia	%
Si	239	61%
No	151	39%
Total	390	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 14 Capacidad para producir frutas deshidratadas



Elaboración: Autores

El 61% cree que podría iniciar la elaboración de frutas deshidratadas, siempre que sean apoyados de manera complementaria en el campo tecnológico o económico, el 39% no lo ve de esta manera, lo que muestra la falta de impulso a esta clase de iniciativas; sin embargo las intenciones se encuentran en los productores.

12. ¿Usted estaría dispuesto a participar en un programa de desarrollo de producción con valor agregado como deshidratación de frutas?

Tabla 14 Predisposición de participar en un programa de deshidratación de fruta

Opciones	Frecuencia	%
Si	382	98%
No(terminar la encuesta)	8	2%
Total	390	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 15 Predisposición de participar en un programa de deshidratación de fruta



Elaboración: Autores

La mayoría de los encuestados, el 98% se muestra abierto a participar en un programa que lo ayude a desarrollar en el campo de la deshidratación de frutas; mientras que el 2% no se muestra participe de esta iniciativa, esto reduce la muestra para las últimas tres preguntas.

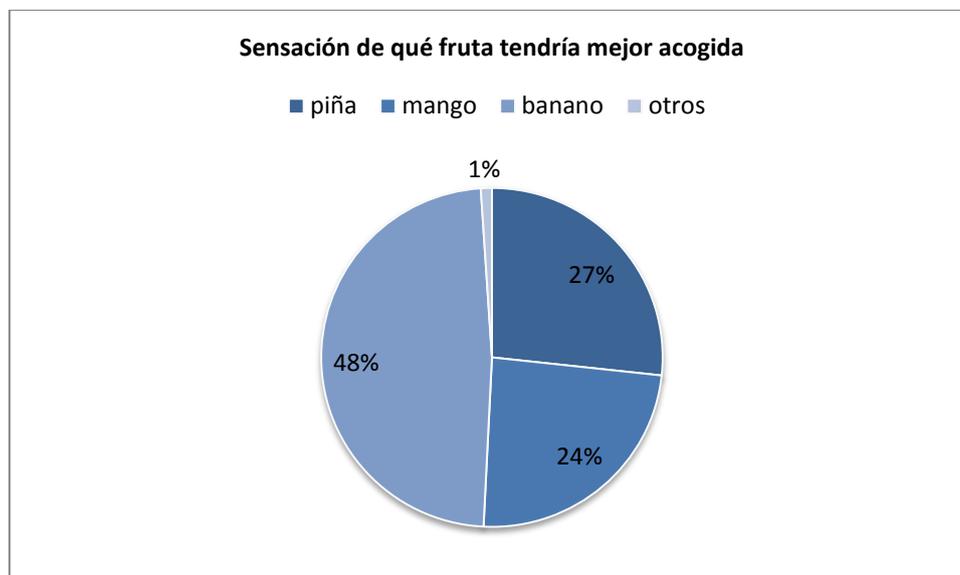
13. ¿Qué fruta cree usted que tendría mayor acogida al momento de deshidratarla?

Tabla 15 Sensación de qué fruta tendría mejor acogida

Opciones	Frecuencia	%
piña	102	27%
mango	92	24%
banano	184	48%
otros	4	1%
Total	382	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 16 Sensación de qué fruta tendría mejor acogida



Elaboración: Autores

El banano es la fruta que creen los productores tendría mayor aceptación al momento de deshidratarla, según el 48% de los productores encuestados; las restantes dos frutas poseen una aceptación similar, la piña con el 27% y el mango con el 24%; por último un 1% manifestó que serían "otras" frutas menos tradicionales.

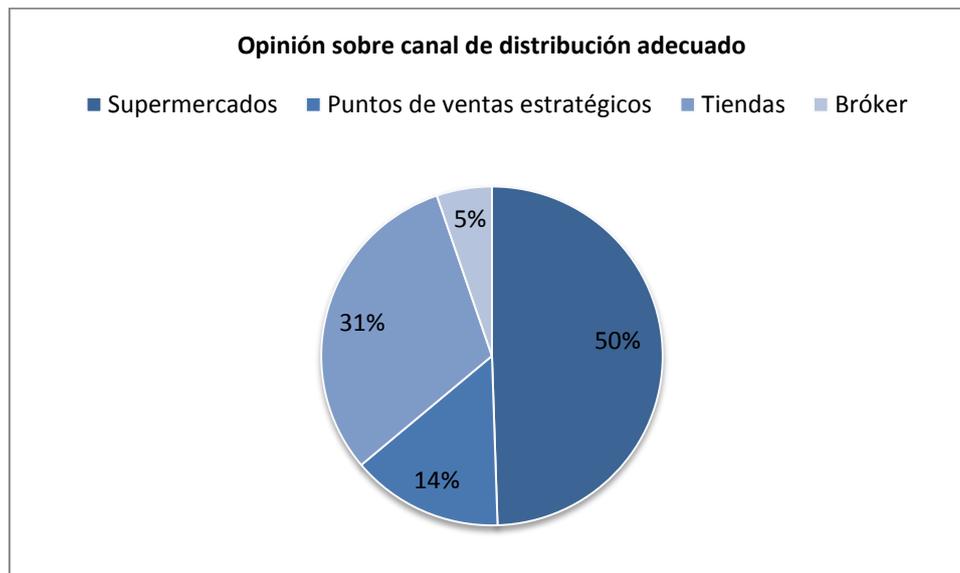
14. ¿Qué canal de distribución considera usted que debería aplicarse para comercializar el producto final (fruta deshidratada)?

Tabla 16 Opinión sobre canal de distribución adecuado

Opciones	Frecuencia	%
Supermercados	189	50%
Puntos de ventas estratégicos	55	14%
Tiendas	118	31%
Bróker	20	5%
Total	382	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 17 Opinión sobre canal de distribución adecuado



Elaboración: Autores

Para distribuir el producto terminado, el 50% de los encuestados manifestó que los supermercados serían la mejor elección debido a su capacidad de llegar a un mayor número de consumidores, el 31% indicó que las tiendas serían una buena alternativa, el 14% escogió los puntos de ventas estratégicos, dejando un 5% que escogió a los brókeres como herramienta ideal para la distribución del producto.

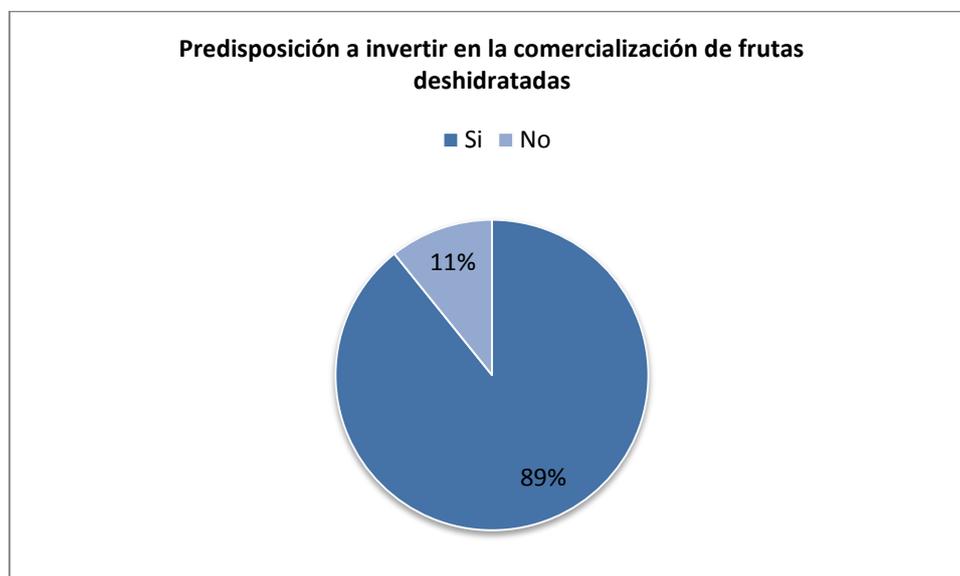
15. ¿Con lo antes expuesto considera usted como una oportunidad de desarrollo invertir en la producción y comercialización de frutas deshidratadas?

Tabla 17 Predisposición a invertir en la comercialización de frutas deshidratadas

Opciones	Frecuencia	%
Si	341	89%
No	41	11%
Total	382	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 18 Predisposición a invertir en la comercialización de frutas deshidratadas



Elaboración: Autores

La propuesta es atractiva para el 89% de los productores encuestados, por los motivos expresados durante el cuestionario; por otro lado, sólo el 11% no consideró positivo invertir en desarrollar esta parte de la producción de frutas en su negocio.

3.4.1.1. Conclusiones de la encuesta a productores

A través de las preguntas realizadas a los productores de frutas se extraen las siguientes conclusiones:

Las frutas producidas por los encuestados, poseen una aceptación importante en su estado natural, al momento de deshidratarlas esta no se pierde según ellos, mostrando que el 50% de estos creen que el banano sería el más apetecido, seguido de la piña y el mango; esto se ve respaldado por los entre 11 y 15 años de realización de la actividad, puesto que el 51% lo realiza durante este periodo de tiempo.

El nivel de ingreso de los encuestados fluctúa entre los \$1.501 y \$2.000 mensuales en el 44% de los casos; sin embargo, el 34% de los mismos percibe ingresos entre \$1.000 y \$ 1.500 mensuales lo que demuestra la necesidad de realizar una actividad que les ayude a mejorar sus rentas. Entre 5 y 10 compradores es la cantidad a la que los productores comercializan su producto (53%), aunque otro gran porcentaje (40%) lo hace a menos de 5, esto muestra la necesidad latente de expansión en el sector.

El sector de frutas deshidratadas no ha sido explotado de ninguna manera, puesto que el 91% de los productores no destina ninguna parte de su producción a la elaboración de este producto. El problema es mayor al momento de ellos proceder a industrializar el producto, ya que el 98% no lo hace. Esto se debe según lo expresado, a la falta de inversión tecnología y recursos económicos.

Cerca de la mitad (41%) de los encuestados manifestaron haber recibido inquietudes sobre el producto industrializado, lo que junto al 98% de estos que se mostraron de acuerdo a participar en talleres que desarrollen la actividad en el sector y el 89% que lo ve como una actividad atractiva para la inversión muestran el interés del sector por generar un producto con valor agregado.

3.4.2. Encuesta para mercado objetivo

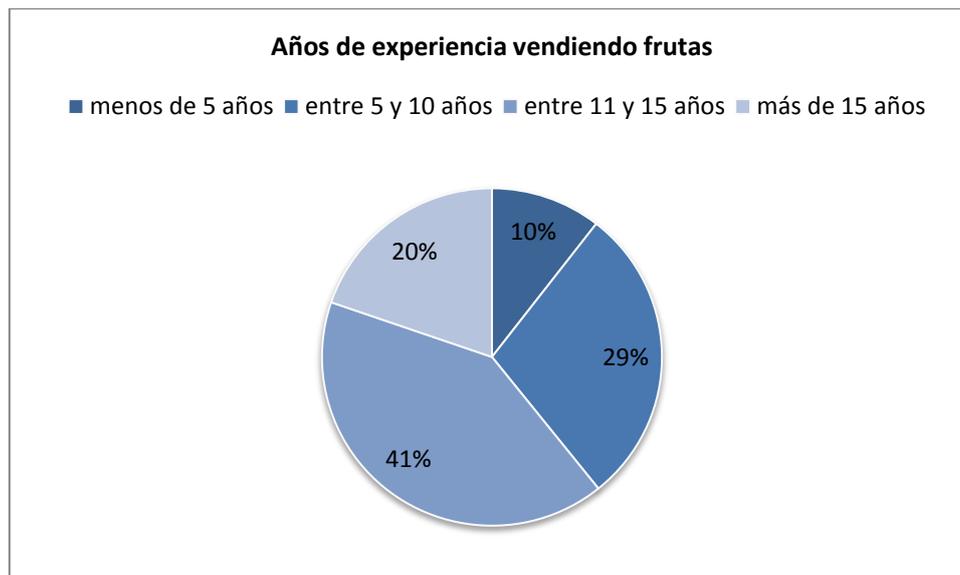
1. ¿Cuántos años de experiencia tiene usted en el expendio frutas?

Tabla 18 Años de experiencia vendiendo frutas

Opciones	Frecuencia	%
menos de 5 años	41	10%
entre 5 y 10 años	112	29%
entre 11 y 15 años	160	41%
más de 15 años	77	20%
Total	390	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 19 Años de experiencia vendiendo frutas



Elaboración: Autores

El 41% de los distribuidores encuestados llevan realizando esta actividad durante un lapso de entre 11 y 15 años, el 29% lo realiza entre 5 y 10 años, el 20% lo realiza por más de 15 años, de manera tradicional por generaciones, dejando un 10% que lleva un tiempo menor a 5 años dentro de esta actividad.

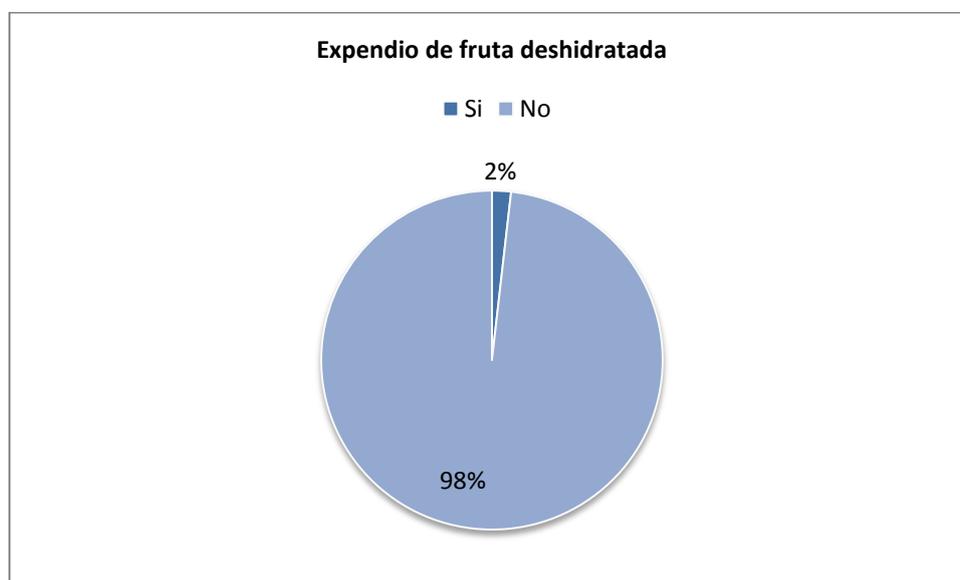
2. ¿Vende usted fruta deshidratada?

Tabla 19 Expendio de fruta deshidratada

Opciones	Frecuencia	%
Si	7	2%
No	383	98%
Total	390	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 20 Expendio de fruta deshidratada



Elaboración: Autores

La venta de fruta deshidratada no se encuentra explotada en el sector, esto lo demuestra el muy bajo porcentaje de 2% del total de los encuestados que expende este producto; la mayoría, es decir, el 98% no lo realiza, perdiendo ingresos que podrían generarse de así hacerlo.

3. ¿Ha recibido preguntas o pedidos sobre frutas deshidratadas?

Tabla 20 Aparición de clientes que han requerido información sobre las frutas deshidratadas

Opciones	Frecuencia	%
Si	276	71%
No	114	29%
Total	390	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 21 Aparición de clientes que han requerido información sobre las frutas deshidratadas



Elaboración: Autores

Un importante porcentaje de los encuestados manifiesta que han recibido inquietudes sobre la comercialización de frutas deshidratadas, esto se traduce en un 71% de estos; mientras que el 29% no las ha recibido, esto muestra la necesidad de una parte del mercado que quisiera adquirir el producto.

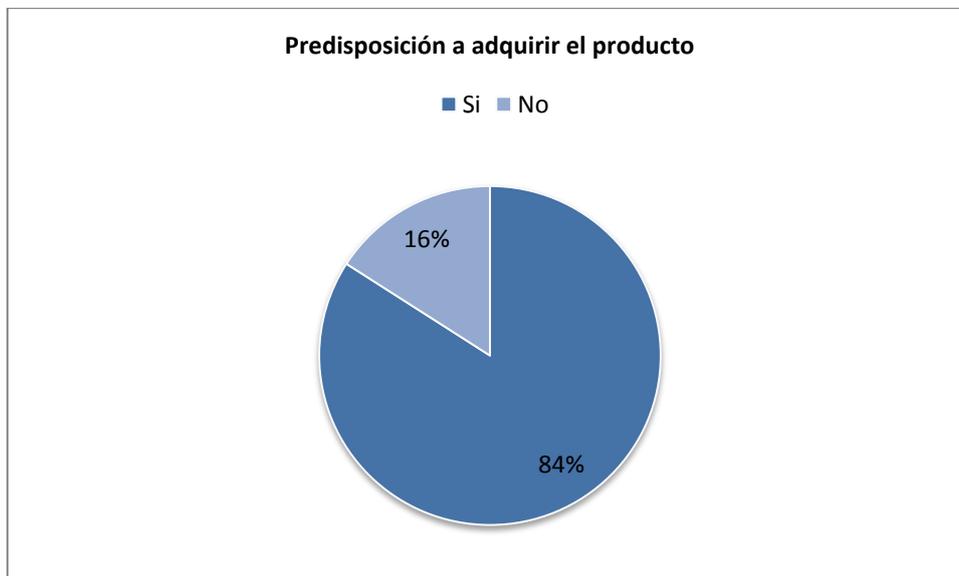
4. ¿Estaría dispuesto usted a comprar frutas deshidratadas para comercializar?

Tabla 21 Predisposición a adquirir el producto

Opciones	Frecuencia	%
Si	328	84%
No	62	16%
Total	390	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 22 Predisposición a adquirir el producto



Elaboración: Autores

Un 84% de los encuestados posee la predisposición de adquirir el producto para la posterior comercialización, ya que ven un mercado insatisfecho según manifiestan; por otra parte, el 16% no lo considera así por diversos factores.

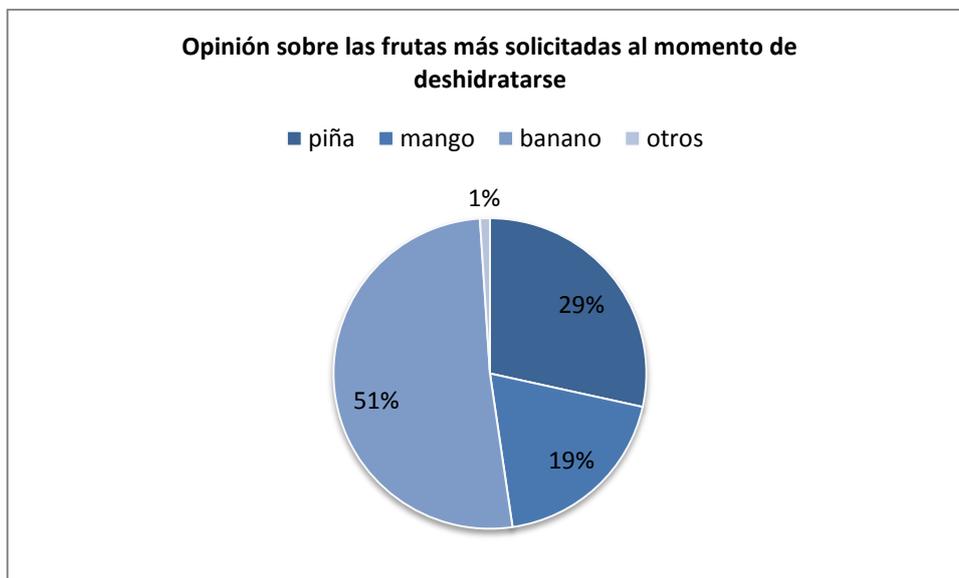
5. ¿Qué tipo de frutas cree usted que serían las más solicitadas?

Tabla 22 Opinión sobre las frutas más solicitadas al momento de deshidratarse

Opciones	Frecuencia	%
piña	111	29%
mango	75	19%
banano	200	51%
otros	4	1%
Total	390	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 23 Opinión sobre las frutas más solicitadas al momento de deshidratarse



Elaboración: Autores

El banano, para el 51% de los distribuidores encuestados cree que la fruta con mayor aceptación sería el banano, por lo escuchado; la piña, cree el 29% tendría mejor aceptación; mientras que el mango es para el 19% la mejor alternativa, sólo un 1% expresó "otras" frutas menos tradicionales.

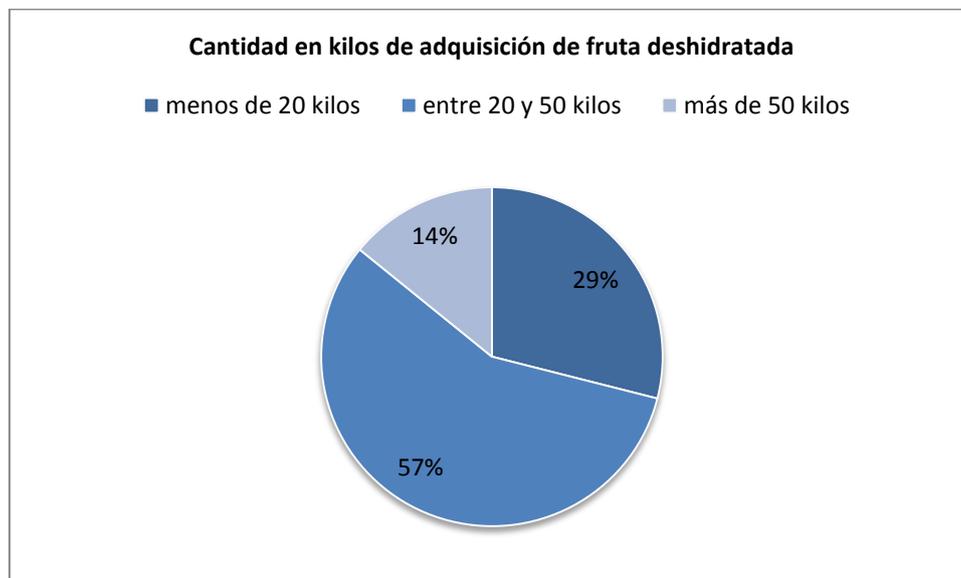
6. ¿En qué cantidades usted compraría el producto en cuestión?

Tabla 23 Cantidad en kilos de adquisición de fruta deshidratada

Opciones	Frecuencia	%
menos de 20 kilos	113	29%
entre 20 y 50 kilos	222	57%
más de 50 kilos	55	14%
Total	390	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 24 Cantidad en kilos de adquisición de fruta deshidratada



Elaboración: Autores

Al momento de adquirir el producto en relación al peso del mismo, el 57% expresó que lo haría en cantidades entre los 20 y 50 kilos; el 29% lo haría por menos de 20 kilos, dejando un atractivo 14% que lo adquiriría en cantidades superiores a los 50 kilos.

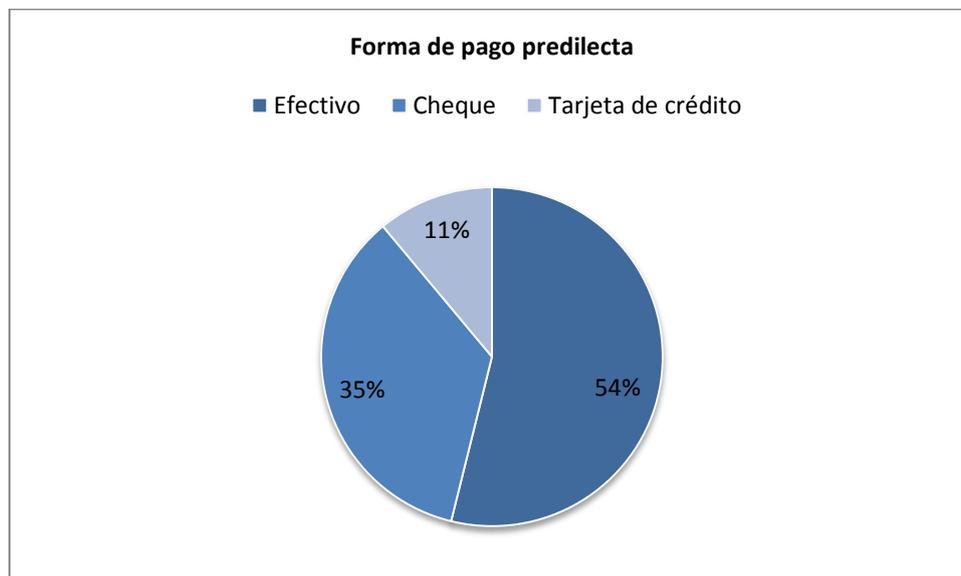
7. ¿Qué forma de pago utilizaría usted?

Tabla 24 Forma de pago predilecta

Opciones	Frecuencia	%
Efectivo	210	54%
Cheque	137	35%
Tarjeta de crédito	43	11%
Total	390	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 25 Forma de pago predilecta



Elaboración: Autores

Al momento de realizar el pago referente a la adquisición del producto, el 54% optaría por hacerlo mediante pago en efectivo, mientras que el 35% lo haría por cheque, por motivos de seguridad; dejando un 11% de los encuestados que preferiría hacerlo mediante el uso de la tarjeta de crédito.

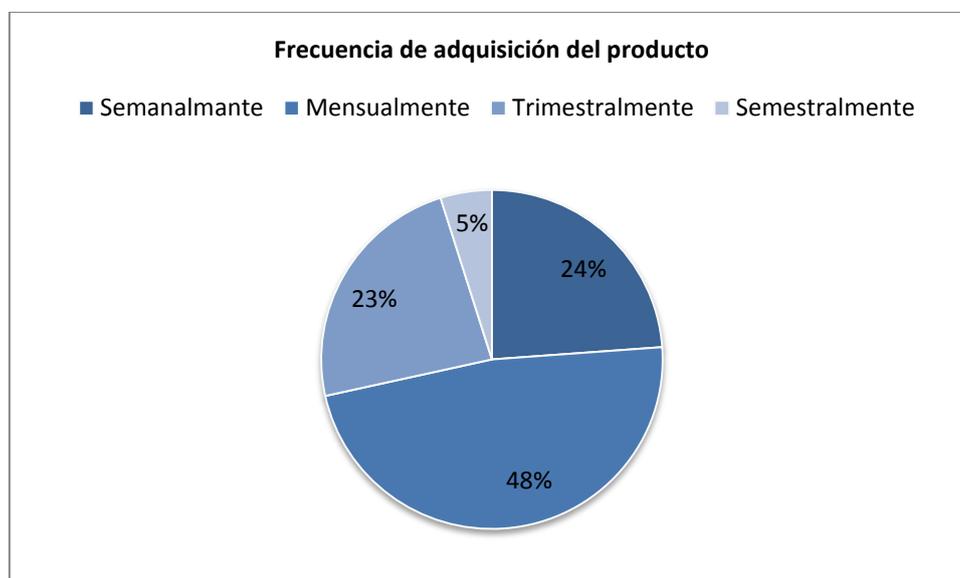
8. ¿Con qué frecuencia adquiriría el producto?

Tabla 25 Frecuencia de adquisición del producto

Opciones	Frecuencia	%
Semanalmente	93	24%
Mensualmente	186	48%
Trimestralmente	92	23%
Semestralmente	19	5%
Total	390	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 26 Frecuencia de adquisición del producto



Elaboración: Autores

La frecuencia preferida para la adquisición del producto por parte de los distribuidores sería, con un 48% mensualmente; semanalmente (24%) y trimestralmente 23%; dejando un 5% que lo haría de manera semestral.

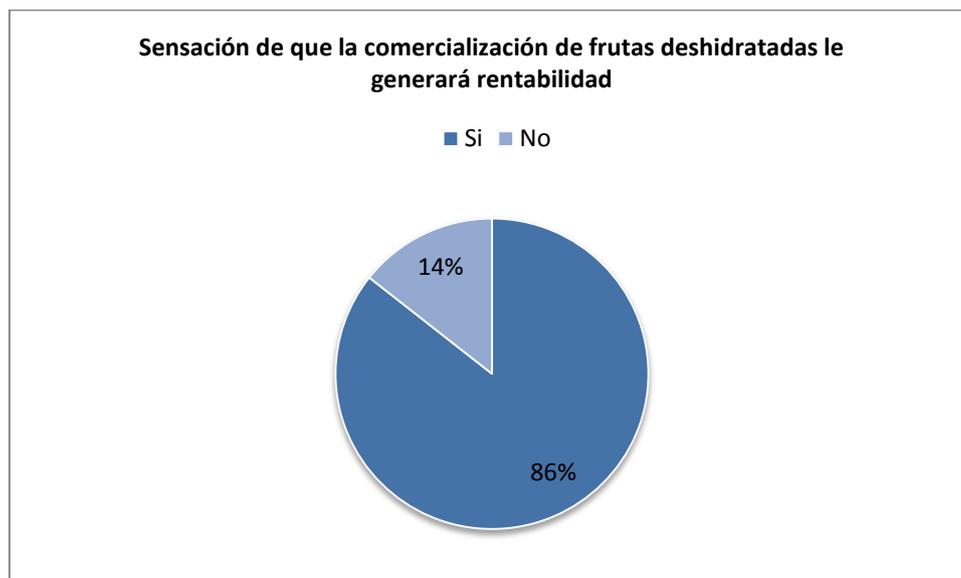
9. ¿Cree usted que expender frutas deshidratadas le generaría un margen aceptable de rentabilidad?

Tabla 26 Sensación de que la comercialización de frutas deshidratadas le generará rentabilidad

Opciones	Frecuencia	%
Si	334	86%
No	56	14%
Total	390	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 27 Sensación de que la comercialización de frutas deshidratadas le generará rentabilidad



Elaboración: Autores

Para los comerciantes, la rentabilidad resulta muy importante, es por esto que el 86% de los encuestados al momento de optar por realizar esta actividad creen que sí les generaría una rentabilidad aceptables; mientras que por el contrario, el 14% no lo ve de esta manera por situaciones particulares.

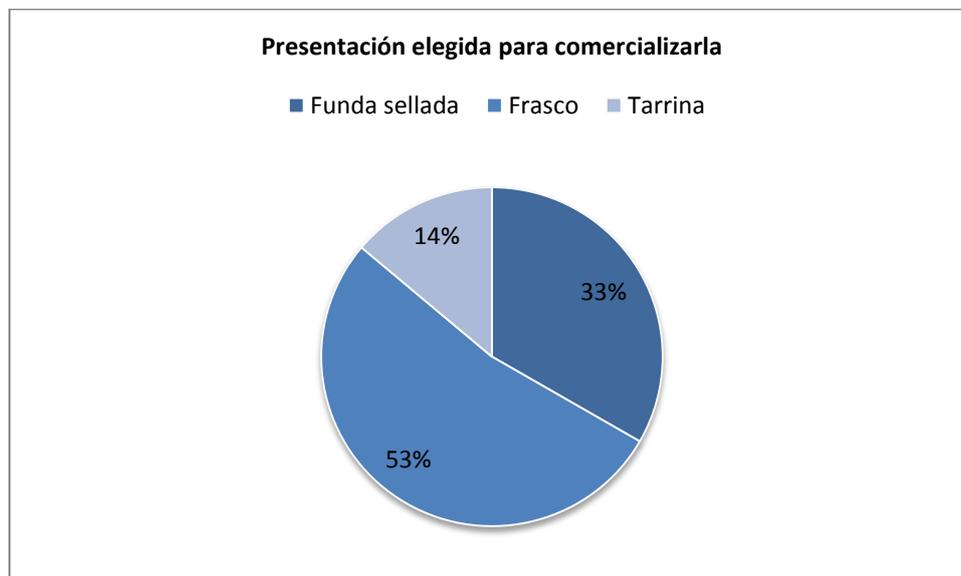
10. ¿En qué presentación usted comercializaría la fruta deshidratada?

Tabla 27 Presentación elegida para comercializarla

Opciones	Frecuencia	%
Funda sellada	130	33%
Frasco	206	53%
Tarrina	54	14%
Total	390	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 28 Presentación elegida para comercializarla



Elaboración: Autores

La manera en que los distribuidores consideran ideal para la comercialización del producto es en forma de frascos, por la capacidad de proteger el producto durante la transportación y almacenamiento; el 33% cree que una funda sellada sería la mejor manera de hacerlo, por la adaptabilidad del envase y su capacidad para economizar espacio; finalmente, el 14% optó por la tarrina al ser un medio más resistente.

11. ¿Con lo antes expuesto considera usted como una oportunidad de desarrollo invertir en la comercialización de frutas deshidratadas?

Tabla 28 Consideración de comercialización de frutas deshidratadas como oportunidad de desarrollo

Opciones	Frecuencia	%
Si	366	94%
No	25	6%
Total	391	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 29 Consideración de comercialización de frutas deshidratadas como oportunidad de desarrollo



Elaboración: Autores

Al momento de interrogar a los encuestados sobre su predisposición de invertir en el sector de frutas deshidratadas, el 94% manifestó que si lo haría por la capacidad de generar ganancias en este campo; un 6% manifestó no querer arriesgarse expandiendo su línea de productos.

3.4.2.1. Conclusiones de la encuesta a distribuidores

Los distribuidores de frutas, los cuales adquieren las mismas a los productores encuestados, manifiestan que no comercializan frutas deshidratadas (98%), ya que no se encuentra en el mercado; sin embargo, el 71% de estos ha recibido en algún momento interrogantes sobre las mismas, por lo que el 84% se encuentra predispuesto a adquirirlas para comercializarlas.

Al igual que los productores, este sector también cree que el banano, seguido de la piña y finalmente del mango serían en ese orden requeridas por el público final. La cantidad de producto requerido para la venta, se encontraría entre los 20 y 50 kilos y el período de tiempo en que lo harían, sería mensualmente.

El 86% de los distribuidores encuestados indicaron que este sector de las frutas deshidratadas sería atractivo, ya que les generaría rentabilidad al ser un producto con capacidad de explotación y expansión. Ellos consideran que la manera de envasar el producto para que sea más amigable con el consumidor final, pero que a su vez sea de fácil transporte y almacenamiento, sería por medio de frascos en un 53%, sin embargo la funda sellada es elegida por el 33% de estos; esto indica que son presentaciones que podrían ser elegidas según la cantidad de producto a comercializar.

Finalmente, la propuesta de invertir en la adquisición del producto para su posterior venta recibe la aceptación por parte del 94% de los encuestados, lo que presenta un campo favorable para la aplicación de la propuesta.

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

4.1. Título de la propuesta

“FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
FRUTAS DESHIDRATADAS EN LA PARROQUIA RURAL MARISCAL SUCRE
DEL CANTÓN MILAGRO”

4.2. Justificación de la propuesta

El desarrollo de la presente propuesta es de vital importancia, puesto que a través de un análisis de factibilidad para la producción y comercialización de frutas deshidratadas en el cantón Milagro, permitirá mejorar el nivel de ingreso de los productores de piña, mango y banano, debido a que contarán con un cliente fijo que hará uso de su producción para darle mayor valor agregado. Además, ellos mismos pueden participar dentro de este proyecto no sólo como proveedores de materias, sino también como socios estratégicos que pondrán en práctica conocimientos administrativos y técnicos que les ayuden a crear mayor valor.

De esta forma, no sólo se fomenta el aprovechamiento de la producción agrícola, sino que también se le da mayor valor agregado y esto se traduce en mejores ingresos y por ende mejor rentabilidad, ya que el precio del kilo de la fruta deshidratada es de 3 a 4 veces superior que su materia prima, por el simple hecho de ser el resultado de un proceso productivo que lo convierte en un derivado de mayor durabilidad y de gran contenido nutricional, pues a través de este proceso se logra potenciar y conservar las vitaminas y nutrientes de las frutas necesarios para los seres vivos.

4.3. Objetivo general de la propuesta

Establecer la viabilidad financiera de la producción y comercialización de frutas deshidratadas en la parroquia rural Mariscal Sucre del cantón Milagro.

4.4. Objetivos específicos de la propuesta

1. Analizar los sectores estratégicos de mayor influencia en los resultados del proyecto, tanto en el campo político, económico, social y tecnológico.
2. Esquematar la estructura organizacional del presente proyecto.
3. Definir la forma de comercialización de las frutas deshidratadas.
4. Diseñar el proceso productivo de frutas deshidratadas.
5. Determinar los costos de inversión, gastos e ingresos que sirvan de soporte para el análisis financiero del proyecto.

4.5 Hipótesis de la propuesta

El proyecto de producción y comercialización de frutas deshidratadas es viable porque permite mejorar la rentabilidad de los productores agrícolas de la parroquia rural del Mariscal Sucre del cantón Milagro.

4.6. Análisis estratégico PEST

4.6.1. Aspectos políticos

Actualmente el Gobierno Nacional mediante el Código Orgánico de la Producción ha implementado medidas que buscan promover el desarrollo económico por medio de nuevos negocios que además se encuentren alineados con la búsqueda del cambio de la matriz productiva del país; entre los puntos más importantes se pueden encontrar los siguientes:

- Exoneración en un 100% en lo concerniente al pago de impuesto a la renta que grava a los dividendos a percibir por parte de los accionistas de aquellas empresas con capital abierto durante 5 años.
- Exoneración del impuesto a la salida de divisas en su totalidad, siempre que el financiamiento se realice mediante una institución financiera internacional reconocida legalmente por las autoridades pertinentes.

- Deducción del impuesto a la renta, del costo de adquisición de maquinarias y equipos para el control y mejoramiento del ambiente.
- Condiciones especiales como flexibilidad en las tasas de interés y plazos en lo que respecta a préstamos y créditos.
- Acceso a programas de financiamiento de capital de riesgo provistos por organismos del Estado, en especial para los proyectos que vayan encaminados a la diversificación productiva e innovación que contribuyan con el plan nacional para el desarrollo.

La empresa puede verse beneficiada por las condiciones existentes en el país actualmente, pudiendo obtener una rentabilidad importante para los accionistas de la misma.

4.6.2. Aspectos económicos

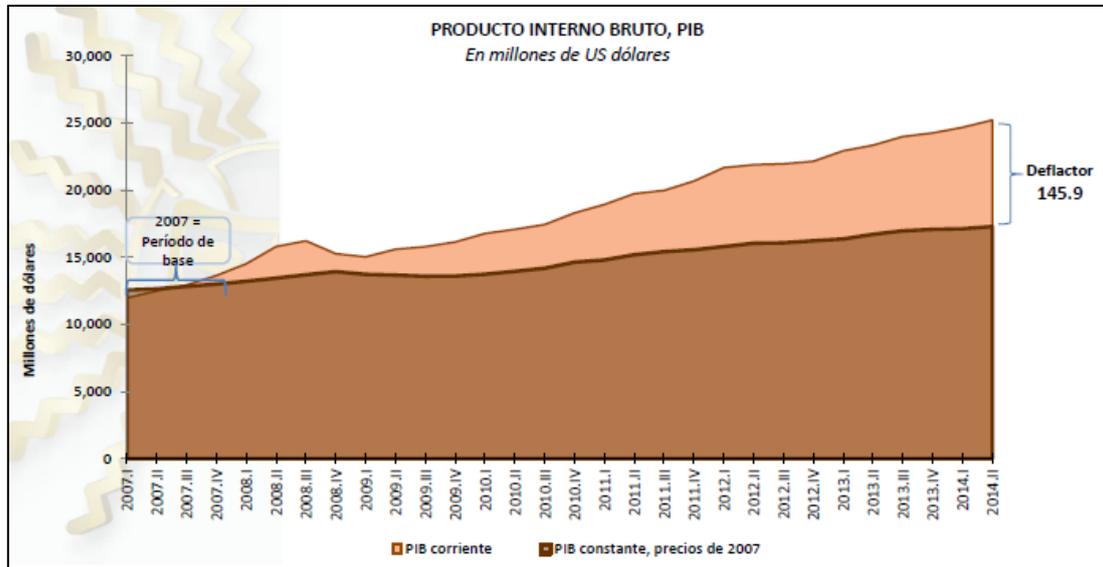
Dentro de los factores macroeconómicos que se analizan para obtener un panorama del estado de un país se encuentran los siguientes: el producto interno bruto, la inflación y la tasa de desempleo.

- **El Producto Interno Bruto:** El Producto Interno Bruto es el resultado de los bienes y servicios producidos por un país durante un tiempo determinado expresado en un valor monetario. Este campo ha resultado favorable para el país durante los últimos 7 años, logrando un incremento desde los \$17.278 millones hasta los \$25.207 millones el segundo trimestre del presente año, datos que se encuentran actualizados al mes de noviembre.

Hubo varios elementos que contribuyeron al crecimiento del PIB durante el último trimestre del 2014, entre estos se encuentran el gasto de consumo final de los hogares, el cual se colocó en 0,59; las exportaciones en 0,37 y el gasto de consumo final del gobierno en 0,08.

En el presente gráfico se observa la evolución del Producto Interno Bruto a través del período 2007-2014 dividido por trimestres:

Gráfico 30 Evolución del PIB periodo 2007-2014(noviembre)

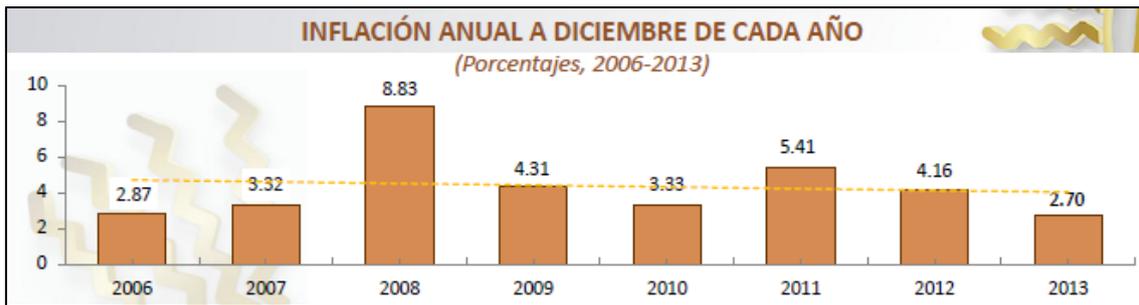


Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

- **La Inflación:** La inflación es el incremento generalizado en los precios de servicios y bienes con relación a la moneda propia de cada país o región durante un periodo de tiempo establecido. LA inflación al mes de octubre del 2014 es de 3,98%, siendo superior al resultante del mismo periodo en el año 2013, el cual era de 2,04%; los campos en los que presentaron valores por sobre el promedio son las bebidas alcohólicas, los bienes de servicios y la educación; mientras que el rubro de las comunicaciones sufrió una deflación.

La tasa de inflación mensual alcanzó el 20%(octubre), siendo menor al porcentaje al mismo lapso de tiempo del año anterior (0,41%); esto se explica ya que los campos de salud y bebidas alcohólicas sufrieron elevados aumentos. Es importante destacar que la inflación anual es la más baja desde el año 2007 como se puede observar en el gráfico presentado a continuación:

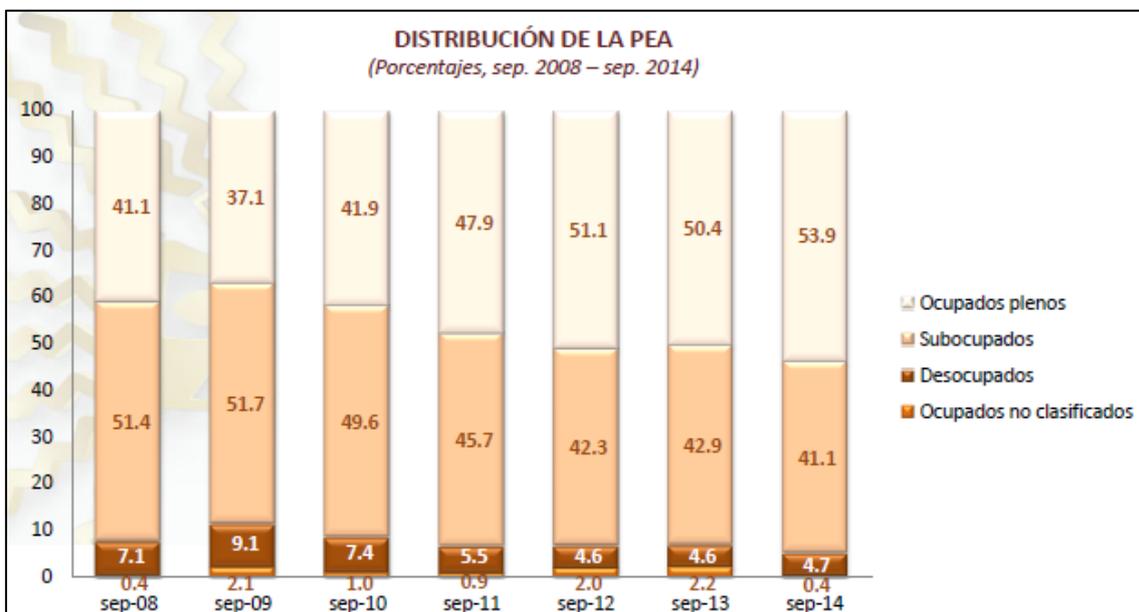
Gráfico 31 Evolución de la inflación anual periodo 2006-2013



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

- Tasa de desempleo:** La tasa de desempleo se ubica en 4,7%(septiembre), es superior solo en un 0,01% en relación al mismo mes del año 2013. En lo correspondiente a la tasa de ocupación plena, esta alcanzó el 53,9%; la subocupación llegó al 41,1% y finalmente, los ocupados no clasificados poseen un mínimo porcentaje de 0,4%.

Gráfico 32 Distribución de la PEA (sep2008-sep2014)



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

4.6.3. Aspectos sociales

Los aspectos a analizar serán la distribución de la riqueza en el país y la tasa de pobreza, a continuación a detalle cada aspecto:

- **Distribución de riqueza:** Para expresar la distribución de la riqueza se utiliza el Coeficiente de Gini, el cual es un indicador que mide como se distribuye una variable entre los individuos de una población, mientras más cercano a cero sea, la distribución de la variable resulta más equitativa. En lo que respecta a la medición de la desigualdad económica, esta se asocia al ingreso o gasto de las personas o familias que conforman la población.

Gráfico 33 Coeficiente de Gini) sep2008-sep2009)



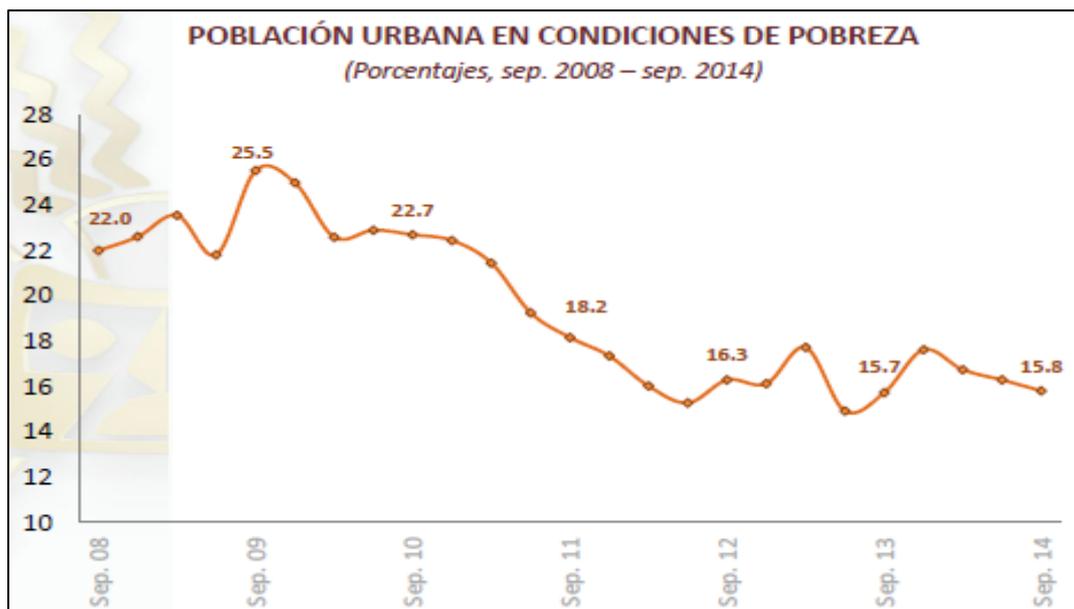
Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

En el gráfico se puede observar que el coeficiente ha descendido en comparación con el existente en el año 2008 cuando se encontraba en 0,506; además se encuentra estable desde el año 2011, promediando un 0,462. Esta información resulta importante, puesto que muestra que existe un mayor número de personas con recursos disponibles, lo que puede ser aprovechado por las empresas para ofertar servicios o productos a la población.

- **Nivel de pobreza:** El nivel de pobreza se visto reducido en 6,2 puntos en comparación con el existente en el 2008, siendo en ese año de 22,0 y actualmente situándose en 15,8; esta variación muestra una reducción en la pobreza de los ecuatorianos. Existe un desbalance en este campo, puesto que la pobreza urbana se sitúa en 17,4% y la pobreza rural llega hasta el 50,9%.

La reducción en los índices de pobreza del país conllevan a creer que la población ha mejorado sus condiciones de vida, por lo que el mercado se ve beneficiado de manera directa, fortaleciéndose con mayores recursos y expandiéndose.

Gráfico 34 Población urbana en condiciones de pobreza(sep2008-sep2009)



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

4.6.4. Aspectos tecnológicos

El Foro Económico Mundial en el año 2014 sitúa al Ecuador 82, mejorando nueve puestos en relación al año inmediato anterior; mientras que en Latinoamérica se encuentra décimo. Esta variable positiva ha sido posible gracias al impulso que ha realizado el gobierno actual a la creación de nuevos procesos y tecnologías, mientras que la tendencia a pesar de esto es la

importación de tecnología procedente de los Estados Unidos y la Unión Europea.

Gráfico 35 Ranking tecnológico Latinoamérica

Economía/País	2014	2013	Puntaje
Chile	35	34	4.61
Puerto Rico	41	36	4.54
Panamá	43	46	4.36
Costa Rica	53	53	4.25
Barbados	55	39	4.22
Uruguay	56	52	4.22
Colombia	63	66	4.05
Brasil	69	60	3.98
México	79	63	3.89
Ecuador	82	91	3.85
Jamaica	86	85	3.77
Guyana	88	100	3.77
Perú	90	103	3.73
Republica Dominicana	93	90	3.69
El Salvador	98	93	3.63
Argentina	100	99	3.53
Paraguay	102	104	3.47
Venezuela	106	108	3.39
Surinam	113	117	3.3
Bolivia	120	119	3.21
Nicaragua	124	125	3.08
Haiti	143	141	2.52

Fuente: (World Economic Forum, 2014)

4.7. Viabilidad Organizacional

4.7.1. Marco Legal Constitucional

Para el establecimiento de la compañía se hará uso del formato de “compañía limitada”, la misma que establece un número mínimo de socios de 2, el cual con el paso de los años puede crecer hasta un máximo de 15; siendo necesario disolver o transformar la compañía en caso de que se desean agregar más participantes societarios, tal como lo indica el artículo 95 de la Ley

de Compañías. El procedimiento para la creación de una Compañía Limitada es el siguiente:

- Reservación de nombre en Superintendencia de Compañías.
- Apertura de una Cuenta de Integración de Capital en un Banco.
- Elaboración de escritura pública por parte de Notaria.
- Notarización de escritura.
- Aprobación de escritura pública por parte de la Superintendencia de Compañías.
- Anotaciones marginales (Notaría).
- Petición de extracto en Superintendencia de Compañías.
- Publicación en un diario de la localidad.
- Inscripción de Constitución de la compañía en Registro Mercantil indicando que es una Compañía Limitada.
- Inscripción de nombramientos de Gerente y Presidente de la Compañía en Registro Mercantil.
- Petición de número de expediente en Superintendencia de Compañías.
- Emisión de RUC por parte del S.R.I.

4.7.2. Misión, Visión y Objetivos

Misión

Procesar frutas con el objetivo de conservarlas mediante procesos de deshidratación con altos índices de calidad, teniendo como pilar fundamental nuestro capital humano, ubicación, infraestructura, tecnología y precios competitivos para el mercado.

Visión

Ser una empresa reconocida regionalmente y con el tiempo nacionalmente en el procesamiento y conservación de frutas propias de suelo ecuatoriano.

Objetivos

- Integrar de manera armoniosa la empresa dentro del entorno en la que se desenvolverá.
- Maximizar el valor agregado de los productos de origen ecuatoriano.
- Promover y mantener una relación de negocios rentable con terceros.
- Adoptar tecnologías que aporten al desarrollo de la actividad.
- Reforzar la cultura y valores del cantón.

4.7.3. Propiedad Accionaria

Los aspectos societarios quedan dispuestos de la siguiente manera:

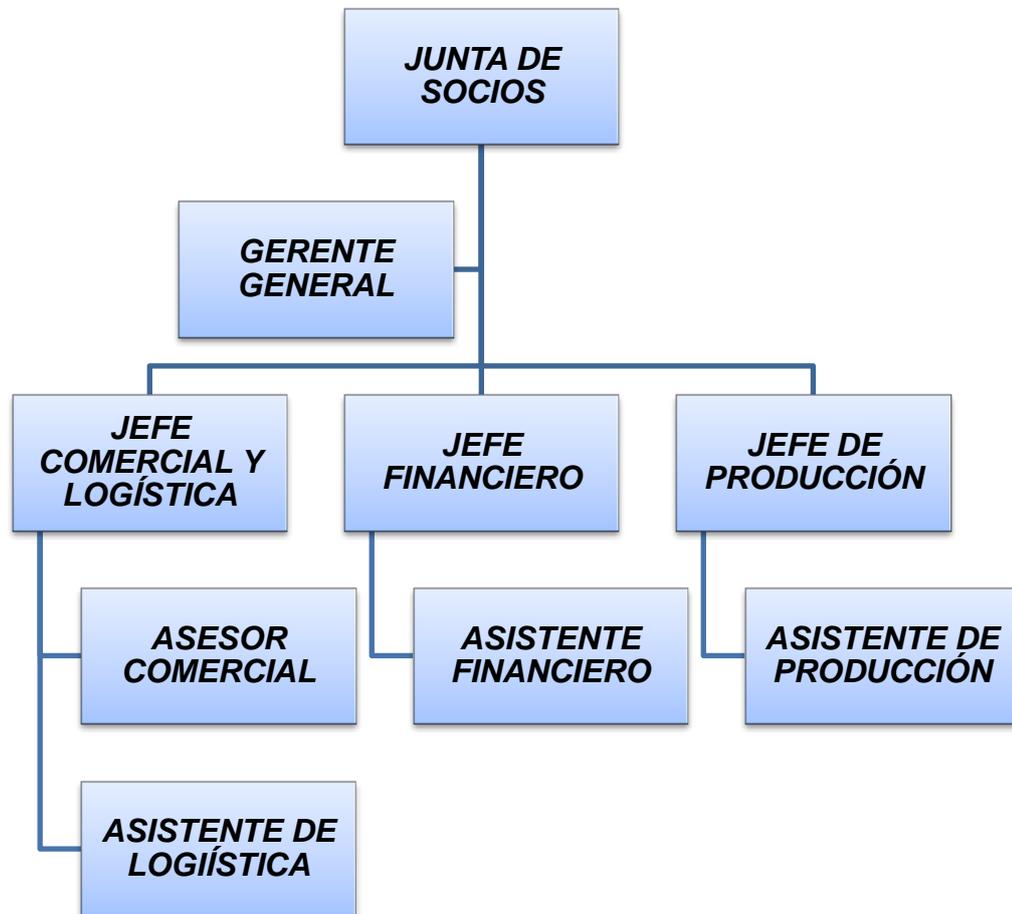
- Los representantes de la empresa serán los señores Bolívar León y Álvaro Ordoñez.
- El Nombre de la empresa será "León y Ordoñez Asociados"
- La localización principal de la entidad será Parroquia Mariscal Sucre, Cantón Milagro.
- La actividad económica a realizar por parte de la empresa será la elaboración y comercialización de frutas deshidratadas en la parroquia Mariscal Sucre del cantón Milagro.
- El capital social con el que estará conformado la compañía por un monto de \$ 102,307.48, cuyas aportaciones se harán en partes iguales.

NOMBRES Y APELLIDOS	APORTE	% PARTICIPACIÓN
BOLIVAR LEÓN ICAZA	\$ 20,461.50	20.00%
ALVARO ORDOÑEZ BORJA	\$ 20,461.50	20.00%
SOCIO 3	\$ 20,461.50	20.00%
SOCIO 4	\$ 20,461.50	20.00%
SOCIO 5	\$ 20,461.50	20.00%
TOTAL	\$ 102,307.48	100.00%

Elaboración: Autores

4.7.4. Organigrama y Funciones

Gráfico 36 Organigrama



Elaboración: Autores

El organigrama de la empresa como es mostrado en el gráfico anterior estará formado una junta de accionistas que serán la máxima autoridad de la organización, seguido de un gerente general, el cual tendrá a su cargo tres departamentos que son: contable, comercial y de producción. Las funciones de cada uno de los jefes de área se presentan a continuación:

Gerente General

Es aquel que hace el papel de representante legal de la empresa, según los objetivos de la institución crea las políticas de esta; es responsable del desempeño laboral, las operaciones y los resultados que se generen de estos dos aspectos, su trabajo se complementa con los jefes de cada área que participen en la empresa. También, es una autoridad funcional sobre los cargos administrativos, operacionales y ejecutivos; sus funciones son las siguientes:

- Desarrollar estrategias generales que permitan alcanzar las metas y objetivos propuestos.
- Crear un ambiente positivo para la consecución de las metas en el menor tiempo, capital y materiales posibles, logrando la optimización dentro de la institución.
- Liderar la planeación estratégica de la organización, estableciendo los factores críticos para el éxito.

Jefe Financiero

Es el responsable de toda la parte contable de la empresa, por lo que debe vigilar la rentabilidad de esta; también debe dirigir las actividades contables y financieras por medio de procesos contables y supervisar en desempeño económico de la misma. Sus funciones son:

- Analizar la parte financiera de todas las decisiones a ejecutar.
- Realizar los pagos a los miembros de la empresa.
- Administrar los recursos financieros de la entidad, logrando alcanzar los objetivos trazados por la empresa.
- Presentar los estados financieros de manera mensual a los miembros de la junta de socios.
- Elaborar los balances de resultados mediante los cuales se informa a los directivos de la entidad.

Jefe Comercial y Logística

Es aquel que debe buscar los medios necesarios para promover a la empresa y los servicios que brinda, sus responsabilidades son:

- Elaborar planes estratégicos que permitan posicionar a la empresa dentro del mercado.
- Implementar objetivos de ventas y diseñar proyecciones y presupuestos para su alcance.
- Establecer los canales de comercialización más apropiados.
- Llevar a cabo las negociaciones de la empresa con sus potenciales clientes.
- Evaluar métodos que permitan acceder a diferentes mercados.

Jefe de Producción

El jefe de producción y procesos está a cargo de las actividades operacionales de la empresa, controlando y dirigiendo las mismas. Sus funciones son las siguientes:

- Elaborar presupuestos operativos.
- Crear planes de mantenimiento de los equipos utilizados, para así mantener operatividad de estos.
- Realizar estrategias internas y externas para que sean llevadas a cabo.
- Diseñar y aplicar políticas de seguridad e higiene laboral destinadas al personal de la organización.
- Supervisar el rendimiento del personal, midiendo su eficiencia por medio de metas.

4.8. Plan de Marketing

El Plan de Marketing se encuentra enfocado en el posicionamiento del producto en el mercado nacional basado en los resultados obtenidos en la investigación de mercado y del análisis del mercado actual. La empresa "León y Ordoñez Asociados" se dedicará a la producción y comercialización de frutas deshidratadas, las mismas que serán 100% naturales extrayendo su concentración de agua, conservando todas sus características como proteínas, vitaminas, sales minerales y fibras.

Las estrategias de marketing irán enfocadas en factores que diferencien el producto de las frutas en estado natural en lo que corresponde a sus factores de perecimiento por tiempo o manejo, sin dejar de promover que poseen todas sus características importantes en lo nutricional. A continuación se presentan las estrategias a implementar:

4.8.1. Producto

Las estrategias de producto para la comercialización de frutas deshidratadas irán enfocadas en realzar las cualidades del mismo, así como de que este sea fácilmente reconocido por los clientes. El producto será promovido por los beneficios que tiene para la salud de la persona, entre los cuales se encuentran los siguientes:

- Alta concentración de nutrientes.
- Previene el cáncer de próstata.
- Posee propiedades antioxidantes.
- Limpia los dientes y fortalece las encías.
- Cuenta con propiedades antiinflamatorias.
- Ayuda al control de úlceras estomacales.
- Debido a su alto contenido en fibra y vitaminas tiene propiedades reguladoras en lo circulatorias, digestivas e inmunológicas.

A continuación se presentan las estrategias a utilizar:

- Colocarle al producto una etiqueta que represente los valores y diseño de la empresa mediante un logotipo, lo que ayudará a diferenciar el producto y hacerlo reconocible para el cliente.
- Indicar en el empaque algunas de las características más importantes para que así atraigan la atención de potenciales clientes; esto puede ser con frases como: "con las mismas propiedades que la fruta en estado natural" y "dura meses en tu alacena".
- En lo referente a los distribuidores, darles la oportunidad de recibir el producto en el lugar que deseen luego de acordar un valor justo por el servicio.
- El nombre comercial del producto será "FRUTIMIX" y el logotipo será el siguiente:

Gráfico 37 Logotipo del producto



Elaboración: Autores

4.8.2. Precio

En lo correspondiente a las estrategias de precio a implementar, es importante mencionar que varios factores influyen al momento de otorgar un precio a un producto en particular; su importancia radica en la rentabilidad que pueda generar para un negocio, es por esto que se deben analizar aspectos como:

- El costo de producción, es importante que de gran importancia para establecer el precio final del producto, puesto que a menor costo de producción mayor es la rentabilidad. Partir de un punto de equilibrio para mantener los ingresos estables es fundamental para el desarrollo de la empresa.
- La competencia directa, los precios que se encuentren en el mercado son determinantes para ingresar al mismo, esto muestra lo competitivo del precio.
- La demanda, puede influenciar el aumento o disminución del precio según las circunstancias que la afecten.
- El objetivo de otorgar el precio correcto al producto es obtener fines como: Incrementar el volumen de ventas, rendimiento sobre la inversión, supervivencia, maximización de las utilidades y participación en el mercado.

Las estrategias a aplicar para potenciar de manera adecuada este punto son las siguientes:

- Reducir el precio a la entrada del mercado, lo que beneficiará al producto, siendo adquirido por una mayor cantidad de clientes por el simple hecho de probarlo.
- Ofrecer descuentos a los intermediarios por ventas de un volumen considerable.
- Ofrecer descuentos a los intermediarios por pago inmediato en cantidades importantes.

- Una vez establecidos en el mercado implementar un aumento de precio para mejorar los márgenes de utilidad.
- Asimismo, los precios que se ofrecerán para los productos tendrán los siguientes valores:

DETALLE	COSTO	PRECIO	PVP.
PIÑA DESHIDRATADA	\$ 10.66	\$ 21.32	\$ 20.00
MANGO DESHIDRATADO	\$ 10.66	\$ 21.32	\$ 15.00
BANANO DESHIDRATADO	\$ 10.66	\$ 15.99	\$ 12.00
PROMEDIO	\$ 10.66	\$ 19.54	\$ 15.67

Elaboración: Autores

4.8.3. Plaza

Los puntos de venta donde el producto estará disponible conforman la plaza dentro del plan de marketing, así como también como la manera en la que es distribuido o trasladado a los puestos de venta. El posicionamiento del producto se basará en acercar al cliente potencial el mismo, mediante la ubicación en negocios relacionados a la salud y nutrición. Las estrategias a utilizar son las siguientes:

- Ofrecer el producto mediante visitas a los lugares propios de los clientes intermediarios, acercando el producto a estos.
- Establecer agentes distribuidores que contribuyan con aumentar la cobertura posible del producto.
- Posicionar el producto en lugares donde se expendan frutas en estado natural, siendo nuestro producto un complemento al consumo tradicional de frutas.

4.8.4. Promoción

La promoción busca informar, persuadir y recordar en el cliente la existencia del producto para así realizar la adquisición del mismo. Las

estrategias a utilizar relacionadas a la promoción del producto serán las siguientes:

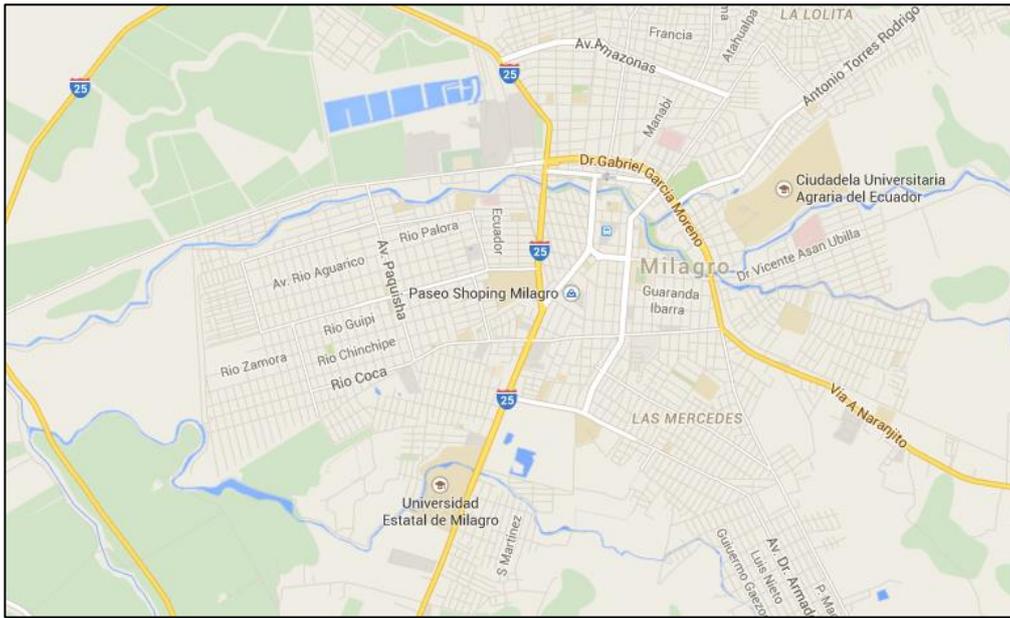
- Generar “duopacks” con un descuento del 25% ya que el segundo producto estaría costando la mitad de su valor.
- Establecer fechas en los que la demanda sea inferior para brindar cupones de descuento por la compra de determinada cantidad del producto.
- Participar en ferias o eventos relacionados con la salud y la nutrición, esto ayudará al reconocimiento de la empresa por una mayor cantidad de público.
- Organizar un evento de activación en el que se ofrezcan las variedades del producto tanto en sabores como en tamaños de empaques, para así poder ingresar con mayor facilidad en el mercado.
- Habilitar un puesto de degustación en los supermercados donde se expenda el producto para poder estimular la compra de aquellos clientes que no consuman el producto por desconocimiento en sabor y calidad.
- Pautar en diarios locales para difundir el producto de manera expectante.
- Repartir volantes donde se muestre el producto, sus características y lugares de venta al por mayor y menor.

4.9. Plan Operativo

4.9.1. Localización

La ubicación de la empresa estará en la ciudad de Milagro en la parroquia Mariscal Sucre, la misma que se ha destacado por contar con gran cantidad de producción agrícola, tanto de piña, mango y banano; correspondiente a los productos que se comercializarán de forma deshidratada.

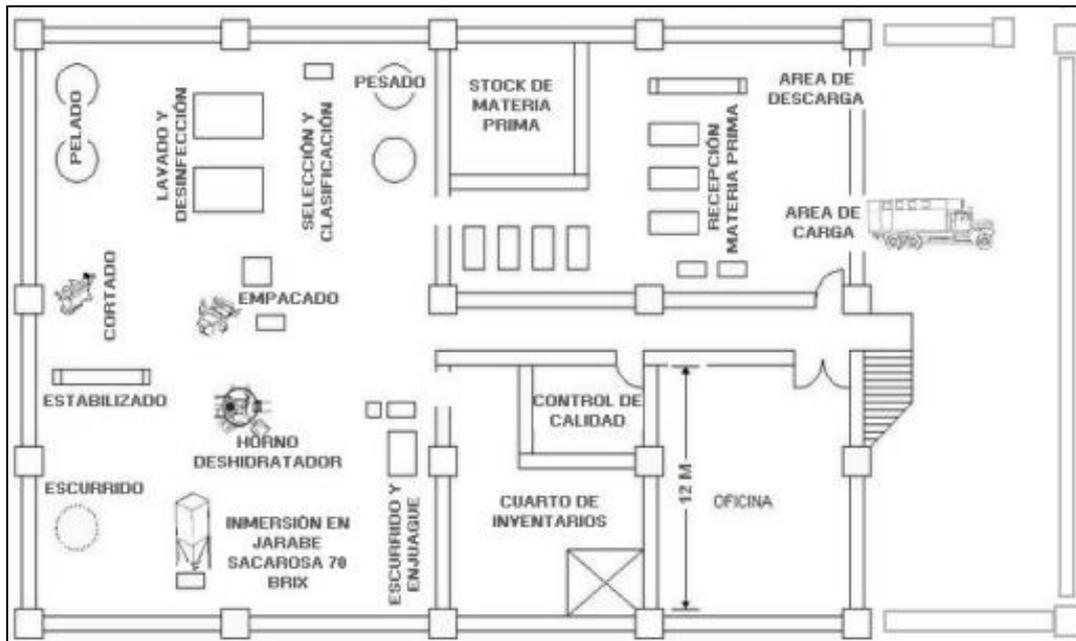
Gráfico 38 Localización de las instalaciones



Fuente: Google maps

El área de la instalación será de 1700 m², en los cuales se ubicarán las distintas áreas necesarias para el funcionamiento de la empresa. Existe una comunicación directa entre las áreas de producción, almacenamiento e inventario, esto se presenta en el gráfico presentado a continuación:

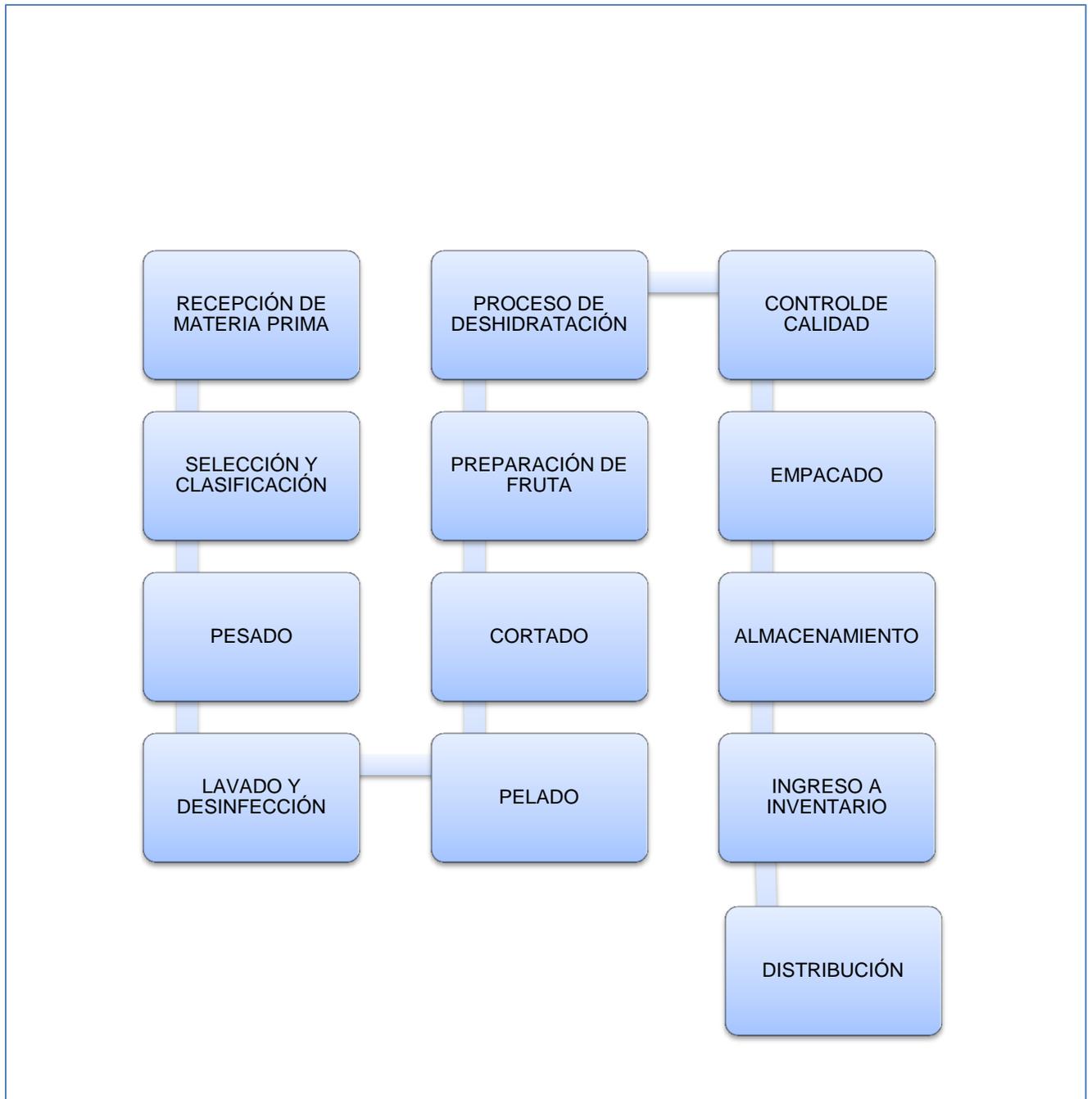
Gráfico 39 Plano esquemático de la instalación



Elaboración: Autores

4.9.2. Flujo de procesos

Gráfico 40 Flujo de procesos



Elaboración: Autores

4.10. Validación Financiera de la Propuesta

4.10.1. Inversión

Descripción		
	Valor	% participación
<u>Inversión No corrientes</u>		
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 54,800.00	25.70%
EDIFICACIONES	\$ 96,000.00	45.03%
VEHICULOS	\$ 28,500.00	13.37%
MUEBLES Y ENSERES	\$ 5,700.00	2.67%
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 2,585.00	1.21%
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 8,050.00	3.78%
<u>Inversión en Otros Activos</u>		
Gastos Legales de Constitución	\$ 1,850.00	0.87%
Gastos de Instalación y Adecuación	\$ 600.00	0.28%
<u>Inversión en Activos Corrientes</u>		
Capital de Trabajo: Costo Operativo	\$ 5,560.00	2.61%
Capital de Trabajo: Gasto de Administración	\$ 8,594.88	4.03%
Capital de Trabajo: Gasto de Venta	\$ 965.00	0.45%
Inversión Inicial Total del Proyecto	\$ 213,204.88	100.00%

Elaboración: Autores

Para poner en marcha la presente propuesta, es necesario contar con un monto de inversión equivalente a \$ 213,204.88, la cual estará destinada en mayor proporción para la adquisición de activos fijos, en donde las maquinarias y edificaciones tienen mayor incidencia en los resultados con 25.70% y 45.03% sobre el total a invertirse. De igual forma, este presupuesto contiene los rubros de inversión en activos diferidos que corresponde a la parte legal y constitutiva del proyecto; y el capital de trabajo, que abarca los valores necesarios para la adquisición de materias primas, y cobertura de gastos de administración y ventas, para que la propuesta funcione los primeros meses hasta que el nivel de ventas permita sustentar estos rubros.

4.10.2. Financiamiento del proyecto

Descripción	Financiamiento	
	Recursos Propios	Préstamo Bancario
	30%	70%
<i>Inversión No corrientes</i>		
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 16,440.00	\$ 38,360.00
EDIFICACIONES	\$ 28,800.00	\$ 67,200.00
VEHICULOS	\$ 8,550.00	\$ 19,950.00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1,710.00	\$ 3,990.00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 775.50	\$ 1,809.50
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 2,415.00	\$ 5,635.00
	\$ -	\$ -
<i>Inversión en Otros Activos</i>		
Gastos Legales de Constitución	\$ 555.00	\$ 1,295.00
Gastos de Instalación y Adecuación	\$ 180.00	\$ 420.00
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
<i>Inversión en Activos Corrientes</i>		
Capital de Trabajo: Costo Operativo	\$ 1,668.00	\$ 3,892.00
Capital de Trabajo: Gasto de Administración	\$ 2,578.46	\$ 6,016.41
Capital de Trabajo: Gasto de Venta	\$ 289.50	\$ 675.50
Inversión Inicial Total del Proyecto	\$ 63,961.46	\$ 149,243.41

Elaboración: Autores

Como se mencionó anteriormente, una parte del proyecto será financiado a través de recursos propios, lo que equivale al 30% de la inversión inicial; por esta razón, el saldo (70%) será financiado a través de un crédito solicitado a la Corporación Financiera Nacional (CFN) a un plazo de 5 años y una tasa de 10.75% anual. A continuación se presenta la tabla de amortización por los 60 períodos.

INSTITUCION FINANCIERA:	CFN
MONTO:	\$ 149,243.41
TASA:	10.75%
PLAZO:	5
FRECUENCIA PAGO:	12
CUOTA MENSUAL:	\$ 3,226.34

Elaboración: Autores

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	PAGO	AMORTIZACION
0				\$ 149,243.41
1	\$ 1,889.36	\$ 1,336.97	\$ 3,226.34	\$ 147,354.05
2	\$ 1,906.29	\$ 1,320.05	\$ 3,226.34	\$ 145,447.76
3	\$ 1,923.37	\$ 1,302.97	\$ 3,226.34	\$ 143,524.39
4	\$ 1,940.60	\$ 1,285.74	\$ 3,226.34	\$ 141,583.79
5	\$ 1,957.98	\$ 1,268.35	\$ 3,226.34	\$ 139,625.81
6	\$ 1,975.52	\$ 1,250.81	\$ 3,226.34	\$ 137,650.29
7	\$ 1,993.22	\$ 1,233.12	\$ 3,226.34	\$ 135,657.07
8	\$ 2,011.08	\$ 1,215.26	\$ 3,226.34	\$ 133,645.99
9	\$ 2,029.09	\$ 1,197.25	\$ 3,226.34	\$ 131,616.90
10	\$ 2,047.27	\$ 1,179.07	\$ 3,226.34	\$ 129,569.63
11	\$ 2,065.61	\$ 1,160.73	\$ 3,226.34	\$ 127,504.02
12	\$ 2,084.11	\$ 1,142.22	\$ 3,226.34	\$ 125,419.91
13	\$ 2,102.78	\$ 1,123.55	\$ 3,226.34	\$ 123,317.12
14	\$ 2,121.62	\$ 1,104.72	\$ 3,226.34	\$ 121,195.50
15	\$ 2,140.63	\$ 1,085.71	\$ 3,226.34	\$ 119,054.87
16	\$ 2,159.80	\$ 1,066.53	\$ 3,226.34	\$ 116,895.07
17	\$ 2,179.15	\$ 1,047.19	\$ 3,226.34	\$ 114,715.92
18	\$ 2,198.67	\$ 1,027.66	\$ 3,226.34	\$ 112,517.25
19	\$ 2,218.37	\$ 1,007.97	\$ 3,226.34	\$ 110,298.87
20	\$ 2,238.24	\$ 988.09	\$ 3,226.34	\$ 108,060.63
21	\$ 2,258.29	\$ 968.04	\$ 3,226.34	\$ 105,802.34
22	\$ 2,278.52	\$ 947.81	\$ 3,226.34	\$ 103,523.81
23	\$ 2,298.94	\$ 927.40	\$ 3,226.34	\$ 101,224.88
24	\$ 2,319.53	\$ 906.81	\$ 3,226.34	\$ 98,905.35
25	\$ 2,340.31	\$ 886.03	\$ 3,226.34	\$ 96,565.04
26	\$ 2,361.28	\$ 865.06	\$ 3,226.34	\$ 94,203.76
27	\$ 2,382.43	\$ 843.91	\$ 3,226.34	\$ 91,821.33
28	\$ 2,403.77	\$ 822.57	\$ 3,226.34	\$ 89,417.56
29	\$ 2,425.30	\$ 801.03	\$ 3,226.34	\$ 86,992.26
30	\$ 2,447.03	\$ 779.31	\$ 3,226.34	\$ 84,545.22
31	\$ 2,468.95	\$ 757.38	\$ 3,226.34	\$ 82,076.27
32	\$ 2,491.07	\$ 735.27	\$ 3,226.34	\$ 79,585.20
33	\$ 2,513.39	\$ 712.95	\$ 3,226.34	\$ 77,071.81
34	\$ 2,535.90	\$ 690.44	\$ 3,226.34	\$ 74,535.91
35	\$ 2,558.62	\$ 667.72	\$ 3,226.34	\$ 71,977.29
36	\$ 2,581.54	\$ 644.80	\$ 3,226.34	\$ 69,395.75
37	\$ 2,604.67	\$ 621.67	\$ 3,226.34	\$ 66,791.08
38	\$ 2,628.00	\$ 598.34	\$ 3,226.34	\$ 64,163.08
39	\$ 2,651.54	\$ 574.79	\$ 3,226.34	\$ 61,511.54
40	\$ 2,675.30	\$ 551.04	\$ 3,226.34	\$ 58,836.24
41	\$ 2,699.26	\$ 527.07	\$ 3,226.34	\$ 56,136.98
42	\$ 2,723.44	\$ 502.89	\$ 3,226.34	\$ 53,413.54
43	\$ 2,747.84	\$ 478.50	\$ 3,226.34	\$ 50,665.70
44	\$ 2,772.46	\$ 453.88	\$ 3,226.34	\$ 47,893.24
45	\$ 2,797.29	\$ 429.04	\$ 3,226.34	\$ 45,095.95
46	\$ 2,822.35	\$ 403.98	\$ 3,226.34	\$ 42,273.59
47	\$ 2,847.64	\$ 378.70	\$ 3,226.34	\$ 39,425.96
48	\$ 2,873.15	\$ 353.19	\$ 3,226.34	\$ 36,552.81
49	\$ 2,898.88	\$ 327.45	\$ 3,226.34	\$ 33,653.93
50	\$ 2,924.85	\$ 301.48	\$ 3,226.34	\$ 30,729.07
51	\$ 2,951.06	\$ 275.28	\$ 3,226.34	\$ 27,778.02
52	\$ 2,977.49	\$ 248.84	\$ 3,226.34	\$ 24,800.52
53	\$ 3,004.17	\$ 222.17	\$ 3,226.34	\$ 21,796.36
54	\$ 3,031.08	\$ 195.26	\$ 3,226.34	\$ 18,765.28

55	\$ 3,058.23	\$ 168.11	\$ 3,226.34	\$ 15,707.05
56	\$ 3,085.63	\$ 140.71	\$ 3,226.34	\$ 12,621.42
57	\$ 3,113.27	\$ 113.07	\$ 3,226.34	\$ 9,508.15
58	\$ 3,141.16	\$ 85.18	\$ 3,226.34	\$ 6,366.99
59	\$ 3,169.30	\$ 57.04	\$ 3,226.34	\$ 3,197.69
60	\$ 3,197.69	\$ 28.65	\$ 3,226.34	\$ 0.00
	\$ 149,243.41	\$ 44,336.82	\$ 193,580.23	

Elaboración: Autores

4.10.3. Presupuesto de Costos y Gastos

En lo que concierne al presupuesto de costos y gastos, es importante mencionar que estos se clasifican en: costos operativos, los cuales incluyen los rubros de materia prima, mano de obra y otros gastos relacionados a la parte de producción de las frutas deshidratadas. De igual forma, se encuentran los gastos de administración y ventas, que sirven básicamente para la distribución del producto. Posteriormente, para las proyecciones a cinco años, se utilizó la tasa de inflación promedio (3.18%) a partir del año 2.

	MENSUAL	Año 1
<u>COSTOS OPERATIVOS</u>		
Materias Primas	\$ 5,560.00	\$ 66,720.00
Sueldos y beneficios personal operativo	\$ 2,243.43	\$ 26,921.13
Combustibles (diésel)	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Empaque	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Mantenimiento Vehículos (0.5%)	\$ 142.50	\$ 1,710.00
SUBTOTAL	\$ 8,545.93	\$ 102,551.13

Elaboración: Autores

	MENSUAL	Año 1
<u>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</u>		
Sueldos y beneficios personal administrativo	\$ 8,594.88	\$ 103,138.52
Luz	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Agua	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Teléfono + Internet CNT + celular	\$ 50.00	\$ 600.00
Suministros de Oficina	\$ 50.00	\$ 600.00
Materiales de limpieza	\$ 20.00	\$ 240.00
Impuesto (1,5 x mil)	\$ 195.64	\$ 2,347.62
SUBTOTAL	\$ 9,210.51	\$ 110,526.14

Elaboración: Autores

	MENSUAL	Año 1
<u>GASTOS DE VENTAS</u>		
Eventos	\$ 250.00	\$ 3,000.00
Periódicos y revistas	\$ 135.00	\$ 1,620.00
Página web	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Suscripciones a páginas web	\$ 30.00	\$ 360.00
Merchandising	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Folletería	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Gastos de movilización	\$ 150.00	\$ 1,800.00
SUBTOTAL	\$ 965.00	\$ 11,580.00

Elaboración: Autores

4.10.4. Proyección de ventas

Previo a la proyección de ventas, se realizó un análisis de costos en el cual se estableció que con una producción mensual de 4.000 kilos de frutas, es posible fijar un costo total por kilo, equivalente a \$ 10.66 por fruta deshidratada. Razón por la cual, el precio que se estableció para cada kilo de fruta es de \$ 20.00 para piña; \$ 15.00 para mango y \$ 12.00 para banano deshidratado. Dejando un margen promedio de 28.93% aproximadamente.

De la misma manera, es importante mencionar que para el crecimiento de las ventas en unidades se consideró un incremento de 2.5% que se justifica como la tasa de crecimiento anual del consumo de frutas en el país. Mientras que el precio fue proyectado acorde al índice inflacionario promedio de los dos últimos años que es 3.18%; ambos casos se ven reflejados a partir del segundo período de funcionamiento. A continuación se presentan los resultados por producto:

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO					
DETALLE	COSTO	PRECIO	PVP.	MARGEN	% MARGEN
PIÑA DESHIDRATADA	\$ 10.66	\$ 21.32	\$ 20.00	\$ 9.34	46.70%
MANGO DESHIDRATADO	\$ 10.66	\$ 21.32	\$ 15.00	\$ 4.34	28.93%
BANANO DESHIDRATADO	\$ 10.66	\$ 15.99	\$ 12.00	\$ 1.34	11.16%
PROMEDIO	\$ 10.66	\$ 19.54	\$ 15.67	\$ 5.01	28.93%

Elaboración: Autores

PROYECCIÓN DE VENTAS: PIÑA			
	UNIDADES	PRECIO	VENTA TOTAL
AÑO 1	8640.00	\$ 20.00	\$ 172,800.00
AÑO 2	8856.00	\$ 20.00	\$ 177,120.00
AÑO 3	9077.40	\$ 20.64	\$ 187,321.23
AÑO 4	9304.34	\$ 21.29	\$ 198,109.99
AÑO 5	9536.94	\$ 21.97	\$ 209,520.14

Elaboración: Autores

PROYECCIÓN DE VENTAS: MANGO			
	UNIDADES	PRECIO	VENTA TOTAL
AÑO 1	8640.00	\$ 15.00	\$ 129,600.00
AÑO 2	8856.00	\$ 15.00	\$ 132,840.00
AÑO 3	9077.40	\$ 15.48	\$ 140,490.92
AÑO 4	9304.34	\$ 15.97	\$ 148,582.49
AÑO 5	9536.94	\$ 16.48	\$ 157,140.10

Elaboración: Autores

PROYECCIÓN DE VENTAS: BANANO			
	UNIDADES	PRECIO	VENTA TOTAL
AÑO 1	11520.00	\$ 12.00	\$ 138,240.00
AÑO 2	11808.00	\$ 12.00	\$ 141,696.00
AÑO 3	12103.20	\$ 12.38	\$ 149,856.98
AÑO 4	12405.78	\$ 12.78	\$ 158,487.99
AÑO 5	12715.92	\$ 13.18	\$ 167,616.11

Elaboración: Autores

4.10.5. Proyección de Estados Financieros

4.10.5.1. Proyección de Estado de Resultados

PROYECCION DE ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas	\$ 440,640.00	\$ 451,656.00	\$ 477,669.13	\$ 505,180.48	\$ 534,276.35
Costos Operativos	\$ 102,551.13	\$ 105,809.69	\$ 109,171.80	\$ 112,640.73	\$ 116,219.89
Utilidad Bruta	\$ 338,088.87	\$ 345,846.31	\$ 368,497.33	\$ 392,539.75	\$ 418,056.46
Gastos de Operación					
Gastos Administrativos	\$ 110,526.14	\$ 114,038.11	\$ 117,661.67	\$ 121,400.37	\$ 125,257.87
Gastos de Venta	\$ 11,580.00	\$ 11,947.95	\$ 12,327.60	\$ 12,719.31	\$ 13,123.47
Depreciaciones	\$ 29,771.83	\$ 29,771.83	\$ 29,771.83	\$ 27,088.50	\$ 27,088.50
Amortizaciones	\$ 490.00	\$ 490.00	\$ 490.00	\$ 490.00	\$ 490.00
Total Gastos de Operación	\$ 152,367.97	\$ 156,247.90	\$ 160,251.10	\$ 161,698.18	\$ 165,959.83
Utilidad Operacional	\$ 185,720.89	\$ 189,598.41	\$ 208,246.23	\$ 230,841.57	\$ 252,096.63
Gastos Financieros	\$ 14,892.54	\$ 12,201.48	\$ 9,206.45	\$ 5,873.11	\$ 2,163.23
Utilidad Antes de Participación	\$ 170,828.35	\$ 177,396.93	\$ 199,039.77	\$ 224,968.46	\$ 249,933.39
Participación de Trabajadores (15%)	\$ 25,624.25	\$ 26,609.54	\$ 29,855.97	\$ 33,745.27	\$ 37,490.01
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 145,204.10	\$ 150,787.39	\$ 169,183.81	\$ 191,223.19	\$ 212,443.39
Impuesto a la Renta (22%)	\$ 31,944.90	\$ 33,173.23	\$ 37,220.44	\$ 42,069.10	\$ 46,737.54
Utilidad Neta	\$ 113,259.20	\$ 117,614.16	\$ 131,963.37	\$ 149,154.09	\$ 165,705.84

Elaboración: Autores

4.10.5.2. Proyección de Balance General

Balance General Inicial – Año 0

ACTIVOS	AÑO 0
ACTIVOS CORRIENTES	
Caja/Bancos	\$ 15,119.88
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 15,119.88
ACTIVOS FIJOS	
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 54,800.00
EDIFICACIONES	\$ 96,000.00
VEHICULOS	\$ 28,500.00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 5,700.00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 2,585.00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 8,050.00
(-) Depreciación Acumulada	
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 195,635.00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos Legales de Constitución	\$ 1,850.00
Gastos de Instalación y Adecuación	\$ 600.00
(-) Amortización Acumulada	\$ -
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 2,450.00
TOTAL ACTIVOS	\$ 213,204.88
PASIVOS	
Pasivos Corto Plazo	\$ 23,823.51
Impuesto a la renta por pagar	\$ -
Participación de trabajadores por pagar	\$ -
Pasivos a Largo Plazo	\$ 125,419.91
TOTAL DE PASIVOS	\$ 149,243.41
PATRIMONIO	
Capital Social	\$ 63,961.46
Utilidad del Ejercicio	
Utilidades Retenidas	\$ -
TOTAL PATRIMONIO	\$ 63,961.46
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 213,204.88

Elaboración: Autores

Balance General Inicial – Año 1

ACTIVOS	AÑO 1
ACTIVOS CORRIENTES	
Caja/Bancos	\$ 192,386.56
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 192,386.56
ACTIVOS FIJOS	
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 54,800.00
EDIFICACIONES	\$ 96,000.00
VEHICULOS	\$ 28,500.00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 5,700.00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 2,585.00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 8,050.00
(-) Depreciación Acumulada	\$ (29,771.83)
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 165,863.17
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos Legales de Constitución	\$ 1,850.00
Gastos de Instalación y Adecuación	\$ 600.00
(-) Amortización Acumulada	\$ (490.00)
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1,960.00
TOTAL ACTIVOS	\$ 360,209.72
PASIVOS	
Pasivos Corto Plazo	\$ 26,514.56
Impuesto a la renta por pagar	\$ 31,944.90
Participación de trabajadores por pagar	\$ 25,624.25
Pasivos a Largo Plazo	\$ 98,905.35
TOTAL DE PASIVOS	\$ 182,989.06
PATRIMONIO	
Capital Social	\$ 63,961.46
Utilidad del Ejercicio	\$ 113,259.20
Utilidades Retenidas	\$ -
TOTAL PATRIMONIO	\$ 177,220.66
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 360,209.72

Elaboración: Autores

4.10.6. Evaluación Financiera del Proyecto

4.10.6.1. Proyección de Flujo de Caja

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>Ingresos Operativos:</u>						
Ventas Netas		\$440,640.00	\$451,656.00	\$477,669.13	\$505,180.48	\$ 534,276.35
<u>Egresos Operativos:</u>						
Costos Operativos		\$102,551.13	\$105,809.69	\$109,171.80	\$112,640.73	\$ 116,219.89
Gastos Administrativos		\$110,526.14	\$114,038.11	\$117,661.67	\$121,400.37	\$ 125,257.87
Gastos de Venta		\$ 11,580.00	\$ 11,947.95	\$ 12,327.60	\$ 12,719.31	\$ 13,123.47
Participación de Trabajadores		\$ -	\$ 25,624.25	\$ 26,609.54	\$ 29,855.97	\$ 33,745.27
Impuesto a la Renta		\$ -	\$ 31,944.90	\$ 33,173.23	\$ 37,220.44	\$ 42,069.10
Subtotal		\$224,657.27	\$289,364.91	\$298,943.83	\$313,836.81	\$ 330,415.59
Flujo Operativo		\$215,982.73	\$162,291.09	\$178,725.30	\$191,343.67	\$ 203,860.76
<u>Ingresos No Operativos:</u>						
Inversión Fija	\$(195,635.00)					
Inversión Diferida	\$ (2,450.00)					
Inversión Corriente	\$ (15,119.88)					
Valor de Desecho del Proyecto						\$ 67,262.38
<u>Egresos No Operativos:</u>						
Pago de Capital del Préstamo		\$ (23,823.51)	\$ (26,514.56)	\$ (29,509.59)	\$ (32,842.94)	\$ (36,552.81)
Pago de Intereses del Préstamo		\$ (14,892.54)	\$ (12,201.48)	\$ (9,206.45)	\$ (5,873.11)	\$ (2,163.23)
Flujo Neto Generado	\$ (213,204.88)	\$177,266.68	\$123,575.04	\$140,009.25	\$152,627.62	\$ 232,407.09
Saldo Inicial de Caja	\$ 15,119.88	\$ 15,119.88	\$192,386.56	\$315,961.60	\$455,970.85	\$ 608,598.47
Saldo Final de Caja	\$ 15,119.88	\$192,386.56	\$315,961.60	\$455,970.85	\$608,598.47	\$ 841,005.56

Elaboración: Autores

4.10.6.2. Análisis de Rentabilidad del Inversor

Con los resultados obtenidos en el flujo de caja se hará el análisis de rentabilidad, desde el punto de vista del inversor y del proyecto. Partiendo, del análisis de rentabilidad del inversionista, se utilizaron los flujos netos para ser contrastado con su aporte (\$ 63,961.46) y así determinar cuál sería su retorno. Para este análisis se utilizó el método del Capital Asset Pricing Model (CAPM) que sirve para calcular la expectativa de retorno del inversionista, utilizando variables como: la tasa libre de riesgo (Krf), el rendimiento del mercado (km), el beta del mercado y la tasa de interés pasiva. Es así como, se determinó que para el inversionista el retorno sería de 183.49% (TIR) el cual es considerado como rentable porque supera su expectativa (13.69%).

ANALISIS TIR Y VAN DE LOS INVERSIONISTAS

DESCRIPCION	FLUJOS NETOS	PAYBACK
AÑO 0	-\$63,961.46	-\$63,961.46
AÑO 1	\$113,259.20	\$49,297.74
AÑO 2	\$117,614.16	\$166,911.90
AÑO 3	\$131,963.37	\$298,875.27
AÑO 4	\$149,154.09	\$448,029.36
AÑO 5	\$232,968.22	\$680,997.58

Elaboración: Autores

CÁLCULO DEL CAPM	
$Kr = Krf + \beta (Km - Krf) + i$	
Krf (tasa libre de riesgo)=	1.52%
Km (rendimiento de mercado) =	7.45%
β (beta del mercado) =	1.18
Tasa de interés pasiva	5.18%
Kr (tasa esperada de retorno) =	13.69%

Elaboración: Autores

ANALISIS DE RENTABILIDAD	
TMAR	13.69%
TIR	183.49%
VAN	\$428,330.04

Elaboración: Autores

4.10.6.3. Análisis de Rentabilidad del Proyecto

Para el análisis de rentabilidad del proyecto se consideraron los flujos operativos versus la inversión total (\$ 213,204.88); y para el cálculo de la tasa de descuento se utilizó el método del Costo Promedio Ponderado de Capital, debido a que este proyecto cuenta con financiamiento mixto (recursos propios y préstamo bancario). De esta forma, al combinar las dos tasas establecidas, se obtiene como resultado 11.63% que equivale a la expectativa de retorno del proyecto. Con este resultado, se puede establecer la rentabilidad del proyecto puesto que la tasa interna de retorno sería de 53.85% y estaría por encima de la tasa mínima atractiva de retorno (TMAR). Asimismo, el valor actual neto (VAN) confirma que la ganancia del proyecto sería \$ 307,906.62 para los primeros cinco años.

ANALISIS TIR Y VAN DEL PROYECTO

DESCRIPCION	FLUJOS NETOS	PAYBACK
AÑO 0	-\$213,204.88	-\$213,204.88
AÑO 1	\$113,259.20	-\$99,945.68
AÑO 2	\$117,614.16	\$17,668.48
AÑO 3	\$131,963.37	\$149,631.85
AÑO 4	\$149,154.09	\$298,785.95
AÑO 5	\$232,968.22	\$531,754.16

Elaboración: Autores

CALCULO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL

FUENTE	INVERSION	PESO	TASA	PONDERACION
Recursos Propios	\$ 63,961.46	30.00%	13.69%	4.108%
Préstamo Bancario	\$ 149,243.41	70.00%	10.75%	7.525%
TMAR				11.63%

Elaboración: Autores

ANALISIS DE RENTABILIDAD	
TMAR	11.63%
TIR	53.85%
VAN	\$307,906.62

Elaboración: Autores

4.10.6.4. Análisis del Punto de Equilibrio

El análisis del punto de equilibrio sirve para determinar el número de unidades que como mínimo debería comercializarse, con la finalidad de evitar pérdidas, ya que en este nivel los ingresos igualan a los costos totales y por ende, no existe ni pérdida ni ganancia. Como los resultados varían anualmente, se ha hecho un análisis para cada año. De esta forma, es posible evidenciar que el punto de equilibrio varía para los primeros cinco años, manteniendo un promedio 9.554 unidades a ser vendidas o un ingreso total de \$ 149,687.76 para que la empresa se encuentre en equilibrio. Es importante mencionar que para el cálculo se utilizan los siguientes datos:

- Costos variables
- Costos Fijos
- Precio de venta
- Unidades a venderse en cada período.

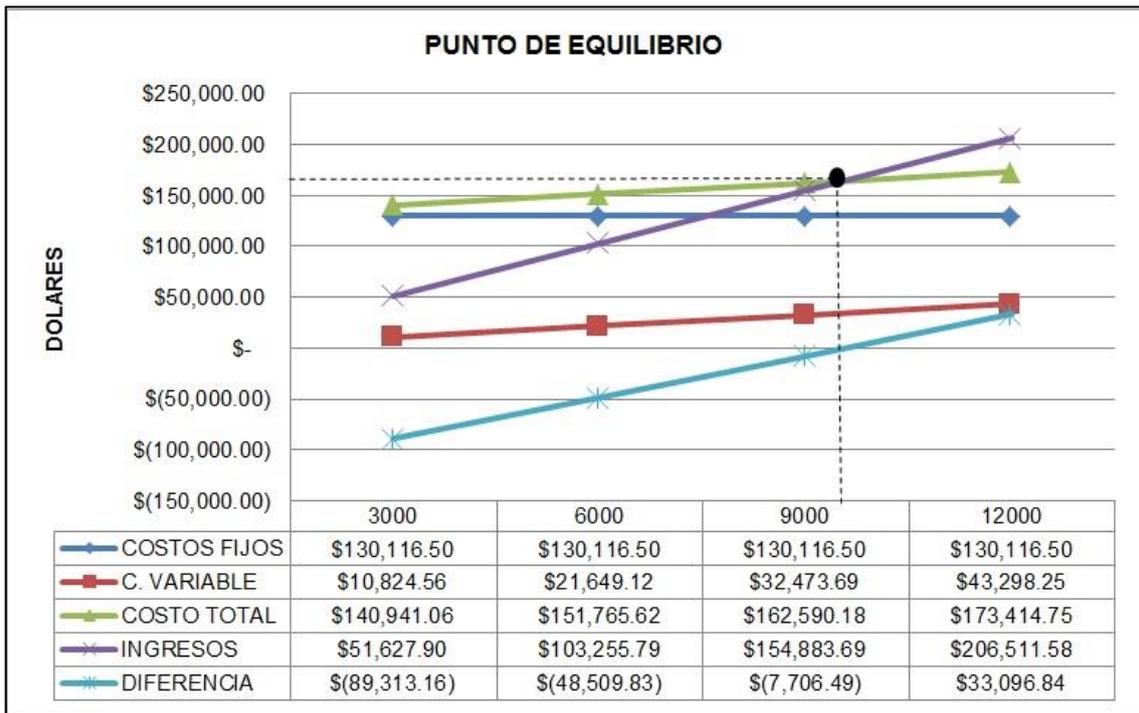
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CANTIDADES	28800.00	29520.00	30258.00	31014.45	31789.81
COSTOS FIJOS TOTALES	\$ 122,106.14	\$ 125,986.06	\$ 129,989.27	\$ 134,119.68	\$ 138,381.33
COSTOS VARIABLES	\$ 102,551.13	\$ 105,809.69	\$ 109,171.80	\$ 112,640.73	\$ 116,219.89
GASTOS FINANCIEROS	\$ 14,892.54	\$ 12,201.48	\$ 9,206.45	\$ 5,873.11	\$ 2,163.23
PRECIO DE VENTA	\$ 15.67	\$ 15.67	\$ 16.16	\$ 16.68	\$ 17.21
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 3.56	\$ 3.58	\$ 3.61	\$ 3.63	\$ 3.66

Elaboración: Autores

PUNTO DE EQUILIBRIO		
	UNIDADES	INGRESO
AÑO 1	8,856.34	\$138,749.27
AÑO 2	9,417.44	\$147,539.87
AÑO 3	9,618.89	\$150,695.94
AÑO 4	9,829.56	\$153,996.44
AÑO 5	10,050.46	\$157,457.27
promedio	9,554.54	149,687.76

Elaboración: Autores

Gráfico 41 Representación del Punto de Equilibrio



Elaboración: Autores

CONCLUSIONES

El resultado del presente trabajo investigativo permite establecer las siguientes conclusiones:

Las limitaciones que deben afrontar los agricultores de la parroquia Mariscal Sucre se evidencian principalmente por la dificultad de acceso a crédito, falta de capacitación y técnicas o mecanismos que les permitan crear mayor valor agregado para su producción de frutas que por lo general son comercializadas en su estado natural.

Bajo este contexto, se plantea crear valor en la producción agrícola de este cantón, a través de la deshidratación de frutas, la misma que consiste en la eliminación de una buena parte de la humedad de los alimentos, haciéndolos más resistente al crecimiento de bacterias que son las causantes del deterioro de la fruta, especialmente en climas calurosos, como la costa ecuatoriana. La deshidratación de frutas es considerada una forma de aprovechar un producto perecedero para que no se desperdicie y se conserve durante todo el año y no sólo por una temporada.

Por esta razón, se diseñó un estudio de campo para determinar su grado de aceptación por parte de quienes distribuirían este producto, y un gran porcentaje (86%) manifestó que consideran atractivo este negocio debido al valor que tienen estos productos deshidratados versus el producto en estado natural, por ende, su nivel de rentabilidad sería mucho mejor.

Al momento de plantear la propuesta de negocio para la producción y comercialización de frutas deshidratadas, se pudo establecer que sería rentable, ya que dejaría una tasa de retorno superior a 189% para los inversionistas y mayor a 53% para el proyecto en general. Lo cual podría verse mejorado en escenarios en donde las ventas alcancen un gran impacto y crezcan un 2.5% por encima de las cifras planteadas.

RECOMENDACIONES

En cuanto a las recomendaciones que se puede establecer para este proyecto, se pueden mencionar las siguientes:

1. Es importante realizar programas de capacitación para los pequeños agricultores que deseen participar de este proyecto, no sólo como proveedores de materias primas, sino como socios estratégicos en la aportación de valor agregado para sus productos, aprovechando al máximo que cuentan con grandes hectáreas de terreno en la que pueden economizar en los procesos de producción. Sin embargo, este factor es vital porque servirá como motivador para agricultores de otros cantones y provincias.
2. La diversificación de la oferta productiva siempre será una ventaja competitiva, pues mientras mayor variedad de productos, mayor captación del mercado se puede obtener. Inicialmente se ha considerado a los recursos más abundantes (piña, mango y banano), pero asimismo, podría deshidratarse otros productos como: manzana, pera, frutilla, papaya, entre otros.
3. Además de la deshidratación, estos productores pueden aprovechar la oportunidad para capacitarse y producir otros derivados, como pulpa de frutas o jugos naturales envasados, con la finalidad de incrementar sus ingresos a través de la creación de valor.

BIBLOGRAFÍA

- Agronegocios. (2014). El consumo de fruta deshidratada crece en el país. Obtenido de <http://agronegociosecuador.ning.com/page/el-consumo-de-fruta-deshidratada-crece-en-el-pais>
- Albuja, L., & Miño, C. (2005). *Estudio de la conservación de alimentos. Estudio de Caso: Tomate de árbol y pepinillos*. Quito: Tesis de Grado de la Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Alimentación Sana. (2014). Conservación de los alimentos. Obtenido de <http://www.alimentacion-sana.org/informaciones/novedades/conservacion.htm>
- Balarezo Pinos, D. (s.f.). *Historia del Cantón Milagro. División Política*. Obtenido de <http://historiacantonmilagro.wordpress.com/16-division-politica-del-canton-milagro/>
- Banco Central del Ecuador. (2013). *Informe de estadísticas macroeconómicas Septiembre*. Quito: Dirección de Estadísticas Económicas.
- Castillo Torres, M. X. (2011). *Planificación Estratégica*. Loja: Universidad Particular de Loja.
- Codesarrollo. (2013). Economía popular y solidaria en Ecuador. Obtenido de <http://www.codesarrollo.fin.ec/noticias/50-ley-de-economia-popular-y-solidaria.html>
- Codesarrollo. (2013). *Economía popular y solidaria en Ecuador*. Obtenido de <http://www.codesarrollo.fin.ec/noticias/50-ley-de-economia-popular-y-solidaria.html>
- Colegio de Bachilleres del Estado de Sonora. (2007). *Tecnología de Alimentos: Manual de Prácticas*. Hermosillo, Sonora, México C.P. 83280: Marco Antonio Navarro Márquez.
- Coraggio, J. L. (2012). *La economía popular solidaria en el Ecuador*. Buenos Aires: Instituto del Conurbano de la Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Diario Hoy. (6 de junio de 2013). *Seis empresas exportarán frutas deshidratadas*. Obtenido de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/seis-empresas-exportaran-frutas-deshidratadas-582955.html>

- Ekos Negocios. (2012). *Ecuador y el mundo en 2012: Lo que se viene*. Quito: Unidad de Análisis Económico Ekos Negocios.
- El Universo. (10 de septiembre de 2013). *Balanza Comercial retoma el déficit*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/09/10/nota/1420211/balanza-comercial-retoma-deficit>
- FAO. (6 de diciembre de 2011). *Departamento de Agricultura y Nutrición del Consumidor. Perfiles de Nutrición en Ecuador*. Obtenido de http://www.fao.org/ag/agn/nutrition/ecu_es.stm
- Flores, J. E. (20 de agosto de 2012). Análisis FODA. Obtenido de sitio web de Slide Share: <http://www.slideshare.net/MarlyFlaviaCaviaRamos/analisis-foda-14021802>
- Hernández, Y., Amat, E., Valdez, L., Vina, R., Orozco, M., & Panades, E. (2006). Necesidad de la Planeación Estratégica -Teorías. Obtenido de sitio web de El Prisma: http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/necesidadplaneacionestrategica/default.asp
- INEC. (2010). *Estadísticas del Censo Económico*. Quito: Dirección de Estadísticas y Censos.
- Jorge, J. (2011). *La deshidratación de frutas en Perú*. Obtenido de http://www.rpp.com.pe/2012-01-19-las-exitosas-frutas-deshidratadas-de-jose-jorge-noticia_442577.html
- Proexport Colombia. (20 de septiembre de 2011). *Con frutas deshidratadas 10 empresas colombianas parten a Guida, Turquía*. Obtenido de <http://www.proexport.com.co/noticias/con-frutas-deshidratadas-10-empresas-colombianas-participan-en-gida-2011en-turquia>
- Profesor en línea. (2014). Conservación de alimentos. Obtenido de <http://www.profesorenlinea.cl/Ciencias/AlimentosConserva.htm>
- QuimiNet. (2014). Proveedores de frutas deshidratadas. Obtenido de <http://www.quiminet.com/productos/frutas-deshidratadas-2611650870/proveedores.htm>
- Revista Líderes. (22 de Julio de 2013). La fruta seca suma consumidores locales. Obtenido de http://www.revistalideres.ec/mercados/Quito-frutaseca-frutossecos-consumo-frutas-mercado_0_960503968.html

SENPLADES. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo/Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Quito: Ediecuatorial.

Tello, C. A. (2007). *Planeación Estratégica: Fundamentos de la Administración*. Palmira, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Zambrano, E. (22 de mayo de 2012). La economía popular y solidaria.
Obtenido de <http://www.miradoreconomico.com/2012/05/la-economia-popular-y-solidaria/>

ANEXOS

Inversión Inicial

Inversión Fija para compra de activos

Categoría	Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
	Hidroinmensor con batea de lavado y desinfeccion	1	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00
	Autoelevador	1	\$ 8,200.00	\$ 8,200.00
	Sistema mecanico de transferencia de frutas	1	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00
	Pausterizadora	1	\$ 8,700.00	\$ 8,700.00
	Envasadora Dosificadora	1	\$ 8,200.00	\$ 8,200.00
	Envasadora Vertical	1	\$ 8,700.00	\$ 8,700.00
	Equipamiento de laboratorio	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	SUBTOTAL			\$ 54,800.00
	Oficinas Administrativas	200	\$ 80.00	\$ 16,000.00
	Area de produccion y bodega	500	\$ 60.00	\$ 30,000.00
	Area de parqueos y distribucion	1000	\$ 50.00	\$ 50,000.00
EDIFICACIONES	SUB TOTAL			\$ 96,000.00
	Camion HINO MAVESA SERIES 350	1	\$ 28,500.00	\$ 28,500.00
VEHICULOS	SUB TOTAL			\$ 28,500.00
	Sillas ejecutivas	5	\$ 180.00	\$ 900.00
	Sillas de secretaria	10	\$ 45.00	\$ 450.00
	Sillas para visitas	10	\$ 15.00	\$ 150.00
	Escritorios Ejecutivos	5	\$ 320.00	\$ 1,600.00
	Archivadores	6	\$ 250.00	\$ 1,500.00

	Counter de recepcion	1	\$ 600.00	\$ 600.00
	Tander para clientes	2	\$ 250.00	\$ 500.00
MUEBLES Y ENSERES	SUB TOTAL			\$ 5,700.00
	Telefono de fax	1	\$ 200.00	\$ 200.00
	Telefono	5	\$ 75.00	\$ 375.00
	Dispensador de Agua	2	\$ 180.00	\$ 360.00
	Acondicionador de aire 12000 btu	1	\$ 700.00	\$ 700.00
	Acondicionador de aire 24000 btu	1	\$ 950.00	\$ 950.00
EQUIPOS DE OFICINA	SUB TOTAL			\$ 2,585.00
	Computadora Desktop	5	\$ 800.00	\$ 4,000.00
	Impresora Multifuncional	2	\$ 150.00	\$ 300.00
	Laptop	5	\$ 750.00	\$ 3,750.00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	SUB TOTAL			\$ 8,050.00
TOTAL INVERSION INICIAL ACTIVOS FIJOS				\$ 195,635.00

Elaboración: Autores

Inversión en Activos Diferidos

Descripción	Cantidad	V. Unitario	Subtotal
<i>Gastos Legales de Constitución</i>			
Aprobación del nombre de la compañía	1	\$ -	\$ -
Integración de la cuenta capital	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Elevar escritura pública	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Aprobación de la escritura pública	1	\$ -	\$ -
Anotaciones marginales	1	\$ -	\$ -
Publicación en diarios	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Inscripción de la constitución de la cía en el Registro Mercantil	1	\$ 450.00	\$ 450.00
Nombramiento del representante legal	1	\$ -	\$ -
Inscripción del nombramiento del representante en el R. Merc.	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Certificado de Seguridad del Cuerpo de Bomberos	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Obtención del RUC	1	\$ -	\$ -
Registro del Empleador en el IESS	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Obtención del permiso de funcionamiento en el Municipio	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Subtotal			\$ 1,850.00
<i>Gastos de Instalación y Adecuación</i>			
Adecuación de Oficina, limpieza, pintura	1	\$ 300.00	\$ 300.00
Desarrollo de página web	1	\$ 300.00	\$ 300.00
Desarrollo de Fan Page	1	\$ -	\$ -
Subtotal			\$ 600.00
Total Gastos de Pre Operación			\$ 2,450.00

Elaboración: Autores

CUADRO DE DEPRECIACIONES

ACTIVO FIJO	VALOR USD	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 54,800.00	5	\$ 10,960.00	\$ 10,960.00	\$ 10,960.00	\$ 10,960.00	\$ 10,960.00	\$ 10,960.00
EDIFICACIONES	\$ 96,000.00	10	\$ 9,600.00	\$ 9,600.00	\$ 9,600.00	\$ 9,600.00	\$ 9,600.00	\$ 9,600.00
VEHICULOS	\$ 28,500.00	5	\$ 5,700.00	\$ 5,700.00	\$ 5,700.00	\$ 5,700.00	\$ 5,700.00	\$ 5,700.00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 5,700.00	10	\$ 570.00	\$ 570.00	\$ 570.00	\$ 570.00	\$ 570.00	\$ 570.00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 2,585.00	10	\$ 258.50	\$ 258.50	\$ 258.50	\$ 258.50	\$ 258.50	\$ 258.50
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 8,050.00	3	\$ 2,683.33	\$ 2,683.33	\$ 2,683.33	\$ 2,683.33	\$ -	\$ -
DEPRECIACION TOTAL			\$ 29,771.83	\$ 29,771.83	\$ 29,771.83	\$ 29,771.83	\$ 27,088.50	\$ 27,088.50
DEPRECIACION ACUMULADA				\$ 29,771.83	\$ 59,543.67	\$ 89,315.50	\$ 116,404.00	\$ 143,492.50

CUADRO DE AMORTIZACIONES

ACTIVO DIFERIDOS	VALOR USD	VIDA UTIL	AMORTIZACION ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Legales de Constitución	\$ 1,850.00	5	\$ 370.00	\$ 370.00	\$ 370.00	\$ 370.00	\$ 370.00	\$ 370.00
Gastos de Instalación y Adecuación	\$ 600.00	5	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00
AMORTIZACION TOTAL			\$ 490.00	\$ 490.00	\$ 490.00	\$ 490.00	\$ 490.00	\$ 490.00
AMORTIZACION ACUMULADA				\$ 490.00	\$ 980.00	\$ 1,470.00	\$ 1,960.00	\$ 2,450.00

Elaboración: Autores

CUADRO DE SUELDOS Y SALARIOS

Incremento Salarial: 10%

PERSONAL ADMINISTRATIVO

CARGO	Cantidad	Sueldo Base	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente General	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 14,400.00	\$ 15,840.00	\$ 17,424.00	\$ 19,166.40	\$ 21,083.04
Jefe Financiero	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00	\$ 13,200.00	\$ 14,520.00	\$ 15,972.00	\$ 17,569.20
Jefe de Produccion	1	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 9,600.00	\$ 10,560.00	\$ 11,616.00	\$ 12,777.60	\$ 14,055.36
Jefe Comercial y Logistica	1	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 9,000.00	\$ 9,900.00	\$ 10,890.00	\$ 11,979.00	\$ 13,176.90
Asistente de Gerencia	1	\$ 450.00	\$ 450.00	\$ 5,400.00	\$ 5,940.00	\$ 6,534.00	\$ 7,187.40	\$ 7,906.14
Asistente Financiero	2	\$ 450.00	\$ 900.00	\$ 10,800.00	\$ 11,880.00	\$ 13,068.00	\$ 14,374.80	\$ 15,812.28
Asesor Comercial	2	\$ 400.00	\$ 800.00	\$ 9,600.00	\$ 10,560.00	\$ 11,616.00	\$ 12,777.60	\$ 14,055.36
Asistente de Logistica	2	\$ 400.00	\$ 800.00	\$ 9,600.00	\$ 10,560.00	\$ 11,616.00	\$ 12,777.60	\$ 14,055.36
Subtotal	11	\$ 5,450.00	\$ 6,700.00	\$ 80,400.00	\$ 88,440.00	\$ 97,284.00	\$ 107,012.40	\$ 117,713.64
<i>Beneficios Sociales</i>								
XIII Sueldo			\$ 558.33	\$ 6,700.00	\$ 7,370.00	\$ 8,107.00	\$ 8,917.70	\$ 9,809.47
XIV Sueldo			\$ 311.67	\$ 3,740.00	\$ 4,114.00	\$ 4,525.40	\$ 4,977.94	\$ 5,475.73
Fondo de Reserva			\$ 558.11	\$ 6,697.32	\$ 7,367.05	\$ 8,103.76	\$ 8,914.13	\$ 9,805.55
Vacaciones			\$ 279.17	\$ 3,350.00	\$ 3,685.00	\$ 4,053.50	\$ 4,458.85	\$ 4,904.74
Aporte Patronal (12.15%)			\$ 814.05	\$ 9,768.60	\$ 10,745.46	\$ 11,820.01	\$ 13,002.01	\$ 14,302.21
Aporte Personal IESS (9.35%)			\$ 626.45	\$ 7,517.40	\$ 8,269.14	\$ 9,096.05	\$ 10,005.66	\$ 11,006.23
Total Sueldo + Beneficios Sociales		\$ 5,450.00	\$ 8,594.88	\$ 103,138.52	\$ 113,452.37	\$ 124,797.61	\$ 137,277.37	\$ 151,005.11

Elaboración: Autores

PERSONAL OPERATIVO

CARGO	Cantidad	Sueldo Base	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Asistente de produccion	5	\$ 340.00	\$ 1,700.00	\$ 20,400.00	\$ 22,440.00	\$ 24,684.00	\$ 27,152.40	\$ 29,867.64
Subtotal	5	\$ 340.00	\$ 1,700.00	\$ 20,400.00	\$ 22,440.00	\$ 24,684.00	\$ 27,152.40	\$ 29,867.64
<i>Beneficios Sociales</i>								
XIII Sueldo			\$ 141.67	\$ 1,700.00	\$ 1,870.00	\$ 2,057.00	\$ 2,262.70	\$ 2,488.97
XIV Sueldo			\$ 141.67	\$ 1,700.00	\$ 1,870.00	\$ 2,057.00	\$ 2,262.70	\$ 2,488.97
Fondo de Reserva			\$ 141.66	\$ 1,699.93	\$ 1,869.93	\$ 2,056.92	\$ 2,262.61	\$ 2,488.87
Vacaciones			\$ 70.83	\$ 850.00	\$ 935.00	\$ 1,028.50	\$ 1,131.35	\$ 1,244.49
Aporte Patronal (12.15%)			\$ 206.55	\$ 2,478.60	\$ 2,726.46	\$ 2,999.11	\$ 3,299.02	\$ 3,628.92
Aporte Personal IESS (9.35%)			\$ 158.95	\$ 1,907.40	\$ 2,098.14	\$ 2,307.95	\$ 2,538.75	\$ 2,792.62
Total Sueldo + Beneficios Sociales		\$ 340.00	\$ 2,243.43	\$ 26,921.13	\$ 29,613.25	\$ 32,574.57	\$ 35,832.03	\$ 39,415.23

Elaboración: Autores

COSTO DE PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO

Descripción	Costo Operativo		Capacidad Instalada			Costo Unitario	
	Mensual	Anual	Diaria	Mensual	Anual	Mensual	Anual
<i>COSTOS OPERATIVOS</i>							
Piña	\$ 2,400.00	\$ 28,800.00	60	1200	14400	\$ 2.00	\$ 2.00
Mango	\$ 1,800.00	\$ 21,600.00	60	1200	14400	\$ 1.50	\$ 1.50
Banano	\$ 1,360.00	\$ 16,320.00	80	1600	19200	\$ 0.85	\$ 0.85
Sueldos y beneficios personal operativo	\$ 2,243.43	\$ 26,921.13	200	4000	48000	\$ 0.56	\$ 0.56
Combustibles (diesel)	\$ 500.00	\$ 6,000.00	200	4000	48000	\$ 0.13	\$ 0.13
Empaque	\$ 100.00	\$ 1,200.00	200	4000	48000	\$ 0.03	\$ 0.03
Mantenimiento Vehiculos (0.5%)	\$ 142.50	\$ 1,710.00	200	4000	48000	\$ 0.04	\$ 0.04
<i>SUBTOTAL</i>	\$ 8,545.93	\$ 102,551.13				\$ 5.10	\$ 5.10

Elaboración: Autores

COSTO DE DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO

Descripción	Costo Operativo		Capacidad Instalada			Costo Unitario	
	Mensual	Anual	Diaria	Mensual	Anual	Mensual	Anual
<u>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</u>							
Sueldos y beneficios personal administrativo	\$ 8,594.88	\$ 103,138.52	200	4000	48000	\$ 2.15	\$ 2.15
Luz	\$ 200.00	\$ 2,400.00	200	4000	48000	\$ 0.05	\$ 0.05
Agua	\$ 100.00	\$ 1,200.00	200	4000	48000	\$ 0.03	\$ 0.03
Telefono + Internet CNT+celular	\$ 50.00	\$ 600.00	200	4000	48000	\$ 0.01	\$ 0.01
Suministros de Oficina	\$ 50.00	\$ 600.00	200	4000	48000	\$ 0.01	\$ 0.01
Materiales de limpieza	\$ 20.00	\$ 240.00	200	4000	48000	\$ 0.01	\$ 0.01
Impuesto (1,5 x mil)	\$ 195.64	\$ 2,347.62	200	4000	48000	\$ 0.05	\$ 0.05
SUBTOTAL	\$ 9,210.51	\$ 110,526.14				\$ 2.30	\$ 2.30
Descripción	Costo Operativo		Capacidad Instalada			Costo Unitario	
	Mensual	Anual	Diaria	Mensual	Anual	Mensual	Anual
<u>GASTOS DE VENTAS</u>							
Eventos	\$ 250.00	\$ 3,000.00	15	300	3600	\$ 0.83	\$ 0.83
Periódicos y revistas	\$ 135.00	\$ 1,620.00	15	300	3600	\$ 0.45	\$ 0.45
Pagina web	\$ 100.00	\$ 1,200.00	15	300	3600	\$ 0.33	\$ 0.33
Subscripciones a paginas web	\$ 30.00	\$ 360.00	15	300	3600	\$ 0.10	\$ 0.10
Merchandising	\$ 200.00	\$ 2,400.00	15	300	3600	\$ 0.67	\$ 0.67
Folletería	\$ 100.00	\$ 1,200.00	15	300	3600	\$ 0.33	\$ 0.33
Gastos de movilización	\$ 150.00	\$ 1,800.00	15	300	3600	\$ 0.50	\$ 0.50
SUBTOTAL	\$ 965.00	\$ 11,580.00				\$ 3.22	\$ 3.22

Elaboración: Autores

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1	
PCQ (unidades) =	<u>\$ 107,213.60</u> \$ 12.11
PCQ (unidades) =	8,856.34
PC (Ingresos) =	\$ 138,749.27

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 2	
PEQ (unidades) =	<u>\$ 113,784.58</u> \$ 12.08
PEQ (unidades) =	9,417.44
PE (Ingresos) =	\$ 147,539.87

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3	
PEQ (unidades) =	<u>\$ 120,782.82</u> \$ 12.56
PEQ (unidades) =	9,618.89
PE (Ingresos) =	\$ 155,488.07

Elaboración: Autores

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 4	
PEQ (unidades) =	\$ 128,246.57 \$ 13.05
PEQ (unidades) =	9,829.56
PE (Ingresos) =	\$ 163,946.35

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5	
PEQ (unidades) =	\$ 136,218.10 \$ 13.55
PEQ (unidades) =	10,050.46
PE (Ingresos) =	\$ 172,961.44

Elaboración: Autores

Inflación promedio (2012-2014)

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2014	3.76%
Octubre-31-2014	3.98%
Septiembre-30-2014	4.19%
Agosto-31-2014	4.15%
Julio-31-2014	4.11%
Junio-30-2014	3.67%
Mayo-31-2014	3.41%
Abril-30-2014	3.23%
Marzo-31-2014	3.11%
Febrero-28-2014	2.85%
Enero-31-2014	2.92%
Diciembre-31-2013	2.70%
Noviembre-30-2013	2.30%
Octubre-31-2013	2.04%
Septiembre-30-2013	1.71%
Agosto-31-2013	2.27%
Julio-31-2013	2.39%
Junio-30-2013	2.68%
Mayo-31-2013	3.01%
Abril-30-2013	3.03%
Marzo-31-2013	3.01%
Febrero-28-2013	3.48%
Enero-31-2013	4.10%
Diciembre-31-2012	4.16%
promedio (2012-2014)	3.18%

Riesgo país (2013/2014)

FECHA	VALOR
Noviembre-05-2014	546
Noviembre-04-2014	546
Noviembre-03-2014	411
Noviembre-02-2014	412
Noviembre-01-2014	412
Octubre-31-2014	412
Octubre-30-2014	413
Octubre-29-2014	413
Octubre-28-2014	418
Octubre-27-2014	418
Octubre-26-2014	419
Octubre-25-2014	419
Octubre-24-2014	419
Octubre-23-2014	420
Octubre-22-2014	422
Octubre-21-2014	425
Octubre-20-2014	427
Octubre-19-2014	427
Octubre-18-2014	427
Octubre-17-2014	427
Octubre-16-2014	428
Octubre-15-2014	432
Octubre-14-2014	414
Octubre-13-2014	413
Octubre-12-2014	413
Octubre-11-2014	413
Octubre-10-2014	413
Octubre-09-2014	413
Octubre-08-2014	414
Octubre-07-2014	417
promedio	426.77
% tasa riesgo país	4.27%

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2014	5.18%
Noviembre-30-2014	5.07%
Octubre-31-2014	5.08%
Septiembre-30-2014	4.98%
Agosto-31-2014	5.14%
Julio-30-2014	4.98%
Junio-30-2014	5.19%
Mayo-31-2014	5.11%
Abril-30-2014	4.53%
Marzo-31-2014	4.53%
Febrero-28-2014	4.53%
Enero-31-2014	4.53%
Diciembre-31-2013	4.53%
Noviembre-30-2013	4.53%
Octubre-31-2013	4.53%
Septiembre-30-2013	4.53%
Agosto-30-2013	4.53%
Julio-31-2013	4.53%
Junio-30-2013	4.53%
Mayo-31-2013	4.53%
Abril-30-2013	4.53%
Marzo-31-2013	4.53%
Febrero-28-2013	4.53%
Enero-31-2013	4.53%
DICIEMBRE 2014	5.18%

Elaboración: Autores

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>Ingresos Operativos:</u>						
Ventas Netas		\$367,200.00	\$376,380.00	\$393,158.08	\$410,684.08	\$428,991.35
<u>Egresos Operativos:</u>						
Costos Operativos		\$103,151.13	\$106,428.76	\$109,810.53	\$113,299.76	\$116,899.86
Gastos Administrativos		\$112,068.14	\$115,629.11	\$119,303.22	\$123,094.08	\$127,005.39
Gastos de Venta		\$11,580.00	\$11,947.95	\$12,327.60	\$12,719.31	\$13,123.47
Participación de Trabajadores		\$0.00	\$10,132.20	\$11,073.88	\$13,193.85	\$15,874.24
Impuesto a la Renta		\$0.00	\$12,631.48	\$13,805.44	\$16,448.33	\$19,789.89
Subtotal		\$226,799.27	\$256,769.50	\$266,320.67	\$278,755.34	\$292,692.86
Flujo Operativo		\$140,400.73	\$119,610.50	\$126,837.41	\$131,928.74	\$136,298.50
<u>Ingresos No Operativos:</u>						
Inversión Fija	-\$324,135.00					
Inversión Diferida	-\$3,550.00					
Inversión Corriente	-\$13,339.94					
Valor de Desecho del Proyecto						\$101,232.44
<u>Egresos No Operativos:</u>						
Pago de Capital del Préstamo		-\$38,106.12	-\$42,410.51	-\$47,201.11	-\$52,532.86	-\$58,466.86
Pago de Intereses del Préstamo		-\$23,820.88	-\$19,516.49	-\$14,725.88	-\$9,394.14	-\$3,460.13
Flujo Neto Generado	-\$341,024.94	\$78,473.73	\$57,683.50	\$64,910.42	\$70,001.75	\$175,603.94
Saldo Inicial de Caja	\$13,339.94	\$13,339.94	\$91,813.67	\$149,497.18	\$214,407.59	\$284,409.34
Saldo Final de Caja	\$13,339.94	\$91,813.67	\$149,497.18	\$214,407.59	\$284,409.34	\$460,013.28

FLUJOS DE CAJA ESCENARIO BASE	\$ (341,024.94)	\$ 140,400.73	\$ 119,610.50	\$ 126,837.41	\$ 131,928.74	\$ 237,530.93
FLUJO DE CAJA ESCENARIO 1: (+ 10% VENTAS)	\$ (100,844.62)	\$ 43,367.52	\$ 38,116.76	\$ 40,876.50	\$ 42,381.36	\$ 144,564.31
FLUJO DE CAJA ESCENARIO 2: (+ 10% GASTOS)	\$ (100,844.62)	\$ 28,483.01	\$ 22,891.67	\$ 24,956.80	\$ 25,735.48	\$ 127,159.26
FLUJO DE CAJA ESCENARIO 3: (+10% INVERSION)	\$ (110,929.08)	\$ 34,214.54	\$ 28,842.00	\$ 31,134.29	\$ 32,148.79	\$ 133,817.40

**FORMATO DE ENCUESTA
SONDEO DE OPINIÓN PARA MERCADO OBJETIVO
PRODUCTOR AGRÍCOLA**

Por favor marcar con una X en una sola opción

1. ¿Qué tipo de frutas cultiva usted?

Piña	
Mango	
Banano	

Otros: _____

2. ¿Cuántos años de experiencia tiene usted en la producción agrícola?

Menos de 5 años	
Entre 5 y 10 años	
Entre 11 y 15 años	
Mayor a 15 años	

1. ¿Cuántos kilos de fruta produce usted al año?

Menos de 10.000	
Entre 10.000 - 20.000	
Entre 21.000 - 30.000	
Mayor a 30.000	

4. ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual estimado por esta actividad?

Entre \$1.000 - \$1.500	
Entre \$1.501 - \$2.000	
Entre \$2.001 - \$2.500	
Entre \$2.501 - \$3.000	
Más de \$3.000	

5. ¿A cuántos compradores expende su producción?

Menos de 5	
Entre 5 y 10	
Más de 10	

6. ¿Cuáles han sido los principales problemas a los que ha hecho frente en su producción agrícola?

Falta de recursos económicos	
Falta de inversión en tecnología	
Plagas	
Condiciones Climáticas	
Chulco y financiamiento informal	

Otros: _____

7. ¿En la actualidad Destina usted parte de su producción a la elaboración de frutas deshidratadas?

Sí	
No	

8. ¿Actualmente produce usted fruta deshidratada?

Sí	
No	

9. ¿Indique los beneficios que conoce sobre las frutas deshidratadas en las ventas?

Mayor tiempo de vida útil	
Mayor precio	
Mayor valor nutricional	

10. ¿Ha recibido preguntas o pedidos sobre frutas deshidratadas?

Sí	
No	

11. ¿Cuenta con los recursos para proceder a elaborar frutas deshidratadas?

Sí	
No	

12. ¿Usted estaría dispuesto a participar en un programa de desarrollo de producción con valor agregado como deshidratación de frutas?

Sí	
No (terminar encuesta)	

13. ¿Qué fruta cree usted que tendría mayor acogida al momento de deshidratarla?

Piña	
Mango	
Banano	
otros	

14. ¿Qué canal de distribución considera usted que debería aplicarse para comercializar el producto final (fruta deshidratada)?

Supermercados	
Puntos de venta estratégicos	
Tiendas	
Bróker	

Otros: _____

15. ¿Con lo antes expuesto considera usted como una oportunidad de desarrollo invertir en la producción y comercialización de frutas deshidratadas?

Sí	
No	

¿Por qué? _____

**FORMATO DE ENCUESTA
SONDEO DE OPINIÓN PARA MERCADO OBJETIVO
DISTRIBUIDORES**

1. ¿Cuántos años de experiencia tiene usted en el expendio frutas?

Menos de 5 años	
Entre 5 y 10 años	
Entre 11 y 15 años	
Mayor a 15 años	

2. ¿Vende usted fruta deshidratada?

Sí	
No	

3. ¿Ha recibido preguntas o pedidos sobre frutas deshidratadas?

Sí	
No	

4. ¿Estaría dispuesto usted a comprar frutas deshidratadas para comercializar?

Sí	
No	

5. ¿Qué tipo de frutas cree usted que serían las más solicitadas?

Piña	
Mango	
Banano	
Otros	

6. ¿En qué cantidades usted compraría el producto en cuestión?

Menos de 20 kilos	
Entre 20 y 50 kilos	
Más de 50 kilos	

7. ¿Qué forma de pago utilizaría usted?

Efectivo	
Cheque	
Tarjeta de crédito	

8. ¿Con qué frecuencia adquiriría el producto?

Semanalmente	
Mensualmente	
Trimestralmente	
Semestralmente	

9. ¿Cree usted que expender frutas deshidratadas le generaría un margen aceptable de rentabilidad?

Sí	
No	

10. ¿En qué presentación usted comercializaría la fruta deshidratada?

Funda sellada	
Frascos	
Tarrinas	

Otros, especifique _____

11. ¿Con lo antes expuesto considera usted como una oportunidad de desarrollo invertir en la comercialización de frutas deshidratadas?

Sí	
No	

¿Por qué? _____